

# HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL 2021

Breve descripción de las principales  
plataformas digitales para la creación y  
desarrollo de sitios web. Principales Redes  
Sociales y sus características más generales.

No. 1

Alina Cuadrado Castellón



**Emprender  
Ideas**

## Contenido

Tu empresa en el contexto digital.....	2
1.-Principales plataformas digitales para el desarrollo de sitios web: nuestra identidad digital en la red.....	2
Importancia de la creación de páginas web.....	2
Herramientas para el desarrollo de sitios web .....	5
Otras herramientas para la gestión de sitios web .....	8
Algunos proveedores de hosting y dominio.....	9
2.- Presencia en Redes Sociales según los objetivos de nuestra empresa.....	10
Estrategia en redes sociales .....	10
Importancia de las redes sociales para las empresas .....	11
Redes sociales y su perfil de empresa.....	12
Facebook .....	12
Twitter .....	12
Instagram .....	13
YouTube .....	13
TikTok .....	14
LinkedIn .....	15
WhatsApp Business .....	15
Telegram.....	16
Fuentes consultadas.....	17

## Tu empresa en el contexto digital

En el contexto actual no debe faltar en tu negocio la presencia digital, la automatización de la publicidad y la optimización de los procesos.

Para aumentar las ventas de tus productos y servicios es necesario realizarlas de manera eficiente y efectiva, así lograr una mayor relación con los clientes y fidelizarlos; también conseguir una comunicación en los diversos canales y saber qué piensan de nuestras marcas.

Estos supuestos podrán cumplirse si incorporas herramientas y estrategias de Marketing Digital, y están al alcance de todos. Puedes así potenciar el valor de tu empresa. No importa si ya tienes presencia física, hoy también es importante tener presencia online.

## 1.-Principales plataformas digitales para el desarrollo de sitios web: nuestra identidad digital en la red.

### Importancia de la creación de páginas web

Para realizar un sitio web existen variadas plataformas digitales automatizadas, lo mismo de pago como gratis. La selección está en los objetivos que nos proponemos, por tanto se aconseja revisar previamente las opciones o consultar a un profesional entendido en el tema. Estas plataformas las podemos encontrar mediante los buscadores de Internet o realizar un contrato con alguna agencia o empresa especializada en el desarrollo de páginas web.

Algunos elementos al seleccionar la plataforma digital para nuestro emprendimiento son:

- Definir la temática del emprendimiento.
- Establecer los objetivos que queremos alcanzar.
- Los procesos fundamentales a realizar y si son factibles automatizarlos.
- La comunicación diseñada para establecer contactos con el público objetivo, leads, prospectos y clientes.

- Tener en cuenta la experiencia de usuario y los elementos relacionados con la usabilidad web.
- La plataforma seleccionada debe contar con un diseño adaptativo (Responsive Design) a todos los dispositivos digitales: *ordenador, tablet y Smartphone*.
- No olvidar el posicionamiento deseado en los buscadores de Internet.
- Definir el presupuesto para la contratación de hosting y dominio, o si empezaremos con una versión gratis.

En cuanto al diseño adaptativo es una técnica muy ventajosa:

- El uso de dispositivos móviles cada vez es mayor.
- Tener un diseño adaptativo en nuestra web mejora su posicionamiento en Google.
- Se mejora el ratio de conversión.
- Se logra mejor experiencia de usuario.
- No se necesita desarrollar un sitio web para cada dispositivo digital.

Desarrollar un sitio web es uno de los pasos más importantes en nuestra estrategia de marketing digital y se va a convertir en uno de los principales aliados del proyecto emprendedor. Representará nuestra identidad digital y será uno de los soportes digitales más importantes de comunicación con los clientes y público general mediante el blog.

La selección de la plataforma va a estar en correspondencia con la temática y los objetivos deseados. Saber de qué es el proyecto, por ejemplo un e-commerce, capacitación, etc. Todos los sitios no son iguales. Es importante darle al usuario una buena experiencia, ese es el usuario que regresa y consume nuestro contenido y recomienda. Los sitios web deben montarse en CMS (Gestores de Contenido), estos sitios tienen cierta autonomía, nosotros mismos lo podemos actualizar.

