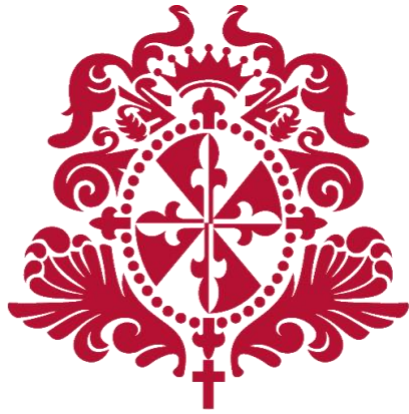


UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Plan de estrategias digitales para la empresa Arábica Cafés Especiales

Programa Avanzado para la Formación Empresarial (PAFE)

Estrategias digitales para negocios

Camilo Briñez

Daniel Gil Jiménez

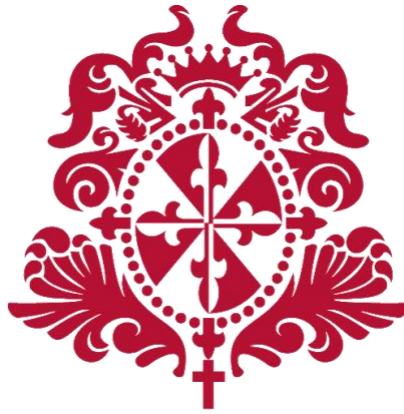
David Valderrama

Pedro Ignacio Reyes Vargas

Bogotá, D.C.

2021

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Plan de estrategias digitales para la empresa Arábica Cafés Especiales

Programa Avanzado para la Formación Empresarial (PAFE)

Estrategias digitales para negocios

Camilo Briñez

Daniel Gil Jiménez

David Valderrama

Pedro Ignacio Reyes Vargas

Tutor: Hernán Cruz

Escuela de Administración

Bogotá, D.C.

2021

Tabla de contenido

Glosario.....	5
Resumen.....	7
Abstract.....	8
1. Introducción	9
1.1 Objetivo Principal	10
2. Análisis de la competencia.....	11
3. Análisis DAFO.....	12
4. Análisis audiencias.....	13
5. Objetivos	15
6. Estrategia.....	15
6.1 Estrategia Website	15
6.2 Estrategia CRM.....	16
6.3 Estrategia Social Media	16
7. Cronograma.....	18
8. Resultados	19
9. Presupuesto	21
10. Referencias.....	22

Lista de tablas

Tabla 1. Competidores directos	11
Tabla 2. DAFO.....	12
Tabla 3. Análisis Buyer Persona 1	13
Tabla 4. Análisis Buyer Persona 2	14
Tabla 5. Cronograma	18
Tabla 6. Indicadores de desempeño	19
Tabla 7. Presupuesto	21

Glosario

Ads: Abreviatura de Advertisement, usada para referenciar a anuncio o publicidad.

Buyer persona: Cliente ideal al cual la compañía apunta satisfacer o servir.

CRM: Abreviatura de Customer Relationship Management y estrategia de mercadeo digital basada en fidelizar y crear vínculos con el cliente potencial.

Display: Formato de publicidad digital que muestra en anuncio tipo banner combinando texto e imagen.

Emprendimiento: Realización de un proyecto o actividad económica desde su concepción y de manera propia, con el objetivo de obtener rentabilidades en un tiempo específico

Lead: Cliente potencial que ha mostrado interés por mantener contacto con la empresa o el producto ofrecido.

Marketing digital: “El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales”. (Md, 2020)

Pop Up: Ventana emergente que aparece de manera constante en un sitio web

Red social: “Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.”(RD station,2020)

SEM: Estrategia de mercadeo digital para aumentar la visibilidad de un sitio web en los buscadores web a través de pautas.

SEO: Es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores. (PAFE,2021)

Resumen

Este proyecto de grado presenta a Arábica Cafés Especiales una tienda de comercialización de café premium que brinda una experiencia diferente y satisfactoria a las personas que se interesan y que les gusta un café superior al estándar. Es por esto que Arábica Cafés Especiales abre sus puertas en febrero del 2020 para ofrecer a sus clientes una alta variedad de productos como distintos tipos de café y utensilios especializados para la preparación, aportando valor agregado y un servicio inigualable a todos los clientes.

