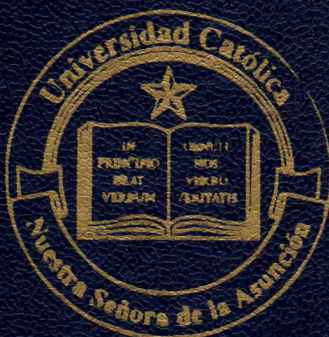


UNIVERSIDAD CATÓLICA
"NUESTRA SEÑORA DE LA ASUNCIÓN"
CAMPUS ITAPÚA



— CAMPUS ITAPÚA —

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO FINAL DE GRADO

TÍTULO:

"EL ROL DE LAS REDES SOCIALES EN EL MARKETING DE LA
HELADERÍA Y CONFITERÍA TRADICIONAL "MAKO'S" DE LA
CIUDAD DE ENCARNACIÓN"

AUTORAS:

ANDREA LUCÍA CABRERA GIMÉNEZ
LAURA ELIZABETH WASZAJ KURKASZ

ENCARNACIÓN - PARAGUAY

2022

Resumen

La heladería Mako's es una empresa familiar con más de 50 años de trayectoria en el rubro, dedicada a la producción y venta de productos alimenticios nutricionales de excelente calidad, destacándose por la calidez de su servicio y buen ambiente familiar. Sin embargo, en la actualidad, la competencia ha crecido fuertemente sobre todo en el ámbito digital, se observó que pocos de los clientes de la empresa conocen sus redes sociales y servicios de venta online. Con esta situación, la empresa se replantea sobre su posicionamiento en el mercado digital; de esta manera surge la necesidad de estudiar a los clientes potenciales, y sobre todo en cómo mantener a los clientes reales para que mantengan la preferencia en sus productos y servicios. Es por ello que, esta investigación se enfocó en diseñar un plan de marketing digital para la empresa, teniendo en cuenta sus fortalezas y debilidades, así también, se describió la situación actual de sus redes sociales y se identificaron las estrategias utilizadas. El trabajo tuvo un enfoque investigativo cuanti cualitativo, y el diseño fue no experimental; la muestra estuvo conformada por 150 clientes y no clientes, además de 1 propietario de la empresa. Para la recolección de los datos, se realizaron encuestas y una entrevista. Una vez analizados los datos, se pudo comprobar que las redes sociales ejercen un rol muy importante en el marketing de la heladería Mako's, el cual se traduce en un medio para que los clientes conozcan los productos y servicios de la empresa, mencionando también que, las publicaciones de las mismas inciden de manera positiva en la decisión de compra del consumidor, en cuanto a la red social más eficiente se concluye que es la red social Instagram, y que el impacto que tienen las redes sociales en las ventas es moderado, ya que, actualmente no se llevan a cabo muchas ventas online debido a que los clientes prefieren consumir los productos de la empresa en el propio local. Para concluir el trabajo, se elaboró una propuesta de plan de marketing digital cuyo principal objetivo es posicionar a la empresa Mako's en el mercado digital.

Palabras clave: Plan de marketing digital, redes sociales, estrategias, FODA.