



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

Diseño de una estrategia de comunicación en la red social *Instagram* para el emprendimiento autónomo 'Papelería Sucre', en Guayaquil.

AUTOR:

Buenaño García, David Raúl

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en
Comunicación Social**

TUTOR:

Carvajal Lituma, Maritza Filomena

Guayaquil, Ecuador

28 de enero de 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Buenaño García David Raúl**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Comunicación Social**.

TUTOR (A)

f. _____
Carvajal Lituma, Maritza Filomena

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Cortez Galecio, Gustavo Alberto

Guayaquil, a los 28 del mes de enero del año 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Buenaño García, David Raúl.

DECLARO QUE:

El trabajo de integración curricular, **Diseño de una estrategia de comunicación en la red social *Instagram* para el emprendimiento autónomo ‘Papelería Sucre’, en Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Comunicación Social**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del trabajo de integración curricular referido.

Guayaquil, a los 28 del mes de enero del año 2023

EL AUTOR



f. Buenaño García David Raúl



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Buenaño García David Raúl

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del trabajo de integración curricular, **Diseño de una estrategia de comunicación en la red social *Instagram* para el emprendimiento autónomo ‘Papelería Sucre’, en Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 28 del mes de enero del año 2023

EL AUTOR

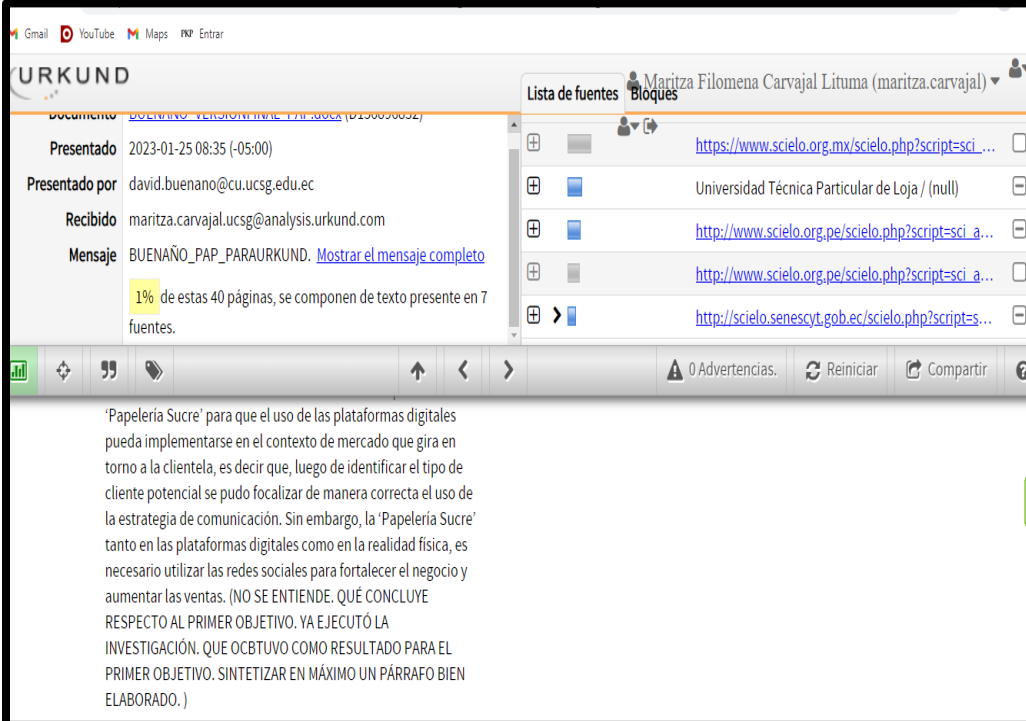


f. Buenaño García David Raúl

REPORTE DE URKUND

Tema: Diseño de una estrategia de comunicación en la red social *Instagram* para el emprendimiento autónomo 'Papelería Sucre', en Guayaquil.

Autor: David Raúl Buenaño García.



The screenshot displays the URKUND web interface. At the top, there are navigation links for Gmail, YouTube, Maps, and Entrar. The main header shows the document title 'URKUND' and the user 'Maritza Filomena Carvajal Lituma (maritza.carvajal)'. Below the header, the document details are listed: 'Presentado' on 2023-01-25 at 08:35 (-05:00), 'Presentado por' david.buenano@cu.ucsg.edu.ec, 'Recibido' by maritza.carvajal.ucsg@analysis.orkund.com, and 'Mensaje' BUENAÑO_PAP_PARAURKUND. A yellow highlight indicates that 1% of the 40 pages consist of text from 7 sources. A list of sources is visible on the right, including Scielo.org and Universidad Técnica Particular de Loja. The main content area shows a paragraph of text: 'Papelería Sucre' para que el uso de las plataformas digitales pueda implementarse en el contexto de mercado que gira en torno a la clientela, es decir que, luego de identificar el tipo de cliente potencial se pudo focalizar de manera correcta el uso de la estrategia de comunicación. Sin embargo, la 'Papelería Sucre' tanto en las plataformas digitales como en la realidad física, es necesario utilizar las redes sociales para fortalecer el negocio y aumentar las ventas. (NO SE ENTIENDE. QUÉ CONCLUYE RESPECTO AL PRIMER OBJETIVO. YA EJECUTÓ LA INVESTIGACIÓN. QUE OCBTUVO COMO RESULTADO PARA EL PRIMER OBJETIVO. SINTETIZAR EN MÁXIMO UN PÁRRAFO BIEN ELABORADO.)



Lcda. Maritza Filomena Carvajal Lituma, M. SC.

TUTORA DEL PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL, PAP.

AGRADECIMIENTO

A Dios todo poderoso creador del cielo, el universo entero y a su amado hijo Cristo Jesús que derramó su sangre para salvarnos del pecado. Y, a las profesoras Andrea Ocaña y Maritza Carvajal, también a mi mami, a mi ñaño José y a mi papi.

DEDICATORIA

A mi mami Lucía Guillermina García Suárez, por impulsarme a seguir estudiando, además, ella costó toda mi carrera universitaria, incluso otros gastos económicos para mí. Y, quiero agregar que mi gato rescatado ‘Oliver’ me acompañó, en esta travesía, en el planeta tierra. ¡Me siento muy feliz!



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

OPONENTE

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	XIII
CAPÍTULO 1.....	2
INTRODUCCIÓN.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS.....	2
1.2 OBJETIVOS.....	4
1.2.1 Objetivo general	4
1.2.2 Objetivos específicos	4
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	5
1.3.1 Justificación teórica	5
1.3.2 Justificación metodológica	6
1.4 VIABILIDAD.....	6
1.5 RESULTADOS ESPERADOS.....	6
1.6 BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS SIGUIENTES APARTADOS.....	7
CAPÍTULO 2.....	9
METODOLOGÍA.....	9
2.1 ENFOQUE.....	9
2.2 OBJETIVOS.....	9
2.2.1 Objetivo general	9
2.2.2 Objetivos específicos	9
2.3 FORMULACIÓN DE PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	9
2.4 ALCANCE.....	10
2.5 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
2.6 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	11
2.7 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	12
CAPÍTULO 3.....	14
FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL DEL PAP.....	14
3.1 ANTECEDENTES TEÓRICOS Y PRÁCTICOS DE LA PROPUESTA.....	14
3.1.1 Comunicación estratégica	14
3.1.2 Redes sociales	14
3.1.3 Instagram	14
3.1.4 Engagement	15
3.1.5 Contenido de valor	15
3.1.6 Reputación digital	15
3.1.7 Marketing digital	16
3.1.8 E-commerce	16
3.1.9 Stakeholder	17
3.1.10 Consumidores	17
3.1.11 Cliente	17
3.1.12 Clientes fijos	18
3.1.13 Clientes esporádicos	18
3.1.14 Marca	18
3.1.15 Valor de Marca	19
3.1.16 Diferenciación del producto	19
3.1.17 Identidad	19

3.1.18	Imagen de marca	20
3.2	ANTECEDENTES PRÁCTICOS DE LA PROPUESTA	20
3.3	ANÁLISIS DEL CONTEXTO	21
3.3.1	La competencia de ‘Papelería Sucre’	23
3.3.2	Las comunicaciones de ‘Papelería Sucre’ y sus competidores	25
3.3.3	La visión del propietario sobre ‘Papelería Sucre’	26
3.3.3.1	La confianza: El emprendimiento autónomo ‘Papelería Sucre’ tiene los artículos de papelería y servicios de calidad. Esto quiere decir, que el propietario está preparado en darle lo mejor al cliente para que regrese a comprar y aumentar las ventas.....	26
3.3.3.2	La agilidad y el orden: El local está ambientado para recibir hasta tres clientes por compra, porque existen tres cajeros, entonces, ellos tienen la obligación de invitar al cliente para acercarse a la caja y realizar el pedido. También, el turno se respeta. El negocio continúa activo y brindando la mejor experiencia.....	27
3.3.3.3	La oferta de productos y servicios: El emprendimiento ‘Papelería Sucre’ vende artículos escolares y de oficina. Actualmente, Los artículos tecnológicos como pendrive, cable HDMI, cables USB, cargadores, tarjetas de memorias y auriculares inalámbricos son nuevos productos. El servicio que ofrece son cyber, telefonía, impresiones, fotocopiado, anillados, fax, recargas y transacciones de los servicios básicos.	27
3.3.3.4	En el espacio físico: El propietario Raúl Buenaño es dueño del local ‘Papelería Sucre’. El local está ubicado, en la zona céntrica de la ciudad, y tiene buen ambiente laboral. En este sentido, el emprendimiento autónomo sigue brindando excelente experiencia al cliente.	27
3.3.3.5	La ubicación: Las personas siempre pasan y observan que existe una papelería. Esto quiere decir que es fácil de llegar y comprar. También, alrededor del local existen entidades públicas y privadas del estado ecuatoriano e incluso está cerca del Malecón 2000.	27
3.3.4	Elementos distintivos de la identidad del emprendimiento ‘Papelería Sucre’	27
3.3.4.1	Nuevo Logotipo :	28
3.3.4.2	Slogan:	28
3.3.4.3	Misión:	28
3.3.4.4	Visión:	28
3.3.4.5	Paleta de colores:	28
3.3.4.6	Perfil en Instagram:	29
3.3.5	La percepción de los trabajadores de ‘Papelería Sucre’	29
3.3.6	La percepción de los clientes sobre ‘Papelería Sucre’	31
3.4	FODA	40
3.5	OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	41
3.6	BUYER PERSON	42
3.7	CONCEPTO Y TEMÁTICA.....	43
3.8	PLAN DE MEDIOS.....	43
3.8.1.1	Las piezas comunicacionales: La planificación de contenido debe llevar reels, imágenes, videos y carruseles para crear contenido de valor y fortalecer el emprendimiento ‘Papelería Sucre’	43
3.8.1.2	El call to action: La venta de productos de papelería en Instagram debe realizarse con la herramienta call to action ya que sirve para atraer interés al cliente del artículo de oficina y escolar, además los servicios como cyber, plastificaciones, recargas, fotocopiado, impresiones y transacciones de servicios básicos, esto incluye los testimonios de los clientes y del propietario.	44
3.8.1.3	Los tags: La nueva forma de generar etiqueta para dar información a un contenido subido mediante el uso de palabras claves para ‘Papelería Sucre’.....	44
3.9	PRESUPUESTO	52
3.10	INDICADORES PARA EL SEGUIMIENTO Y LA EVALUACIÓN	53
	LECCIONES APRENDIDAS	54
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA	58
	APÉNDICE	63

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Competidores.....	23
Tabla 2 Canales digitales de la competencia.....	25
Tabla 3. Opiniones de los empleados sobre 'Papelería Sucre'.....	29
Tabla 4. Análisis FODA.....	40
Tabla 5. Buyer Person del negocio de 'Papelería Sucre'	42
Tabla 6. 'Cronograma de Papelería Sucre'.....	44
Tabla 7. Planes promocionales.....	52
Tabla 8. Presupuesto de la 'Papelería Sucre'.....	53

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logotipo	26
Figura 2. Perfil en Instagram	26

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Edad de clientes	28
Gráfico 2. Percepción sobre la empresa.....	29
Gráfico 3. Calificación sobre la atención del cliente.	29
Gráfico 4. Nivel de educación	30
Gráfico 5. Actividad profesional.....	30
Gráfico 6. Ubicación del sitio de trabajo	31
Gráfico 7. Idea del negocio.....	31
Gráfico 8. Periodicidad de la compra.....	32
Gráfico 9.Satisfacción del consumidor	32
Gráfico 10. Red social.....	33
Gráfico 11. Preferencia en colores.....	33
Gráfico 12. Formato audiovisual	34
Gráfico 13. Red social de preferencia.....	34
Gráfico 14. Factores de decisión.....	35
Gráfico 15. Productos tecnológicos	35
Gráfico 16. Calificación de productos	36
Gráfico 17. Calificación de imagen	36

RESUMEN

El proyecto de aplicación profesional pretende diseñar una estrategia de comunicación enfocada en el uso de la red social *Instagram* para posicionar el emprendimiento autónomo ‘Papelería Sucre’, en el segmento del mercado, esto con un enfoque cualitativo y cuantitativo.

El proyecto realizado es un estudio mixto porque combina tanto las técnicas de investigación cualitativas, como cuantitativas para analizar las piezas comunicacionales difundidas, en *Instagram*. Para los primeros objetivos específicos se determinó las entrevistas al propietario, equipo de trabajo, *dos buyer person* para conocer la situación comunicacional del negocio de la ‘Papelería Sucre’, en las plataformas digitales, en el contexto de su competencia. Mientras que para el segundo objetivo se delineó los valores y elementos diferenciadores del negocio de la ‘Palería Sucre’ mediante una encuesta, luego proceder el plan de medios y de inversiones para direccionar la gestión de la marca, en *Instagram*. En el último objetivo específico se postearán las piezas comunicacionales en la plataforma digital. Para concluir, la observación sistémica se da mediante los formatos audiovisuales serán difundidos y atraerán clientes y ventas, en *Instagram*, siempre para el emprendimiento ‘Papelería Sucre’.

Palabras claves: Estrategia de Comunicación, *Instagram*, *Engagement*, *papelerías*.

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema y objetivos

En el siglo XXI, en el ámbito de las comunicaciones resulta innegable que la plataforma de la Internet se ha convertido en el espacio que las personas, como individuos u organizaciones, deben utilizar para potenciar sus actividades económicas, así como la conexión e interacción con sus grupos de interés (*stakeholders*); para de esta manera, conseguir sus respectivos objetivos.

Esta realidad encuentra explicación en que el espacio digital favorece la publicación de contenidos con diversidad de formatos, el acercamiento a los usuarios, la expansión de las audiencias, el aumento de las interacciones y la obtención de *feedback* con inmediatez. De esta manera, la Internet se ha integrado, e incluso superado, a las plataformas mediáticas tradicionales como la Radio, la Televisión y la Impresa. La afirmación encuentra sustento al conocer que, conforme Sotomayor Pereira et al. (2018, p. 182), el 41% de una población de 15 a 70 años tienen como principal medio de comunicación a la Internet, mientras que, el 20% de esa muestra tiene de preferencia la Televisión, el 15% la Radio, y el 24% se suele informar mediante medios más tradicionales como lo son la prensa o la telefonía.

De igual manera Sandra Hall (2022), menciona que, los usuarios activos en redes sociales aumentaron en todo el mundo alrededor del 10% en 2022, con relación a 2021. Mientras que, Mentinno Consultores (2022, p. 18), indica que para el caso de Ecuador, existen aproximadamente 14 millones (78,8%) de usuarios activos en redes sociales, siendo la provincia del Guayas la que mayor incremento refleja con un 30% de esos usuarios; a su vez, menciona que Instagram es la segunda red social más usada en todo el país mostrando un número de 6,5 millones de usuarios activos hasta febrero de 2022, de los cuales el 19,24% tienen mayor actividad en la ciudad de Guayaquil. Todo eso denota que la popularidad de las redes sociales ha sido mayor del que en algún momento pudo preverse, ya que, en la provincia del Guayas los nuevos usuarios activos (hasta de febrero de 2022) son de 6.150, mostrando una variación del 8% con relación al 2021,

advierte este autor. Consecuentemente, puede afirmarse que, las plataformas digitales se han convertido en una de las principales herramientas para el desarrollo de una estrategia comunicacional que permita brindar cierto grado de posicionamiento en el mercado virtual, a las empresas con cualquier giro de negocio.

En este sentido, Sandeep Goyal & Esposito (2019, pp. 226-255), consideran que al momento de planificar una estrategia de comunicación conviene optimizar el uso de las redes sociales, pues por medio de ellas se puede establecer un vínculo mucho más estrecho de las organizaciones, empresas de cualquier tamaño, emprendimientos de personas naturales y marcas con sus respectivos públicos objetivos. De esta manera, los consumidores podrán identificar los productos o servicios que requieran. Es decir, la estrategia de comunicación tiene como principal objetivo la implementación de una campaña de posicionamiento en alguna red social porque gracias al uso correcto de las herramientas tecnológicas se pueden difundir contenidos relacionados con las necesidades inmediatas de los futuros compradores, así como ofrecer una atención directa, lo que puede dar como resultado un aumento de las ventas.

Así también, esta preferencia de los usuarios explica que el *e-commerce*, se haya desarrollado y potenciado alrededor del mundo, incluyendo a Ecuador. Sobre este tema, Ahmed Elghannam (2019, pp. 54-56), hace alusión al fuerte impacto que ha tenido el comercio digital dentro del imaginario colectivo, en el marco de la globalización. Asimismo, esta modalidad comercial ha generado una nueva estructuración de los pensamientos y modificado los comportamientos de los potenciales consumidores. En sus inicios servía esencialmente para la recreación entre usuarios de gustos similares, para luego convertirse en el principal potenciador de los negocios, al conseguir aumentar sus clientes con la “estatización de los contenidos” que se difunden en las diferentes redes sociales.

Si bien este potencial de las redes sociales es de conocimiento común, no todos los propietarios o administradores de negocios las utilizan. Un caso de aquello es el emprendimiento autónomo ‘Papelería Sucre’. Su ausencia en las redes sociales ha ido invisibilizando a este negocio, en el

espacio virtual. Esta situación empeoró con la pandemia de Covid-19 en 2020. Esta realidad revela la poca atención que ha recibido la idea de potencializar los canales digitales de comunicación para brindar una atención personalizada, que responda a las diferentes necesidades de los clientes. De igual manera, la nula presencia digital evidencia que no existe una persona encargada de administrar las redes sociales del emprendimiento autónomo ‘Papelería Sucre’; y, que no ha existido un presupuesto para el desarrollo periódico de las comunicaciones digitales. Todas estas debilidades han impedido el aumento de los clientes y las ventas.

De ahí que, para que el emprendimiento autónomo resurja y se fortalezca es necesario considerar la implementación de una estrategia comunicacional focalizada en las redes sociales. Si bien en la plataforma digital existen sin número de redes sociales, este Proyecto de Aplicación Profesional está enfocado en Instagram porque, como indica Cabrera de Llanos (2019, pp. 13-15), es una de las redes sociales con mayor crecimiento de usuarios, ya que, ha sido capaz de obtener la atención inmediata de personas que se encuentran interesadas en poder consumir un tipo de contenido fugaz.

La gestión de una estrategia digital implica adoptar la visión contemporánea de generar contenidos de valor para atraer nueva clientela porque de esa manera se puede crear una comunidad y fidelidad con los compradores obtenidos.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

- Diseñar una estrategia de comunicación enfocada en el uso de la red social Instagram para posicionar el emprendimiento autónomo ‘Palería Sucre’, en el segmento del mercado.

1.2.2 Objetivos específicos

- Determinar la situación comunicacional del negocio de la ‘Papelería Sucre’ en las plataformas digitales, en el contexto de su competencia, en su segmento del mercado.
- Delinear los valores y elementos diferenciadores del negocio de la ‘Palería Sucre’, el plan

de medios y de inversiones para direccionar la gestión de la marca en *Instagram*.

- Producir una muestra de piezas comunicacionales con contenido de valor para difundir, en *Instagram*.

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación teórica

El proyecto de investigación considera a María Cabrera de Llanos (2019, págs. 13-15), para explicar que *Instagram* es una red social que se encuentra en constante crecimiento debido a la atención que sus usuarios le dan a ella. De igual manera a Carlos Ballesteros Herencia (2019, págs. 216-217) para explicar el sentido del *Engagement* es el modo en que los consumidores generan cierto grado de fidelidad ante una marca determinada. También, a la página Rock Content (2019) para abordar lo relativo al marketing digital, pues su mirada inserta puntos que otros autores no tienen.

La relevancia de este proyecto de titulación radica principalmente en la propuesta de implementar una estrategia de comunicación digital para fortalecer su presencia digital a través de *Instagram*. En este sentido los artículos escolares, oficina, tecnología, servicios de recargas, fotocopiado, impresiones, plantificaciones, anillados, cyber, telefonía y las transacciones de los servicios básicos que ofrece el emprendimiento autónomo ‘Papelería Sucre’ se postearan en la cuenta de la red social. Así, el emprendimiento generará nueva clientela y ganancias.

La estrategia se apuntalará en los valores del emprendimiento autónomo ‘Papelería Sucre’ para generar un impacto que atraiga nuevos compradores. Mediante *Instagram* se podrá identificar las necesidades de un sector determinado, se generará un flujo constante de contenido audiovisual para compartir. De ahí que, es fundamental compartir con la comunidad un contenido de calidad para que los seguidores se mantengan pendientes de todas las novedades del emprendimiento.

1.3.2 Justificación metodológica

En el proyecto del PAP está basado en una investigación mixta porque me permitirá complementar la información necesaria para desarrollar mi estrategia de comunicación. De este modo, la entrevista al propietario y a los colaboradores me permitirán obtener información de primera mano sobre su marcha del negocio y su comunicación con los clientes actuales y posibles nuevos clientes. De igual manera, la encuesta me permitirá establecer una tendencia respecto a los intereses de los consumidores. Por último, la observación de la gestión de comunicación en la plataforma digital de la competencia favorecerá el aprendizaje respecto a tácticas y estrategias eficaces para el posicionamiento del mercado y el aumento de las ventas. De esta manera, también estableceré elementos diferenciadores para el emprendimiento ‘Papelería Sucre’.