No obstante, se han percibido falencias con respecto al mercadeo digital y teniendo en cuenta que hoy en día internet es una increíble herramienta que potencializa y ayuda a crecer los emprendimientos, es importante que Arábica Cafés Especiales se adentre en este ecosistema. Por esta razón se planteó objetivos SMART y se ideó una serie de estrategias para lograrlos, así como la implementación de conceptos aprendidos en la clase PAFE.

Palabras clave: Marketing digital, SEO, SEM, café premium, página web, experiencia, cliente, emprendimiento.

Abstract

This degree project introduces Arábica Cafés Especiales a premium coffee marketing store that provides a different and satisfying experience to people who are interested in and who like a higher-than-standard coffee. This is why Arábica Cafés Especiales opens its doors in February 2020 to offer its customers a wide variety of products such as different types of coffee and specialized utensils for the preparation, providing added value and an unmatched service to all customers.

However, shortcomings have been perceived with respect to digital marketing and taking into account that today the internet is an incredible tool that enhances and helps businesses grow, it is important that Arábica Cafés Especiales delves into this ecosystem. For this reason, SMART objectives were set and a series of strategies were devised to achieve them as well as the implementation of concepts learned in the PAFE class.

Keywords: Digital marketing, SEO, SEM, premium coffee, website, experience, customer, entrepreneurship.

1. Introducción

Arábica Cafés Especiales es un emprendimiento con una propuesta de comercializar café Premium tanto en punto físico de venta como a través de los medios digitales, con la finalidad de querer abarcar una buena porción del mercado y llegar a todas las personas amantes del Café superior. Este emprendimiento tuvo una fase previa la cual fue el estudio completo plasmado en un trabajo de grado que se realizó para el título de MBA en el Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario en Bogotá D.C. supervisada por el Docente Mario Paredes.

En este trabajo de grado se logra recopilar una amplia información sobre cómo llevar a cabo el funcionamiento del emprendimiento. Se evalúa el diseño del local, el portafolio de proveedores, las propuestas de valor, la misión y visión de la futura empresa, todo lo relacionado al posicionamiento de la marca apoyado también del mercadeo digital en redes sociales y en página web. Pero es hasta febrero del año 2020 que Arábica Cafés Especiales logra abrir sus puertas para atender a todo el público interesado en consumir un Café Premium, y sentir una atención mucho más agradable que en las otras empresas dedicadas a la venta de café al consumidor final. Cuentan actualmente con tres empleados, los cuales son todos jóvenes que les apasiona el tema del café, entre ellos se reparten las distintas funciones dentro del punto de venta, la caja, la atención al cliente y hasta el aseo.

Además de esto Andrea Izquierdo, fundadora de Arábica Cafés Especiales, apoya mucho el ayudar a los jóvenes que quieren salir adelante y que tienen esa vocación de servicio, dice además que trabajar en distintas labores dentro del punto físico de venta hace que desarrollen muchas habilidades ocultas y le gusta que todos sus empleados sean muy unidos y se apoyen entre todos. La pandemia por COVID-19 perjudicó mucho a este emprendimiento, puesto que se tuvo que cerrar las puertas para los clientes que frecuentaban el punto de venta para deleitarse con una maravillosa atención y un producto top. A raíz de esto, Arábica Cafés Especiales tuvo que buscar alternativas para continuar generando beneficios, así que decidieron trabajar bajo el modelo de domicilios, tratando de brindar ágil respuesta a todos los clientes. Con la reapertura del comercio en la economía colombiana, Arábica Cafés Especiales volvió a abrir su punto físico de venta. Generando así satisfacción en los clientes que durante todo este tiempo no habían podido asistir.

