

**ANEXOS**

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

- Anexo 1:** Entrevistas a expertos en redes sociales
- Anexo 2:** Buyer persona de @vanessaoortizz
- Anexo 3:** Tabla del análisis de referentes en el nicho de @vanessaoortizz
- Anexo 4:** Ficha para hacer el guion de un vídeo
- Anexo 5:** Ejemplo de adecuación a redes sociales
- Anexo 6:** Ganchos en los vídeos
- Anexo 7:** Proceso de generación de contenido de viajes propios
- Anexo 8:** Ejemplo de organización de un viaje: Canarias
- Anexo 9:** Ejemplo práctico de plan de contenidos: Alemania
- Anexo 10:** Cuestionario sobre @vanessaoortizz
- Anexo 11:** Acciones en Instagram
- Anexo 12:** Calendarización contenido Instagram julio 2023
- Anexo 13:** Acciones en TikTok
- Anexo 14:** Calendarización contenido TikTok julio 2023
- Anexo 15:** Acciones para crear comunidad en redes sociales
- Anexo 16:** Listado de logros alcanzados de la marca en ocho meses
- Anexo 17:** Posibles marcas para colaborar

## **Anexo 1: Entrevistas a expertos en redes sociales**

Creación de contenido desde la experiencia

### **IZHAN GO**

Creador de contenido digital

Domingo, 26 de febrero (vía Instagram)

**Buenas Izhan, es todo un placer el poder hablar contigo ya que no solo has sido un gran referente español en cuanto a creación de contenido, sino que también eres mi máximo referente a nivel personal.**

Hola Vanessa, ¿qué tal?, ¿cómo estás? Es todo un gusto contestar a tus preguntas.

**Cuando empezaste en YouTube en 2015, ¿esperabas toda esta repercusión y llegar hasta donde estás ahora?**

La verdad es que no, no me lo esperaba en absoluto. Yo creo que ninguno de los que nos dedicábamos a redes sociales en aquel momento lo esperábamos. Ahora creo que la gente empieza con otras expectativas pero en aquel instante era: “Bueno, pues a ver si creando lo que me gusta ocurren otras cosas”.

O sea ni siquiera pensaba en la idea de poder dedicarme enteramente a ello y la verdad es que me siento muy muy afortunado porque incluso gente que empezó conmigo, en aquel entonces, ya no se dedican a ello.

Yo puedo seguir dedicándome a ello, y no solo eso, también ha potenciado mi carrera como director. Entonces, solo tengo bendiciones la verdad.

**¿Te costó crecer al principio?**

Al principio sí me costó un poco crecer. Recuerdo la etapa entre los 5.000 suscriptores y los 40.000 que me llevó unos ocho meses. A partir de ahí todo fue en aumento, hasta día de hoy que, durante un tiempo me convertí en un referente para la gente que creaba contenido en España. He sido uno de los *storytellers* más reconocidos en el mundo de los viajes en España y en realidad todo es por hacer las cosas que me vienen a la cabeza y me hacen ilusión. Luego a la gente les gusta verlas.

## **Anexo 1: Entrevistas a expertos en redes sociales**

Creación de contenido desde la experiencia

### **IZHAN GO**

Creador de contenido digital

Domingo, 26 de febrero (vía Instagram)

#### **¿Has estudiado algo relacionado con el mundo audiovisual?**

Sí, estudié dirección cinematográfica. Eran varios años e hice solo siete meses porque valía una pasta, no me lo podía permitir y tampoco estaba muy contento con el nivel que estaban dando ni hacia donde estaba dirigido todo el tema de la enseñanza.

Hablaban mucho de hacer documentales y te decían que no ibas a poder dedicarte a nada. Bueno, en fin, la verdad es que bastante lamentable. Entonces escuché que en Madrid había muchas producciones y me fui a vivir allí. Empecé un canal de videojuegos, que ya no existe y, más tarde regresé a Alicante y decidí volver a probar suerte abriendo el canal que me ha hecho ser reconocido y llevarme a donde me ha llevado.

#### **¿Cómo empezaste a dedicarte a esto? ¿Tienes algún referente?**

La verdad es que no había referentes claros. Me gustaba mucho el cine.

Tenía un amigo que se le daba mejor la cámara que a mí, yo era mucho más tímido y le decía: Tío, todo el mundo hace *vlogs* con la mano, no son nada cinematográficos. ¿Te imaginas a alguien que contara cosas interesantes y no sobre su vida? Porque en aquel entonces en YouTube se hacían muchos *daily vlogs* y cosas por el estilo. Estaban muy guay pero era todo cámara en mano y a mí me aburría mucho. Creía que alguien podría venir y hacerlo más cinematográfico. Luego apareció Casey Neistat, que por aquel entonces subía vídeos de vez en cuando. Entonces fue cuando dije: esta es la mía. No creo que le tomara a él de referente pero sí que gente como él demostraba que realmente podías dedicarte a esto. Yo ya llevaba el canal unos seis, siete meses, con mi propio estilo creado, pero la verdad es que empecé con una cámara de mierda y haciendo una ruta en festivales con amigos.

## **Anexo 1: Entrevistas a expertos en redes sociales**

Creación de contenido desde la experiencia

### **IZHAN GO**

Creador de contenido digital

Domingo, 26 de febrero (vía Instagram)

#### **¿Qué significa para ti viajar y crear contenido sobre ello?**

A día de hoy creo que el contenido para mí ha tomado otro sentido. En su momento era solo viajar y ahora yo creo que es el medio que utilizo para descubrirme, en todos los sentidos. Descubrirme puede ser ir a ver una tribu maya a *tomar porculolandia* o descubrir partes de mí estando en Singapur o quizás estando triste.

Para mí es como un lenguaje, como cuando la gente escribe, habla o pinta. He encontrado una manera de expresarme. Yo me expreso en vídeo, contando y descubriéndome en ese sentido. Creo que los videos me ayudan a descubrir ámbitos que quiero probar y se convierte en un plus: grabo y aprovecho que grabo para tomarlo una prioridad.

#### **¿Qué piensas sobre la mayor accesibilidad que tienen ahora los usuarios para crear y compartir contenido en redes? ¿Crees que esto hace que sea más difícil diferenciarse?**

Hay muchas cosas inventadas, no diría todo pero casi todo está inventado. Ahora ya empezamos a perfilar dentro de lo que ya nos gusta y actualmente todo está mucho más cerrado, antes era todo más experimental, desde mi punto de vista.

Ahora es más difícil diferenciarse, la gente en TikTok no se acuerda de los nombres. Yo viví una época donde la gente se acordaba de ti y de lo que tú habías hecho. Eras importante para ellos.

Ahora yo creo que hay tantísima gente que entre eso y que al final todos tenemos que crear contenido rápido porque sino no estás presente es muy complicado ser alguien. Alguien que digan: *ostia eres mengano*, me acuerdo de ti y de ciertas cosas que he visto de ti.

Es complicado porque ocupamos menos espacio en la vida de los demás.

## **Anexo 1: Entrevistas a expertos en redes sociales**

Creación de contenido desde la experiencia

### **IZHAN GO**

Creador de contenido digital

Domingo, 26 de febrero (vía Instagram)

#### **¿Qué consejo darías a alguien que quiere dedicarse a la creación de contenido?**

Recomendaría empezar en TikTok y, al mismo tiempo, en formato largo. Con formato largo me refiero a vídeos de YouTube de 40 minutos. Hacer cortes muy interesantes de ese formato largo en TikTok e intentar poder encontrar momentos *punch*, algo que digas: *ostia*, ¡qué interesante! y reducirlo a 30 segundos o así.

Creo que TikTok te ayuda a potenciar el formato largo y así es como se lo he visto a distintos amigos.

Hay que intentar que los vídeos no sean muy complejos pero que al mismo tiempo que con ellos puedas aportar algo que aun nadie haya hecho. Tienes que convertirte en: el que hace esto, la que hace aquello, la de los patinetes, la de tal...

Pero vamos, en definitiva creo que ahora es mucho más complejo. Al mismo tiempo creo que se ha profesionalizado mucho entonces en cuanto alguien es capaz de destacar. Ahora los precios son mucho más interesantes a la hora de trabajar con marcas, creo que hay muchas maneras de encontrar de vivir de ello, ya sea con enlaces, cursos. Es interesante porque antes nosotros no sabíamos nada de esto y era todo mucho más complejo y al mismo tiempo más fácil porque había menos gente.

## **Anexo 1: Entrevistas a expertos en redes sociales**

Creación de contenido desde la experiencia

### **POL COROMINAS**

Creador de contenido digital y asesor

Miércoles, 19 de julio (vía Instagram)

#### **Desde cuándo llevas con el tema de creación de contenido en redes? ¿Has estudiado algo relacionado?**

Llevo interesado en el mundillo unos 15 años, pero no fue hasta que terminé los estudios que me pude dedicar *full time*. Así que podría decirte que llevo unos 8 años dedicándome a las redes.

Yo estudié diseño gráfico, que realmente no tiene nada que ver, pero sí que hicimos cosas sobre las redes sociales y a partir de ahí me interesó desde el punto de vista más profesional.

#### **¿Qué redes sociales crees que están hoy en día en auge y por qué?**

Evidentemente TikTok, por la simple razón de que la gente que trabaja para esta plataforma consiguió crear un algoritmo adictivo especialmente para la gente más joven.

Al final la red social es lo que quiere, generar adicción y TikTok lo ha conseguido mejor que nadie, diría yo. Ese es el motivo por el que está triunfando tanto y también es el motivo por el que las otras redes sociales como YouTube o Instagram, con los *shorts* o los *reels* están copiando este modelo de consumir contenido.

#### **¿Piensas que cada red tiene un tono y lenguaje particular? ¿Cómo crees que es en Instagram y en TikTok y qué diferencias ves entre ambas?**

Si, evidentemente cada red social tiene una función, un algoritmo diferente, una forma de consumir el contenido diferente y un público diferente. En este caso Instagram es una de las mejores redes sociales para crear comunidad porque tiene muchos formatos de contenido que te permiten tener un contacto más directo con tu audiencia. En cambio TikTok es una red social que básicamente es el *fast food* del contenido y se basa en tener impactos, generar mucho contenido para tener impacto fácil y rápido. Cuesta mucho más crear una comunidad fiel en TikTok.

