Universidad Autónoma de México

MEMORIA DE INVESTIGACIÓN - PRODUCCIÓN

Facultad de Artes y Diseño UNAM

División de educación continua y extensión académica

"Desarrollo y gestión de eventos aplicado al diseño, la comunicación y el entretenimiento"

QUÉ PRESENTA: **Luisa Fernanda Marín Hernández**

PROYECTO: **Influencianding**

RESPONSABLE ACADÉMICO: **Lic. Johanna Itzhel Blanco Ruiz**
ASESOR METODOLÓGICO: **Lic. Jacqueline Gómez Estrada**

CONCLUSIÓN DE MEMORIA / FIRMA DE AUTORIZACIÓN DEL RESPONSABLE

Producción General del Evento – Influencianding 2026

Líder del equipo: Luisa Fernanda Marín Hernández

Responsable de dirigir al equipo, coordinar áreas, tomar decisiones clave y asegurar el cumplimiento de objetivos y tiempos.

Abril 2025

Agradezco al profesorado que nos acompañó en este camino brindándonos las mejores herramientas y motivándonos para tener el “hambre” que se requiere en la organización de eventos.

Dedico este logro a mi familia, que no importa lo descabellado que suenen mis sueños siempre han estado para apoyarme.

A mi abuela María Luisa que aunque no está a mi lado, sé que desde donde esté me sigue guiando para lograr todo lo que me proponga.

A mi mejor amiga Karly que no sólo ha creído en mí desde el principio si no que me ha acompañado e impulsado a ser la mejor.

A mi querida Daniela Mora que me introdujo a este mundo del PR e influencer marketing, gracias por confiar en mÍ desde el primer momento y compartirme todo lo que sabes de la manera más pura.

“El proceso creativo es tan importante como el resultado final, es en él donde descubrimos quiénes somos.”

Remedios Varo

Índice

1 Portada

Portadilla

2 Introducción

2.1 Justificación

2.2 Marco Teórico

2.3 Antecedentes

3 Concepto general

4 Ubicación del evento

4.1 Localización de evento

4.2 Sede física

4.3 Lugares dentro de la sede

4.4 Directorio del lugar

4.5 Sede digital

5 Diseño de evento

5.1 Brand persona

5.2 Bocetaje, color, tipografía, etc.

Índice

5.3 Target

5.4 Buyer persona

5.5 Identidad gráfica

5.6 Línea de estilo

5.7 Aplicaciones del diseño

5.8 íconos por secciones

5.9 Renders y planos

5.10 Aplicaciones digitales

6 Áreas de trabajo

6.1 Producción de áreas

6.3 Redes sociales

7 Logística y operación

7.2 Ficha técnica

7.3 Organigrama

7.4 Crew list

7.5 Cronograma

Índice

7.6 Ruta crítica

7.7 Minute by minute

7.8 Registro de participantes

7.9 Acreditaciones

8 Scouting

8.1 Juntas con el recinto

8.2 Planos

8.3 Rutas de acceso

9 Montaje

10 Seguridad y protección civil

11 Administración

11.1 Presupuestos

11.2 Costos

11.3 Ingresos y egresos

11.4 Constancias

11.5 Patrocinios

Índice

11.6 Permisos

12 Testimoniales

12.1 Fotomemoria

12.2 Ligas que publicaron el evento

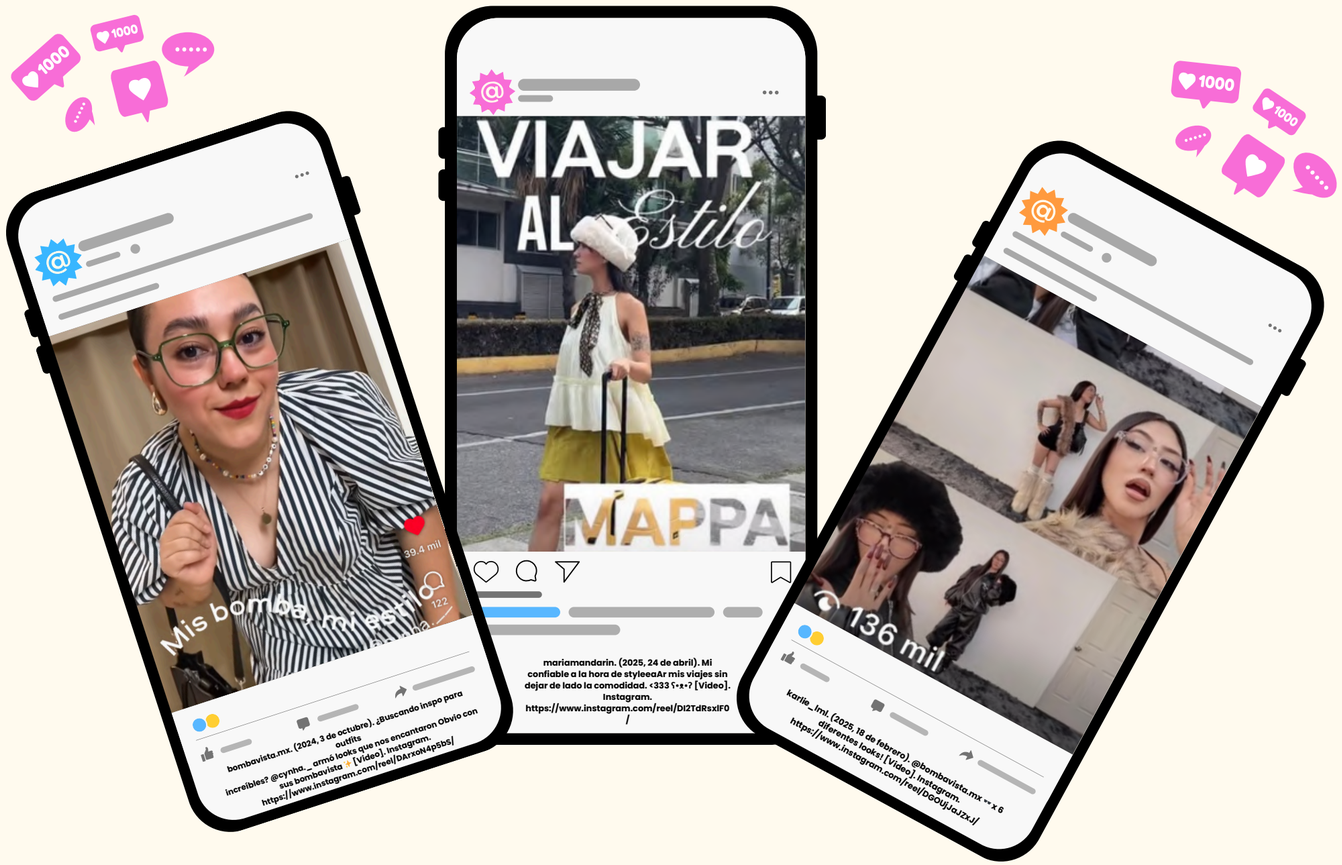
Introducción

Influencianding es un evento diseñado para reunir a expertos en relaciones públicas (PR) dentro del mundo del marketing de influencers. En un contexto donde el Influencer Marketing se ha convertido en una de las estrategias publicitarias más efectivas para conectar con audiencias específicas, este evento busca proporcionar un espacio de aprendizaje, actualización y networking. A través de conferencias, paneles y actividades interactivas, los asistentes podrán conocer las mejores prácticas, estrategias y tendencias para optimizar sus campañas y colaboraciones. Además, será una oportunidad única para conectar cara a cara con marcas, influencers y PRs, fortaleciendo relaciones comerciales clave.

Influencianding

Descripción

Influencianding es un evento diseñado para reunir a expertos en relaciones públicas (PR) dentro del universo del influencer marketing. Reúne a profesionales de marcas, influencers y agencias en un solo espacio para intercambiar conocimiento, generar vínculos estratégicos y explorar nuevas posibilidades de colaboración.



Evento profesional y cultural,
de actualización e interacción social-comercial,
en el ámbito del marketing digital e influencer marketing.

Objetivo

El propósito de este evento es crear un espacio estratégico donde profesionales de relaciones públicas (PRs), influencers y marcas puedan aprender, compartir conocimientos y establecer conexiones valiosas en el mundo del Influencer Marketing.

cita en APA de cada video en la parte baja de la imagen

Justificación

En un mercado donde el contenido digital y las recomendaciones personales tienen un alto impacto en decisiones de compra, el influencer marketing se ha posicionado como una de las estrategias más relevantes. Sin embargo, aún existe desinformación, informalidad y falta de profesionalización en el trato entre marcas, agencias e influencers. Influencianding busca llenar ese vacío, brindando herramientas actuales y conexiones reales entre los actores clave del ecosistema.

Marco Teórico

En la actualidad, el marketing de influencers se ha consolidado como una estrategia fundamental dentro del ecosistema de la comunicación digital, permitiendo a las marcas establecer vínculos más cercanos, auténticos y relevantes con sus audiencias. Este fenómeno ha sido objeto de análisis tanto desde la práctica profesional como desde el ámbito académico, dada su creciente influencia en los procesos de decisión de los consumidores.

Arcia y Brea (2023), en un estudio publicado por Ciencia Latina, concluyen que, aunque un alto porcentaje de usuarios sigue a influencers, el impacto real en sus decisiones de compra depende en gran medida de la percepción de autenticidad y credibilidad del emisor. Esto pone en evidencia la necesidad de seleccionar a los creadores de contenido no solo por su alcance, sino por su coherencia ética y estética con la marca.

En este mismo sentido, Casaló, Flavián e Ibáñez-Sánchez (2020) argumentan que la credibilidad de los influencers en plataformas como Instagram es un factor determinante en la construcción de actitudes positivas por parte de los seguidores, así como en la generación de intención de compra. El vínculo de confianza que se establece entre influencer y audiencia resulta clave para la efectividad de cualquier estrategia basada en contenido patrocinado.

A nivel internacional, Lou y Yuan (2019) refuerzan esta perspectiva al señalar que el valor percibido del mensaje y la congruencia entre el influencer y la marca inciden directamente en la confianza del consumidor hacia el contenido y, por ende, en la efectividad de la campaña. La autenticidad del mensaje, cuando es coherente con la personalidad del creador de contenido, potencia la recepción positiva del mismo.

Por otra parte, investigaciones aplicadas al sector moda, como la de Mata (2021), revelan que la elección de influencers no debe ser aleatoria, sino basada en una alineación estratégica de valores y narrativa visual entre la marca y el embajador digital. En este ámbito, la audiencia valora especialmente la coherencia del contenido y la transparencia en las colaboraciones.

En conjunto, estos estudios ponen de manifiesto la necesidad de espacios de profesionalización que fomenten el análisis crítico, la actualización constante y el intercambio de experiencias entre los actores clave del ecosistema. En este contexto, Influencianding se propone como un foro idóneo para reflexionar sobre las mejores prácticas, identificar tendencias emergentes y consolidar relaciones estratégicas entre marcas, influencers y expertos en relaciones públicas.

Antecedentes



Figura 1. Imagen del evento Influencer Marketing Week 2022. Tomada de BIF Digital (2025).

El influencer marketing se ha consolidado como una estrategia fundamental dentro del marketing digital, especialmente en países como México. Con el auge de las redes sociales, los influencers se han convertido en actores clave para las marcas que desean conectarse con audiencias más específicas. A medida que esta disciplina ha crecido, han surgido eventos y conferencias en México, cuyo objetivo es analizar y debatir sobre las mejores prácticas en marketing de influencers.

