

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



**TÍTULO:**

***ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA  
“ANI CLOSET”***

PRESENTADO POR:

ANA MARIA MARAVILLA GONZÁLEZ

CARNÉ:

(MG13044)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN MEDIOS  
DIGITALES Y REDES SOCIALES PARA OPTAR POR EL TÍTULO  
DE LICENCIADA EN PERIODISMO.**

**DOCENTE CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:**

LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

**COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO**

MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA,  
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, SEPTIEMBRE 2022**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**RECTOR**

MAESTRO. ROGER ARMANDO ARIAS.

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

DOCTOR. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ.

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

INGENIERO. JUAN ROSA QUINTANILLA.

**SECRETARIO GENERAL**

INGENIERO FRANCISCO ALARCON.

**FISCAL GENERAL**

LICENIADO. RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN.

**DEFENSOR DE LOS DERECHOS**

**UNIVERSITARIOS**

LICENCIADO. LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE.

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**DECANO**

MAESTRO. ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS.

**VICEDECANA**

MAESTRA. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO.

**SECRETARIO DE LA FACULTAD**

MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO.

.

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

**JEFE DE DEPARTAMENTO**

MAESTRO CARLOS ERNESTO DERAS.

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO.

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN**

LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ.

## INDICE

RESUMEN .....	6
INTRODUCCIÓN .....	7
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA.....	8
ANTECEDENTES .....	8
DESCRIPCION DE LA MARCA .....	9
OBJETIVOS DE LA MARCA.....	10
Objetivos Generales. ....	10
Objetivos Específicos.....	10
FODA .....	11
ANALISIS DE LA COMPETENCIA .....	12
BELLA DIVA .....	12
FEMINA MODASV .....	13
Beauty Boss .....	14
RESUMEN DE ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	16
COMPETENCIA DE MI MARCA.....	16
BUYERS PERSON .....	17
CANAL DIGITAL A UTILIZAR .....	19
LINEAS DE CONTENIDO .....	20
MEDICIÓN DE LOS KPIS .....	20
CALENDARIO DE CONTENIDO .....	22
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	29

## RESUMEN

El presente trabajo muestra cuales son los pasos que se deben establecer para crear y luego dar a conocer la marca personal al público general, basándose en técnicas y herramientas, utilizando los nuevos medios y canales publicitarios digitales como Internet, el móvil y las redes sociales. De esta forma, cualquier individuo puede construir su propia marca y ofrecer sus servicios o productos dependiendo de sus conocimientos y su experiencia a nivel laboral y profesional, para poder brindar la oportunidad de mostrar a un potencial comprador cuales son esas fortalezas y habilidades que los opositores en competencia no poseen. Para el desarrollo de nuestra marca personal, en un primer momento se necesita crear una estrategia digital de marketing, la cual consiste en diseñar un plan de acción desde la creación del logo, de la marca hasta la propuesta final de un calendario de contenido para las redes sociales, todo con el fin de cumplir con cada uno de los objetivos trazados al inicio del proceso. La meta del trabajo es mostrar cuales son los conocimientos y la experiencia que se ofrece en la rama de las comunicaciones en conjunto con el Marketing Digital. En resumen, crear la estrategia con los puntos clave determinará que nuestra marca logre el posicionamiento deseado dentro del mercado específico, hasta poder convertirse en un referente en las redes sociales anticipadamente analizadas y elegidas.

**Palabras clave:** Moda; vestimenta; Fotografía; Marketing Digital; Facebook ; Redes Sociales ; posicionamiento ; SEO.

# INTRODUCCIÓN

Las redes sociales son una excelente herramienta en el ámbito del Marketing ya que ayuda a potenciar la imagen de cualquier marca y su alcance, llegando fácilmente a un público ideal.

El Marketing Digital, es el conjunto de actividades que una empresa o persona ejecuta en línea con el objetivo de atraer nuevos clientes, crear relaciones, y desarrollar una identidad de marca.