1.4 Viabilidad

El proyecto de aplicación profesional sí tiene viabilidad porque tengo acceso a la información del negocio Papelería Sucre, ya que el propietario al estar de acuerdo con el desarrollo de una estrategia de comunicación, me la facilitará. Asimismo, todas las actividades consideradas para desarrollar la estrategia están concebidas para la duración del periodo establecido en la Unidad de Titulación Especial.

De igual manera, considero que este emprendimiento tiene la posibilidad de ingresar al mundo digital. Hoy en día las Redes Sociales facilita la creación de cuentas vinculadas con algún tipo de negocio, crear una comunidad virtual para realizar la compra y venta y así exista un comprador y un vendedor. Así también, con la estrategia de comunicación no se afectará negativamente a ninguno de los grupos de interés del negocio en marcha, a saber, está enmarcado en la ética de la profesión.

1.5 Resultados esperados

El resultado esperado para este proyecto de aplicación profesional es dejar elaborado un plan de comunicación para postear contenido de valor. De igual manera, otro resultado esperado

es que el emprendimiento autónomo ‘Papelería Sucre’ obtenga un reconocimiento en las Redes Sociales. Con la ayuda de Instagram se implementará videos e imágenes para poder generar una conexión con el usuario donde el principal objetivo es que el posible comprador obtenga toda la información necesaria para que pueda suplir sus necesidades.

Actualmente el emprendimiento autónomo ‘Papelería Sucre’ tiene una visión mucho más amplia, que se centra en la implementación constante de nuevos servicios que sean llamativos para poder obtener nuevos clientes, es decir que, en primera estancia se empezó con la venta de útiles escolares y suministros de oficina para posteriormente ir añadiendo los servicios de copiado, anillado, *cyber*, recargas telefónicas y pagos de servicios básicos.

Asimismo, otro resultado esperado es el diseño y producción de piezas comunicacionales que serán distribuidas a través de la red social Instagram, tales como el diseño de imágenes (en formato carrusel,) y videos (*reels*) que permitan dar a conocer los servicios ofrecidos por la papelería. La ‘Papelería sucre’ en el marco de la estrategia le hace falta el rediseño del logotipo, un slogan, esto es para que la identidad de marca y para promover rápido la identidad de un negocio.

1.6 Breve descripción de los siguientes apartados

A continuación, se profundizará en los detalles técnicos de la investigación relacionados al tipo enfoque y alcance junto con las diferentes técnicas que usarán para poder recopilar la información, es decir que, se dará un breve repaso a la fundamentación teórica que tendrá mayor utilidad en este proyecto. También se pondrán a detalle las preguntas que sirven de manera directa a la investigación junto con los objetivos esperados. Y luego, desarrollaré la fundamentación teórica.

En el segundo capítulo de este proyecto se profundiza el tipo de metodología que se usará para poder obtener los resultados planteados, o sea, se detallan los objetivos que dan estructura al proyecto. Adicionalmente, se empieza a establecer el diseño concreto de todo el proyecto a partir

de entender el alcance que tendrá el mismo junto con las técnicas que serán implementadas para poder recolectar toda la información de utilidad.

Mientras que en el tercer capítulo de este proyecto se detalla toda la fundamentación teórica usada para brindar mayor soporte académico a toda la investigación realizada, por eso, se procede a detallar los antecedentes de la investigación, tanto los teóricos como los prácticos de la propuesta para que de este modo se pueda tener mucho más contexto sobre ciertos fundamentos primordiales de la investigación que responden directamente al entendimiento correcto de la información utilizada en este proyecto.

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA

2.1 Enfoque

El presente proyecto de tesis tendrá por aplicación el uso de la metodología mixta. Según Hernández-Sampieri et al. (2018, pp. 22-31), la metodología de investigación mixta es precisa al momento de validar los resultados obtenidos mediante otros métodos investigativos, por eso, consiste en el acopio de información tanto del método cuantitativo como cualitativo. Considero apropiado el enfoque mixto porque me permitirá complementar la información necesaria para el diseño de mi estrategia de comunicación.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo general

- Diseñar una estrategia de comunicación enfocada en el uso de la red social Instagram para posicionar el emprendimiento autónomo ‘Palería Sucre’, en el segmento del mercado.

2.2.2 Objetivos específicos

- Determinar la situación comunicacional del negocio de la ‘Papelería Sucre’ en las plataformas digitales, en el contexto de su competencia, en su segmento del mercado.
- Delinear los valores y elementos diferenciadores del negocio de la ‘Palería Sucre’, el plan de medios y de inversiones para direccionar la gestión de la marca en *Instagram*.
- Producir una muestra de piezas comunicacionales con contenido de valor para difundir, en *Instagram*.

2.3 Formulación de preguntas de investigación

- ¿De qué maneras la red social *Instagram* se puede convertir en una herramienta de utilidad para impulsar las ventas y posicionar en el mercado virtual al negocio de la ‘Papelería

Sucre’?

- ¿Qué criterios deberían considerar los artes que serán elaborados para la estrategia comunicacional digital, en *Instagram*?
- ¿De qué maneras se podría mantener activa la presencia, en *Instagram*, del negocio de la ‘Papelería Sucre’?
- ¿Por qué la elaboración de una estrategia de comunicación digital basada en la optimización de las herramientas digitales, en *Instagram*, y que puede atraer potenciales clientes a un negocio?
- ¿Cuáles son los *Buyer Person* de la ‘Papelería Sucre’?
- ¿Cuáles son las preferencias de los clientes de la ‘Papelería Sucre’?
- ¿De qué manera llegan los clientes de la ‘Papelería Sucre’?
- ¿Cómo los clientes se han enterado de la existencia de la ‘Papelería Sucre’?
- ¿Qué imagen tienen los clientes de la ‘Papelería Sucre’?

2.4 Alcance

El alcance de este Proyecto de Aplicación Profesional es Guayaquil, pues el emprendimiento está localizado en esta ciudad y su propietario está interesado en aumentar las ventas en esta localidad.

No obstante, como el Trabajo de Integración Curricular está inserto en las plataformas digitales, y la cuenta se creará en *Instagram* para las publicaciones de las piezas comunicacionales, en Guayaquil.

2.5 Diseño de la investigación

De acuerdo con lo explicado en el apartado de Enfoque, mi PAP se desarrollará con una metodología mixta. En una primera fase, la investigación para mi estrategia de comunicación será exploratoria y también tendrá un componente descriptivo.

La muestra será del tipo por conveniencia, ya que, de esa forma se puede seleccionar un grupo concreto de acuerdo con las facilidades y aproximaciones de los lineamientos establecidos para este proyecto. De acuerdo, con Otzen y Manterola (2017, p. 230) la muestra por conveniencia otorga la oportunidad de poder seleccionar a cualquier persona que tenga funcionalidad directa con el estudio que se llevará a cabo, es decir que, le brinda al investigador cierto grado de accesibilidad y acercamiento hacia todas las personas que se verán involucradas en la investigación. De modo que, las personas que participarán en las encuestas serán los clientes.

2.6 Técnicas de recolección de la información

El proyecto de Aplicación Profesional, PAP, se utilizarán las siguientes técnicas de recolección de la información: la entrevista semi estructurada, la encuesta y la observación sistémica.

Según Sanchez et al. (2021, p. 117) se entiende que la entrevista es un modo de interacción, donde se busca recoger un tipo de información específica sobre determinado tema que se encuentra sujeto a la investigación. De igual manera, el autor Ríos Martínez (2019, pp. 70-73) considera que la técnica de la entrevista es el modo en que se puede recolectar una serie de ideas y opiniones sobre un tema de investigación, haciendo que se desarrolló un diálogo con la intención de plantear una conversación estructurada donde la información recibida será de utilidad para la investigación. Si bien existen diferentes tipos de entrevistas yo utilizaré la entrevista semi estructurada, ya que, de acuerdo con Díaz Bravo et al. (2013, p. 163) representa una exploración directa al momento de recopilar datos específicos que ayuden al descubrimiento de información nueva debido a su condición de adaptación que tiene al momento de presentar preguntar directas que faciliten el acopio de información de las personas entrevistadas.

De modo que, se piensa realizar una entrevista al Gerente General: Sr. Raúl Buenaño Cordero, principalmente porque es el dueño del emprendimiento y segundo porque es él quien lleva más tiempo administrando el negocio y está consciente del perfil de los clientes que va

constantemente a su establecimiento. También, entrevistaré a tres los empleados, para que indiquen la imagen que tienen del emprendimiento autónomo ‘Papelería Sucre’ y el modo en que se ha ido posicionando en el mercado. Se dialogará con dos *buyer person*, por el motivo de su compra por necesidad en el negocio. Aquí, se podrá identificar las fortalezas y las debilidades para que ambos aspectos sean mejorados y no se conviertan en un obstáculo dentro del crecimiento del negocio.

De acuerdo con Feria Avila et al. (2020, pp. 72-73) la encuesta es un método investigativo por el cual se puede recopilar todo tipo de información, tanto comentarios como información objetiva, en relación a un tema puntual que será inspeccionado de acuerdo a determinados objetivos que tienen como propósito el bienestar de un proyecto o comunidad, es decir, la encuesta permite la visualización de un panorama más amplio respecto a un tema en concreto; por eso, como ya había indicado para desarrollar mi PAPA también utilizaré la encuesta. A efecto de la estrategia de comunicación encuestaré a 10 clientes de Papelería Sucre para que obtener sus percepciones sobres los servicios y productos que ofrece el negocio

Por último, utilizaré la observación. Para mi proyecto de Aplicación Profesional resulta conveniente la observación sistémica, ya que, para Roberto de Miguel (2005, pp. 280-284) es la técnica que se constituye a partir de toda la información obtenida, es decir que, se toma de referente absolutamente toda la información para determinar sus resultados porque la misma posee rasgos de objetividad que facilitan la labor investigativa. Se usará la observación sistemática como soporte investigativo para determinar el modo en que la competencia usa los medios digitales para comunicarse y promocionarse con su audiencia. Con este propósito incluirá a tres emprendimientos que sean considerados como la competencia de ‘Papelería Sucre’.

2.7 Tratamiento de la información

Para exponer la información recabada con las técnicas de investigaciones, de forma rápida y eficiente, la encuesta la procesaré en *Google forms*, porque su *interface* brinda mucha facilidad

para tabular y elaborar los gráficos.

Tanto las entrevistas como la información obtenida con la observación sistémica, las procesaré con tablas de Word. Se utilizarán criterios o categorías temáticas que permitan efectuar los contrastes necesarios y ofrezcan una visualización ordenada y resumida de las más importantes opiniones. La efectuaré con base en criterios de revisión como, presencia en las redes sociales, ubicación, horario, canal, interacciones, marketing digital, logo, slogan, producto y servicios, precios referenciales.

CAPÍTULO 3 FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL DEL PAP

3.1 Antecedentes teóricos y prácticos de la propuesta

La estrategia de comunicación que desarrollaré para el emprendimiento autónomo de ‘Papelería Sucre’ atraviesa varios ámbitos de la comunicación, consecuentemente es importante que los defina.

3.1.1 Comunicación estratégica

De acuerdo con Antonio Cambria (2016, pp. 481-485), la comunicación estratégica es el modo práctico en que tiene como principal objetivo el implementar decisiones que sean coherentes para el mejoramiento del negocio. En este sentido, la comunicación estratégica integra procedimientos de mejoramiento que se puedan cumplir en determinado tiempo. Estos aspectos los tendré presente para el diseño de mi estrategia de comunicación digital para ‘Papelería Sucre’.

3.1.2 Redes sociales

Menciona Sicilia (2021, pp. 11-35), las redes sociales gratuitas, o con la opción de pago, la persona crea un usuario con la intención de compartir todo tipo de información personal, pero su objetivo es la comunicación digital para que se pueda establecer cierto grado de interacción entre personas que tengan gustos similares y se pueda crear una comunidad entre ellos. Incluyo esta conceptualización porque mi estrategia de comunicación para la ‘Papelería Sucre’ está enfocada en las redes sociales, en específico, en *Instagram*.

3.1.3 Instagram

Según Elena Lavagna (2022) la red social *Instagram* es una plataforma que le da la opción a sus usuarios de poder subir contenido audiovisual en distintos formatos para que de esa manera puedan ser compartidas con una comunidad que tiene gustos similares. Es decir, a través de las

imágenes y videos se puede interactuar con distintas personas en cualquier tipo de contexto social con un celular o móvil. En este sentido *Instagram* es mejor red social que *Facebook* por su mayor alcance con usuarios que quieran postear contenido.

3.1.4 **Engagement**

De acuerdo a Carlos Ballesteros Herencia (2019, pp. 216-217) el *Engagement* se lo puede entender como el rasgo de fidelidad presente en los consumidores en relación a una marca en concreto, es decir que, la idea de *Engagement* es un concepto muy amplio que abarca todas las interacciones que se van desprendiendo del consumo constante y la valoración que presentan la clientela, ya que, determinado negocio ha logrado consolidarse dentro de sus gustos personales a través de la persuasión y el uso de cualquier recurso que pueda atraer constantemente a los clientes. El seguimiento al *Engagement* me permitirá medir la efectividad de la estrategia de comunicación y establecer si se ha logrado o no conseguir la fidelidad de los clientes de ‘Papelería Sucre’. Este punto está relacionado con los indicadores de medición que deben implementarse para establecer la efectividad de estrategia de comunicación.

3.1.5 **Contenido de valor**

En la página Segunda Plana (2020) se indica que el contenido de valor es un modo específico donde se crea contenido concreto para determinado *target* que se ajuste de forma directa a los lineamientos de un negocio, o sea, el contenido de valor cumple con su función de aportar algún tipo de conocimiento específico para que así se pueda ir creando cierto grado de fidelidad entre los consumidores y la marca. En mi estrategia de comunicación produciré una pequeña muestra de piezas comunicacionales que rescaten las cualidades de los productos y servicios que ofrece ‘Papelería Sucre’, para de este modo atraer clientes y aumentar las ventas.

3.1.6 **Reputación digital**

Según Palos Sanchez et al. (2018, pp. 18-20) la reputación digital es todo lo bueno o malo que

difunde sobre determinada empresa o marca en los distintos ambientes digitales, bien sea redes sociales o medios de comunicación. Esto responde de forma directa al modo en que las marcas presentan formatos audiovisuales de calidad que van cumpliendo con las necesidades de los clientes y cómo ellos responden a los mismos. Una vez que ‘Papelería Sucre’ implemente la estrategia de comunicación digital que diseñaré, desde la plataforma digital *Instagram* se generará contenido de valor, que fortalecerá su reputación digital y contribuirá a aumentar sus ventas y fidelizar a sus clientes.

3.1.7 **Marketing digital**

En la página Rock Content (2019), se sostiene que marketing digital es la vinculación y la coordinación de múltiples estrategias de comercialización enfocadas en la comunicación de servicios o productos mediante el uso puntual de la Internet como principal medio de afinidad ante determinado grupo de personas.

Es decir que, todo proceso que tenga como principal intención establecer una estrategia de comunicación digital a través del uso de los medios digital. Para mi estrategia de comunicación de cierta manera me apoyaré en el marketing digital para promocionar los productos y servicios de la ‘Papelería Sucre’, pues publicaré contenidos de valor en *Instagram*.

3.1.8 **E-commerce**

Tomando en consideración lo que dice la *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) (2019, pp. 15-17) la modalidad de *e-commerce* es la forma en que el comercio digital responde directamente a cualquier tipo de compra, o venta, que se haga de forma virtual. Es decir que, todo tipo de bien tangible o servicio digital que sea adquirido mediante una virtualidad responder directamente a esta nueva metodología de realizar negocios.

El propietario de la ‘Papelería Sucre’ probablemente implemente el *e-commerce* para aumentar sus ventas.

3.1.9 Stakeholder

Según Aníbal Salazar (2018, pp. 75-77) el término de *Stakeholders* se refiere al grupo de personas que tiende a sentirse afectado por las acciones de una empresa en concreto. Por consiguiente, cuando un determinado negocio actúa sin considerar que su proceder puede afectar a sus consumidores, o a la sociedad en general, es cuando se van creando grupo detractores que buscan criticar el modo en que dicho negocio ha ido afectando su realidad inmediata.

En el caso de ‘Papelería sucre’ los clientes y los proveedores, son los principales *Stakeholder* a considerar para la estrategia de comunicación digital.

3.1.10 Consumidores

De acuerdo con Aguilar Méndez et al. (2022, pp. 485-487) el consumidor es la persona que expresa interés constante en adquirir los productos, o servicios, que ofrece determinado negocio. Es decir, un consumidor es toda persona que se encuentra presente en cualquier ámbito social y que se encuentra influenciado por las nuevas tecnologías. Para que, de esa manera, llega a interesarse por los productos que se encuentran en venta. Este punto es favorable, el negocio de ‘Papelería Sucre’ tendrá nuevos consumidores que busquen artículos de papelería en la *Internet*.

3.1.11 Cliente

De acuerdo con Quiroa (2019) el cliente puede ser entendido como un potencial comprador de un producto específico como de un servicio en concreto que es brindado por tercero, es decir que, el cliente es quien mediante una transacción financiera llega a recibir de modo directo algo que responde directamente a sus intereses o gustos personales.

Este concepto es de gran interés para el desarrollo de este proyecto debido a que se busca conseguir un aumento notable en la clientela de ‘Papelería Sucre’.

3.1.12 **Clientes fijos**

Concordando con lo dicho por Quiroa (2019) los clientes fijos son aquellos que realizan la adquisición de un producto o servicio de forma continua y que se encuentran complacido con la calidad o desenvolvimiento del mismo, por eso, llegan a sentir cierto grado de familiarización con la empresa o persona que se encarga de brindarle dicho producto o servicio haciendo que se cree una relación fija entre ambos debido a la calidad de lo que están ofreciendo junto a la atención personalizada que están brindando. Los clientes fijos que compran hacen que el emprendimiento ‘Papelería Sucre’ aumente sus ventas.

3.1.13 **Clientes esporádicos**

Según el portal web Marketingdirecto.com (2019) los clientes ocasionales son identificados debido a su frecuencia de compra en un determinado establecimiento, o sea, son los que se encargan de solicitar los bienes o servicios de un negocio una sola vez o de forma esporádica, respondiendo de forma directa a su necesidad personal de querer adquirir dicho servicio ofertado por determinado negocio. Los clientes esporádicos compran muy pocas veces en el emprendimiento ‘Papelería Sucre’.

3.1.14 **Marca**

En la página Cuaderno de Marketing (2019) la idea de marca responde a un signo específico que determina la propiedad de una empresa para que de esa forma sus clientes puedan identificarla de otras empresas que vendan productos similares o diferenciarla de modo general en el mercado.

Es decir, la marca otorga una identidad mediante una serie de elementos que brindan valor a la misma. La ‘Papelería Sucre’ no es tan reconocida por los integrantes del mercado porque no ha hecho un diseño de estrategia de comunicación digital hasta ahora. De ahí que se requiere una gestión de marca, para darle identidad al emprendimiento autónomo en la red social *Instagram*.

3.1.15 Valor de Marca

De acuerdo con Gozález Hernández et al. (2011, pp. 218-222) la idea de valor de marca hace alusión a una serie de factores cognitivos y afectivos que se le otorgan a determinado producto como valor adicional para que de esa manera la marca obtenga ciertos rasgos de respetabilidad e influencia dentro de sus consumidores, haciendo que la preferencia por dicha marca eleve el costo de dicho producto, es decir que, el conocimiento de la marca hace que los consumidores generen categorías de preferencia sobre determinados productos. En este sentido, el emprendimiento ‘Papelería Sucre’ necesita una estrategia de comunicación para crear piezas de valor en la red social *Instagram*.

3.1.16 Diferenciación del producto

Según el portal web ZIPIventory (2020), la diferenciación de los productos es uno de los aspectos más fundamentales al momento de posicionarse dentro del mercado, ya que, el saber presentar un producto o servicio de forma novedosas y atractiva a los posibles consumidores hace que dicho negocio adquiera cierta ventaja competitiva frente a los demás que están ofertando un producto igual o similar al suyo, por eso, el encontrar un modo correcto por el cual se pueda sobresalir dentro del mercado es de suma importancia al momento de desarrollar una estrategia de comunicación. La oferta de producto sirve para identificar ventajas en el mercado de papelería para este proyecto.

3.1.17 Identidad

En la página Mask comunicación (2020), se sostiene que la identidad visual es la manifestación de la personalidad de un negocio. En este sentido, cada propietario que quiere vender a través de las redes sociales, tiene que transmitir los elementos visuales como: el logotipo, slogan, e incluso por la cromática institucional de un negocio, es decir, la ‘Papelería Sucre’ debe tener presente todos esos elementos, en la estrategia de comunicación digital para que el cliente identifique el negocio sobre la competencia.

Esto es un punto a favor, porque así se fortalece para generar más clientes y ventas.

3.1.18 **Imagen de marca**

De acuerdo con Echeverría Ríos & Medina Quintero (2016, pp. 4-7) la imagen de marca es todo el compendio de ideas que dan forma a lo que determinado negocio significa para sus consumidores, o sea, es el modo en que todos los clientes (actuales y potenciales) se logran identificar con la marca a través de los elementos distintivos de la misma, como puede ser el logotipo o los contenidos que se generen en publicidad, sea digital o en otro medio. Es importante fortalecer en este proyecto para la ‘Papelería Sucre’.

3.2 **Antecedentes prácticos de la propuesta**

En materia de estrategias de comunicación para el segmento de papelerías hay diversidad de ejemplos interesantes para todo tipo de tamaño de negocio, en los ámbitos nacional e internacional. Aquí he seleccionado tres relacionadas con negocios ecuatorianos.

La estrategia planteada por Gordillo Veliz (2020) en la librería y papelería Continental, se destaca, por el uso de las redes sociales para aprovechar la tecnología que posibilita focalizar a los grupos de interés mediante la identificación concreta de sus necesidades y preferencias. En ese sentido, su estrategia opera desde los patrones de comportamientos que los clientes van demostrando a través del uso de las diferentes plataformas digitales. Precisamente ese punto que se relaciona con el *Engagement* será tomado en cuenta para el PAP, debido a que la retroalimentación es necesaria para conocer la estrategia de comunicación.

