

Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Departamento de Periodismo



Estrategia de Marketing para La Esquinita del Bambú

Presentado por:

Emely Lisbeth Cano Hernández CH15029

Informe final de Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales
para optar por el título de Licenciatura en Periodismo

Docente del Curso de Especialización: Silvia María Estrada

Ciudad Universitaria, 21 de febrero de 2022

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

MCS. ROGER ARMANDO ARIAS

RECTOR

PDH. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICERRECTOR ACADÉMICO

ING. FRANCISCO ALARCÓN

SECRETARIO GENERAL

LIC. RAFAEL HUMBERTO PENA LARÍN

FISCAL GENERAL

LIC. LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE

DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

MCS. ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

DECANO

LICDA. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

VICEDECANA

MCS. JUAN CARLOS CUBÍAS

SECRETARIO DE LA FACULTAD

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

MCS. CARLOS ERNESTO DERAS

JEFE DE DEPARTAMENTO

MCS. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCECOS DE GRADO

SILVIA MARÍA ESTRADA

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

ÍNDICE

RESUMEN	iv
INTRODUCCION	v
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA	vi
OBJETIVOS	viii
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA E INFORMACIÓN	ix
FODA.....	xiii
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	xv
BUYER PERSONA.....	xvi
CANALES DIGITALES POR UTILIZAR Y SUS LINEAS DE CONTENIDO	xvii
KPI's.....	xix
CALENDARIO DE CONTENIDO	xx
REFERENCIAS.....	xxv

RESUMEN

Esta estrategia de marketing pretende materializar los conocimientos obtenidos del Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales para la carrera Licenciatura en Periodismo.

En ella, se encuentra una guía para conseguir un posicionamiento de marca exitoso en redes sociales y para tal efecto, vale la pena aclarar la estrategia es aplicable tanto para una marca personal como comercial, así mismo, que no cuente con lanzamiento previo o que ya posea una larga trayectoria.

Describimos en primera instancia la situación actual de la marca, los servicios que ofrece y los objetivos comerciales de la misma. Este apartado también describe el aspecto y composición del logo, haciendo énfasis en que estos últimos comprenden los elementos indispensables para la creación de una identidad de marca que garantice su posicionamiento en el mercado.

El tema de mayor interés aquí son las redes sociales y cómo usarlas en favor los de los objetivos de la marca, por lo que se considera además la segmentación de las redes sociales idóneas para el cumplimiento de metas y fidelización de un público o posible comprador.

Del mismo modo se incluye un análisis de la competencia que permita una oferta vanguardista al mercado digital convirtiendo a la marca en un referente dentro de las redes sociales.

Palabras clave:

Estrategia de Marketing, Medios Digitales, Redes Sociales, Marca, Objetivos Comerciales, Identidad de Marca, Mercado Digital.

INTRODUCCION

El marketing digital tiene la función de mantener conectada a la empresa u organización con sus segmentos de mercado y clientes, mediante los medios digitales que estén disponibles, con la finalidad de comunicarse fluidamente con ellos, brindarles servicios y realizar actividades de venta.

La presente Estrategia de Marketing explica y desarrolla un plan para la marca La Esquinita del Bambú, una parcela ecológica con sustento en la permacultura que busca ofertar a turistas un alojamiento orgánico en contacto con la naturaleza y cuyo objetivo de venta se centra en dar a conocer un concepto novedoso de desarrollo autosostenible y eco amigable.

Dicho plan, contempla los apartados que toda estrategia de marketing para redes sociales debe contener, tales como: La situación actual y real de la marca, descripción de sus objetivos, FODA, análisis de la competencia, buyer persona, canales de los cuales se hará uso y un calendario de publicación de contenido que incluya las piezas gráficas para crear cada post.

