

Y respondiendo a vuestra pregunta de: "¿Te gusta escribir?" ...

Me gusta escribir.

Escribo.

Escribo cada día.

Escribo de marketing, de publicidad, de tendencias, de On line, de viajes, de hoteles ... pero también escribo guiones, escribo poesía, escribo sobre ilustraciones, o ilustro historias que luego escribo.

Escribo porque me gusta descomponer la realidad en palabras. Las realidades ... porque nunca hay una sola, sólo hay muchas formas de contarlas. Y a mí me gusta encontrar la mía.

Así que vamos a empezar por el final, os envío algunas publicaciones para que podáis ver qué tipo de textos hago... no es lo último que he escrito, pero sí lo último que se me ha publicado.

¿Dónde? En @SocialBro_es el 30 dic. 2015

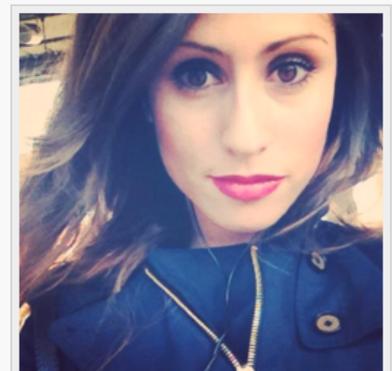
- Social Media Insights: ¿qué han aprendido en 2015 estos 17 profesionales del sector?

<http://bit.ly/1JGKVI8>

Las reglas del juego cambian y se incorporan nuevos *players*

"El año 2015 nos deja algunos insights y pistas para no perder de vista en 2016. Nos centramos en 4 de ellos. 'Video rules': Cisco fija en un 70% la cifra que supondrá el vídeo online respecto a todo el tráfico total de Internet. Facebook, Vine y Tumblr se quedan con parte de la tarta que hasta la fecha cortaba Youtube y sin perder de vista nuevos *players* que ya están entrenando para salir al campo. 'IoT is now': mejorar su inteligencia social, aprovechar la conectividad para mejorar el contexto y las experiencias offline, completando y creando experiencias más completas e integradoras es posible. 'Privacidad y seguridad en lo social': asegurar la confidencialidad de nuestros datos sociales para evitar casos como los de Whisper o Ashley Madison y mantener la confianza de los usuarios en el tráfico de datos online supone un salto necesario en la calidad del servicio para impulsar el comercio social y el uso de determinadas plataformas.

"Social Peer to Peer – Simple buy": Tener al público adecuado, receptivo y predispuesto a la compra en el momento preciso supone la superación del concepto *real time* y lo convierte en *right time*. Y todo esto ocurre cuando la universalización del *mobile commerce* y la incorporación del *social mobile* se encuentran maduros para aprovechar la integración de los *buy buttons* en las mismas plataformas sociales. Por todo ello nos encontramos con un panorama interesante en el horizonte, con reglas del juego cambiado y nuevos jugadores que se incorporan y enriquecen el ecosistema social."



María Muñoz García

Este es [mi blog](#), **CHICADELPUENTE.COM** aquí cuento historias que suceden temprano en el metro, en los andenes de Madrid, en las oficinas, o de copas... Cuento cosas que veo, cosas que he vivido o cosas que imagino posibles. Hace poquito empecé a grabar vídeo - poemas, este es el primero de ellos:

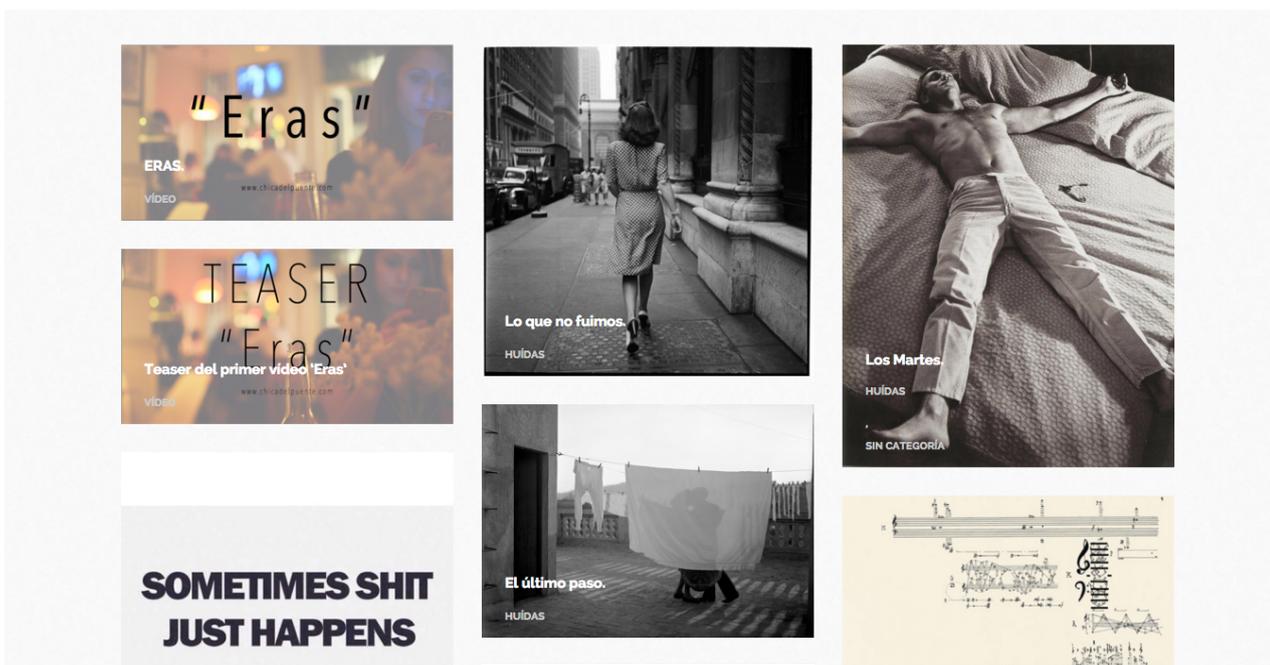
[Vídeo Eras](#)



<http://bit.ly/1fwBDAI>

Guilty Pleasures

~ Everybody is nobody for somebody ~



ABOUT ME

about.me

Enter an interest, place, organization, or name

Discover

María Muñoz García

@StaPoulain



Email Me



Nací en Mallorca el 18 de Septiembre de 1986. Estudié periodismo en la URJC. En 2008- 2009 fui redactora en el Informativo de las 15h de RTVE. Trabajaba para la sección de Nacional. Después trabajé en la producción de [Radio Inter](#) y comencé el [Máster en Com, Multimedia e Internet](#), entonces, todo cambió.

Yo, que comencé periodismo añorando la época de las máquinas de escribir me transformé en una Chica-Freak-Geek que pensaba en binario y soñaba con lo bonito que sería incluir hojas y hojas de CSS en la sobriedad del mundo en HTML.

Pude ver las enormes posibilidades de la web y cómo todas las disciplinas se complementaban en el engranaje de medios digitales y agencias.

Empecé a trabajar en [MC Publicidad](#) después comencé en [Territorio Creativo](#) dónde llevaba las cuentas de Media Markt España, Invisalign España, Banco Popular, Laboratorios Boiron, Red.Es o EducaConTIC entre otras... Un año después, comencé en [Sr. Burns](#) llevando Lexus España, Ron Matusalem y Licor 43.

Desde que salí de allí, he sido la coordinadora de un proyecto de activación de [Google Plus](#) y Social Media Manager en [Microsoft España](#), encargándome de coordinar las diferentes agencias de marketing (Wunderman, OnTwice, La Despensa, MRM / McCann...) y el ecosistema de marcas y perfiles sociales de la casa (Windows España, Microsoft España, W. Phone, Office, Skype...) Actualmente soy SM Manager en [Globalia](#). Coordino la comunicación online de [Halcón Viajes](#) y [Belive Hotels](#).

Ya conoces mucho de mí, me ahorraré lo de un saludo y diré: Un abrazo.