Aunque tengamos un negocio importante, productos y/o servicios de alta adquisición, con eficientes procesos de ventas de manera presencial y un local bien posicionado estratégicamente, contar con la presencia digital es hoy una pieza clave dentro de nuestro negocio. Y no estaremos funcionando al 100%. No por gusto se dice: "el que no está en Internet, no existe".

Tener además un blog y aportar contenido de calidad, que toque los puntos de dolor o resuelva las necesidades de nuestros clientes potencia nuestra presencia digital en la red. Interactuamos con usuarios afines a los temas que tratamos, nos dicen lo que piensan, qué le gusta o no y qué esperan de nosotros.

Si no se cuenta con un presupuesto para contratar un hosting y dominio o a una agencia para el desarrollo de sitios web, existen múltiples plataformas gratuitas que pueden ayudar a desarrollar un sitio web de forma casi profesional. Con ella se puede ir testeando e ir comprobando cómo se va comportando desde el punto de vista publicitario y como herramienta de mercadeo.

Pero es importante no ilusionarse con la palabra "gratis". Un plan gratis de sitios web para empresas, incluso para pequeños negocios no resulta profesional. Estas plataformas gratuitas tienen muchas limitaciones para lograr alcance y funcionalidades más efectivas y eficaces. Si no hay otra alternativa está bien para empezar y proyectar pasar a un sitio web de pago y cambiar la plataforma digital si es necesario.

Para crear un sitio web debemos dar estos pasos:

1. Contratar o comprar un dominio personal.
2. Seleccionar un alojamiento web (hosting), que comparta todos los servicios de web, correo, instalación del CMS seleccionado.
3. Realizar la arquitectura de la información.
4. Seleccionar la plantilla que mejor se adapte a nuestra necesidades ya sean gratuitas o de pago.

5. Ordenar el contenido y escribirlo en la web.
6. Publicar.

Herramientas para el desarrollo de sitios web

**WordPress.** Plataforma muy práctica, sin grandes complejidades, es una de las más utilizadas a nivel mundial, muy robusta y popular. WordPress es un programa de software diseñado para que puedas crear páginas web, blogs, sitios



empresariales, tiendas online, revistas o periódicos digitales, etc. Tiene un grupo de desarrolladores los cuales la mantienen actualizada y también con muchas personas que forman un equipo de ayuda.

Es una plataforma de código gratuito y abierto. Eso quiere decir que cualquiera puede descargarla y utilizarla. Muchas empresas de hosting ofrecen la instalación de WordPress.

Podremos escoger dentro de la gran variedad de plantillas y temas para diseñar nuestro sitio, según objetivos previamente definidos. Una de las plantillas más utilizadas son **ASTRA** o **Divi**, pero igual hay muchas más con múltiples diseños.

Cuenta con muchos recursos que nos ayudan a fortalecer nuestro sitio. Consta con disímiles plugins (más de 55000) gratis o de pago que permiten incorporar nuevas funcionalidades al sitio web, como por ejemplo **Elementor** para facilitar la construcción y diseño sin tener conocimientos previos de programación; **WooCommerce** permite crear una tienda online; **HubSpot All-In-One Marketing**, para hacer estrategias de email marketing; **Yoast SEO** para la optimización en los motores de búsqueda; **Contact Form 7** para crear uno o más formularios de contacto y mantener una comunicación con usuarios y clientes potenciales; **Google Analytics para WordPress por MonsterInsights** nos ayudará a monitorear los datos del rendimiento del sitio web y entender qué sucede en él, muy importante por la alta competitividad de los negocios online; **Really Simple SSL**, muy

importante para mantener tu sitio web seguro. Estos ejemplos es solo una muestra, porque hay para mucho más.

**Shopify:** es uno de los líderes del comercio electrónico, con buenos beneficios. Permite varias gestiones de comercio electrónico de manera rápida, sencilla y a gran escala. Consta de automatización, integración, recuperación de carrito. Pago aproximado de treinta dólares mensuales. Consta de aplicaciones que facilitan su funcionalidad, como por ejemplo **Oberlo**, que ofrece la posibilidad de montar una tienda con determinados artículos para funcionar como intermediarios y ganar comisiones.



**shopify**

**Otras características:**

- Facilidad de uso (drag and drop)
- Variedad de funcionalidades, diseño y aplicaciones.
- Precios asequibles. Período gratis de 14 días y pagos mensuales de 30 USD aproximadamente.
- Permite procesar automáticamente los pagos.
- Integración con aplicaciones para hacer campañas de email-marketing.