Uno de los eventos más importantes en este sentido es la **Influencer Marketing Week (IMWEEK)**, la cual se celebró en Ciudad de México en 2022. Este evento reunió a marcas, agencias de marketing y expertos en redes sociales para discutir las últimas tendencias en influencer marketing. Durante la conferencia, se trataron temas sobre cómo seleccionar a los influencers adecuados, cómo medir el éxito de una campaña y cómo enfrentar los desafíos éticos en el marketing de influencia (BIF Digital, 2022).

Otro evento clave en el país es **VidCon México**, un evento que se realiza anualmente y que reúne a creadores de contenido y marcas. En su edición de 2024, VidCon México destacó la importancia del influencer marketing y brindó a los asistentes la oportunidad de aprender de los mejores en la industria. Las marcas y los creadores de contenido pudieron discutir estrategias para mejorar la colaboración en las campañas de marketing de influencers, así como explorar las tendencias emergentes de las plataformas digitales (Marketing4Ecommerce, 2024).



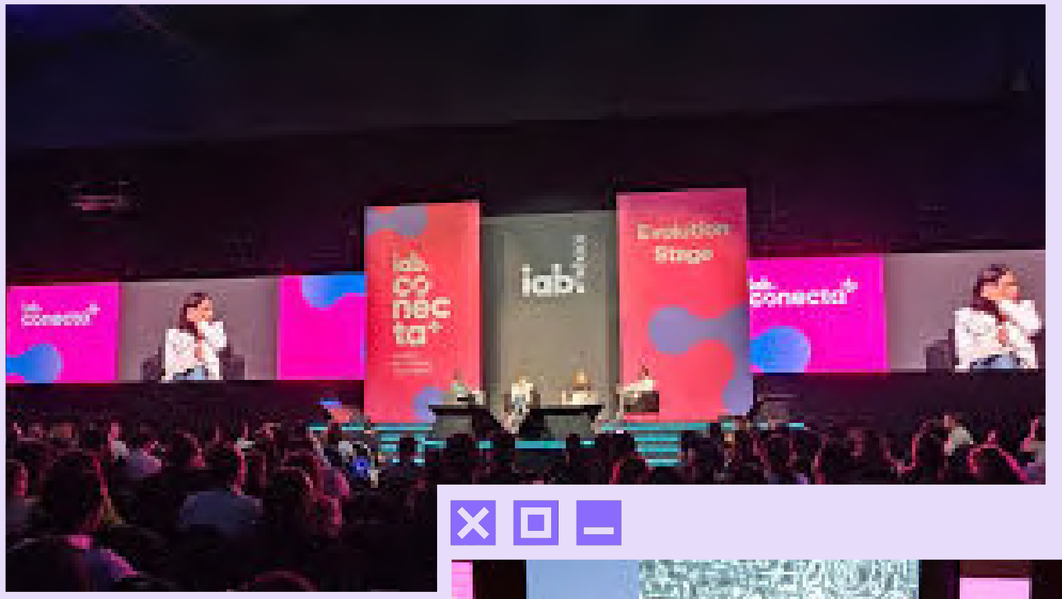
Figura 2. Imagen promocional de VidCon Mexico 2024. Tomada de Marketing4ecommerce (2024).

Antecedentes

Por otro lado, el **Foro IAB México** es otro evento importante que ha abordado el impacto del influencer marketing dentro del marketing digital. Cada año, expertos de la industria se reúnen para discutir las mejores prácticas y el futuro de la publicidad digital. En la última edición de este foro, se destacaron las mejores estrategias para trabajar con influencers y las oportunidades que presentan las nuevas plataformas para la creación de contenido (IAB México, 2023).

En resumen, los eventos sobre influencer marketing en México han jugado un papel crucial en la consolidación de esta estrategia. Estos espacios han permitido el intercambio de conocimientos, el análisis de las mejores prácticas y la creación de redes entre marcas e influencers, lo cual es esencial para el desarrollo del marketing digital en el país.

Figura 3,4. Evento de IAB México en la sección "Quiénes somos". Tomado de IAB México (2025).





Concepto

Influencianding

Influen = influencer
cianding = lo tomamos como la acción de influenciar



Estrella = estrella de verificación en redes sociales
@ = simbolo que ayuda en redes sociales a etiquetar un perfil

Ubicación del evento

Evento solamente presencial

Sede: Beirut rooftop

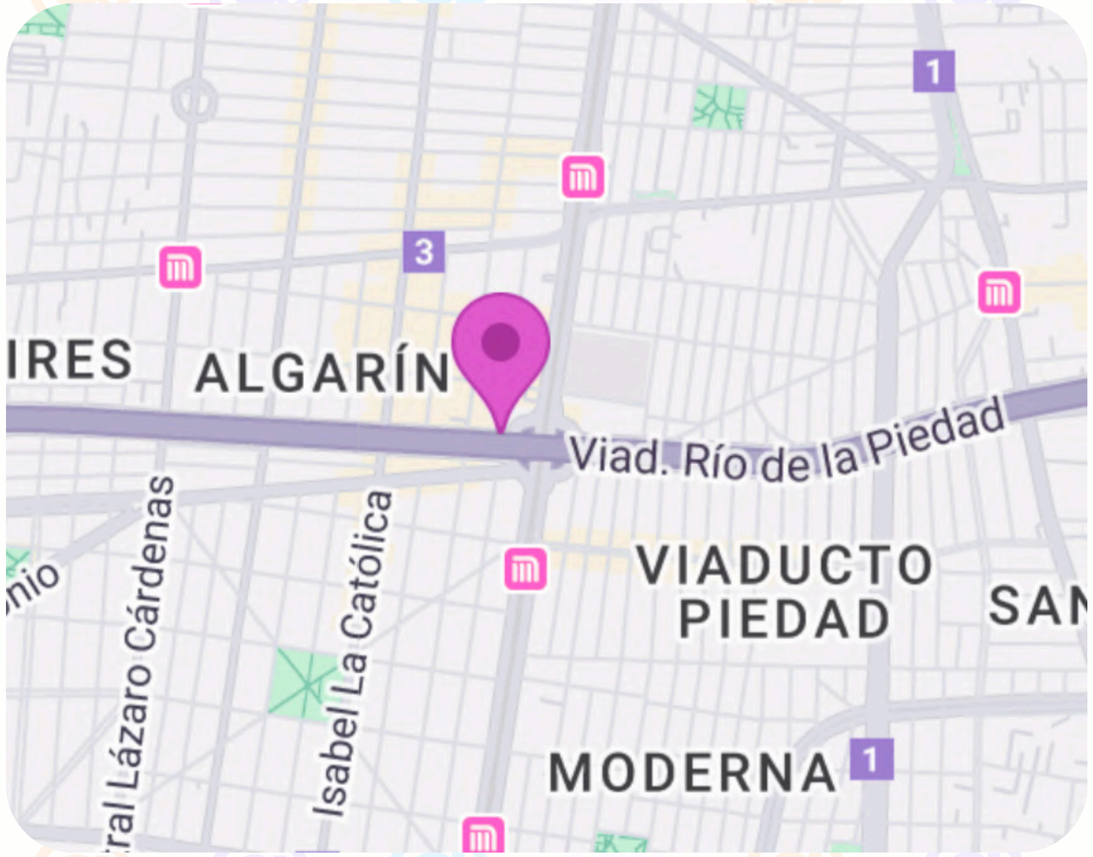
Ubicación del evento: Marcelino Dávalos 83, Algarín, Cuauhtémoc, 06880 Ciudad de México, CDMX

Localización de evento: Ciudad de México, zona céntrica.

Sede física: Terraza techada, con amenidades para las ponencias.

Contactos:
- @beirutrooftop
- Director Operativo : +52 56 2482 6663

Fecha: 19 Marzo 2025



Sede Física

Beïrut Rooftop





Amenidades y servicios INCLUIDOS

- Capacidad Max. 150 personas
- Sofás, Sillas, Periqueras y mesas
- Con material de piel color verde obscuro con capacidad de 80 personas sentadas al mismo tiempo.
- Baños de hombres y mujeres
- Con capacidad de hasta 6 personas simultáneamente. Incluye papel en cada cubículo y jabón.
- Terraza con área al aire libre para fumar
- Personal de Seguridad
- 2 personas de seguridad a disposición de tu evento a cargo de acceso y demás logística.
- Personal de Limpieza
- 2 personas de limpieza a todo momento en los baños para asegurar la sanidad e higiene de tu evento.
- Sistema de Sonido
- 2 bocinas activas con amplificación integrada JBL Eon 612 con consola listas para reproducir.
- Pantalla de proyección & Proyector
- Pantalla de proyección de 120 pulgadas & proyector 1080P
- Wi-Fi
- Con velocidades de hasta 500mb/s para ti y tus invitados
- Sistema de Iluminación
- 8 paneles Led's de colores instaladas en el techo con controlador DMX
- Estacionamiento
- Servicio de Valet Parking (Se expiden boletos al llegar con costo de $100/cu)
- Pantallas de 55"
- 3 Pantallas de 55" sincronizadas

Lugares dentro de la sede



Salón



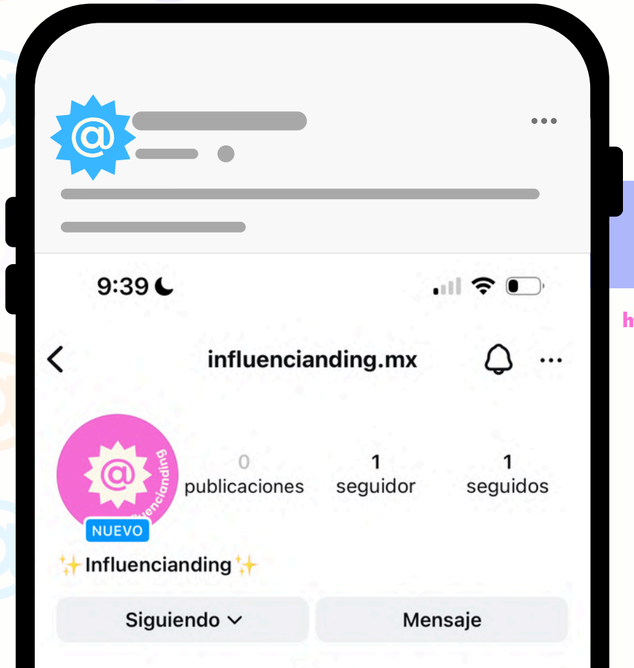
Terraza



Escenario

Sede digital

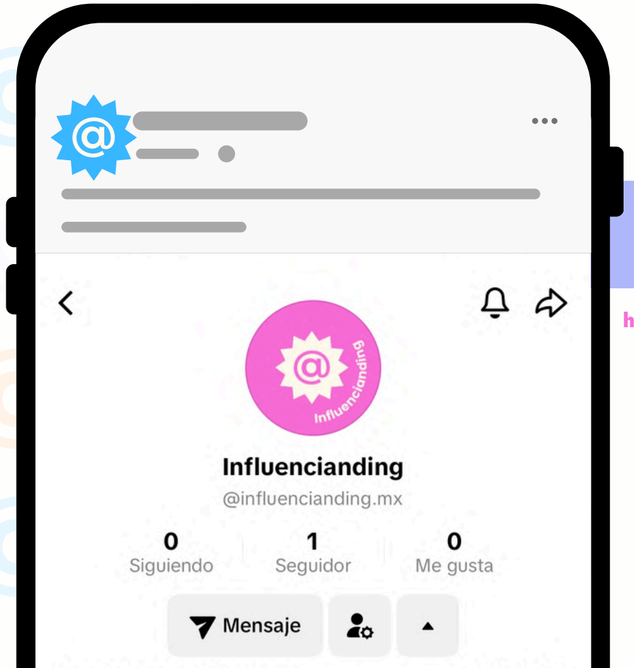




Instagram

https://www.instagram.com/influencianding.mx/?hl=es





Tiktok

https://www.tiktok.com/@influencianding.mx

Diseño

Este logo presenta una tipografía audaz y llamativa, diseñada para destacar y resonar en el dinámico mundo del influencer marketing. La integración inteligente de elementos que evocan el símbolo 'arroba' (@), tan característico de la identidad digital de los influencers, se fusiona con un estilo maximalista lleno de curvas envolventes. Esta combinación crea una estética visual única y memorable, que irradia energía y creatividad.