Además, la implementación de una estrategia de Marketing Digital en redes sociales puede ayudar a una marca, empresa, o emprendimiento a expandirse, conocer sus consumidores, recuperar mercado, analizar problemas o carencias, y ofrecer un servicio o producto diferenciado de calidad para atraer nuevos clientes o alcanzar los potenciales clientes.

El presente trabajo tiene como finalidad determinar la estrategia de marca personal “ANI CLOSET”, en cual ofrece productos relacionados a la belleza de la mujer, específicamente prendas de vestir. Por lo cual, busca el posicionamiento de la marca, y así ser reconocida por un mayor número de clientes.

Por lo que nos lleva a saber que las estrategias de marketing digital hoy son indispensables para cualquier marca, empresa u organizaciones, ya que todas buscan un solo fin: ser las primeras a las cuales las personas tomen como referencia para consumir ya sea de forma material o ideológico.

# SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

## ANTECEDENTES

La marca personal Ani Closet da sus inicios en el año 2021, surge de la idea de ofrecer prendas que permitan a la mujer sentirse fresca y bonitas a la hora de vestir, haciendo que las mujeres puedan sentirse en confianza con nuestros productos, y también que los precios no son elevados y están al alcance de compra.

### ¿DE QUÉ TRATA?

Se explica un poco sobre la marca Ani Closet, como marca de ropa para mujeres.

Se conoce una marca personal no exclusivamente de personajes reconocidos, sino de aquellos que desean dar a conocerse y ofrecer servicios.

creando la venta en línea a través de página de Facebook, en zona de metrocentro y metrogalerías.

Mi marca personal espera ser reconocida dentro de las demás páginas que en esa red se ofertan, y así poder obtener mayor demanda de productos.

### Logo de la marca





## DESCRIPCION DE LA MARCA

La definición de la marca personal conlleva tener una perspectiva clara de la imagen que se proyecta hacia los demás; su importancia principalmente radica en internet y de las redes sociales, así también fuera de ellas.

La descripción de la marca personal es la forma de comunicar cuales son los productos y los servicios que ofrecemos, y en todo caso, debemos transmitir la razón por la que ofrecemos ese producto o servicio.

La marca Ani Closet representa una emprendedora dispuesta a apoyar a las mujeres que desean sentirse cómodas a la hora de vestir.

¿Qué hago?

La marca personal está enfocada en ofrecer ropa femenina para mujeres jóvenes de San Salvador, y aquellas que desean verse bien, con prendas de moda.

¿Qué se ofrece?

Los servicios que se brinda son de uso primordial para mujeres.

: Vestidos casuales e informales.

. Blusas

. Faldas.

### **Rango de precios**

Los precios varían de acuerdo a la prenda

: Vestidos casuales e informales.

(\$5.00 a \$7.00)

. Blusas (\$4.00 a \$6.00)

. Faldas. (5.00)

## **OBJETIVOS DE LA MARCA**

### Objetivos

#### Objetivos Generales.

1. Lanzar mi marca personal en la red social de Facebook para dar a conocer mis servicios, poniendo a disposición cada uno de los productos que mi marca ofrece.
2. Posicionar mi marca para que pueda ser reconocida, con contenido constante y llamativo.

#### Objetivos Específicos.

1. alcanzar un máximo de 200 seguidores en el lapso de cuatro meses de que haya dado a conocer el lanzamiento de mi marca.
2. Crear contenido en un estimado de dos veces por semana, para estar activa en la red.
3. Trabajar en líneas de contenido para recibir más interacciones.
4. Trabajar de acuerdo a las necesidades de la audiencia de la página.

## **FODA**

Haremos una breve descripción de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de nuestra marca.

Se espera lograr cada uno de los objetivos planteados, para poder llegar a tener mayor alcance y así generar más ventas, optar por ofrecer nuevos productos y accesorios en un futuro, todo esto mientras crece la marca.

