

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**



**ESTRATEGÍA DE MARCA: DEPÓSITO DENTAL
P&H INSUMOS**

Presentado por:

Eduardo Manuel Pérez Hernández

Carnet:

PH15013

**Trabajo final del Curso de Especialización de Medios
Digitales y Redes Sociales para optar al título de Licenciado en
Periodismo**

Docente Asesor:

Licda. Silvia Estrada

Ciudad Universitaria, 21 de febrero de 2022

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS
RECTOR

PDH. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ
VICERRECTOR ACADÉMICO

ING. JUAN ROSA QUINTANILLA
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

ING. FRANCISCO ALARCÓN
SECRETARIA GENERAL

LIC. RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN
FISCAL GENERAL

LIC. LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE
DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

MSC. ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS
DECANO

LICDA. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO
VICEDECANA

MSC. JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS
SECRETARIO DE LA FACULTAD

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

MSC. CARLOS ERNESTO DERAS
JEFE DE DEPARTAMENTO

MSC. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADODO

SILVIA MARÍA ESTRADA
DOCENTE COORDINADOR DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

INDICE

RESUMEN	iv
INTRODUCCIÓN	v
I. ESTRATEGIA DE MARCA: DEPÓSITO DENTAL P&H INSUMOS	6
1.1. ¿Quién es P&H Insumos?	6
1.2. Información de la empresa	6
1.3. Productos	7
1.4. Objetivos comerciales	8
1.5. FODA	9
1.6. Análisis de la competencia	10
1.7. Buyer persona	13
1.8. Objetivos Generales	16
1.9. Objetivos Específicos	16
1.10. Plataforma Digital	16
1.11. Líneas de Contenido	17
1.12. Logística de trabajo	18
1.13. Key Performance Indicator (KPI'S)	18
1.14. Calendario de contenidos	19
BIBLIOGRAFÍA	23

RESUMEN

Desde los años 90, el auge de la web y las redes sociales ha crecido drásticamente con la creación de diferentes plataformas digitales, capaces de abarcar todos los ámbitos donde el ser humano se moviliza: juegos, universidad, trabajo, ventas, marcas y cualquier tipo de área capaz de generar contenido interactivo y lúdico para sus usuarios.

Como necesidad de lo anterior, nace el “Marketing Digital”, el cuál tiene como finalidad, a partir de técnicas y estrategias, comercializar de forma online un producto, una marca personal o empresarial, colocándola en el foco de atención de todos aquellos clientes potenciales (aquellos que probablemente adquirirán alguno de los productos o servicios que se ofrecen, pero que aún no concretan la compra).

La Estrategia de Marca, es una de las estrategias que se engloban dentro del Marketing Digital, y en el presente informe se hablará sobre todo lo relacionado a ella, con la finalidad de mostrar las acciones que deben ser ejecutadas para crear y posicionar la imagen de una marca o persona, en una determinada área del mercado digital.

Cabe destacar que, para desarrollar una marca de empresa, primero se debe crear una estrategia digital, la cual consiste en el diseño de un plan de acción, iniciando con la creación del logo de la marca hasta la propuesta final de un calendario de contenido.

Palabras claves:

Marketing Digital, redes sociales, SEM, SEO, buyer persona, posicionamiento, engagement, calendario de contenidos, marca.

INTRODUCCIÓN

El Marketing Digital, también conocido como Mercadotecnia Digital es el conjunto de actividades que una empresa o persona ejecuta en línea, con el objetivo de una lugar en la infinita web y atraer nuevos negocios, crear relaciones, y desarrollar una identidad de marca; y para ello el marketing digital brinda diferentes estrategias y técnicas como el posicionamiento SEO, Inbound Marketing y Marketing de Contenidos.

Según el Informe Digital 2021 de We Are Social, para 2021, El Salvador ya contaba con al menos 3.28 millones de usuarios en internet y 4.3 millones activos en redes sociales. Por ello, el posicionamiento digital de una empresa es sumamente fundamental para ser reconocida tanto a nivel nacional como internacional, ya que es allí donde casi la mitad de la población se encuentra consumiendo contenido a cada momento del día.

