

Reporte de Lectura

Tema:	Cuadro de Análisis Papel del Influencers y Microinfluencers en la persuasión y construcción de identidad de marca".
-------	--

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	<i>El rol de los influencers en la construcción de la identidad de marca</i>
Palabras claves:	
Referencia APA.	
<ul style="list-style-type: none">Araya, A. C. (2024, 3 julio). <i>El rol de los influencers en la construcción de la identidad de marca</i>. https://es.linkedin.com/pulse/el-rol-de-los-influencers-en-la-construcci%C3%B3n-marca-castillo-araya-d0zve	
RESUMEN (si la información es tomada de un artículo)	
<p><i>Los influencers no solo promueven productos; son piezas clave en la construcción de la identidad de marca.</i> Su autenticidad, capacidad de generar engagement, relevancia del contenido, alta rentabilidad y adaptabilidad demográfica son elementos que las marcas deben aprovechar para definir y fortalecer su identidad en el mercado actual. Al colaborar estratégicamente con influencers, las marcas pueden establecer conexiones más profundas y significativas con sus audiencias, asegurando una presencia sólida y coherente en el mercado.</p>	

Texto (literal con número de página)
<ol style="list-style-type: none">Como parte de la iniciativa de Cero Desperdicios de Empaques, nos comprometemos a que el 100% de nuestros empaques sean reciclables, biodegradables o compostables para 2025. Además, promovemos la circularidad de los empaques a través de alianzas estratégicas para su recuperación y reciclaje (P,133)
Prontuario
<p><i>Parafraseo del texto seleccionado.</i></p> <ol style="list-style-type: none">Lograr cero emisiones netas para 2050, (Informe Anual Grupo Bimbo 2024: Acciones que transforman)