



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:

"ESTRATEGIAS ORIENTADAS AL USO DE PLATAFORMAS SOCIALES PARA IMPULSAR LAS VENTAS DE LOS COMERCIOS DEDICADOS AL RUBRO DE LA ELECTRÓNICA DEL CIRCUITO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE ENCARNACIÓN"

AUTOR:

Univ. *César D. Ayala Vázquez*

Univ. *Anahi Oreggioni Enciso*

Encarnación - Paraguay

2022

Resumen

El objetivo de este trabajo se centra en proponer estrategias orientadas a plataformas sociales para impulsar las ventas de los comercios dedicados al rubro de la electrónica del circuito comercial de la ciudad de Encarnación. El resumen debe estar en un texto único, no debe tener ENTER para impulsar las ventas. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, cualitativo, las encuestas como técnica de recolección de datos, consultando, determinando la situación de los clientes y comercios en relación a las ventas a través de uso de plataformas sociales cuyo propósito fue conseguido mediante la investigación fundamentada como instrumento, desarrollando encuestas aplicadas a (150) ciudadanos de la ciudad en carácter de clientes y (15) para los comercios que forman parte de la muestra. Obteniendo como resultados más relevantes las ventajas del uso de las plataformas sociales para los clientes y comercios para realizar sus compras/ventas, el nivel de satisfacción de los clientes en base al servicio ofrecidos por los locales comerciales a través de las plataformas sociales y las distintas estrategias puestas a cabo por los comercios para impulsar sus ventas. Finalmente, para impulsar las ventas de los comercios dedicados a la electrónica de una manera positiva y satisfactoria, es necesaria una composición de estrategias de comunicación, branding y marketing, de forma que generando contenidos relevantes se despierta el interés del público al que estamos dirigidos teniendo en cuenta el contexto económico, cultural, social.

Palabras Claves: Plataformas Sociales, Estrategias de marketing, Marketing digital, Ventas online, Comercio electrónico.