**Portada, (datos personales y de contacto de las autoras, y dirección postal de la principal investigadora)**

**Comunidades de Marca: otra manera de sostener conversaciones y generar Relaciones Públicas**

Mariela Pérez Chavarría[[1]](#footnote-1) y Astrid A. Rodríguez Ruiz[[2]](#footnote-2)

1. Profesora titular del departamento de Comunicación y Periodismo del ITESM, Campus Monterrey. Ha sido miembro del SISTEMA NACIONAL DE INVESTIGADORES (SNI). Doctora en Comunicación Organizacional por la Universidad de Málaga, España; Maestra en Ciencias con especialidad en Comunicación (ITESM) y Maestra en Formación y Capacitación de Recursos Humanos (UANL); Licenciada en Ciencias de la Comunicación (Univ. Regiomontana) y Licenciada en Letras Españolas por el ITESM. Sus áreas de especialidad e interés son: Imagen y Reputación Corporativa, Relaciones Públicas, Comunicación Organizacional y Responsabilidad Social Corporativa, entre otras. [Mariela.Perez@itesm.mx](mailto:Mariela.Perez@itesm.mx) (Dirección postal: Ave. Eugenio Garza Sada 2501, sur. 64849, Monterrey, N.L. México [↑](#footnote-ref-1)
2. Licenciada en ciencias de la información y de la comunicación por la Universidad de Monterrey (UDEM) y Maestra en comunicación con especialidad en comunicación organizacional por el ITESM. Actualmente es coordinadora de publicidad y relaciones públicas de la Universidad Tec Virtual del Sistema Tecnológico de Monterrey. [Astrid\_09@hotmail.com](mailto:Astrid_09@hotmail.com) [↑](#footnote-ref-2)