1.1 Objetivo Principal

“Ser líderes en la comercialización de café especial y subproductos con calidad, innovación, aporte social, ambiental y económico, fundamentado en valores, transparencia y ética profesional”. (Alvarez, 2020)

2. Análisis de la competencia

Tabla 1. Competidores directos

Competidor	Sitio web	Posicionamiento SEO	Redes sociales	Publicidad digital	Otros canales digitales	Estrategia digital	Ventaja competitiva
Starbucks	starbucks.com.co	Alto	Facebook Instagram Twitter	Ads google	Rappi	Contenido en redes Optimización SEO	Domicilios Ventas online
Café OMA	cafeoma.com	Medio	Facebook Instagram Twitter Youtube	Facebook Ads Instagram Ads	Whatsapp Rappi	Contenido y ofertas en redes	Domicilios Ventas online
Juan Valdez	juanvaldezcafe.com	Alto	Facebook Instagram Twitter Youtube	Ads google	App móvil Rappi	Contenido y ofertas en redes Optimización SEO Marketing móvil	Pago por app Ventas Online Domicilios
Arte y pasión café	artepasioncafe.com	No	Instagram	No	Email	Contenido y ofertas en redes	Ventas online
Varietale	varietale.com	Bajo	Facebook Instagram TripAdvisor	No	Whatsapp Email	Contenido y ofertas en redes	Ventas online

Fuente: elaboración propia

3. Análisis DAFO

Tabla 2. DAFO

<p style="text-align: center;">DIAGNÓSTICO INTERNO</p> <p style="text-align: center;">DIAGNÓSTICO EXTERNO</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecen toda una experiencia personalizada alrededor de la taza de café. 2. Exclusividad y variedad de los productos. 3. Personal altamente capacitado para la preparación de alimentos y servicio al cliente. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se requiere materia prima de alta calidad y difícil de conseguir. 2. Se necesitan varios proveedores debido a la particularidad de los productos. 3. Dificultad para manejar los canales de promoción y venta digital.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ingresar a un mercado con un grupo objetivo específico. 2. Mar azul dado la poca cantidad de competencia directa en el mercado. 3. Se eliminan los intermediarios lo que puede mejorar la relación y el margen de ganancia de los proveedores. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Generar entrenamientos y procedimientos estandarizados para que el personal tenga una correcta capacitación. 2. Crear alianzas estratégicas con los proveedores para garantizar un abastecimiento continuo. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Generar una correcta proyección de la cadena de suministro para evitar que los proveedores tengan retrasos. 2. Evaluar las estrategias digitales que más se acomoden al modelo de negocio y buscar personal capacitado para poder implementarlas.
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se compete con franquicias que tienen un mayor presupuesto y tecnología. 2. Poco conocimiento sobre el café premium. 3. El trabajo remoto puede hacer que sitios como este pierdan interés. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hacer publicidad que distinga la variedad de productos y la propuesta de negocio. 2. Ofrecer la experiencia continua desde la comodidad del hogar a través de medios digitales. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIA DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crear una proyección de un presupuesto a largo plazo que contemple los costos variables. 2. Aprender a manejar los sistemas de comunicación y publicidad digital para tener mayor competitividad

Fuente: elaboración propia

4. Análisis audiencias

BUYER PERSONA 1	
NOMBRE	Salvador Alzate
PERFIL GENERAL	Trabaja en IT, en el sector empresarial de la calle 100, busca oportunidades de crecimiento Tiene pareja, no tiene hijos
INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA	Hombre Edad 25 años Ingreso promedio 4'000.000 Vive en Chicó o Chapinero Alto
IDENTIFICADORES	Tranquilo Proactivo Abierto a nuevas experiencias Tiene el hábito de consumo de café como su mayor fuente de energía diaria Le gusta las opciones de comida gourmet Consume entre 5-6 libras de café en su hogar por semana
OBJETIVOS	Conocer opciones gourmet para su alimentación diaria Búsqueda de café de alta calidad para sus ratos libres de oficina y para poder llevar a su hogar Tener una experiencia acogedora en su ambiente empresarial
RETOS	El sector cuenta con varias opciones de cafeterías comerciales que ofrecen buen precio, pero se pierde la experiencia detrás de consumir el producto. No conoce o no encuentra opciones gourmet para el consumo de café Su ambiente laboral está plagado de consumo veloz dada la rapidez del sector empresarial
CÓMO PODEMOS AYUDAR	Ofreciendo un ambiente innovador pero bajo principios del consumo de café tradicional, con productos de la más alta gama y especiales, entrando en una categoría más exclusiva Ambiente relajado en donde sea el centro de atención la experiencia para el cliente con un café sabroso y una experiencia única en la ciudad.
COMENTARIOS	Solo encuentro las mismas opciones de café, ¿dónde me siento?, todo tan rápido Quiero poder sentarme a disfrutar mi cafecito Necesito un mejor café, siempre lo mismo ¿Por qué cuando salgo de la oficina, no puedo relajarme un rato?
QUEJAS COMUNES	Me preocupa que aumente considerablemente el valor de la taza de café Al ser un espacio reducido ¿contarán con suficiente capacidad para ofrecer la mejor experiencia? No deseo gastar mucho de tiempo libre consumiendo un café
MENSAJE DE MARKETING	En el caos del sector empresarial, somos la mejor experiencia de café gourmet en un ambiente tranquilo, donde podrás disfrutar tu taza de la mejor cosecha colombiana.
MENSAJE DE VENTAS	Te ofrecemos una experiencia alrededor de la tradición del café colombiano, combinado el toque gourmet que solo arábica cafés especiales puede ofrecer con un ambiente innovador donde puedas tener un descanso de lo rápido que es el ambiente organizacional.