## **Anexo 1: Entrevistas a expertos en redes sociales**

Creación de contenido desde la experiencia

### **POL COROMINAS**

Creador de contenido digital y asesor

Miércoles, 19 de julio (vía Instagram)

**Se ha hablado mucho de que el algoritmo de Instagram ha empeorado pero, ¿qué es el algoritmo y cómo funciona? ¿Ha empeorado en TikTok también en este último tiempo?**

El algoritmo en Instagram ha cambiado y siempre que cambia el algoritmo en cualquier red social, beneficia a unos y perjudica a otros.

El algoritmo es toda esa red interna programada que te dice cómo consume contenido la gente, qué contenido y cómo se enseña. Es toda esa parte interna de cualquier red social. Su objetivo principal es que la gente esté el máximo de tiempo posible en su red social, que enganche.

El algoritmo de TikTok no ha cambiado pero en la pandemia era mucho más fácil crecer. Hoy en día Tik Tok está más saturado porque el mundo se ha dado cuenta del chollo que es crear contenido en esa red social y obviamente todo el mundo quiere un trozo del pastel. Es normal, pero el algoritmo funciona perfectamente.

**A día de hoy, ¿crees que es difícil diferenciarse y llegar a destacar en redes?**

No, al contrario. Nunca había sido tan fácil crecer en redes como lo es ahora porque todo el mundo está en redes sociales y consume contenido.

Hoy en día tenemos mucho contenido para aprender a cómo crecer en redes sociales que antes no se tenía.

Además, tenemos muchos formatos diferentes que se adaptan a nuestras necesidades y habilidades y las barreras de entrada son muy bajas.

Entonces, hoy por hoy es extremadamente fácil porque puedes hacer contenido específico y que funcione muy bien en YouTube o puedes crecer rápido en TikTok, por ejemplo.



## **Anexo 1: Entrevistas a expertos en redes sociales**

Creación de contenido desde la experiencia

### **POL COROMINAS**

Creador de contenido digital y asesor

Miércoles, 19 de julio (vía Instagram)

#### **¿Qué herramientas son para ti esenciales a la hora de elaborar estrategias de marketing para una marca personal?**

A modo organizativo: Notion y Google Calendar

Para grabar y editar: Streamlabs obs y Filmora

Para reservar asesorías: Kalendy

Para poner subtítulos: Captions

Para miniaturas: Adobe Photoshop

#### **¿Cómo puede ganar dinero una marca personal que, por ejemplo, crea contenido de viajes?**

Una marca personal puede tener muchas fuentes diferentes de ingresos. Son más o menos las mismas en cualquier tipo de marca personal, pero en una de viajes yo me imagino haciendo una estrategia de contenido *evergreen* en YouTube que se pueda posicionar. Al final las propias visitas de YouTube generan tráfico y dinero.

Se puede ganar dinero con patrocinadores, ya sea hoteles, aerolíneas, empresas que hagan actividades en ciertos sitios, etc. Tener contratos a largo plazo con marcas muy rentables.

Si no es con pagos fijos con los patrocinadores, puede ser a través de afiliación o si uno mismo saca sus productos o servicios que pueda vender.

En cualquier marca personal puedes tener fuentes de ingresos, pero para mí lo principal serían visitas de YouTube y patrocinadores. Estas serían las claves y las mejores formas de generar ingresos sobre todo a corto plazo.

## **Anexo 1: Entrevistas a expertos en redes sociales**

Creación de contenido desde la experiencia

### **POL COROMINAS**

Creador de contenido digital y asesor

Miércoles, 19 de julio (vía Instagram)

#### **Consejo que le darías a alguien que se quiere dedicar a redes sociales**

Lo primero de todo es escoger un nicho, un sector que le guste o que se le dé bien y, a partir de ahí, hacer contenido en ese sector. Que haga contenido vertical para TikTok, para *reels* y para *shorts* y contenido horizontal para vídeos de YouTube. Que sea constante, que ponga unos horarios de subida de contenido y que haga una buena estrategia de contenidos.

Que tenga paciencia y constancia porque un proyecto de marca personal es un proyecto a largo plazo, un proyecto en el que no se pueden conseguir resultados en uno o dos meses. Al menos tienes que estar trabajando un año para ver si funciona o tiene potencial.

Sobre todo paciencia, constancia y disfrutar de lo que uno hace.

## **Anexo 1: Entrevistas a expertos en redes sociales**

Creación de contenido desde la experiencia

### **RUBÉN CASSAN**

Creador y estrategia de contenido digital

Sábado, 22 de julio (vía Instagram)

#### **¿Desde cuándo llevas con el tema de creación de contenido en redes? ¿Has estudiado algo relacionado?**

Llevo en redes sociales 3 años y no he estudiado nada relacionado. Estudié fue economía, pero vi muy poco sobre marketing.

De forma paralela, mientras estudiaba me fui formando con todo el tema de la empresa, marketing, emprendimiento, etc. Vi que dentro del marketing, el tema de contenidos era muy buena opción para acabar emprender.

De pequeño con 12 años sí que tuve algún intento de querer ser *youtuber*.

#### **¿Qué redes sociales crees que están hoy en día en auge y por qué?**

Ahora mismo TikTok es la red social que tiene más auge de forma consolidada. Es una plataforma que ha venido y ha cambiado el funcionamiento respecto a todas las que estaban hasta el momento. Antes te salía el contenido de la gente que seguías y TikTok lo empezó a mostrar según los intereses de cada usuario. Instagram implementó más tarde la *lupa*.

Si tuviera que decir una red social sería TikTok aunque, en realidad es el formato corto lo que está en auge. Los *shorts* (YouTube) y los *reels* (Instagram) funcionan porque es el tipo de contenido que más gusta y van tan bien porque te sale lo que te apetece ver en ese momento.

#### **¿Piensas que cada red tiene un tono y lenguaje particular? ¿Cómo crees que es en Instagram y en TikTok y qué diferencias ves entre ambas?**

En cuanto al tono y lenguaje creo que sí que puede variar un poco, pero hay menos diferencias de lo que la gente piensa, al menos entre TikTok, Instagram y YouTube. Por ejemplo, en LinkedIn o Facebook el lenguaje es más formal mientras que en TikTok e Instagram te puedes encontrar uno más desenfadado.

## **Anexo 1: Entrevistas a expertos en redes sociales**

Creación de contenido desde la experiencia

### **RUBÉN CASSAN**

Creador y estrategia de contenido digital

Sábado, 22 de julio (vía Instagram)

Una misma persona puede tener un tono súper formal en YouTube pero un tono informal en TikTok. Sí que tienes que adaptar algo, pero si el contenido es bueno y te diriges al mismo tipo de persona, te puede funcionar perfectamente lo mismo en TikTok, Instagram y en YouTube. Si que diría que Instagram es más formal que TikTok porque esta última plataforma está más asociada al desconectar pese a que también tenga consumidores de contenido educativo. Instagram es un poco más de lo mismo, lo que tiene de diferente es el motivo inicial por el que se creó que era para estar conectada con tus amigos.

### **Se ha hablado mucho de que el algoritmo de Instagram ha empeorado pero, ¿qué es el algoritmo y cómo funciona? ¿Ha empeorado en TikTok también en este último tiempo?**

El algoritmo es el sistema, la inteligencia artificial (en la mayoría de los casos) que está detrás de las redes sociales y la encargada de elegir qué contenido distribuir según el tipo de vídeos que te puedan interesar para que estés en la plataforma el mayor tiempo posible.

El algoritmo, en la mayoría de plataformas, funciona según los intereses, según lo que te apetezca ver en ese momento te mostrará una cosa u otra. A su vez tiene apartados para enseñarte en base a intereses puramente o tener también en cuenta la gente a la que sigues.

No es que los algoritmos empeoren, es que dependen de los intereses de los usuarios y estos van cambiando con el tiempo. Además, cada vez hay más personas en las aplicaciones, sobre todo el número de creadores y como un mercado más se va saturando y el alcance cada vez es menor. Aquí también entra en juego la publicidad, cuanta más publicidad se va haciendo, menor es el alcance orgánico.

En Instagram, la parte de intereses estaría en *reels* y los shorts igual en YouTube con la parte de recomendaciones.

## **Anexo 1: Entrevistas a expertos en redes sociales**

Creación de contenido desde la experiencia

### **RUBÉN CASSAN**

Creador y estrategia de contenido digital

Sábado, 22 de julio (vía Instagram)

En el caso de TikTok, al inicio había muchísimos menos creadores de contenido por lo que se exigía menos con los vídeos y era más sencillo que estos funcionasen. Ahora con el aumento de la competencia, aumenta también la demanda de la calidad.

#### **A día de hoy, ¿crees que es difícil diferenciarse y llegar a destacar en redes?**

Hacer algo único que no haga nadie sí es difícil, ahora bien, combinar otras cosas de otros creadores que te gusten para crear tu propio estilo, eso sí que es posible y es la forma que veo yo de diferenciarse. Crear desde cero hoy en día es imposible. Te puedes diferenciar del resto, añadiendo tus propios matices.

#### **¿Qué herramientas son para ti esenciales a la hora de elaborar estrategias de marketing para una marca personal?**

En cuanto a aplicaciones yo la que utilizo más y me es imprescindible es Notion, para mi estrategia de marketing y la organización. También utilizo Google Drive y Microsoft Word donde almaceno todo.

#### **¿Cómo puede ganar dinero una marca personal que, por ejemplo, crea contenido de viajes?**

Obviamente puedes generar dinero de las propias redes sociales, pero es complicado. La única viable hoy día sería YouTube o Twitch. Lo que te da Instagram o TikTok es muy poco, incluso en algunos países no está disponible.

Con el marketing de afiliados, según en qué sector estés, sí es viable pero no es rentable para mí el construir un negocio alrededor del contenido que creas y la temática que tienes. En el caso del contenido de viajes el marketing de afiliados sí sería una buena vía o guías para viajar.