Otra estrategia de comunicación que resulta interesante y sirve de guía para este proyecto es la implementada por Machado Basantes & Panchi Quituzaca (2012) en la cual se pudo desarrollar un plan de comunicación para el microemprendimiento ‘JPS Suministros’. En ella se buscaba fortalecer los vínculos de fidelización existentes con sus consumidores. A través de la identificación de los nuevos requerimientos que ellos solicitaban, para que de esa manera se pueda

ampliar el *stock* de productos del establecimiento. Y, mostrándose ante sus clientes frecuentes, como un negocio mucho más completo.

Y, por último, según Carpio Mendoza & Quito Clavijo (2018) el plan estratégico ideal para el negocio *'The Copy Corner'*, fue el fortalecimiento del uso de las redes sociales mediante la creación de diseños que se vayan adecuando a los productos que ofrecen y que a su vez sea mucho más llamativos para poder obtener la atención de futuros clientes mediante dicha plataforma digital. Es decir que, su estrategia se fundamenta en la optimización de las herramientas ofrecidas por *Instagram*. En este caso, su negocio obtenga mayor presencia frente a su competencia.

3.3 Análisis del contexto

La 'Papelería Sucre' empezó como un emprendimiento autónomo de Segundo Raúl Buenaño Cordero, al que le puso un nombre comercial, para registrar la actividad económica en el Servicio de Rentas Internas, en el año 2000. En aquella época se alquilaba un pequeño quiosco cerca del Municipio de Guayaquil, en las calles 10 de agosto y av. Víctor Hugo Briones. En este espacio se ofrecía útiles escolares, copias B/N, Fax y recargas móviles. Luego, de este sitio fue desalojado, porque la zona iba a servir para construir un estacionamiento.

El emprendedor Buenaño, siempre tuvo la idea de evolucionar a un negocio mucho más formal resolvió trasladarse a otro lugar. Para seleccionar el sitio idóneo, consideró que el nuevo local debía estar ubicado en pleno centro de la ciudad. Porque tiene la cercanía de las instituciones públicas y privadas y colegios. Este escenario contribuiría al aumento de las ventas de útiles escolares y de oficina y, consecuentemente de sus ingresos para potenciar su rentabilidad. De este modo, en 2011, la 'Papelería Sucre' se trasladó a las instalaciones del Edificio Banco Park, ubicado en el centro de Guayaquil, precisamente en la calle Luque, cerca de varias oficinas que requieren abastecerse con material de papelería. Para poder desempeñar sus actividades rutinarias.

En la actualidad, el espacio del local es insuficiente. El propietario Segundo Buenaño, está consciente de ello y estima que requiere una ampliación del local para el equipo de trabajo y las

ventas de artículos y servicios. También, ampliar el negocio y promocionar contenido de valor, en Guayaquil, utilizando las piezas comunicacionales. Y, los artículos de útiles escolares, tecnología, suministro de oficina, servicios, se venden al por menor.

En 2022, la ‘Papelería Sucre’, además de ofrecer útiles de oficinas y escolares ha logrado incorporar al giro del negocio otros servicios como el de copiado, anillado, de cyber, de llamadas nacionales e internacional, de recargas telefónicas y pagos electrónicos de servicios y recaudaciones. En el rubro de materias de oficina y útiles escolares, la ‘Papelería Sucre’ ofrece principalmente las resmas de papel bond Xerox A4, que son las hojas usadas por casi todas las oficinas del sector, paquetes de sobre manila, caja de bolígrafos, lápices (de grafito y de colores), pinturas, carpetas, archivadores, cuadernos, pendrives, gomas, calculadoras, grapadoras, perforadoras, agendas, entre otros.

El propietario de la ‘Papelería Sucre’, Segundo Buenaño, lidera el negocio. Es decir que, la mayor parte del tiempo él se encarga de mantener buenas relaciones con todos los proveedores. Para que, de esa manera, la papelería se encuentre siempre abastecida y pueda cumplir con las necesidades de sus clientes. Asimismo, otra de sus funciones es la innovación de los servicios para la atención a sus clientes.

Mientras que los empleados de la papelería se encargan de cumplir otro tipo de funciones, como la atención a los clientes, al tiempo de promocionarles los otros servicios como el anillado, plastificado, encuadramiento, recarga electrónica, copias, impresiones, ciber y llamadas nacionales e internacionales que puedan ser de su interés.

En cuanto al tema de los proveedores, la ‘Papelería Sucre’ tiene cinco empresas que le abastecen y, se puede decir que, funcionan de manera complementaria. Es decir que, en caso de que uno de ellos no posea determinado producto que requiera algún cliente se puede solicitar el producto a otro proveedor que sí lo disponga.

Así poder cumplir con la necesidad del cliente, para que de esa manera se pueda crear

vínculos de fidelidad con los compradores. Y vuelven a la papelería cada vez que necesitan algún servicio o producto específico.

3.3.1 La competencia de ‘Papelería Sucre’.

En época de post pandemia, los negocios van mejorando poco a poco su situación económica. Lo mismo ocurre con la ‘Papelería Sucre’.

Con relación a los competidores cercanos o directos que tiene la ‘Papelería Sucre’, se puede mencionar tres de ellos, los que según su propietario son los más importantes por su cercanía en el mercado de papelerías: la ‘Papelería y Suministros Ortiz’, ‘Papelería Morocho’ y ‘Papelería Katty’. Los tres negocios desempeñan actividades comerciales similares a las que se desarrollan, en la ‘Papelería Sucre’. Por lo tanto, la organización se encarga de vender insumos de oficinas y útiles escolares para los clientes o compradores.

A continuación, la Tabla 1 recoge información general respecto a la oferta de productos y servicios, algunos precios referenciales, la ubicación y el horario de atención de los tres principales competidores, que nos permitirá comparar e identificar ventajas de existir alguna, en el mercado de papelerías.

Tabla 1 Competidores.

Competidores	Productos y servicios	Precios referenciales	Ubicación	Horario de atención
‘Papelería Sucre’	Venta de útiles escolares, suministros de oficina, recargas electrónicas, transacciones y <i>cyber</i>	Barra de silicón: 50 centavos Goma en barra: 80 centavos Bolígrafos: 30 centavos	Calle Luque 406 Pichincha	Lunes a viernes de 9:00 hasta 16:00

‘Papelería y Suministros Ortiz’	Venta de Útiles de Oficina y Papelería en General.	Barra de silicón: 75 centavos Goma en barra: \$1 Bolígrafos: 40 centavos	Lorenzo de Garaycoa 1256 y Clemente Ballén	Lunes a viernes de 9:00 hasta 16:00
‘Papelería Morocho’	Venta de útiles escolares, suministro de oficina	Barra de silicón: 65 centavos Goma en barra: 90 centavos Bolígrafos: 30 centavos	Diez de agosto y Pedro Carbo.	Lunes a viernes de 10:00 hasta 18:00
‘Papelería Katty’	Venta de suministros de oficina y Útiles escolares.	Barra de silicón: 75 centavos Goma en barra: \$1.10 Bolígrafos: 35 centavos	Gallegos Lara Mz 312 Solar 6.	Lunes a viernes de 9:00 hasta 20:00

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

En la Tabla 1 se observa como ‘Papelería Sucre’ se diferencia de sus competidores, ya que, las actividades comerciales que sus actividades comerciales no se limitan únicamente a la venta de útiles escolares y suministros de oficinas. Además, presta servicios como las recargas móviles, llamadas nacionales e internacionales y pagos de servicios básicos. Es decir que, la papelería sí se encuentra en un punto de cambios constante para ir actualizando los productos y servicios que son ofrecidos a sus clientes. Y, se buscan satisfacer las necesidades de su cliente, en el mercado de papelería, en el centro de la ciudad de Guayaquil.

De igual manera, en la tercera fila referida a los precios referenciales también se puede observar una diferencia, una ventaja de ‘Papelería Sucre’ porque los artículos son baratos.

En cambio, en la quinta fila que se refiere al horario de atención, todos los negocios se asemejan, con la excepción de la papelería Katty, que cierra a las 8pm, lo que podría favorecer el aumento

de las ventas, en el mercado de papelería. Este punto es algo que debería ser tomado en consideración por parte del propietario para que pueda promocionar de modo más específico a través del uso de piezas comunicacionales, en la red social *Instagram*.

Consecuentemente, en materia de la oferta de productos y servicios. ‘Papelería Sucre’ sí tiene elementos diferenciadores, respecto de su competencia, en el mercado de papelería. Serán considerados en la estrategia de comunicación digital, en *Instagram*.

3.3.2 Las comunicaciones de ‘Papelería Sucre’ y sus competidores.

Una vez que se ha referido al alcance del giro de negocio de ‘Papelería Sucre’, respecto de sus competidores, abordaré ahora el componente de las comunicaciones, en específico referido a la exposición, en las redes sociales.

A continuación, la Tabla 2 recoge información general respecto a los canales digitales de la competencia, la existencia o no de logotipo y slogan, también relacionados con una estrategia de comunicación digital, en el mercado de papelería.

Tabla 2 Canales digitales de la competencia.

Competidos	Canales	Interacciones	Formato	Logo	Slogan
‘Papelería Sucre’	Está registrado en <i>Google</i> .	En <i>Google</i> registra 60 visitas por mes.	No hay posteos.	Sí tiene	No tiene
‘Papelería y Suministros Ortiz’	<i>Facebook</i> .	Cada posteo en <i>Facebook</i> recibe aproximadamente 2 <i>likes</i> , pero no tienen comentarios.	Imágenes estáticas y mini videos informativos.	Sí tiene	No tiene
‘Papelería Morocho’	<i>Facebook</i> , <i>WhatsApp</i> y <i>e-mail</i> .	No se observan <i>likes</i> , ni comentarios	Imágenes estáticas y mini videos de los productos.	Sí tiene	No tiene

‘Papelería Katty’	<i>Instagram y WhatsApp Business.</i>	68 posts en <i>Instagram</i> . Cada <i>post</i> tiene cerca de 15 <i>likes</i> . Tiene 1681 seguidores.	Imágenes estáticas, <i>reels</i> y carruseles.	Sí tiene	No tiene
--------------------------	---------------------------------------	---	--	----------	----------

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

La Tabla 2 presenta el modo en que son usados los canales digitales tanto por parte de la competencia como por ‘Papelería Sucre’. Y, en ese sentido, se puede determinar que las papelerías que son consideradas como competencia sí poseen presencia en las redes sociales, por las que tienen la posibilidad de promocionar sus productos.

Asimismo, la tabla 2 refleja que las redes sociales una vez que han sido creadas pasan a un segundo plano, donde las publicaciones intermitentes de ciertos posteos hacen que las interacciones vayan disminuyendo constantemente. En este sentido el negocio de ‘Papelería Sucre’ sigue vigente vendiendo sus artículos a precio bajo frente a la competencia, en el mercado de papelería.

En definitiva, en materia de estrategia de comunicación digital, ‘Papelería Sucre’ está en franca desventaja respecto de su competencia. Y, el negocio está interesado en revertir con el diseño de la estrategia de comunicación digital, en *Instagram*.

3.3.3 La visión del propietario sobre ‘Papelería Sucre’.

La visión que tiene, Segundo Buenaño, propietario de ‘Papelería Sucre’ puede sintetizarse en cinco puntos clave y son: la confianza, la agilidad y el orden, la oferta de productos y servicios, el espacio físico y la ubicación, en el mercado de papelería, en Guayaquil.

3.3.3.1 **La confianza:** El emprendimiento autónomo ‘Papelería Sucre’ tiene los artículos de papelería y servicios de calidad. Esto quiere decir, que el propietario está preparado en darle lo mejor al cliente para que regrese a comprar y aumentar las ventas.

3.3.3.2 **La agilidad y el orden:** El local está ambientado para recibir hasta tres clientes por compra, porque existen tres cajeros, entonces, ellos tienen la obligación de invitar al cliente para acercarse a la caja y realizar el pedido. También, el turno se respeta. El negocio continúa activo y brindando la mejor experiencia.

3.3.3.3 **La oferta de productos y servicios:** El emprendimiento ‘Papelería Sucre’ vende artículos escolares y de oficina. Actualmente, Los artículos tecnológicos como pendrive, cable *HDMI*, cables *USB*, cargadores, tarjetas de memorias y auriculares inalámbricos son nuevos productos. El servicio que ofrece son cyber, telefonía, impresiones, fotocopiado, anillados, fax, recargas y transacciones de los servicios básicos.

3.3.3.4 **En el espacio físico:** El propietario Raúl Buenaño es dueño del local ‘Papelería Sucre’. El local está ubicado, en la zona céntrica de la ciudad, y tiene buen ambiente laboral. En este sentido, el emprendimiento autónomo sigue brindando excelente experiencia al cliente.

3.3.3.5 **La ubicación:** Las personas siempre pasan y observan que existe una papelería. Esto quiere decir que es fácil de llegar y comprar. También, alrededor del local existen entidades públicas y privadas del estado ecuatoriano e incluso está cerca del Malecón 2000.

El propietario de ‘Papelería Sucre’ desea que los clientes conozcan que es un negocio previsible, donde el cliente tiene que conectarse para que realice la compra. Para potenciar más el negocio se recurrirá a una estrategia de comunicación digital con piezas comunicacionales para promover la venta.

Estos puntos serán considerados como orientación para los contenidos de valor de las piezas comunicacionales a postear en Instagram y a considerar en el plan de medios.

3.3.4 **Elementos distintivos de la identidad del emprendimiento ‘Papelería Sucre’.**

3.3.4.1 Nuevo Logotipo :



Figura 1. Logotipo.

3.3.4.2 Slogan:

Servicio rápido y de calidad.

3.3.4.3 Misión:

Ofrecer artículos escolares, suministro de oficina y servicios de pagos y llamadas telefónicas, recargas, copias, impresiones, cyber y plastificaciones al por menor y al contado.

3.3.4.4 Visión:

Posicionarse como un negocio en constante innovación, referente del segmento de las papelerías por la diversidad y calidad de los productos, así como por la efectividad y rapidez en el servicio al cliente.

3.3.4.5 Paleta de colores:

La paleta de colores es: Azul y Amarillo, según la encuesta realizada por los clientes *millennials*.

3.3.4.6 Perfil en Instagram:



Figura 2. Perfil en Instagram.

3.3.5 La percepción de los trabajadores de ‘Papelería Sucre’.

Una arista importante para el diseño de la estrategia de ‘Papelería Sucre’ está relacionada con la percepción que tienen los trabajadores sobre el negocio, porque de esa manera se puede obtener una visión mucho más realista del modo en que está desarrollándose el negocio. Esta percepción se pudo obtener con la entrevista la cual se expone en la siguiente tabla. A continuación, la Tabla 3 recoge información general opiniones de los empleados sobre ‘Papelería Sucre’, además esta tabla expone los elementos diferenciadores, imagen del negocio, sugerencias y comunicación.

Tabla 3. Opiniones de los empleados sobre ‘Papelería Sucre’.

Empleado de la ‘Papelería Sucre’	Elementos diferenciadores	Comunicaciones	Imagen sobre el negocio	Sugerencias
Empleado1	Vende diversidad de productos de calidad y a bajo precio. Y servicios que no tiene la competencia.	No hay un número de WhatsApp para los clientes, ni cuentas en las redes sociales.	Amable con el cliente.	Vender nuevos productos de Papelería.

Empleado2	Se encuentra cerca de una universidad. Comercializa productos que son amigables con el medio ambiente	No usa las redes sociales.	Respetar el turno del cliente.	Usar las redes sociales para promocionarse.
Empleado3	Posición céntrica.	No hay comunicación directa con los clientes por medio de un canal digital.	Utiliza uniforme de la empresa para darle identidad.	Servicio de calidad para el cliente.

Fuente: David Buenaño.

La Tabla 3 Se observa que los tres empleados están de acuerdo de que la oferta de productos ofrecidos por la papelería se encuentra completamente ligada a la existencia de oficinas e instituciones académicas que existen cerca de su locación, como se puede evidenciar en la columna de Elementos diferenciadores.

Asimismo, en la columna de Comunicaciones se puede comprender que todos sí se han percatado de la existencia de una falencia respecto al uso de los medios digitales como herramienta de ventas por eso consideran que al usar las redes sociales tanto las ventas como la atención al cliente irían mejorando paulatinamente.

Con relación a la Imagen sobre el negocio todos los trabajadores entrevistados comprender que las redes sociales podrían funcionar como una vía de mejoramiento ya que los clientes tendrían una visión más digitalizada de la papelería haciendo que las promociones sean mucho más fáciles para los futuros clientes. Por lo tanto, los trabajadores de ‘Papelería Sucre’ tienen una perspectiva definida respecto al negocio, de las que se extraer que la ubicación del local ha sido de vital importancia para el desarrollo de la papelería ya que al estar en un sector rodeado de oficinas se ha convertido en un soporte constante para ellos por eso consideran que la innovación de servicios es un factor de gran provecho al momento de hablar de introducir productos de tecnología.

Los trabajadores de ‘Papelería Sucre’ siempre están dispuestos a ser responsables y trabajar en equipo. Además, tener pasión de cuidar, vender los productos y servicios para que el cliente regrese.

3.3.6 La percepción de los clientes sobre ‘Papelería Sucre’.

Si bien la encuesta arroja como resultado que la mayoría de los clientes son *millennials*, también los adultos compran los artículos escolares y de oficina. Los clientes acuden al local requieren los diferentes servicios como fotocopiado, recargas, impresiones, llamadas, *cyber* y plastificados, más transacciones, en el mercado de la papelería.

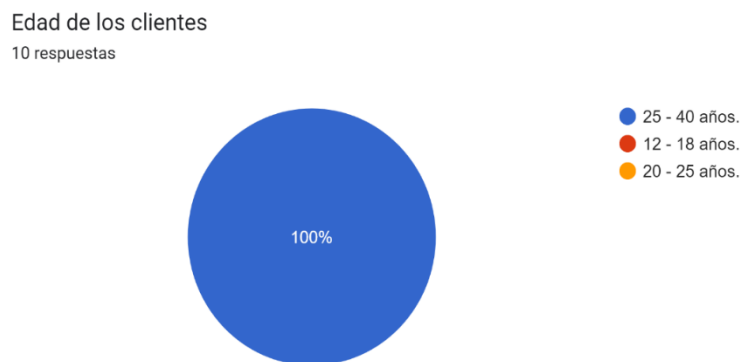


Gráfico 1. Edad de clientes

Los encuestados son *millennials* y es una gran ventaja para el negocio, ya que los clientes consumen las redes sociales para informarse. Esto favorece a la estrategia de comunicación, en *Instagram*, para el proyecto.

Percepción sobre la imagen del negocio
10 respuestas

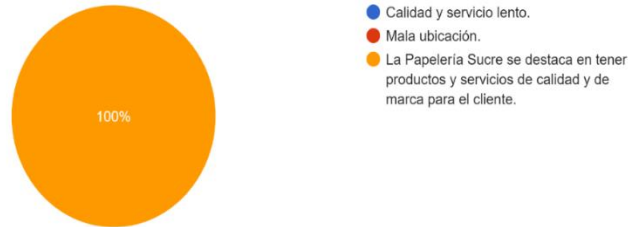


Gráfico 2. Percepción sobre la empresa

El negocio tiene una amplia variedad de artículo de oficina, útiles escolares y de tecnología más los servicios como cyber, llamadas telefónicas, anillados, copias, transacciones y recargas. Este punto también es positivo para la estrategia de comunicación, pues servirá para promocionar el negocio, desde la diversidad de productos y servicios que ofrece. Esto favorece a la estrategia de comunicación, en *Instagram*, para el proyecto.

Calificación sobre la atención del cliente
10 respuestas

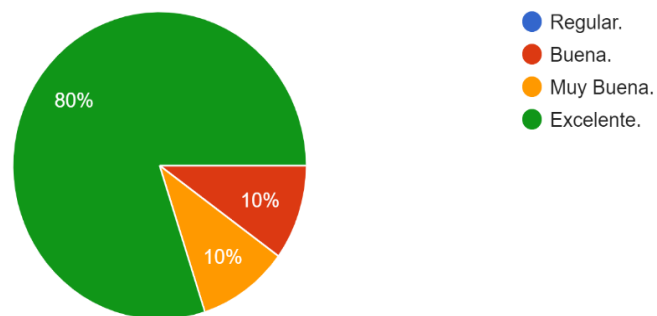


Gráfico 3. Calificación sobre la atención del cliente.

‘Papelería Sucre’ desea que el cliente compre y se vaya satisfecho es por esto que el equipo de trabajo brinda una excelente atención rápida y ágil. Esto favorece a la estrategia de comunicación, en *Instagram*, para el proyecto.

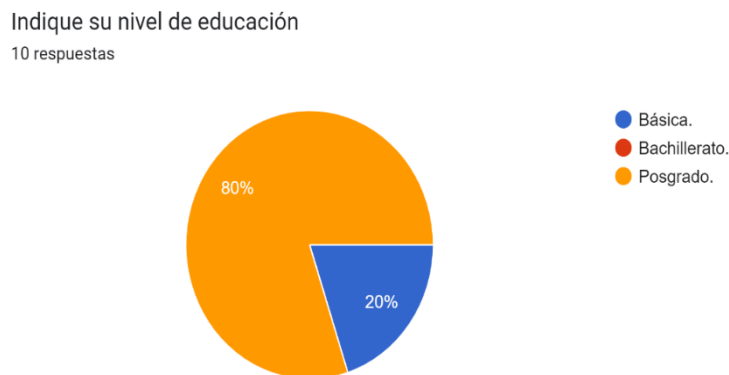


Gráfico 4. Nivel de educación

Como resultado es que los clientes tienen posgrado esto beneficia a ‘Papelería Sucre’. Esto favorece a la estrategia de comunicación, en *Instagram*, para el proyecto.

