

ESTRATEGIAS DIGITALES Y USO DE REDES SOCIALES

Estrategias digitales y uso de redes sociales

Faber Javier Salcedo Afanador

**Informe Final de Prácticas Empresariales para optar por el título de Negociador
Internacional**

Tutor

Henry Giovanny Morán Cuán

Magister Administración de Empresas

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas

Negocios Internacionales

2022

Dedicatoria

Dedico mi proyecto de vida y mi proyecto con las prácticas empresariales a toda mi familia, en especial a mis abuelos paternos Leonor Afanador y Adalberto Salcedo por haber confiado en mí y permitirme estudiar ésta carrera en ésta maravillosa universidad como lo es la Santo Tomás de Bucaramanga. Gracias a ellos por formarme, enseñarme e inculcarme los mejores valores para poder afrontar esta carrera y este proceso de práctica empresarial Internacional. A mis padres, Adalberto Salcedo y a mi madre Lesli Moreno por traerme a la vida y brindarme las mejores oportunidades para tener las bases y la fuerza de terminar un proceso de muchos que me esperan en la vida. Dedico especialmente este proyecto a todos mis maestros en el transcurso de la carrera, todos y cada uno desde su aérea pudieron influir en mí y en las decisiones a tomar de ahora en adelante.

ESTRATEGIAS DIGITALES Y USO DE REDES SOCIALES

Contenido

Introducción	9
1. Estrategias digitales y uso de redes sociales	10
1.1 Justificación de la práctica	10
1.2 Objetivos de la práctica.....	11
1.2.1 Objetivo general.....	11
1.2.2 Objetivos específicos	11
2. Perfil de la empresa	11
2.1 ¿Quiénes somos?.....	11
2.2 Propuesta de valor.....	12
2.3 Misión	12
2.4 Visión.....	12
2.5 Portafolio de servicios:	12
2.6 Mercado atendido	13
2.7 Datos del jefe inmediato	13
3. Cargo y funciones	14
3.1 Cargo.....	14
3.2 Funciones	14
3.2.1 Diseñar banners publicitarios de cada servicio.....	14
3.2.2 Diseñar videos para la presentación de los servicios.	18

ESTRATEGIAS DIGITALES Y USO DE REDES SOCIALES

3.2.3 Editar material gráfico y audiovisual de la empresa	19
3.2.4 Investigar y realizar reportes sobre los servicios y las novedades de cada uno.	20
3.2.5 Editar y ajustar perfiles de la empresa y la marca personal.	20
3.2.6 Diseñar una propuesta para la estrategia de publicidad para las redes sociales.	22
4. Actividades para llevar a cabo las funciones	23
4.1 Función para la estrategia digital	23
4.2 Funciones para el posicionamiento de la Marca	23
4.3 Funciones para el contenido Digital	24
4.3.1 Herramientas Utilizadas para las funciones	24
5. Marco Normativo	24
6. Aportes del Practicante a BP NETWORKING.....	25
7.1. Aportes de BP NETWORKING al Practicante	26
8. Conclusiones	26
9. Recomendaciones	27
Referencias.....	28

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Banner programas y proyectos</i>	14
Figura 2. <i>Banner responsabilidad social</i>	15
Figura 3. <i>Banner internacionalización</i>	15
Figura 4. <i>Banner elaboración y cursos</i>	16
Figura 5. <i>Banner certificación WRAP</i>	17
Figura 6. <i>Banner Jorge Caycho</i>	17
Figura 7. <i>Banner planes programas y reportes</i>	18

Glosario

Marketing Digital: marketing Digital, también llamado mercadotecnia online o mercadeo en línea, se define como una forma de marketing que utiliza los nuevos medios y canales publicitarios tecnológicos y digitales como internet, el móvil o el IoT. Gracias al poder de la tecnología permite crear productos y servicios personalizados y medir todo lo que ocurre para mejorar la experiencia.

Ecommerce: consiste en el marketing y venta de productos o servicios a través de Internet. Basándose en la migración del comercio tradicional a Internet, pero con aspectos específicos como su logística, los medios de pago o los aspectos legales.