## **Anexo 1: Entrevistas a expertos en redes sociales**

Creación de contenido desde la experiencia

### **RUBÉN CASSAN**

Creador y estrategia de contenido digital

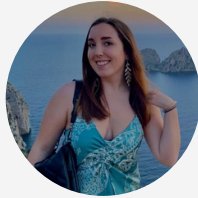
Sábado, 22 de julio (vía Instagram)

#### **Consejo que le darías a alguien que se quiere dedicar a redes sociales**

Sobre todo que no lo haga por los motivos incorrectos, que generalmente suelen ser dinero y fama ¿Por qué? Porque cuando es por algo incorrecto es más fácil que te desmotives ya que las redes sociales son un juego a largo plazo y es complicado ganar seguidores y que te vaya bien.

Son cosas que no se consiguen de la nada y es inevitable tener puntos que van a ser bajos. Cuando lo haces por las razones incorrectas es más fácil que te desmotives y caigas en esos puntos bajos, pero cuando tienes claro el propósito y para qué lo quieres, te es más fácil ser constante. Al final es entender eso, tener motivación y que te guste lo que haces.

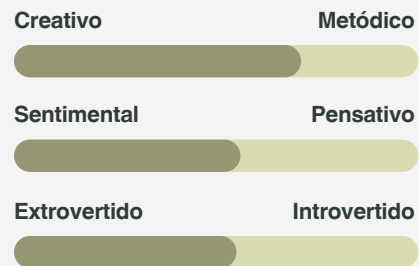
## Anexo 2: Buyer persona de @vanessaootizz



### MAR MARTÍNEZ

EDAD	22 años
SEXO	Mujer
PAÍS	España
EDUCACIÓN	Universidad
OCUPACIÓN	Estudiante
ESTADO CIVIL	Soltera

### PERSONALIDAD



### BIOGRAFÍA

Mar Martínez es una joven de 22 años que está acabando su carrera universitaria y tienes ganas de descubrir mundo. Cuando su disponibilidad se lo permite, no duda en escaparse unos días fuera de su ciudad. A la vez que estudia tiene un trabajo a media jornada que le permite hacer estas escapadas. Pese a ello no puede gastarse dinero excesivo ya que tiene que ahorrar para el futuro. No sabe exactamente qué hará acabada la carrera pero está cansada de los tiempos de ciclos de la vida que la sociedad impone.

### VISIÓN DE LA VIDA

Viajando se aleja del mundo de fiesta y alcohol de gente de su edad. Ella prefiere vivir la vida de forma distinta con planes le aporten en su crecimiento personal. Aunque ahora sea una hoja movida por el viento, a los 27 se ve con estabilidad económica y emocional.

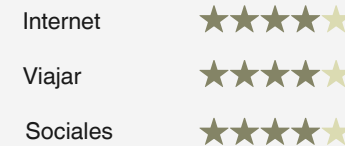
### REDES SOCIALES



### GUSTOS Y AFICIONES

Viajar  
Redes sociales  
Pasar tiempo con amigos  
Actividades multiaventura  
La naturaleza

### HABILIDAD



### PROBLEMAS TANGIBLES

- Dinero insuficiente
- No disponibilidad plena para viajar
- Desconoce fuentes de información sobre viajes

### PROBLEMAS INTANGIBLES

- Se siente infeliz al no poder permitirse lo que le gustaría
- Vida es monótona
- Dependencia a estar rodeada de su gente

### QUÉ CREE QUE MERECE

- Permitirse lo mínimo que le haga feliz
- Salir de la monotonía
- Superar miedos y volverse más independiente

### Anexo 3: Tabla del análisis de referentes en el nicho de @vanessaootizz

Objetivos de este análisis	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar los propios <b>valores</b> de la marca</li> <li>2. Identificar <b>tendencias</b></li> <li>3. Encontrar <b>inspiración</b></li> <li>4. Identificar <b>fortalezas</b> y <b>debilidades</b></li> <li>5. Identificar <b>oportunidades</b></li> <li>6. Mejorar y <b>aplicar las conclusiones</b> a la propia marca</li> </ol>	
Criterios de selección	Criterios del análisis
<ul style="list-style-type: none"> <li>- España</li> <li>- Afinidad (todos tienen algo que construye la marca)</li> <li>- Semejanza</li> <li>- Entre 18 y 30 años</li> <li>- Contenido sobre viajes</li> <li>- Cómo usan Instagram y TikTok</li> </ul>	<p><u>Cuantitativo</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuánto tiempo lleva?</li> <li>- Número de seguidores</li> <li>- Número de <i>likes</i>/reproducciones</li> <li>- Frecuencia de publicación</li> </ul> <p><u>Cualitativo</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Misión</li> <li>- Fortalezas</li> <li>- Debilidades</li> <li>- Habilidades técnicas</li> <li>- ¿Contenido distinto en las distintas redes?</li> <li>- Tono</li> <li>- ODS</li> <li>- ¿Sigue alguna estética?</li> </ul>



### **Anexo 3: Tabla del análisis de referentes en el nicho de @vanessaortizz**

Referentes seleccionados	
	1. Izhan Go
	2. Daniel Iruela
	3. Bea Carpio
	4. Megiasssss
	5. Beetraveller
	6. Enriquealex
	7. Mikelboisset
	8. Daniel Illescas

Nota:

Para el cálculo de las medias se ha cogido como muestra la media de las últimas 8 publicaciones (abril-mayo 2023)

Para los porcentajes se han analizado según los últimos meses

*Ordenados de mayor a menor influencia personal:*

### Anexo 3: Tabla del análisis de referentes en el nicho de @vanessaortizz

#### 1. Izhan Go. Vive locuras y grábalas

Análisis cuantitativo						
Redes	Nº seguidores	Fecha 1ª publicación	Media de likes	Media de reproducciones (aprox)	Frecuencia de publicación	% de fotos y vídeos que publica (últimos meses)
Instagram	249K	2012-04-16	39K	208K	1 vez a la semana (aunque en historias está activo todos los días)	90% vídeos 10 % fotos
TikTok	326,6K	2020-02-16	19,2K	286K	1 vez a la semana	-

Análisis cualitativo			
Misión	Fortalezas	Debilidades	Habilidades técnicas
<i>Storyteller y filmmaker</i> de viajes e ideas audiovisuales	Alta calidad técnica Originalidad Capacidad de transmitir Referente Inspiración Muy personal <i>Storytelling</i> Adaptación a distintas redes Reconocimiento Creativo	Poca frecuencia de publicación (prima calidad a cantidad)	Sentido de ritmo en el montaje: todos los elementos como uno Graba con cámara Tipografías manuales Animaciones en los propios vídeos Composición Voz en <i>off</i> 3 primeros segundos (capta atención)
¿Contenido distinto en las distintas redes?	Tono	ODS	Estética
Aunque la mayoría de los vídeos que hace se suben a las dos redes, hay un 15% de ellos que son propios de cada plataforma. Eso sí, funcionan en ambas porque se ajusta al tono de cada una con un mismo vídeo.	Cálido, amigable y cercano Adapta el tono según momento y contexto: uno más emocional y apasionado para transmitir importancia y relevancia en según qué momento de la historia y uno humorístico e irónico para hacer que la historia sea entretenida y memorable. Natural y auténtico Refleja su personalidad y estilo propio	Salud y bienestar Acción por el clima Vida submarina Vida de ecosistemas terrestres	Muy personal <i>Orange teal</i> Paisajes Naturaleza Equilibrio Tipografía manual Atardeceres y amaneceres

### Anexo 3: Tabla del análisis de referentes en el nicho de @vanessaortizz

#### 2. Daniel Iruela. Viajando conscientemente, creciendo continuamente

Análisis cuantitativo						
Redes	N° seguidores	Fecha 1ª publicación	Media de likes	Media de reproducciones (aprox)	Frecuencia de publicación	% de fotos y vídeos que publica (últimos meses)
Instagram	10,7K	2020-04-26	2,3K	4K	1 vez a la semana	50% fotos 50% vídeos
TikTok	263,7K	2020-02-15	49,6K	309K	1 o 2 veces por semana	-

Análisis cualitativo			
Misión	Fortalezas	Debilidades	Habilidades técnicas
Creador de contenido, fotógrafo y <i>filmmaker</i> de viajes	Alta calidad técnica Capacidad de transmitir Personal <i>Storytelling</i> Cercano	Sube muy pocas historias a Instagram En Instagram poco alcance Su contenido puede hacerse repetitivo por la sobreutilización de los mismos brutos	Sentido de ritmo en el montaje Graba con cámara Conocimiento fotográfico Voz en <i>off</i>
¿Contenido distinto en las distintas redes?	Tono	ODS	Estética
Sube los mismos vídeos a ambas redes aunque la mayoría de veces los adapta y con los mismos brutos, crea vídeos distintos. Intenta meter la fotografía en el formato vídeo	Natural y auténtico Personal Refleja su personalidad y estilo propio Buenas vibras	Acción por el clima Vida submarina Vida de ecosistemas terrestres	Recuerda a la estética de Izhan Go Orange teal Paisajes Naturaleza

### Anexo 3: Tabla del análisis de referentes en el nicho de @vanessaootizz

#### 3. Bea Carpio. Hacer sentir a través del arte

Análisis cuantitativo						
Redes	N° seguidores	Fecha 1ª publicación	Media de likes	Media de reproducciones (aprox)	Frecuencia de publicación	% de fotos y videos que publica (últimos meses)
Instagram	59,6K	2017-08-21	5,3K	51,3K	3 veces por semana (aunque activa por historias todos los días)	60% fotos 40% videos
TikTok	403,1K	2020-10-19	6K	31K	10 veces a la semana aprox (repite varios días)	-

Análisis cualitativo			
Misión	Fortalezas	Debilidades	Habilidades técnicas
Creadora de contenido sobre moda, viajes y estilo de vida	Inspiración Muy personal Originalidad Transparencia Cercana Capacidad de transmitir Referente <i>Storytelling</i> Adaptación a distintas redes Cae bien	Cantidad frente a calidad Grabar con el móvil	Montaje Composición <i>Storytelling</i>
¿Contenido distinto en las distintas redes?	Tono	ODS	Estética
En Instagram hace un contenido más serio y estético prescindiendo de hablar ella a cámara aunque en ocasiones utilice la voz en <i>off</i> . En cambio en TikTok suele hablar a cámara y hace un uso del <i>storytelling</i> . Ambas redes presentan mismas temáticas pero llevadas a cabo de forma distinta a cada red social.	Cercanía, natural y auténtica Tono más emocional y apasionado Tono humorístico e irónico Refleja su personalidad y estilo propio	Salud y bienestar Igualdad de género	TikTok: no sigue ninguna estética, videos a cámara  Instagram: publicaciones sin apenas edición, limpias donde destacan sus <i>outfits</i> y lugares