Este isologo fusiona de forma directa el símbolo universal del 'arroba' (@) con una estrella de múltiples puntas. El 'arroba' central representa la esencia digital y la comunidad influencer, mientras que la estrella simboliza el alcance, la diversidad y el encuentro brillante de talentos. En conjunto, crea una identidad visual memorable e impactante, directamente relevante para un evento de influencer marketing, comunicando de inmediato su temática y la naturaleza destacada de sus participantes.

Moodboard









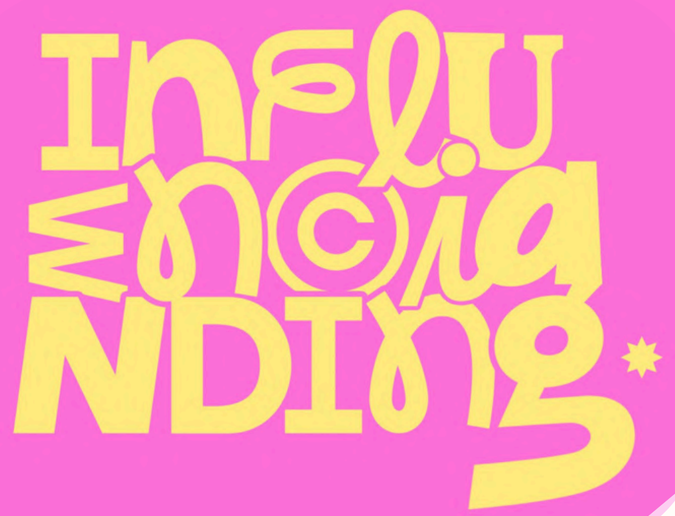


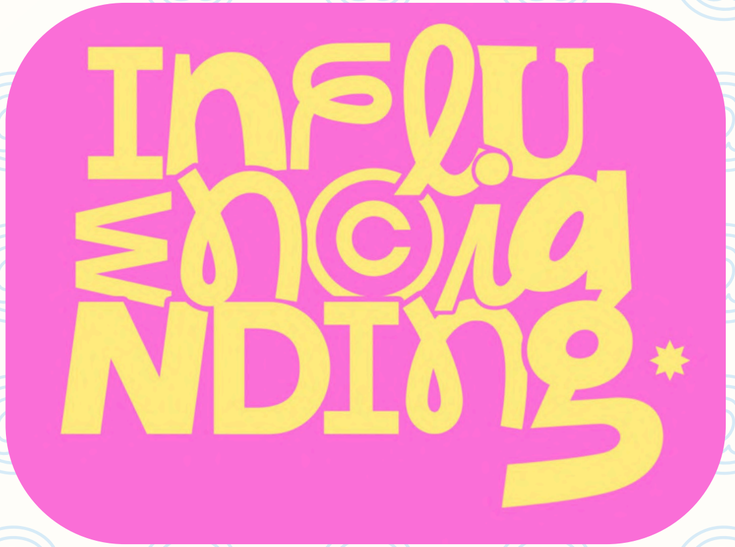




Figura 5 a 11. Imagenes del tablero de ideas en Pinterest. Tomada de Pinterest (n.d.).

Primer logo





Target

Influencianding está diseñado para una audiencia profesional y digitalmente activa, que busca capacitarse, generar alianzas y posicionarse dentro del universo del influencer marketing. No se trata solo de atraer asistentes, sino de conectar con actores clave del ecosistema para impulsar la profesionalización del sector.

Segmentación Demográfica

Edad: 22 a 38 años (jóvenes profesionales y emprendedores)
Género: Todos los géneros (aunque se observa predominancia femenina en el sector de PR)
Ubicación: Principalmente Ciudad de México.

Segmentación Profesional

- Profesionales de relaciones públicas
- Coordinadores de marketing digital
- Social media managers
- Ejecutivos de cuentas
- Influencers (nano, micro y mid-level creators)
- Diseñadores y estrategas de marca
- Emprendedores con negocios digitales

Buyer persona



Mariana Rodríguez – "La Estratega de PR"
Edad: 30 años

Profesión: Coordinadora de Relaciones Públicas en agencia mediana
Nivel de experiencia: 5 años
Redes que usa: LinkedIn, Instagram, Pinterest

Motivaciones:

- Profesionalizar su forma de trabajar con influencers
- Generar alianzas con marcas y creadores para campañas más efectivas
- Estar actualizada con tendencias digitales
- Posicionar a su agencia como una experta en estrategias digitales

Puntos de dolor:

- Se enfrenta a la informalidad de muchos influencers
- Las marcas a veces no entienden el valor del PR bien hecho
- Le cuesta encontrar creadores alineados a los valores de la marca
- Los eventos del sector suelen ser demasiado generales o poco accionables

Qué busca en Influencianding:

- Aprendizaje real y aplicable
- Casos de éxito y charlas estratégicas
- Conocer herramientas digitales para selección y medición de influencers
- Networking valioso con agencias, marcas e influencers

Influencianding

Influencianding

Colores

#afb7fb #f86dd7

#ff9a3e #f8e072 #8b6bfb #38b6ff

Tipografía

Aa

Super Chill

Aa

Poppins

Elementos



Aplicaciones del diseño













Íconos por secciones

LOGÍSTICA

MARKETING

DJ

FOTO Y VIDEO

PROVEEDOR

Viaje del usuario

Enterarse

- Invitaciones de boca en boca
- Menciones en PR
- Teasers en redes sociales

Considerar

- Página de aterrizaje con info del evento
- Dinámicas de boletos gratis
- Reels/TikToks de speakers invitados

Registrar

- Confirmación con “save the date”
- Grupo de WhatsApp
- Google Forms

Asistir

- Check-in
- Activaciones en sitio
- Kit de bienvenida (gafete, stickers, guía del evento)

Compartir

- Testimonios post-evento
- Recap en redes sociales
- Encuesta de satisfacción
- Compartir contenido generado por los asistentes

Viaje del usuario

1 ENTERARSE

- Reels y TikToks con frases clave de PRs (“¿Por qué no te están funcionando tus influencers?”)
- Visuales atractivos en redes sociales
- Newsletter de agencias de marketing o comunidades creativas
- Embajadores compartiendo el evento (creadores afines al tema)

2 CONSIDERAR

- Mini videos o carruseles con tips prácticos de los ponentes
- Sorteos (rifas) para ganarse una entrada o asesoría personalizada
- Trivia de marketing/influencers con premio
- Landing page con programa, perfiles de ponentes y aprendizajes esperados

3 REGISTRAR

- Formulario simple con confirmación inmediata
- Recordatorios automáticos por email o WhatsApp
- Grupo exclusivo de asistentes en WhatsApp
- Incentivo por pronto registro (regalo o descuento)

4 ASISTIR

- Bienvenida creativa (kit de bienvenida, QR con programa,)
- Moderadores o anfitriones cálidos
- Activaciones (encuestas rápidas, trivias, preguntas a ponentes)
- Rifa o dinámica final para mantener la atención
- Constancia de participación

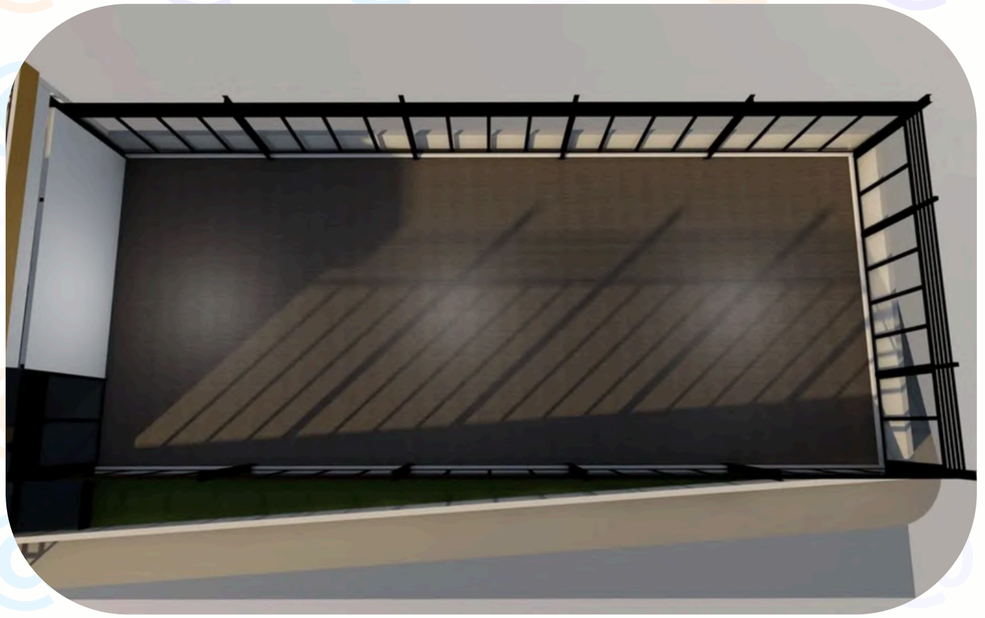
5 COMPARTIR

- Encuesta rápida con feedback
- Testimonios en video o texto para redes
- Galería de fotos del evento
- Reels con frases o highlights
- Envío de materiales extra + agradecimiento
- Incentivar que compartan su experiencia en redes