Community Manager: el responsable/gestor de comunidades de internet, virtuales, digitales, o en línea es quien actúa como auditor de la marca en los medios sociales.

Compliance: conjunto de procedimientos y buenas prácticas que las organizaciones adoptan con el fin de “identificar y clasificar los riesgos operativos y legales a los que se enfrentan y establecer mecanismos internos de prevención, gestión, control y reacción frente a los mismos”.

Responsabilidad Social Empresarial RSE: es la responsabilidad que cada organización tiene con el medio ambiente en que se desenvuelve y con la sociedad de la que hace parte, se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido

Sostenibilidad: en términos generales, es el sentido de las organizaciones que buscan maximizar su impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, por encima de solo privilegiar la búsqueda de un beneficio económico.

ESTRATEGIAS DIGITALES Y USO DE REDES SOCIALES

Resumen

Dentro de este documento se pueden encontrar las labores desarrolladas por el pasante de acuerdo a las tareas diarias asignadas por el jefe a cargo. Entre estas encontramos estrategias para posicionar la marca de Jorge Caycho en redes sociales, la creación de *piezas gráficas* y contenido de valor para la *promoción* de los diferentes servicios ofrecidos por la empresa BP NETWORKING bajo la marca Jorge Caycho, la adecuación de los perfiles profesionales y corporativos en cada red social para mejorar la percepción de la empresa y *captar nuevos clientes*. Todas las piezas de diseño, *publicidad* e identificación de cada servicio fueron creadas por el pasante durante el tiempo de las prácticas empresariales en BP NETWORKING Perú, con el fin de llevar a cabo una estrategia más elaborada y visual en cada *plataforma digital* donde la empresa quería *posicionarse*. El pasante contó con un equipo de cuatro (4) pasantes más de diferentes partes de Latino América con los cuales desarrolló *procesos de investigación*, preparación de material para eventos de la empresa y la marca, desarrollo de nuevos servicios y *productos digitales*.

Palabras clave: piezas gráficas, promoción, captar, nuevos clientes, publicidad, plataforma digital, posicionarse, procesos, investigación, productos digitales.

Abstract

Within this document you can find the tasks carried out by the intern according to the daily tasks assigned by the boss in charge. Among these we find strategies to position Jorge Caycho's brand in social networks, the creation of *graphic pieces* and valuable content for the *promotion* of the different services offered by the company BP NETWORKING under the Jorge Caycho brand, the adaptation of professional and corporate profiles in each social network to improve the perception of the company and attract **new customers**. All the design, *advertising* and identification pieces of each service were created by the intern during the time of the business practices at BP NETWORKING Peru, in order to carry out a more elaborate and *visual strategy* in each digital platform where the company wanted to *position itself*. The intern had a team of four (4) more interns from different parts of Latin America with whom he developed *research processes*, preparation of material for company and brand events, development of new services and *digital products*.

Keywords: graphic pieces, promotion, capture, new customers, advertising, digital platform, positioning, processes, research, digital products.

Introducción

En este informe final se encuentran las especificaciones de las labores desarrolladas por el pasante Faber Javier Salcedo Afanador contratado por la empresa BP NETWORKING en la ciudad de Lima, Perú bajo la gerencia de Jorge Luis Caycho Celle. Estas labores desarrolladas por el grupo de trabajo de pasantes encargado del área de marketing, publicidad y manejo de redes sociales basado en el conocimiento adquirido en la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás.

El pasante Faber Javier Salcedo Afanador, deberá ser el encargado del área de digital de contenidos gráficos y audiovisuales y deberá apoyar las áreas de investigación, contenidos para presentaciones y manejo de redes Sociales. Deberá apoyar al jefe inmediato en la preparación de presentaciones para la promoción de los servicios ofrecidos por la empresa, entrevistas y podcats donde participe la empresa o la marca Jorge Caycho.

