GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

David Calamardo publica ‘El Libro Púrpura del UGC’

Actualidad Empresarial | 28/02/2026 | 00:00

El uso del contenido generado por creadores y las campañas con influencers se ha consolidado en los planes de marketing de muchas marcas. Sin embargo, en la práctica, estas acciones suelen ejecutarse de forma fragmentada, sin continuidad ni una visión de conjunto. A partir de esta realidad nace “El Libro Púrpura del UGC”, la nueva publicación de David Calamardo, fundador de The King of Content, que introduce La Combi Completa UGC + Influencers, una metodología pensada para estructurar el trabajo con creadores dentro de una estrategia sostenida en el tiempo.

El libro plantea un cambio de enfoque frente al modelo tradicional basado en campañas aisladas. La Combi Completa UGC + Influencers combina tres capas complementarias: contenido UGC creado para los canales propios de la marca, programas continuos de microinfluencers que mantienen la conversación activa y colaboraciones puntuales con macroinfluencers en momentos estratégicos. El objetivo no es generar impactos puntuales, sino construir un ecosistema de contenido que evoluciona, aprende y se optimiza de forma constante.

A lo largo de la obra, Calamardo aborda algunos de los principales retos a los que se enfrentan los equipos de marketing: cómo dar continuidad al contenido, qué papel debe jugar cada tipo de creador, cómo gestionar derechos y acuerdos de forma eficiente y qué métricas permiten evaluar el impacto real más allá del alcance puntual. El libro no se presenta como un manual teórico, sino como la sistematización de una metodología aplicada en entornos reales de marca.

“El problema no es trabajar con UGC o con influencers, sino no hacerlo bajo una estructura clara”, señala el autor. Desde esta perspectiva, El Libro Púrpura del UGC propone abandonar la lógica de acciones independientes para adoptar una visión integrada, donde contenido orgánico e influencia forman parte de una misma estrategia.

Dirigido a directores de marketing, responsables de marca y equipos que trabajan con creadores, el libro se concibe como una guía práctica para profesionalizar el uso del UGC y el marketing de influencers. La publicación forma parte de una serie de contenidos centrados en la construcción de sistemas de contenido sostenibles, con especial foco en la continuidad, la coherencia de marca y el aprendizaje a largo plazo.

“El Libro Púrpura del UGC” ya está disponible y presenta La Combi Completa UGC + Influencers como una metodología diseñada para aquellas marcas que buscan dejar atrás la improvisación y trabajar el contenido generado por creadores desde una lógica estratégica y estructurada.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/289877-david-calamardo-publica-el-libro-purpura-del-ugc.htm