

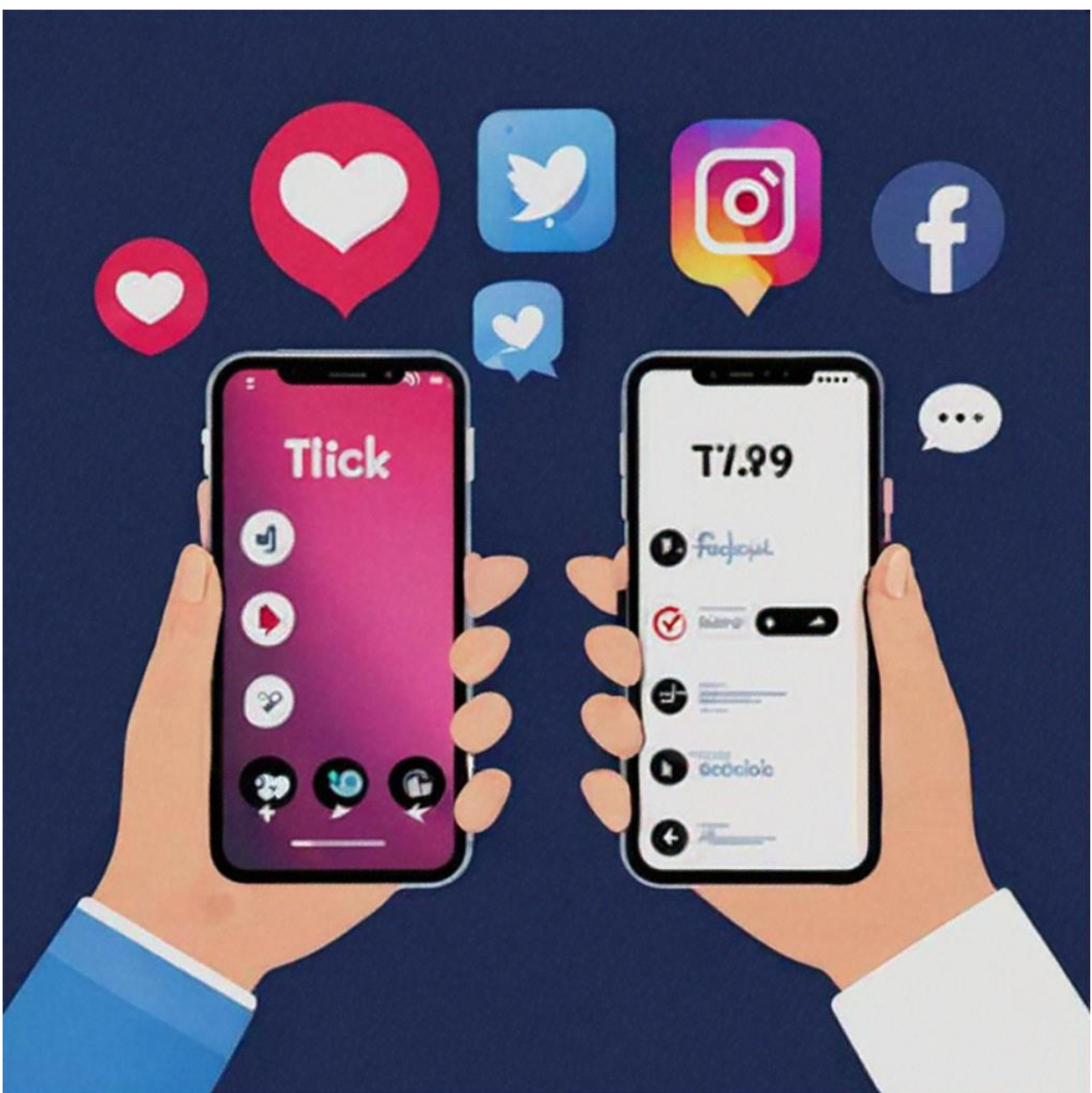
Captación de Clientes en el mar de información de las redes sociales en el Sector Papelero

PROBLEMA

El destacar entre la competencia y captar la atención de los clientes potenciales se ha vuelto un desafío cada vez mayor para las empresas ecuatorianas, ya que cada red social requiere un enfoque específico y la empresa Papelera ABC no es una excepción, aunque sea una marca reconocida en el mercado.