Ahora bien, si se habla de marketing digital, también es importante mencionar sus técnicas y estrategias, siendo una de ellas la Estrategia de Marca, la cual le permite a una empresa, negocio o marca personal tener bases sólidas para ser reconocida entorno a su mercado brindándole técnicas que le permitan una alta funcionalidad de su imagen dentro del entorno digital, y con ello el cumplimiento de sus metas y objetivos.

Cabe destacar, que el cumplimiento de lo anterior dependerá del uso correcto y adecuado de la estrategia como tal, pues de no ser utilizado en función de la marca, los resultados podrían pasar de ser positivos a negativo, provocando que la empresa o persona no logre alcanzar los resultados esperados en su proyecto.

El presente trabajo tiene como finalidad determinar la estrategia de marca de la empresa Depósito Dental “P&H Insumos”, la cual ofrece servicios enfocados al rubro médico-odontológico y, que tiene como objetivo el posicionamiento como tal de su marca, la fidelización de clientes y el engagement de sus clientes con su marca.

Se aclara que este informe no fue una investigación como tal, sino una práctica final sobre todos los conocimientos adquiridos en el Curso de Especialización. Por lo tanto, este trabajo presenta pasos a seguir para la creación de una Estrategia de Marca.

I. ESTRATEGIA DE MARCA: DEPÓSITO DENTAL P&H INSUMOS

1.1. ¿Quién es P&H Insumos?

P&H Insumos es un depósito dental que nace de la necesidad de suministrar productos médico-odontológicos a los estudiantes y profesionales de la salud dental.

Este emprendimiento nació en febrero de 2021, pero a la fecha no trabaja bajo ninguna estrategia digital. Sus métodos de venta son: comunicación directa (cara a cara) vendedor-cliente y a través de llamadas telefónicas directas.

A nivel digital no se posiciona, pues carece de redes sociales. Su objetivo actual es empezar a crecer en temas digitales y lograr el posicionamiento de su marca que le permita ampliar su cartera de clientes, elevar sus ventas y llegar a más compradores que se encuentren fuera de su radio de ubicación.

1.2. Información de la empresa



- **Nombre:** P&H Insumos
- **Tipo de empresa:** emprendimiento.
- **Ubicación:** 4ta calle oriente, plaza Las Palmeras, local #15, carretera a Sonsonate, Lourdes, Colón, La Libertad.
- **Rubro:** médico-odontológico.
- **Horario de atención:** lunes a viernes de 8:00 A.M. - 5:00 P.M. y sábados de 8:00 A.M. - 12:00 M.

1.3. Productos

➤ Pieza de mano CONCENTRIX



La pieza de mano es una herramienta fundamental en la práctica odontológica, para la realización de procedimientos de operatoria y restauración dental. De origen americano, la pieza de mano Concentrix trabaja a una velocidad de 100,000 a 450,000 revoluciones por minuto.

A diferencia de otras piezas, su construcción liviana en acero inoxidable le da mayor fuerza y durabilidad, y su diseño compacto facilita el acceso a todas las zonas de la cavidad bucal del paciente. Su turbina silenciosa reduce significativamente el ruido dentro del consultorio dental, haciendo que el trabajo del odontólogo sea más cómodo y placentero.

➤ Alginato Orthotrace CAVEX



El alginato Cavex Orthotrace es un material de impresión de origen Holandés, utilizado para grabar los registros dentales de los pacientes con tratamiento de ortodoncia.

Su agradable olor y sabor a frutas naturales evitan que el paciente refleje náuseas, al momento que el odontólogo coloca la mezcla de impresión en su boca para tomar sus registros dentales. A diferencia de otros materiales de impresión, Cavex Orthotrace posee una alta elasticidad que permite que el profesional

retire la impresión fácilmente de la boca del paciente, sin afectar sus aparatos de ortodoncia. Presentación: bolsa de 500 gramos.

➤ **Cera rosada CAVEX**



La cera rosada Cavex es un material de modelado, que el técnico dental utiliza para grabar los registros de mordida en las prótesis dentales.

Sus propiedades termoplásticas permiten que el técnico dental pueda modelarla a su gusto, con tan solo ponerla en contacto con el calor de un mechero. Cada lámina de cera tiene un tamaño generoso de 7.5 x 3.5

pulgadas, suficiente para grabar los registros de dos prótesis dentales. Presentación: caja de 500 gramos x 23 láminas.

