

Anexo 1. LICENCIA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE OBRAS EN VITELA REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD JAVERIANA CALI

Fecha:

4	12	2024
---	----	------

Señores
Biblioteca General
Pontificia Universidad Javeriana Cali
Ciudad

Por medio del presente documento otorgo (otorgamos) a la Pontificia Universidad Javeriana Cali para que, en perfeccionamiento de la siguiente licencia de uso parcial¹, pueda ejercer sobre mi (nuestra) obra las facultades que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, autorizo (autorizamos) a la Pontificia Universidad Javeriana Cali, a los usuarios de la Biblioteca General, así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado un convenio o con los que establezcan redes de colaboración, son:

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)
1. La conservación de los ejemplares necesarios
2. La consulta en línea
3. La reproducción y/o transformación por cualquier formato conocido o por conocer. Igualmente, la edición, o cualquier otra forma de reproducción, incluyendo la posibilidad de trasladarla al sistema o entorno digital.
4. La difusión y comunicación pública por cualquier medio físico o digital, así como su disposición en Internet a través de índices, buscadores y otros medios conocidos o por conocer.
5. La publicación en bases de datos y en sitios web, sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previo acuerdo desarrollado con la Pontificia Universidad Javeriana para efectos de cumplir los fines predichos.
6. La inclusión en el repositorio institucional de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.
7. La inclusión en cualquier otro formato digital, físico o soporte como multimedia, colecciones, recopilaciones o, en general, servir de base para cualquier otra obra derivada.

La presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea utilizada en las condiciones aquí concertadas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

¹ De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Pontificia Universidad Javeriana está en la obligación de respetarlos y hacerlos respetar, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

Sí autorizo (autorizamos) la publicación: _____x_____

No autorizo (autorizamos) la publicación: _____

De manera complementaria, garantizo (garantizamos) en mi (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s), que la obra en cuestión, es producto de mi (nuestra) plena autoría, de mi (nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy (somos) el (los) único (s) titular (es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la obra es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Pontificia Universidad Javeriana Cali por tales aspectos.

Si el documento ha sido apoyado o financiado por alguna organización, con excepción de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, el (los) autor (es) garantiza (n) que se ha cumplido con las obligaciones requeridas por el respectivo acuerdo.



En constancia a lo anterior,

Título de la obra: La marca Tutto, visibilidad y posicionamiento entre sus públicos por medio del análisis de las estrategias de comunicación digital empleadas durante el segundo semestre de 2023	
Presentada, sustentada y aprobada en el año: 2024	
Programa Académico: Comunicación	
Facultad: Humanidades y Ciencias Sociales	
Premio o distinción: x	
Director (es) y/o asesor (es) de la obra: Aura María Vargas Ramos	
Evaluador (es): Erika Alejandra López Castaño	
Palabras clave:	Keywords:
1. Estrategias	1.
2.Comunicación digital	2.
3.Branding	3.
4.Comercio electrónico	4.
5.Posicionamiento	5.

Resumen: Este estudio se enfocó en analizar las estrategias de comunicación digital de la marca Totto durante el segundo semestre de 2023, con el propósito de evaluar su visibilidad y posicionamiento entre sus públicos. La metodología abarcó el monitoreo detallado de plataformas como Instagram, YouTube, TikTok y Pinterest, identificando patrones de contenido, interacciones y seguidores.

La comunicación amigable, el uso estratégico de historias y la atención a la escucha social emergen como aspectos fundamentales en la interacción con el público. Estrategias de sostenibilidad, alianzas con influencers y proyectos de inclusión y diversidad también se revelan como pilares importantes en la estrategia de comunicación de Totto. En conjunto, estos hallazgos subrayan una combinación efectiva de creatividad, adaptabilidad y compromiso sostenible, posicionando a Totto como una marca comprometida y adaptable en el entorno digital, contribuyendo así a su éxito en el mercado.

Los resultados destacan la solidez de la presencia digital de Totto, especialmente en Instagram, donde emplea carruseles y videos para llegar a su audiencia de un millón de seguidores. En YouTube, con 21,000 suscriptores, su estrategia de contenido en video ha contribuido a la visibilidad, mientras que en TikTok, con 98,000 seguidores, la apuesta por videos cortos y retos refleja un crecimiento significativo. Pinterest, con 1,300 seguidores, se caracteriza por estrategias visuales basadas en imágenes y enlaces.

Nombres y Apellidos completos Autor(es)	No. Documento Identidad	Correo	Firma
Valeria Durango Bolaños	1005891338	Valeriadurangobolanos@gmail.com	
Catalina Carmona Perdomo	1002158579	Catalinacarmonap@gmail.com	

Esta Licencia estará oculta en el Repositorio Institucional Vitela