[Madrid - Spain](#)

[Madrid](#)
[Spain](#)

[Microsoft](#)

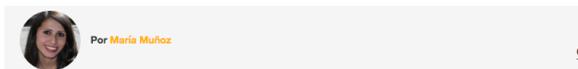
[Universidad Ceu San Pablo](#) [Universidad Rey Juan Carlos](#)

[Internet](#) [Marketing](#) [Social Media](#) [Arte Contemporáneo](#) [Danza](#) [Publicidad](#)

Estos son algunos de los post que escribí para el [BLOG DE TERRITORIO CREATIVO](#)

[Cómo la viralidad en Twitter cambió el mundo](#)

05 septiembre 2012



Por María Muñoz



Lo hemos leído, oído y discutido mil veces: **El contenido es el rey**, pero **¿de qué vale excelente si la gente no lo ve?** Si nuestro mensaje carece de difusión, no conseguire lealtad, engagement, recomendación o notoriedad. Necesitamos viralidad, pero ¿qué es contenido?

La **viralidad** es el anillo, *la tierra prometida*, es lo que todos buscan y pocos encuentran: buscarlo, fortuitamente surge y no hay quien lo parej.

La **viralidad** es el éxito de un contenido transformado en shares, likes, RT, visualizaciones, menciones; la expansión rápida de una información que crece espontáneamente y de un periodo de tiempo, llegando a alcanzar un gran volumen de usuarios a través de Internet.



Por María Muñoz



El **75% de los españoles** son usuarios de una **red social** y las marcas saben fundamental para implementar su estrategia de venta y crear **engagement** empresas que deciden quedarse fuera del cerco 2.0? Es la propia concepción de la red la que nos dirá los pasos a seguir en la gestión de la marca en sitios de comunidad de vecinos? Entonces, sabrás cómo empezar a gestionar las R

Y es que la vida **online** sigue reglas muy similares a la realidad **offline** que somos personas en la red y fuera de ella. Porque solemos tener las mismas **luchas de la línea**. Esperamos que nuestros problemas tengan solución. ¡¡¡

[La realidad 2.0: Facebook, esa comunidad de vecinos](#)

19 junio 2012

[Sólo tienes una oportunidad: c'est la vie](#)

21 enero 2013



Por María Muñoz



Da igual que te diga tu mamá lo bien que escribes. Da igual que te lo creas o, incluso, talento, ni tu manera de trabajar. Importa el ingenio que seas capaz de demostrar en la vida: **el titular**.

Captar la atención es tu carta más importante, la que te hará ganar la partida. Ac consejos de cómo titular en los medios 2.0 (blogs, Facebook, etc.), así como la import

Si no es un flechazo, no sirve

• Queremos **información de valor**. Inconscientemente nuestra mente descarta tox



ESPAÑA COLOMBIA MÉXICO U.K.

MARÍA MUÑOZ

Categoría Tor

Sólo tienes una oportunidad: c'est la vie

Por María Muñoz, 21 enero 2013

Da igual que te diga tu mamá lo bien que escribes. Da igual que te lo creas o, incluso, talento, ni tu manera de trabajar. Importa el ingenio que seas capaz de demostrar en la vida: **el titular**. Captar la atención es [...]

Leer más >

Cómo la viralidad en Twitter cambió el mundo

Por María Muñoz, 05 septiembre 2012

Lo hemos leído, oído y discutido mil veces: **El contenido es el rey**, pero **¿de qué vale disponer de un contenido excelente si la gente no lo ve?** Si nuestro mensaje carece de difusión, no conseguiremos nuestra meta en términos de lealtad, engagement, recomendación o notoriedad. Necesitamos viralidad, pero ¿qué es exactamente la viralidad de un [...]

Leer más >

La realidad 2.0: Facebook, esa comunidad de vecinos

Por María Muñoz, 19 junio 2012

El **75% de los españoles** son usuarios de una red social y las marcas saben que formar parte de su comunidad es fundamental para implementar su estrategia de venta y crear engagement. Pero **¿cómo es que sigue habiendo empresas que deciden quedarse fuera del cerco 2.0?** Es la propia concepción de Internet y la dinámica de [...]