### Anexo 3: Tabla del análisis de referentes en el nicho de @vanessaortizz

#### 4. Megiasssss. Lugares increíbles muy cerca de tí

Análisis cuantitativo						
Redes	Nº seguidores	Fecha 1ª publicación	Media de likes	Media de reproducciones (aprox)	Frecuencia de publicación	% de fotos y vídeos que publica (últimos meses)
Instagram	6K	2017-09-14	500	7K	1 vez al mes	50% fotos 50% vídeos
TikTok	70K	2021-01-12	1,4K	16K	4 veces a la semana aprox	-

Análisis cualitativo			
Misión	Fortalezas	Debilidades	Habilidades técnicas
Creador de contenido sobre su día a día que descubre lugares increíbles no muy lejos de su ciudad	Muestra experiencias sencillas e increíbles Motivacional Comunicativo Capacidad de transmitir	Graba con el móvil, menos calidad Habla poco a cámara, no parece tan cercano Poca frecuencia en Instagram	Filmación y edición sencillas pero eficaces
¿Contenido distinto en las distintas redes?	Tono	ODS	Estética
Suele reciclar bastante contenido de TikTok en Instagram ya que en esa red es en la que más funciona. Mientras que en TikTok a veces habla a cámara, en Instagram no lo hace aunque muestre partes personales de su vida.	Puro y natural Tono más emocional	Salud y bienestar	No tiene una estética muy definida aunque recurre mucho a la naturaleza y a amaneceres/ atardeceres

### Anexo 3: Tabla del análisis de referentes en el nicho de @vanessaootizz

#### 5. Beetraveller. Recomendaciones y consejos de viajes

Análisis cuantitativo						
Redes	Nº seguidores	Fecha 1ª publicación	Media de likes	Media de reproducciones (aprox)	Frecuencia de publicación	% de fotos y vídeos que publica (últimos meses)
Instagram	148K	2022-01-26	1,4K	109K	4 o 5 veces a la semana	60% fotos 40% vídeos
TikTok	131K	2022-01-24	300	15K	4 o 5 veces a la semana	-

Análisis cualitativo			
Misión	Fortalezas	Debilidades	Habilidades técnicas
Cuenta creada para dar consejos y recomendaciones sobre viajes a través de contenido audiovisual	Documentación Contenido útil y de calidad Ayuda a los demás Target muy concreto Información fiable	Estética Marca de agua de TikTok en sus vídeos de Instagram No cercanía No hablar a cámara No habla desde la propia experiencia	Potente y llamativa voz en off Información muy bien comunicada
¿Contenido distinto en las distintas redes?	Tono	ODS	Estética
Restando publicaciones de Instagram que se componen de fotografías, suele reciclar vídeos de TikTok en Instagram	Educativo	Educación de calidad Ciudades y comunidades sostenibles	Bastante simple No llama la atención Tipografías muy básicas

### Anexo 3: Tabla del análisis de referentes en el nicho de @vanessaortizz

#### 6. Enriquealex. Viajando sin billete de vuelta

Análisis cuantitativo						
Redes	Nº seguidores	Fecha 1ª publicación	Media de likes	Media de reproducciones (aprox)	Frecuencia de publicación	% de fotos y vídeos que publica (últimos meses)
Instagram	267K	2012-05-10	27,8K	438K	1 vez a la semana	80% vídeos 20% fotos
TikTok	181K	2020-09-23	88K	560K	1 vez a la semana	-

Análisis cualitativo			
Misión	Fortalezas	Debilidades	Habilidades técnicas
Viajar y transmitir sus vivencias dando la vuelta al mundo.	Buen comunicador Adapta a todas las redes (haciendo contenidos más cortos o más largos) Cercano Buena voz Amigable LGTBfriendly Creativo Honesto Transparente	Necesita mucho tiempo Poca constancia Calidad frente a cantidad	Sentido de ritmo en el montaje Graba con cámara Composición Voz en off 3 primeros segundos (capta atención) Mucha calidad técnica Buen uso del sonido
¿Contenido distinto en las distintas redes?	Tono	ODS	Estética
El debutó en YouTube pero por el boom de redes como Instagram y TikTok no ha dejado su plataforma base de lado. Algo a destacar es su gran adaptación y adecuación de su contenido a cada una de estas redes. Se ha sabido sumar a la ola sin perder su esencia y cultivando más aún su creatividad.	Cercanía, natural y auténtico Tono emocional y apasionado Tono humorístico e irónico Refleja su personalidad y estilo propio	Acción por el clima Vida de ecosistemas terrestres Reducción de las desigualdades Ciudades y comunidades sostenibles Producción y consumo responsables	Orange teal Contrastes Naturaleza y el

### Anexo 3: Tabla del análisis de referentes en el nicho de @vanessaootizz

#### 7. Mikelboisset. Conectando con la naturaleza

Análisis cuantitativo						
Redes	Nº seguidores	Fecha 1ª publicación	Media de likes	Media de reproducciones (aprox)	Frecuencia de publicación	% de fotos y vídeos que publica (últimos meses)
Instagram	275K	2013-03-13	16,4K	1,4M	3 veces al mes	70% fotos 30 % vídeos
TikTok	1,2M	2019-10-24	941K	5,3M	2 veces al mes	-

Análisis cualitativo			
Misión	Fortalezas	Debilidades	Habilidades técnicas
<i>Influencer de viajes y lifestyle</i>	Estilo de vida Calidad Paisajes Inspiración Estilo a seguir Buenas vibras	No habla a cámara ni usa la voz en <i>off</i> Poco cercano Hace que su vida luzca inalcanzable Superficial	Sentido de ritmo en el montaje Graba con cámara Conocimiento fotográfico
¿Contenido distinto en las distintas redes?	Tono	ODS	Estética
Usa el mismo contenido tanto en Instagram como en TikTok aunque en Instagram no suele poner tipografía en sus vídeos y en TikTok si.	Muy estético Da paz y tranquilidad Amistades + naturaleza	Acción por el clima Vida submarina Vida de ecosistemas terrestres	Naturaleza Paisajes <i>Orange teal</i> Contrastes



### Anexo 3: Tabla del análisis de referentes en el nicho de @vanessaootizz

#### 8. Daniel Illescas. La vida es una aventura

Análisis cuantitativo						
Redes	N° seguidores	Fecha 1ª publicación	Media de likes	Media de reproducciones (aprox)	Frecuencia de publicación	% de fotos y vídeos que publica (últimos meses)
Instagram	1M	2012-02-12	11K	175K	5 veces por semana (no usa tanto las historias, solo para destacar viajes)	80% vídeos 20% fotos
TikTok	1,1M	2020-01-08	3,5K	48K	5 veces por semana	-

Análisis cualitativo			
Misión	Fortalezas	Debilidades	Habilidades técnicas
Modelo y creador de contenido sobre viajes	Estilo de vida Calidad Conecta con la naturaleza Inspiración Estilo a seguir Buenas vibras Mucha frecuencia de publicación	No es tan cercano con su público	Sentido de ritmo en el montaje Buenas transiciones Graba con cámara Conocimiento fotográfico
¿Contenido distinto en las distintas redes?	Tono	ODS	Estética
En ambas sube los mismos vídeos pero en TikTok sube vídeos extra donde habla a cámara. De esta forma vemos como usa el mismo contenido pero adecuándose a una de las redes.	Muy estético Da paz y tranquilidad	Acción por el clima Vida submarina Vida de ecosistemas terrestres	Naturaleza Paisajes Orange teal Contrastes

#### **Anexo 4: Ficha para hacer el guion de un vídeo**

Antes de hacer el guion hay que plantearse los siguientes aspectos:

- ¿Qué se quiere conseguir con el vídeo? (1 línea)
- Idea (1 línea)
- Convencer a través de premisas y argumentos (4 líneas)

Cuando ya se tiene esto claro se elabora el guion del vídeo:

1. Frase gancho (1 línea)
2. Historia (7-10 líneas)
3. Moraleja (4 líneas)
4. CTA (2 líneas)

## Anexo 5: Ejemplo de adecuación a redes sociales

### MENSAJE

Voy a hacer voluntariados por el mundo a partir de septiembre



### ADECUACIÓN A REDES SOCIALES

¿Acabas la carrera y necesitas un respiro? (1)  
¿Quieres crecer personalmente y volverte más independiente? (2)  
Haz como yo y vete a hacer voluntariados por el mundo. (3)  
El próximo septiembre, al entregar mi TFG  
empezaré mi aventura. (4)  
¿Quieres acompañarme?  
Sígueme para no perderte nada (5)

### ANÁLISIS DE LA PROPUESTA

**(1):** Lanzamos problema tangible (acabar la carrera) de forma intangible (entendiendo que el público objetivo necesite tiempo para saber qué hacer con su vida). Al hacerlo en forma de pregunta, resulta más llamativo y anima a seguir viendo el vídeo para saber cómo puede solucionar el problema y que el consumidor se pregunte: ¿Qué puedo hacer?

**(2):** Detrás de la meta real hay una emoción y exponer primero las metas emociones antes que la meta real tiene una mayor capacidad persuasiva.

**(3):** Se le da una solución clara y precisa de lo que alguien ya va a hacer, en este caso @vanessaoortizz, lo que aparte de mostrar cercanía al abrirse por contar un aspecto de su vida, sirve de referencia y no necesariamente tienen que ser ellos quienes lo prueben primero. A estas alturas, el consumidor se pregunta el ¿Cómo puedo hacerlo?