Además, engloba elementos básicos para la creación de una identidad de marca que permita un buen posicionamiento, reconocimiento y preferencia por la marca.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

Posicionamiento de la marca en redes sociales:

La Esquinita del Bambú actualmente está presente en Facebook con 1,500 likes y 1,500 seguidores y donde mantiene un alcance entre 700 a 1200 usuarios por publicación, en Instagram con 420 seguidores y un alcance de 300 a 500 cuentas por publicación, mientras que en la plataforma Wwoof únicamente mantiene su perfil activo. En general, tiene respuestas positivas a las publicaciones y su público se centra en el Departamento de Chalatenango. Con esta propuesta se busca duplicar estos números en un promedio no mayor a tres meses tras su implementación, de tal manera que figure como los primeros resultados de búsqueda en redes sociales y La Esquinita del Bambú proyecte su imagen a nivel nacional.

Estrategia de contenido en redes sociales:

Debido a algunas limitantes en cuanto a apertura de servicios, remodelaciones y organización, el contenido que se está publicando en redes solamente contempla fotografías de las instalaciones y sus atractivos visuales como zonas verdes rodeadas de fauna flora, cabañas de madera con un concepto rústico, típicos característicos del lugar y demás aspectos en general que hacen atractivo un centro turístico. La mayor cantidad de contenido creado va para Facebook donde se publica diariamente, luego le sigue Instagram con dos publicaciones por semana y WWoof que no necesita post más que una pequeña descripción en el perfil y un par de fotografías.

Posicionamiento SEO:

El posicionamiento SEO (por sus siglas en inglés *Search Engine Optimization*) son un conjunto de técnicas que se aplican en una página web con el objetivo de mejorar su posición y su visibilidad en los motores de búsqueda de los principales navegadores.

Cuando un usuario realiza una búsqueda, los distintos sitios web que han indexado esa palabra clave aparecerán en una lista de resultados de Google. Estas páginas web que clasifica son los resultados de búsqueda orgánicos, y el posicionamiento de tu página web es, por lo tanto, clave para llegar a más clientes que estén interesados en los productos o servicios que ofreces.

En otras palabras, podemos definir el SEO como un proceso enfocado a situar una determinada página web en las primeras posiciones de las páginas de los resultados de búsqueda ante una consulta específica de un usuario.

Acerca de la marca:

Describimos a la marca con las keywords ‘Alojamiento Ecológico en Chalatenango’, nuestros clientes potenciales pueden encontrarnos fácilmente a través de GoogleMaps o Waze.

OBJETIVOS

General:

- ✓ Crecimiento en las redes sociales de la marca.

Específicos:

- ✓ Conseguir mayor interacción en las publicaciones.
- ✓ Posicionar a la marca como reconocida a nivel departamental.
- ✓ Crear una imagen positiva del lugar.

DESCRIPCIÓN DE LA MARCA E INFORMACIÓN

La Esquinita del Bambú es un proyecto de permacultura y alojamiento ecológico ubicado en Dulce Nombre de María, Chalatenango, la parcela cuenta con un bosque de más de 20 variedades de bambú. Nace con la decisión de ofrecer a sus visitantes una experiencia única y reconfortable de un espacio familiar y acogedor en contacto con la naturaleza, ofrece servicio de alojamiento, espacio para realización de eventos, área de restaurante y servicio de camping.

Al tratarse de un proyecto de permacultura se acoge el concepto de autosostenibilidad, por lo que se trabaja con materiales nobles como la madera y el principal de ellos el bambú, material que originó el nombre del lugar. Acá, además de ofrecer alojamiento se fabrican todo tipo de muebles, artesanías, sombreros, estructuras y productos de bambú.

Atractivos:

- ✓ Área amplia con diferentes senderos para caminata.
- ✓ Auténtica casa del árbol de madera
- ✓ Mirador
- ✓ Cabañas rústicas de bambú y madera
- ✓ Poza de agua natural
- ✓ Bosque de bambú
- ✓ El mejor café de altura de la zona

Logo:

Un fondo blanco con tipografía agradable a la vista, la ilustración de un torogoz sobre una ramita de vara de bambú que hace alusión al nombre del lugar y el torogoz es un intento por visibilizar una de las características de la localidad, ya que en Dulce Nombre de María anidan gran cantidad de estas aves, además, La Esquinita del Bambú fabrica nidos de madera que coloca por toda la propiedad y que son parte de los atractivos del sitio de alojamiento.