Renders







Renders



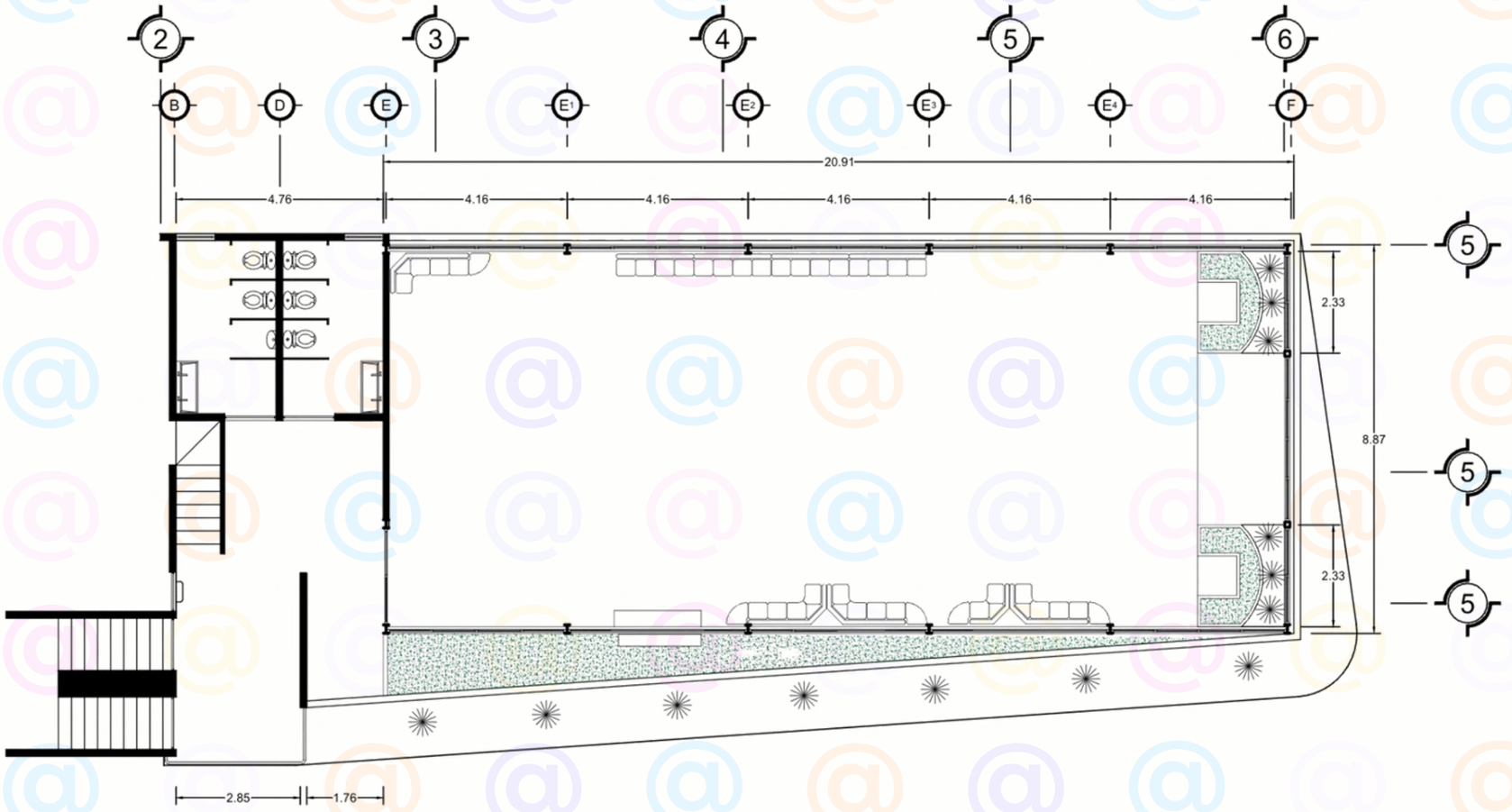






Figura 12,13,14,15. Captura de pantalla de Sims4 elaborada por Luisa Marín (2025).

Planos



BEIRUT Rooftop

CROQUIS Planta	VIADUCTO ESQ. MARCELINO DÁDALOS 83 ALGARÍN, CUAUHTÉMOC CIUDAD DE MÉXICO

Logo para redes sociales



Post instagram

Integrantes del equipo

Project Manager **Luisa Marín**
Responsable de:

- Supervisar todas las áreas del evento.
- Coordinar tareas, reuniones y fechas clave.
- Tomar decisiones estratégicas.
- Resolver conflictos entre equipos.
- Garantizar el cumplimiento de tiempos y presupuesto.

Logística y Producción **Karla Cabral**
Responsable de:

- Supervisar montaje, desmontaje y flujo operativo.
- Coordinar proveedores, staff .
- Asegurar que todo funcione según lo planeado en tiempos y espacios.

Redes Sociales y Contenido
Luisa Marín/Freddy Denk
Responsable de:

- Diseñar y ejecutar la estrategia de redes antes, durante y después del evento.
- Coordinar con fotografía, video y diseño para tener contenido actualizado.

Comunicación y PR **Luisa Marín**
Responsable de:

- Redactar y distribuir comunicados oficiales.
- Supervisar la imagen pública del evento y el trato con invitados especiales.

Diseño y Branding **Axel Martínez**
Responsable de:

- Crear el concepto visual del evento.
- Diseñar gráficos para redes, señalética, acreditaciones y kits.

Integrantes del equipo

DJ / Productor Musical **Diego Guzmán**

Responsable de:

- Musicalizar momentos clave del evento (entrada, recesos, cierre).
- Asegurar un ambiente agradable y alineado al mood del evento.

Foto y video **Freddy Denk**

Responsable de:

- Capturar los mejores momentos del evento con estilo documental y promocional.
- Entregar galería curada para post-evento y redes sociales.
- Grabar ponencias, momentos clave y testimoniales.
- Crear material audiovisual para difusión post-evento (reels, resumen, entrevistas).

Proveedor de Kits de Bienvenida

Alejandro Olmedo

Responsable de:

- Suministrar, personalizar y entregar los kits para asistentes.
- Coordinar la producción de los elementos con tiempo y calidad acordados.

Ponentes



Daniela Mora



Mariana Viñas



Fanny Alle

Normas de comunicación

Canales oficiales:

WhatsApp grupal: Comunicación inmediata y avisos de último minuto.
Notion o monday : Gestión de tareas, documentos de trabajo, cronogramas y entregables.
Zoom: Reuniones de planeación y revisión de avances.

Protocolos de entrega de avances:

- Tareas asignadas deben actualizarse en Notion con fecha de entrega y responsables.
- Para cambios o ajustes de última hora, es obligatorio informar tanto en WhatsApp como actualizar Notion.
- Cualquier propuesta nueva deberá ser presentada en la reunión semanal para aprobación.

Frecuencia de comunicación:

- Mensajes importantes deben responderse en corto tiempo.
- Actualizaciones generales enviadas al grupo de WhatsApp.
- Reuniones semanales (Zoom) de coordinación general.
- Reuniones específicas por área (si es necesario) coordinadas por el líder de cada equipo.
- Tono y estilo de comunicación: Profesional pero cordial.
- Confirmar recepción de tareas o solicitudes importantes ("visto" no equivale a "aceptado" si no se confirma)

Reglas básicas

- Puntualidad, respeto y proactividad
- PRs: Uso obligatorio de gafetes
- Staff: Playeras o pulseras distintivas obligatorio
- Mantener siempre comunucación en canales de comunicación.
- Confirmar de recibido cada cambio o entrega.
- Actualizar status en Notios de cualquier avance o problema con el evento.
- Durante ponencias: No moverse ni hacer ruido (solo cobertura audiovisual puede hacerlo)

Resolución de conflictos

- Comunicación directa y privada
- Intervención del líder del área
- Escalamiento al Project Manager
- Enfoque en la solución, no en el problema
- Documentar acuerdos
- Respeto

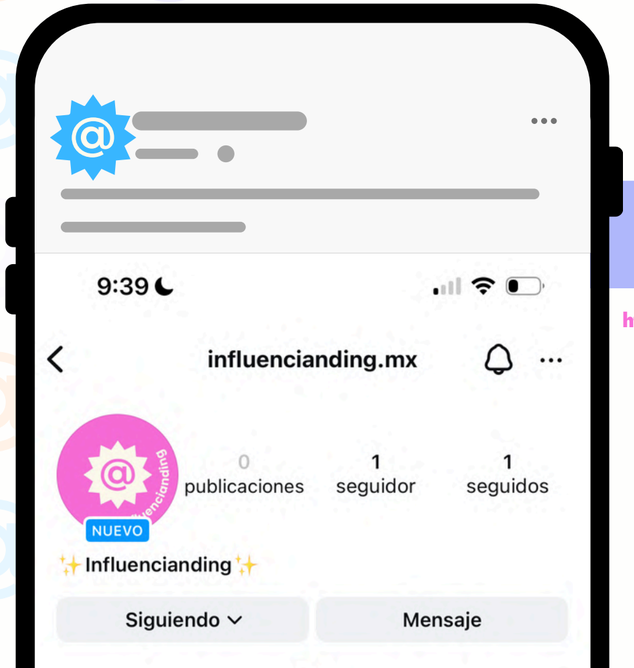
Evaluación del desempeño

- Cada 15 días, el líder del equipo o área revisará el cumplimiento de tareas asignadas en Notion.
- Cada miembro debe actualizar su estado de tareas y entregables en Notion antes de la revisión.
- Después de cada etapa importante, se realizará una reunión de retroalimentación para reconocer logros y detectar áreas de mejora.
- Cumplimiento de tareas en tiempo y forma.
- Calidad en la ejecución de las responsabilidades asignadas.
- Nivel de comunicación, proactividad y colaboración.

Proceso de trabajo

Fase	Fechas	Actividades principales
Lluvia de ideas	1 – 30 abril 2025	Busqueda de tema,creación de logo, nombre.
Preproducción	1 mayo – 31 mayo 2025	Propuesta visual, contacto inicial con venue y posibles aliados.
Planeación	1 junio – 30 junio 2025	Reunión inicial, formación del equipo.
Confirmaciones	1 julio – 31 agosto 2025	Convocatoria y acuerdos con marcas/influencers.
Producción	1 septiembre 2024 – 14 marzo 2026	Diseño, logística, activaciones.
Evento	19 marzo 2026	Ejecución en sitio y cobertura.
Post-evento	20 – 31 marzo 2026	Seguimiento, estadísticas, contenido en redes.

20 mayo 2025



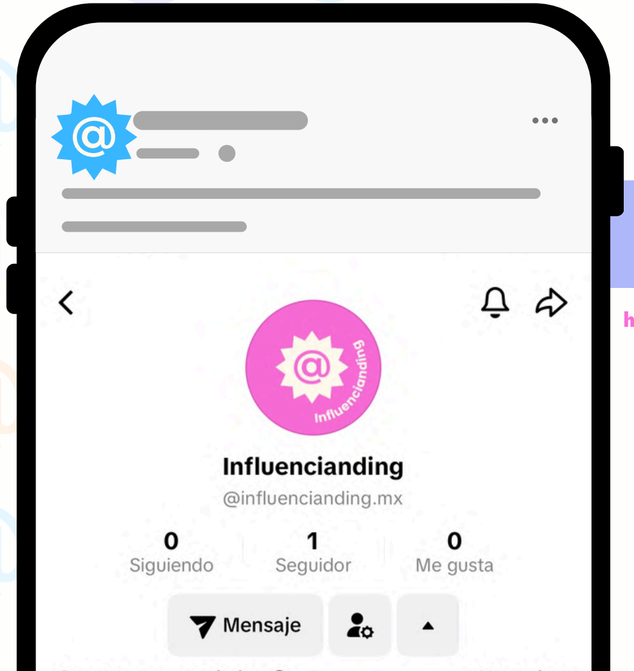
Instagram

https://www.instagram.com/influencianding.mx/?hl=es



Imagen ejemplo publicación instagram

20 mayo 2025



Tiktok

https://www.tiktok.com/@influencianding.mx



Imagen ejemplo publicación tiktok

FODA

Fortalezas

- Concepto original y diferenciador.
- Identidad visual coherente y llamativa.
- Equipo multidisciplinario con experiencia en temas de marketing.
- Conexiones reales con el ecosistema de marcas e influencers.