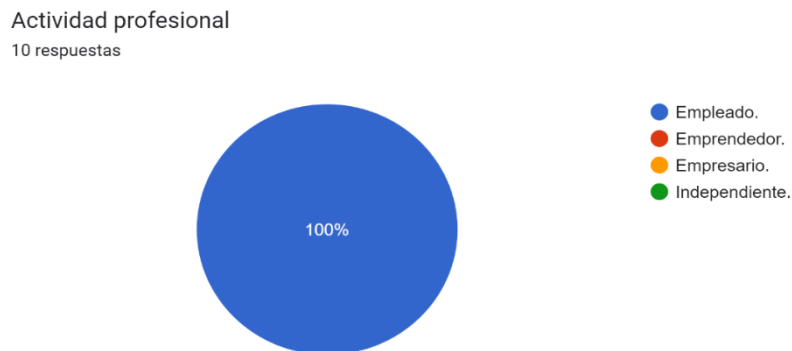


Gráfico 5. Actividad profesional

El negocio de la ‘Papelería Sucre’ tiene excelente movimiento de cliente que necesitan artículos de papelería todos los días. Esto favorece a la estrategia de comunicación, en *Instagram*, para el proyecto.

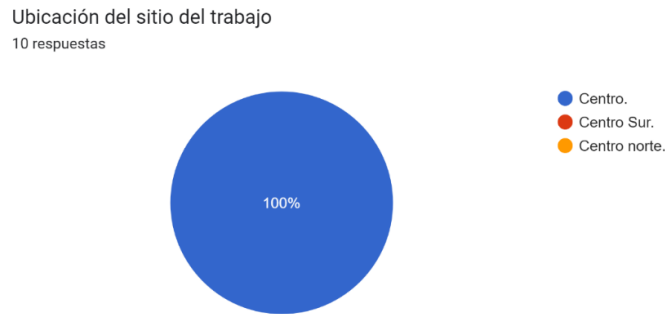


Gráfico 6. Ubicación del sitio de trabajo

El negocio de la ‘Papelería Sucre’ tiene excelente ubicación. Esto favorece a la estrategia de comunicación, en *Instagram*, para el proyecto.

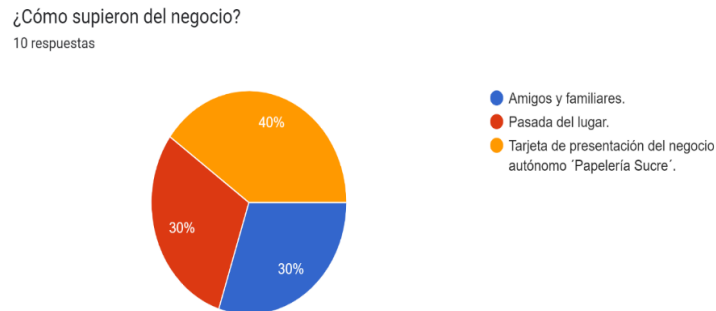


Gráfico 7. Idea del negocio

El resultado es favorable y los clientes se enteran por las tarjetas de presentación al emprendimiento ‘Papelería Sucre’, en *Instagram*. Esto favorece a la estrategia de comunicación, en *Instagram*, para el proyecto.

Periodicidad de la compra

10 respuestas

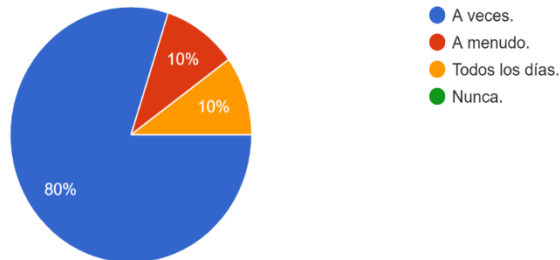


Gráfico 8. Periodicidad de la compra

Los clientes de la ‘Papelería Sucre’ desean visitarnos cuando quieren un producto de calidad y acuden al sitio más cercano, en este caso ‘Papelería Sucre’. Esto favorece a la estrategia de comunicación, en *Instagram*, para el proyecto.

Satisfacción con los productos y servicios

10 respuestas

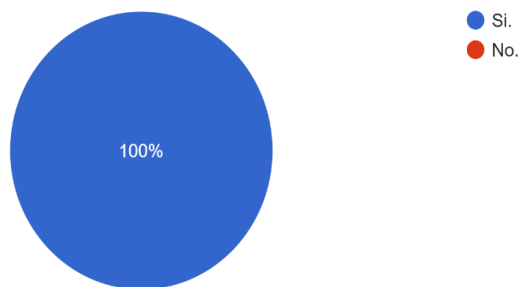


Gráfico 9. Satisfacción del consumidor

El emprendimiento ‘Papelería Sucre’ tiene los productos y servicios que necesita el cliente para su trabajo o estudios. Esto favorece a los contenidos de valor de las piezas comunicacionales, en *Instagram*, para el proyecto.

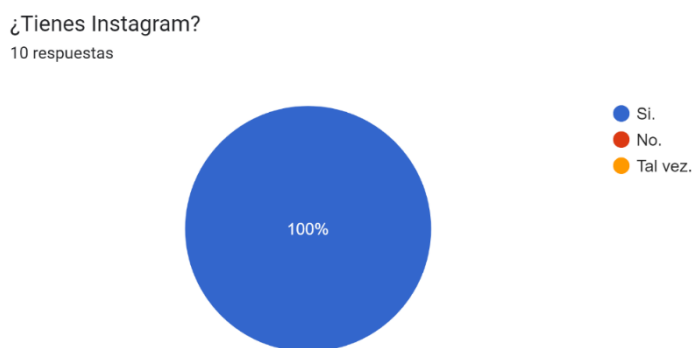


Gráfico 10. Red social

Los clientes tienen redes sociales, en este caso, *Instagram*. Las papelerías cercanas cuentan con redes sociales pero el emprendimiento ‘Papelería Sucre’ desea implementar *Instagram* para visibilizar sus productos y servicios por una plataforma digital. Esto favorece a los contenidos de valor de las piezas comunicacionales, en *Instagram*, para el proyecto.

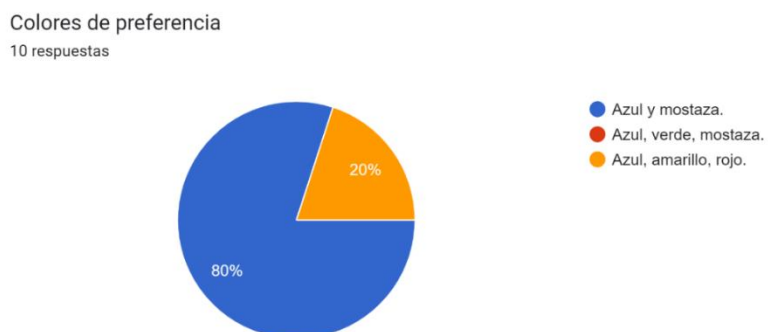


Gráfico 11. Preferencia en colores

De acuerdo con el resultado el emprendimiento autónomo busca crear nueva paleta de colores para implementar en el logotipo. Los colores ganadores son: azul y mostaza comunicando confianza, además que la mostaza llama la atención. Esto favorece a los contenidos de valor de las piezas comunicacionales, en *Instagram*, para el proyecto.

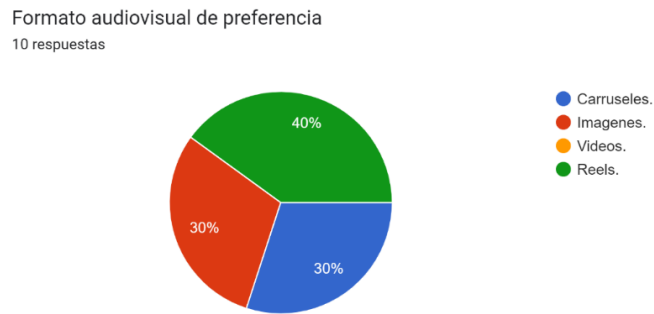


Gráfico 12. Formato audiovisual

El formato audiovisual es una herramienta de contenido para fomentar valor de identidad y postear los productos del emprendimiento. Esto favorece a los contenidos de valor de las piezas comunicacionales, en *Instagram*, para el proyecto.

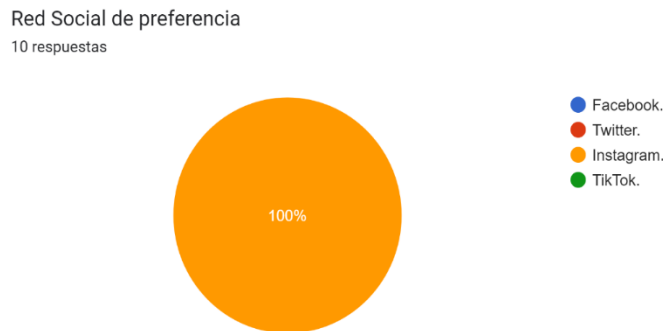


Gráfico 13. Red social de preferencia

La ‘Papelería Sucre’ desea implementar una cuenta en *Instagram* para promocionar los productos y servicios esto es favorable porque tendrá nuevos clientes digitales y se postearán los artículos y servicios en venta por la red social. En este sentido, es para atraer más clientes, pero el

resultado es generar más ventas. Esto ayuda a crear los contenidos de valor de las piezas comunicacionales, en *Instagram*, para el proyecto.

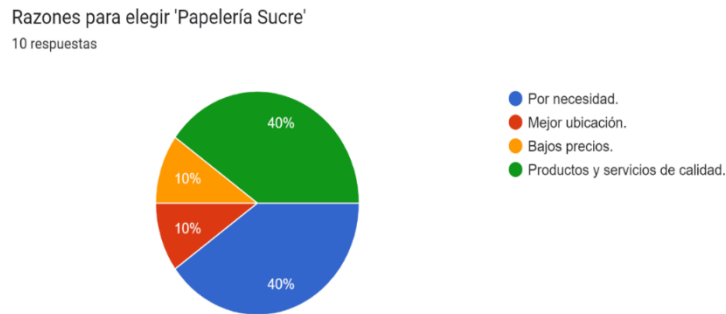


Gráfico 14. Factores de decisión

El emprendimiento de 'Papelería Sucre' tiene excelente ubicación y el equipo de trabajo se desenvuelve excelente en la venta de artículos para el cliente. Esto favorece a los contenidos de valor de las piezas comunicacionales, en *Instagram*, para el proyecto.

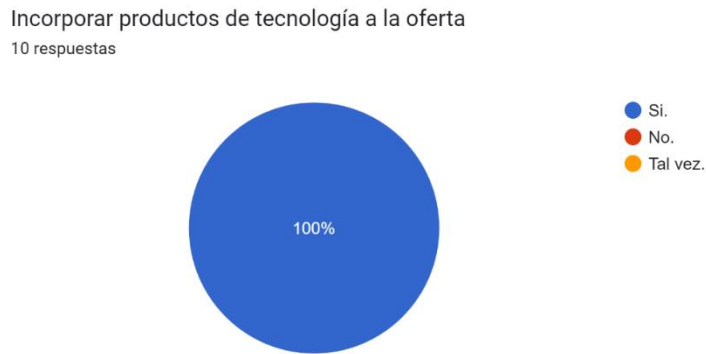


Gráfico 15. Productos tecnológicos

Los clientes necesitan estos artículos como: los cargadores, cables *USB*, *pendrive*, teclados con luces para *laptop* o *pc*, *mouse* con luces para *laptop* o *pc*, entre otros ya que los clientes tienen *smartphone*. El propietario, por el giro del negocio de introducir productos de tecnología para

celulares, laptop y tv. Esto favorece a los contenidos de valor de las piezas comunicacionales, en *Instagram*, para el proyecto.

¿Cómo calificas la venta de los productos de la 'Papelería Sucre'?

10 respuestas

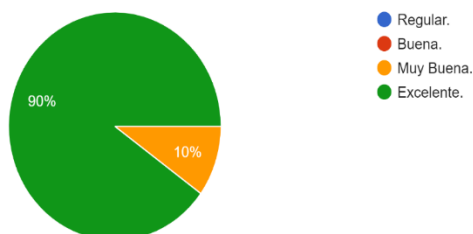


Gráfico 16. Calificación de productos

La encuesta demuestra resultados completamente positivos para 'Papelería Sucre', es decir que, el agrado de los clientes respecto a los productos en el local, si beneficia un ingreso económico para el negocio. Esto favorece a la estrategia de comunicación, en *Instagram*, para el proyecto.

¿Cómo calificas la imagen de la 'Papelería Sucre'?

10 respuestas

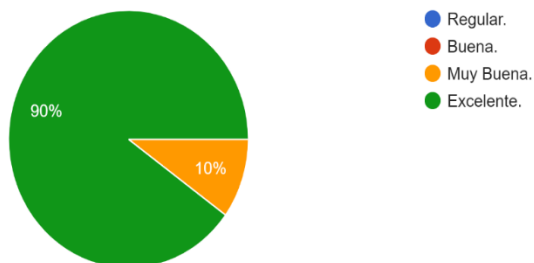


Gráfico 17. Calificación de imagen

Los clientes respondieron excelente mientras, que los otros clientes eligen regular, en el mercado de papelería, en el centro de Guayaquil. Esto quiere decir que beneficia el camino de la estrategia de comunicación digital para este proyecto.

3.4 FODA

De acuerdo con Nikulin & Becker (2015, p. 129) el análisis FODA es una herramienta que potencializa la profundización de ciertos factores que son de utilidad al momento de planificar de modo preciso el crecimiento de un negocio, esto tomando en cuenta que sus siglas traducidas al español significan Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades, creando la oportunidad de considerar todas las metas establecidas para que puedan ser cumplidas de forma directa. A continuación, se presenta una tabla con el análisis FODA realizado a ‘Papelería Sucre’.

Tabla 4. Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• La ubicación estratégica.• Local propio.• Productos de calidad.• Precios competitivos.• Incorporación de nuevos servicios y productos.• Excelente atención al cliente.• Clientela fija.• Clientela cautiva.• Tiene buscador <i>en Google</i>.	<ul style="list-style-type: none">• Integrarse a Instagram.• La promoción de los nuevos servicios, que su competencia no tiene.• La creación de un número de WhatsApp para atender a los clientes.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• No tiene cuentas en las redes sociales.• No se promociona de forma tradicional.• Presupuesto inexistente para las comunicaciones.• Falta de una estrategia de comunicación digital.	<ul style="list-style-type: none">• La crisis económica generalizada.• Los fallos tecnológicos en las plataformas de los servicios que ofrece.

Fuente: David Buenaño.

En la parte de *Fortalezas* se puede comprender que, el encontrarse en una ubicación estratégica es un factor muy fundamental más el hecho de poseer local propio. Adicionalmente, los nuevos servicios y productos que son vendidos a un precio asequible, en el mercado papelerero.

A su vez, ‘Papelería Sucre’ tiene otro rasgo distintivo y es la atención al cliente al momento de poder generar vínculos de fidelidad del equipo de trabajo y el cliente. Esto favorece para mi estrategia de comunicación digital.

Los clientes fijos y clientes esporádicos lo tienen cualquier negocio. El emprendimiento ‘Papelería Sucre’ frente a la competencia innova los productos y servicios. En este sentido la competencia está en desventaja porque el cliente de ‘Papelería Sucre’ tiene excelente ubicación y buena ubicación de los artículos de útiles escolares u oficina y servicios. Además, la fila de turno da una imagen de orden y seguridad para realizar la compra y venta para la estrategia de comunicación digital para este proyecto.

En este apartado Las Oportunidades se entiende que el sumar una plataforma digital al negocio sería de vital importancia. Porque para poder explotar un mercado que no está siendo aprovechado por su competencia, mientras que, en las *Debilidades* el no contar con un presupuesto estructurado podría ocasionar ciertas inconsistencias al momento de implementar la estrategia. Ya que no habría una constancia en el trabajo de las redes sociales. Por último, en las Amenazas que presenta el negocio es que si hay fallos tecnológicos se atrasa la compra.

3.5 Objetivos de la estrategia de comunicación

- Diseñar los elementos de la identidad de marca de la ‘Papelería Sucre’ como el logotipo, el slogan, misión, visión, paleta de colores y user.
- Crear una cuenta en Instagram para promocionar los valores de la marca, los productos, los servicios y poder interactuar con los posibles clientes.
- Producir una muestra de piezas comunicacionales con contenido de valor.
- Propiciar el aumento de las ventas.

3.6 BUYER PERSON

Para finalizar, la idea de los dos *buyer person* que se puede encontrar comprando de modo frecuente en ‘Papelería Sucre’. Son aquellas personas que trabajan en oficinas cercanas, en el mercado de papelería. Los buyer son millennials y responden de modo directo a una influencia digital, porque tienden a satisfacer sus necesidades de consumo mediante el uso constante de las redes sociales. Por eso es primordial llegar a implementar las ventas, en forma online. Para que el propietario Segundo Buenaño pueda ajustarse a las nuevas tecnologías.

Tabla 5. Buyer Person del negocio de ‘Papelería Sucre’

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Anita Paola Cevallos Carpio. ➤ Medicina general. ➤ Femenino. ➤ 30. ➤ Casada. ➤ Mapasingue oeste. ➤ IEES consulta externa. ➤ \$1000. ➤ <i>Facebook, Instagram, LinkedIn, twitter.</i> ➤ Imágenes y videos. ➤ <i>Instagram. Me gusta ver los reels de cuentas que me gustan.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Manuel Carvajal. ➤ Analista contable en el <i>DelBank.</i> ➤ Masculino. ➤ 39 años. ➤ Casado. ➤ Vía a la Costa. ➤ <i>DelBank.</i> ➤ \$3 000 ➤ <i>Facebook, Twitter e Instagram.</i> ➤ Imágenes y Videos. ➤ <i>Instagram y Facebook.</i>
--	--

Fuente: David Buenaño.

3.7 Concepto y temática

La estrategia de comunicación para fortalecer el emprendimiento autónomo ‘Papelería Sucre’ es eminentemente digital.

Está fundamentada en la creación de los elementos distintivos de la identidad del negocio como, el logotipo, misión y visión, paleta de colores y usuario, en *Instagram*. Esto favorece a mi estrategia de comunicación para el proyecto.

En efecto, Los productos y servicios se venden al por menor, de calidad y se encuentra ubicado, en el centro de Guayaquil.

Según la encuesta señala que la clientela es millennials por lo tanto las piezas comunicacionales deben ser concebidas para ser difundidas de manera continua mediante un plan de medios de 6 meses y necesariamente deben ser en diversidad de formatos visuales y audiovisuales. Estos formatos audiovisuales serán elaborados por la aplicación *Canva*, con letra *Times New Roman*, tamaño 12, sin sombra.

3.8 Plan de medios

El plan de medios está programado para 6 meses.

La difusión de contenidos promocionales que debe contemplar ‘Papelería Sucre’ es el tipo de medio propio. En este sentido, la distribución de los contenidos generados ocurre por el canal de comunicación, en *Instagram*. En el marco del plan de medios, las publicaciones, en Instagram, contemplaran:

3.8.1.1 **Las piezas comunicacionales:** La planificación de contenido debe llevar *reels*, imágenes, videos y carruseles para crear contenido de valor y fortalecer el emprendimiento ‘Papelería Sucre’.

3.8.1.2 **El call to action:** La venta de productos de papelería en Instagram debe realizarse con la herramienta *call to action* ya que sirve para atraer interés al cliente del artículo de oficina y escolar, además los servicios como cyber, plastificaciones, recargas, fotocopiado, impresiones y transacciones de servicios básicos, esto incluye los testimonios de los clientes y del propietario.

3.8.1.3 **Los tags:** La nueva forma de generar etiqueta para dar información a un contenido subido mediante el uso de palabras claves para ‘Papelería Sucre’.

A continuación, la programación de promoción de las piezas comunicacionales de ‘Papelería Sucre’.

Tabla 6. ‘Cronograma de Papelería Sucre’.