Tamaño del lugar:

Se trata de un sitio turístico que se encuentra en período de reapertura, por lo que actualmente funciona un 25% de su capacidad, cuenta con 3 empleados de mantenimiento, 3 cocineras, una persona para el aseo, un administrador y la encargada de las redes sociales.

Servicios:

Alojamiento: Acomodación para 4 personas en cabañas rústicas de madera, dos camas matrimoniales, baño y cocina. Paquete con 2 desayunos incluidos, derecho a uso de parrilla para preparar sus propios alimentos y derecho a una fogata por la noche \$75.

Espacio para realización de eventos:

- ✓ Salón para 60 personas \$100
- ✓ Espacio al aire libre para 80 personas \$150

- ✓ Todo el lugar con el número deseado de personas \$250

Restaurante:

- ✓ Sopa de gallina india + plato seco con arroz, ensalada y refresco \$8
- ✓ Plato de carne a la plancha o la parrilla \$7
- ✓ Plato de pollo a la plancha \$6

Postres:

- ✓ Quesadilla artesanal \$1.50
- ✓ Porción de budín artesanal \$1.50
- ✓ Porción de cheesecake \$1.75
- ✓ Porción de tres leches \$1

Bebidas:

- ✓ Café de altura \$1
- ✓ Refresco natural de arrayán \$1
- ✓ Limonada con fresa \$1
- ✓ Limondada con hierva buena \$1
- ✓ Cervezas \$1.10 en adelante

Camping:

- ✓ Alquiler de tienda de campaña con 4 bolsas de dormir \$25
- ✓ Derecho a acampar con sus propias tiendas \$5 por persona.

Entrada al lugar:

- ✓ \$1
- ✓ \$2 turistas extranjeros

Objetivo Comercial:

- ✓ Vender experiencias de alojamiento ecológico
- ✓ Producción y venta de artesanías y muebles (a futuro)
- ✓ Promoción del café
- ✓ Hacer del área de restaurante un fuerte atractivo para fines de semana

FODA

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa.

Se recurre a ella para desarrollar una estrategia de negocio que sea solida a futuro, además, el análisis FODA es una herramienta útil que todo gerente de empresa o industria debe ejecutar y tomarla en consideración.

Fortalezas:

- ✓ Único bosque de bambú en Chalatenango.
- ✓ Cuenta con agrónomo capacitado para mantenimiento del lugar.
- ✓ Se cuenta con artesanos de gran experiencia en el trabajo del bambú.
- ✓ Mantiene sólida alianza con negocios locales permitiendo convenios en cuanto a promoción y publicidad.
- ✓ Ubicado en zona turística.
- ✓ Desarrollo de un concepto en tendencia (alojamiento ecológico)-Gastronomía típica popular
- ✓ Diseño de interiores llamativo

Oportunidades:

- ✓ Impulsar el turismo local
- ✓ Difusión del trabajo de permacultura en El Salvador.
- ✓ Rescate de las tradiciones del municipio.

- ✓ Impulsar el comercio interno de la localidad.
- ✓ Expansión en la construcción de cabañas ecológicas.
- ✓ Apertura en los medios de comunicación para espacios publicitarios.
- ✓ Posicionamiento de la marca a nivel nacional.
- ✓ Reconocimiento del lugar como uno de los sitios turísticos más atractivos del Departamento de Chalatenango.

Debilidades:

- ✓ Acumulación de aguas lluvias que promueve la proliferación de mosquitos.
- ✓ Falta de limpieza.
- ✓ Servicio al cliente deficiente.
- ✓ Falta de un horario de atención definido.

Amenazas:

- ✓ Sitios de Alojamiento con el mismo concepto y en ubicación cercana.
- ✓ Comentarios negativos acerca del lugar y servicio brindado.
- ✓ Posibilidad de daños a la infraestructura producto de la época lluviosa.
- ✓ Inseguridad en zonas aledañas.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Un análisis competitivo es una investigación sobre el panorama de tu segmento de mercado para descubrir lo que tus competidores están haciendo. El objetivo es entender cómo se comportan dentro del mercado para planificar actividades comerciales que contrarresten sus puntos fuertes y exploten los débiles.