**(4):** Se explica cuándo se empezará a hacer voluntariados.

**(5):** Con estas dos últimas frases se invita a seguir a la cuenta ya que hay una pregunta a la que no hemos respondido y es al cómo puedo empezar a hacer voluntariados. Quizás si sigues a la cuenta podrás descubrirlo de la mano del *storytelling* y la propia experiencia.

## **Anexo 6: Ganchos en los vídeos**

**Resumen hecho a raíz de Heras (2023)**

### **Gancho cotilla**

Utilizar elementos o personas que formen parte de la vida de la audiencia. Ejemplo: «Plex ha hecho...»

### **Gancho hoyo**

Crear una curiosidad en el espectador con una frase. Ejemplo: «Lo que me pasó no tiene ningún sentido»

### **Gancho fórmula**

Generar una pregunta o afirmación que resuelva un problema o meta. Ejemplo: «Cómo dormir en Ibiza gratis...»

### **Gancho negativo**

Hablar de errores enfocado de forma positiva. Ejemplo: «No creces en redes sociales porque...»

### **Gancho conexiones discordantes**

Unir dos cosas que no tienen nada que ver. Ejemplo: «Por qué ir a comprar e ir a la discoteca es lo mismo»

### **Gancho había una vez**

Comenzar con una historia. Ejemplo: «Cuando tenía 10 años...»

### **Gancho pregunta inducida**

Hacer preguntas donde ya haya una intención de respuesta. Ejemplo: «Entonces, comprar vuelos un finde no, ¿no?»

### **Gancho sorpresa**

Frase que asuste o llame la atención. Ejemplo: «¡No vas a creerte esto!»

## **Anexo 6: Ganchos en los vídeos**

**Resumen hecho a raíz de Heras (2023)**

### **Gancho regla de tres**

Un vídeo con tres consejos o pasos. Ejemplo: «Tres lugares que no puedes perderte en Gran Canaria»

### **Gancho frase célebre**

Apalancarnos a la autoridad de personas reconocidas. Ejemplo: «Como dijo Anuel...»

### **Gancho regla del dos**

Crear curiosidad contando dos cosas distintas. Ejemplo: «Tengo una buena y una mala noticia»

### **Gancho contracorriente**

Di lo contrario de algo que todo el mundo piensa que es así. Ejemplo: «Los feos ligan más que los guapos»

### **Gancho accionador**

Cuando quieras explicar que una acción puede llegar a algo que quiere el espectador. Ejemplo: «Haz esto si quieres viajar por el mundo gratis»

### **Gancho enemigo común**

A las personas les encanta escuchar que todo es culpa de otros. Ejemplo: «Estás malgastando tu dinero porque no usas la navegación privada»

### **Gancho reto**

Crear una prueba. Ejemplo: «Sólo el 10 % de las personas hace esto a la hora de reservar un alojamiento»

## **Anexo 7: Proceso de generación de contenido de viajes propios**

### **Generar contenido de viajes propios**

Este tipo de contenido se genera a raíz de los viajes, durante o después de los mismos, dependiendo de la red en la que nos encontremos. Las fases en las que se divide son las siguientes:

#### **Prevviaje**

##### **Elección del destino**

A no ser que se tenga un destino muy claro, hay que elegirlo. ¿Y en qué nos basamos para hacerlo? En gustos personales, la época del año y el precio.

Se realiza una previa tarea de documentación de posibles lugares de los cuales más tarde se investigarán los precios. Definir un presupuesto total es imprescindible. Cuando el presupuesto queda cerrado, ya se puede elegir el destino de una manera más orientada, indagando precios en vuelos y hoteles, viendo si se ajustan a lo que buscamos.

##### **Documentación del destino**

Una vez escogido pasamos a hacer una investigación más profunda del destino que nos ayudará en la elaboración de un itinerario del viaje y en la primera lluvia de ideas con la que tendremos una previsión de contenidos.

#### **Durante el viaje**

Mientras se realiza el viaje se recopilan todos los brutos y se comparte contenido con una edición simple vía historias de Instagram.

## **Anexo 7: Proceso de generación de contenido de viajes propios**

### **Post viaje**

Finalizado el viaje se lleva a cabo un visionado general de los brutos. Después de este visionado ya se hace otro con más detenimiento donde se guionizan vídeos y se adaptan según a la red para la que vayan dirigidos. Habrá contenido que sirva para ambas con pequeñas modificaciones y otro donde esté claro para qué plataforma va.

Acabado esto se organiza una previsión de publicaciones en ambas redes y se realiza un horario interno para editar dicho contenido. En cuanto a Instagram se tiene en cuenta la estética del *feed* por lo que haremos una previsión de posible organización del contenido.

Acabado esto se calendariza el contenido para ambas redes.

### Anexo 8: Ejemplo de organización de un viaje: Canarias

**ITINERARIO GRAN CANARIA (18-03-2023/ 21-03-2023)**

Este documento presenta el desglose de todo el viaje a Gran Canaria teniendo en cuenta factores económicos y la brevedad de días que tenemos para ver la isla.

Viajamos 4 días aunque de esos 4 son sólo 2 los que realmente nos van a permitir ver más sitios. La necesidad de alquilar un coche (ya que en transporte público hay zonas a las que no podemos acceder) ha hecho que barajamos la idea de pasar una de las noches en el mismo, así ahorraremos algo de dinero que gastaremos en gasolina a la vez de no desviarnos de nuestra ruta.





Hay muchos sitios que queremos ver por lo que era necesario hacer una ruta, teniendo en cuenta los sitios de interés y las distancias entre cada uno de ellos.









Ruta diseñada y adaptada a nuestras necesidades





## Anexo 8: Ejemplo de organización de un viaje: Canarias

Gran Canaria			
Sábado (18-03-23)	Domingo (19-03-23)	Lunes (20-03-23)	Martes (21-03-23)
Mañana			
<p><b>10:00</b> Coger bus Playa Gandía- Gandía</p> <p><b>11:00</b> Coger tren Gandía- Valencia Nord</p> <p><b>12:00</b> Llegada a Valencia, pasar por el Mercadona de al lado de la estación del norte y pillar comida</p> <p><b>12:30</b> Metro de Xàtiva al Aeropuerto (11 paradas)</p> <p><b>13:00</b> Llegada aeropuerto, pasar el control y comer</p>	<p> <b>Catedral Vegueta</b> Antes de emprender el viaje en coche, ir a ver la <b>catedral vegueta</b> (a 11 minutos andando del alojamiento), podemos comprar algo de desayuno por ahí.</p> <p>Cogemos el coche y empezamos nuestra ruta.</p> <p> <b>Arucas</b> Primero nos dirigimos a Arucas, conocida como la ciudad de las flores, con el patrimonio histórico-artístico más importante de la isla gracias en parte a la iglesia de Juan Bautista y la famosa fábrica de ron Arehucas. Su casco antiguo está repleto de coloridas casas de estilo colonial, que transportan a épocas pasadas.</p>	<p> <b>Mirador del balcón</b> Aún de noche, cogeremos el coche e iremos a ver el amanecer al Mirador del balcón, un mirador que está sobre un acantilado que cae en vertical hasta el océano Atlántico. Desde allí se distingue perfectamente 'la cola de dragón', una pared de acantilados costeros con cumbres en zigzag. Volviendo la vista hacia el interior de la isla, se ve el barranco de La Arena y el ancho y verde valle de La Aldea de San Nicolás.</p> <p> <b>Agaete charco azul</b> Después de desayunar en el Mirador del balcón, subiremos unos minutos en coche para ver Agaete y sus charcos donde podremos pegarnos un baño de buena mañana. Se trata de una poza natural entre riscos regada por una cascada durante gran parte del año. El Charco Azul recoge las aguas brotadas de las montañas de Tirma y Tamadaba antes de seguir su curso hacia el Atlántico.</p>	<p>Madrugamos y desayunamos por ahí (podemos pillar algo para la comida).</p> <p><b>10:00</b> Llegada al aeropuerto y entregar el coche.</p> <p><b>13:15</b> Pasar control y volar.</p> <p><b>17:45/ 18:00</b> Coger el metro Coger un tren Valencia Nord- Gandía</p>

## Anexo 8: Ejemplo de organización de un viaje: Canarias

Tarde			
<p><b>15:45</b> Vuelo Valencia- Gran Canaria</p> <p><b>17:50</b> Llegada a Gran Canaria. Recogemos el coche (pueden tardar en dárnoslo, contar con eso)</p> <p><b>19:30</b>  <b>Playa de Tufia</b> Hora aproximada de salida del aeropuerto y de camino al alojamiento pasar por la Playa de la Tufia, a 8 minutos del aeropuerto. Ver allí el atardecer y hacer fotos.</p>	<p> <b>Teror</b> Después de pasar la mañana viendo Arucas, ir hacia Teror, uno de los pueblos más bonitos de Gran Canaria donde podemos ver la <b>basílica de la virgen del pino</b> y, al ser domingo y día de misa, habrá más gente así que puede ser difícil aparcar. Los domingos también hacen el <b>mercadillo de Teror</b> en la plaza de la basílica y en sus alrededores. En él hay comida local, flores, rosarios y productos religiosos, ropa, entre otros. El producto estrella es el <b>chorizo de Teror</b> y los <b>quesos de Gran Canaria</b>. Es muy típico comerse un <b>bocadillo de chorizo con queso</b> y un <b>clipper de fresa</b>. El clipper de fresa es un refresco local.</p> <p> <b>Tejeda</b> A media tarde nos dirigiremos a Tejeda, otro de los pueblos más bonitos de la isla donde daremos una vuelta por su casco antiguo e iremos a probar sus famosas palmeras de muchos sabores a la dulcería Nublo, fundada en 1946 y especializada en elaborar dulces con <b>almendras de Tejeda</b>. Antes de irnos de aquí iremos a un supermercado a pillar algo de cena y desayuno para el día siguiente.</p>	<p> <b>Puerto Mogán</b> Cuando nos cansemos iremos hacia el Puerto de Mogán, la Venecia de Canarias. Daremos una vuelta por el barrio marinero que está plagado de casas blancas y muchas flores. Comeremos por allí tempranito para ir a nuestro siguiente destino: Las Dunas Maspalomas.</p> <p> <b>Dunas Maspalomas</b> Las dunas Maspalomas es un espacio natural único en las Islas Canarias por su belleza y la variedad de ecosistemas que alberga. Sus 400 hectáreas engloban una excelente playa, un campo de dunas vivas de arena orgánica, un bosque de palmeras y una laguna salobre. Sitio imprescindible para fotos.</p> <p> <b>Playa de Vargas</b></p>	