Y esta es una entrevista para el blog de [SocialMood](#): "¿Tiene el Community Manager los días contados?" con fecha de 31/08/2013 ([Adjunto 1*](#))



Con las colaboraciones de:

- [Iván Fanego](#), Digital Strategist @ Territorio Creativo
- [Jaime Valverde](#), Head of Social @ Omnicom Media Group
- [Silvia Martínez](#), Social Media Strategist @ Globally
- [Tamara Lucas](#), Digital Analyst @ Divisadero
- [Zoe Espinosa](#), PR & Social Media Executive @ Tinkle
- [Alberto Ramos](#), Social Brand Consultant @ Havas Media Group
- [María Muñoz García](#), Community Manager @ MásCuota, Territorio Creativo, Sr.Burns
- [Cristina García Ungil](#), Account Executive @ Tinkle

¿Qué nuevas necesidades, y con ellas, nuevas aptitudes aparecían como requisito con el paso del tiempo?

Las responsabilidades y compromisos del CM van en aumento. La multitud de plataformas que van surgiendo, la creciente segmentación del público y los cortos tiempos de vigencia en las tendencias comunicativas y sociales exigen que el CM esté actualizado en cada uno de esos ámbitos: en el ámbito profesional, debe conocer a la perfección las posibilidades de cada plataforma para adaptarlas a los objetivos del cliente y, por supuesto, a su público.

En el ámbito personal, necesita escuchar, leer y visionar todo aquello que es "tendencia" (aunque esa tendencia sólo dure un par de horas), ya sea para llevar una exclusiva marca de coches como para vender electrodomésticos de oferta, se necesita conocer qué pasa a tu alrededor para adaptarlo a tu plan editorial de contenidos y seguir el ritmo que va marcando la corriente social.

¿Ahora mismo qué es y qué no es exactamente un CM?

Un CM es:

- Una persona comprometida con la marca que representa. Un profesional al tanto de todas las novedades (profesionales o sociales) que se producen en su campo de actuación.
- Capaz de entender los objetivos de su cliente y traducirlos en acciones comunicativas concretas.



La mayoría ya cuentan con alguien que se ocupa de cuidar su comunicación online.

En el futuro más próximo, a alrededor de 5-10 años vista, ¿qué pasará con este perfil?

Si en un par de años el perfil ha cambiado de rol, ha sido capaz de variar la percepción de las empresas sobre la necesidad de contar con esta figura o prescindir de ella y cada día depura sus funciones (desecha tareas y adquiere otras nuevas en función de las necesidades de la marca y aprovechando las nuevas herramientas, plataformas y prácticas profesionales); es de esperar que aún quede mucho para la completa definición del CM.

Bolita de cristal sobre la mesa, ¿qué nuevas necesidades pueden estar al acecho?

La integración de comunicación, estrategia y creatividad para crear un producto final sin discordancias.

Eliminar los puntos de fricción entre los diferentes departamentos para que los resultados resulten unitarios.

Conocimiento de todos los recursos disponibles para contar sólo con los más apropiados es fundamental para no derrochar tiempo, energía y dinero. No hay otro camino, hay que formarse cada día para conocer, probar y valorar si contamos con las herramientas y rutinas de trabajo adecuadas, desecharlas si no es así, e implementar otras nuevas.

- Es definitivamente "alguien social" capaz de involucrarse en los problemas que se le plantean, con empatía para averiguar qué se le pide y cómo resolverlo, cómo replantear una estrategia viendo las reacciones de la comunidad ante los contenidos que se van publicando.

- Alguien tenaz, con un alto nivel de autoexigencia y sacrificio.

Un CM no es:

- "El chico de Facebook", no es "Mi sobrino sabe usar esos cacharros". Debe tener formación específica sobre las herramientas y además, experiencia en su uso.

- Un "Becario Junior". Es una figura responsable de la imagen de tu marca, debes exigirle conocimientos, experiencia y pasión por su trabajo, a cambio; debes ofrecerle las condiciones necesarias para que desarrolle su labor acorde a lo exigido.

