

Dra Cecilia Ibarra Cantú
Comite Evaluador de Protocolo de Tesis

PRESENTE

Por este conducto le doy respuesta a las observaciones realizadas respecto a mi protocolo de tesis, titulado **“Implementación de elementos culturales en el plan estratégico de marketing digital de la marca *Historias de Mal de Amor*, originaria de Santiago Matatlán, Oaxaca México”**.

1. Los objetivos generales y específicos deben de revisarse, dado que el alumno basa su idea de lo que es “plan estratégico” en fuentes no académicas, y por lo tanto, no válida.

R: Se aumentaron las referencias según lo comentado durante la revisión del protocolo y también se modificó tanto el objetivo general como los objetivos específicos y metas. Esto último fue modificado tomando de referencia las sugerencias anotadas en los documentos entregados por los revisores. Con estas nuevas referencias, se espera justificar mejor el texto.

Cabe mencionar que *Hootsuite* es considerada como una de las mejores plataformas web y móvil que ayuda a administrar redes sociales de diversas marcas y empresas. Así mismo, *We Are Social* es una agencia creativa con presencia en cuatro continentes que se especializa en las comunidades, culturas y subculturas en línea. Ambos de los anteriores, tienen una reputación por su excelencia de trabajo en sus ramas y han colaborado con empresas como *Disney*, *Samsung*, *Adidas*, *Netflix*, *Lego*, entre otros. Por lo anterior, si bien no son fuentes académicas, sus publicaciones están sustentadas por su trayectoria y su puesta en práctica como empresas. Este punto sobre la validez o el peso que algunas referencias tienen, lo menciono más adelante a modo de respuesta de la observación número cinco.

2. Creo que pretender llevar a cabo la pagina, echarla a andar y medir el impacto mediante métricas es demasiado ambicioso y el alumno corre el riesgo de no poder llevarlo a cabo y al mismo tiempo realizar su trabajo terminal.

R: Las redes sociales de la marca ya existen: tiene un perfil de empresa en Facebook y perfil profesional en Instagram. Por esta razón, tanto en la meta cuatro como en la seis, se dice que habrá un reporte de proyección digital previo a la implementación del plan a desarrollar, y posterior. Por tanto, se podría decir que la propuesta se limita a crear el plan estratégico, crear el contenido digital y publicarlo, y por último realizar un reporte del impacto. Importante mencionar que, como se cita (nueva cita) en el protocolo, una de las ventajas de la redes sociales es el impacto directo al público digital y por tanto se propone también el registro de datos de proyección posteriores a la publicación del contenido y con estas mismas realizar un análisis comparativo con aquellas métricas obtenidas previo a la implementación.

3. La redacción del alumno es muy buena, esto debe de estar sustentado por una referencia. Esto es un trabajo académico, no es una publicación informal. Todas las ideas deben de tener una referencia clara, no se pueden hacer afirmaciones sin sustento.

R: Volví a leer el documento y busqué aquellas partes que pudieran llegar a necesitar ser más sustentados. Después de identificarlos, me dediqué a buscar referencias que pudieran sustentar lo que afirmaba y las agregué. De esta manera, considero que ya quedan justificadas las partes que faltaban por sustentar. Señale en el nuevo documento con color amarillo (subrayado) aquellas referencias nuevas, que ahora sustentan afirmaciones.

4. Se debe utilizar una forma de referencia y formato del documento que sea formal y académica.

R: Este punto ya fue revisado nuevamente con mi directora. Incluso, la parte de referencias se extendió una página más precisamente por la observación mencionada en el punto anterior (observación 3). Había algunas referencias citadas en el texto que se me había pasado agregar al final, pero que ahora ya están completas.

5. El alumno debe basar sus afirmaciones en referencias académicas, de preferencia revistas académicas de calidad, con alta citación y revista por partes.

R: Las *Normas de la American Psychological Association (APA)*, formato estandarizado para la citación de fuentes y referencias bibliográficas, a partir de su séptima edición incluye un apartado donde especifica la citación de material en redes sociales. En esa edición, se limitaba a referencias un tweet, una publicación en Facebook, una foto en Instagram, un álbum de fotos, un video o un comentario. Sin embargo, para la séptima edición, a modo de incluir las nuevas tendencias y medios de producción y difusión de información, se actualizó para poder citar debidamente más elementos en redes sociales. Todo lo anterior lo menciono porque considero que si la organización de APA ya contempla este tipo de contenido en sus citas, implica que son lo suficientemente fundamentadas para respaldar datos de una investigación. De hecho, por esta razón es que incluye datos que tal vez en una época atrás se consideraría informal o no de una alta calidad académica. Además, he de decir que se me hace lo más lógico referencial redes sociales, revistas digitales y blogs porque viven (por así decirlo) en el mismo ámbito digital que toma lugar mi propuesta de protocolo.