1.4. Objetivos comerciales

- ✚ Aumentar las ventas un 25% en un año, a través del Ecommerce.
- ✚ Aumentar en un 15% la cartera de clientes cada año.
- ✚ Lanzamiento y expansión de nuevos productos.
- ✚ Posicionar su marca como la preferida de sus consumidores.

1.5. FODA

Es necesario tener un FODA en cada empresa y conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que esta presenta. A continuación, el FODA de P&H Insumos.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">✚ La competencia está en RRSS pero sus publicaciones son esporádicas.✚ Amplia cartera de cliente que pueden migrar al nuevo Ecommers de la marca.✚ Conocimientos especializados para generar su propio contenido para RRSS.	<ul style="list-style-type: none">✚ Creación de una Ecommers que le permitirá crecer en el mercado digital y lograr una mayor difusión de la marca.✚ Lanzamiento digital novedoso que permitirá su posicionamiento en RRSS.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">✚ La marca es nueva en el mercado digital.✚ Debe realizar su propio contenido para redes sociales y su tiempo es reducido, pues el equipo de trabajo de la marca está conformado por una persona.	<ul style="list-style-type: none">✚ Aparición de nuevas redes sociales de la competencia en las que esta marca no tenga presencia.✚ Mayor posicionamiento de la competencia en sus RRSS.

1.6. Análisis de la competencia

El análisis de la competencia es una parte muy importante es la elaboración de la estrategia de contenido, pues es aquí donde se conoce lo que realmente se quiere hacer y lo que no, tomando de ejemplo a su competencia en el mercado.

COMPETENCIA	¿DÓNDE ESTÁN?			
	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	SITIO WEB
				
 DEPÓSITO DENTAL DEPO DENT	<p>SI</p> <p>80 me Gusta 90 seguidores</p>	<p>SI</p> <p>63 seguidores</p>	<p>NO</p>	<p>NO</p>
 DEPÓSITO DETAL DENTALMED DEPOT	<p>SI</p> <p>40 me Gusta 55 seguidores</p>	<p>SI</p> <p>40 seguidores</p>	<p>NO</p>	<p>NO</p>

ASPECTOS DE A DESTACAR

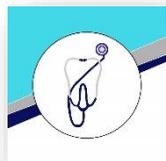


DEPÓSITO DENTAL

DEPO DENT

- Su logo comercial está presente en todas sus piezas gráficas, así como los logos de sus redes sociales y número de contacto.
- Todas sus publicaciones son sobre los productos que distribuyen.
- En sus artes utilizan fotografías bajadas de internet.
- Publican esporádicamente, sus publicaciones son semanales, quincenales y mensuales.
- Sus posts de Facebook son los mismos de Instagram.
- Todas sus publicaciones son venta, no aplican contenido de valor.
- Rara vez utilizan Call to Action (CTA) en sus publicaciones.
- La mayoría de sus posts carecen de copy, solo colocan pieza gráfica en ambas RRSS.
- Su contenido es pensado para los profesionales de la salud dental.
- Sus piezas gráficas son sencillas: nombre del producto y precio.
- Existe poca interacción con sus seguidores en los comentarios de las publicaciones.
- En Instagram no publican historias ni highlights.

ASPECTOS DE A DESTACAR



DEPÓSITO DETAL
DENTALMED DEPOT

- Su logo comercial está presente en todas sus piezas gráficas, así como su número de contacto para envíos.
- Muestran los productos que distribuyen en la mayoría de sus publicaciones y colocan precios.
- Sus publicaciones son esporádicas en ambas RRSS.
- pues realizan una publicación cada dos o tres días en la semana.
- Poseen Fanpage en Facebook e Instagram, pero hacen las mismas publicaciones en ambas redes sociales.
- Poseen sitio web, pero se encuentra dañado o fuera de servicio.
- Todas sus publicaciones son sobre venta, no aplican contenido de valor.
- Utilizan Call to Action (CTA) en algunas publicaciones.
- Muchas publicaciones solo tienen piezas gráficas, pero carecen de copy.
- Su contenido es pensado para los profesionales de la salud dental.
- En cada copy utilizan el ver más y, únicamente colocan el nombre del producto, número de contacto y hashtags.
- Poca interacción con sus seguidores en los comentarios.
- En Instagram tienen publicado únicamente un highlights que explica su ubicación.