### **Fortalezas.**

- Capacidad en el área de estrategia de Marketing.
- Creatividad en el diseño de publicaciones
- Ahorro de tener una tienda en físico.
- Facilidad de desplazamiento geográfico.

### **Oportunidades**

- El comercio electrónico cada vez está teniendo más importancia.
- Enviar el producto con un obsequio

### **Debilidades**

- El cliente prefiere ir a comprar a una tienda física.
- El cliente tarda mucho en recibir su pedido
- La cuenta es nueva en la red con pocos seguidores.

### **Amenazas**

- Nueva competencia.
- Poco poder de negociación.
- Posicionamiento en las redes sociales.

## ANALISIS DE LA COMPETENCIA

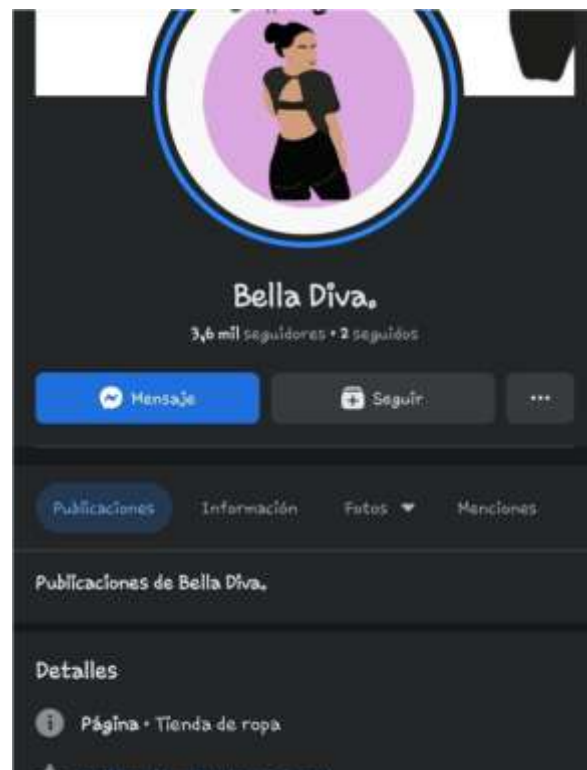
Vamos a realizar un análisis detallado de la marca de competencia dedicadas a la venta de ropa en línea para mujeres y el mercado actual.

### BELLA DIVA REPORTE

Bella diva es una página de ropa para mujeres, hace publicaciones semanales de vestidos y otras prendas. Tiene 276 publicaciones y 3,6 mil seguidores. Sus publicaciones alcanzan entre los 20 y 45 likes. genera solo fotos sin crear mayor contenido