La competencia directa se refleja en los sitios de alojamiento cercanos y el grado de aceptación, preferencia y fidelidad que tengan los visitantes de estos negocios. Se han identificado dos posibles competencias, un alojamiento ecológico con gran posicionamiento y popularidad en Airbnb y otro sitio de acogida no tan popular, pero brindando servicios similares a los de La Esquinita del Bambú.

Jaraguah:

Airbnb de alojamiento ecológico más popular del departamento, cuenta con gran cantidad de seguidores en sus redes sociales a pesar de que no es constante en sus publicaciones, postea ocasionalmente fotos, videos y reels, url: <https://www.facebook.com/EcoJaraguah/>

Hotel Dos Alas:

Negocio local de alojamiento, cuenta con pocos seguidores en redes sociales y casi nunca hace publicaciones. url: <https://www.facebook.com/HotelDosAlas/>

Alojamiento	Redes Sociales		
Jaraguah	Facebook	Instagram	Airbnb
Hotel Dos Alas	Facebook	Instagram	

BUYER PERSONA

Joseline es una joven que gusta de viajar por ocio entre 10 a 15 veces al año con su familia, pareja o amigos. Tiene 25 años y vive en El Salvador. Gusta de viajar ya que le ayuda a reducir el estrés y le encantan las nuevas y emocionantes experiencias, especialmente si las puede compartir en redes sociales.



Joseline Molina
Millennial Traveler



Le encantan las redes sociales, desea conocer nuevos lugares y está al día con las últimas tendencias.



Tiene un salario arriba de los \$500 mensuales



Sigue páginas con relación al alojamiento



Pablo Portillo

Agrónomo y ecologista

Pablo es un hombre que ama la naturaleza y aprecia el contacto cercano a ella. Tiene 33 años y vive en El Salvador. Se preocupa por un estilo de vida amigable con el medio ambiente; se esfuerza por implementar la permacultura y practica un estilo de vida autosostenible.



Conoce de agronomía y se interesa por compartir experiencias con otros profesionales de su ámbito.



Le encanta el paisajismo y fotografiar puestas de sol y las montañas.



Disfruta de eventos culturales y gusta de la gastronomía típica local.

CANALES DIGITALES POR UTILIZAR Y SUS LINEAS DE CONTENIDO

Cuando hablamos de una red social normalmente nos referimos a plataformas virtuales que permiten que los usuarios interactúen los unos con los otros. Las personas, empresas y organizaciones las utilizan para relacionarse entre ellos. Para hacerlo, deben crearse un perfil y pueden utilizarlo para compartir texto, imágenes y vídeos.

Para la segmentación de redes sociales a utilizar en una estrategia hay que considerar en primer lugar al público a quien irá dirigido el contenido por publicar y quiénes son los posibles compradores.

Facebook:

Es la red social por la que mejor funciona la publicidad, con un presupuesto a conveniencia y diferentes formatos de contenido para escoger, ello nos permitirá evitar la monotonía en nuestras publicaciones y balancear de forma creativa el contenido de venta y contenido de valor, al mismo

tiempo que posicionamos la marca, tiene la capacidad de incrementar la visibilidad de la marca y crear engagement.

Instagram:

Se utilizará para conectar de forma más creativa con nuestro target. La marca permite y tiene apertura a mostrarse moderna y dinámica en redes sociales, por lo que podemos jugar con variedad de contenido para historias y hacer dinámicas con las que nuestros seguidores interactúen, Instagram es una red social más juvenil, por lo que nuestro contenido estará debidamente segmentado y diferenciado de la plataforma de facebook.

WOOF:

Woof es una plataforma para personas dedicadas a la agronomía que buscan sitios de acogida en donde puedan trabajar a cambio de alojamiento gratuito, La Esquinita del Bambú mantendrá activo este perfil únicamente para revisar la mensajería en caso de que extranjeros estén interesados en visitar la parcela, compartir su conocimiento en el área ecológica o aprender de ella. Es una plataforma que no requiere post ni actualización de fotografías.

Líneas de Contenido:

Contenido de valor

Un contenido de valor es una pieza o información que aporta beneficios al público objetivo, por lo que para este caso en particular se enfocará en las temáticas más relevantes dentro del contenido ecológico y la conciencia medio ambiental.