Debilidades

- Primera edición sin antecedentes ni comunidad previa.
- Presupuesto limitado.
- Dependencia de tareas concentradas en pocas personas.
- Falta de anticipación en permisos o trámites logísticos.

Oportunidades

- Crecimiento del influencer marketing en México.
- Pocos eventos formativos en el sector.
- Interés de marcas en generar alianzas nuevas.
- Posibilidad de escalar el formato a nuevas ciudades o versiones híbridas.

Amenazas

- Saturación de eventos en el sector creativo.
- Factores externos imprevistos (clima, cancelaciones, asistencia).
- Desinformación o informalidad en el ecosistema de creadores.
- Poca cobertura de medios formales.

FICHA TÉCNICA

Nombre del evento: Influencianding 2026

Descripción breve: Evento profesional y cultural que reúne a expertos en relaciones públicas, marketing digital e influencers, con el objetivo de compartir herramientas, tendencias y generar conexiones estratégicas en el mundo del influencer marketing.

Fecha: Miércoles 19 de marzo de 2026

Horario: 16:00 a 22:00 horas

Tipo de evento: Presencial – Profesional / Académico / Creativo

Ubicación: Beirut Rooftop
Marcelino Dávalos 83, Col. Algarín, Cuauhtémoc, CDMX
Sede física: Terraza techada con escenario, barra de bebidas, mobiliario lounge.

Asistentes esperados: 70 asistentes (PRs, social media managers, marcas, influencers, diseñadores y creativos)

Actividades principales:
- Conferencias y paneles con expertos
- Networking con aliados del sector

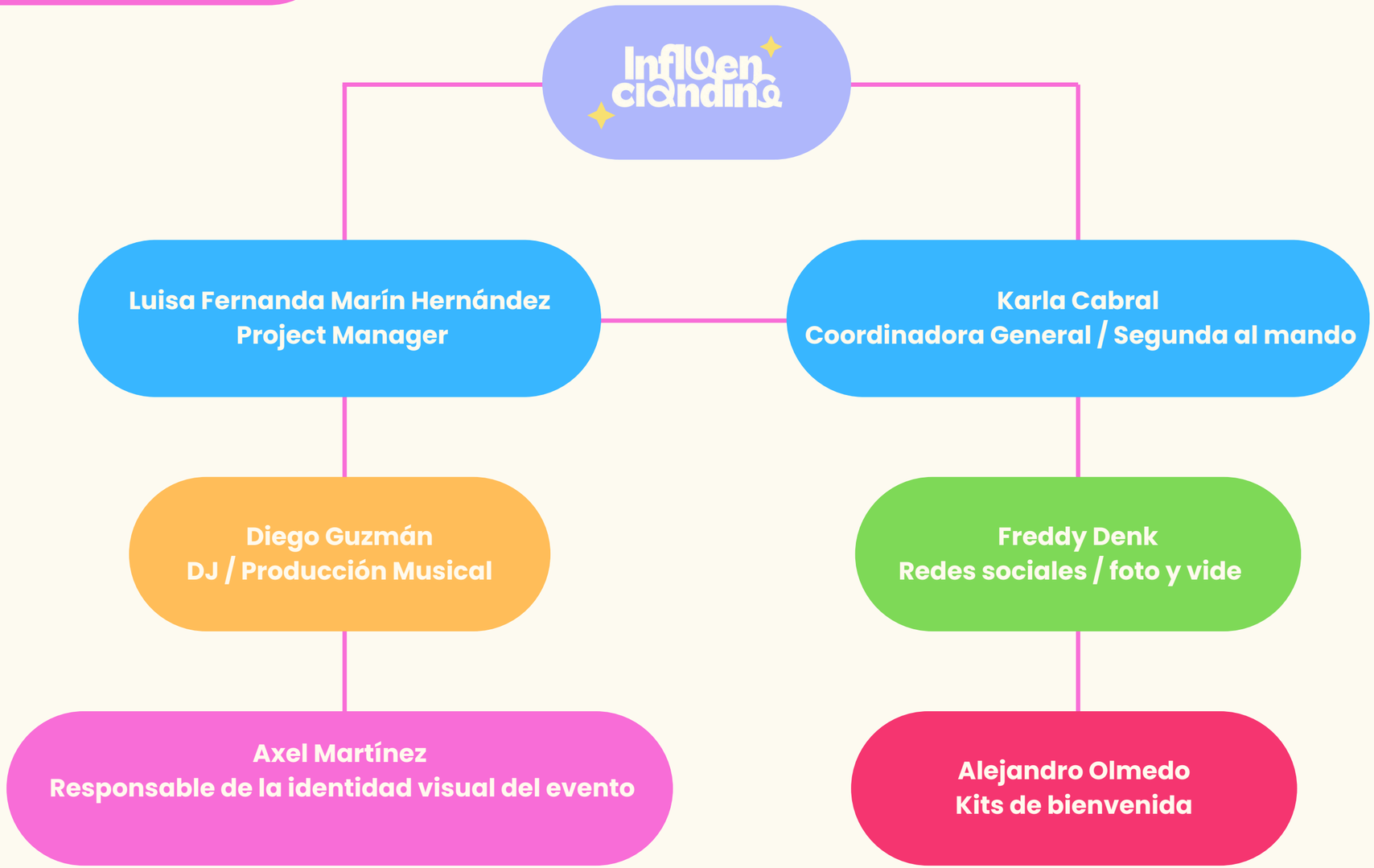
Organiza:
Luisa Fernanda Marín Hernández **– Project Manager**
Karla Cabral **– Coordinadora general**

Equipo de trabajo: Producción, logística, diseño, PR, contenidos, audiovisual, DJ, kits.

Redes sociales oficiales:
- **Instagram:** @influencianding.mx
- **TikTok:** @influencianding.mx

Contacto para prensa y medios: influencianding@gmail.com

ORGANIGRAMA



Crew list

Nombre	Área	Número telefónico
Luisa Marín	Logística	5568085025
Karla Cabral	Logística	744 587 0349
Axel Martínez	Diseño	56 4803 9014
Freddy Denk	Redes socialea Fotrografía y Video	55 3983 7371
Alejandro Olmedo	Kits de bienvenida	55 2284 9482

Ponentes

Nombre	Área	Número telefónico
Daniela Mora	Ponente Ben and Frank	55 3009 2849
Mariana Viñas	Ponente Mappa	55 4390 7152
Estefanía Alle	Ponente Nooz	222 809 4543

Daniela Mora



Mariana Viñas



Fanny Alle



Cronograma

Semana	Fechas	Área	Actividades y entregables	Responsables	Responsables
1	1–5 abril	Logística	Inicio del proyecto, lluvia de ideas, definición de nombre y concepto.	Luisa	Karly
2	8–12 abril	Marketing	Moodboard, paleta de color, primeros bocetos de logo.	Axel	
		Redes sociales	✨ TikTok: “Creando la identidad visual de Influencianding”	Freddy	
3	15–19 abril	PR	Redacción del primer comunicado, lista de posibles speakers.	Luisa	Karly
4	22–26 abril	Logística	Junta presencial con Beirut Rooftop. Confirmación oficial del venue.	Luisa	
5	29 abril–3 mayo	Marketing	Diseño final del logo, estructura de identidad visual.	Axel	
		Redes sociales	✨ Reel IG: “Presentamos nuestro logo”	Freddy	
6	6–10 mayo	Redes sociales	Creación de cuentas oficiales en IG y TikTok.	Freddy	
		Redes sociales	✨ Publicación: “Así nació Influencianding”	Freddy	
7	13–17 mayo	Logística	Cotización y selección de proveedor para playeras, totes y gorras.	Karly	
8	20–24 mayo	PR	Primeras invitaciones a speakers.	Luisa	
9	27–31 mayo	Marketing	Diseño final de merch. Se manda a producción.	Axel	
10	3–7 junio	Redes sociales	Publicación de carrusel: “¿Qué es Influencianding?”	Freddy	
		Redes sociales	✨ TikTok: “¿Por qué no te están funcionando tus influencers?”	Freddy	
11	10–14 junio	Logística	Contacto con patrocinadores. Lista tentativa por asistente.	Luisa	
12	17–21 junio	Logística	Diseño de activaciones en sitio, zonas asignadas dentro del venue.	Karly	
13	24–28 junio	PR	Confirmación de ponentes y armado de cronograma.	Luisa	
14	1–5 julio	Redes sociales	✨ IG Story: “Conoce a nuestros speakers”	Freddy	
15	8–12 julio	Logística	Cotización y compra de decoración especial.	Karly	
16	15–19 julio	Marketing	Señalética, gafetes y materiales gráficos listos.	Axel	Luisa
17	22–26 julio	Redes sociales	Planeación de cobertura audiovisual.	Freddy	
18	29 jul–2 ago	Bienvenida	Ensamble parcial de kits. Revisión personalizada.	Alejandro	
19	5–9 agosto	Redes sociales	✨ TikTok: “Organizar un evento no es lo que parece”	Freddy	
20	12–16 agosto	Logística	Segunda junta con sede. Validación de logística y flujos.	Luisa	Karly

Figura 16. Captura de pantalla de hoja de Excel elaborada por Luisa Marín (2025).

Cronograma

20	12–16 agosto	Logística	Segunda junta con sede. Validación de logística y flujos.	Luisa	Karly
21	19–23 agosto	Logística	Plan de protección civil, primeros auxilios, simulacro.	Luisa	
22	26–30 agosto	Logística	Plan de check-in y distribución de staff.	Karly	
23	2–6 sept	Redes sociales	Entrevistas teaser con speakers confirmados.	Freddy	
24	9–13 sept	Bienvenida	Entrega final de playeras, totes y gorras.	Alejandro	
25	16–20 sept	Redes sociales	Reels tipo gancho: “3 razones para no faltar”.	Freddy	
26	23–27 sept	Marketing	Pruebas de visuales, sonido e iluminación.	Axel	Freddy
27	30 sep–4 oct	PR	Planeación de campaña con influencers.	Luisa	
28	7–11 oct	PR	Mapeo de perfiles ideales (nano, micro, mid-level).	Luisa	
29	14–18 oct	PR	Primer contacto y propuestas a creadores.	Luisa	
30	21–25 oct	PR	Brief final para creadores y coordinación de entregables.	Luisa	
31	28 oct–1 nov	Redes sociales	Grabación de TikToks temáticos: campañas políticas, Black Mirror, pago a in	Freddy	Luisa
32	Nov–ene	Redes sociales	Campaña pagada y publicación de contenidos de aliados.	Freddy	Luisa
33	3–7 feb	Logística	Envío de recordatorios, últimos ajustes.	Luisa	
34	10–14 feb	Redes sociales	TikToks: errores de PR, qué buscan las marcas.	Freddy	
35	17–21 feb	PR	Registro de links, métricas, engagement.	Luisa	
36	24–28 feb	Redes sociales	✨ TikTok: “Lo último antes del evento”	Freddy	
37	3–7 marzo	PR	Publicaciones finales con aliados.	Luisa	
		Redes sociales	✨ Reels: “Save the date”, “Nos vemos en Influencianding”	Freddy	
38	10–14 marzo	Redes sociales	TikToks: trivias, tips.	Freddy	
39	19 marzo	Logística	Evento presencial en Beirut Rooftop. Cobertura completa en redes.	Todo el equipo	

Figura 17. Captura de pantalla de hoja de Excel elaborada por Luisa Marín (2025).