1.7. Buyer persona

Datos demográficos

- Edad: 30-35 años.
- Estado civil: casada, 2 hijos.
- Ingresos mensuales: \$2,000 - \$3,000.
- Residencia: Santa Tecla, La Libertad.
- Profesión: ortodoncista.



Vilma Nuñez

Temores/impresiones negativas

- Le preocupa que el material de impresión no sea de calidad.
- No tiene tiempo de visitar los lugares físicos para comprar.
- le preocupa que el delivery sea demasiado tardado.

Pasatiempos

- Le gusta el fitness.
- Utiliza Facebook para visitar páginas de insumos dentales.
- Le interesan solo aquellas publicaciones que describen y explican los productos que ofrecen.

Objetivos, metas y retos

- Comprar materiales de impresión dental de calidad y que cubran sus expectativas.

Vilma es ortodoncista. Tiene 30 años y vive en Santa Tecla. Esta casada y tiene 2 hijos. Es una enamorada de su profesión y en su consultorio le gusta utilizar solo materiales de impresión de calidad.

¿Cómo podemos ayudarle?

- Le ofrecemos la posibilidad de recibir los insumos dentales que necesita en un plazo máximo de 4 horas, sin costo alguno.
- En nuestra Ecommers le ofrecemos información detallada y precisa sobre nuestro alginato de impresión exclusivo para ortodoncia, para que ella conozca los beneficios y la calidad de nuestra marca.
- Enviaremos información a través de mensaje privado sobre nuevos productos de impresión dental, que se acoplen a sus necesidades.

Datos demográficos

- Edad: 40-45 años.
- Estado civil: divorciado, 1 hijo.
- Ingresos mensuales: \$2,000.
- Residencia: Soyapango, San Salvador.
- Profesión: técnico dental.



Víctor Ventura

Temores/impresiones negativas

- Le preocupa no conocer detalles del producto que comprara.
- Desaprueba los insumos de mala calidad.
- le preocupa que el delivery sea demasiado caro.

Pasatiempos

- Es fanático del running.
- Utiliza Facebook para buscar páginas de insumos dentales.
- Prefiere comprar en línea.
- Le gustan los descuentos.
- Le gusta leer artículos sobre prótesis dentales.

Objetivos, metas y retos

- Comprar materiales de impresión que le permitan grabados finos y estéticos en sus prótesis dentales.

Víctor es un técnico dental. Tiene 45 años y vive en Soyapango. Esta divorciado y vive solo con su hijo. Entre sus principales materiales de trabajo esta la cera de impresión, un insumo necesario para tomar los registros de mordida de sus clientes en las prótesis dentales.

¿Cómo podemos ayudarlo?

- Le ofrecemos delivery gratis sin mínimo de compra, además le entregamos en un plazo máximo de 4 horas.
- En nuestra Ecommers le ofreceremos información detallada y precisa sobre nuestra cera de impresión CAVEX.
- Podemos ofrecerle un descuento por su primera compra en línea.
- Enviarle por mensaje privado las ofertas mensuales de nuestra línea de productos para laboratorio dental.
- Enviarle Ebooks sobre técnicas de trabajo para prótesis dentales con nuestra cera de impresión CAVEX.

Datos demográficos

- Edad: 20-25 años.
- Estado civil: soltera.
- Ingresos mensuales: \$350.00.
- Residencia: Ilopango, San Salvador.
- Trabajo: asistente dental.
- Profesión: estudiante de odontología.



Aracely Guzmán

Temores/impresiones negativas

- Le preocupa que la pieza de mano sea demasiado cara y de poca calidad.
- No tiene tiempo de visitar tiendas físicas.

Pasatiempos

- Le gusta escuchar música y salir a correr por las mañanas.
- Consume muchas publicaciones de Facebook relacionadas a la odontología.
- Le gusta comprar ofertas.

Objetivos, metas y retos

- Comprar una pieza de mano duradera y de precio accesible para su bolsillo.

