

# BCOME INSTA GRAMER

*Este verano,  
¡exprime Instagram!*

**BCOME  
/ DIGITAL**



[www.bcomedigital.com](http://www.bcomedigital.com)

## *Este verano, ¡exprime Instagram!*

**Sabemos que el verano se presta a sacar fotos y capturar momentos felices.** En algunos casos, con mirada de empresa; en otros, construyendo nuestra marca personal; otros, simplemente, por diversión.

En BcomeDigital nos **hemos propuesto ayudarte para que los contenidos que compartas en Instagram luzcan, sean fotos, vídeos o stories.** Hemos seleccionado los contenidos más leídos del blog sobre esta red social y los hemos paquetizado, en formato de ebook, para que puedas descargarlos y leerlos de forma más cómoda.

El último capítulo de este e-book (inédito) **contiene trucos y recomendaciones** para que las fotos que saques con el móvil salgan más bonitas.

¡Ya no hay excusa! Porque este verano queremos que lo disfrutes, cámara en mano. Por el placer de sacar y compartir contenido bonito. Porque el verano está para disfrutarlo y capturar esos momentos que nos dan energía de la bonita durante el curso.

### **¿Por qué?**

Porque sí. No vamos a venderte nada más. Ni, después de esta descarga, vas a recibir mails comerciales insistentes. Pero, si te gusta, estaríamos felices de recibir tu apoyo en las redes sociales.

**Compartimos nuestros perfiles.  
¿le das al me gusta a los perfiles de @bcomedigital?**

Instagram | LinkedIn | Newsletter

## *Y, ahora, ¡a disfrutarlo!*



## BCOME / DIGITAL

BcomeDigital es una empresa de consultoría de **Marketing Digital** especialista en analizar las necesidades de mercado, definir planes de acción y llevar a cabo la implantación de planes de marketing para empresas.

En BcomeDigital se da una especial importancia a la analítica digital como punto de partida para obtener información sobre cómo evoluciona cada proyecto y llevar a cabo los ajustes y las mejoras necesarias.

En palabras de **Beatriz López**, Directora de BcomeDigital

*“nuestra clientela contrata a BcomeDigital porque hacemos una consultoría cuidada, personalizada y minuciosa; invertimos tiempo en analizar, analizar y analizar antes de actuar. Y, después, dedicamos tiempo a medir y tomar decisiones en base al análisis cualitativo y cuantitativo de la evolución de los proyectos.”*



### Más información:

[www.bcomedigital.com](http://www.bcomedigital.com) | 946 41 60 42 | [bcomedigital@bcomedigital.com](mailto:bcomedigital@bcomedigital.com)

# INDICE

- 1. Introducción: dime cómo es tu empresa y te diré qué red social necesita***
- 2. Instagram para empresas***
- 3. Consejos para mejorar tus Stories en Instagram***
- 4. Cómo conectar Hootsuite e Instagram***
- 5. Cómo sacar fotos geniales con el móvil***

# 1. INTRODUCCIÓN: DIME CÓMO ES TU EMPRESA Y TE DIRÉ QUÉ RED SOCIAL NECESITA

Atender las redes sociales para tu empresa es un trabajo que no se debe tomar a la ligera. Hay que medir las fuerzas y encarar solo la tarea que se pueda llevar a cabo de la manera óptima. Por eso, si tu empresa está empezando en esto de las redes sociales o, ya tiene redes sociales corporativas, pero crees que deberías dejar alguna para centrarte en la que más le conviene a tu negocio, ¿cuál debería ser la primera por la que apostarás?

Para confirmar qué red social es la que mejor puede funcionar para tu PYME, es conveniente hacer un análisis previo que permita elaborar una buena estrategia de marketing online.

En el mundo del marketing no existen fórmulas infalibles pero las posibilidades de conseguir buenos resultados aumentan si se realiza un proceso de reflexión previo.

## Las Redes Sociales según tu empresa

Las redes sociales se pueden combinar de muchas maneras. El límite es tu creatividad. Pero, si tenemos que apostar por una, lo primero que hay que hacer es fijarse en el tipo de negocio que tenemos y en los objetivos de nuestro plan de marketing:

- Si eres profesional del trabajo autónomo o por cuenta ajena y buscas proyección, tu red es LinkedIn, porque es un entorno por y para asuntos estrictamente laborales.
- Si tu producto es un servicio, sin un objeto físico o un call center, Twitter es el escenario más adecuado, porque no tienes fotos, pero te permite compartir contenidos sobre tu servicio o temas relacionados.
- Si tu **producto** es **muy visual**, puedes optar por Pinterest o **Instagram**, porque albergan contenido fotográfico que te permitirá mostrar la mejor cara de tus productos. Aunque Pinterest ha tenido siempre más peso para temas como manualidades, diseño o interiorismo, lo cierto es que Instagram le está ganando terreno también en estos campos.
- Si necesitas mejorar tu posicionamiento en Internet, plantéate trabajar Google My Business. Forma parte de Google y favorece el posicionamiento orgánico, aparecer en el mapa de Google y un espacio privilegiado en la zona de la derecha del buscador.
- Si tu empresa ofrece un producto muy técnico o muy desconocido, YouTube te ayudará a darlo a conocer mejor, porque puedes hacer tutoriales y no tienes límites de tiempo tan restrictivos como en los vídeos de Instagram.
- Facebook es la red social de tu empresa si tu público es el usuario final de tu producto o servicio y, por lo general, es mayor de 30 años. Aunque esto debes tomarlo con ciertas reservas, porque empieza a haber un trasvase hacia Instagram también.

Como ves, existen unas ideas básicas, guiadas por el sentido común, que se pueden completar con buen análisis previo. En esta miniguía vamos a aconsejarte para que consigas tener un Instagram estupendo que no deje indiferente a nadie.

## Ready?



## 2. INSTAGRAM PARA EMPRESAS

Instagram se está convirtiendo en una herramienta cada vez más poderosa para las empresas que desean ser conocidas y ganar nuevos clientes, ya que, junto con Facebook y LinkedIn, se encuentra en el top 3 de las redes sociales con múltiples suscriptores.

Las stories, el canal IGTV, Instagram Shopping, y las estadísticas son algunas de las herramientas que ofrece esta red social a las empresas que se animan a formar parte de esta gran comunidad.

Instagram es la herramienta que te permite mostrar tu negocio, ser un escaparate para posibles clientes. Pero sobre todo te permite interactuar con tus seguidores. Tener una respuesta que te permita aprender de ellos.

Desde hace un tiempo, Instagram permite un uso empresarial además del personal. Puedes utilizar esta red social como altavoz para los productos y servicios de tu empresa, así como comunicar cualquier actividad empresarial que realices.

### *Uso profesional en Instagram*

#### ¿Qué aporta tener **un perfil empresarial**?

Poder vincularlo con la página de Facebook de empresa, disponer de estadísticas y realizar campañas de pago segmentadas a través de Instagram Ads. Estos son sólo algunos ejemplos porque la creatividad, y un buen plan de marketing online, ayudan a sacar mucho partido de esta red social.

Puedes utilizar esta red social como altavoz para los productos y servicios de tu empresa, así como comunicar cualquier actividad empresarial que realices. Estos son sólo algunos ejemplos, porque la creatividad y un buen plan de marketing online ayudan a sacar partido a esta red social.

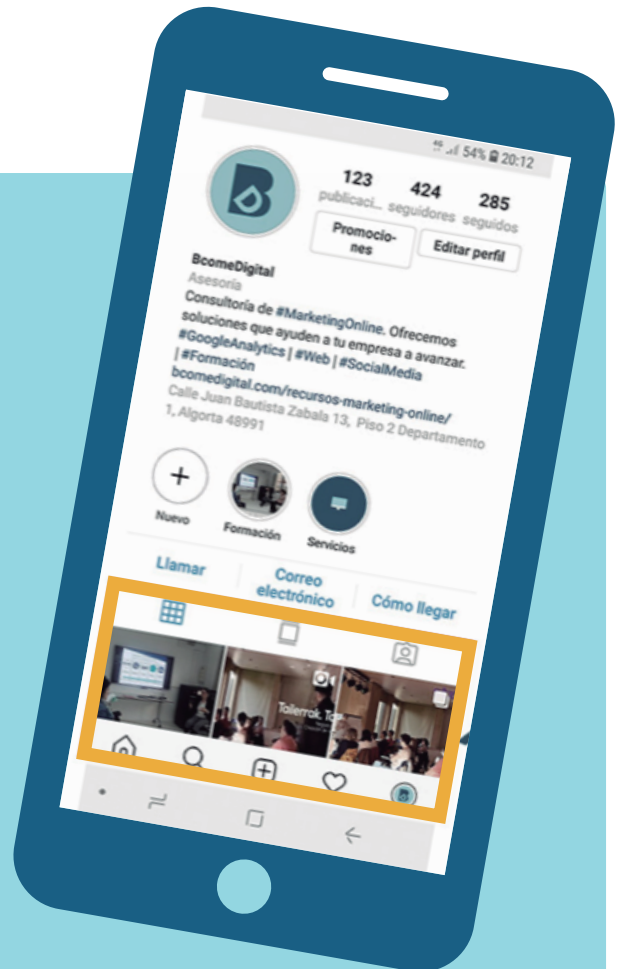
### El Perfil y las Stories, dos formas diferentes de compartir contenido en Instagram

En Instagram hay dos secciones que tienes que conocer porque cada una de ellas tiene sus propias reglas de funcionamiento:



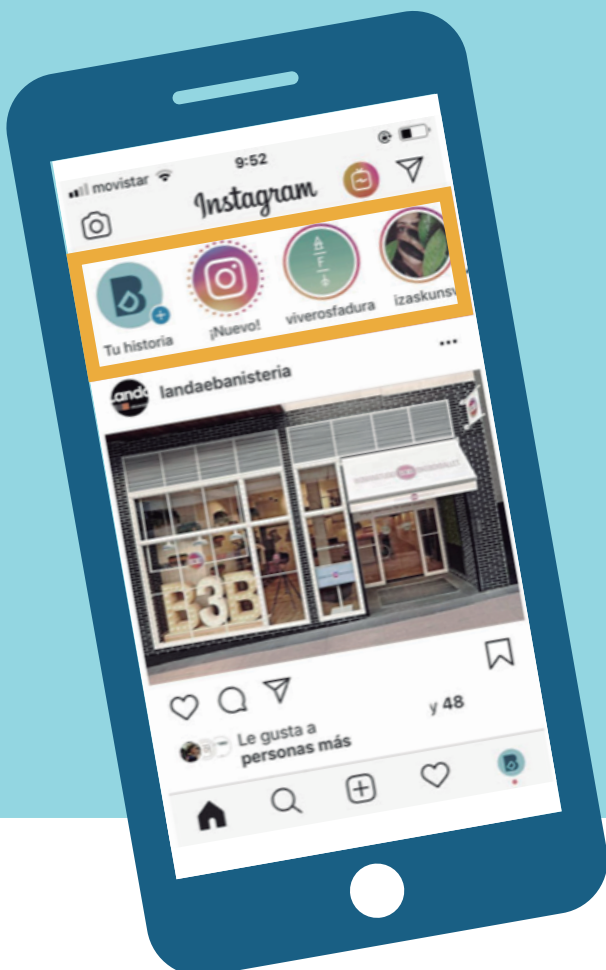
## PERFIL

los contenidos que subes al perfil están visibles de forma cronológicamente descendente (lo último que has publicado es **lo primero que visualizas**). Las personas que siguen tu perfil, según las reglas de visibilidad de Instagram, podrán ver estos contenidos cuando se conecten.



## STORIES

según se accede a la aplicación, las Stories se visualizan en la barra superior. Los contenidos que subes a la sección de **Stories caducan en 24 horas**. Aunque, desde hace un tiempo, esos contenidos se pueden agrupar y mantener visibles en la ficha de tu perfil si te interesa (a continuación del enlace a la web).



## Instagram, una aplicación móvil

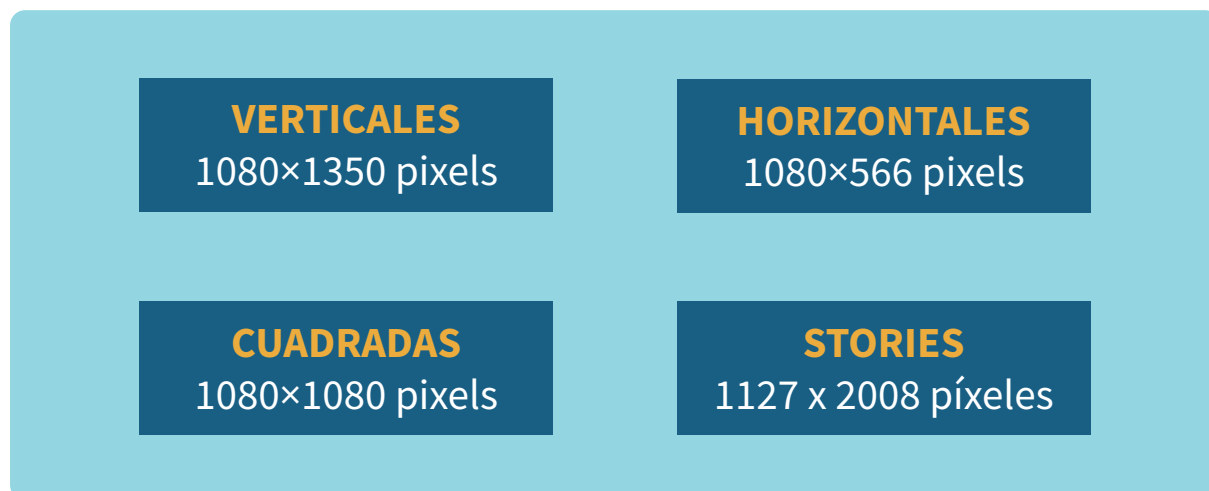
Puedes subir vídeos y fotografías al Perfil y a los Stories, aunque siempre a través de la aplicación del móvil; no existe una versión para ordenador. Sin embargo, sí puedes utilizar **Hootsuite**, por ejemplo, para programar la subida de una foto individual a Instagram.

