

ARTE QUE ESCALA: DESAFÍOS DE POSICIONAMIENTO DIGITAL PARA UNA STARTUP ECUATORIANA PIONERA DEL DISEÑO MURAL

PROBLEMA

La falta de planificación digital vuelve invisibles a las microempresas creativas en redes sociales poniendo en riesgo su continuidad y limitando su capacidad de diferenciarse, consolidar su marca y alcanzar un crecimiento sostenible en un mercado altamente competitivo.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar una estrategia de marketing digital integral para Wallpixels mediante el análisis situacional y la aplicación de mejores prácticas del sector, con el propósito de desarrollar un modelo replicable que incremente la visibilidad y posicionamiento de emprendimientos creativos.

PROPUESTA

METODOLOGÍA

Incluye análisis documental, grupo focal (leads) y entrevista semiestructurada (gerente).

DISEÑO CONCEPTUAL

Contenidos adaptados a los intereses y necesidades de cada segmento.

ENTREGABLES

Diagnóstico digital y comunicacional de la empresa.



FINALIDAD

Mejorar el posicionamiento y aumentar demanda.

RESULTADOS



CAMPAÑA TESTIMONIAL

“Tu historia en una pared” invita a los clientes a contar el significado detrás de sus murales para humanizar el servicio y posicionar a la marca como facilitadora de emociones y recuerdos.



TENDENCIAS DE MERCADO

- Existe una inclinación hacia la inteligencia artificial, el aprendizaje automático, los chatbots y las redes sociales.
- La construcción de una identidad visual, el diseño funcional y centrado en el usuario, así como el storytelling.



MERCADO OBJETIVO

- **Estimación:** 1.140 personas, donde las madres de familia asumen rol decisivo.
- Los compradores presentan un alto poder de negociación.
- Surgen necesidades subyacentes como la búsqueda de belleza estética y una identidad.



ANÁLISIS INTERNO

- **Fortalezas:** Cuenta con tecnología innovadora, rápida, adaptable, escalable y visualmente atractiva.
- **Debilidades:** Se dispone de poco presupuesto, lo que limita la visibilidad y la interacción.

CONCLUSIÓN

Deficiencias sustanciales limitan el crecimiento de la empresa. Mejorar la visibilidad, la segmentación y la comunicación de la propuesta de valor mediante una estrategia profesional aumentaría las ventas.

Se recomienda explorar el valor de las alianzas estratégicas, el uso de métricas en tiempo real y el desarrollo de estudios comparativos segmentarios.

