

# Sumario

## EDITORIAL

|   |       |
|---|-------|
| ¿Por qué marketing es una mala palabra en muchos lugares?<br>Gabriel Foglia ..... | ix–xi |
|---|-------|

## ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN

|  |       |
|--|-------|
| Aspectos estratégicos para la gestión de marca en contextos digitales<br>Jorge Alberto Dieguez Higueros y Mariano Gentilin ..... | 13–34 |
|--|-------|

### Creatividad y marketing

|  |       |
|--|-------|
| Revisión de teorías, tipos e importancia de la creatividad en el<br>campo del Marketing<br>Rosa Inés Carrasco..... | 35–44 |
|--|-------|

### Herramientas de análisis estratégico

|  |       |
|--|-------|
| Una propuesta para la Pequeña y Mediana Empresa (Pyme)<br>Diego Álvarez Peralta y Leandro A. Viltard ..... | 45–64 |
|--|-------|

### El marketing como base para el emprendimiento de los millennials

|   |       |
|---|-------|
| Carlos Mario Márquez López y Elimar Pontón Deluquez ..... | 65–82 |
|---|-------|

### Retención de talentos en ámbitos corporativos:

|  |       |
|--|-------|
| El diseño de interiores como herramienta de Marketing<br>Ariana Bekerman ..... | 83–95 |
|--|-------|

## ARTÍCULO DE TESIS MBA

|  |        |
|--|--------|
| La administración de estatus como herramienta de fidelización<br>Ivana V. Ferrari Halliday ..... | 97–130 |
|--|--------|

|                          |         |
|--------------------------|---------|
| Normas Editoriales ..... | 131–135 |
|--------------------------|---------|