En origen no todas las imágenes son iguales y adaptar la calidad y el tamaño de éstas, antes de publicarlas, es vital para transmitir la imagen deseada en Instagram. **El peso, la calidad, el tamaño y el lugar donde queramos que aparezcan son las 4 claves** que hay que tener en cuenta para crear un perfil con imagen de marca atractivo para nuestros seguidores.

## ¿Cuáles son los tamaños recomendados para las IMÁGENES en Instagram?

Existen diferentes tipos de **fotografías** que podemos utilizar en Instagram: cuadradas, verticales u horizontales, aunque históricamente, la aplicación se pensó para fotos cuadradas.

Las **medidas** que se recomiendan (*noviembre 2018*) para las imágenes en Instagram son (máxima resolución):



<b>VERTICALES</b> 1080×1350 pixels	<b>HORIZONTALES</b> 1080×566 pixels
<b>CUADRADAS</b> 1080×1080 pixels	<b>STORIES</b> 1127 x 2008 píxeles

*\* Inicialmente, el contenido en las Stories se recomendaba subir en formato vertical. Pero ahora ya se pueden subir en formato horizontal, si te gusta más. Solo tienes que reducir su tamaño con los dedos en la pantalla y se verá la imagen completa en este formato.*

## ¿Cuáles son las medidas ideales para los VÍDEOS en Instagram?

En cuanto a las medidas recomendadas para los **vídeos** (máxima resolución):



### *Duración de los vídeos en Instagram*

Desde el año 2016 Instagram permite subir vídeos de **hasta 60 segundos para el perfil** y 15 segundos para los stories. Aunque en un principio lo podamos ver como muy restrictivo, esta limitación del tiempo de los vídeos tiene sus razones.

Nos encontramos en un momento en el que existe mucha información digital, por una parte y, por otra, cada vez consumimos más rápido. Los vídeos con una duración más larga suelen tener menos visualizaciones completas.

Con esta limitación de tiempo tenemos más garantías de que las personas destinatarias verán el vídeo completo. Esto nos obliga a hacer un ejercicio de síntesis y a pensar qué historia queremos contarles, vital si queremos llegar a nuestra audiencia.

### *Cómo acortar un vídeo con Instagram*

Una vez dentro de Instagram, eliges el vídeo desde la galería del móvil. En la parte inferior dispones de tres opciones: **Filtro, Acortar y Portada**.

Acortar te permite elegir qué fotogramas del vídeo quieres descartar. Si pasas por alto esta funcionalidad, será Instagram quien lo haga por ti, pero nuestro consejo es que tú decidas qué mensaje quieres comunicar y qué contenido del vídeo no mostrar. Además, a través de Portada podrás elegir cuál es el fotograma con el que comenzará la reproducción del vídeo.

Mientras preparas tu vídeo, verás una barra que te indica la duración de tu vídeo. Podrás alargar o acortar, pero siempre dentro del tiempo máximo permitido.

## 3. CONSEJOS PARA MEJORAR TUS STORIES EN INSTAGRAM

¿Alguna vez has tenido la sensación de que te esfuerzas, pero nadie presta atención a tus redes sociales? Entonces sabrás cómo se siente cuando nadie abre o interactúa con tus stories en el perfil de Instagram de tu empresa.

Instagram tiene a diario más de 500 millones de perfiles activos. Es un gran mercado potencial para tu producto o servicio. Entonces, ¿cuál es el problema? ¿Por qué nadie reacciona a tus mensajes?

La clave para responder a estas preguntas está en cómo se han creado las stories. Es fácil cometer, sin saberlo, una serie de errores que hacen que nuestras stories no calen en el público destinatario.

### 1 *Tu contenido es demasiado perfecto.*

Mientras que en los perfiles de Instagram prima una estética muy cuidada y de calidad, en los stories la audiencia espera un contenido más auténtico y natural. Por eso, **las stories más realistas tienen mejores resultados** que las que tienen una apariencia cuidadosamente estudiada.

Por ejemplo, si quieres mostrar un producto, es importante que tus stories no parezcan un anuncio comercial. Dale un aspecto informal y permítete experimentar. Agrega unas pegatinas, GIF y filtros para conseguir un toque más creativo y cercano.

### 2 *Tu contenido es demasiado «amateur».*

Lo sabemos, acabamos de decirte que te relajes, pero tampoco exageremos. Tus stories deben verse auténticos, pero también hay que mantener unos estándares mínimos de calidad. ¿Se ve borrosa la imagen? ¿El texto tiene faltas de ortografía? Son detalles que no aportan autenticidad, pero sí restan credibilidad. Es bueno mantener la frescura, pero siempre ofreciendo una imagen cuidada y profesional.

No podemos olvidar que nuestro perfil de empresa de Instagram representa a una marca o negocio cuyo principal objetivo es llegar a su público. La audiencia solo va a tomar unos segundos para decidir si tus stories merecen su atención (o no), por eso cada detalle importa.