## Anexo 8: Ejemplo de organización de un viaje: Canarias

Noche			
<p><b>21:00/21:30</b></p> <p>Ir hacia el alojamiento y hacer el check-in. Cuando acabemos nos aseamos, nos ponemos guapos y salimos a cenar algo por la ciudad y tomar algún cóctel.</p>	<p> <b>Roque nublo</b></p> <p>En Tejeda se encuentra Roque Nublo, donde aparcaremos y subiremos a cenar mientras vemos el atardecer. Bajaremos y dormiremos en el coche en alguna zona que veamos.</p>	<p> <b>Barranco de las vacas</b></p> <p>Ver el atardecer en el Barranco de las vacas</p> <p><i>Cómo llegar al Barranco de Las Vacas en Gran Canaria</i></p> <p>El Barranco de Las Vacas se encuentra en el municipio de Agüimes, pero la gente lo confunde con Las Tobas de Colores que te mostramos en estas fotos. Si lo que realmente quieres visitar es este espectacular cañón geológico, este se encuentra en el barranco de Barafonso. Si quieres llegar en coche a las Tobas, deberás introducir en Google maps "Tobas de colores del Barranco de Las Vacas" o "camino para bajar a Las Tobas de Colores".</p> <p><b>21:00/21:30</b></p> <p>Ir hacia el alojamiento y hacer el check-in. Hacer el check-in del alojamiento, dejar las cosas y pillar algo de cena. Ducharnos, hacer el check-in de los vuelos, cargar móviles y descansar.</p>	

### Anexo 8: Ejemplo de organización de un viaje: Canarias

PREVISIÓN DE GASTOS		
GASTOS	AMBOS	INDIVIDUAL
Alojamiento	1º: 39 € 2º: 53 € Total: 92 € 64,80 €	1º: 19,5 € 2º: 26,5 € Total: 46 €
Coche	52,27 €	104,55 €
Vuelos	54,49 €	108,98 €
Metro valencia	6 €	3 €
Gasolina	30 €	15 € aprox
Comida	70 €	35 € aprox
Souvenirs	20 €	10 € aprox
Total	297,56 €	148,78 €

## Anexo 8: Ejemplo de organización de un viaje: Canarias

### Información relevante

#### Alojamiento 1

##### Ubicación

103 Calle Triana Etage 2, 35002 Las Palmas de Gran Canaria, España

[https://www.google.es/maps/dir/Aeropuerto+de+Gran+Canaria+\(LPA\),+GC-1,+Las+Palmas+de+Gran+Canaria/Calle+Triana,+103,+35002+Las+Palmas+de+Gran+Canaria,+Las+Palmas/@28.0199221,-15.4838589,12z/data=!3m1!4m14!4m13!1m5!1m1!1s0xc40a266c3662d1d:0x824bcf7e159f85d4!2m2!1d-15.3874042!2d27.9289223!1m5!1m1!1s0xc4095853f4983cb:0x630f3a2ce8131fbc!2m2!1d-15.4174015!2d28.1078406!3e0?hl=es](https://www.google.es/maps/dir/Aeropuerto+de+Gran+Canaria+(LPA),+GC-1,+Las+Palmas+de+Gran+Canaria/Calle+Triana,+103,+35002+Las+Palmas+de+Gran+Canaria,+Las+Palmas/@28.0199221,-15.4838589,12z/data=!3m1!4m14!4m13!1m5!1m1!1s0xc40a266c3662d1d:0x824bcf7e159f85d4!2m2!1d-15.3874042!2d27.9289223!1m5!1m1!1s0xc4095853f4983cb:0x630f3a2ce8131fbc!2m2!1d-15.4174015!2d28.1078406!3e0?hl=es)

(cómo llegar desde el aeropuerto)

**Doña Rose Coliving** **Genius**

**Número de confirmación** 2953.282.345

**Código PIN** 9758

**Datos de la reserva** 2 noches, 1 opción seleccionada [Añadir espacio para más personas](#)

**Reservaste para** 2 adultos

**Entrada** sábado, 18 de marzo de 2023 (de 15:00 a 22:00)

**Salida** lunes, 20 de marzo de 2023 (de 11:00 a 12:00)

Outlook/iCal Calendario de Google

1 unidad

7% IVA

**Precio**  
(para 2 personas)

€ 60,66

€ 4,24

**€ 64,80**

**Contacta con el alojamiento**  
El alojamiento suele ser el mejor sitio para plantear la mayoría de tus preguntas

**Envía un e-mail al alojamiento**  
Envía un mensaje al alojamiento y te responderán lo antes posible  
[Enviar e-mail](#)

**Llama al alojamiento**  
+34 682 48 27 69

#### Alojamiento 2

##### Ubicación

<https://www.google.es/maps/place/VV+SARAH'S+ROOM+3/@27.9087617,-15.3906158,17z/data=!4m14!1m2!2m1!1s%092+Calle+Periodista+Jorde+35240+Playa+del+Burrero+España!3m10!1s0xc40a216afd476ff:0x725b6f434a082ef!5m3!1s2023-04-09!4m1!1i2!8m2!3d27.9091467!4d-15.3886731!15sCjgylENhbGxIFBicmlvZGlzdGEgSm9yZGUgMzUyNDAgUGxheWEgZGVsIEJ1cnJlcm8gRXNwYcOxYZIBEWJlZlZ9hbmRlYnJlYWtmYXN04AE!16s%2Fg%2F11jt3w537y?hl=es>

**Sarahs Kite Vivienda Vacacional en Playa del Burrero** **Genius**

**Número de confirmación** 3973.473.255

**Código PIN** 4160

**Datos de la reserva** 1 noche, 1 apartamento

**Reservaste para** 2 adultos

**Entrada** lunes, 20 de marzo de 2023 (desde las 15:00)

**Salida** martes, 21 de marzo de 2023 (hasta las 11:00)

**Dirección**  
2 Calle Periodista Jorde  
35240 Playa del Burrero  
España

**Cómo acceder al alojamiento**  
Puedes llamar al alojamiento: 600780317  
[Ver más info](#)

**Teléfono**  
+34 600 78 03 17

**Coordenadas GPS**  
N 027° 54.549, W 15° 23.320  
[Mostrar itinerario](#)

36

## Anexo 8: Ejemplo de organización de un viaje: Canarias

### Previsión del tiempo



### Mapa político



### Necesidades básicas

- Bikini/ bañador
- Calzado cómodo (vamos a ir por pueblos y también por playas)
- Toallas
- Cargadores portátiles
- Cargador coche
- Manos libres gps
- Dinero en efectivo
- ...

### Platos típicos

- Potaje de berros
- Potaje de cilantro
- Cochino negro canario
- Papas arrugadas con mojo
- Gofio escaldado
- Queso asado con mojo
- Puchero canario
- Caldo millo
- Garbanzas compuestas
- Sancocho de cherne
- Vieja
- Churros de pescado
- Morena frita
- Atún en adobo
- Tollos
- Lapas
- Ropa vieja
- Pata asada
- Conejo en salmorejo
- Carajacas
- Carne de cabra
- Mojo rojo y mojo verde

### Postres

- Bienmesabe canario
- Frangollo

## Anexo 9: Ejemplo práctico de plan de contenidos: Alemania

### TIKTOK

#### Storytime

- Pasando la noche en el aeropuerto
- Reencuentro con Adri
- Encontramos unos patines en la calle

#### Humor

- Adri y yo hablando en otro idioma
- House Tour
- Vídeo puente imitación del meme
- "The milk"
- Shinchán

#### Informativo o de ayuda

- 4 días en Alemania por 185 euros
- Catedral de Colonia
- Puente de los candados
- ¿De dónde viene el Kebab?
- Probando las salchichas
- Probando un pincho de fresas con chocolate
- Probando patata con compota de manzana
- Rollito de canela
- Vino caliente
- Latas de cubata
- 4 outfits en Alemania

#### Resumen viaje

### INSTAGRAM

#### Historias

- Maleta
- ¿A dónde voy?
- Pasaporte
- Fotos y vídeos durante el viaje
- Resubir reels y publicaciones

#### Reels

##### Storytime

- Pasando la noche en el aeropuerto
- Reencuentro con Adri
- Encontramos unos patines en la calle

##### Humor

- Adri y yo hablando en otro idioma
- House Tour
- Vídeo puente imitación del meme
- "The milk"
- Shinchán

#### Informativo o de ayuda

- 4 días en Alemania por 185 euros
- Catedral de Colonia
- Puente de los candados
- Pompas
- Música en Neumark
- Jardín botánico y floral
- ¿De dónde viene el kebab?
- Probando las salchichas
- Probando un pincho de fresas con chocolate
- Probando patata con compota de manzana
- Rollito de canela
- Vino caliente
- Latas de cubata
- 4 outfits en Alemania

#### Resumen viaje

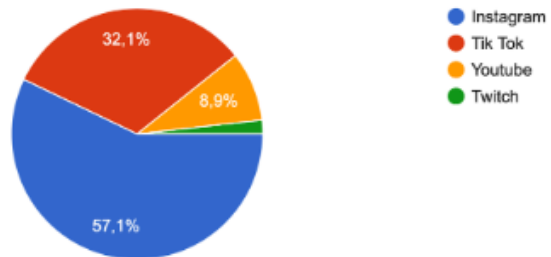
#### Publicaciones

- Fotos y vídeos

## Anexo 10: Cuestionario sobre @vanessaoortizz

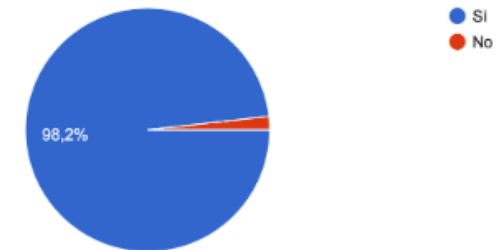
¿En qué plataformas sueles consumir más contenido?