### DATOS DE LA MARCA

<https://www.facebook.com/Ofice.sv>



## FEMINA MODASV

### REPORTE

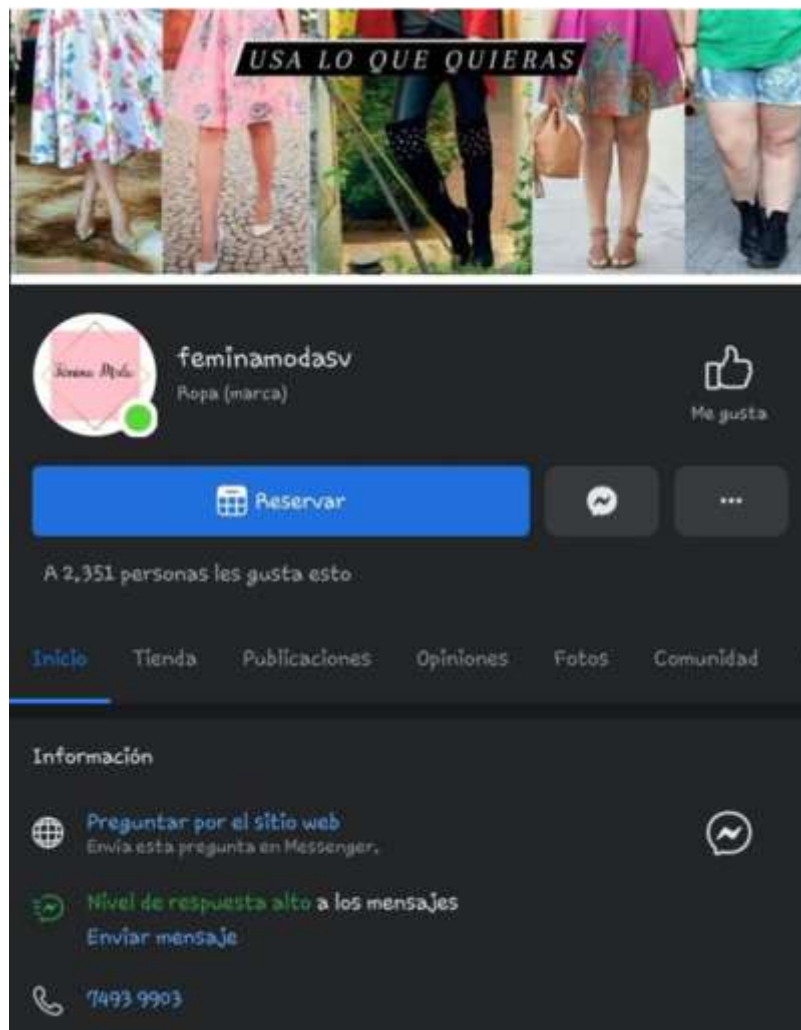
Femina moda es una marca de ropa que cuenta con 2,350 likes y con 2,4 mil fotos

Femina sv si realiza contenido de valor y siempre está activa la página, se muestran las fotos exactas.