### 3

#### **Tu CTA (Call to Action o llamada a la acción) no está clara.**

Llegados a este punto has revisado tus stories y ahora tienes la seguridad de que no son ni demasiado perfectas ni demasiado amateur. Sin embargo, tu comunidad sigue sin reaccionar como te gustaría.

Puede que el problema esté en que tu CTA (Call To Action o llamada a la acción) no sea lo bastante clara.

Si el CTA no está claro puede ocurrir que el mensaje pase desapercibido para las personas que siguen tu perfil de empresa, que pasarán a la siguiente storie sin haber comprendido (ni hecho) lo que tú esperabas.

Cuando se trata de CTA es necesario ir al grano. Hazlo divertido, pero diles lo que quieres que hagan. Señálalo, escríbelo, pon GIF o emoticonos que lo indiquen, lo que tú quieras. Recuerda que tu comunidad no es adivina; pónselo fácil.

### 4

#### **Hay demasiada información.**

Las stories buscan atraer la atención de las personas que siguen tu cuenta de empresa. Esto significa mantener una actitud selectiva y compartir solo la información más relevante.

Si tu comunidad ve un mensaje interminable y todavía le quedan 20 clips en la storie, es posible que se sienta abrumada y salte a la siguiente. Planifica bien qué historia quieres contar, sintetiza el mensaje y haz que cada storie tenga un propósito y aporte valor a tu audiencia.

### 5

#### **Crea contenidos con imagen de marca.**

Instagram es una red social 100% visual que obliga a las marcas a ser muy cuidadosas con su imagen. Para conseguir que la marca de tu negocio transmita es necesario que cuides las imágenes que subas y que comuniquen la personalidad de tu empresa, dando así un aire coherente al contenido.

Para conseguir este objetivo son muy útiles herramientas como Canva, una aplicación de diseño gratuita y disponible on line. Canva proporciona diseños prefabricados que podemos personalizar y subir a nuestras stories.

# 6

## ***Analiza las estadísticas y los resultados.***

En BcomeDigital damos mucha importancia al análisis de los datos para entender y reenfocar la actividad digital si fuera necesario. En este caso, Instagram dispone de un apartado específico donde puedes ver el rendimiento de las stories.

Las stories solo están visibles durante 24h. Una vez finalizado este periodo, Instagram te permite ver las estadísticas de cómo han funcionado, para que las analices. Por supuesto, estos datos son completamente privados y solo puedes verlos tú.

# 7

## ***Planifica tus stories***

Con la profesionalización de Instagram, si quieres obtener resultados, es necesario planificar tus contenidos (como cualquier otro canal digital de tu empresa).

Gracias a las estadísticas que comentábamos en el punto anterior, podrás saber las horas en las que tus stories funcionan mejor.

También es importante ser constante y acostumbrarte a publicar de forma periódica, para que tu audiencia encuentre motivos para seguirte todos los días.

Nuestro consejo:  
prepara un calendario de contenidos.  
Te será más fácil ofrecer unos contenidos más variados.

**Siguiendo estas siete buenas prácticas tu empresa podrá conseguir mejores resultados con sus publicaciones en Instagram y atraer a un público objetivo más amplio.**

## 4. CÓMO CONECTAR HOOTSUITE E INSTAGRAM

Planificar en redes sociales es parte de la clave para asegurarnos que la foto en Instagram saldrá en el momento perfecto.

Porque siempre surgen cosas y justo, en ese momento, no has estado disponible para compartirla.

Entonces, ¿Cómo puedes resolver este problema? Muy fácil, solo hay que conectar Instagram con Hootsuite y dejar tu actividad programada.

A día de hoy, Instagram sólo permite compartir contenidos desde el móvil. Pero, desde hace un tiempo, tienes la posibilidad de **conectar Instagram con Hootsuite**, dejar subidas las imágenes y los textos en esta herramienta para que ella publique automáticamente en la fecha y hora que te interese.