¿Cuánto ha cambiado el panorama en términos de social media en cuestión de diez años en España?

Ha pasado de ser una figura totalmente prescindible a convertirse en fundamental en la industria del marketing.

Las agencias han comprendido que su labor les aporta beneficios (monetarios o términos de notoriedad, imagen de marca, ATC o engagement) y han empezado a otorgarle peso en las jerarquías de la organización; aunque estas "conquistas" suceden lentamente, actualmente no son muchas las empresas que quedan al margen de esta conciencia profesional.



María Muñoz García @StaPoulain
Community Manager
MásCuota - Territorio Creativo - Sr.Burns



"EL CM HA PASADO DE SER UNA FIGURA TOTALMENTE PRESCINDIBLE A CONVERTIRSE EN FUNDAMENTAL EN LA INDUSTRIA DEL MARKETING"

Cuando aparece la figura del CM en España, ¿qué aptitudes se buscaban o buscábamos?

Las aptitudes eran variadas (aún hoy lo siguen siendo). No se tenía delimitada el área de actuación del CM, nadie sabía muy bien de qué debería encargarse esa figura -que acababa de nacer- dentro de las organizaciones, pero se le atribuían funciones de redacción, de escucha, incluso de venta. Todo con el fin de lograr la vinculación emocional, compromiso o engagement, pero sin saber muy bien cómo hacerlo. Se daban palos de ciego, se probaba y se fallaba.

No muchas organizaciones confiaban en la eficacia de las labores del CM y por ello, no se le otorgaba la suficiente libertad para innovar, para romper con lo establecido y adaptarse a las nuevas demandas del mercado.



También colaboro con un grupo de amigos y ex-tecerianos en [MARKETIPS](#) el blog que montamos hace unos años de Marketing Online y tendencias publicitarias. Envío adjunto el post sobre [DESIGN THINKING \(Adjunto 2*\)](#)

Design Thinking

Piensa en grande, diseña experiencias.



¿Qué se interpone entre tú y tus ideas?

¿Lo has pensado? Aunque en principio puedan parecer términos contradictorios, la creatividad también tiene sus reglas y la primera y más importante es: "Rompe con ellas".



Autor: Jkô Sánchez

Las personas adultas tenemos hábitos adquiridos contrarios al pensamiento creativo, si no salimos de ellos y nos asomamos al abismo de las posibilidades abiertas no encontraremos nuevas soluciones de las ya existentes. Debemos despojarnos de los "hábitos adultos" y sopesar ideas desde nuevos ángulos, no quedarnos con la primera, activar el ingenio y seguir probando, lanzarnos y explorar nuevos puntos de vista, en otras palabras: "Debemos escaparnos de la forma 'normal' de pensar".

Salir del círculo de confort es fundamental para encontrar soluciones. Albert Einstein ya lo comentó en su día: "Si buscas resultados distintos no hagas siempre lo mismo". Volvémonos niños, repliquemos su capacidad de desechar un juguete para jugar con la caja.



No empezamos el viaje solos, el DESIGN THINKING será nuestro *sherpa*. General Electric, Procter & Gamble y Philips Electronics son algunas de las marcas que tienen interiorizada esta herramienta en sus procesos de trabajo e incorporan este concepto en las rutinas de fabricación de sus productos.

Escrito por
María Muñoz

radora del blog "Marketips". Licenciada en Periodismo. Máster en Comunicación Multimedia e Internet en CEU. Social Media en Microsoft. Puedes seguirla en @StaPoulain y Google Plus.

Marketips.es

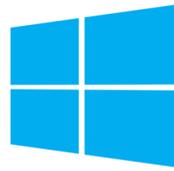
No te pierdas ninguna de nuestras novedades suscribiéndote a nuestra [newsletter](#).