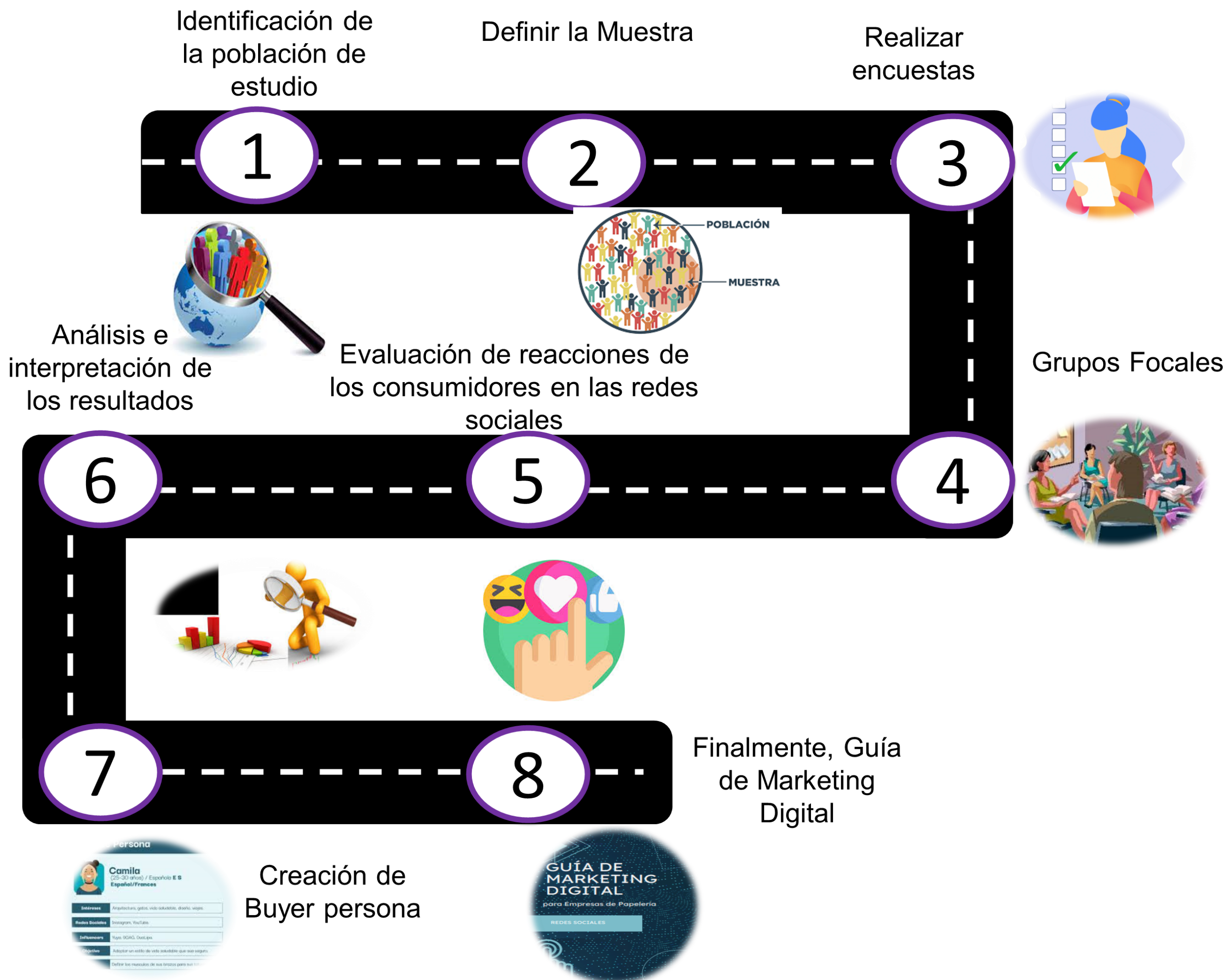
OBJETIVO GENERAL

Diseñar una Guía de Marketing Digital para mejorar la visibilidad de los productos comprendiendo la interacción de los consumidores mediante una investigación cuantitativa y cualitativa de Papelera ABC.



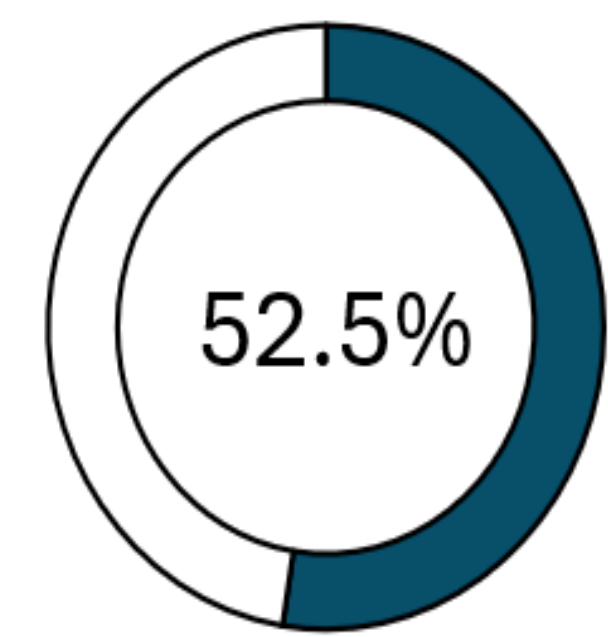
PROPUESTA

La metodología empleada combina diversos instrumentos de investigación cualitativa y cuantitativa, facilitando una comprensión integral del fenómeno estudiado.