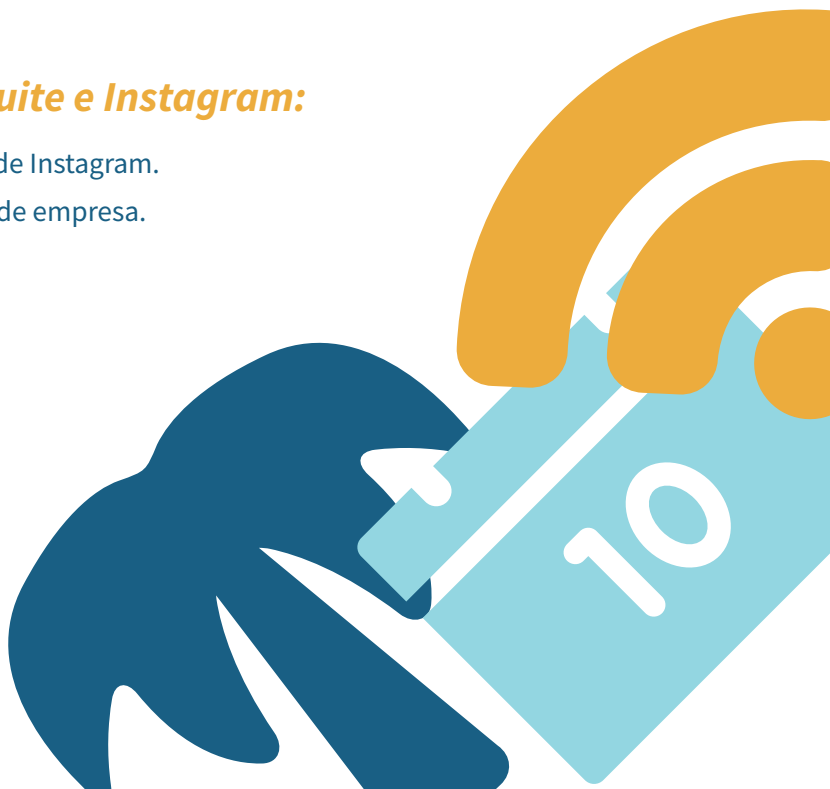
Antes de comenzar a programar, es necesario ver qué planes nos ofrece Hootsuite para trabajar, ya que, esta herramienta tiene una versión gratuita pero también varias de pago. Con el plan gratuito tendrás a tu disposición las siguientes funcionalidades:

- Posibilidad de incluir hasta 3 perfiles sociales a monitorizar.
- Informes básicos del rendimiento de tus redes sociales.
- Programación manual de publicaciones (30 por mes)

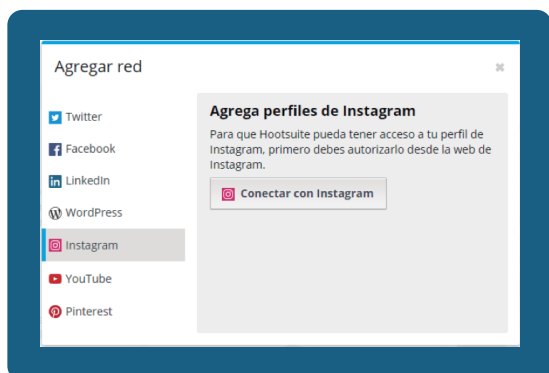
Si estás comenzando o no tienes mucha actividad mensual, este plan es perfecto. Sin embargo, si necesitas más funcionalidades, tendrías que revisar las versiones de pago que te ofrece Hootsuite.

### *Pasos previos a conectar Hootsuite e Instagram:*

1. Vincula tu fanpage de Facebook a tu cuenta de Instagram.
2. Convierte tu cuenta de Instagram en cuenta de empresa.

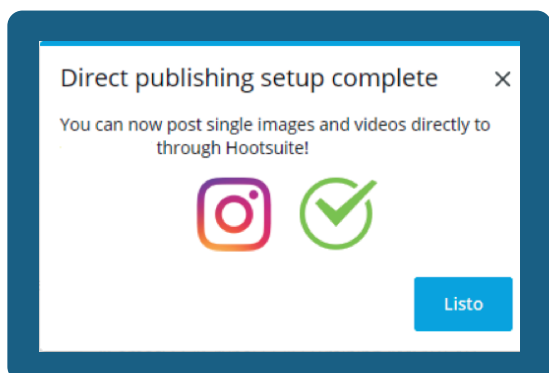
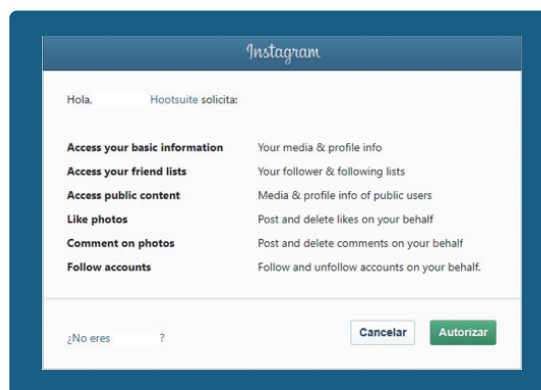


## Pasos para conectar Hootsuite con Instagram:



**1** En tu cuenta de Hootsuite, añade Instagram como una red social más. Accede a Añadir red social, selecciona Instagram. Si todo ha ido bien, aparecerá la siguiente pantalla:

**2** Acepta los permisos que Hootsuite te pide. Hootsuite utiliza tu cuenta de Facebook para autenticar que realmente te pertenece esa cuenta.



**3** Si has realizado todos los pasos de forma correcta, verás el siguiente mensaje:

A partir de este momento ya puedes programar tus contenidos en Instagram y olvidarte de estar disponible a la hora concreta.