Otra aplicación es **ShopMaster Dropshipping** permite comercializar productos de **Amazon**. Se requiere hacer una labor investigativa para analizar qué productos son más comercializable. **JungleScout** es una herramienta de pago que extrae información de **Amazón** que puede ayudar a encontrar los mejores productos o de mayor oferta. **Impresión bajo demanda/PRINTFUL** es una variante de comercio electrónico de Dropshipping donde puedes diseñar tus propios modelos y diseños sobre diversos artículos como camisetas, remeras, gorras, etc. Y ponerlas en ventas por lo cual cobras una comisión, la empresa se encarga de la fabricación y envío, hay que crearse una cuenta.

Permite hacer **Dropshipping** a nivel mundial (el cliente compra en tu tienda y obtienes ganancias por comisiones, el dropshipper gestiona y envía el pedido al cliente). Marketplace o plaza de mercado como **Amazón o Mercado Libre**.

Dado en contexto de crecimiento podemos crear una tienda virtual, con bajo presupuesto, que esté enlazada con **Amazon, Google, e-bay, Instagram Shopping** o el Marketplace de **Facebook**. **Ecwid** es una plataforma en la que se puede montar una tienda virtual con hasta cien productos (no servicios) por un valor mensual de 15 USD más 3 USD del dominio. Se puede enlazar con **Facebook, Instagram, Google Shopping, Amazón, ebay**, etc.; se pueden agregar pasarelas de pago. Es una herramienta práctica y fácil de manejar.

**Wix.** Es una buena herramienta buena y sencilla para empezar. Se crea un sitio fácil. Es importante saber para qué lo vamos a utilizar. Depende de la plataforma de un



tercero, no se podrá emigrar a otra plataforma o proveedor, tiene ciertas limitaciones, para posicionamiento es más complejo a pesar de tener un módulo de SEO, no es ideal para atraer tráfico hacia ella. Tiene versiones gratis (no da opción de dominio propio y una capacidad de almacenamiento limitada) y otras de pago, pero muy económicas; pero a su vez es costosa porque hay que invertir para lograr un buen posicionamiento y tráfico. Dispone de más de 500 plantillas para montar tu sitio web con diseños muy atractivos pero luego de ser seleccionada y diseñarla, si quieres cambiar hay que partir de cero. Para diseñar versiones para móviles hay que hacerlo manualmente. Es fácil de usar y se podrá añadir animaciones. Es buena para emprender y validar ideas de negocio. Se puede complementar con numerosas aplicaciones disponibles en su App Market. Posee anuncios visibles en el pie de página y en la parte superior.



**Moodle.** Es una plataforma e-learning, es utilizada por muchas instituciones de prestigio internacional. Su nombre original procede del acrónimo de *Module Object-Oriented Dynamic Learning Environment* (Entorno Modular de Aprendizaje Dinámico Orientado a Objetos). Las plataformas de enseñanza online también reciben el nombre de **LMS** (*Learning Management System: sistema de gestión de aprendizaje*). Es un software libre, distribuido bajo la licencia GPL (General Public License), cualquier persona o institución puede hacer uso de él y es adaptable a las necesidades de los profesores y administradores. Es muy robusta, sencilla, flexible, adaptable, se puede personalizar y es segura. Se puede gestionar todas las actividades de formación y diseñar todas las gestiones pedagógicas. Permite establecer vías de comunicación con los alumnos. Muy buena para realizar trabajos colaborativos. Es utilizado por una gran variedad de usuarios, instituciones y empresas de todos los tamaños con diferentes públicos y objetivos pedagógicos.



Otras herramientas para la gestión de sitios web

**Hotmart.** Plataforma para negocio digital con un alcance muy grande, con gran reconocimiento. Propia para el marketing de afiliación. Es un marketplace, pero enfocada en educación. Permite hacer branding y obtener reconocimiento a la vez que consumen nuestros productos. Es un mercado donde participan muchos jóvenes, hay quien vive solo del negocio digital de Hotmart. Tiene tres actores principales: el productor, el producto y el vendedor o afiliado. Se suben los cursos (productos) a

la plataforma por el productor, se fija precios y por ciento de comisión la cual se cobra por parte de los afiliados cuando se concreta la venta. Muchas personas venden mediante ventas a terceros. Es importante ofrecer buenos productos. Se pueden vender cursos, e-books y eventos.