Tabla 3. Análisis Buyer Persona 1

Fuente: elaboración propia

Tabla 4. Análisis Buyer Persona 2

BUYER PERSONA 2	
NOMBRE	Silvana Moreno
PERFIL GENERAL	Trabaja como reclutadora para Huawei Colombia Tiene pareja y un hijo
INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA	Mujer Edad 29 años Ingreso promedio \$ 6'500.000 Vive Chapinero Alto
IDENTIFICADORES	Acelerada Proactiva Consume café diariamente pero le gusta la opción premium Utiliza su poco tiempo libre en consumir productos que le ofrezcan sensación de calma dentro de su día acelerado. Siente interés real por el sector cafetero colombiano Es compradora constante de productos de manera online
OBJETIVOS	Búsqueda de café de alta calidad para sus ratos libres de oficina y para poder llevar a su hogar Tener una experiencia acogedora en su ambiente empresarial Poder adquirir su café premium desde la comodidad de su hogar a través de un portal intuitivo y de fácil acceso.
RETOS	Tener un café premium en un ambiente empresarial Abordar y conocer acerca del sector cafetero a través de su producto final, tiende a ser muy complicado dado que no se cuenta una historia solo se presenta el producto. No existen muchas opciones para adquirir café premium de manera online. Su ambiente laboral está plagado de consumo veloz dada la rapidez del sector empresarial.
CÓMO PODEMOS AYUDAR	Ofreciendo un ambiente acogedor y tranquilo contando historias que denoten la procedencia del café y la importancia del mismo en Colombia. Ambiente relajado en donde sea el centro de atención la experiencia para el cliente con un café sabroso y una experiencia única en la ciudad. Página web optimizada que responda a las necesidades de la compra de café premium.
COMENTARIOS	Café pero solo café, ¿Qué hay detrás? Quiero llegar y tener mi café ahí listo no tener que ir a la tienda.
QUEJAS COMUNES	¿La página web será segura? ¿Qué tal que me roben información?, no vale la pena por café. Como contarán esa historia detrás del café ¿no es muy complicado de entender? No deseo gastar mucho de tiempo libre consumiendo un café
MENSAJE DE MARKETING	Ven y conoces los cafés premium a través del ambiente cálido propuesto por Arábica Cafés Especiales ¿necesitas en tu hogar?. Conoce nuestro portal web, compra y recibe el mejor café colombiano.
MENSAJE DE VENTAS	Te ofrecemos una historia detrás de un café premium único que solo Arábica Cafés Especiales a través de productos deliciosos puede ofrecerm que también podrás adquirir para llevar a tu hogar con una experiencia online inolvidable.

Fuente: elaboración propia

5. Objetivos

- Actualizar el sitio web para aumentar el tráfico en un 15% en la página web para los próximos 6 meses.
- Aumentar leads en la página web a través de registro y suscripción en un 20% para los próximos 12 meses
- Aumentar la comunidad en redes sociales en un 5% mes a mes por los próximos 6 meses a través de la creación de contenido de valor (IGTVS, reels, post historias del café e informativos , whatsapp bots, portafolio whatsapp business,etc).

6. Estrategia

6.1 Estrategia Website

- Creación de una página web segura y optimizada
- Enlace con plataforma de pago y los plugins para el desarrollo conjunto de ventas online dentro de la página web
- Creación de contenido de valor en la página web estilo blog enfocado en cafés especiales y su preparación, con palabras claves relevantes para el motor de búsqueda tales como “Cafés especiales en Bogotá” “experiencia premium” “café de alta calidad” “café premium por libras”
- Promoción display en páginas y foros especializados en cafés premium.