Su marca está presente en Facebook e Instagram

### DATOS DE LA MARCA

<https://www.facebook.com/feminamodasv/>

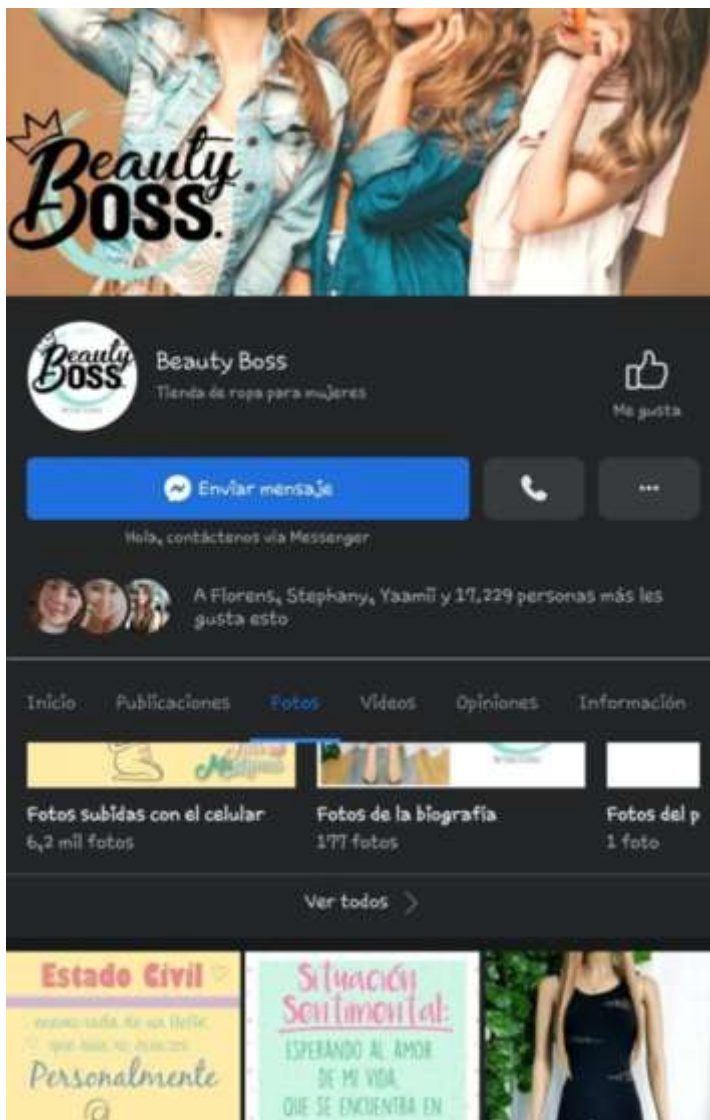


## Beauty Boss REPORTE

Beauty Boss cuenta con una cantidad de 17,22 seguidores, con una cantidad de 177 publicaciones a pesar de tener muchos seguidores no cuentan con muchos likes. No genera contenido de valor, lo que si logra es poder dar a demostrar bien los productos que ofrece

### DATOS DE LA MARCA

<https://www.facebook.com/beautybossv/>



## RESUMEN DE ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Este análisis competitivo también nos permite verificar la viabilidad de nuestro proyecto, ya que este estudio puede revelar una saturación del mercado por la competencia con demasiadas ofertas en relación con la demanda.

Por lo tanto, es esencial realizar un análisis de competidores antes de lanzar un nuevo producto o servicio. Para llevar a cabo este estudio en las mejores condiciones, es necesario establecer un plan de análisis.

Se muestra como la marca entablo a sus competidores.

### COMPETENCIA DE MI MARCA

Nombre de la marca	Facebook		Instagram
Bella Diva	X		X
Femina Modasv	X		X
BEAUTY BOSS	X		



## **BUYERS PERSON**

Se contemplan 2 perfiles como buyers persona de la marca personal, con ellos se ejecuta una planificación digital.

Esto ayuda a definir quien es la audiencia a la que se quiere atraer y además ayuda a entender de una mejor manera el público objetivo.

Se presentan perfiles que obtienen los siguientes elementos:

- Nombre
- Características
- Descripción de su personalidad
- Tipo de conducta en redes



**Edad**  
27 años

**Ingresos**  
\$400

**Ocupación**  
Contador público.

**Estado Civil**  
Soltera

**Donde vive**  
Casa de sus padres

## Julia Pérez

### Biografía

Julia es una profesional de 27 años que en su tiempo de relajación opta por vestir de una forma fresca y cómoda, siendo una desventaja el no tener el tiempo para ir a una tienda física, por lo que opta por la compra en línea.

### Situación actual

**Ambiciones.**  
Quiere aprender más sobre la moda  
Quiere fomentar la diversidad de ropa y accesorios.  
Desea crear un ambiente fresco y relajado a la hora de laborar.

### Impresiones negativas

No tener el tiempo necesario para realizar compras debido a sus ocupaciones.  
No poder cumplir con sus gustos de vestimenta

### Objetivos metas retos

Quiere aprender a comprar ropa en línea de una manera fácil y segura.

Expandir su gama de prendas.

Desea sentir seguridad y comodidad a la hora de vestir.

### Pasatiempos

Le apasiona el mundo de la moda  
Lee artículos de etiqueta y protocolo  
Le gusta pasar tiempo con sus amigas.

### Productos que ofrecemos

Vestimenta para dama.  
Venta en línea de forma segura y rápida.  
Vestidos  
Blusas  
Entre los artículos encuentra casuales y formales .



**Edad**  
21 años

**Ingresos**  
\$100

**Ocupación**  
Estudiante Universitaria

**Estado Civil**  
Soltera

**Donde vive**  
Casa de sus padres

## Berenice Marroquín

### Biografía

Berenice es una estudiante Universitaria de 21 años  
Vive con sus padres y recibe ingresos mensuales por parte de ellos para sus gastos personales.

### Situación actual

**Ambiciones.**  
Quiere tener variedad de prendas para cada día.  
Desea comprar ropa cómoda pero bonita

### Impresiones negativas

Se siente incómoda cuando viste ropa que no le gusta.  
Se desanima cuando no encuentra tiendas de ropa en línea que le ofrezcan variedad y que este al alcance de su presupuesto

### Objetivos metas retos

Expandir su gama de prendas.