Contenido	Reel	Imagen	Carrusel	Reel	Imagen	Carrusel	Reel
Call to Action	Testimonio del propietario sobre como vender el siguiente producto tecnológico Mouse para PC. Al por menor.	Audífonos para PC. Al por menor. <i>Cómpralo a \$13.00</i>	Bloc de notas color rosa, azul, amarillo, rojo, celeste, naranja, blanco, negro. Al por menor.	Testimonio de cliente de la compra de un pendrive de 8gb. Comentando del producto de calidad.	Este lápiz es de marca Faber Castell y es de calidad. <i>Cómpralo a 0.85 centavos.</i>	Vendemos al por menor los siguientes suministros de oficina.	Testimonio de cliente de la compra de los productos y de lo que se ofrece de los servicios.
Tags	#mouse #pc #venta #negocio	#smallbusiness #audífonos	#bloccdenotas #papeleríasucre	#liderazgo #success	#objetivo #papelería #lápiz	#instafashion #gye	#ventas #negocio #serviciodetransacción #papelería
Semana 1							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	Reel	Imagen	Carrusel	Reel	Imagen	Carrusel	Reel
Call to Action	El cliente necesita el servicio de recarga móvil de \$1.	Pegatinas de colores. Al por menor. <i>Cómpralo a \$2.50</i>	Lápices de colores, mouse inalámbrico, caja de bolígrafos BIC y grapadoras. Al por menor. <i>Cómpralo a buen precio.</i>	El cliente prueba el producto audífonos inalámbrico del emprendimiento 'Papelería Sucre'. <i>Cómpralo a \$20.00</i>	Pendrive de \$ 32gb 16gb y 8gb. Al por menor.	Cargador S10 VS cargador Iphone original. Al por menor.	Testimonio de cliente de la compra de un artículo tecnológico para la TV.
Tags	#papeleríasucre #Like #follow	#papeleria #centro #gye	#audífonos #celulares #cableHDMI	#like #gye #papelería #centro #PC	#cablesUSB #celulares	#papeleria #venta #cargadores #iphone #samsung	#like #cliente

Semana 3							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	Reel	Imagen	Carrusel	Reel	Imagen	Carrusel	Reel
Call to Action	Testimonio del propietario para vender los Audífonos originales para celulares Marca Samsung. Al por menor.	Bolígrafos con borrador. Al por menor. Cómpralo a \$1.00	Marcador punta fina para hoja color verde y rojo. Al por menor.	Testimonio del propietario del siguiente producto Marcador para CD. Al por menor. Listo para la venta.	Bolígrafo estilográfica. Este tipo de bolígrafo tiene un toque clásico. Cómpralo a \$3.00	Bolígrafo 'BIC' de color azul, negro, rojo, verde y rosa.	Testimonio del cliente de la compra de los productos y los servicios rápidos. Es decir, si son buenos o malos.
Tags	#audifonosparacelulares #samsung #papeleríasucre #venta	#bolígrafoconborrador #papeleríasucre	#marcadorespuntafina #papeleríasucre	#marcadorparaCD #papeleríasucre	#bolígrafoquetieneaguacomobase #escriturasuave	#bolígrafobic #papeleríasucre	#like #comenta
Semana 4							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	Reel	Imagen	Carrusel	Reel	Imagen	Carrusel	Reel
Call to Action	Testimonio del cliente de la compra del Bolígrafo de marca Bic. Gran calidad en el acabado. Al por menor.	Notas rápidas de color rojo, azul, amarillo y verde. Tiende a crear un trazado fino para la escritura. Cómpralo a \$1.50 centavos.	Borradores de gel. No deja manchas al borrar.	Testimonio del propietario indicando de los Bolígrafos de marca BIC con la punta gruesa. Color negro, rojo y azul. Ideal para tu escritura.	Bolígrafos marca BIC VS Faber Castell. Tenemos de todos los colores. Cómpralos a 0.75 centavos.	Bolígrafos marca Faber Castell. Punta fina, punta media y punta gruesa.	Marcadores punta fina marca BIC. Punta micro, punta fina, punta gruesa.
Tags	#bolígrafoweek #papeleríasucre	#notasrápidas #papeleríasucre	#borradoresdegel #papeleríasucre	#bolígrafobicpuntas #papeleríasucre	#bic #fabercastell	#bolígrafosfabercastell #papeleríasucre	#bic #marcador #puntafina #papeleríasucre
Semana 5							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	Reel	Imagen	Carrusel	Reel	Imagen	Carrusel	Reel
Call to Action	Testimonio del propietario de la compra del Marcador Extra fino. Punta 4mm.	Bolígrafo. Hasta de 8mm de punta fina. Cómpralo a \$1.50 centavos.	Testimonio del cliente de la compra del Bolígrafo vs. Bolígrafo de tinta líquida: ¿Cuál es el mejor?	Bolígrafo que te parezca cómodo. Marca Bic o Faber Castell. Solo aquí en 'Papelería Sucre'.	Consejos para escribir con un bolígrafo marca BIC.No lo sujetes demasiado firmemente o cansarás tu mano enseguida para no cansarte. Cómpralo a \$0.75 centavos.	Bolígrafo marca BIC vs Paper Mate. Intenta escribir al máximo.	Testimonio del cliente de la compra en 'Papelería Sucre'. Al por menor la compra de bolígrafos marca BIC y Faber Castell.
Tags	#marcadorpuntafino #papeleríasucre	#bolígrafopunta8mm #papeleríasucre	#bolígrafovdetintalíquida #papeleríasucre	#comodaescritura #papeleríasucre	#consejosdepapeleríasucre #negocio #marketing	#bolígrafobic #papeleríasucre	#marketing #papeleríasucre #negocio

Semana 6							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	Reel	Imagen	Carrusel	Reel	Imagen	Carrusel	Reel
Call to Action	Testimonio del propietario 'Papelería Sucre' menciona que tiene bolígrafos de marca Bic cristal y tú puedes observar la tinta. Cómpralo a \$0.75 centavos.	Compra: Tinta para impresora. ¡Aquí en la 'Papelería Sucre'! Cómpralo a \$10.00 marca Epson.	6 artículos de útiles escolares que no puede faltar en tu mochila. Sacapuntas, Lápiz, Marcadores, bolígrafos, regla, borrador.	Servicio de copias a color y B/N.	Resmas Xerox A4. Lleva el paquete de 400 hojas. Cómpralo a \$4.00 centavos.	Juego geométricos. Indispensable para tu mochila.	Necesitas archivadores para guardar tus documentos. Tenemos de color negro, verde, rosa, blanco y azul.
Tags	#bolígrafocristal #papeleriasucre	#marketing #papeleriasucre	#artículosdeútilsescolares #papeleriasucre	#copiasB/N #copiascolor #papeleriasucre	#hojasA4 #resmasXerox #ecológico #papeleriasucre	#juegosgeométricos #papeleriasucre	#archivadores #papeleriasucre

Semana 7							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	Reel	Imagen	Carrusel	Reel	Imagen	Carrusel	Reel
Call to Action	Testimonio del cliente de los diferentes tipos de bolígrafos. Estos productos son de calidad.	Marcas de bolígrafos. Bic y Faber Castell. Cómpralo a \$0.75 centavos.	Tipos de bolígrafos para escribir. Punta fina, punta media y punta gruesa. Cómpralo a \$0.75 centavos.	Testimonio del propietario de las marcas de bolígrafos elegantes. Bic Cristal. Punta fina, punta media y punta gruesa.	Los mejores bolígrafos para escribir. Punta fina. Es el que mas se vende. Cómpralo a \$0.75 centavos.	Mejores bolígrafos para oficina. Bolígrafo ballpoint. Su textura es delgada para un mayor agarre y una escritura ágil.	Testimonio del propietario de los mejores bolígrafos para apuntes. Punta fina porque permite una escritura rápida.
Tags	#bolígrafos #papeleriasucre	#bolígrafos #papeleríaSucre	#escribir #bolígrafo #papeleriasucre	#bolígrafospuntafina #papeleriasucre	#marketin #negocio #ventasdebolígrafos #papeleriasucre	#bolígrafoestrella #oficina #papeleriasucre	#bolígrafo #papeleriasucre

Semana 8							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	Reel	Imagen	Carrusel	Reel	Imagen	Carrusel	Reel
Call to Action	Testimonio del cliente por la compra de una caja de crayolas triangulares. En 'Papelería Sucre' se venden las cajas de 6, 12 y 24 colores.	Caja de temperas. Tenemos de 6 a \$2.00, 12 colores a \$4.00 y 24 colores a \$6.00.	Frasco de goma blanca, pincel plano cerda blanca N.24, tijera escolar punta redonda.	Hojas de papel bond tamaño A4. Hojas para dibujar. Cómpralo a 0.30 centavos.	Cartulina tamaño A3. tenemos varios colores, rojo, azul, rosa, naranja, amarillo, menta. Cómpralo a 0.25 centavos.	Pliego de papel crepé, pliego de papel periódico, funda de papel brillante. Tenemos de cualquier color. Pídelo aquí en 'Papelería Sucre'.	Testimonio del propietario de las Cartulinas tamaño A3 color blanco. Especial para el escuela. Cómpralo a 0.25 centavos.
Tags	#crayolatriangulares #papeleriasucre	#cajadetemperas #papeleriasucre	#útilsescolares #escuela #universidad #ventas #papeleriasucre	#hojasbondblanca A4 #papeleriasucre	#cartulina #útilsescolares #papeleriasucre	#papelcrepé #papeleriasucre	#catulinaA3 #papeleriasucre

Semana 9							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Reel</i>
Call to Action	Testimonio del propietario para vender el pliego de papel bond. En 'Papelería Sucre' hay de color blanco y papel bond de cuadro y de líneas. Cómpralo a 0.75 centavos.	Funda de palos de helado. Lleva el paquete de 24 palos para trabajos manuales. Cómpralo a \$2.00	Pliego de papel bond a 0.50 centavos, pliego de papel seda a 0.50 centavos, marcador permanente a 0.75 centavos, escarcha a 0.50 centavos. Lleva tus útiles escolares a precio barato y artículos de calidad.	Testimonio del cliente por la compra de la caja de lápices de colores	Caja de plastilina de colores. Lleva tu paquete de 6 a 0.50 centavos y de 12 a \$1.05 centavos.	Caja de crayones jumbo a \$1.25 centavos. Observa todos los colores. Caja de 6 a \$1.25 centavos, 12 colores a \$2.00 y de 24 colores a \$3.00	Testimonio del cliente por la compra del cuaderno cosido parvulario de cuadros. Perfecto para tu mochila. Cómpralo a \$1.25 centavos.
Tags	#papelbond #papeleríasucre	#venta #papeleríasucre	#útilsescolares #papeleríasucre	#lápicesde colores #papeleríasucre	#plastilina #papeleríasucre	#crayones #papeleríasucre	#cuadernoparvulario #papeleríasucre
Semana 10							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Carrusel</i>
Call to Action	Testimonio del propietario vende una goma blanca. 'Papelería Sucre' tiene de tamaño pequeño, mediano y grande. Listo para que pegues figuras. Adquierelo aquí en la 'Papelería Sucre'.	Lápiz triangular jumbo. Es un lápiz que su grafito es grueso. Llévatelo para trabajos de dibujos. Cómpralo a \$0.75 centavos	Sacapuntas doble, de tamaño pequeño, de plástico o de metal. También, caja de témperas, 6 colores, pincel N°12.	Testimonio del propietario vende los cuadernos de 80 hojas grapados. 'Papelería Sucre' tiene diferentes cuadernos de tamaño mediano y grande. Encuentranos Luque y Pichincha.	Tijera con punta redonda. Con diseño y de colores, rojo, rosa, azul, blanco, negro. Cómpralo a \$1.25 centavos.	Carpetas plásticas, parquete de hojas perforadas A4. Lleva este combo para que puedas adjuntar tus documentos y escribir en las hojas perforadas.	Marcadores escolares, varios colores, compás escolar, juego geométrico, cuaderno de 100 hojas a cuadros.
Tags	#gomablanca #papeleríasucre	#grafitogrueso #papeleríasucre	#útilsescolares #papeleríasucre	#cuadernograpado #papeleríasucre	#tijeras #papeleríasucre	#carpetas #hojasperforadas #papeleríasucre	#útilsescolares #papeleríasucre
Semana 11							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Reel</i>
Call to Action	Testimonio del cliente de la compra de un Enchufe de múltiples conectores. Conecta todo tipo de cable. Cómpralo a \$3.00	Teclados para PC. Cómpralo a \$4.00	Mouse inalámbrico. Úsalo para tu laptop. Cómpralo a \$6.00	Testimonio del propietario indicando que 'Papelería Sucre' tiene el servicio de telefonía de Alquiler para realizar llamadas nacionales e internacionales.	Tinta y tóner para la impresora. Tenemos de colores y B/N. tinta de marca Epson de calidad. Cómpralo a \$10.00	Engrapadoras, grapas, sujetapapeles. Tenemos tamaño pequeño, mediano y grande. Fácil de usar. Úsalo para tu oficina.	Testimonio del propietario de los artículos de oficina. Tenemos Marcadores de pizarra y resaltadores.
Tags	#enchufes múltiples #papeleríasucre	#tecladospara PC #papeleríasucre	#mouseinalámbrico #papeleríasucre	#ventas #llamadasnacionales #papeleríasucre #marketing	#tintaparaimpresora color/B/N #papeleríasucre	#engrapadoras #sujetapapeles #like #papeleríasucre	#marcadoresdepizarra #papeleríasucre

Semana 12							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	Reel	Imagen	Carrusel	Reel	Imagen	Carrusel	Reel
Call to Action	Testimonio del cliente de la compra de los archivadores. 'Papelería Sucre' vende de tamaño grueso y fino. Con diferentes colores, negro, verde y azul marino.	Fotocopiadora. Realizamos copias a color de cédula y B/N. cada lado a 0.10 centavos. Mientras que a color 0.75 centavo cada lado.	Libro de contabilidad, fichero, portafolios, calculadora, calendario, agendas. Esto no puede falta en tu oficina.	Testimonio del propietario de la venta de las Tarjetas de Memorias. Estas buscando de 16GB o 64GB Hasta 120GB 'Papelería Sucre' lo tiene. Aquí en 'Papelería Sucre'.	Archivadores. Los archivadores se venden al por menor. Llévalo grueso o fino. Cómpralo a \$3.00	Sacapuntas, grapadora, guíatelefónica, cintas. Tenemos de suminitros de oficina de calidad y variedades.	Testimonio del cliente de la compra de Resma de papel Xerox original A4. caja de 30 resmas Xerox.
Tags	#archivadoresgrueso y fino #papeleríasucre	#copiasacolor #copiasB/N #papeleríasucre	#suministrosdeoficina #papeleríasucre	#tarjetadememoria #papeleríasucre	#archivadores #papeleríasucre	#suministrosdeoficina #papeleríasucre	#resmasdepapel XeroxA4 #papeleríasucre

Semana 13							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	Reel	Imagen	Carrusel	Reel	Imagen	Carrusel	Reel
Call to Action	Líquido corrector punta fina para no manchar la hoja. Tenemos corrector de calidad, marca BIC.	Alfombra de ratón. Tenemos de diferentes diseños y colores. Llévalo para tu escritorio. Cómpralo a \$2.00	Cinta Scott, fácil de usar y durable al pegar. Producto a la venta. Goma de borrar y barra de pegamento. Llévalo al por menor.	Testimonio del cliente por la compra de la agenda. Lleva tu agenda para el año que prefieras. Aquí en la 'Papelería Sucre'. Tenemos de diferentes diseños. Al por menor.	Tintas para impresoras. Color y B/N. Cómpralo a \$10.00	Calculadoras, pendrives y tarjetas de memoria.	Testimonio del propietario de la venta de grapadoras pequeña, mediana, grande. Compra aquí en 'Papelería Sucre'.
Tags	#correctorlíquido #papeleríasucre	#alfombraparatón #papeleríasucre	#cinta#papeleríaSucre	#agendas #papeleríasucre	#tintaparaimpresora #papeleríasucre	#suministrosdeoficina #papeleríasucre	#grapadoras #papeleríasucre

Semana 14							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	Reel	Imagen	Carrusel	Reel	Imagen	Carrusel	Reel
Call to Action	Testimonio del propietario del producto de oficina y escolar los sobres manila A3, A4, A5, A6. Al por menor. Cómpralo a precio barato.	Carpetas manila color blanco, azul, rosa, amarillo, rojo. Al por menor. Cómpralo a 0.50 centavos.	Juegos geométricos. Reglas de 30 cm, 60cm para oficina.	Testimonio del cliente por la compra de una Almohadilla para sello y venta de sello. Al por menor.	Cuaderno libreta. Para llevar anotado los datos importantes. Llévalo a un precio barato para tu bolsillo. Cómpralo a \$1.00	Carpeta, sobre, grapadora, regla, sello, pegamento, tijeras y hojas bond A3, cartas.	Tijeras, grande, mediano, pequeño. Tenemos de todos los diseños. ¿Cuál te gusta comprar?.
Tags	#sobresmanila #papeleríasucre	#carpetasmanila #papeleríasucre	#reglas #suministrodeoficina #papeleríasucre	#suministrosdeoficina #papeleríasucre	#suministrodeoficina #papeleríasucre	#suministrodeoficina #papeleríasucre	#suministrodeoficina #papeleríasucre

Semana 16							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	Reel	Imagen	Carrusel	Reel	Imagen	Carrusel	Reel
Call to Action	Testimonio del propietario indicando que los Cables <i>USB</i> para cargar tu celular. 'Papelería Sucre' Tiene los diferentes marcas de artículo para celulares. Visítanos en la 'Papelería Sucre'.	Teclado inalámbrico con bluetooth, de calidad. Es cómodo y fácil de usar. Teclado <i>Quarty</i> . Cómpralo a \$5.00	Si lo que necesitas es imprimir, fotocopiar. Puedes comprar Hojas Bond A4. o te faltó tinta para tu impresora. Compra la tinta Epson para color y <i>B/N</i> .	Testimonio del propietario indicando del producto de las Resmas de papel Xerox A4. Adquiere la caja de 30 paquetes de hojas bond A4. La 'Papelería Sucre' siempre ecoamigable.	Cartucho de tina. Color y <i>B/N</i> . producto de calidad para tu oficina. Cómpralo a \$10.00	Clip, archivadores, foma, cinta, borrador de pizarra, portalápices, sello, quitagrapas. Suministros de oficina compra ya! Encuentranos en Luque y Pichincha.	Archivadores grueso color negro. Al por menor.
Tags	#cablesUSB #papeleriasucre	#tecladoinalámbrico	#fotocopia #imprimir #papeleriasucre	#resmasdepapel A4 #ecoamigable #papeleriasucre	#cartuchodetinta #papeleriasucre	#suministrosdeoficina #papeleriasucre	#archivadorgrueso #like #papeleriasucre
Semana 17							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	Reel	Imagen	Carrusel	Reel	Imagen	Carrusel	Reel
Call to Action	Artículos de pagaré, recibos, carta de vehículo. Para tus tramites del Municipio y ATM. Aquí, tenemos suministros de oficina, y estamos ubicados, en Luque y Pichincha.	No te puedes quedar sin tu regla de 60 cm para ese proyecto. Cómpralo en la 'Papelería Sucre'. Escribenos, dale like. Cómpralo a \$1.00	Deseas imprimir, scanear, platicar documentos y enviar archivos. Ven a nuestro local Luque y Pichincha.	El propietario realiza un video comentando que puedes organizar tu tiempo, y debes comprar la agenda para el año 2023. escribenos o visítanos en Luque y Pichincha.	Haz que tus operaciones matemáticas sea exacta usando una calculadora ¿ Dónde puedes adquirir una? En Luque y Pichincha. Cómpralo a \$5.00	Dos artículos para suministro de oficina. No puede faltar las tijeras para cortar y la regla para medir.	Testimonio del propietario de los resaltadores para marcar la información. Tenemos de color verde, rosa y amarillo, en 'Papelería Sucre'.
Tags	#articulosdepagaré #papeleriasucre	#suministrodeoficina #papeleriasucre	#suministrodeoficina #papeleriasucre	#luqueypichincha #centrodeguayaquil #papeleriasucre	#calculadora #papeleriasucre	#reglas #tijeras #oficina #like #papeleriasucre	#surbrayadores #papeleriasucre
Semana 15							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	Reel	Imagen	Carrusel	Reel	Imagen	Carrusel	Reel
Call to Action	Ya están aquí las agendas para el año 2023.	Obten los materiales de oficina y papelería con productos de calidad. Lleva estos 12 marcadores, marca <i>Stardtler</i> . Cómpralo a \$2.00	Encuentra suministros de tinta para impresora aquí en la 'Papelería Sucre'.	Testimonio del propietario promocionando el servicio fotocopiado y resmas Xerox. Producto ecoamigable. Cómpralo en 'Papelería Sucre'.	Haz que tu trabajo se haga notar mucho más sencillo compra una calculadora en la 'Papelería Sucre'. Vendemos calculadoras, al por menor. Cómpralo a \$5.00	¿Por qué elegir la 'Papelería Sucre'? Te muestro 4 artículos de oficina, goma, regla, calculadora y hoja <i>bond A4</i> . <i>No puede faltar</i> , en tu oficina.	Testimonio del propietario indicando del lugar de la 'Papelería Sucre'. Es decir, visibilizando el local para el cliente.
Tags	#agendas #papeleriasucre	#suministrodeoficina #papeleriasucre	#Venta #marketing #papeleriasucre	#productoecoamigable #papeleriasucre	#calculadoras #papeleriasucre	#papeleriasucre #marketing #like #share	#papeleriasucre #like

Semana 18							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Reel</i>
Call to Action	Testimonio del propietario vende los auriculares inalámbricos. Muy bien para hacer trabajos de calidad en tu oficina.	Protectores de hojas A4 y A3. ayuda para que tus documentos tenga protección. Cómpralo a 0.75 centavos.	Portafolios, bolígrafos, post it, clips, carpetas. Lo que no puede faltar en tu oficina. Ven a Luque y Pichincha.	Pegatinas, etiquetas son accesorios de oficina para mantener el espacio de trabajo limpio.	Sobres manila A4 a 0.25 centavos, A5 a 0.35 centavos, A6 a 0.50centavos. Al por menor. También, vendemos por paquetes de 100 sobres.	Tachuela, engrapadora, hoja de papel y cinta. Utilízalo para tu oficina. Cómpralo en la 'Papelería Sucre'.	Testimonio del propietario Resaltador. llevaló con tu color favorito rosa, verde o amarillo.
Tags	#auricularesinalámbrico #papeleríasucre	#protectoresdehojasA4yA3 #papeleríasucre	#visitanos #papeleríasucre	#pegatinas #etiquetas #papeleríasucre	#sobresmanila #papeleríasucre	#suministrosdeoficina #papeleríasucre	#resaltador #papeleríasucre
Semana 19							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Reel</i>
Call to Action	Testimonio del propietario de los servicios adicionales que se les ofrecen a los clientes es que vengan a la 'Papelería Sucre' para que realicen fotocopiado e impresiones, en Luque y Pichincha.	Realiza llamadas nacionales e internacionales, en la 'Papelería Sucre'. Puedes llamar a celular o convencional. Se realiza recargas ilimitadas a todas las operadoras.	Servicio de cyber, llamadas, impresiones, fotocopiado. Aquí en la 'Papelería Sucre'.	Servicio de cyber. Cobramos por minutos o por horas.	Recargas ilimitadas a todas las operadoras del país. Se realizan recargas de \$1, \$2, \$3, \$4, \$6, \$12. 'Papelería Sucre' realiza pagos a servicios básicos.	Recarga de celular, cyber, plastificaciones e impresiones. Servicio rápido y a costo precio.	se plastifica documentos. Te ofrecemos la seguridad de que tus documentos durará con la plastificación, en 'Papelería Sucre'.
Tags	#fotocopiado #impresiones #serviciodepapeleríasucre #papeleríasucre	#llamadasnacionales #llamadasinternacionales #llamadaslocal #papeleríasucre	#cyber #impresiones #carrusel #like #papeleríasucre	#cyber #papeleríasucre	#recargascelulares #papeleríasucre	#serviciodepapeleríasucre #cyber #plastificaciones	#plastificaciones #papeleríasucre
Semana 20							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Reel</i>
Call to Action	Servicios de Internet. Somos tu tienda con servicio rápido. Visitanos en Luque y Pichincha.	Envío de fax. Claro que aún tenemos el clásico envío por fax. Cómpralo a \$1.50 centavos. Servicio de fotocopiado, cyber y llamadas.	Material para oficina, papel en resmas, folder, encuadernación.	Trabajos a computadora, cartas de presentación. Estos trámites se le alquila la PC, para el cyber.	Scanner, impresiones y fotocopiado a color con alta definición por medio del correo electrónico. Cómpralo a \$1 cada lado.	Anillados. Realizamos anillados de grandes cantidades de páginas. Separa tu turno. Estamos en Luque y Pichincha.	Testimonio del cliente realizando una impresión Láser. Obten la mejor calidad de nuestro servicio rápido para ti. Siempre pensando en el cliente.
Tags	#internet #cyber #impresiones #documentos #papeleríasucre	#fax #papeleríasucre	#suministrosdeoficina #papeleríasucre	#servicioenpapeleríasucre #papeleríasucre	#email #papeleríasucre	#anillados #papeleríasucre	#marketing #papeleríasucre #serviciodepapeleríasucre