Ruta crítica

Semana	Actividad crítica	Responsable		Riesgo si se retrasa
1–2	Definición de concepto, objetivos y nombre del evento 🔴	Luisa	Karly	Todo el proyecto pierde dirección.
2–4	Moodboard, paleta y diseño del logo 🔴	Axel		Toda la línea gráfica depende de esto.
4–5	Primer deck de presentación para aliados 🟡	Luisa		Aplaza contactos con marcas.
FASE 2: PLANEACIÓN GENERAL (JUNIO – JULIO 2025)				
Semana	**Actividad crítica**	**Responsable**		**Riesgo si se retrasa**
6–7	Definición del cronograma completo 🔴	Todo el equipo		No se organiza el resto del proyecto.
7–8	Confirmación del venue 🔴	Luisa		No se puede avanzar en logística.
8–9	Asignación de roles y responsabilidades 🟡	Karly		Puede saturarse el equipo después.
FASE 3: ALIANZAS Y PATROCINIOS (AGOSTO – SEPTIEMBRE 2025				
Semana	**Actividad crítica**	**Responsable**		**Riesgo si se retrasa**
10–12	Contacto con speakers e influencers 🔴	Luisa		Se compromete el contenido del evento.
13–14	Contacto con marcas y patrocinadores 🔴	Karly		Se compromete el presupuesto y la experiencia en sitio.
14–15	Confirmación de alianzas en especie 🟡	Alejandro		Impacta kits y activaciones.
FASE 4: PRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE CONTENIDO (OCTUBRE 2025 – ENERO 2026)				
Semana	**Actividad crítica**	**Responsable**		**Riesgo si se retrasa**
16–20	Producción de merch (playeras, kits) 🔴	Karly	Axel	No hay productos listos para el evento.
21–24	Diseño e impresión de materiales (gafetes, señalética) 🔴	Axel		Impacta el check-in y orientación de asistentes.
25–27	Producción de activaciones y escenografía 🔴	Luisa		Afecta la experiencia del evento.
28–30	Grabación de contenido previo y pauta 🟡	Freddy	Luisa	Reduce el alcance del evento si no hay contenido previo.

Figura 18. Captura de pantalla de hoja de Excel elaborada por Luisa Marín (2025).

Ruta crítica

FASE 5: DIFUSIÓN Y CAMPAÑA FINAL (FEBRERO – MARZO 2026)				
Semana	**Actividad crítica**	**Responsable**		**Riesgo si se retrasa**
31–34	Coordinación de publicaciones con influencers 🔴	Freddy	Luisa	Menor alcance o desorganización en difusión.
35–36	Última etapa de pauta digital (Ads IG / TikTok) 🟡	Freddy		Puede impactar el número de asistentes.
37–38	Logística final de check-in y seguridad 🔴	Karly		Riesgo directo para la operación del evento.
FASE 6: EVENTO Y CIERRE (MARZO 2026)				
Semana	**Actividad crítica**	**Responsable**		**Riesgo si se retrasa**
Semana 47	Montaje, ejecución y cobertura digital 🔴	Todo el equipo		No hay margen de error: evento en tiempo real.
Post-evento	Análisis de métricas, entrega de constancias, agradecimientos 🟡	Freddy	Luisa	Afecta percepción final y continuidad del proyecto.

Figura 19. Captura de pantalla de hoja de Excel elaborada por Luisa Marín (2025).

🔴 Las actividades marcadas son críticas: si se retrasan, el evento también se ve comprometido.

🟡 Actividades complementarias: importantes, pero con cierto margen.

Ruta crítica

Resumen visual por bloques		
Bloque	**Fechas**	**Actividades críticas**
Concepto + Branding	abril – mayo 2025	Definición de identidad visual
Planeación	junio – julio 2025	Confirmación de sede y cronograma
Alianzas	agosto – septiembre 2025	Confirmaciones de speakers y marcas
Producción	octubre – enero 2026	Merch, escenografía, materiales gráficos
Difusión	febrero – marzo 2026	Campañas, pauta, coordinación final
Ejecución	19 marzo 2026	Evento
Cierre	20–31 marzo 2026	Post-evento y evaluación final

Figura 20. Captura de pantalla de hoja de Excel elaborada por Luisa Marín (2025).

Minute by minute

Hora	Actividad	Área	Responsables	Responsables	Notas clave
15:30 – 16:00	Llegada del staff y proveedores	Logística	Luisa		Verificación de montaje final, sonido y visuales.
16:00 – 16:30	Prueba de audio, luces, pantallas y recorrido técnico	Logística	Karly		Confirmar visuales, conexión de micrófonos, flujos de tránsito.
16:30 – 17:00	Llegada de speakers e invitados especiales	Bienvenida	Alejandro	Luisa	Recepción con equipo de anfitriones. Se entregan kits y horarios.
17:00 – 17:30	Apertura de puertas y registro	Bienvenida	Alejandro	Karly	Gafetes, pulseras, entrega de kits, activación QR de bienvenida.
17:30 – 17:40	Bienvenida oficial	PR	Luisa		Breve introducción del evento, agradecimientos y dinámica del día.
17:50 – 18:05	Ponencia 1: “PR e influencers: más allá de la pauta”	Logística	Speaker 1 Mariana Viñas	Karly	Conduce Karla (Moderadora). Proyector y cronómetro activos.
18:05 – 18:10	Sesión de preguntas rápida (5 min) + transiciones	Logística	Moderadora	Karly	Micrófono abierto para 2-3 preguntas del público.
18:10 – 18:25	Ponencia 2: “Tendencias 2025 en marketing de influencia”	Logística	Speaker 2 Fanny Alle	Karly	Conduce Karla (Moderadora). Proyector y cronómetro activos.
18:25 – 19:00	Sesión de preguntas rápida (5 min) + transiciones + Networking 1	Logística	Todos los asistentes	Luisa	Bebidas frías, música ambiental y activación tipo trivia en sitio.
19:00 – 19:20	Ponencia 3: “Lo que sí funciona en campañas colaborativas”	Logística	Speaker 3 Daniela Mora	Luisa	Incluye espacio de debate y testimonios breves.
19:20 – 19:35	Sesión de preguntas rápida (5 min) + transiciones	Logística	Moderadora	Karly	Premios tipo: kits extra, playeras, entradas futuras.
19:55 – 20:15	Networking 2 + firma / fotos con speakers	Redes socia…	Freddy	Luisa	Zona designada con fondo de marca para contenido social.
20:15 – 21:45	DJ Set + convivencia libre en terraza	Logística	Diego	Luisa	Luces ambientales, barra abierta, dinámica de despedida.
21:45 – 22:00	Mensaje de cierre y agradecimientos	Logística	Luisa		Mensaje final + anuncio de próxima edición.
22:00 – 22:30	Desmontaje parcial y cierre del venue	Logística	Luisa	Karly	Revisión de equipo, recolección de materiales y cierre formal.

Figura 21. Captura de pantalla de hoja de Excel elaborada por Luisa Marín (2025).

Acreditaciones







Acreditaciones

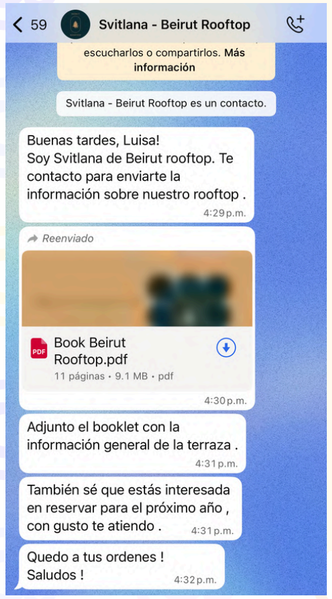




Juntas con el recinto

El recinto ya lo conocemos ,nos interesaba tener una cotización.

Ya que se cambió el día de este evento, tenemos fecha para pagar y visitarlo hasta el 22 de Octubre.











1ra cotización

COTIZACIÓN #Y00402

NOMBRE TBD
CORREO TBD
556808 5025
FECHA DE COTIZACION: 15 MAYO 2025

BEÏRUT ROOFTOP
Marcelino Dávalos 83
Terraza 5to piso,
Cuauhtémoc 06880, CDMX,
México JAAY001117S91

FECHA DE EVENTO: JUEVES 17 DE JULIO 2025

TIPO DE EVENTO: PONENCIA DE MKT
HORARIO DE EVENTO: 6 HORAS POR DEFINIR
MONTAJE PREVIO: 4 HORAS POR DEFINIR
ASISTENCIA CONTEMPLADA: 70PX

DESCRIPCIÓN SALÓN EQUIPADO

- Aforo Máximo 120PX
- Internet 500mb/s
- Mobiliario Estilo Lounge (30px)
- Mobiliario mesas redondas 100px
- Barra de Bar (Mobiliario)
- Tarima Elevada Para DJ/Orador con Mesa
- Baños Con Insumos
- Elevador (hasta el 4to piso)
- Refrigerador Jumbo para enfriar bebidas y alimentos
- Hielera Jumbo Precargada con 3 Bolsas 5kg de hielos c/u
- Micrófonos inalámbricos (3)
- Personal de Acceso (2)
- Personal de Limpieza (2)
- Técnico AV (1)
- Personal de Seguridad (2)

#Y00402

SERVICIOS ADICIONALES **IMPORTE**

NO COTIZADO ---------- $

#Y00402

DESCRIPCIÓN EQUIPO DE AUDIO Y VIDEO DEL ESPACIO

- Altavoces 15 Pulgadas (3)
- Subwoofer 18 Pulgadas (3)
- Micrófonos Inalámbricos (4)
- Pantallas de 55'' (3 Unidades)
- Proyector y Pantalla de 120'' (1)
- Sistema de Iluminación DMX (8 LEDS
- Robótica) Pantalla de 75´´ (1)
- Cabina para DJ iluminada (No incluye el DJ)
- Luz Robótica 360 grados
-