56 respuestas



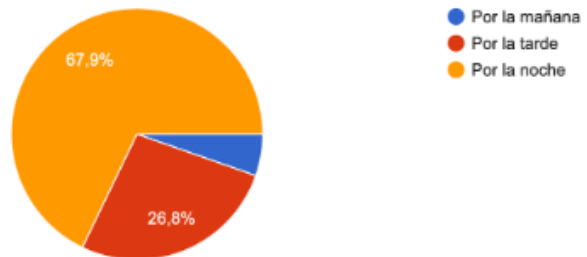
¿Conoces vanessaoortizz?

56 respuestas



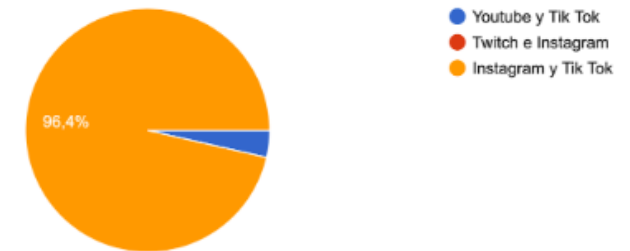
¿En qué momento del día consumes más?

56 respuestas



¿Qué redes sociales usa para subir contenido?

56 respuestas

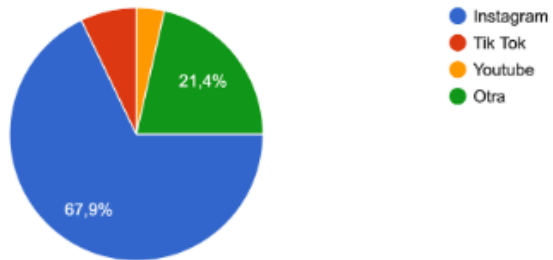




## Anexo 10: Cuestionario sobre @vanessaootizz

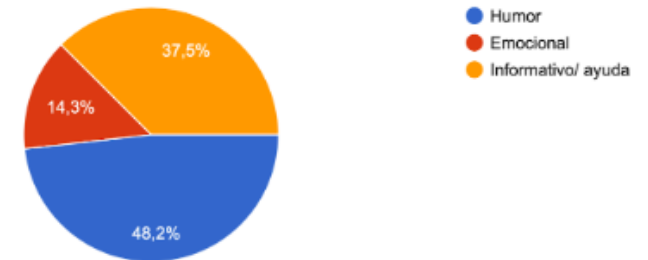
¿Por qué red social la conociste?

56 respuestas



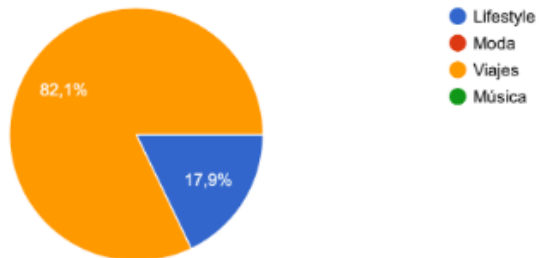
¿Qué tono de contenido te gusta más?

56 respuestas



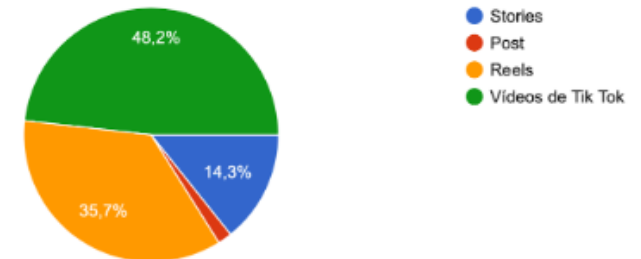
¿Cuál dirías que es su temática?

56 respuestas



Tipo de contenido favorito

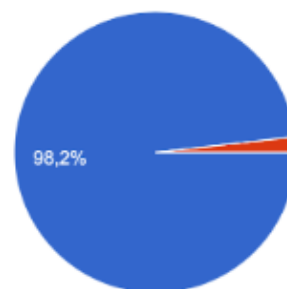
56 respuestas



## Anexo 10: Cuestionario sobre @vanessaootizz

¿Te parece cercana y personal?

56 respuestas



● Si  
● No

## Anexo 10: Cuestionario sobre @vanessaootizz

¿Qué contenido te gustaría ver que aún no ha creado?

56 respuestas

.
Top destinos
Algún viaje haciendo un voluntariado
Que llevas en tu maleta
Bailes
Outfits
Viajes de lujo
rutinas gym
Directos (?)
paraodias
Get ready with me
Probando comida
Comida en cada país/ciudad (gastronomía)
Viaje a un sitio sorpresa.
Contenido preparando los viajes, hacer las maletas con los outfits
Entrevistas a desconocidos en los viajes
Probando comidas
Crea todo lo que se propone
Guías de restaurantes, detrás de las cámaras de los videos de viaje

trendss de tik tokk
El detrás de las cámaras
comida
Entrevistas!!
consejos
no se algo como diario de lo que sea
me gusta el actual
Resubidas de actividades multiaventura
Cocina
Tips maleta
Podrias volver con los haul de shein o la ropa de mercadillo que eran videos muy chulis
Humor
Algún video de youtube
Hablar más claro de los precios en su feed, primer impacto.
quizá la previa al viaje más definida y tips de eso
Arte de temas sexuales
Explorando los sitios que visita rollo vlog
Un día a día suyo.
Gastronomia
Ver cómo es una semana con ella ya que cada día es diferente y estaría bien ver un video de "una semana conmigo"
Humor, podcast jijj (reto grande ese)
paracaidismo
información sobre voluntariados, storytimes, lives
Rutas para visitar lugares

## Anexo 10: Cuestionario sobre @vanessaootizz

¿Tiene algún factor diferencial? ¿Cuál o cuáles?

56 respuestas

-
Naturalidad
Tiene alma y mucha personalidad
Muy personal
Cercanía
Es la caña de España
La cercanía con la que hace las cosas
Cercano
el empeño que me pone
el hecho de hablar de la superación de los miedos (aka el accidente de coche)
No soy tan conocedor de su contenido, pero me gusta su nombre de perfil. Muchas s, muchas o, muchas z. Cordiales saludos.
El humor en sus vídeos y que es muy cercana
Los montajes, la naturalidad y el humor
mete humor en contenido informativo
Qué es la mejor
Se ve cercana
La forma de crear contenidos, esa mezcla de humor y emoción hace que sus vídeos sean únicos, mezclándolo con la estética vintage.
Lo bonito que queda todo lo que hace, como resume tanto en tan pocos segundos y lo que engancha al contenido
Que haya partes engancha más
Puede aprovechar su acento murciano
Contagia felicidad
El estilo, es indudable ver una foto o vídeo suyo y no asociarlo a ella

Su simpatía y organización
Que muestra la realidad, no solo lo bonito
La dinámica de los vídeos
la forma en la que explica las cosas, su voz de fondo que pone en algunos vídeos
personalidad
Muy natural
es muy cercana y le gusta estar en contacto con sus seguidores
tu carisma julio
Que me mezcla los viajes que realiza con el humor
Que es una persona muy echada para alante a documentar su vida y puede irle guay
Naturalidad
La estética de los vídeos
La nueva Belén Esteban
Creo que utiliza una tipografía y un estilo d vídeos que le hace reconocible, pero hoy en día hay mucha gente creando un contenido similar
Su manera de editar
ediciones
aii, su autenticidad, su carisma
Su manera natural de aproximarse al contenido y la edición profesional de los vídeos.
Si, el hecho de cercanía q desprende la cuenta
La naturalidad
Si!, crea contenido cercano y útil
su autenticidad, la forma de ser de vanessa y como se expresa
Es ella misma
Es una persona muy cercana rápidamente
Manera de comunicar pasión en lo que dice y en la forma en que lo dice.
la edición de vídeo, como enganchar al espectador y aprovechar un vídeo simple en algo más grande

## Anexo 10: Cuestionario sobre @vanessaoortizz

Define a @vanessaoortizz en 3 palabras

56 respuestas

Emocional, graciosa y cercana

Cercana, pasional y creativa

Extrovertida, divertida y entretenida

Emotiva, aventurera, extrovertida

Aventurera transparente cálida

graciosa, imparable y sentimental

carismática, fuerte, patosa

Natural, trabajadora, sociable

Trabajadora, buena amiga, aventurera

divertida, entretenida y espontánea

intensidad, autoestima, superficial (no por nada, si no porque siento que no dejas conocerte en redes y no se logra empatizar contigo)

innovadora, atrevida, fresca

Risueña, alegre y disfrutona

Humilde, dedicada, ambiciosa

Alegre, independiente y fuerte

Espontánea, inteligente y resolutiva.