Desea sentir seguridad y comodidad a la hora de vestir.

### Pasatiempos

Le apasiona el mundo de la fotografía  
Le gusta pasar tiempo con sus amigos  
Asiste a clases de música

### Productos que ofrecemos

Vestimenta para dama.  
Venta en línea de forma segura y rápida.  
Vestidos  
Blusas  
Entre los artículos encuentra casuales y formales .

## CANAL DIGITAL A UTILIZAR

### FACEBOOK.

Dado que poder manejar una red social se vuelve un poco difícil por la planeación que esto conlleva, en el aspecto de crear contenido constantemente para tener activa la red.

La red a utilizar para este proyecto es Facebook y de esta manera poder impulsar mi marca

personal. Uno de los factores que me llevo a tomar esta decisión es su popularidad en el área en la que se desarrolla mi marca personal, además de la factibilidad de poder relacionarse con el público; en la actualidad existen muchas formas de mostrar el producto de mi marca dentro de esta red social.

Considerando además que el público objetivo que ha sido elegido, pues se encuentra dentro de esta red, de alguna u otra manera es más fácil ser encontrado en Facebook que en otra red, debido a la variedad de herramientas con las que cuenta y la facilidad de entender como funcionan y al mismo tiempo es más fácil establecer una interacción.

Las herramientas que posee para su difusión son muy variadas, y además se vuelve fácil de manejar.

Decidí dejar de lado otras redes sociales, ya que se vuelve un poco difícil estar planificando diferente contenido para cada una, en este caso Instagram queda relegada porque considero que mi público objetivo está en Facebook, ahí es donde está la variedad y se puede llegar a un mayor alcance.

No se descarta utilizarla en un futuro como un segundo canal de posicionamiento de mi marca, según vaya creciendo el nivel de demanda.



## LINEAS DE CONTENIDO

Red digital	Líneas de contenido	Formatos
Facebook	Difusión	Historias, post, promociones
	Interacción	Post de recomendaciones
	Contenido de valor	Historias, fotografías, post tips
	Venta	Post de venta

## MEDICIÓN DE LOS KPIS

- **Objetivos Generales**
  1. Lanzar mi marca personal en la red social de Facebook para dar a conocer mis servicios, poniendo a disposición cada uno de los productos que mi marca ofrece.
  2. Posicionar mi marca para que pueda ser reconocida, con contenido constante y llamativo.
  
- **Objetivos Específicos**
  1. Alcanzar un máximo de 200 seguidores en el lapso de cuatro meses de que haya dado a conocer el lanzamiento de mi marca.
  2. Crear contenido en un estimado de dos veces por semana, para estar activa en la red.
  3. Trabajar en líneas de contenido para recibir más interacciones.
  4. Trabajar de acuerdo a las necesidades de la audiencia de la página

- Obtención de seguidores online

La marca ha sido creada recientemente lo que significa que el posicionamiento es casi nulo, por lo que se espera conseguir alrededor de 200 seguidores

en los primeros cuatro meses

- Potenciamiento de seguidores





Crear contenido constante para poder generar interacciones, esto será promovido con las publicaciones establecidas en el calendario.



- Fidelizar al público.



Se busca llegar a ese público objetivo que esté interesado en nuestro producto, siendo un consumidor y portador, con la creación de publicaciones y que

así se vaya transmitiendo a más personas.