6.2 Estrategia CRM

- Crear pop up en donde el call to action sea dar el email y datos relevantes.
- Uso de software para el manejo de la base de datos de clientes.
- Dar promociones a través de email marketing a los suscritos a la página.

6.3 Estrategia Social Media

- Creación de contenido especializado para Instagram y Facebook
- Creación de video promocionales donde se describa la historia, preparación y demás características de cada producto del menú de Arábica Cafés Especiales.
- Reels enfocado en la preparación de los cafés con los tags especializados en el sector.
- IGTVs de las experiencias previas de clientes sobre la atención y calidad de los productos, así como de las opiniones generales sobre Arábica Cafés Especiales.
- Coordinar la creación de una agenda de publicación de contenido de alto valor con el fin de tener mejor estructurada la oferta de marketing a través de redes sociales.
- Creación y gestión de Facebook business manager para mejorar el control de las redes sociales en conjunto con el CRM.
- Publicitar contenido de valor creado en los pasos anteriores bajo un sistema de pago por clics con conversión a la página web.
- Creación de contenido especializado para Whatsapp, fotos y videos donde los baristas describen cada producto, el valor agregado que posee y la diferencia con las otras cepas

de café que también se comercializan. Esto con el objetivo de que a través de esta aplicación de comunicación el cliente se sienta altamente satisfecho con la información, como si la hubiese recibido por un barista personalmente.

- Creación de un bot con respuestas automatizadas para las necesidades generales de los clientes.
- Creación de un portafolio de productos atractivo y actualizado para la página web.

8. Resultados

Tabla 6. Indicadores de desempeño

KPI	Descripción
Estrategia Website	
Tráfico total en la página web	“Consiste en identificar específicamente el número de visitantes y el flujo de interacción en las páginas de nuestro sitio. En condiciones óptimas una cifra elevada de tráfico será deseada ya que el tráfico web sirve para valorar la visibilidad o popularidad en la red.” (Ruiz,2019)
Visitantes nuevos frente a los visitantes recurrentes	Dichos son los visitantes que entran por primera ocasión y los que repiten visita. Esta estadística nos aporta una perspectiva del tipo de tráfico que accede a nuestra web o e-commerce, de la fidelización de los usuarios y de si llegamos a un nuevo público. Cuanto más frecuente sea la audiencia, más maneras hay de que se llegue a una conversión.
Tiempo de permanencia en el sitio web	El tiempo de permanencia en el sitio web es un indicador que nos ayudará a concluir si el contenido es relevante e interesa a las personas que visitan la página, así mismo es un índice que podemos monitorear a lo largo de la estrategia digital lo que nos permite tomar acción en cuanto al contenido que se publica.
Estrategia CRM	
Tasa de suscripción	Debido a que se planea hacer un “Pop Up con llamado a la acción” para la estrategia CRM, este indicador define cuántas personas se suscriben a la página sobre las que ingresan ,lo que nos servirá para establecer una base de datos propia que pueda ser usada para crear nuevas estrategias que ayuden al cumplimiento de los objetivos de Arábica Cafés Especiales
Tasa de crecimiento de la lista email	Metrica que traquea la tasa a la cual la lista de personas suscritas por email esta aumentando o disminuyendo

Estrategia Social Media	
Alcance	El alcance indica el numero de personas que han visto la publicacion y las impresiones que tan recurrentemente se ha visto la misma
Impresiones	Frecuencia con la cual aparece la publicacion
Tasa de crecimiento de la audiencia	Tasa de nuevos usuarios participes en las redes sociales en un determinado periodo de tiempo
Tasa de conversion	Porcentaje de usuarios que realizan una accion especifica (interacturar con la pagina web) comparado con los usuarios que desearon clicar la publicacion
Tasa de rendimiento bot Whatsapp	Metrica que se basa en analizar el rendimiento presentado por el bot creado , teniendo en cuenta el numero de respuesta correctas para el usuario y el número de sesiones activas (una respuesta correcta es una respuesta sugerida por el bot y cliqueada por el usuario en caso de múltiples
Tasa de satisfacción	Calificación promedio dada al evaluar las respuestas del chatbot.