**cms2cms.com.** Es un servicio para emigrar sitios web con CMS, de una plataforma a otra. Práctica y sencilla de usar, tanto por desarrolladores como para principiantes.



Algunos proveedores de hosting y dominio

Para crear un dominio propio hay que buscarse un proveedor de dominios como:



**SiteGround.** Cuenta con servidores América, Europa y Asia. Ofrece hosting principalmente a WordPress, Joomla y Drupal, excelencia en velocidad y servicio al cliente. Sus planes incluyen servicio de SSL. Sus precios son un poco altos, en comparación con el resto de los

proveedores.

**GoDaddy.** Es uno de los más utilizados para compra de hosting y dominio de emprendedores y pequeñas empresas. Tiene variadas ofertas en cuanto a planes que podrían adaptarse según presupuesto disponible. Se especializa en WordPress, ofrece temas y plugins sin costo adicional. Sus actualizaciones son automáticas. Cuenta con



soportes en videos y guías para su mantenimiento. Debido a su gran clientela está expuesta a la saturación de sus servidores.

**HotGator.** Tiene una interfaz fácil de usar. Ofrece hosting, dominio, certificado SSL, soporte técnico diario por varias vías de comunicación, buena velocidad, seguridad entre otros beneficios. Si compras un plan anual, el dominio es gratuito, mejora los precios si se contratan tres años o más. Su sistema de seguridad depende del plan de alojamiento.



**Hostinger.** Ofrece servicios económicos para emprendedores. El servicio de hosting incluye también dominio y acceso a plantillas sin



costo adicional. Contiene soporte en videos y guías a todos sus clientes, para la utilización de sus herramientas. Puedes acceder al certificado SSL solo si contratas un plan de negocios.

**Wix.** Tiene presencia en 190 países y alrededor de 120 millones de usuarios. Se pueden crear sitios web utilizándola técnica "arrastrar y soltar", lo que es factible para no especialistas en desarrollo web. El plan básico incluye un subdominio Wix y no un dominio propio.

## 2.- Presencia en Redes Sociales según los objetivos de nuestra empresa.

### Estrategia en redes sociales

Como marca, producto o empresa se repite una constante a la hora de diseñar la estrategia en *Social Media*:

- ¿En cuáles redes sociales debemos estar? Depende.
- ¿Cuáles son los objetivos de nuestro emprendimiento o empresa? Dependiendo de los objetivos que nos hemos marcado previamente

en el Plan de Marketing y de Comunicación, tendremos que definir cuál será nuestra estrategia en redes sociales.

Primero debemos definir:

- ¿Quién es nuestro cliente?
- ¿Dónde está, qué hace, cuándo y cómo lo hace?
- ¿Qué objetivo tenemos? (fidelizar, conseguir leads, crear marca...).
- ¿Qué acciones vamos a efectuar, por cuáles canales y cuándo?
- ¿Qué impacto esperamos de nuestras acciones y cómo lo medimos?
- ¿Qué presupuesto tenemos y cómo medimos el ROI (retorno de la Inversión)?
- ¿Cómo vamos a mejorar nuestra estrategia?, ¿cuáles son las lecciones aprendidas y qué podemos perfeccionar?

#### Importancia de las redes sociales para las empresas

- Con la estrategia de Social Media generamos una interacción en las redes sociales de la marca.
- Las redes sociales permiten la comunicación entre sus integrantes y acortan las distancias.
- Las personas se encuentran en línea constantemente, por ello, las empresas han decidido invertir para tener presencia en las redes sociales, es por ello que se debe planear las estrategias de Marketing Digital y Publicidad.

Es por eso que vamos a describir brevemente sobre las redes sociales más populares, aunque las conocemos muy bien cómo funcionan, comentaremos un poco sobre los perfiles para empresas y cuáles serían pertinentes para nuestra marca.

### Redes sociales y su perfil de empresa

**Facebook:** Es la red social número 1 en el mundo, teniendo aproximadamente 2740 Millones de usuarios, de los cuales 936 millones se encuentran activos diariamente.



