



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:

"INBOUND MARKETING PARA TIENDAS DE PRENDAS DE VESTIR FEMENINAS EN LA CIUDAD DE ENCARNACIÓN, AÑO 2021"

AUTOR:

Univ. *Camila María Paredes Báez*
Univ. *Karen Gabriela Peralta Hadad*

Encarnación - Paraguay
2021

Resumen

La investigación se basa en la implementación de nuevas técnicas que produzcan un avance satisfactorio en el ámbito económico y laboral. El objetivo del trabajo final de grado fue hacer llegar esta nueva herramienta a uno de los sectores más productivos de la región, pretendiendo incorporar el uso de los nuevos retos del Marketing que, en la actualidad son sumamente importantes para la innovación constante, ya que, es un instrumento de presentación que las grandes compañías utilizan para hacerse conocer. El tipo de investigación utilizado para este trabajo de investigación fue mixto, cualitativo, cuantitativo, determinando precios de mercado, calidad y el impacto generado del Inbound Marketing. El plan y análisis se obtuvieron de la investigación de campo, que posterior a ser tabulada fue analizada y comparada con la teoría obtenida y la realidad local reflejada. La entrevista a las propietarias de las tiendas de prendas de vestir femeninas, para conocer las estrategias de venta utilizadas actualmente por el mismo. En cuanto a la encuesta, esta fue utilizada para sondear gustos y preferencias de clientes de las tiendas estudiadas. Y por último una observación en donde se ha tenido acceso a los fans page de las tiendas y a las instalaciones para conocer la tecnología disponible, y la atención al cliente tanto física como digital. La conclusión de la investigación y los resultados reflejaron que el 90% de las tiendas accedieron a implementar el uso de Internet, y disponer de más recursos o equipos responsables de la comunicación aprovechan las redes sociales con verdaderas campañas publicitarias. En este contexto las redes sociales más utilizadas son: Facebook, WhatsApp, Instagram. En conclusión, el evidente crecimiento de usuarios en estas redes sociales en la Ciudad de Encarnación es quizás, un nuevo reto, que exigirá una reorientación interna y el planteamiento de nuevas formas de relacionarse con sus clientes.

Palabras Claves: Inbound marketing, buyer persona, clientes, internet. Marketing, consumidor