## Anexo 10: Cuestionario sobre @vanessaoortizz

Trabajadora, risueña , sensible
Escorpiana, espontánea y elocuente
Abierta, creativa y feliz
Activa, emocional y muy amiga
Buena, ambiciosa, trabajadora
J'ampelle Barbara
Natural, gracioso y risueña
creativa, cercana y constante
Espontánea, cercana y aventurera
Risueña, autoexigente, constante
Alegre, divertida y entusiasta
alegre simpática aventurera
Graciosa Transparente Curranta
fuerte, empoderada y cercana
Emocional, natural y sociable
Divertida, viajera y cercana
Única, alegre y energética
Única, original, creativa
Valiente, constante, divertida
Alegre, Valiente, Todoterreno
energía humor transparente

## **Anexo 10: Cuestionario sobre @vanessaoortizz**

Notable, sensible, graciosa
Emotiva, empática y valiente.
Simpática, valiente, desenvuelta
Espontánea, trabajadora, alocada
Alegre, creativa, aventurera
paz, sensibilidad, arte
valiente, fresca y inspiradora
Auténtica, empática y profesional

## **Anexo 11: Acciones en Instagram**

### **A corto- medio plazo**

#### Acciones generales

- Establecimiento de objetivos
- Rebranding y optimización del perfil
- Desarrollo de una estética de marca
- Publicación de contenido de calidad regularmente
- Interactuar con referentes u otras cuentas relacionadas
- Crear un calendario de publicaciones para mantener una estrategia coherente
- Utilizar Instagram *Insights* para analizar el rendimiento de tus publicaciones
- Relacionar los viajes con el propio estilo de vida

#### Acciones según la herramienta

##### **Herramienta Historias**

- Uso de la herramienta Historias
- Creación de historias destacadas útiles
- Reaccionar a historias de gente de interés
- Contestar a historias de gente de interés
- Realización de encuestas en Historias
- Compartir reseñas de productos o servicios en Historias
- Compartir imágenes y videos inspiradores en Historias



## **Anexo 11: Acciones en Instagram**

- Compartir tutoriales o consejos relacionados con el nicho
- Publicar contenido con temáticas de temporada o festividades
- Utilizar emoticonos
- Compartir eventos o actividades de la marca en Historias
- Utilizar la función de preguntas en Historias para interactuar con los seguidores
- Compartir contenido divertido o humorístico
- Publicar imágenes o videos de paisajes o lugares
- Publicar contenido detrás de cámaras para humanizar la marca
- Compartir memes o contenido viral
- Potenciar que a través de esta red, los seguidores vayan a TikTok

### **Herramienta *Reels***

- Uso de la herramienta *Reels*
- Utilización de hashtags relevantes en los *Reels*
- Responder a comentarios y darles me gusta
- Compartir tutoriales o consejos relacionados con el nicho
- Publicar contenido con temáticas de temporada o festividades
- Crear contenido que despierte emociones o sentimientos en los usuarios
- Utilizar emojis en tus publicaciones y comentarios
- Publicar imágenes o videos de paisajes o lugares

## **Anexo 11: Acciones en Instagram**

### **Herramienta Publicaciones**

- Uso de la herramienta publicaciones de Instagram
- Utilización de hashtags relevantes en las publicaciones
- Responder a comentarios y darles me gusta
- Publicar contenido con temáticas de temporada o festividades
- Utilizar emojis en tus publicaciones y comentarios
- Publicar imágenes o videos de paisajes o lugares

### **Herramienta Mensaje Directo**

- Utilizar mensajes directos para hablar con gente de interés
- Responder a mensajes directos

## **Anexo 11: Acciones en Instagram**

### **Acciones a medio- largo plazo**

- Buscar financiación
- Utilización de Instagram Live para realizar transmisiones en directo
- Colaboración con *influencers* o creadores de contenido
- Organizar sorteos o concursos
- Ofrecer descuentos exclusivos para seguidores de Instagram
- Crear contenido en colaboración con otras marcas
- Realizar publicaciones patrocinadas con Instagram Ads
- Realizar publicaciones promocionando productos o servicios
- Realizar publicaciones promocionando un nuevo lanzamiento o producto
- Compartir contenido sobre la historia o trayectoria de la marca
- Utilizar Instagram Shopping para etiquetar productos en publicaciones
- Compartir contenido sobre la responsabilidad social de la marca
- Utilizar Instagram para compartir noticias relevantes sobre el nicho

Anexo 12: Calendarización contenido Instagram julio 2023

INSTAGRAM JULIO 2023

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
26	27	28	29	30	01 3 historias	02 Reel + Historia
03 Carrusel + Historia	04 3 historias	05 Reel + Historia	06 3 historias	07 Carrusel + Historia	08 3 historias	09 Reel + Historia
10 Carrusel + Historia	11 3 historias	12 Reel + Historia	13 3 historias	14 Carrusel + Historia	15 3 historias	16 Reel + Historia
17 Carrusel + Historia	18 3 historias	19 Reel + Historia	20 3 historias	21 Carrusel + Historia	22 3 historias	23 Reel + Historia
24 Carrusel + Historia	25 3 historias	26 Reel + Historia	27 3 historias	28 Carrusel + Historia	29 3 historias	30 Reel + Historia
31 Carrusel + Historia	01	02	03	04	05	06

### **Anexo 13: Acciones en TikTok**

- *Vlogs* de viajes
- Crear un video tutorial sobre cómo utilizar un producto o servicio
- Compartir gastronomía típica de un lugar
- Realizar una parodia de un video viral
- Hacer un vídeo sobre curiosidades o datos interesantes sobre un tema específico
- Realizar un video de preguntas y respuestas
- Hacer un video del detrás de cámaras
- Hacer una reseña de productos o servicios
- Compartir consejos y trucos de viaje
- Compartir una historia personal o inspiradora
- Realizar un video de recomendaciones de lugares donde viajar
- Realizar un video de retos o desafíos
- Compartir tus lugares favoritos para viajar
- Crear un video del antes y después de la planificación de un viaje
- Compartir trucos para ahorrar en viajes
- Lista de los destinos más baratos para viajar
- Mostrar el proceso de hacer la maleta para un viaje
- Crear un video con los momentos favoritos de tus viajes

### **Anexo 13: Acciones en TikTok**

- Compartir recomendaciones de hoteles y hostales
- Mostrar tu viaje por carretera
- Compartir tu experiencia en un viaje de mochilero
- Compartir tus recomendaciones de restaurantes
- Hacer un video de una experiencia de comida callejera
- Crear un video de actividades en la playa
- Mostrar tus lugares favoritos para escapadas de fin de semana
- Hacer un video de un viaje en solitario

## Anexo 14: Calendarización contenido TikTok julio 2023

### RETO TIKTOK JULIO 2023

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
26	27	28	29	30	01 Probando los famosos pasteles de nata	02 Por: yo en cualquier rato libre
03 Trend de Tik Tok efecto fotos	04 Este guía turístico nos llenó el corazón	05 Así se ve un viaje lowcost	06 Parodia operación triunfo en Lisboa	07 A veces solo necesitas un atardecer	08 Quería hacer un vídeo aesthetics de mis amigos	09 Si no tengo amigas así, no quiero amigas
10 Somos unos gafes	11 El mar no pide perdón por su profundidad	12 Hype del proyecto de los voluntariados	13 Cumpleaños feliz en el avión	14 Pov: no va el agua caliente del Airbnb	15 El viaje más bonito de mi vida	16 Cómo buscar alojamiento para tus viajes
17 Este vídeo es una señal para...	18 Nosotros en el baño de Portugal	19 Calas que no puedes perderte en Ibiza	20 La realidad del postureo	21 Esto es España	22 Nuestro viaje a Canarias en fotos	23 Gran Canaria en 3 días
24 Objetivo: viajar solo con una mochila	25 Storytime de cómo entramos a un alojamiento ajeno	26 Dónde alquilar un coche en Gran Canaria	27 Alojamiento gratis en Canarias	28 Dime que eres fan de...	29 Atardecer en Roque Nublo	30 Storytime de cómo temí por mi vida
31 Experiencia haciendo surf	01	02	03	04	05	06

## **Anexo 15: Acciones para crear comunidad**

- Q&A vía historias de Instagram
- Q&A y responder por vídeos (dudas, consejos sobre viajar, etc.) en TikTok
- Algún sorteo
- Hablar a marcas para hacer colaboraciones
- Seguir a gente que suba contenido relacionado con viajar y crear contenido
- Interactuar con gente con contenido parecido mediante *likes*, comentario o reacciones
- Dar *like* y responder a cada comentario recibido
- Viaje con seguidores (máximo 5 personas)
- Encuestas vía historias de Instagram: Dejarles elegir el siguiente destino, la comida en algún lugar, etc.)
- Que los propios seguidores recomienden lugares, sitios para comer o planes que hacer en el próximo viaje si ellos ya han estado allí
- Realizar directos en TikTok
- Sección por la calle haciendo preguntas sobre viajes



## **Anexo 16: Listado de logros alcanzados de la marca en ocho meses**

### **Listado de logros alcanzados**

#### **Instagram**

- Entrevista al referente @izhan\_go vía audios de Instagram
- Entrevista a @polcorominas vía audios de Instagram
- Entrevista al creador y estratega de contenido @rubencassan vía audios de Instagram
- Hablar de temas de creación de contenido con @rubencassan
- Hablar con la referente @bea\_carpio\_
- La marca Liiffe se puso en contacto para trabajar creando contenido que fomentase el turismo en España
- Un total de 8 seguidores han contactado para pedir ayuda acerca de un viaje concreto
- Participación en grupos de comunidad viajera

#### **TikTok**

- El referente @megiassss le sigue, le da me gusta y le comenta habitualmente
- El referente @danieliruela le dio me gusta a un vídeo
- La referente @beacarpio le dio me gusta a un vídeo y le comentó
- Me gusta y comentario de su cantante favorito
- Vídeos virales y guardados por mucha gente
- Un total de 10 seguidores han contactado para pedir ayuda acerca de un viaje concreto
- Los seguidores se han casi triplicado

#### **Offline**

- Ha hecho un viaje sola
- Mínimo de 30 personas han dicho que ven sus vídeos de TikTok
- Ha organizado viajes propios y ajenos

## Anexo 17: Posibles marcas para colaborar

ROPA		ACCESORIOS PARA VIAJEROS	
MARCA	CONTACTO	MARCA	CONTACTO
Rakayo	info@rakayo.com	Tropic Feel	support@tropicfeel.com
Blue Banana Brand	info@bluebananabrand.com	Eco Flow	support.eu@ecoflow.com
Becay	696 51 99 82	Meller	info@mellerbrand.com
Batera Brand	hello@baterabrand.com	Baboon to the moon	hey@baboontothemoon.com
Takkra	contact@takkra.es	Decathlon	914533770
Scuffers	contact@scuffers.es	Amazon	primary@amazon.com.mx.
Hanukeii	@Hanukeii (IG)	VIAJES/ EXPERIENCIAS	
Eme Studios	hi@emestudios.com	MARCA	CONTACTO
ARTÍCULOS SURFEROS		Luxecaravaning	info@luxecaravaning.com
MARCA	CONTACTO	Skyscanner	support.es@skyscanner.net
Aiguadolc Shop	info@aiguadolc.shop	Ryanair	consultas@ryanair.com
MUK Barcelona	info@mukbarcelona.com	Booking	atencion.cliente@booking.com

*Nota. Información sacada de una investigación propia de marcas que han colaborado con micro influencers de viajes en Instagram y TikTok al 5 de julio de 2023.*

**ANEXOS**