Contenido de venta

Se refiere a todo el contenido generado para encontrar e interactuar con los prospectos comerciales, logrando así una venta. Se hará uso de esta línea para ofertar los servicios de alojamiento y gastronomía.

Contenido de Branding

Para definir la identidad de la marca y crear empatía con nuestro público objetivo. Este tipo de contenido se enfocará en entretener y motivar a la audiencia acerca del movimiento ecológico.

KPI's

KPI viene de la sigla en inglés para Key Performance Indicator, o sea, Indicador Clave de Actuación. Es una forma de medir si una acción o un conjunto de iniciativas están efectivamente atendiendo a los objetivos propuestos por la organización.

Existen millares de indicadores que pueden ser medidos. En una época en la que el flujo de información es inmenso y constante, el punto central es saber escoger cuáles son los mejores indicadores para medir.

Indicadores por considerar:

- ✓ Aumento de likes y seguidores.
- ✓ Aumento de likes y comentarios en publicaciones
- ✓ Aumento de número de visitas a la fan Page y el perfil de Instagram.

CALENDARIO DE CONTENIDO

PLANIFICACIÓN QUINCENAL					
Fecha de publicación	Red Social	Formato	Hashtag	Copy	Elemento
01/10/2020	Instagram	IG story	Ninguno	Yumm!	Video corto de antojito típico.
02/10/2020	Instagram	IG story	Ninguno	¡Nuevos Horarios! Viernes a domingo desde las 10 AM.	Foto de las instalaciones de fondo, tipografía y elementos gráficos de las herramientas de IG.
03/10/2020	Instagram	IG story	Ninguno	Weekend Vibes.	Video corto de la vista a las montañas desde mirador con sticker de fin de semana.
04/10/2020	Instagram	IG story	Ninguno	¡Ven y prueba nuestros nuevos y deliciosos postres!	Fotografía de postre de temporada.
05/10/2020	Instagram	IG story	Ninguno	¿Qué es la permacultura? Satisfacer las necesidades del hombre sin explotar los recursos naturales y mucho menos contaminar.	Fondo verde con tipografía variada.
06/10/2020	Instagram	IG story	Ninguno	100% orgánica y con trozos de fruta.	Fotografía de Mermelada de mango orgánica de la cosecha semanal sobre rebanada de pan.
07/10/2020	Instagram	IG story	Ninguno	Fin de semana de antojitos típicos.	Collage platillos típicos

08/10/2020	Instagram	IG story	Ninguno	Menú de churrasco con sus complementos.	Collage de menú churrasco
09/10/2020	Instagram	IG story	Ninguno	¿Cuál es esta fruta?	Imagen de un zapote de cosecha orgánica junto con herramienta de responder a la pregunta.
10/10/2020	Instagram	IG story	Ninguno	¿Cómo tener conciencia ecológica?	Hilo de 4 historias con fondo variado y los elementos gráficos que mejor combinen.
11/10/2020	Instagram	IG story	Ninguno	Monday	Video panorámico recorriendo la parcela.
12/10/2020	Instagram	IG story	Ninguno	Yummy	Video de preparación antojito típico
13/10/2020	Instagram	IG story	Ninguno	Sin copy	Video de atardecer más la herramienta de agregar ubicación.
14/10/2020	Instagram	IG story	Ninguno	Coffe	Video taza de café con fondo de la vegetación.
01/10/2020	Instagram	IG story	Ninguno	Maceta Medicinal	Imagen descriptiva de plantas medicinales que se cultivan en maceta.
01/10/2020	Facebook	Publicación	Nature, hostel, permacultura, trip, travel, ecofriendly, natural, ecology.	Las tardes son más bonitas aquí.	Fotografía de jardín de la parcela.
02/10/2020	Facebook	Publicación	Nature, hostel, permacultura, trip, travel,	Una experiencia diferente en convivencia cercana a la naturaleza.	Fotografía de la parcela, un ave sobre los árboles.