IMPORTE
INCLUIDO

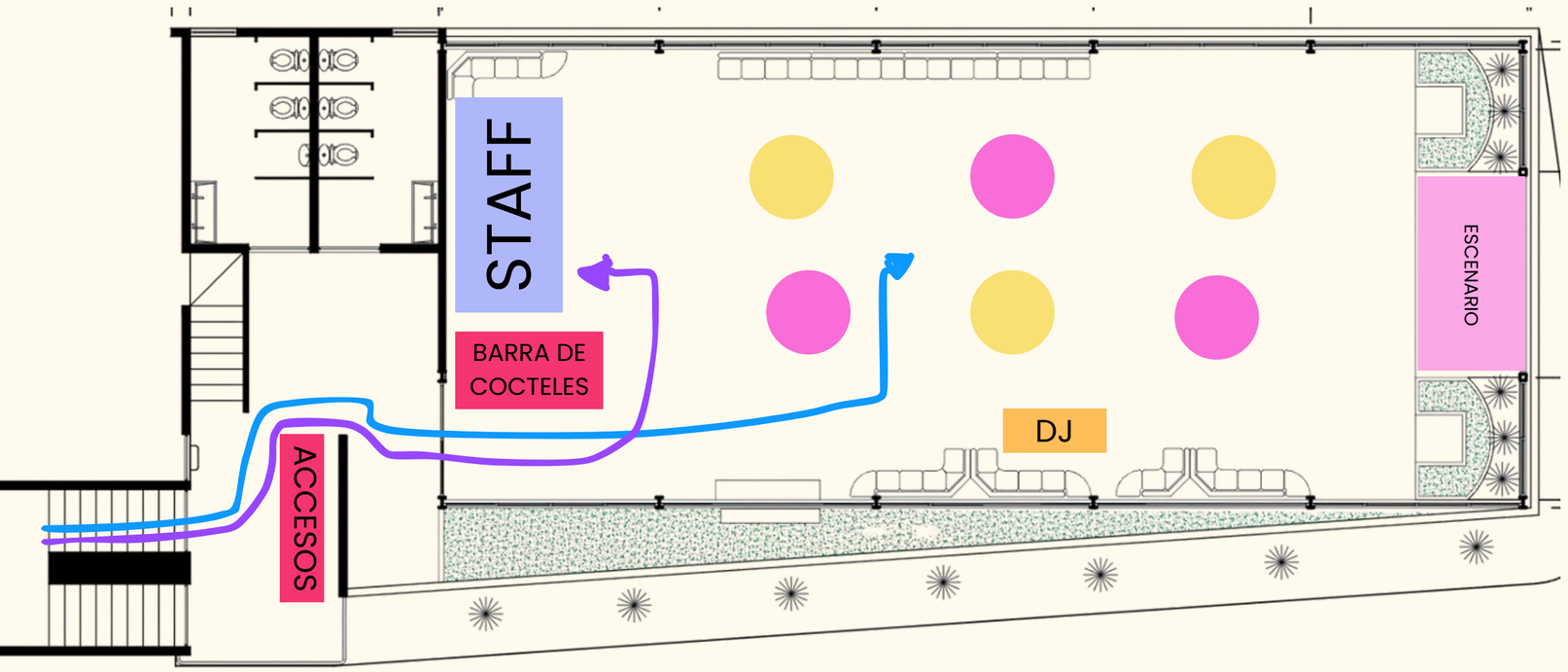
& 1

A) ESPACIO	+ ADICIONALES	= TOTAL
$11,879.00MXN	NO ~~COTIZADO~~	$11,879.00MXN

PRECIOS YA INCLUYEN IVA. EMITIMOS FACTURA.
3MSI CON BANAMEX O HASTA 18 MESES CON INTERESES.

CONDICIONES DE PAGO: Toda cotización requiere de un 50% de anticipo para hacerse válida. En caso de transcurrir 3 días sin anticipo la cotización expira y se tendrá que expedir una nueva. La liquidación del espacio se tiene que realizar a más tardar 24 horas antes del evento. Nos complace informarle que aceptamos todas las tarjetas de crédito, así como transferencias interbancarias SPEI y/o pago en efectivo en la sucursal. Ofrecemos 3 meses sin intereses.

Plano de flujos



Área para público

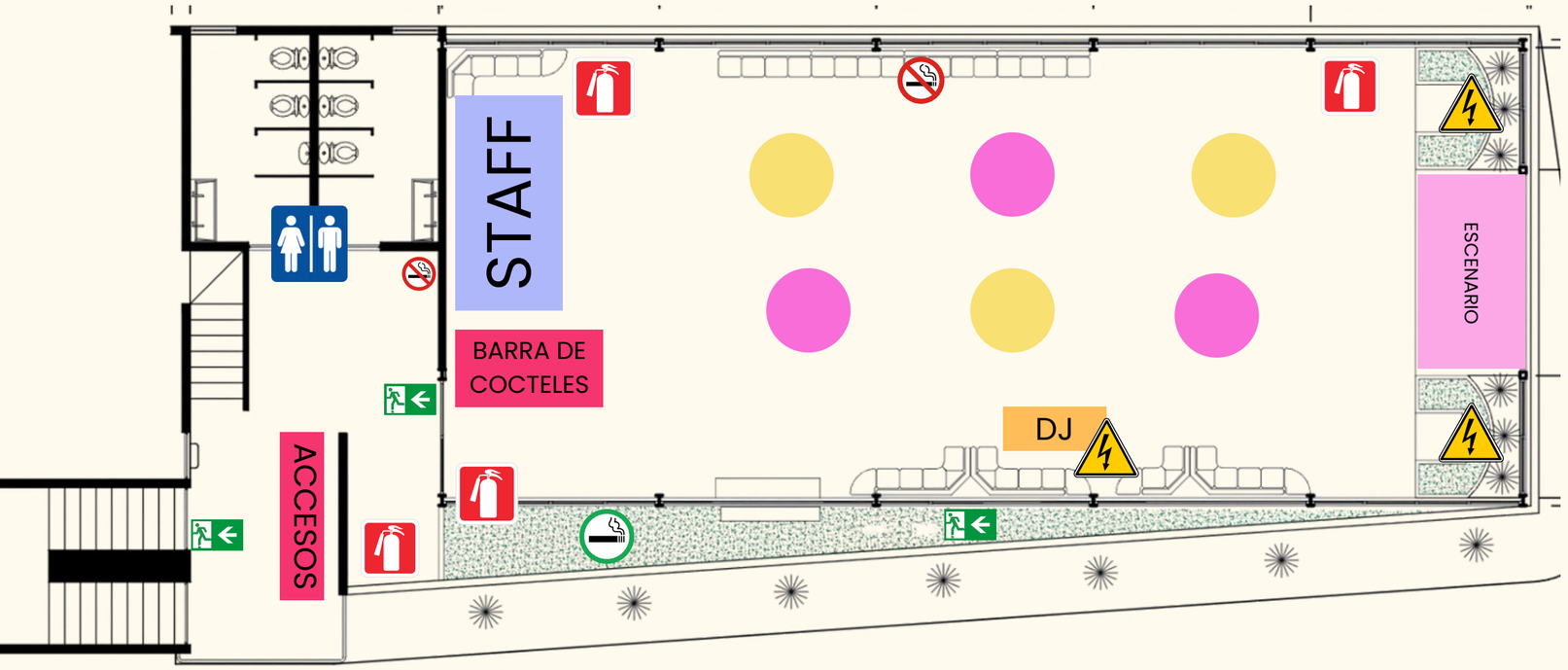
Área para público

Área de staff

ruta de entrada y salida staff

ruta de entrada y salida público

Plano con señaletica



- Baños
- Alto voltaje
- Extintor
- Ruta de evacuación
- No fumar
- Área de fumadores

Rutas de acceso

Medio	Estación / Avenida	Tiempo caminando
Metro	Viaducto (L2)	~2 min (150 m)
	Chabacano (L2, L8, L9)	~10 min
	Centro Médico (L3, L9)	~15 min
Microbús/ RTP	Viaducto Miguel Alemán / Cuauhtémoc	<5 min

Rutas de acceso

Medio	Estación / Avenida	Tiempo caminando
Avenidas	Viaducto Miguel Alemán	–
	Eje 1 Poniente (Cuauhtémoc)	–
Valet Parking	Servicio en sitio ($100/vehículo)	Inmediato

Montaje
Por definir

Renders de ejemplo:







Figura 22,23,24,. Captura de pantalla de Sims4 elaborada por Luisa Marín (2025).

Plan de seguridad
Protección civil

Riesgo	Acción preventiva	Procedimiento ante accidente
Caída desde la terraza o por barandales bajos	Revisión de barandales y zonas de riesgo; limitar acceso a bordes.	Acompañar a la persona; aplicar primeros auxilios y reportar al Project Manager
Ruptura de ventanales de cristal (por impacto o sismo)	Revisión estructural previa; alejar mobiliario de ventanales	Repliegue ordenado; señalización del área afectada; evacuación si es necesario
Sismos durante el evento	Señalización de rutas de evacuación; simulacro con staff	Repliegue, evacuación por escaleras, reunión en punto seguro
Incendios por equipo electrónico o instalaciones	Uso de multicontactos con protección; extintores disponibles	Uso inmediato de extintores; evacuación y corte de electricidad
Altas temperaturas (calor excesivo en terraza)	hidratación constante; ventilación natural o ventiladores	Llevar a persona afectada a zona fresca; dar agua fría; aplicar compresas; llamar a servicio médico si persisten síntomas
Congestión en escaleras o elevador al evacuar	Instrucciones claras para usar escaleras; staff guiando salidas	Dirigir evacuación de forma escalonada y ordenada

Numeros de emergencia

Emergencias generales: 911
Protección Civil (CDMX): 55 51 28 00 00
Cruz Roja: 065
Bomberos: 068
Fuga de gas: 911
Fuga de agua (CDMX): 800 014 2482

Plan de seguridad Vigilancia









Riesgo	Acción preventiva	Procedimiento ante accidente
Ingreso de personas no autorizadas	Lista de acceso, gafetes y pulseras de identificación.	Retiro inmediato por seguridad; informar al project manager.
Robo de pertenencias o equipo	Supervisión constante; zonas exclusivas para staff y speakers.	Identificar afectado, levantar reporte, revisar cámaras, proporcionar apoyo al afectado.
Acoso a influencers o asistentes	Zona VIP controlada; staff capacitado en detección de conductas inadecuadas.	Retiro del agresor, acompañamiento al afectado, informe al responsable de PR.
Conflictos o discusiones entre asistentes	Personal de seguridad circulando constantemente.	Separación inmediata; contención verbal; aviso al Project manager.
Aglomeración en entradas/salidas	Control de flujos; lista de acceso confirmada incluyendo +1, conteo y organización de pulseras.	Reorganizar entradas; dejar entrar a las personas en lista y colocar pulseras más adelante, llamar staff de otra area para apoyo.
Ingreso con objetos peligrosos o no permitidos	Revisión visual y cateos preventivos al ingreso; informar con anticipación esta política.	Cateo discreto por personal capacitado; en caso de detectar objeto prohibido, confiscarlo temporalmente.

Numeros de emergencia

Emergencias generales: 911
Cruz Roja: 065
Seguridad del veneu: (aún no lo tenemos)

Plan de seguridad
Seguridad alimentaria

Riesgo	Acción preventiva	Procedimiento ante accidente
Caída de líquidos o bebidas en piso	Supervisión constante; limpieza inmediata con señalización.	Personal limpia y restringe área; señaliza con cinta o letrero temporal.
Botellas de vidrio rotas	Supervisar su manipulación; recoger inmediatamente botellas vacias.	Limpieza con guantes y materiales adecuados; revisar si hay cortes.
Exceso de consumo de alcohol.	Ofrecer opciones sin alcohol visibles; detener el servicio si se detecta alteración.	Acompañar al afectado a zona tranquila; agua; evitar que se retire solo.
Malestar físico por bebida ingerida	Bebidas etiquetadas; staff capacitado para identificar signos de malestar.	Evaluar síntomas, ofrecer primeros auxilios o llamar a servicio médico.
Contaminación por exposición al calor	Mantener bebidas en hieleras o frías.	Desechar lote comprometido; reportar al Project Manager y cambiar suministro.
Falta de alimentos	Informar previamente que solo habrá bebidas; tener una reserva de alimentos básicos.	Llevar a la persona a zona fresca, dar agua, recostarla; ofrecer snack si hay; evaluar traslado médico.