**Facebook Ads:** Permite configurar la página según tus datos, objetivos y estrategia de comunicación. Cuenta con un centro de anuncios y herramientas de comunicación para hacerla más efectiva. Permite revisar estadísticas de nuestro perfil y el de nuestra competencia, entre otras importantes funcionalidades de interés para medir la efectividad de las publicaciones. Puedes crear y planificar tus campañas para Facebook e Instagram, abrir una cuenta publicitaria, conectar con tu sitio web mediante un pixel, relacionarla con una tienda en Marketplace, incluir catálogos, guardar públicos, etc.

Una aceptable frecuencia de publicación sería tres veces a la semana, pero sería necesario testear en qué horario se conecta más tu público objetivo.

**Twitter:** Esta es una red social popular debido a su sistema de microblogging, ya que solo te permite un total de 140 caracteres por actualización. Para lograr relevancia es recomendable tuitear varias veces al día y estar muy activo en ella. Twitter cuenta con más de 353 millones de usuarios activos.



**Twitter Ads.** Actualmente el 10% de todas las cuentas de Twitter son de empresas que buscan generar tráfico a su página web o simplemente dar atención al cliente. Varios tipos de marca con presencia en esta red son las agencias de marketing, partidos políticos, periódicos, revistas, canales de televisión, moda, etc. También freelancers, profesionales independientes, figuras públicas, entre otros.

Podemos compartir el contenido de nuestra web o blog a través de enlaces e interactuar con el público. Es perfecta para establecer negocios B2B o B2C. Con **Twitter Analytics** se tiene acceso a estadísticas para medir el impacto de nuestras comunicaciones y así tomar decisiones como las mejores horas para publicar, temas más atractivos, mejores días de publicación, etc. Se pueden hacer campañas de marketing para promocionar productos o contenidos.

**Instagram.** Esta es una red social en el que las fotos y vídeos cortos son lo más importante y a los usuarios les encanta actualizar más de una vez al día su perfil. Tiene una tasa de interacciones muy alta. Hay 1221 millones de usuarios activos y se suben 26 fotografías por segundo aproximadamente, además los contenidos más relevantes para los usuarios es la moda, decoración y cultura en general.



**Instagram Ads** es un sistema como el de Facebook y Twitter en el que puedes crear el perfil de empresa, hacer publicidad, promociones y analizar estadísticas. Incorpora otras herramientas de publicaciones como las historias, reels, publicaciones en el feed, videos y guías. Cuenta con mensajería instantánea y un Marketplace.

Es por eso que Instagram y sus más de 70 millones de fotografías diarias son una gran opción para tu empresa sin importar su tamaño.

**YouTube.** Sitio web para compartir videos subidos por usuarios a través de Internet. Los mismos usuarios crean el contenido. Aloja gran cantidad de películas, documentales, videos musicales, videos caseros y permite la transmisión en vivo de eventos. Es muy intuitiva para utilizarla. Hoy casi todos contamos con un teléfono inteligente, el cual tiene incorporado una cámara, la herramienta fundamental para producir nuestros videos, está bien para



comenzar y de a poco podremos ir incorporando tecnologías más avanzadas

El video es uno de los principales motores de la publicidad online, se le conoce como "el rey del contenido". Este tipo de publicidad va actualizándose según tendencias y experiencia de usuario.

Permite hacer estrategias de videomarketing y crear contenidos para nuestra audiencia. Podemos crear contenidos en diversos formatos: tutoriales, webinars, entrevistas, interactivos, etc.

Monetización: contar con canal de YouTube permite su monetización, se necesita tener más de 1000 suscriptores y más de 4000 horas de reproducciones en los últimos doce meses.

Otras formas de monetizar: publicidad de Google Ads, donaciones, promociones de marcas, vender nuestros propios productos o productos de afiliados.

Se debe publicar con frecuencia, al menos una vez a la semana. S debe ser paciente para alcanzar un buen posicionamiento.

TikTok. Para principios de este año 2021 esta aplicación ya contaba con casi 700 millones de usuarios. Pasó de ser una aplicación que atrapó a adolescentes y jóvenes, pero también a adultos.



**TikTok For Business.** Por la gran cantidad de usuarios activos en esta plataforma, esta aplicación resulta atractiva para las empresas. Al igual que otras redes sociales en TikTok las marcas pueden pagar por sus anuncios.