ESTRATEGIAS DIGITALES Y USO DE REDES SOCIALES

1. Estrategias digitales y uso de redes sociales

1.1 Justificación de la práctica

Las prácticas empresariales son el acercamiento y la articulación entre el mundo laboral y el mundo del estudiante en un periodo de tiempo donde se ponen a prueba los diferentes conocimientos adquiridos a lo largo de carrera universitaria aplicados a casos o eventualidades de la vida real; logra introducir al estudiante en la posibilidad mezclar los conocimientos teóricos con la experiencia laboral que le brinde la empresa, todo esto con el fin de generar nuevas competencias y mejoramiento en las capacidades, logrando objetivos personales y empresariales. Como negociador Internacional de la Universidad Santo Tomás, crear competencias fuera de las áreas de estudio como lo es la administración, la logística, el derecho aduanero y demás, genera un portafolio de conocimientos más amplio que a la hora de enfrentar un trabajo real, crea competencias nuevas capaces de responder a problemáticas del mercado, la empresa o el sector. La práctica empresarial Internacional brinda la experiencia que se necesita para labrar un camino al mundo laboral con una visión más amplia de trabajo y profesión en otros países, adquiriendo experiencia y conocimiento de valor en un área que poco se estudia pero que hoy el mercado exige y es el trabajo del área digital, de mercado online o bien conocido como Ecommerce.

1.2 Objetivos de la práctica

1.2.1 Objetivo general

Aplicar todos los conocimientos y aprendizajes adquiridos en la profesión a la empresa BP NETWORKING y la marca JORGE CAYCHO con el fin de posicionarlas y promocionarlas en las diferentes plataformas digitales a nivel Nacional y Latino Americano.

1.2.2 Objetivos específicos

Aplicar los conocimientos en Ecommerce, Mercadeo e Inteligencia de mercados aprendidos en la profesión.

Reforzar el conocimiento de promoción y comercialización de servicios empresariales.

Adquirir experiencia laboral Internacional mediante el trabajo online con la empresa de Perú BP NETWORKING.

Adquirir conocimiento de cada servicio ofrecido por la empresa.

2. Perfil de la empresa

2.1 ¿Quiénes somos?

Somos una empresa consultora de servicios a la medida y especializados para empresas y organizaciones que se desempeñan en entornos globales y competitivos, que apuestan por el enfoque estratégico, el crecimiento económico, el desarrollo organizacional y la sostenibilidad.

ESTRATEGIAS DIGITALES Y USO DE REDES SOCIALES

2.2 Propuesta de valor

Diseño de servicios de consultoría empresarial personalizados que satisfacen necesidades estratégicas y específicas, convirtiéndose en servicios únicos en el mercado, en procura de excelentes resultados.

2.3 Misión

Consolidar la posición competitiva de nuestros clientes a través de la provisión de servicios personalizados de consultoría en gestión corporativa, basados en nuestras capacidades en gestión estratégica corporativa e innovación de soluciones.

2.4 Visión

Ser reconocida en América Latina como empresa proveedora especializada en procesos exitosos de enfoque estratégico y desarrollo económico sostenible a favor de empresas y organizaciones que se desempeñan en entornos globales y competitivos.

2.5 Portafolio de servicios:

Gestión de valores, Compromiso e Integridad.

Crecimiento Empresarial en Mercados Sostenibles.

Responsabilidad Social.

Planeamiento Estratégico y Balanced Scorecard

Internacionalización

Negociaciones Empresariales

ESTRATEGIAS DIGITALES Y USO DE REDES SOCIALES

Compromiso Empresarial Productividad Valor Compartido

Negocios Internacionales

2.6 Mercado atendido

Los servicios de la empresa están dirigidos a: gerentes, jefes, supervisores de ventas, directores, alta dirección, gerentes comerciales, supervisores de ventas, inversionistas, medianas y grandes empresas peruanas y extranjeras.

- Industrias extractivas: minería, pesquera, gas y petróleo
- Otras industrias: ligera, de equipo
- Manufacturas de consumo: alimentos, moda, mobiliario, decoración, otros
- Agroalimentario: agrícola, industrias alimentarias, conexas
- Servicios: hospitalario, restauración, telecomunicaciones, otros
- Instituciones Públicas
- Instituciones Privadas
- Cooperación Internacional

2.7 Datos del jefe inmediato

Dirección: Av mariano cornejo N°1429 lima 21, Perú.