Semana 21							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Reel</i>
Call to Action	Testimonio del cliente de la compra de Cargadores Samsung. Adquiere tu cargador a precio barato.	<i>Mouse</i> inalámbrico, cable USB, pendrive para PC o laptop. Al por menor. Cómpralo a \$5.00	Auriculares para que escuches música a todas partes. Cable USB, Cable HDMI. Llévelo a precio barato.	Testimonio del cliente comprando el Cable USB. En 'Papelería Sucre' Lleva tu cable para cargar o para pasar información.	Cable HDMI y audífonos inalámbrico, Hasta agotar stock. El artículo tecnológico más vendida. Tu puedes tenerlo en tus manos. Ven a Luque y Pichincha. Cómpralo a \$5.00	Auriculares, cable USB, cable HDMI y cargador. Llévelo al por menor.	Testimonio del propietario presentado el producto tecnológico cable HDMI para tu TV. Proyecta ese video en pantalla grande.
Tags	#cargador #papeleríasucre	#mouse #papeleríasucre	#auriculares #papeleríasucre	#cableUSB #papeleríasucre	#cableHDMI #papeleríasucre	#auriculares, #cableUSB, #cableHDMI	#cableHDMI #papeleríasucre
Semana 23							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Reel</i>
Call to Action	Productos Led. Para que enciendas la alegría del lugar.	Altavoces bluetooth. Para que lleves la música a todas partes. Cómpralo a \$10.00. Teclado inalámbrico con luces. Audífonos inalámbricos. Cómpralo en 'Papelería Sucre'.	Luces led, memorias, Altavoces bluetooth y Pendrives Perfecta combinación para tener un excelente ambiente.	Cable de red Internet. Tamaño de 20 metros.	Tarjeta de memoria 64GB a \$10, Y 128GB a \$25. Ven a Luque y Pichincha o escribenos.	Tarjeta de memoria y pendrive. Guarda tus documentos. Pide nuestros artículos de tecnología.	Pendrives. Este es un producto tecnológico que no puede faltar hoy en día. Cómpralo!
Tags	#lucesled #papeleríasucre	#altavocesbluetooth #papeleríasucre	#tecnología #office #papeleríasucre	#cablederedInternet #papeleríasucre	#tarjetadememoria #papeleríasucre	#articulosdetecnología #papeleríasucre #papeleríasucre	#pendrives #papeleríasucre
Semana 22							
Días	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Reel</i>	Imagen	Carrusel	<i>Reel</i>
Call to Action	Testimonio del cliente comprando un Auricular para PC. Marca HP, para tus conferencias.	Teclado inalámbrico con luces, Mouse inalámbrico, auriculares inalámbrico. Ahora con nuevo diseño. Cómpralo a \$5.00	Teclados inalámbrico, teclado con luces, teclado tradicional para PC. Al por menor.	Mouse inalámbrico con luces. Nuevo diseño para que no falte en tu oficina.	Pendrive de 64GB a \$10 y 128GB a \$25. Memoria de 64gb a \$10 y 128gb \$25. Perfecto para archivar documentos.	Teclado inalámbrico, mouse inalámbrico, auriculares para PC y Pendrives.	<i>Mouse</i> inalámbrico. Tenemos con diseño para hombre y mujer. También mouse con luces para dar un style a tu oficina.
Tags	#auricularesparaPC #papeleríasucre	#tecladoinalámbrico #papeleríasucre	#articulosdetecnología #papeleríasucre	#mouseinalámbrico #papeleríasucre	#pendrive #papeleríasucre	#tecnología #articulosdepapeleríasucre #like #teclado #Pendrive #mouse	#mouse #papeleríasucre

Semana 24							
Dias	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Contenido	Reel	Imagen	Carrusel	Reel	Imagen	Carrusel	Reel
Call to Action	Pequeño testimonio de la entrevista con el propietario. Esto, nos indicará un poco la historia del negocio 'Papelería Sucre'.	Fotografía del equipo de trabajo del negocio 'Papelería Sucre'.	Fotografía del local. Encuentranos por Instagram en Luque y Pichincha.	Servicio de fotocopiado. Es uno de los servicios que son rápidos por el equipo de trabajo, en la 'Papelería Sucre'.	Resma de papel Xerox A4. lleva la caja de 30 resmas de papel ecoamigable. Cómpralo a \$4.00. Sobre manila A4. Cómpralo a \$0,25 centavos. Bolígrafo BIC color negro, punta fina. Cómpralo a \$0,30 centavos.	Servicio de Cyber, fotocopiado, fax, llamadas e impresiones. Tú puedes imprimir tus documentos en nuestro local Luque y Pichincha 'Papelería Sucre'.	Testimonio del propietario de 'Papelería Sucre' indicando la foto del logotipo y Sloga. Esto es el negocio 'Papelería Sucre' para la venta de útiles escolares, suministro de oficina, recargar, pagos electrónicos, cyber, servicios de fotocopiado, fax e impresiones. También plastificaciones.
Tags	#visitanosenluqueypichincha	#marketin #equipodetrabajo #papeleríasucre #gye	#papeleríasucre #centrodeguayaquil #negociodepapelería	#fotocopiado #papeleríasucre	#resmadepapelXerox #ecoamigable #papelbondA4	#cyber #impreaciones #fotocopiado #plastificaciones #papeleríasucre	#marketingdigital #papeleríasucre

3.9 Presupuesto

En los 23 años de existencia de 'Papelería Sucre' en el mercado, el presupuesto del negocio no ha contemplado un rubro de inversión para promocionar el emprendimiento. Hasta ahora se ha limitado a distribuir las tarjetas de presentación, las que no resultan tan efectivas para atraer más clientes. De ahí que es importante que el propietario cree un rubro para la promoción, en *Instagram*. En esta red social existen diferentes planes promocionales. En la tabla 7 se ofrecen los tres planes promocionales, según de la empresa Marketing y Publicidad digital, en *Instagram*.

Tabla 7. Planes promocionales.

Planes Promocionales, en <i>Instagram</i> .		
Plan Básico	Plan Standart	Plan Plata
7 artes gráficas (imágenes, videos) y gratis tres carruseles.	20 artes gráficas (imágenes, videos) y gratis cuatro carruseles.	30 artes gráficas (imágenes, videos) y gratis cinco carruseles.
Más ediciones de <i>reels</i> .	Más ediciones de <i>reels</i> .	Más ediciones de <i>reels</i> .
100\$	200\$	300\$
Gratis Logotipo y Slogan.	Gratis Logotipo y Slogan.	Gratis Logotipo y Slogan.

Fuente: MARKETING Y PUBLICIDAD DIGITAL.

De estas opciones, el propietario ha seleccionado el *plan básico* debido a que su tarifa se ajusta al presupuesto disponible por un periodo de 6 meses, para generar más clientes y ventas, en el mercado de papelería.

Tabla 8. Presupuesto de la 'Papelería Sucre'.

Plan básico por semana	\$100
Creación de la cuenta de usuario @papeleriasucre	Gratis
Elaboración de Slogan	Gratis
Elaboración de Logotipo	Gratis
Gestión de la cuenta en Instagram	Gratis
Elaboración Presupuesto mensual	400
Presupuesto semestral	2400

Fuente: David Buenaño.

Esta, tabla de presupuesto tendrá vigencia hasta 6 meses, para que así cumpla el ciclo de atraer clientes y generar ventas por medio de la estrategia de comunicación digital que se desea implementar, en 'Papelería Sucre'. El propietario elaborará las piezas comunicacionales con los siguientes formatos: *reels*, carrusel, imagen y video para *Instagram*.

3.10 Indicadores para el seguimiento y la evaluación

- *Número de Like de imagen.*
- *Número de Repost.*
- Número de Reproducciones de videos.
- Número de Reproducciones de *reel*.
- *Número de like en carruseles.*
- Evolución de seguidores, en 6 meses.
- Evolución del número de usuarios que han interactuado con la página, desde la creación.
- Evolución del número de posteos, desde la creación.

LECCIONES APRENDIDAS

Este proyecto PAP fue gestionado principalmente desde una perspectiva de marketing digital y el modo en que las redes sociales se han convertido en una parte fundamental en la vida de cada individuo, por eso, el uso de las plataformas digitales para la ampliación de negocios físicos es algo que ocurre cada vez con mayor frecuencia.

Esto es favorable de obtener información valiosa para la estrategia. Aprendimos a que los elementos distintivos de la identidad del emprendimiento ‘Papelería Sucre’, son: el nuevo diseño de un nuevo logotipo, *slogan*, misión, visión, paleta de colores por lo que se tomará en cuenta los colores azul y amarillo, el *user del* emprendimiento @papeleriasucre, la musicalización instrumental sin *copyright* y utilizando la aplicación *Canva*, para que luego, el propietario Segundo Buenaño publique los posteos, en *Instagram*.

Para los posteos se tomará en cuenta que el *call to action* tendrá el tamaño de letra 12 de *Time new Roman*, para la identidad visual de los posteos son los colores azul y amarillo, en *Instagram*. En este sentido ayuda a la estrategia de comunicación para que el emprendimiento autónomo aumente clientes y ventas.

Así, se sigue presentando una estrategia de comunicación digital para ‘Papelería Sucre’. La importancia de identificar los valores diferenciadores de la marca, las características positivas del negocio para potenciarlos en las piezas comunicacionales. En este sentido fue valioso crear, diseñar contenido de valor mediante *reels*, imágenes, carruseles y videos, además los *tags* que señalan los artículos y servicios del emprendimiento para de este modo de atraer clientes y aumentar las ventas.

Para poder controlar la magnitud del diseño de marketing digital es un análisis de FODA que me permitió visibilizar los valores y la identidad que se rescata de la ‘Papelería Sucre’ para el consumidor. Lo que el negocio, puede monitorear es las ventas por medio de facturación rápida y segura por el equipo de trabajo que brinda buena atención al cliente. Y, la importancia de

segmentar los clientes del negocio y sus preferencias.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El primer objetivo específico que es determinar la situación comunicacional del negocio de la ‘Papelería Sucre’ en las plataformas digitales, concluyo que, en el contexto de su competencia, en su segmento del mercado de papelerías es importante tener una cuenta, en *Instagram*, para que el negocio autónomo aumente el número de seguidores, comentarios e interacciones. En este sentido así el emprendimiento se fortalecerá al implementar una estrategia de comunicación digital, pero el propietario debe realizar las publicaciones, siempre.

El segundo objetivo específico que es delinear los valores y elementos diferenciadores del negocio de ‘Papelería Sucre’, es decir se logró destacar los valores diferenciadores de la competencia y son: la calidad de los productos, servicio rápido, precios referenciales, la oferta de productos y servicios de papelería. También, se presentan los elementos diferenciadores como: mejor ubicación céntrica, además se encuentran las universidades, las entidades públicas y las privadas, los costos de los productos y servicios son accesibles, en el mercado de papelería. Sin embargo, la gestión que se realizó en base a la mejora de los recursos digitales fue el modo correcto de direccionar el uso de la estrategia de comunicación, ya que, de esa manera se puede optimizar el uso de los recursos, tanto de los Planes promocionales, en *Instagram*.

El tercer objetivo específico que es producir una muestra de piezas comunicacionales con contenido de valor para difundir, en *Instagram*, concluyo que se logró determinar el contenido de valor que sería difundido a lo largo de la plataforma digital para que el emprendimiento ‘Papelería Sucre’ adquiriera mayor presencia entre los usuarios y así fidelizar los clientes fijos como los esporádicos.

Para finalizar el propietario Segundo Buenaño debe realizar publicaciones a diario, así la cuenta tendrá más interacciones, en *Instagram* y esto puede generar más seguidores y fortalecer el emprendimiento, además de aumentar sus ventas. Y, se deja implementado el cronograma de

‘Papelería Sucre’, en el PAP, para los posteos a diario, en los 6 meses, en Instagram. Esto se verá fortalecido a la identidad de la marca, los valores, la oferta y servicios, en el mercado de papelería.

Recomendaciones

- La constancia respecto a las publicaciones realizadas en la cuenta de usuario del negocio de la ‘Papelería Sucre’ va a favorecer para atraer más clientes, en la red social, *Instagram*.
- El proyecto está enfocado en el diseño e implementación de una estrategia comunicacional direccionada al uso de las redes sociales, y fortalecer la presencia en redes sociales mediante el diseño de piezas comunicacionales para que de esa manera los usuarios puedan interactuar con los usuarios creados para determinada red social.
- El posteo de las piezas comunicacionales deben tener una continuidad en las publicaciones relacionado según la temática del PAP, para incrementar clientes, en *Instagram*.
- Las piezas comunicacionales deben tener una excelente resolución de video e imagen en 4K o HD para que las piezas comunicacionales tengan un buen resultado, en la red social, *Instagram*, y generar ventas en el emprendimiento ‘Papelería Sucre’. También, puede utilizar un *Smartphone* para dicha ejecución.
- El Contenido de valor relacionado con los valores distintivos de la marca, la calidad de los productos y demás características positivas identificadas por los clientes, propietario, y las piezas. En este sentido esto se debe tener presente para la estrategia de comunicación del presente proyecto PAP.
- Los formatos audiovisuales siempre serán difundidos y atraerán clientes y ventas, en *Instagram* para el emprendimiento ‘Papelería Sucre’.

Referencias Bibliográfica

- Aguilar Méndez, D. L., Espinoza Arauz, M. Y., & Mera Bravo, E. P. (2022). Análisis del comportamiento de compradores de artículos de expresión social en fechas comerciales. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(1), 484-492. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202022000100484
- Altamirano Salazar, A. (2018). Identificación de los stakeholders y conflictos de interés en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador. *Visión dep futuro - Revista científica*, 22(2), 73-94. Obtenido de <https://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php/visiondefuturo/article/view/293>
- Ballesteros Herencia, C. (2019). La representación digital del engagement: hacia una percepción del compromiso a través de acciones simbólicas. *Revista de Comunicación*, 18(1), 215-233. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-09332019000100012#:~:text=El%20engagement%20se%20ha%20considerado,que%20pueden%20ser%20registradas%20y
- Bela, C. (30 de diciembre de 2020). *Mask Comunicación*. Obtenido de <https://maskcomunicacion.es/blog/diferencia-identidad-e-imagen-corporativa/>
- Cabrera de Llanos, M. (2019). *Instagram: la nueva era del consumo. Análisis de la evolución de la red social*. Obtenido de Depósito de Investigación Universidad de Sevilla - IDUS: <https://idus.us.es/handle/11441/91914>
- Cambria, A. (2016). La importancia de la comunicación estratégica. *Boletín IEEE - Instituto Español de Estudios Estratégicos*, 2, 475-487. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5998262>
- Carpio Mendoza, A. A., & Quito Clavijo, S. P. (8 de diciembre de 2018). *mplementación de un plan de marketing digital para la empresa the Copy Corner en la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de DSpace en ESPOL : <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/54324>
- Corbin, J. A. (2018). *Los 10 tipos de Redes Sociales y sus características*. Obtenido de Psicología y mente: <https://psicologiaymente.com/social/tipos-de-redes-sociales>
- Cuaderno de marketing . (2019). *¿Marca?, ¿qué es una marca?* Obtenido de Cuaderno de marketing : <https://cuadernodemarketing.com/que-es-una-marca/>
- Cyber click. (2019). *¿Qué es el posicionamiento SEM? Definición, ventajas y características*. Obtenido de Cyberclick Academy: <https://www.cyberclick.es/sem/posicionamiento-sem>
Descubre cómo impulsar tu marca con esta estrategia. Obtenido de Rock Content: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>
- Díaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., & Varela Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009
- Echeverría Ríos, O. M., & Medina Quintero, J. M. (2016). Imagen de Marca en la Percepción de la Calidad del Consumidor de los Vehículos Compactos. *Investigación administrativa*, 45(117), 1-24. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782016000100001

- Ekos negocios. (16 de julio de 2021). *Zoom papel y cartón: Un sector que complementa el desempeño eficaz de otras industrias*. Obtenido de Ekos negocios: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/zoom-papel-y-carton-un-sector-que-complementa-el-desempeno-eficaz-de-otras-industrias#:~:text=Para%20el%20Ecuador%20signific%C3%B3%20una,USD%201.549%20millones%20en%202020>.
- Elghannam, A. A. (29 de julio de 2019). *Las redes sociales como una nueva herramienta para el marketing en línea de los alimentos*. Obtenido de Dehesa. Repositorio Institucional de la Universidad de Extremadura: <https://dehesa.unex.es/handle/10662/10021>
- Feria Avila, H., Matilla González, M., & Mantecón Licea, S. (2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA? *Revista Didasc@lia*, 11(3), 62-79. Obtenido de <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didasca/ia/article/view/992>
- Gabriel, L. (6 de abril de 2021). *¿Qué es el Mobile Marketing y cómo utilizarlo en tu estrategia?* Obtenido de Rock Content Blog: <https://rockcontent.com/es/blog/mobile-marketing/>
- García, I., Ronco, V., Contreras, A., Rubio, Á., & Valdevira, O. (2019). *Marketing digital para dummies*. Colombia, Colombia: Planeta Colombiana S.A.
- García, I., Ronco, V., Contres, A., Rubio, Á., & Valdevira, O. (2019). *Marketing digital*. Barcelona: Planeta Colombiana S.A.
- Giraldo Sosa, V. (26 de junio de 2019). *Marketing de contenidos: la estrategia digital que debes conocer a profundidad*. Obtenido de Rock Content: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-de-contenidos/>
- Gómez Collado, M. E., Contreras Orozco, L., & Gutiérrez Linares, D. (2016). El impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en estudiantes de ciencias sociales: un estudio comparativo de dos universidades públicas. *Innovación Educativa*, 16(71), 61-80. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732016000200061#:~:text=Una%20de%20las%20mayores%20ventajas,%2C%20pr%C3%A1ctica%20divertida%20y%20din%C3%A1mica.
- Gordillo Veliz, N. S. (marzo de 2020). *Estrategia de marketing en la librería y papelería Continental*. Obtenido de DSpace Principal: <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/7553>
- González Hernández, E., Orozco Gómez, M., & Barrios, A. d. (2011). El valor de la marca desde la perspectiva del consumidor. Estudio empírico sobre preferencia, lealtad y experiencia de marca en procesos de alto y bajo involucramiento de compra. *Contaduría y administración*(235), 217-239. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422011000300011
- Hall, S. (26 de Enero de 2022). *Digital Report 2022: El informe sobre las tendencias digitales, redes sociales y mobile*. Obtenido de We Are Social: <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-report-2022-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile/>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). *Metodología de la investigación* (Vol. 4). México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Herrero, Á. (19 de julio de 2021). *¿Qué es inbound marketing?* Obtenido de Titular.com: <https://www.titular.com/blog/que-es-inbound-marketing>

- Idento . (16 de marzo de 2021). *¿Qué es SEO? – ¿Qué significa SEO?* Obtenido de Identó, agencia de marketing digital: <https://www.idento.es/blog/seo/que-es-seo/>
- Lavagna, E. (30 de Junio de 2022). *¿Qué es Instagram, para qué sirve y cuáles son las ventajas de esta red social?* Obtenido de Webescuela: <https://webescuela.com/que-es-instagram-para-que-sirve/>
- Lobo, S. (2017). Cómo influyen las redes sociales en las elecciones. *Nueva sociedad* , 269, 40-44. Obtenido de https://static.nuso.org/media/articulos/downloads/1.TC_Lobo_269.pdf
- Machado Basantes, E. R., & Panchi Quituzaca, L. E. (marzo de 2012). *Plan estratégico de Marketing, para la Microempresa JPS Suministros para fidelizar la cartera de clientes y reposicionar el portafolio de productos y servicios*. Obtenido de Repositorio digital: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/934>
- Marketingdirecto.com. (2019). *Cliente ocasional*. Obtenido de Marketingdirecto.com: <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/cliente-ocasional>
- Martín, S. (17 de Febrero de 2020). *¿Qué es el PPC?* Obtenido de Metricool: <https://metricool.com/es/que-es-ppc/>
- Massiah, M. (1 de Agosto de 2019). *Las redes sociales más utilizadas en Latinoamérica*. Obtenido de TreceBits, redes sociales y tecnología: <https://www.trecebits.com/2019/08/01/conoce-cuales-son-las-redes-sociales-mas-utilizadas-en-latinoamerica/>
- Mentinno Consultores. (2022). *Ecuador Estado Digital Abr/22*. Obtenido de <https://www.mentinno.com/estado-digital-ecuador-abril-2022/>
- Mentinno, & uan Pablo Del Alcázar Ponce, MBA. (2019). *Usuario digital en Ecuador*. Guayaquil: Mentinno. Obtenido de https://www.academia.edu/38954541/Ecuador_Estado_Digital_Ene_19
- Miguel, d. R. (2005). *La observación sistemática y participante como herramienta de análisis de los fenómenos comunicativos*. Madrid: Mc. GrawHill. Obtenido de https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24604w/investigar_comunicacion_guia.pdf#page=298
- Nikulín, C., & Becker, G. (2015). Una metodología Sistémica y creativa para la gestión estratégica: Caso de Estudio Región de Atacama-Chile . *Journal of technology management & innovation*, 10(2), 127-144.
- Olivier Peralta, E. (2020). *¿Qué es el PPC?* Obtenido de Metricool: : <https://www.genwords.com/blog/social-media-marketing>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_arttext&lng=pt
- Palos Sanchez, P., Robina Ramírez, R., & Cerdá Suárez, L. (2018). Ética de la reputación online, marca personal y privacidad en el cloud computing: protección de los usuarios frente al derecho al olvido. *Biblios(71)*, 17-31. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1562-47302018000200002&lng=pt&nrm=iso
- Peçanha, V. (25 de Febrero de 2019). *¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online?*