Síguenos



Aquí puedes ver mi [LINKEDIN](#)

Y ESTOS SON ALGUNOS **CLIENTES** PARA LOS QUE HE TRABAJADO:



Windows



red.es



Microsoft



Lexus España



Ron Matusalem



CitiBank



Media Markt España



Invisalign España



Banco Popular e-com



Community Manager

Territorio Creativo

Ver más en [LinkedIn*](#)



Eleazar Santos

Digital Strategist at Territorio creativo

“ Fui supervisor de María en un proyecto internacional, en donde demostró su capacidad de desarrollar y gestionar la comunidad para España, bajo el marco de una estrategia global común y optimizándola de acuerdo con las particularidades del mercado local. Con orgullo, puede presumir de ser parte de la nueva generación de periodistas que traen sus aprendizajes al mundo... **más** ”

20 de mayo de 2013, Eleazar ha supervisado a María en Territorio Creativo.



Alejandro Di Trolio

Director Creativo | Territorio Creativo

“ Si algo define a María es la responsabilidad en su trabajo. Incansable y tenaz en sus proyectos consigue ser una pieza clave en cualquier grupo de trabajo. Su dominio de los medios sociales y su gran capacidad para trabajar en equipo la convierten en una profesional muy completa y un valor en alza sin lugar a dudas. ”

22 de febrero de 2013, Alejandro ha trabajado con María en Territorio Creativo.



Diego María Gómez Parra

Social Media Specialist en Omnicom Media Group

“ He trabajado con María en Territorio creativo codo con codo en el proyecto de Media Markt y es una profesional muy organizada, competente y con una fuerte motivación que contagia a cuantos la rodean. Además, le encanta estar al día de todas las novedades de sus herramientas de trabajo en medios sociales. Desde el primer momento me ha demostrado una madurez poco común en... **más** ”

19 de febrero de 2013, Diego María ha supervisado a María en Territorio Creativo.



Beatriz Calzada

Paid Media Consultant en Territorio creativo

“ He tenido la oportunidad de trabajar con María en un proyecto internacional, con flujos de trabajos muy complejos e intensos que ha sabido gestionar y simplificar para la consecución de objetivos concretos. Tras una personalidad decidida, María es una gran persona, lo que facilita enormemente el trabajo en equipo y la confianza necesaria para trabajar hombro con hombro. Su... **más** ”

12 de febrero de 2013, Beatriz ha trabajado directamente con María en Territorio Creativo.



Iván Fanego Herráez

Digital Nomad Strategist

“ María es una persona entusiasta y entregada: se implica en su trabajo y contribuye a generar un buen ambiente. Sabe cómo gestionar una comunidad, trabajar en equipo y es una interlocutora perfectamente válida para cualquier cliente. ”

12 de febrero de 2013, Iván ha supervisado a María indirectamente en Territorio Creativo.



Pedro Jesús González Viguera

Marketing y Contenidos en Nyumbani

“ He trabajado con María de forma directa en varios proyectos. En todos ha aportado tanto en el plano personal como profesional. Ayuda a definir con criterio los objetivos y trabaja con detalle para la consecución de los mismos. Tiene una completa formación en diferentes disciplinas de la Comunicación Online que pone en práctica de forma constante. ”

8 de febrero de 2013, Pedro Jesús ha supervisado a María en Territorio Creativo.

Community Manager

Más Cuota de Publicidad S.L



Leo Farache

Socio de Más Cuota, Director General at Asociación de Agencias de Medios, ensayista

“ Trabajar con María ha sido una buena experiencia desde el punto de vista profesional y personal. Sus ganas de aprender, iniciativa y saber recoger los frutos tanto de los éxitos como los errores, la definen. ”

28 de febrero de 2012, Leo ha supervisado a María indirectamente en Más Cuota de Publicidad S.L.

También he impartido algunas **formaciones** de MARKETING ON LINE -uso, tendencias y herramientas- en Territorio Creativo y Microsoft España.

Territorio **Tc** creative

#TcSchoolPress
Madrid
Sólo para periodistas
17 de septiembre

Ponencias:

#TcSchool Press

- Formación para periodistas
- Facebook para periodistas
- ¿Cómo titular en online?

Sácale el jugo a Facebook

con



Iván Fanego
Social Media Strategist en Tc. Licenciado en Económicas por la Universidad de Salamanca y máster en Gestión Internacional de la Empresa, cuenta con formación en innovación y social media. Ha desarrollado su carrera profesional en empresas como Vodafone o Barceló Hoteles, y es docente del curso de Community Management y Social Media del Instituto Hune.