Teléfono: +51 991 756 091

E-mail: jorgecaychocelle@gmail.com

Jefe: Jorge Luis Caycho Celle

3. Cargo y funciones

3.1 Cargo

El pasante Faber Javier Salcedo Afanador, debe desempeñarse como el community Manager, diseñador y responsable del área de marketing digital de la empresa BP NETWORKING y la marca personal JORGE CAYCHO.

3.2 Funciones

3.2.1 Diseñar banners publicitarios de cada servicio.

(Crear imágenes de carácter publicitario de la imagen de la empresa, los servicios que ésta ofrece y de la misma manera con la marca personal Jorge Caycho)

Figura 1. *Banner programas y proyectos*



Tomado de manual de funciones Jorge Caycho

Figura 2. *Banner responsabilidad social*



Tomado de manual de funciones Jorge Caycho

Figura 3. *Banner internacionalización*



Tomado de manual de funciones Jorge Caycho

Figura 4. *Banner elaboración y cursos*

ELABORACIÓN Y CURSOS

**PLANES ESTRATEGICOS
DEL SECTOR PÚBLICO**

PEDN | PESEM | PDR | PDL | PEI | POI

Te ofrecemos:

ELABORACIÓN

CURSO IN HOUSE

Contacto:
+51 991 756 091
Correo:
jorgecaychocelle@gmail.com
Visita nuestra página:
<https://bpnetworking.pe/>

BP
BP & Networking

Tomado de manual de funciones Jorge Caycho

Figura 5. *Banner certificación WRAP*

Tomado de manual de funciones Jorge Caycho

Figura 6. *Banner Jorge Caycho*

Tomado de manual de funciones Jorge Caycho

Figura 7. *Banner planes programas y reportes*

Tomado de manual de funciones Jorge Caycho

3.2.2 Diseñar videos para la presentación de los servicios.

(Crear y editar material audiovisual de la imagen de la empresa, los servicios que ésta ofrece y de la misma manera con la marca personal Jorge Caycho)

Video 1: https://www.canva.com/design/DAEpQB3yer8/ifdJEk-QzND9czEeizimTA/watch?utm_content=DAEpQB3yer8&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink

Video 2: https://www.canva.com/design/DAEpQNNNoPlg/vF6BVjybfi_Pp3b1G-3o2A/watch?utm_content=DAEpQNNNoPlg&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink

ESTRATEGIAS DIGITALES Y USO DE REDES SOCIALES

Video 3: https://www.canva.com/design/DAEo_AZAhrE/TE1yhgiEn8_3keARwPk-5w/watch?utm_content=DAEo_AZAhrE&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink

Video 4: https://www.canva.com/design/DAEo0Gz6zGk/GTWLThDxUTpOY0YUpKy-fQ/watch?utm_content=DAEo0Gz6zGk&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink

Video 5:
https://www.canva.com/design/DAEono6IvWM/d6GQI25ccDRRgzGwcEImSA/watch?utm_content=DAEono6IvWM&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink

Video 6:
https://www.canva.com/design/DAEonqGJntw/YdmAa2gZBgYdTAlraPH9bg/watch?utm_content=DAEonqGJntw&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink

Video 7:
https://www.canva.com/design/DAEonp1FA6o/NlICff0WSmN9yIfSggDq3A/watch?utm_content=DAEonp1FA6o&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink

3.2.3 Editar material gráfico y audiovisual de la empresa.

(Utilizar el material publicitario que ya existía y editarlo actualizando la información de los servicios y la imagen, incluyendo los perfiles de cada red social)

No hay soporte adjunto.