Aracely es una estudiante de odontología. Tiene 20 años y vive en Ilopango. Esta soltera y trabaja como asistente dental para costearse sus estudios. El próximo ciclo inicia sus prácticas en clínica dentro de la universidad, por lo que necesita comprar una pieza de mano económica y de buena calidad.

¿Cómo podemos ayudarle?

- Le ofrecemos envío gratis de sus insumos dentales hasta la puerta de su trabajo o casa, en un tiempo máximo de 4 horas.
- Enviarle información sobre nuestros planes de pago con cuotas accesibles para estudiantes.
- En nuestra Ecommerce podrá encontrar toda la descripción detallada de nuestra pieza de mano Concentrix, exclusiva para el estudiante odontólogo.
- Enviarle por mensaje privado nuestras ofertas mensuales.
- Enviarle Ebooks y tutoriales sobre procedimientos dentales utilizando nuestros productos.

1.8. Objetivos Generales

- Lograr el crecimiento de la comunidad.
- Lograr el posicionamiento de la marca.

1.9. Objetivos Específicos

- Incrementar un 15% la comunidad de seguidores en 6 meses.
- Aumentar un 20% el nivel de interacción en 4 meses.
- Mejorar un 20% el engagement de la marca en 4 meses.
- Aumentar un 20% el número de ventas en 6 meses.

1.10. Plataforma Digital



Justificación:

Depósito dental P&H Insumos es una marca nueva dentro del mercado digital y para promocionarse y dar a conocer sus productos utilizará una fanpage creada en Facebook, por dos razones:

1. Su competencia utiliza Facebook para promocionarse y vender productos, cabe destacar que también utilizan Instagram, sin embargo, sus publicaciones son un copy-paste de sus fanpage en Facebook.
2. Su público objetivo se encuentra dentro de esta red social y la utilizan para cotizar y comprar productos de uso médicoodontológico, que tanto esta marca como su competencia distribuyen.

Recomendación:

Se le recomienda a la marca lo siguiente:

crear un perfil en Instagram, pues se considera que el contenido visual generado para esa red social permitiría la expansión de la comunidad y lograría un mayor engagement de usuarios con la marca.

1.11. Líneas de Contenido

➤ Branding

Esta línea de contenido tiene como finalidad transmitir información útil de la marca para los usuarios, que ayude a potenciar la imagen de la misma. Las líneas serán las siguientes:

- ✚ Story de horarios de atención y número de contacto para envíos.
- ✚ Post por el día del odontólogo.

➤ De valor

Esta línea tiene como finalidad generar contenido que resuelva dudas sobre algún tema de interés o problema referente a un producto determinado que la marca distribuya. Las líneas serán las siguientes:

- ✚ E-book sobre técnicas de impresión CAVEX.
- ✚ Post sobre tips para mejorar el rendimiento en el consultorio dental.
- ✚ Post sobre consideraciones antes de comprar una pieza de mano.
- ✚ Post sobre tips para el funcionamiento correcto de las piezas de mano Streaming.
- ✚ Conferencia: Cavex-Cream, el mejor alginato del mundo.

➤ **De interacción**

Esta línea de contenido tiene como finalidad que los seguidores puedan interactuar, compartir y reaccionar a los posts y stories de la marca. Las líneas serán las siguientes:

- ✚ Post sobre frases motivacionales de la odontología.
- ✚ Stories sobre motivaciones para estudiar odontología y aspiraciones como odontólogo.
- ✚ Post de juego: ¿Qué va primero?

➤ **De venta**

Esta línea de contenido tiene como finalidad promocionar los diferentes productos que distribuye la marca, para su consumo dentro de las clínicas dentales. Las líneas de contenido serán las siguientes:

- ✚ Post promocional de descuento por el día del odontólogo (29 de septiembre).
- ✚ Post promocional de línea de productos de impresión CAVEX.
- ✚ Post promocional de yesos piedra Magnum para vaciados de impresión.

1.12. Logística de trabajo

- ✚ 10-15 publicaciones quincenales.
- ✚ 13 post con pieza gráfica. 4 stories.
- ✚ Un E-book
- ✚ Un Streaming: Facebook Live

1.13. Key Performance Indicator (KPI'S)

- ✚ Número de seguidores de la fanpage.
- ✚ Nivel de interacción con las publicaciones.
- ✚ Número de clics en la llamada a la acción de la página.

