

# Reseña de Publicidad en Redes Sociales: Curso práctico, de Rosa Moreno Company

Melissa Sofía Landa Quiñonez<sup>\*a</sup> & Ana Nikoll Oyarce Palomino<sup>b</sup>

Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú



<https://orcid.org/0009-0007-8267-7734><sup>a</sup>



<https://orcid.org/0009-0006-9476-8804><sup>b</sup>

Recibido:12/06/2024 Revisado:13/06/2024 Aceptado:17/06/2024 Publicado:8/11/2024

## \*Correspondencia

Correo electrónico: melissa.landa@usil.pe

## Cómo citar:

Landa-Quíñonez, M. S., & Oyarce-Palomino, A. N. (2024). Reseña de Publicidad en Redes Sociales: Curso práctico, de Rosa Moreno Company. *Lemma: Revista de comunicación* 2(1).  
<https://doi.org/10.20511/lem.2024.v2n1.2026>



*Publicidad en Redes Sociales: Curso práctico*, de Rosa Moreno Company, propone un enfoque práctico y accesible para aprender a utilizar eficazmente las plataformas de redes sociales como herramientas publicitarias. El libro profundiza en las estrategias publicitarias específicas para las plataformas de Facebook, Instagram, YouTube y Pinterest Ads. Además, explica las etapas del proceso publicitario en redes sociales. Esto incluye la planificación, el desarrollo de estrategias avanzadas, la implementación y el análisis de resultados.

Por otro lado, la importancia del libro se centra en proporcionar a los usuarios los conocimientos y habilidades para crear y ejecutar campañas publicitarias efectivas en cada una de las referidas plataformas. A través de ejemplos prácticos y consejos pertinentes, se adquiere una comprensión profunda de cómo aprovechar al máximo las herramientas de publicidad en las plataformas digitales para promocionar marcas y alcanzar objetivos comerciales y comunicacionales.

Es significativo comparar el trabajo de Moreno con el de otros autores contemporáneos. El ejemplo más cercano es el libro *Cómo triunfar en las redes sociales*, de Manuel Moreno (2021). Esta propuesta ofrece una visión más actualizada de las estrategias y tendencias digitales. Sin embargo, aunque aborda distintos aspectos de la *social media*, incluida la publicidad, su enfoque es más general y menos detallado en términos de implementación práctica de campañas de publicidad.

Otro caso para comparar es el libro *Digital Marketing for dummies*, de Ryan Deiss y Russ Henneberry (2021). Este título desarrolla una variedad de temas relacionados con el marketing digital y la publicidad. Asimismo, contempla un panorama general de las estrategias y tácticas empleadas en el ámbito digital. No obstante, el libro de Rosa Moreno mantiene su ventaja en cuanto al nivel de detalle e integridad de pasos, constituyéndose como un curso completo dadas sus bondades didácticas. Ejemplos de esto se presentarán a continuación.

Una de las bondades del libro de Moreno es su amplia dedicación a las redes sociales. Estas se han convertido en canales publicitarios cada vez más relevantes debido a las diversas ventajas que ofrecen. En primer lugar, han democratizado el acceso a la publicidad al permitir campañas con presupuestos accesibles. Desde tan solo un euro al día se evidencia el beneficio a pymes, pequeños negocios y autónomos. En segundo lugar, estas plataformas concentran a los públicos objetivos de diversas industrias, ya sean B2B o B2C, lo que las convierte en canales ideales para lanzar campañas publicitarias. Un ejemplo de esto es el manejo de la red Pinterest. Aunque tiene un menor número de usuarios activos, un hallazgo de Moreno es que este sitio resulta altamente recomendable para sectores como la moda, la belleza o la decoración.

Otro ejemplo por destacar es la segmentación de públicos como una de las fortalezas más destacadas de la publicidad en redes sociales. Estas herramientas permiten a los anunciantes llegar de manera precisa a su audiencia objetivo. De hecho, Facebook es la red social más utilizada para acciones publicitarias para B2B o B2C, seguida de Instagram para B2C y LinkedIn para B2B, según un estudio de Social Media Examiner. Finalmente, la rentabilidad de la publicidad en redes sociales posee una alta demanda en los sitios mencionados.

Por otro lado, es importante referirse a la inteligencia artificial (IA) en la relación entre la publicidad y las redes sociales, un elemento que está presente en las herramientas gratuitas de creación y edición de imágenes y videos. En la actualidad, las aplicaciones con IA permiten automatizar y personalizar la generación de contenidos en redes sociales, mejorando la eficiencia y el alcance de las campañas publicitarias. Por ejemplo, herramientas como Canva y Lumen5 utilizan IA para facilitar la creación de anuncios visualmente atractivos y altamente segmentados, permitiendo a los usuarios ahorrar hasta un 70% del tiempo en la producción de contenido. Además, estas aplicaciones analizan datos para optimizar el rendimiento, logrando un aumento del 30% en el *engagement* de las publicaciones.

Al democratizar el acceso a tecnologías avanzadas, se promueve la innovación y se nivelan las oportunidades para pequeñas y medianas empresas.

De esta forma, el libro *Publicidad en Redes Sociales: Curso práctico*, de Rosa Moreno Company, destaca por su propuesta única de brindar un enfoque práctico y accesible para aprender a utilizar eficazmente las plataformas de redes sociales como herramientas publicitarias. Se trata de un curso completo que incluye la totalidad de redes y las distintas estrategias.

En suma, el contenido del libro es relevante en el contexto actual del panorama publicitario, en el que las redes sociales se han convertido en canales publicitarios cada vez más significativos. Entre sus beneficios está la capacidad para democratizar el acceso a la publicidad, concentrar a los públicos objetivos y ofrecer alta rentabilidad. Igualmente, permite conocer el desarrollo y ejecución por medio del uso de plataformas digitales que incorporan una nueva tendencia tecnológica: la IA. El libro resulta sumamente útil gracias a su valor para el aprendizaje y su relevancia social en el campo de la comunicación y la publicidad en la era digital, y motiva a los lectores para que ahonden en la búsqueda de una mayor información.

## REFERENCIAS

- Cabay, C. (2023). Integración de la Inteligencia Artificial con otras tecnologías en la creación de contenidos para redes sociales. *Repositorio Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales*.  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/40150/1/BJCS-CS-734.pdf>
- Deiss, J. & Henneberry, D. (2021). *Digital Marketing for dummies*. (4ed.). Editorial John Wiley & Sons, Inc. <https://www.kobo.com/ww/en/ebook/social-media-marketing-for-dummies-6>
- Moreno, M. (2021). *Cómo triunfar en las redes sociales*. (4ed.). Editorial Gestión 2000.  
<https://www.planetadelibros.com.pe/libro-como-triunfar-en-las-redes-sociales/197730>
- Moreno, R. (2021). *Publicidad en Redes Sociales: Curso práctico. Aprende cómo anunciar tu marca con Facebook, Instagram, YouTube y Pinterest Ads*. (3ed.). Editorial RA-MA. <https://www.ra-ma.es/media/rama/files/book-attachment-5999.pdf>