ESTRATEGIAS DIGITALES Y USO DE REDES SOCIALES

3.2.4 Investigar y realizar reportes sobre los servicios y las novedades de cada uno.

(Investigar en las diferentes fuentes de información las últimas noticias, novedades y tendencias del mercado de cada servicio ofrecido por la empresa)

Figura 9. Pantallazo documentos de investigación y reportes

equipo > Escritorio > Investigación jorge caycho

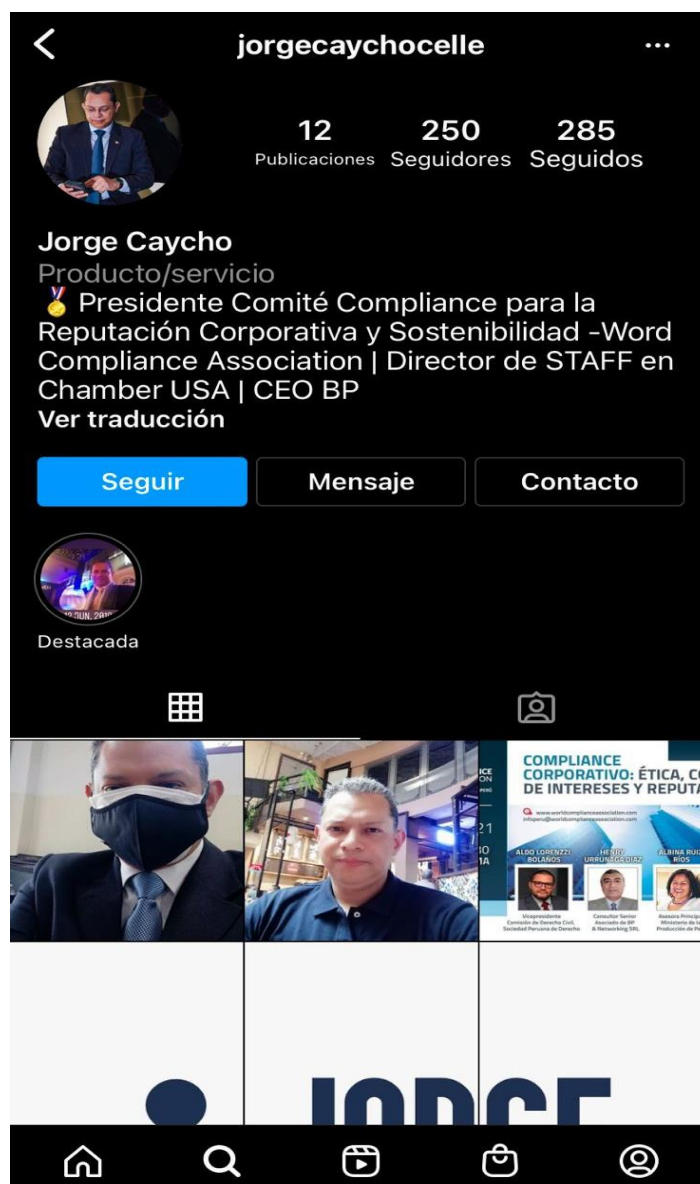
Nombre	Fecha de modificación	Tipo	Tamaño
 AGENTES COMERCIALES DE ALIMENTOS ...	08/06/2021 11:00 a. m.	Documento de Mi...	16 KB
 casos y preguntas1	09/09/2021 04:25 p. m.	Documento de Mi...	21 KB
 COMPLIANCE para presentaciones	04/07/2021 04:47 a. m.	Documento de Mi...	27 KB
 ESTRATEGIA DE MARKETING JORGE CAY...	10/06/2021 10:27 p. m.	Documento de Mi...	18 KB
 Información Compliance para infografía	16/06/2021 10:51 p. m.	Documento de Mi...	16 KB
 Información ISO37001 para infografía	21/06/2021 05:21 p. m.	Documento de Mi...	17 KB
 Información ISO37301 cumplimiento par...	21/06/2021 07:59 p. m.	Documento de Mi...	17 KB
 Información RSE para infografía	20/06/2021 08:46 p. m.	Documento de Mi...	16 KB
 investigación presentación bp	12/10/2021 06:12 p. m.	Documento de Mi...	21 KB
 pymes en Perú	23/08/2021 04:48 p. m.	Documento de Mi...	23 KB
 Ranking Compliance	22/06/2021 05:38 p. m.	Documento de Mi...	19 KB
 ranking ISO 37001 antisoborno	23/06/2021 06:27 p. m.	Documento de Mi...	18 KB
 ranking ISO 45001	24/06/2021 04:53 p. m.	Documento de Mi...	20 KB
 ranking Peritaje Compliance	24/06/2021 06:08 p. m.	Documento de Mi...	20 KB
 ranking programa de Compliance	28/06/2021 07:04 p. m.	Documento de Mi...	271 KB
 Ranking RSE	23/06/2021 04:20 p. m.	Documento de Mi...	20 KB
 Sostenibilidad, información importante	07/07/2021 08:08 p. m.	Documento de Mi...	21 KB