- ✚ Número de visitas a la fanpage.
- ✚ ID de Me Gusta.
- ✚ Número de shares.
- ✚ Número de comentarios.
- ✚ Número de vistas a las stories.
- ✚ Comentarios por publicación.
- ✚ Alcance de la publicación.
- ✚ Mensajes privados de la fanpage por publicación.

1.14. Calendario de contenidos

La elaboración de este calendario de contenidos permitirá ordenar y planificar todo lo relacionado a las publicaciones en redes sociales de una forma estratégica con el fin de llegar a más clientes potenciales y sobre todo lograr fidelizarlos.

El calendario puede ser semanal, mensual o anual. Pero primero se debe realizar una logística para llevar un orden.

➤ Calendario de contenido del Depósito Dental P&H Insumos.

- **Fecha.**
- **Hora.**
- **Tipo de contenido:** Post, Stories.
- **Pilar de contenido:** Branding, Contenido de valor, Contenido de interacción, Contenido de venta.
- **Hashtag:** Es la combinación de una frase o palabra, la cual se transforma en un enlace que lleva a otras páginas relacionadas al mismo tema.
- **Copy:** Es el texto que se usará con el objetivo de comunicar lo que una marca quiere trasladar a su público objetivo. Es necesario recalcar que, se utiliza Call to Action (CTA) y emojis.
- **Pieza gráfica:** Es la composición visual de diseño que se realiza dependiendo del formato.

Calendario FACEBOOK- lunes 27 de septiembre

Fecha	Hora	Tipo de contenido	Pilar de contenido	Hashtag	Copy	Pieza gráfica
Lunes	8:00 A.M.	Story: Horarios de atención	Branding			

10:00 A.M.	Post: Frase de la semana	Interacción	#frasesinspiradoras #dentista	<p>Frase de la semana Dulzura + habilidad = Dentista (emoji de carita emocionada) (emoji de manita de like). ¿Qué te parece la frase? Déjanos tus comentarios (emoji de manita señalando con un dedo hacia abajo).</p>	 <p>” <i>“Odontólogos: lo suficientemente dulces como para sacarte una sonrisa, lo suficientemente habilidosos como para protegerla”</i></p>
2:00 P.M.	Post sobre tips para el funcionamiento correcto de las piezas de mano	Valor	#dentista #piezadental	<p>Las piezas de mano son la herramienta principal dentro de todo consultorio dental. Para que funcionen como es debido, es necesario realizarles un mantenimiento regular</p>	

				<p>para evitar reparaciones frecuentes.</p> <p>Te compartimos tres sencillos tips para que tu pieza de mano siempre esté lista cuando la necesites. (emoji de carita feliz).</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Procura lubricarla por lo menos 2 veces al día. ➤ Nunca utilices desinfectantes químicos para limpiarla. ➤ Limpia a fondo cada parte de tu pieza, al menos una vez a la semana. 	 <p>The infographic features a dark blue background with bokeh light effects. In the top left corner is a circular logo with a globe and the text 'PIEN INSUEROS'. The main title 'Tips para el funcionamiento correcto de las piezas de mano' is written in white. Below the title, a large white arrow points towards the right, framing a close-up image of dental handpieces. The brand name 'Canva' is visible in the bottom left of the handpiece image.</p>
--	--	--	--	--	---

BIBLIOGRAFÍA

1. Business, Facebook (2021) Estadísticas Don Beto Alimentos. Recuperado 1 de agosto de 2021, de <https://www.facebook.com/donbetoalimentos>
2. KOTLER, P. (2003). Los 80 conceptos esenciales de marketing de la A a la Z. PEARSON EDUCACION.
3. KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2013). Fundamentos de Marketing (11.a ed.). Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
4. We Are Social. (2021). *Digital 2021 El Salvador*. Recuperado 4 de junio de 2021, de <https://rb.gy/zdlymd>
5. We Are Social. (2021). *Digital 2021 Global*. Recuperado 25 de junio de 2021 <https://rb.gy/oy5iae>