# CALENDARIO DE CONTENIDO





Calendario de Facebook del 01 al 15 de octubre de 2022					
Calendarización					
Fecha	Horario	Formato	Pilar de contenido	Copy	Descripción Grafica
Sábado 01	9:00 am 6:30 pm	Historia / Post	Información del producto/ Nuevos Estilos.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Historia Facebook</li> <li>2. Conoce los nuevos estilos que tenemos para ti, porque siempre es importante que luzcas bella #nuevo#estilo#mujer</li> </ol>	  
Domingo 02	11:00 am 9.00 pm	Post Venta/ Post de vestidos	Venta/ información	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿sabías que siempre es un día especial para lucir un vestido negro? En Ani Closet tenemos el indicado para ti #Vestido#casual#bella</li> <li>2. Los vestidos Florales son esencial para momentos al aire libre y días de mucho calor, lucir hermosa y fresca ahora es más fácil, tú te mereces eso y más.</li> </ol>	  





Lunes 03	1:00 pm 7:00 pm	Post	Anuncio/ Tips	<p>En Ani closet siempre pensamos en ti por eso te anunciamos que se vienen rebajas especialmente para ti, pendientes de nuestras publicaciones.</p> <p>Conocer de que manera usar vestido es muy importante, por eso acá te</p>	 
----------	--------------------	------	------------------	--	---




				dejamos unos tips que puedes poner en práctica.	
Martes 04	10:00 am 6:30 pm	Historia Post	Ilustración  Recomendaciones	<p>#Vestidos#anicloset, música</p> <p>Sabias que cuidar nuestra piel es muy importante, por eso te recomendamos que cuando uses prendas sin manga y estés expuesto al sol, no olvides hidratarse y aplicar bloqueador.</p> <p>#belleza#salud</p>	 



Miércoles 05	11:30 am 7:00 pm	Post	Información de las prendas  Venta	<p>No importa cuál sea tu tono de piel, las prendas le das vida con la actitud que tengas, por esa razón acá te presentamos diversidad de colores y estilos, déjanos sorprenderte. #Bella#comoda#vestidos</p> <p>¿Estás pensando ir de paseo con tus amigos y no encuentras que ponerte? Acá te dejamos tu mejor opción a un excelente precio. #belleza#amigos#disfrutar</p>	 
Jueves 06	9:00 am 8:00 pm	Post	Venta	<p>Los colores vivos, esos que conectan con la naturaleza no pueden faltar, se tu quien siempre lleva el estilo a donde quiera que vayas. #frescura#comodidad</p>	
				<p>Siempre pensando en tu comodidad te traemos este bello vestido, muy útil para ir a la oficina o a la Universidad, pensado en ti y tu comodidad #vestidosflorales#mujeres</p>	
Viernes 07	9:30 am 9:00 pm	Post	Ofertas Venta	<p>Porque los viernes son de fiesta y se alargan todo el fin de semana, es por eso que te traemos esta oferta especial, para que a donde quiera que vayas puedas ser el centro de la fiesta. #vestidos#belleza#anicloset</p>	



Sábado 08	10:30 am 9:30 pm	Post		<p>¿Se vienen las celebraciones de graduación y necesitas algo cómodo y con estilo? Acá te traemos esta opción a un super precio para que luzcas hermosa ese día del evento #evento#fiesta#moda</p> <p>Nosotras siempre hemos pensado en que debes vestir como a ti te guste, siéntete segura de ti misma con tus prendas favoritas, aprovecha y conoce mas acerca de nuestros productos. #vestidos#moda#mujeres</p>	 
Domingo 09	2:00 pm 7:00 pm	Post		<p>¿sabias que hay vestidos que se ajustan a la forma de tu cuerpo? Y lo mas importante es que aquí te los tenemos, pregunta como hacer para poder adquirirlos.</p>	
				<p>Para cada ocasión hay algo que nos hace resaltar, para días frescos y días de playa te traemos estos hermosos vestidos. #playa#amigos#frescura</p>	