*¿Fácil no?*

## 5. CÓMO SACAR FOTOS GENIALES CON EL MÓVIL

Sacar una buena fotografía es un arte, pero cada vez los móviles son más potentes. La tecnología avanza y las cámaras de los móviles ofrecen muchas herramientas que te pueden ayudar a hacer maravillas con tus fotos y vídeos.

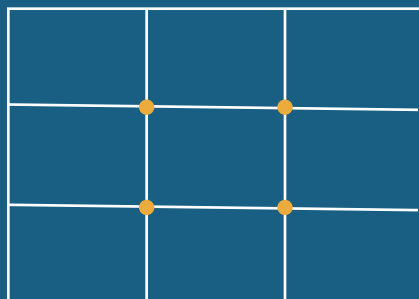
Cada móvil tiene unas opciones concretas que dependen del modelo, pero hay características universales que, a continuación, queremos compartir contigo. Para que sepas cómo utilizarlas.

**1** *El móvil tiene dos cámaras.* Una frontal y otra trasera. Así podemos hacernos selfies. Pero, cuidado: la cámara frontal suele sacar fotos de peor calidad que la trasera.

---

**2** *Activa la rejilla de la cámara:* vamos a aplicar la regla de los tercios. Esta rejilla nos ayuda a mantener los márgenes en la foto, sacar imágenes rectas (horizonte no torcido) y centrar el detalle importante de la foto. Así, las personas que vean nuestra foto, sin querer, van a centrarse en lo importante.

Los puntos marcados son “los importantes” y te van a servir de guía para resaltar el detalle que quieras en la foto.



**3** **Icono de opciones.** Importante revisarlos. Son parámetros de la cámara que pueden quedar ya prefijados. Por ejemplo:

- Formato de la imagen cuadrado/ apaisado o pantalla completa.
  - El peso de la foto y la calidad de ésta (alta, media, baja)
  - Poder usar la tecla de volumen para sacar fotos.
  - Indicador selfie, para que veas cómo va a quedar la foto y dónde mirar.
- 

**4** **HDR.** Esta funcionalidad es muy útil cuando quieres sacar una foto con mucha diferencia de luces y sombras. Así, la cámara hace dos fotos (una tiene en cuenta las luces y otra las sombras) y luego hace un mix de ambas. El resultado será la foto definitiva. Es una forma de hacer que la cámara saque una foto con “más calidad”

Los móviles tienen diferentes opciones: HDR, HDR+, HDR Auto. Échale un vistazo al tuyo y descubre que tiene.

---

**5** **Temporizador:** si quieres hacer fotos en un sitio con poca luz o quieres salir tú, usas el temporizador. Para ello, la cámara tiene que estar apoyada en algún sitio.

Así lo que consigues es que entre “más luz”, por eso es importante lo de tenerla apoyada en algún sitio (o utilizar un trípode), para que la cámara no se mueva y la foto salga bien.

---

**6** **Flash o no flash.** Dependerá de la luz que tengas. Si tienes poca luz y quieres que un objeto concreto salga, entonces usa el flash. Ten en cuenta que la función HDR es incompatible con el Flash (la cámara del móvil no te va a dejar activar las dos funciones)

**7** **Concepto de zoom.** En el móvil, simulamos tener un objetivo en la cámara haciendo zoom en la foto. Con los dedos, nos acercamos o alejamos de la imagen. Pero...cuidado, porque a mayor zoom, sacamos más detalle, pero la calidad de la foto baja.

A veces, es preferible hacerla sin zoom y usar una herramienta de recorte para sacar el detalle.

---

**8** **Modo automático, manual o escenas.**

- En el modo automático dejas que sea la cámara la que decide por ti los parámetros que influyen en una foto: luz, velocidad y diafragma. Es una buena forma de comenzar.
  - El modo escena tiene varias situaciones ya programadas, como puede ser paisaje, noche, atardecer, retrato, acción, nieve, luz vela (una luz más cálida), fuegos artificiales, teatro...dependerá de cada móvil.
  - El modo manual. Ya requiere tener una cierta experiencia sacando imágenes. Aunque las cámaras de los móviles no son una reflex, cada vez se pueden hacer más cosas.
- 

**9** **Modo manual.** Parámetros que se acercan a una cámara profesional.

**[MI]:** modo manual, para modificar el enfoque. Podrás hacer macros, fotos con un detalle muy cerca y difuminar el fondo.

**[WB]:** es el balance de blancos. Sirve para hacer más cálida o fría la luz de la foto. Lo normal de día son 5200 K. A partir de ahí, puedes “jugar”.

**[ISO]:** si tengo muy poca luz y no puedo sacar la foto, lo que se suele hacer es aumentar el ISO. Son esas fotos donde “el grano” de la imagen es grande, parecen fotos más “granuladas”.