3.2.5 Editar y ajustar perfiles de la empresa y la marca personal.

(Realizar los cambios necesarios para mejorar la visibilidad de los perfiles de las redes sociales: cambio de foto de perfil, de portada, descripción, información profesional actualizada, publicación de contenido, limpieza de contenido ajeno a la empresa y la marca)

Figura 10. *Perfil LinkedIn*

Tomado de manual de funciones Jorge Caycho

Figura 11. Perfil Instagram

Tomado de manual de funciones Jorge Caycho

3.2.6 Diseñar una propuesta para la estrategia de publicidad para las redes sociales.

(Plasmar una estrategia de publicidad que permita a la empresa y la marca, mejorar su

ESTRATEGIAS DIGITALES Y USO DE REDES SOCIALES

visibilidad en las redes sociales. Aumentar el tráfico de personas en cada red social y promocionar los servicios plasmados en los banners publicitarios mediante anuncios pagados)

- La estrategia solo está en documento como aparece en los anexos de reporte de investigación “ESTRATEGIA DE MARKETING JORGE CAYCHO”. El jefe inmediato decidió no aplicar la estrategia por motivos reservados.

4. Actividades para llevar a cabo las funciones

4.1 Función para la estrategia digital

- Realizar un diagnóstico de la presencia de la empresa y la marca en redes sociales y el alcance que estas tienen.
- Realizar un barrido del material poco relevante y desactualizado de las redes sociales.
- Realizar el mejoramiento de la imagen y la presentación de los perfiles en redes Sociales.
- Creación de nuevos perfiles en redes sociales donde la empresa no tiene presencia.

4.2 Funciones para el posicionamiento de la marca

- Actualización de los datos en cada perfil de las distintas redes sociales.
- Cambio de Nombre de usuario, fotos de perfil, fotos de portada e información de contacto.
- Creación de piezas digitales para su publicación y promoción.
- Interactuar con los seguidores y la comunidad allegada a cada red social.
- Formulación de las campañas publicitarias.

4.3 Funciones para el contenido digital

1. Edición de fotografías.
2. Diseño y edición de Banners, imágenes, videos y documentos.
3. Creación de una identidad de marca de acuerdo a la colorimetría del logo.
4. Publicación en las redes sociales en horas pico.

4.3.1 Herramientas utilizadas para las funciones

- Photoshop
- Canva
- Movie Maker
- Adobe Premier
- Facebook Ads
- Instagram Ads
- LinkedIn Ads
- Microsoft Power Point
- Microsoft Word

5. Marco normativo

Para el desarrollo de la práctica empresarial, de acuerdo a las funciones a realizar es necesario tener conocimiento en diseño y edición, técnicas de publicidad online las cuales deben estar sujetas a diversas regulaciones como el derecho de autor, la invasión a la privacidad al llenar de spam los correos electrónicos y demás.

- El artículo 91 de la Ley 633 de 2000 señala que

ESTRATEGIAS DIGITALES Y USO DE REDES SOCIALES

todas las páginas web y sitios de internet con origen en Colombia, que operan en internet y cuya actividad económica tenga carácter comercial, financiero o de prestación de servicios, deberá inscribirse en el Registro Mercantil y suministrar a la DIAN la información que está considere pertinente. (No aplica en Perú)

- La Ley 527 de 1999, denominada ley de comercio electrónico establece el “principio de equivalencia funcional” entre: la firma electrónica y la autógrafa, y entre los mensajes de datos y los documentos escritos. Adicional constituye una serie reglas para certificación de firmas digitales y crea las Entidades de Certificación.
- Artículo 15 de la Constitución Política: mediante el cual se da la categoría de fundamental al derecho a la intimidad personal y familiar y a su buen nombre, también conocido como Habeas Data.