			ecofriendly, natural, ecology, ecoturismo, naturelife.		
03/10/2020	Facebook	Publicación	Selfie, estadía, gratis, El Salvador, hostal, trip, travel, tagg, ecofriendly, natural, ecology, ecoturismo, naturelife.	¡Sácate una foto bajo nuestro nombre y etiquétanos para poder participar por una estadía gratuita para dos personas!	Fotografía de la entrada a la parcela.
04/10/2020	Facebook	Publicación	Natural, cosecha, orgánico, frutas, permacultura.	¡Cosecha de La Esquinita!	Fotografía de todas las frutas cosechadas en el día.
05/10/2020	Facebook	Publicación	View, mountains, sky, bluesky, nature, El Salvador.	Una hermosa vista desde nuestro mirador.	Fotografía de la vista hacia las montañas.
06/10/2020	Facebook	Publicación	Típicos, El Salvador, tarde de típicos, elote.	Todos los fines de semana podrás encontrar deliciosos típicos de Elote a partir de las 3:00 PM. (Emoji tamal)	Fotografía de los típicos que se elaboran artesanalmente.
07/10/2020	Facebook	Publicación	view, mountains, sky,	La vista de esta tarde desde nuestro mirador,	Fotografía de la vista del atardecer.

			bluesky, nature, El Salvador.	emoji de montañas.	
08/10/2020	Facebook	Publicación	Familytime, nature, ecology, greatplace, greenmood.	Un ambiente familiar con amplios senderos y lugares para descansar. (emoji de hojita y de viento)	Fotografías de la parcela.
09/10/2020	Facebook	Publicación	Nature, hostal, permacultura, trip, travel, ecofriendly, natural, ecology, ecoturismo, naturelife, experience.	Magic experiences, (emoji de estrellas)	Fotografía de turista disfrutando del ambiente.
10/10/2020	Facebook	Publicación	Nature, reciclaje, permacultura, savetheplanet, ecofriendly, natural, ecology, ecoturismo, naturelife, experience.	La conciencia ecológica es sumamente importante, por eso te compartimos la siguiente reflexión. (Emoji de naturaleza)	Infografía acerca del reciclaje.
11/10/2020	Facebook	Publicación	Nature, hostal, permacultura, trip, travel, ecofriendly, natural, ecology, ecoturismo, naturelife, experience.	Green mood. (emoji de lentes, emoji de hojitas.)	Fotografías de la parcela.

12/10/2020	Facebook	Publicación	Nature, permacultura, ecofriendly, natural, ecology, ecoturismo, naturelife, experience.	Permacultura para la vida. (emoji de relajación.)	Infografía sobre la permacultura.
13/10/2020	Facebook	Publicación	Nature, permacultura, walking, greenmood, greenlife, ecofriendly, natural, ecology, ecoturismo, naturelife, experience.	Amplios senderos rodeados de naturaleza. (emoji de hombre caminando y de montañas)	Video corto recorriendo los senderos.
14/10/2020	Facebook	Publicación	Nature, permacultura, relax, greenmood, greenlife, ecofriendly, natural, ecology, ecoturismo, naturelife, experience.	Alivia tu estrés de manera natural. (Emoji de relax)	Imagen de las plantas medicinales que alivian el estrés.
15/10/2020	Facebook	Publicación	Nature, permacultura, relax, greenmood, greenlife, ecofriendly, natural, ecology, ecoturismo, naturelife, experience.	Paradise. (Emoji de palmeras)	Foto de las palmeras.

REFERENCIAS

Fuente. (2021, septiembre 21). *Marketing Digital: Qué es y sus ventajas*. IEBS.
<https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-digital-marketing-digital/>

Inboundcyle. (n.d). *Buyer persona: qué es, tipos y cómo definirlo*. Inboundcyle
<https://www.inboundcyle.com/buyer-persona>

Pecanha, V. (2021, enero 10). *¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online?*
Rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/marketing>

Leiva. (2016, diciembre 2). *FODA: Matriz o Análisis FODA*. Análisis FODA.
<https://www.analisisfoda.com/>

Coutinho. (2015, septiembre 15). *KPIs: Descubre qué son los indicadores clave y cómo usarlos para orientar tus estrategias*. Rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/kpis/>