Fuente: elaboración propia

9. Presupuesto

Tabla 7. Presupuesto

	Q1				Q2				Q3				Q4				TOTALES
	ENERO	FEBRERO	MARZO	TOTAL	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	TOTAL	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL	
WEBSITE	\$ 2.618.200	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 4.218.200	\$ 2.000.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 3.600.000	\$ 3.000.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 6.600.000	\$ 3.000.000	\$ 1.800.000	\$ 1.988.200	\$ 6.788.200	\$ 21.206.400
Dominio	\$ 65.000																\$ 65.000
Web hosting con SSL	\$ 300.000																\$ 300.000
Word Press Business	\$ 65.000														\$ 188.200		\$ 253.200
Editor de páginas elementor	\$ 188.200																\$ 188.200
Pasarela de pago	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000		\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000		\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000		\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000		\$ 9.600.000
Campaña de marketing red Display y social media									\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000		\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000		\$ 6.000.000
Saldo Programador	\$ 1.200.000				\$ 1.200.000				\$ 1.200.000				\$ 1.200.000				\$ 4.800.000
CRM	\$ 130.000	\$ 0	\$ 0	\$ 130.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 130.000	\$ 0	\$ 0	\$ 130.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 260.000
Software base de datos	\$ 65.000								\$ 65.000								
Software email marketing	\$ 65.000								\$ 65.000								
TOTAL PROYECTO	\$ 2.748.200	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 4.348.200	\$ 2.000.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 3.600.000	\$ 3.130.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 6.730.000	\$ 3.000.000	\$ 1.800.000	\$ 1.988.200	\$ 6.788.200	\$ 21.466.400

Fuente: elaboración propia

10. Referencias

Agency, por T. the eCommerce. (2014). *7 indicadores de rendimiento (KPI) para el tráfico de una web*. Recuperado el 12 de octubre de 2021, de Blog Trilogi | The eCommerce Agency website: <https://trilogi.com/blog/indicadores-clave-de-rendimiento-kpi-para-el-trafico-de-una-web/>

González, L. (2019). *Qué es emprendimiento: Definición y perspectivas*. Recuperado el 8 de octubre de 2021, de Blog Emagister Colombia website: <https://www.emagister.com.co/blog/que-es-emprendimiento-definicion-y-perspectivas/>

Izquierdo Alvarez, A. (2019). *Montaje de una tienda para comercializar cafés especiales o diferenciados de pequeños productores* [MasterThesis, Universidad del Rosario]. Recuperado el 8 de octubre de 2021, de Reponame:Repositorio Institucional EdocUR website: <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/20821>

Madero, M. (2018). *Importancia de los suscriptores en tu estrategia de marketing digital*. Recuperado el 8 de octubre de 2021, de Grou website: <https://www.grou.com.mx/blog/la-importancia-de-los-suscriptores-para-tu-estrategia-de-marketing>

MD Marketing Digital. (2020.). *¿Qué es el marketing digital?* Recuperado el 12 de octubre de 2021 de MD marketing digital website: <https://www.mdmarketingdigital.com/>

Mejia, J. C. (2019). *Indicadores de Redes Sociales: Principales KPIs y métricas de Social Media*.

Recuperado el 8 de octubre de 2021, de Juan Mejia website:
<https://www.juancmejia.com/redes-sociales/kpis-de-redes-sociales-guia-con-principales-metricas-e-indicadores-de-social-media/>

Olafson, K. (2021). *19 social media KPIs You Should Be Tracking*. Recuperado el 10 de octubre

de 2021, de Social Media Marketing & Management Dashboard website:
<https://blog.hootsuite.com/social-media-kpis-key-performance-indicators/>

Ruiz, A. (2019). *Los 5 KPI SEO más importantes que debes medir en estrategia digital*.

Recuperado el 10 de octubre de 2021, de Gradiweb website:
<https://www.gradiweb.com/kpi-seo-web/>

Serrano, O. (2020)¿Qué KPI son más importantes en redes sociales? Recuperado el 12 de octubre

de 2021, de Agencia website: <https://agenciacomma.com/marketing-digital/que-kpi-son-mas-importantes-en-redes-sociales>