Lunes 10	11:30 am 8:00 pm	Post	Tips Venta	<p>Es importante saber como y donde poder lucir hermosos vestidos, por si aun no te atreves a usarlos, acá te dejamos unas recomendaciones de como saber llevarlos, recuerda que siempre es un momento perfecto para lucir bonita.</p> <p>Hermoso vestido que te hará lucir increíble, el color negro siempre nos hace ver bien, y en vestido aún más, por eso te invitamos a que te lleses uno a un precio accesible.</p>	 
Martes 11	10:30 am 7:00 pm	Post	Recomendacion es Venta	<p>¿Alguna vez has querido vestir casual pero nunca encontraste la prenda adecuada? Pues déjame decirte que el portar un vestido y agregarle unos accesorios te hará llegar a ese estilo, y acá te dejamos las mejores recomendaciones.</p> <p>¿Estás pensando en ir de fiesta o simplemente quieres lucir bella y olvidarte un rato de los Jeans? Este vestido te hará lucir bella y #cómoda a donde quiera que vayas, y lo mas importante a precio bajo.</p>	 

<p>Miércoles 12</p>	<p>11:00 am 7:30 pm</p>	<p>Post</p>		<p>¿Estás pensando que usar para ese día en que tengas que defender una presentación? Luce casual, fresca y positiva con este hermoso vestido que sin duda hará que te veas aun mas segura de ti misma #vestidocasual#moda#belleza</p> <p>Por ser ombliguito de semana te traemos este descuento solo para ti #descuentos#bella#vestidos</p>	
<p>Jueves 13</p>	<p>10:00 am 8:00 pm</p>	<p>Post</p>	<p>Venta Recomendación</p>	<p>¿Qué te parece usar este vestido morado con detalles acqua? Es momento de lucirte #dama#femenina#belleza</p> <p>Para esos días de calor interminable, te recomendamos llevar vestidos tipo túnica que te hagan sentir fresca y cómoda, y en color blanco es una muy buena opción</p>	
<p>Viernes 14</p>	<p>11:00 am 9:30 pm</p>	<p>Post</p>		<p>¿Sabias que puedes lucir hermosa sin gastar tanto? En Ani Closet siempre pensamos en ti y por eso te traemos las mejores opciones.</p> <p>Sabias que los vestidos son super cómodos para lucirlos siempre, disfruta de tus días luciendo bella, que esperas para poder lucir diferente cada día de la semana. #vestidos#belleza#dama</p>	

					
Sábado 15	10:00 am 8:30 pm	Post		<p>¡Lo que estabas esperando! Llega nuevamente rebajas para que nunca dejes de lucir hermosa. Así que mantente pendiente.</p> <p>Se acercan los días donde la lluvia ya no es impedimento para llevar un vestido a donde quiera que vayamos, adquiere este hermoso vestido corto, fresco, y úsalo para ir a donde tú quieras</p>	 

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bordonaro, A. (16 de junio de 2021). WRIKE a citrix company. Obtenido de

<https://www.wrike.com/es/blog/como-crear-un-calendario-editorial/>

Brenes, P. S. (20 de 05 de 2022). Impetus. Obtenido de <http://impetuscr.com/comunicacion-digital/la-comunicacion-en-la-era-digital/>

Falcó, C. P. (2022). Branward . Obtenido de

<https://branward.com/branderstand/posicionamiento-de-marca/>

KONTACTO - Tecnología, Marketing y Comunicaciones. (septiembre de 2021). Obtenido

de <https://www.kontacto.cl/contenidos/blog/que-es-un-calendario-de-contenidos>

REZZÓNICO, R. (01 de febrero de 2020). MED Digital MKT. Obtenido de

<https://www.meddigitalmkt.com/comunicacion/>

Álvarez, M. (2013). Cuadro de mando Retail. Barcelona: PROFIT Editorial.

Ancín, J. M. (2018). El plan de marketing digital en la práctica. Sevilla: Hetic.

Guardiola, E. (2021). Guía para crear el Buyer Persona de tu negocio . Madrid: Escuela StoryEmotion .

Liraz, M. (2019). Guía para Elaborar un Buen Plan de Mercadotecnia para su Negocio.

Florida: Independently Published.

Merodio, J. (2012). Marketing en Redes Sociales: Mensajes de Empresa: Para Gente Selectiva. Madrid: Bubook.

Sanagustín, E. (2016). Vender más con marketing digital. Bogotá: Ecoe Ediciones.