María Muñoz
Community Manager en Tc. Licenciada en Periodismo por la URJC, máster en Comunicación Multimedia Internet y Nuevos Medios; y máster en Comunicación Audiovisual y vídeo en Internet por la Universidad San pablo CEU. Ha trabajado como redactora en el informativo de RTVE y productora en Radiointer. Community Manager, editora y fotógrafa.

11
Dic
2012

#TcSchoolPress: ¿Existe el titular perfecto?

El próximo lunes, 17 de diciembre de 10.30-12.00 horas, María Muñoz -Community Manager de Territorio creativo además de periodista- expondrá la importancia de adaptar los titulares a las redes sociales.

Programa:

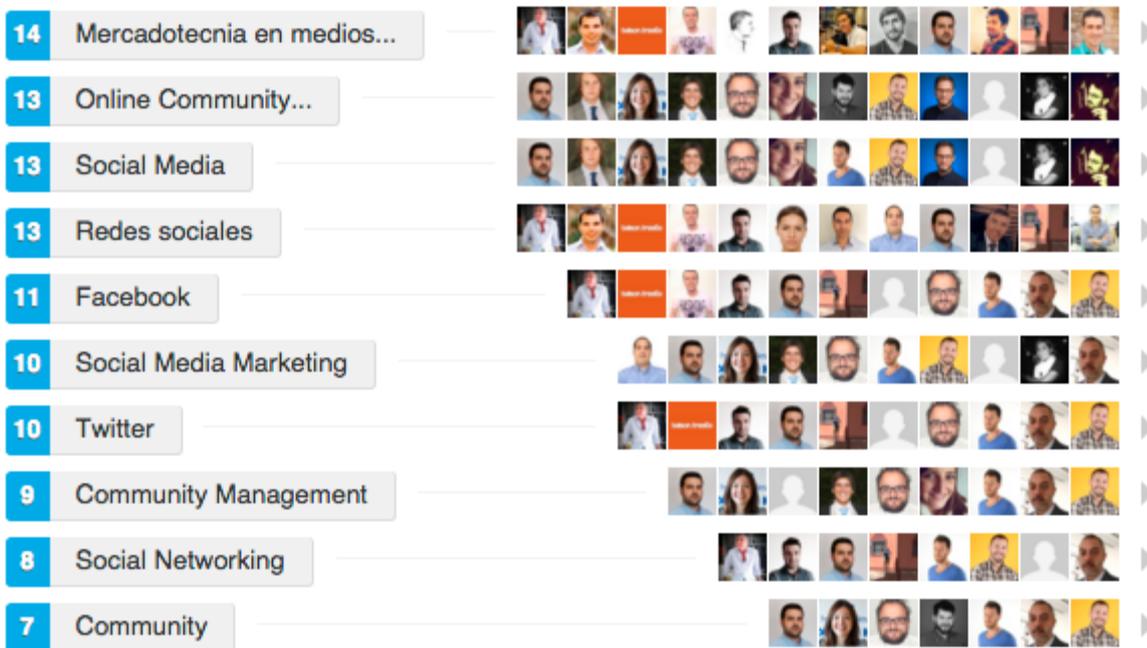
- El titular, tu única oportunidad para hacer llegar tu mensaje.
- Dime cómo titulas y te diré cómo eres.
- La importancia de adaptar los titulares a las redes sociales.
- De la sobresaturación informativa a la oportunidad de las redes sociales.
- El número de palabras y caracteres perfecto para obtener la máxima difusión.

#TcSchoolPress está dirigido a periodistas trabajando actualmente en medios de comunicación. Imprescindible enviar e-mail con tus datos personales, cargo y medio en el que trabajas a tcpress@territoriocreativo.es.

Ver más en [LinkedIn*](#)

Aptitudes y validaciones

Aptitudes principales



María también sabe de...





POR
TU
TIEMPO

;)

CONTACTO:

647931344