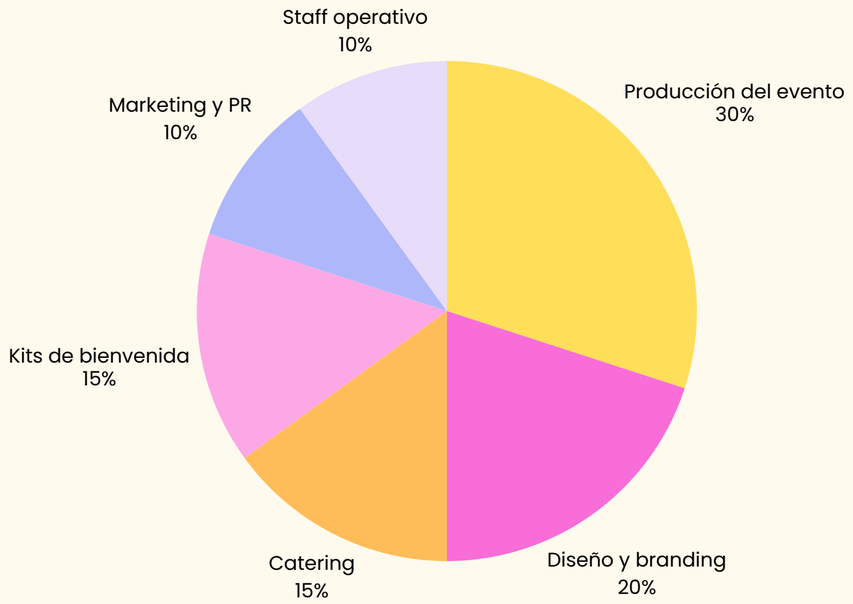
Numeros de emergencia

Emergencias generales: 911
Cruz Roja: 065
Personal médico del evento: (aún no lo tenemos)

Presupuesto y recursos

Staff operativo (10%)
Personal de logística, control de accesos, apoyo en catering, asistentes de producción.

Marketing y Relaciones Públicas (10%)
Campañas digitales, pauta en redes, relaciones públicas y gestión de medios.



Producción del evento (30%)
Renta del venue, montaje, iluminación, permisos y mobiliario especial.

Kits de bienvenida (15%)
Armado de 70 kits para asistentes, incluyendo productos de patrocinadores, credenciales y material del evento.

Diseño y branding visual (20%)
Imagen gráfica, escenografía, señalética, materiales impresos y digitales.

Catering (15%)
Estaciones de bebidas, alimentos para asistentes y staff.

Presupuestos

Categoría	Detalle	Observaciones	Costo
Venue	Renta de Beirut Rooftop	Incluye espacio techado, mobiliario base y staff de seguridad	$11.879
Producción	Mobiliario adicional, decoración, montaje y desmontaje	Considera ambientación especial y elementos visuales	$7.000
Merch	Playeras, gorras y totes personalizados	Entregados como parte del kit de bienvenida	$5.000
Kits	Gafetes, stickers, guía impresa, materiales promocionales	Personalizado	$2.500
Diseño	Pago a diseñador, impresión de materiales físicos	Señalética, pósters.	$3.269
DJ / Sonido	Curaduría musical y renta de equipo básico	3 horas de servicio	$3.800
Comida y bebida	Agua, snacks, cervezas, refrescos y cocteles	En parte cubierto por patrocinadores	$2.000
Pauta digital	Meta Ads para Instagram y TikTok	Segmentada a públicos específicos	$2.000
Seguridad	Apoyo externo + plan de protección civil	En coordinación con el venue	$0
Contenido	Captura y edición de video y fotografía	En parte cubierto por patrocinadores	$0
		Total:	$37.448
💰 **Ingresos estimados**			
Fuente	**Detalle**	**Observaciones**	**$$$**
Patrocinios	**Productos y servicios a cambio de visibilidad**	**Absolute Vodka, José Cuervo, Colimita, Happy Reel**	
Entradas	**Aportación 350 x persona**	**Con aforo limitado (80 asistentes)**	$28.000
Recursos propios	**Inversión inicial de la organización**	**Apoyo directo para comenzar producción**	$50.000
Intercambios	**Cobertura en video/foto a cambio de exposición**	**Incluye grabación profesional del evento**	
		Gasto total:	$40.552

Figura 25. Captura de pantalla de hoja de Excel elaborada por Luisa Marín (2025).

En esta ocasión no tendremos un ingreso ya que con el evento se busca generar ruido y dar a conocer el proyecto influencianding, se busca que para siguientes ediciones ya contemos con ingresos significativos. (esperamos reducir gastos de en algunas áreas)

Constancias staff



Estas constacias se van a entregar a cada una de las personas que participaron como staff en el evento.

Premios ponentes



Figura 26. Trofeo de cristal para empleados. Imagen tomada de Temu (2025).

Nota: Se realizaran premios personalizados con la distintivas estrellas de influencianding.

Recursos disponibles

Herramientas de Organización:
Notion (gestión de tareas y tiempos), Google Drive (archivos y materiales), WhatsApp (comunicación diaria rápida).

Patrocinios y Alianzas:
Aportaciones en especie (productos para kits, alimentos, branding).

Equipamiento Audiovisual:
Cámaras, micrófonos, equipo de grabación y transmisión provistos por aliados externos.

Misión y objetivos

Misión: Posicionar Influencianding como un referente en experiencias colaborativas para la industria del influencer marketing.

Objetivo: Influencianding nace como un espacio estratégico donde profesionales de relaciones públicas (PRs), marcas e influencers se encuentran para compartir conocimientos, conectar de forma auténtica y fortalecer la industria del Influencer Marketing en un entorno colaborativo y creativo.

Patrocinios

Vodka Absolut

Participa con producto a cambio de:

- Presencia de su logo en el evento de forma visible.
- Menciones en contenido generado para Reels y TikTok.

Cerveza Colimita

Participa con producto a cambio de:

- Logo visible en el evento.
- Menciones en contenido en redes sociales (Reels y TikTok).

Tequila José Cuervo

Participa con producto a cambio de:

- Presencia de marca en el evento.
- Integración en contenido en redes sociales

Happy reel

Apoya con la cobertura audiovisual del evento (fotografía y video) a cambio de:

- Presencia visible de su logo durante el evento.
- Compromiso de participación con pago en dos eventos futuros.

Fotomemoria / video

Trato con patrocinador (HAPPY REEL) para la memoria del evento

Entregables esperados

Carpeta de mínimo 50 fotos editadas (formato horizontal y vertical).
Reel resumen de 1 minuto para IG.
Video largo (1:30–2:00 min) con recap de todo el evento.
5 clips verticales editados para TikTok con música o voice-over.
2 mini entrevistas grabadas a speakers o asistentes (formato vertical**).**

Influencianding 2027

Descripción

Influencianding 2027 tendrá la misma dinámica que la primera edición, es un evento diseñado para reunir a expertos en relaciones públicas (PR) dentro del universo del influencer marketing. Reúne a profesionales de marcas, influencers y agencias en un solo espacio para intercambiar conocimiento, generar vínculos estratégicos y explorar nuevas posibilidades de colaboración.

Objetivo

En esta nueva edición se planea que sea en un veneu mucho más grande, con un aforo mucho mayor gracias a la publicidad generada en nuestro primer evento, esperamos en esta segunda edición tener ingresos significativos.
Es importante que el segundo evento sea una experiencia con mas marcas y PRs que manejen nuevas estrategias.
Gracias al crecimiento que hay todos los días en el área del influencer marketing influencianding es un evento que tiene todas las oportunidades de crecimiento a su favor.

Conclusiones

A lo largo de este diplomado tuve la oportunidad de desarrollar un proyecto que, aunque todavía no se ha llevado a cabo, representa todo el aprendizaje, esfuerzo y dedicación que puse durante estos meses.

Influencianding nació como una idea que poco a poco fue tomando forma gracias a los conocimientos adquiridos en cada módulo del curso. Desde la conceptualización hasta la planificación detallada del evento, pude aplicar herramientas reales en producción, diseño, logística, comunicación y gestión de equipo.

El proceso no fue sencillo: requirió organización, análisis, mucha toma de decisiones y aprender a adaptarme constantemente. Sin embargo, también fue una experiencia enriquecedora, en la que confirmé que esto es algo a lo que me quiero seguir dedicando.

Agradezco este espacio formativo porque me dio la estructura para convertir una idea en un proyecto concreto. Aunque el evento aún no sucede, estoy segura de que todo el trabajo previo sentó bases sólidas para que Influenciandinng se lleve a cabo de manera profesional y creativa.

Este diplomado no sólo me enseñó a hacer un evento, sino a creer en mi capacidad para liderarlo.

Referencias Marco teórico

- Arcia, P., & Brea, G. (2023). Marketing Influencer y su Impacto en las Decisiones de Compra. Ciencia Latina. https://cienciala tina.org/index.php/cienciala/article/view/9514

- Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Building influencers' credibility on Instagram: Effects on followers' attitudes and behavioral responses toward the influencer. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/340244027_Building_influencers'_credibility_on_Instagram_Effects_on_followers'_attitudes_and_behavioral_responses_toward_the_influencer

- Lou, C., & Yuan, S. (2019). Influencer marketing: How message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. Journal of Interactive Advertising, 19(1), 58–73. https://doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501

- Mata, M. (2021). Análisis de la estrategia de influencers del sector de la moda en Instagram [Trabajo de fin de grado, Universitat Politècnica de València]. RiuNet. https://riunet.upv.es/handle/10251/174911

Referencias Antecedentes

- BIF Digital. (2022). Influencer Marketing Week 2022: Estrategias de marketing de influencia en México. Recuperado de https://bif.digital/en/influencer-marketing-week-22

- IAB México. (2023). Foro IAB México 2023: Tendencias en marketing digital y publicidad. Recuperado de https://www.iabmexico.com/quienes-somos/

- Marketing4Ecommerce. (2024). VidCon México 2024: Llega la tercera edición del evento sobre contenido digital e influencer marketing. Recuperado de https://marketing4ecommerce.mx/vidcon-mexico-2024-llega-la-tercera-edicion-del-evento-en-contenid

Referencias
Imagenes y video

BIF Digital. (2025). Influencer Marketing Week 2022 – evento con ponencias, conferencias y networking [Imagen]. https://bif.digital/en/influencer-marketing-week-

bombavista.mx. (2024, 3 de octubre). ¿Buscando inspo para outfits increíbles? @cynha._ armó looks que nos encantaron Obvio con sus bombavista ✨ [Video]. Instagram. https://www.instagram.com/reel/DArxoN4p5bS/

IAB México. (2025). Evento de IAB México [Imagen]. https://www.iabmexico.com/quienes-somos

karlie_lml. (2025, 18 de febrero). @bombavista.mx 🕶️ x 6 diferentes looks! [Video]. Instagram. https://www.instagram.com/reel/DGOUjJaJZxJ/

mariamandarin. (2025, 24 de abril). Mi confiable a la hora de styleeaAr mis viajes sin dejar de lado la comodidad. <333 ʕ•ᴥ•ʔ [Video]. Instagram. https://www.instagram.com/reel/DI2TdRsxlF0/

Marketing4ecommerce. (2024). Imagen promocional de VidCon Mexico 2024 [Imagen]. https://marketing4ecommerce.mx/vidcon-mexico-2024-llega-la-tercera-edicion-del-evento-en-contenid

Referencias
Imagenes y video

- Pinterest. (n.d.). Tablero de ideas en Pinterest [Imagenes]. https://mx.pinterest.com/?boardId=549368923235064426

- Temu. (2025). Trofeos de cristal para empleados, aniversario de la compañía y placas conmemorativas [Imagen]. https://www.temu.com/mx/trofeos-de-cristal-para-empleados--en--de-aniversario-de-la-compannia--conmemorativos-y-placas-de-autorizacion-para-presentaciones-de--deportivas-g-601100201096696.html