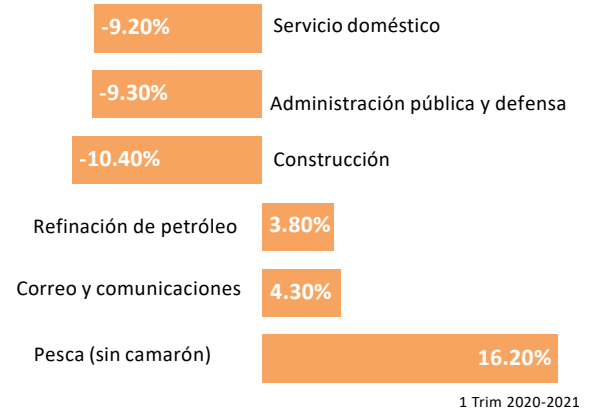


## Plan de Marketing para incrementar el volumen de ventas de una ferretería ubicada en Guayaquil a través del uso de redes sociales.

### PROBLEMA

Durante la pandemia, debido al confinamiento, 'Avenida Ferretería' disminuyó sus ventas ya que se vio forzada a cerrar sus puertas al público. Al ser un negocio tradicional, solo realizaban ventas de forma presencial y durante el 2020 las medidas de bioseguridad causaron una disminución de al menos 30% en sus ventas con respecto a años anteriores.

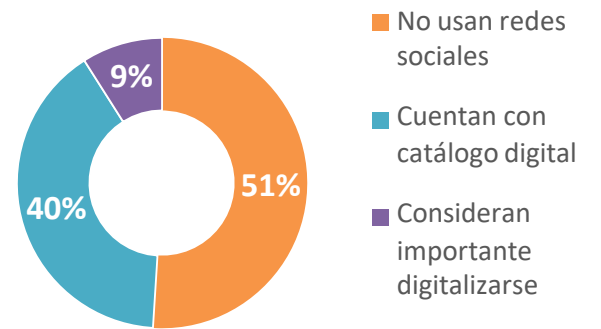
#### Desempeño por sector



### OBJETIVO GENERAL

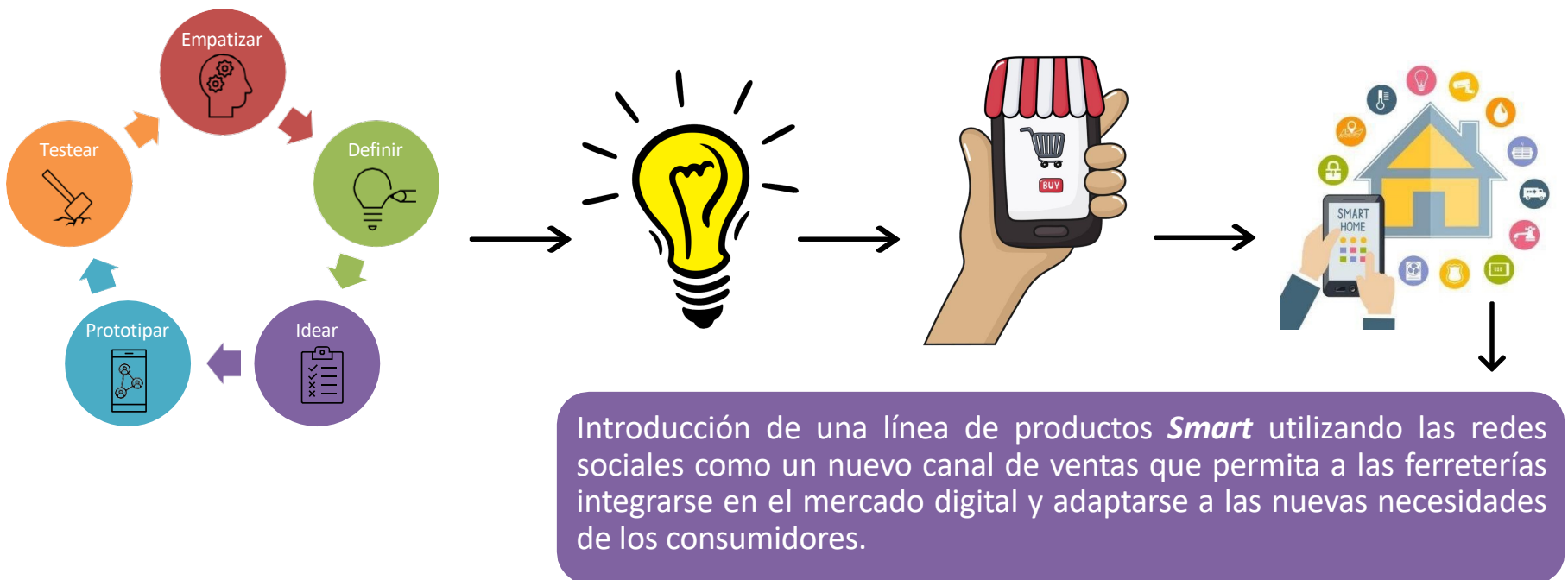
Diseñar un plan de marketing digital que mejore la gestión interna y participación de la empresa "Avenida Ferretería" en el mercado ferretero PYMES de Guayaquil.

#### Digitalización del sector ferretero



### PROPUESTA

Se siguió el proceso de *Design Thinking* para resolver de forma innovadora el problema del negocio, diseñando y desarrollando la siguiente propuesta:



### RESULTADOS



**87%**

de los encuestados están familiarizados con las compras online

**50%**

de los encuestados prefieren usar whatsapp para hacer pedidos online



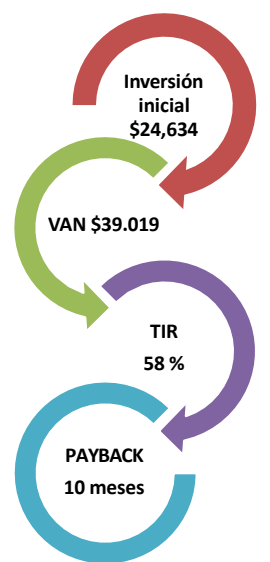
**58%**

de los encuestados compran productos Smart en ferreterías o mega centros ferreteros



**70%**

De los encuestados sigue realizando sus compras de forma presencial en ferreterías



### CONCLUSIONES

- La implementación de un Plan de Marketing Digital tendría un impacto positivo mediante el incremento del 20% de las Ventas Anuales.
- Esta estrategia digital permitirá automatizar parte del proceso de venta y centrarse en entregar un servicio de calidad.
- La demanda de productos Smart crece constantemente en el mercado ecuatoriano gracias a los avances tecnológicos y el fácil acceso a teléfonos inteligentes
- La apertura de un canal digital ayudará a prever situaciones similares al confinamiento por covid-19. Por ejemplo, estados de excepción.