Para realizar las labores de Marketing digital se debe tener un conocimiento en el uso de las herramientas de publicidad de los navegadores y los motores de búsqueda, también del uso de las herramientas de promoción y publicidad de cada red social como Facebook Ads, Instagram Ads, Google Analytics, Google Ads. Para el diseño de publicidad, se debe conocer las herramientas necesarias para realizar los diseños gráficos y la edición de los mismos.

6. Aportes del practicante a BP NETWORKING

El practicante de Negocios Internacionales Faber Javier Salcedo Afanador, le aporta a la empresa BP NETWORKING los diseños publicitarios para la publicación y promoción de los servicios ofrecidos al mercado, también aporta conocimiento en Marketing digital y la creación de un plan estratégico para desarrollar una estrategia de publicidad en redes sociales. Aporta el manejo y la administración de las cuentas y perfiles de las redes sociales de la

ESTRATEGIAS DIGITALES Y USO DE REDES SOCIALES

empresa y la marca. Brinda apoyo a los demás pasantes dentro de la empresa en temas de investigación, creación de presentaciones y mejoramiento de la información.

7.1. Aportes de BP NETWORKING al practicante

La Empresa BP NETWORKING aporta al practicante la capacidad y experiencia de administrar como encargado del área de marketing digital y mercadeo. Brinda todo el material disponible sobre los servicios para el desarrollo óptimo de sus funciones de investigación y diseño. La empresa también aporta capacitaciones semanales de los servicios y las novedades de la empresa. Brinda un acompañamiento del proceso de la mano de una evaluación diaria de desempeño de las labores.

8. Conclusiones

En la práctica empresarial Internacional con BP NETWORKING el pasante desarrolló nuevas habilidades y conocimientos enfocados en el área de marketing digital y administración a través de las diferentes funciones y labores determinadas por el gerente de la empresa. Se lograron diseñar más de 53 piezas de diseño gráfico como audiovisual, cerca de 15 reportes de investigación, se rediseñó la imagen de los diferentes perfiles en cada red Social. Finalmente, se mejoró la utilización de herramientas ofimáticas enfocadas en marketing digital para la creación de contenido y se establecieron relaciones nuevas para la practicante por medio del equipo de trabajo de la empresa.

Por decisión del gerente general de la empresa, no se aplicaron las estrategias desarrolladas por el pasante para la promoción y publicidad debido a que debe delegar esa función a los otros pasantes y que sean estos quienes la apliquen. Sin embargo, se utilizaron todas las piezas de diseño

ESTRATEGIAS DIGITALES Y USO DE REDES SOCIALES

creadas y editadas por el pasante.

9. Recomendaciones

La empresa BP NETWORKING debe aplicar la estrategia de marketing desarrollada para las redes sociales, utilizando el material gráfico y audiovisual diseñado por el pasante para lograr tener mejores resultados y eficacia en el posicionamiento de la marca y la empresa en las redes sociales. Para los investigadores, profesionales, lectores de este proyecto final e incluso para la empresa BP NETWORKING, se recomienda seguir las tendencias del marketing digital y trabajar sobre las propuestas planteadas en el periodo de práctica empresarial.

Referencias

Arteaga,D. (2018).*Marco regulatorio del ecommerce*. Observatorio Ecommerce.

Recuperado el 20 de Octubre de 2021. <https://www.observatorioecommerce.com.co/marco-regulatorio-del-ecommerce/>

Gómez Zorilla,J (2018).*Que es un community manager*. La Cultura del Marketing.

Recuperado el 20 de Octubre de 2021. <https://laculturadelmarketing.com/que-es-un-community-manager/#:~:text=El%20Community%20Manager%20es%20un,los%20potenciales%20clientes%20y%20prescriptores.>

MarketingDigital (2020) *Qué es el Marketing Digital* recuperado el 20 de Octubre de 2021.

<https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>

Word Compliance Asosaition *Compliance definición* recuperado el 20 de Octubre de 2021.

<https://worldcomplianceassociation.com/>