- Primicias. (9 de febrero de 2021). *Primicias*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/14-millones-ecuatorianos-usuarios-redes-sociales/>
- Quiroa, M. (01 de Noviembre de 2019). *Cliente*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>
- Quiroa, M. (10 de Septiembre de 2019). *Tipos de clientes*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-clientes.html>
- Reul, M. (14 de abril de 2021). *¿Qué es el email marketing y cómo te puede ayudar a aumentar tus conversiones?* Obtenido de Sendin Blue: <https://es.sendinblue.com/blog/que-es-el-email-marketing/>
- Ríos Martínez, K. M. (2019). La entrevista semi-estructurada y las fallas en la estructura. La revisión del método desde una psicología crítica y como una crítica a la psicología. *Caleidoscopio - Revista Semestral de Ciencias Sociales y Humanidades*, 23(41), 65-91. Obtenido de <https://revistas.uaa.mx/index.php/caleidoscopio/article/view/1203>
- Sánchez, M., Fernández, M., & Díaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista Científica UISRAEL*, 8(1), 107-121. Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2631-27862021000300107#:~:text=Entre%20las%20t%C3%A9cnicas%20de%20recolecci%C3%B3n,la%20gu%C3%ADa%20de%20observaci%C3%B3n%2C%20anecdóticos%2C
- Sandeep Goyal, B., & Esposito, M. (17 de Marzo de 2019). Literature review of emerging trends and future directions of e-commerce in global business landscape. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 15(2). Obtenido de <https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/WREMSD.2019.098454>
- Sandeep, G., Bruno, S., & Esposito, M. (17 de Marzo de 2019). Literature review of emerging trends and future directions of e-commerce in global business landscape. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 15(2). Obtenido de <https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/WREMSD.2019.098454>
- Segunda Planta. (3 de noviembre de 2020). *Contenido de valor, ¿qué es y cómo crearlo?* Obtenido de Segunda Planta: <https://segundaplanta.com/contenido-de-valor-que-es-y-como-crearlo/>
- Selman, H. (2017). *Marketing digital*. California: Editorial Ibukku.
- Sicilia, M., Palazón, M., López, I., & López, M. (2021). *Marketing en redes sociales*. Madrid: Esic Editorial.
- Sotomayor Pereira, J. G., Brito Gaona, L. F., & Tenesaca. (2018). Medios publicitarios que influyen en el consumidor a la hora de adquirir un producto o servicio. *Revista Killkana Sociales*, 2(3), 179-186. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6584525>
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2019). *Digital Economy Report: Value Creation and Capture: Implications for Developing Countries 2019*. New York: United Nations. Obtenido de https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_en.pdf
- ZIPIventory. (23 de Octubre de 2020). *Que es la diferenciacion de productos? Como las*

empresas pueden destacar La diferenciacion de productos. Obtenido de ZIPInventory:
<https://zipinventory.com/es/value-chain-analysis/what-is-product-differentiation.html>

APÉNDICE

Adjunto los links de las piezas comunicacionales (*reels*) del emprendimiento 'Papelería Sucre', en *Instagram*.

1. <https://youtu.be/RL8Aj1-HTxk>
2. <https://youtu.be/fnbMn8oGj4>
3. <https://youtu.be/Hy01Iv8v80g>

Imagen 1 y 2.



¿Qué artículo escolar o suministro de oficina, puedes comprar, en la 'Papelería Sucre'?



SÍGUENOS



Útiles escolares



Suministro de oficina



Fotografía con el propietario Segundo Buenaño Cordero.



Fotografía del equipo de trabajo del negocio autónomo ‘Papelería Sucre’

PREGUNTAS PARA EL DUEÑO DEL NEGOCIO

1. ¿Cuál es la evolución del negocio Papelería Sucre en el mercado?

La Papelería como negocio, ruc personal empezó cerca del año 2000. En el cual, tuve la visión de emprender un negocio de Papelería porque existe mucha demanda de clientes y de oferta en el centro de Guayaquil. Las oficinas, empresas, universidades necesitan suministro de útiles escolares y de oficina.

Desde aquel entonces se alquiló un local pequeño, tipo Quiosco, el municipio por cuestiones normativas, nos desalojó.

Lo cual nos ubicamos en el Edificio Banco Park, más cómodo, más moderno. Desde ese entonces, estamos atendiendo desde el año 2011, en el edificio Banco Park, ofreciéndole al cliente la venta

de Suministro de oficina, útiles escolares, servicios de anillados, plastificaciones y recargas móviles.

2. ¿Qué necesidades le falta a la Papelería Sucre para que sus ventas aumenten?

En realidad, si sería muy importante una ampliación, necesitaría un local más amplio, más cómodo. De esa manera, se puede recibir más productos. En estos momentos, por cuestiones económicas no podemos realizar el cambio de un local grande para la Papelería Sucre.

3. ¿A qué cree usted que no se haya podido aumentar las ventas considerablemente?

El factor económico en general, actualmente desde la Pandemia, mi negocio se vio afectado las ventas. Incluso, la influencia de las personas en el centro es diferentes, ya no son los de 3 años atrás, hay nuevos clientes, y ellos son los que utilizan las redes sociales y compran por internet.

4. ¿Le interesa delimitar su mercado a Guayaquil o estaría en la posibilidad de ampliarse a nivel nacional por medio del e-commerce?

Claro, si me integraría ampliar el negocio y tener ventas online fuera de la ciudad utilizando el e-commerce.

5. ¿Está dispuesto a incorporar en la papelería sucre una plataforma de E-commerce para Guayaquil?

Siempre y cuando no incremente más gastos.

¿Por qué le gustaría utilizar la plataforma Instagram para promocionar los productos de Papelería Sucre?

Porque Instagram tiene buenos alcance de publicitar mis contenidos a muchos usuarios de esta plataforma. Al utilizar esta plataforma beneficia a la Papelería Sucre, ya sea por su bajo costo de promocionar contenido y la facilidad de tiempo para lograr encontrar nuevos clientes.

6. ¿Usted, como propietario de la Papelería Sucre como intenta atraer a la clientela en la Papelería Sucre?

Si yo como propietario vendo productos de calidad, a bajo precios, accesibles y rápido para el cliente.

7. ¿Cómo se venden los artículos?

Los artículos se venden al por menor y al contado.

8. ¿Cómo promociona su negocio?

Por el momento no tiene ningún tipo de promoción, ni publicidad. Pero, la Papelería Sucre estará en la búsqueda de un diseño de estrategia de comunicación y está interesado en el canal Instagram.

9. ¿Cuáles son los artículos que más se venden en la Papelería Sucre?

Como Papelería tenemos una variedad amplia de carpetas, hojas, archivadores, lápices, bolígrafos, resmas de papel, servicio de copias, servicio de recargas, servicio de cyber café, grapadoras, pilas AA, AAA, cintas de todo tipo y tamaño, etc.

10. ¿Y los servicios más requeridos en la Papelería Sucre?

Son recaudaciones, pagos electrónicos y recargas.

11. ¿Ha logrado conseguir una clientela cautiva?

Si, a través de los años más que nada las empresas, universidades, librerías, bancos, buscan una Papelería cerca para comprar. Es por esto, que se ha logrado hacerse conocer por medio del lugar, por estar cerca de instituciones y esto nos hace ser visibles para que el cliente compre en mi negocio.

12. ¿Por qué cree que estos clientes habituales compran en su negocio?

Porque los precios son baratos, los clientes buscan comprar en un lugar cerca de su negocio u hogar. Por esto, nos hace tener una ventaja de estar donde pasan muchas personas y pueden ver la Papelería, al paso.

13. ¿Por qué Papelería Sucre nunca ha invertido en promocionarse en Internet?

Porque se ha desconocido del tema de las Redes Sociales. Actualmente, se conoce que vender por

Internet puede generar ingresos económicos. Es por esto, que si se quiere implementar esta idea de hacer publicidad en Instagram.

14. ¿Cuáles son las claves para que haya logrado emprender en un negocio y mantenerlo operativo, abierto?

Las claves son perseverancia, respeto y honradez para darle siempre lo mejor al cliente.

15. ¿Qué aspectos de su negocio le gustaría que promocióne en la estrategia de comunicación en Instagram?

Los aspectos que me gustaría es que se innove un logotipo, slogan y frase para el negocio de la Papelería Sucre.

16. ¿Qué características de su negocio son destacables para la promoción?

Quisiera que se destaque el lugar, los productos y servicios.

17. ¿QUÉ TIENE SU NEGOCIO QUE LA COMPETENCIA NO TENTA?

Los productos y servicios que tiene Papelería y no la competencia son:

- Resmas Xerox A4 con un valor de \$5
- Pendrive de todos los gbs con un valor de \$8 \$10 \$25
- Teclados con luces con un valor de \$9
- Agendas con diseño con un valor de \$5 \$7 \$12

En la calidad de productos, se puede observar por ser de marca. Esto da confianza al cliente porque le gusta que su producto sea bueno.

En la diversidad de productos, La Papelería Sucre está innovando nuevo producto, tecnológico, porque muchos clientes han preguntado por productos como cargadores, audífonos para celulares.

En los precios bajos, es aquí donde la competencia y la Papelería Sucre entran en una semejanza. Tanto como Papelería Sucre y la competencia cercana tiene en sus productos precios bajos para los clientes. La Papelería Sucre, se destaca por dar una excelente atención al cliente.

18. ¿Le gustaría que en la estrategia de Comunicación se destaque la historia de la Papelería Sucre en Instagram?

Me gustaría que la historia de la Papelería se cuente un formato video. Que sea como una entrevista motivadora para los emprendedores que quieren empezar desde cero.

19. ¿Qué frase motivadora le gustaría que se promocione para hacerse conocer y posicionar a la Papelería Sucre en el mercado?

Lucha con los valores y la experiencia que la vida te enseña.

20. ¿Qué características quiere para el logotipo de la Marca?

Los colores que sean azul y mostaza. Además, se diseñe una imagen de Papelería para las redes sociales.

21. ¿Por qué piensa que Instagram puede ayudar a la Papelería a aumentar las ventas y clientes?

Instagram tiene acceso a que sus usuarios puedan vender productos por este canal. Y existen muchos comentarios de usuarios que compran los las redes sociales. También, muchos negocios publicitan su contenido para atraer usuarios y generar ventas online.

22. ¿Qué productos o servicios de su Papelería quisiera encontrar en Instagram?

Resmas Xerox A4, Paquetes de sobres manila A4 Y A5, Cajas de bolígrafos, Paquetes de cuadernos, Paquetes de carpetas, Archivadores, Pendrives, Paquete de gomas, Calculadoras, Grapadoras, Perforadoras, Lápices, Paquete de protectores de hojas.

En LOS SERVICIOS, invitaría a los clientes que, si necesitan sacar copias de documentos, anillar y plastificar pueden ir a la Papelería Sucre para garantizar un buen servicio.

23. ¿Cuántos proveedores tiene la Papelería Sucre?

Cinco.

24. ¿Estaría dispuesto a subir contenido diario de los productos en Instagram?

Todos los días.

25. ¿Cuál es la imagen que tiene sobre su propio negocio?

La imagen de mi negocio es un símbolo de sacrificio de todos los días moverme para que todo esté en regla, observar que no exista algún tipo de problema contra robos. Me alegra mucho crear un emprendimiento donde di trabajo a muchas personas.

26. ¿Por qué es importante para usted la opinión de los clientes tengan sobre la Papelería Sucre?

Porque gracias a ellos me pueden dar una retroalimentación para conocer su la inquietud del cliente.

27. ¿Qué consejos darías a las personas que quisieran emprender desde cero?

Mi consejo como propietario del negocio Papelería Sucre quiero decir que busquen siempre las fuerzas de hacerlo, si tienes el capital, hazlo, tener buenas ideas creativas, si ayuda a que tu negocio prospere. Emprender es un trabajo duro, porque día a día vivimos del cliente y al cliente hay que brindarle una excelente atención para que así vuelva a comprar en tu negocio.

28. ¿Usted le ve futuro a que la Papelería se promocione en las redes sociales y próximamente vender los productos y servicios en Instagram?

Si, además tengo la idea que implementar Instagram como herramienta de venta para generar ingresos económicos al negocio.

29. ¿Cuáles son las dos cualidades más importantes del negocio?

Vende materiales escolares y artículos de papelería.

30. ¿Cómo está el negocio frente a la competencia?

La Papelería Sucre sigue activo y atrae clientes ofreciendo una buena atención al cliente y productos de calidad y de marca.

31. ¿Cuál es el rasgo principal de la empresa que hace la diferencia frente a la competencia?

La perfecta ubicación de las instituciones privadas y públicas.

32. ¿Qué tan leal son los clientes que tiene la Papelería Sucre?

Los clientes fijos siempre llevan compras pasadas de \$200 mientras que los clientes recurrentes solo llegan por necesidad de querer un producto. Es por esto, que Papelería Sucre tiene productos que el cliente necesita para su oficina o si el cliente es una estudiante tendrá producto escolar. Por esto, convertimos a nuestros clientes recurrentes en fijos para que pronto nos compren.

33. ¿Cuáles son las necesidades que se puede ampliar o añadir a los productos o servicios que son ofrecidos a los clientes?

Los clientes están pidiendo productos de tecnología y Papelería está añadiendo estos productos de cable USB, cargadores y audífonos para celulares.

34. ¿Cómo puede usted ampliar la clientela en Instagram?

Promocionando contenido de los productos de la Papelería Sucre en Instagram.

35. ¿Qué tipo de producto, o servicio, podría implementar para destacar de su competencia?

Queremos destacar con productos de marca y servicio más rápido. Es por esto, que se quiere ampliar el local, además, de utilizar las redes sociales, todo esto ayudará a la Papelería a que el cliente se interese por nuestro negocio y realice la venta de su producto de necesidad.

36. ¿Cuáles han sido las quejas que más se han repetido entre su clientela?

Muchas veces los servicios que tiene la Papelería Sucre, no son rápidos. Por ejemplo: el servicio de recargar, muchas veces, se sale de nuestras manos, porque la operadora suele presentar problemas de señal y no se puede realizar la transacción para el cliente.

37. ¿En qué áreas necesitamos mejorar? Concretamente, ¿qué área requiere un mejoramiento inmediato?

Necesitamos mejorar el área de comunicación interna y externa para lograr beneficiar al negocio de Papelería Sucre.

Porque, en esta área se busca las fallas que existen en mi negocio, a mi me interesa conocerlas, entonces quisiera que se mejore. Por esto, busco implementar una estrategia de comunicación digital que me ayude a solucionar las ventas y aumentar mi clientela.

38. ¿Cómo podemos cambiar nuestro equipo de personal para mejorar nuestra atención al cliente del negocio?

Brindando un mejor desempeño en la tecnología. Enseñándoles que se puede vender por Instagram.

39. ¿Existen fallos constantes en el personal al momento de brindar atención al cliente?

No existen fallos constantes.

40. ¿Cuáles son nuestras competencias directas más importantes que tiene la Papelería?

41. ¿Qué sucede si su proveedor fijo lo que ustedes necesitan para realizar la transacción?

En el caso de la Papelería Sucre si se tiene una lista de 5 proveedores por la necesidad de que, si un proveedor no tiene el producto, acudo a otro proveedor.

42. ¿Considera que existen cambios dentro del mercado de la papelería? ¿por qué?

Si, porque la llegada de la virtualidad, muchos negocios se ven más atractivos. En el caso, de la competencia sobre las papelerías, muchas de estas ya se están innovando en las redes sociales. Mientras, que Papelería Sucre aún no tiene un usuario en las redes sociales. Ya pronto se implementará esta estrategia digital para beneficiar al negocio.

43. ¿Qué estrategia digital quiere implementar en el negocio 'Papelería Sucre'?

Bien, hoy en día, está de moda usar redes sociales, justamente en postpandemia muchos negocios tuvieron que innovar e implementar dicha estrategia digital. Entonces, en mi negocio me encantaría

presentar una propuesta al cliente que conozca que Papelería desea implementar una red social en el negocio. Y que el cliente tenga la oportunidad de elegir donde quiere ver a la Papelería Sucre vendiendo sus productos y servicios. Considero que una estrategia de redes sociales guía a mi negocio

44. ¿Por qué es importante para usted implementar las redes social Instagram en la 'Papelería Sucre'?

Para mí porque la red social Instagram es fácil de usar. Hoy en día, hay la posibilidad de crear audiencia y ventas. Por esto, se está buscando integrar esta red social Instagram en la Papelería Sucre para promocionar los productos y servicios que tenemos en el negocio en el cliente.

45 ¿Cuál es la característica que 'Papelería Sucre' debe destacarse en el logotipo y el slogan?

El logotipo debe tener un artículo que identifique cada a los útiles escolares de los suministros oficinas y de tecnología para smartphone. En útiles escolares un lápiz, resma de hojas, bolígrafos, CDS, Pendrive. En suministros de oficina grapadoras, perforadoras. Y en el Slogan que diga 'Papelería Sucre' en letra Arial Color negro con fondo azul y mostaza.

a ser prospero cada año.

46 ¿Cuántas piezas comunicacionales desea empezar para crear contenido en Instagram?

Empezando por 5

47 ¿Qué colores desea ver en la paleta de colores del logotipo del negocio?

Azul y mostaza o Azul, verde y mostaza.

48 ¿Cuántos likes desea recibir?

Los que sea necesario

49 ¿Cuántos comentario desea generar por pieza comunicacional?

Deseo generar buenos comentarios y atraer al usuario a que nos encuentre en Instagram y compre el producto.

50. ¿Con que formato le gustaría utilizar para la promoción?

Me gustaría que utilicen lo que al cliente le guste más. Existe la imagen y el video en Instagram, pero yo prefiero que el cliente elija.

51. ¿Cuál es la imagen que tiene sobre su propio negocio?

La imagen que tengo de la Papelería es un negocio que está preparado para brindar una buena atención al cliente, buen producto de calidad, bien servicio de calidad para su producto, los productos y los servicios que se brinda en la Papelería son de calidad y hay variedad. Tenemos todo tipo de productos como cuadernos, pendrive. En los servicios tenemos copias, anillados, servicio de cyber, llamadas nacionales e internacionales. También, Papelería Sucre tiene 5 proveedores porque si uno no tiene lo que necesito para el cliente, voy por el proveedor que tenga los productos que los clientes fijos y clientes no fijos pidan para realizar la compra. La atención al cliente es ágil y eficaz. El local está ambientado para recibir 5 transacciones de compras por producto o servicio por persona. Se busca que el cliente quede satisfecho y que vuelva a seguir comprando.

52. ¿Qué quiere escuchar del cliente sobre la percepción de la imagen que brinda el negocio ‘Papelería Sucre’?

‘Papelería Sucre’ tiene años vendiendo en el mercado y por eso es que debemos tener una buena reputación. Y, para mi el cliente es importante y se ha pensado siempre en brindarle un excelente producto o servicio. Sin olvidar los precios bajos y una buena ubicación. Me gustaría que el cliente tenga una imagen de respeto para mi negocio, que piense que se encuentra seguro con un ambiente con aire acondicionado y con la mejor atención de empleados preparados para atender al cliente. Hasta el momento, muchos clientes salen satisfechos por su compra de producto para oficina como grapadoras, perforadoras, carpeta, archivadores, carpeta manila, cartas, protectores de hojas,

resmas, hojas bond A4, entre otros. Para útiles escolares lápices, sacapuntas, borradores, bolígrafos, esferos, temperas, escarchas, entre otros. Mientras que productos tecnológicos como teclados con luces, mouses, pendrive, entre otros. Las fundas de regalos y tarjetas de regalos para cumpleaños y festividades. Y los servicios de copias, anillados, plastificaciones, cyber, llamadas entre otros. Estos productos y servicios son de calidad y de marca. Los empleados están preparados para brindar una excelente atención al cliente. Por lo cual, yo como propietario quisiera que el cliente vuelva a comprar nuevamente. Me gusta que aquí en el negocio a diario pasen muchas personas porque así mi local está al pie y se exhibe solo con sus productos en vitrina y servicios que los clientes necesitan para su día a día laboral.

53. ¿Qué aspectos de su negocio le gustaría que promocióne en la estrategia de comunicación en Instagram?

Los aspectos que me gustaría es que se innove un logotipo, slogan y frase para el negocio de la Papelería Sucre. Los productos y servicios que se brindan en el negocio son de calidad y de marca. Mientras, que los servicios son ágiles y rápidos. Me encantaría que promocionen los productos que más se venden al igual que los servicios.

54. ¿Qué características de su negocio son destacables para la promoción?

Me encantaría que se destaque los productos como lápices, bolígrafos y artículos de escritura, lápices con mina de grafito, lápices de colores y pinturas, papel, tarjetas, blocs, libros e impresos, sobres y bolsas, material de correo y cinta de embalaje, carpetas, archivadores, pegamentos y cintas adhesivas, accesorios de escritorio, y tecnología. Los servicios como: anillados, copias, plastificaciones, ciber, llamadas nacionales e internacionales. Prefiero que siempre en el formato audiovisual que sea en lo que la herramienta Instagram ayude a crear contenido de los productos y servicios que tiene el negocio para el cliente de 'Papelería Sucre'.

50. ¿Qué frase motivadora le gustaría que se promocióne para hacerse conocer y posicionar a la Papelería Sucre en el mercado?

Compra aquí los productos de calidad y servicios ágiles y eficaz para tu necesidad a bajos precios.

A continuación, preguntas de los empleados de 'Papelería Sucre'.

Empleado 1

1. ¿Qué implementarías en la Papelería Sucre que hayas visto en la competencia?

En la Papelería Sucre se le implementaría una buena comunicación, como, por ejemplo, cuando vienen los clientes, y piden 20 copias B/N yo como vendedora tengo que ofrecerle otro servicio adicional como el anillado, plastificado, encuadernado, entre varios.