Da la posibilidad de crear diferentes experiencias: tendencias, alegría, interés, vínculos y TikToks. Al igual que los perfiles personales, los perfiles de empresa tienen la posibilidad de ser creativos. Nos da la posibilidad de crecer la audiencia de nuestra marca, hacer branding y aumentar las visitas y seguimiento en tiempo real. Para lograr estos objetivos la aplicación cuenta con diversos recursos y estrategias.

**LinkedIn.** Es una red social orientada a las empresas, los negocios y el empleo. Partiendo del perfil personal de cada usuario, revela su experiencia laboral y sus destrezas o habilidades, la web pone en contacto a empresas y empleados de todo el mundo. Es una oportunidad única, antes inexistente, de hacer contactos y negocios, además del intercambio de información especializada.



**LinkedIn Ads.** Permite la creación de páginas de empresa para dar a conocer productos y servicios, hacer contacto para establecer colaboraciones o negocios, participar en grupos de profesionales, compartir contenido de valor, etc.

**WhatsApp Business.** Aplicación de mensajería instantánea, de descarga gratuita para iPhone y Android, permite el intercambio de mensajes, imágenes, videos, audios, grabaciones de audios,



documentos, etiquetas, etc. Es ideal para pequeñas empresas por la facilidad de comunicación con los clientes para promocionar productos y servicios, también para grandes y medianas empresas. Podemos diseñar respuestas automáticas, elaborar catálogos de productos y servicios. Es útil para brindar servicio de atención al cliente.

Su perfil de empresa permite agregar información de la empresa como nombre, descripción comercial, dirección incluyendo la locación en Google Maps, categoría, correo electrónico, sitio web, etc. Además se puede enlazar con Facebook e Instagram.

Puedes hacer consultas de ventas, informar sobre los productos o servicios que se ofrecen. Se pueden hacer envíos masivos. Brinda estadísticas sobre mensajes, lo que se puede tomar decisiones para conseguir mejores resultados. Se incluye el WhatsApp Business API



para la atención al cliente, fundamentalmente destinada a medianas y grandes empresas.

Telegram. Plataforma de mensajería instantánea, envío de archivos y comunicación oral, con ciertas diferencias con respecto a WhatsApp. Sirve para crear grupos o canales (para mensajes masivos) y crear información sobre nuestros temas afines. No es necesario dar número telefónico. Permite hacer charlas entre usuarios, crear grupos y añadir personas. Algunas de sus utilidades para uso personal o colectivo es guardar conversaciones o apuntes personales también recordatorios. Permite personalizar sus funcionalidades como nombre, imagen, apariencia, texto, seguridad y privacidad, idioma, visibilidad, etc.



Los bots, una parte importante dentro de esta aplicación y no se encuentra en WhatsApp, son pequeños programas que funcionan dentro de **Telegram** desarrollados por terceros, los hay dentro de la propia aplicación; están orientados a los juegos o a tareas más específicas como localizar animaciones, chats privados o con amigos, consultar precios en Amazon, traductor de palabras o como traductor automático, alarmas o recordatorios.

Como verán existen disímiles herramientas para crear y desarrollar nuestro sitio web, también para seleccionar cuáles redes sociales son más pertinentes para nuestro emprendimiento y hacer nuestra estrategia de comunicación en redes sociales.

Si estás empezando puede ser que te sientas confundido o indeciso, pero te recomiendo:

Tener definido la temática y objetivos de tu emprendimiento.

Investigar primeramente las características de las principales plataformas digitales y las redes sociales.

Si aún no te es suficiente, consulta a un profesional del Marketing Digital y a un desarrollador de sitios web.

Establecer un plan de comunicación.

Definir los contenidos a compartir en las plataformas digitales y cómo interactuar con el público.

Analizar tus presupuestos para determinar si comienzas con un plan gratis o de pago. Si comienzas con un plan gratis recuerda que debes ir pensando, al menos a mediano plazo, invertir en tus plataformas digitales, no solo para hosting y dominio, sino también para los anuncios publicitarios.

No por último menos importante, es definir qué vas a medir y cómo, para analizar qué estrategias perfeccionar. Pero este es otro tema a trabajar con más detalles.

Fuentes consultadas:

<https://aulacm.com/>

<https://www.cyberclick.es/>

<https://www.hotmart.com/es>

<https://www.hubspot.es/>

<https://moodle.com/es/>

<https://es.statista.com/>

<https://es.shopify.com/>

<https://es.wix.com/>

<https://wordpress.com/>