**[+/-]:** ajustar la luz de la exposición, pero no le da más o menos sensación de calidez, como pasaba con el balance de blancos.

**[Velocidad y diafragma]:** aunque estas cámaras no tienen “objetivos”, jugando con este parámetro conseguimos algo parecido.

### Un poco de teoría para entender estos conceptos.

- **Rangos de apertura del diafragma:**

f/1.4 | f/2 | f/2.8 | f/4 | f/5.6 | f/8 | f/11 | f/16 | f/22

Cuanto **más grande** es el diafragma (**f/22**), **menos luz** de deja entrar.

- **Velocidad de obturación:**

30s | 5s | 8s | 4s | 2s | 1s | 1/2s | 1/4s | 1/8s

1/15s | 1/30s | 1/60s | 1/125s | 1/250s | 1/500s

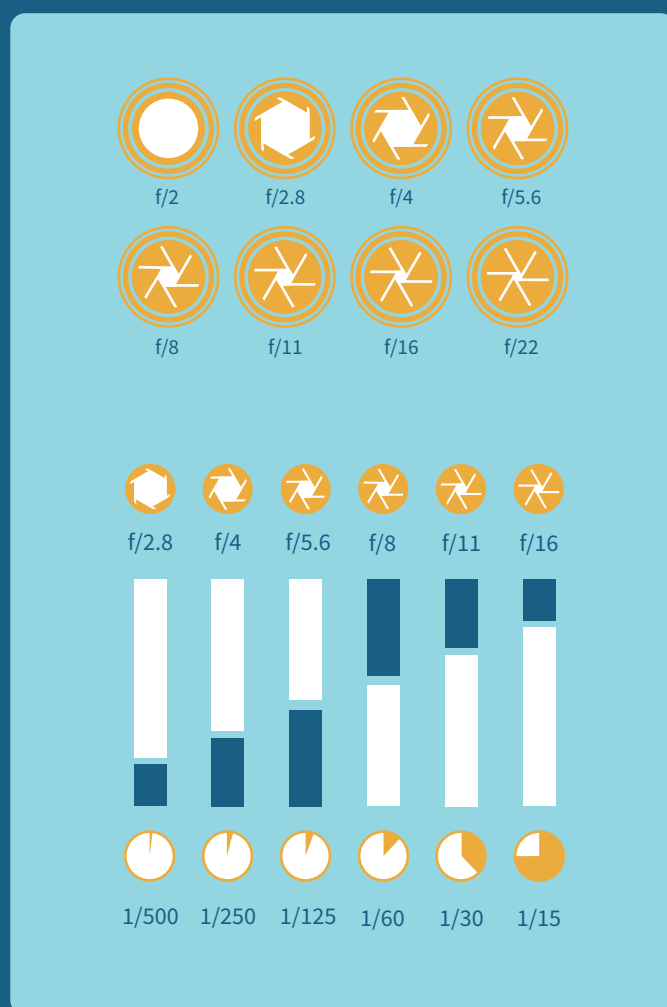
Cuanto **mayor velocidad (1/500s)**, **menos luz** de deja entrar.

*Así una foto f/1.4 a 1/500s es igual a si lo hacemos con un f/2 a 1/250s o f/2.8 a 1/125s.*

*Cuanto mayor sea la apertura del diafragma, mayor es la cantidad de luz que pasará y menor será el tiempo que necesito tener expuesta la fotografía.*

*Cuando hablamos de fotografía, debemos tener en cuenta que la velocidad y el diafragma deben actuar como una balanza. Cuando modificamos uno, debemos modificar el otro en el sentido contrario. Por ejemplo, si aumentamos la velocidad de disparo, debemos abrir más el diafragma para poder captar más luz en menos tiempo.*

La siguiente imagen nos muestra las relaciones entre el diafragma y la velocidad de obturación:



¿Quiero hacer una foto que de sensación de movimiento?  
Aumenta el tiempo de exposición y baja la velocidad.  
No te olvides de apoyar la cámara.

Las siguientes 2 APPs nos pueden ayudar a retocar y mejorar tus fotos. Accede a Play Store y, en la caja de descripción, introduce el nombre de la aplicación y la instalas en el móvil. Acuérdate de dar a “Saltar” cuando aparezca la pantalla de Pagos.

### **Foto Collage**

hacer collage con diferentes fotos, más editar (básico), y otras opciones como poner bordes, colores, grosor del borde, textos, ...

Layout es una versión básica y sencilla, con collage pensados en Instagram.

### **Snapseed**

retoque fotográfico. A destacar el apartado de herramientas, balance de blancos, recortar fotos, mejorar la foto en formato automático (suele acertar bastante) y curvas de color (hacer la “S”)



[www.bcomedigital.com](http://www.bcomedigital.com)

*¡Disfruta del verano!*

¿Nos sigues?

Instagram | LinkedIn | Newsletter