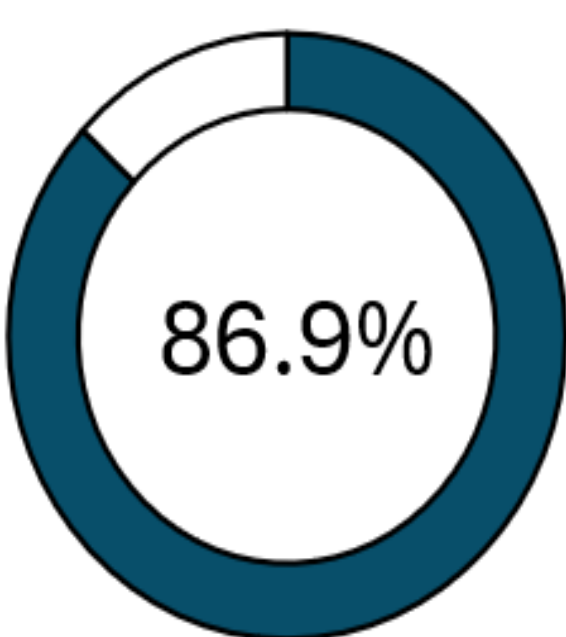


RESULTADOS

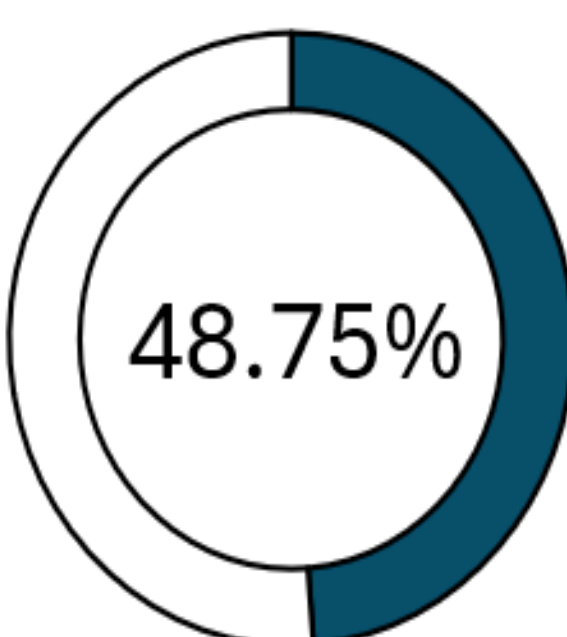
Los principales hallazgos obtenidos de los 160 encuestados quienes fueron estudiantes de diferentes instituciones educativas entre 15 a 25 años.



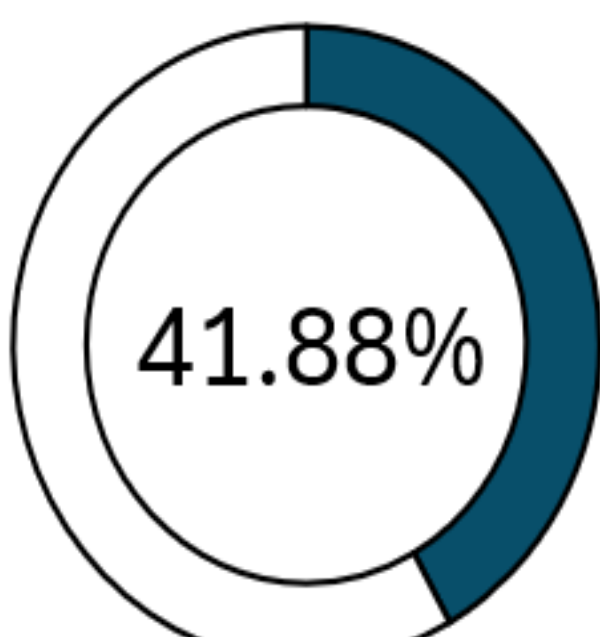
Prefieren las Promociones y Descuentos



Utilizan redes sociales varias veces al día



Prefieren fotos como contenido



Prefieren los videos cortos



CONCLUSIONES

- Los consumidores de papelería tales como; cuaderno, lápices, entre otras cosas tienden a estar más activos en las redes de Instagram y TikTok en los meses previos al inicio de clases para la región costa.
- El número de seguidores en una red social no siempre refleja un mayor nivel de interacción. Por ejemplo, a pesar de que Facebook tenía un gran número de seguidores, la interacción de estos era mucho menor en comparación con Instagram.
- Para muchos clientes las portadas de los cuadernos deben de representar sus gustos ya sean estos de índole musical, dibujos animados o de películas de la temporada.