



CAMPUS ITAPÚA

UNIVERSIDAD CATÓLICA

"Nuestra Señora de la Asunción" Campus Universitario de Itapúa



CAMPUS ITAPÚA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERA:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO FINAL DE GRADO

TÍTULO:

"OPTIMIZACIÓN DE ESTRATEGIAS EN PLATAFORMAS SOCIALES PARA POTENCIAR LAS VENTAS DE UNA EMPRESA FAMILIAR DEL RUBRO DE ELECTRODOMÉSTICOS EN LA CIUDAD DE ENCARNACIÓN"

AUTOR:

Univ. *Liz Karina Benítez Medina*
Univ. *Sofía del Carmen Parra Yudis*

Encarnación - Paraguay

2023

Resumen

Esta investigación se enfoca en la integración efectiva de estrategias en redes sociales para potenciar las ventas de una empresa familiar de electrodomésticos en Encarnación. En un contexto donde la tecnología es esencial, las redes sociales se han convertido en herramientas cruciales para la comercialización global. El problema que aborda la investigación es la necesidad de adaptación de las empresas de electrodomésticos al entorno digital, especialmente en redes sociales, para mantener competitividad y maximizar ingresos. Los objetivos fueron determinar unas estrategias efectivas en redes sociales para impulsar las ventas, describir la situación actual de la empresa, identificar el público objetivo y proponer estrategias adaptadas. Esta investigación adoptó un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos, con un diseño secuencial Dexplis en el marco metodológico. Se centró en una empresa familiar de electrodomésticos en Encarnación, utilizando una muestra no probabilística por conveniencia que incluyó al gerente de la empresa y 100 clientes. Se realizaron entrevistas y encuestas, y los datos se analizaron con estadísticas descriptivas. Los resultados muestran la importancia de la presencia en redes sociales, con un 43% de clientes informándose a través de estas plataformas. El consumidor investiga en redes sociales antes de comprar (95%), con esto se visibiliza la necesidad de una presencia positiva. Se recomiendan estrategias como atención al cliente de calidad, diversificación de la oferta, adaptación al ciclo de compra del cliente y contenido visual atractivo. La investigación enfatiza la importancia de las estrategias en redes sociales para el crecimiento empresarial, enfocándose en la necesidad de adaptarse a las preferencias y comportamientos del consumidor digital. La recomendación positiva del 86% de los clientes indica que estas estrategias generan un impacto positivo en las ventas y el crecimiento de la empresa de electrodomésticos.

Palabras clave: comportamientos del consumidor digital, diversificación, ciclo de compra