En la competencia, si se ve este tipo de atracción del producto. Entonces, he visto esto en la competencia que en la Papelería le falta.

En muchas ocasiones, yo como vendedora le ofrezco al cliente mejorar su producto. Por ejemplo, si su cédula necesita plastificación porque se encuentra deteriorada.

2. ¿Qué te gustaría que mejore en la Papelería Sucre?

Me gustaría que se mejore la comunicación interna ya que ayudará mucho al cliente a identificar rápido el precio del producto. Es decir, se necesita que se ubiquen los precios en los productos que están en las perchas, vitrinas.

3. ¿Qué ideas propones para la promoción de papelería sucre, para que consigan más clientes?

La idea que se propone es que Papelería Sucre venda sus productos en Instagram y que suba contenido los días que sea necesario para conseguir más clientes.

4. ¿Qué ventajas tiene la Papelería Sucre?

La ventaja de la Papelería Sucre es su ubicación, en Luque #406 y pichincha Edificio Banco Park, en el centro de la ciudad, en Guayaquil, Ecuador.

5. ¿Compras algún producto por redes sociales?

Si, en Instagram. Yo, observo cuentas de emprendimientos, de lo que me gusta, por ejemplo, las bisuterías. En este caso, voy a la cuenta de @bisuteriayaccesorios.ec, yo, selecciono la imagen donde tenga pulseras de color rojo. Luego, le doy *like*, le escribo al DM, me contacto con la propietaria del emprendimiento y llegamos a un acuerdo del pago, y la entrega. Así, es como yo compro.

6. ¿Te gusta trabajar en la Papelería Sucre?

Si, me gusta trabajar.

7. ¿Qué productos de valor recomendarías a los clientes a comprar en la Papelería Sucre?

Los productos de valor que recomiendo los de útiles escolares, suministro de oficina, copias, plastificaciones. Estos productos se pueden vender por Internet. Dar un mejor servicio, creando contenido y así se les recomendaría a los clientes esta nueva forma de vender.

8. ¿Cuáles productos compran los clientes a diario en la Papelería Sucre?

Los clientes a diario compran cajas de Resmas Papel Bond Xerox A4, Paquetes de 50 sobres manila A4, cajas de 50 bolígrafos Bic punta fina, Lápices, Lápices de colores y pinturas, Papel, Tarjetas, Blocs, Bolsas, Carpetas y archivadores.

9. Según tu opinión ¿Qué productos se deben promocionar para atraer clientes en la Papelería Sucre?

Todos los productos se deben promocionar en Instagram.

10. ¿Cuáles productos son los que dan más ingreso de dinero a la Papelería Sucre?

Los productos que más ingresos genera el negocio Papelería Sucre son:

Resmas Xerox A4, Paquetes de sobres manila A4 Y A5, Cajas de bolígrafos, Paquetes de cuadernos, Paquetes de carpetas, Archivadores, Pendrives, Paquete de gomas, Calculadoras, Grapadoras, Perforadoras, Lápices, Paquete de protectores de hojas.

11. ¿Por qué para ti las redes sociales pueden ayudar a aumentar las ventas a la Papelería Sucre?

Porque hoy en día los clientes frecuentes y nuevo tienen un smartphone. Entonces, ellos tienen internet porque piden wifi para conectarse a las Redes Sociales o al WhatsApp.

12. ¿Cuántas veces al día tienen nuevos clientes la Papelería Sucre?

Todos los días.

13. ¿Cuánto tiempo te demoras en realizar la transacción de la compra con el cliente en la Papelería Sucre?

Se debe demorar 15 segundos por cliente.

14. ¿Cómo entregas el producto al cliente en la Papelería Sucre?

El producto, se le entrega en una bolsa plástica y con su factura.

15. ¿Por qué tú piensas que los clientes viejos y clientes nuevos ayudarán a aumentar las ventas en la Papelería Sucre?

Porque, los clientes compran su producto o servicio que necesita y que Papelería Sucre lo tiene. Solo que, se necesita más clientes, para que las ventas aumenten y vender los productos que están en la percha.

16. ¿Cuáles son los servicios que más se venden?

Los servicios que más se venden son el anillado, plastificado, las impresiones, las copias y cyber café.

17. ¿Consideras que la atención al cliente es excelente, en la Papelería Sucre? ¿Por qué?

Considero que todos nosotros, siempre ayudamos al cliente con su necesidad. Porque, aquí en la Papelería Sucre los clientes salen con el producto en buen estado y con su factura. A demás la Papelería Sucre tiene aire acondicionado.

18. ¿Cuál es tu perspectiva sobre los productos y servicios que se ofrecen en la Papelería y que nuevos productos integrarías?

Los productos y servicios que se ofrecen son de calidad, variedad y económicos. Porque, a los clientes les gusta que su compra sea de calidad y de marca. Es por esto, que Papelería Sucre si tiene productos y servicios que cumplen con las expectativas del cliente. En el emprendimiento, ya se integró nuevos productos tecnológicos como cargadores y, audífonos.

19. ¿Qué promociones recomiendas para aumentar las ventas y atraer clientela en la Papelería Sucre?

Los productos se promocionen en Instagram.

20. ¿Qué tipo de e-commerce puede mejorar la oferta al cliente?

Se busca un e-commerce que ahorre tiempo y costos.

21. ¿Cuáles son los productos y servicios que se pueden mejorar para atraer a los clientes?

Lo que se debe mejorar es Identificar las necesidades y requisitos de los clientes. En la Papelería Sucre, muchos productos no tienen precio que sea visible para los clientes. Mientras, que los servicios si cumplen con los requisitos del cliente.

22. ¿Qué área se debe mejorar o cambiar en la Papelería Sucre?

El área de los cajeros porque necesitamos más espacio para realizar un desempeño mejor y realizar rápida la transacción.

23. ¿Cuántos clientes frecuentes y clientes fijos realizan las compras de los productos y servicios en la Papelería Sucre?

Clientes frecuentes: 300 entre ellos son los profesionales y estudiantes en el día.

Clientes fijos: 10 clientes fijos al día.

24. ¿Qué otras Papelerías tienen productos o servicios semejantes en el mercado?

La competencia en el mercado de Papelería, todos tienen los mismo productos y servicios. Lo que se destaca de la Papelería es su buena ubicación y su año en el mismo sector.

25. ¿Cómo calificarías a las competencias en referencia de la Papelería Sucre?

Yo, Calificaría Muy bueno a la competencia porque no cumplen con el valor agregado del producto, ni con una buena atención al cliente.

26. ¿Cuál es el producto estrella en el mercado de Papelería?

Los archivadores.

Empleado 2

1. ¿Qué implementarías en la Papelería Sucre que hayas visto en la competencia?

Implementaría nuevos productos por los cuales, impulsados por la venta de suministro de oficina, realizando contenido de imágenes y videos y subirlo al Instagram. Así, los productos más vendidos y los nuevos productos, serán vistos por personas que tienen redes sociales.

2. ¿Qué te gustaría que mejore en la Papelería Sucre?

Me gustaría que mejoren la ampliación de la Papelería Sucre y que sus productos más vendidos se vendan por las redes sociales.

3. ¿Qué ideas propones para la promoción de papelería sucre, para que consigan más clientes?

Hoy en día, se puede promocionar por las redes sociales, websites, flyer, publicidad, entre otras.

4. ¿Qué ventajas tiene la Papelería Sucre?

La ventaja de la Papelería Sucre es su ubicación, porque tiene a instituciones públicas y privadas, más la universidad de las Artes. Es un buen punto estratégico.

5. ¿Compras algún producto por redes sociales?

Si, he comprado por redes sociales. Así, las personas o clientes buscan su producto comprado por el Internet. En muchas ocasiones, no sales de casa y te llega tu producto por medio de Delivery.

6. ¿Te gusta trabajar en la Papelería Sucre?

Si, tiene un buen ambiente laboral.

7. ¿Qué productos de valor recomendarías a los clientes a comprar en la Papelería Sucre?

Los productos de valor que recomiendo los de útiles escolares, suministro de oficina, copias, plastificaciones. Estos productos se pueden vender por Internet. Dar un mejor servicio, creando contenido y así se les recomendaría a los clientes esta nueva forma de vender.

8. ¿Cuáles productos compran los clientes a diario en la Papelería Sucre?

Los clientes a diario compran cajas de Resmas Papel Bond Xerox A4, Paquetes de 50 sobres manila A4, cajas de 50 bolígrafos Bic punta fina, Lápices, Lápices de colores y pinturas, Papel, Tarjetas, Blocs, Bolsas, Carpetas y archivadores, Copias de documentos, Paquetes de cuadernos.

9. Según tu opinión ¿Qué productos se deben promocionar para atraer clientes en la Papelería Sucre?

Se puede promocionar los productos que más se venden y que al cliente le gusta y necesidad en su oficina. Los productos que se deben promocionar son las Resmas Xerox, Cuadernos, Bolígrafos, Lápices, marcadores, grapadoras, perforadoras, Archivadores, Copias, Anillados, Plastificaciones, Calculadora, Plastilina, entre otros productos.

10. ¿Cuáles productos son los que dan más ingreso de dinero a la Papelería Sucre?

Los productos que más ingresos genera el negocio Papelería Sucre son: Resmas Xerox A4, Paquetes de sobres manila A4 Y A5, Cajas de bolígrafos, Paquetes de cuadernos, Paquetes de carpetas, Archivadores, Pendrives, Paquete de gomas, Calculadoras, Grapadoras, Perforadoras, Lápices, Paquete de protectores de hojas.

11. ¿Por qué para ti las redes sociales pueden ayudar aumentar las ventas a la Papelería Sucre?

A través de las redes puedes atraer potenciales clientes o llevarlos hacia tus canales de venta. También te permite contactar con potenciales clientes, respondiendo dudas sobre un producto o servicio o conociendo más sobre su experiencia de compra y mejorarla, de ser necesario.

12. ¿Cuántas veces al día tienen nuevos clientes la Papelería Sucre?

Todos los días.

13. ¿Cuánto tiempo te demoras en realizar la transacción de la compra con el cliente en la Papelería Sucre?

La transacción se debe demorar 6 segundos por cliente.

14. ¿Cómo entregas el producto al cliente en la Papelería Sucre?

El producto se lo entrega en una bolsa plástica.

15. ¿Por qué tú piensas que los clientes viejos y clientes nuevos ayudarán a aumentar las ventas en la Papelería Sucre?

Siempre hay que tener éxito. El destino de un emprendimiento está ligado a sus ventas. Es por esto que hay que planificar una estrategia que los clientes se interesen por nuestro negocio. Y ellos los ayudarán en comprar nuestro producto de calidad y marca para su necesidad.

16. ¿Cuáles son los servicios que más se venden?

Los servicios que más se venden son el anillado, plastificado, las impresiones, las copias y cyber

17. ¿Consideras que la atención al cliente es excelente, en la Papelería Sucre? ¿Por qué?

Si, nosotros siempre mostramos una sonrisa y educación al cliente. Es por esto, que nos destacamos con el saludo y los valores que tiene el negocio.

18. ¿Cuál es tu perspectiva sobre los productos y servicios que se ofrecen en la Papelería y que nuevos productos integrarías?

Mi perspectiva es que los productos y servicios si cumplen con la calidad y precios económicos para el cliente. Integraría productos que ayuden al medio ambiente y de tecnología.

19. ¿Qué promociones recomiendas para aumentar las ventas y atraer clientela en la Papelería Sucre?

Vender por las Redes Sociales.

20. ¿Qué tipo de e-commerce puede mejorar la oferta al cliente?

La Papelería Sucre necesita un e-commerce que le ayude a generar ventas, sin gastos extremos.

21. ¿Cuáles son los productos y servicios que se pueden mejorar para atraer a los clientes?

En la Papelería Sucre, muchos productos no tienen precio que sea visible para los clientes.

22. ¿Qué área se debe mejorar o cambiar en la Papelería Sucre?

Se debe integrar un área de Comunicación para que así ayude a cambiar la dirección de venta del negocio. Es decir, implementar un área de Community Manager para que se vendan los productos por Instagram.

23. ¿Cuántos clientes frecuentes y clientes fijos realizan las compras de los productos y servicios en la Papelería Sucre?

Cliente esporádicos: 300 entre ellos son los profesionales y estudiantes en el día.

Clientes fijo: 10 clientes fijos al día.

24. ¿Qué otras Papelerías tienen productos o servicios semejantes en el mercado?

La competencia en el mercado de Papelería, todos tienen los mismo productos y servicios. Lo que se destaca de la Papelería es su buena ubicación y su año en el mismo sector.

25. ¿Cómo calificarías a las competencias en referencia de la Papelería Sucre?

Yo, Calificaría buena a la competencia porque sus productos no son de buena calidad, son caros y ni con una buena atención al cliente.

26. ¿Cuál es el producto o servicio que son mejores en el mercado de Papelería?

Los archivadores

Empleado 3

1. ¿Qué implementarías en la Papelería Sucre que hayas visto en la competencia?

Implementaría vender más artículos de bisutería, equipos de tecnología.

2. ¿Qué te gustaría que mejore en la Papelería Sucre?

Me gustaría que exista más espacio en el trabajo de Papelería Sucre.

3. ¿Qué ideas propones para la promoción de papelería sucre, para que consigan más clientes?

Se puede realizar reducción de precio en oferta. Además, vender por Internet, ya que los clientes utilizan las redes sociales. En la Papelería le hace falta una promoción que beneficie al cliente. También, hacer que el cliente quede satisfecho con la compra.

4. ¿Qué ventajas tiene la Papelería Sucre?

Es una empresa que tiene años en el mercado. Bueno, como local vende artículos para oficina y útiles escolares, más servicios de copias, anillados y plastificaciones. Y, el lugar es excelente.

5. ¿Compras algún producto por redes sociales?

No, compro por Redes Sociales.

6. ¿Te gusta trabajar en la Papelería Sucre?

Claro, el horario es accesible y el sueldo ayuda mucha a mi día a día.

7. ¿Qué productos de valor recomendarías a los clientes a comprar en la Papelería Sucre?

Los productos de valor que recomiendo los de útiles escolares, suministro de oficina, copias, plastificaciones. Estos productos se pueden vender por Internet. Dar un mejor servicio, creando contenido y así se les recomendaría a los clientes esta nueva forma de vender.

8. ¿Cuáles productos compran los clientes a diario en la Papelería Sucre?

Los clientes a diario compran cajas de Resmas Papel Bond Xerox A4, Paquetes de 50 sobres manila A4, cajas de 50 bolígrafos Bic punta fina, Lápices, Lápices de colores y pinturas, Papel, Tarjetas, Blocs, Bolsas, Carpetas y archivadores.

9. Según tu opinión ¿Qué productos se deben promocionar para atraer clientes en la Papelería Sucre?

Se puede promocionar los productos de Útiles Escolares, Suministro de oficina y los productos nuevos de tecnología, Pendrive, Cargadores, Cable USB, Auriculares en las redes sociales.

10. ¿Cuáles productos son los que dan más ingreso de dinero a la Papelería Sucre?

Resmas Xerox A4, Paquetes de sobres manila A4 Y A5, Cajas de bolígrafos, Paquetes de

cuadernos, Paquetes de carpetas, Archivadores, Pendrives, Paquete de gomas, Calculadoras, Grapadoras, Perforadoras, Lápices, Paquete de protectores de hojas.

11. ¿Por qué para ti las redes sociales pueden ayudar aumentar las ventas a la Papelería Sucre?

Porque a las personas les gusta comprar por internet. Y, si la Papelería Sucre innova este diseño de estrategia, ayudará mucho en atraer clientes para que compren los productos de Papelería Sucre.

12. ¿Cuántas veces al día tienen clientes la Papelería Sucre?

Todos los días.

13. ¿Cuánto tiempo te demoras en realizar la transacción de la compra con el cliente en la Papelería Sucre?

La transacción se debe demorar en 6 segundos por clientes.

14. ¿Cómo entregas el producto al cliente en la Papelería Sucre?

El producto se entrega en una bolsa plástica.

15. ¿Por qué los clientes viejos y clientes nuevos ayudarán a aumentar las ventas en la Papelería Sucre?

La Papelería Sucre siempre necesita de los clientes nuevos y viejos porque sin ellos no existe las ventas. Entonces, para atraer muchos clientes, este negocio debe buscar vender por internet porque es más llamativo, ya que pueden postear imágenes o videos de los artículos que se venden, en la Papelería Sucre.

16. ¿Cuáles son los servicios que más se venden?

Los servicios que más se venden son el anillado, plastificado, las impresiones, las copias y cyber café.

17. ¿Consideras que la atención al cliente es excelente, en la Papelería Sucre? ¿Por qué?

Si, porque nosotros tenemos valores que lo expresamos en este trabajo. Considero, que un buen saludo y un producto de calidad es lo que necesita el cliente.

18. ¿Cuál es tu perspectiva sobre los productos y servicios que se ofrecen en la Papelería y que nuevos productos integrarías?

Mi perspectiva es buena porque los productos y servicios si son de calidad para el cliente. El cliente de Papelería Sucre sabe que encontrará productos de marca y que son durables. Los productos nuevos a integrar son los de tecnología, como, cargadores, cables USB y audífonos, etc

19. ¿Qué promociones recomiendas para aumentar las ventas y atraer clientela en la Papelería Sucre?

Promocionarse en Instagram para vender y aumentar las ventas.

20. ¿Qué tipo de e-commerce puede mejorar la oferta al cliente?

Se necesita en la Papelería que se diseñe una estrategia de comunicación digital que no exceda gastos y que ahorre tiempo para el negocio de la Papelería Sucre.

21. ¿Cuáles son los productos y servicios que se pueden mejorar para atraer a los clientes?

Los productos es que tengan ticket de precio para que sea visible para el cliente y así atraer al cliente.

22. ¿Qué área se debe mejorar o cambiar en la Papelería Sucre?

El área de los cajeros porque se necesita que los empleados tengan más espacio en caminar y desplazarse por el negocio.

23. ¿Cuántos clientes frecuentes y clientes fijos realizan las compras de los productos y servicios en la Papelería Sucre?

Cliente frecuentes: 300 entre ellos son los profesionales y estudiantes en el día.
Clientes fijo: 10 clientes fijos al día.

24. ¿Qué otras Papelerías tienen productos o servicios semejantes en el mercado?

La competencia en el mercado de Papelería, todos tienen los mismo productos y servicios.

25. ¿Cómo calificarías a las competencias en referencia de la Papelería Sucre?

Yo, Calificaría regular a la competencia porque no cumplen con productos, muchas veces no tienen el servicio adecuado como por ejemplo en una copia dan una hoja con manchas, es decir, no hay

una buena atención al cliente, en el sector de la competencia de la Papelería Sucre.

26. ¿Cuál es el producto estrella en el mercado de Papelería?

Los archivadores.

A continuación, preguntas de los *Buyer Person*.

Primer Buyer Person.

1. Nombre del Buyer Persona:

Anita Paola Cevallos Carpio.

2. Profesión

Medicina General

3. Sexo

Femenino

4. Edad

30

5. Estado civil

Casada

6. Sector de la vivienda

Mapasingue Oeste

7. Especifique el nombre y lugar del trabajo:

IEES CONSULTA EXTERNA. Lugar: Urdesa.

8. Ingresos mensuales:

\$1000

9. ¿Qué redes sociales frecuenta?

Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter.

10. ¿En qué formatos prefiere consumir los contenidos?

Imágenes y videos.

12. ¿Qué dispositivo móvil utiliza?

Samsung

13. ¿De qué manera prefiere que lo contacten?

Por WhatsApp.

14. ¿Es activo en Instagram?

Si

15. ¿En qué redes sociales?

Instagram. Me gusta ver los *reels* de cuentas que me gustan.

16. ¿qué le atrae de papelería sucre?

Sus productos de calidad y su atención al cliente.

17. ¿qué opina de papelería sucre?

Me gusta mucho la ubicación porque está cerca del Malecón 2000 y hay muchas zonas de empresas que necesitan suministro de Papelería y de oficina. Además, me gusta que la Papelería tenga buena atención al cliente. Siempre, brindando su plus con servicios de copias, plastificación y anulados.

18. ¿Por qué acostumbra a comprar en papelería sucre?

Porque tiene productos de bajos costos y eso me gusta como clienta de Papelera Sucre.

19. ¿Qué le gustaría que Papelería sucre mejore?

Me gustaría que mejore su tamaño del local y que se innove por las ventas online.

20. Recomendaría a la papelería

Si, tiene productos de calidad, marca y bajo costo.

Segundo Buyer Persona.

1. Nombre del Buyer Persona:

Manuel Carvajal.

2. Profesión:

Analista contable en el BANKRED

3. Nacionalidad:

Ecuatoriana.

4. Sexo

Masculino.

5. Edad

6. Estado civil

Casado.

7. Sector de la vivienda

Via a la Costa.

8. Especifique el nombre y lugar del trabajo:

9. Ingresos mensuales:

\$1500

10. ¿Qué redes sociales frecuenta?

Facebook, Twitter e Instagram.

11. ¿En qué formatos prefiere consumir los contenidos?

Imágenes y Videos.

12. ¿Qué dispositivo móvil utiliza?

Samsung.

13. ¿De qué manera prefiere que lo contacten?

En WhatsApp.

14. ¿Es activo en Instagram?

Si

15. ¿En qué redes sociales?

Instagram y Facebook.

16. ¿Qué le atrae de papelería sucre?

Sus productos de calidad.

17. ¿Qué opina de papelería sucre?

Me agrada el lugar porque tiene buena atención al cliente. Además, de que el sector es excelente porque queda cerca de mi trabajo y solo camino 2 minutos para comprar surtidos de Papelería y eso lo compro en la Papelería Sucre.

18. ¿Por qué acostumbra a comprar en papelería sucre?

Porque me gusta la atención al cliente y me queda cerca de mi trabajo a 2 minutos del banco donde laboro.

19. ¿Qué le gustaría que Papelería sucre mejore?

Me gustaría que mejore sus ventas. La Papelería Sucre ya debe de innovarse por las redes sociales. Son buenas en incrementar clientes porque se puede crear contenidos de valor y Papelería Sucre tiene bastantes productos de Útiles escolares y de oficina. Además, con de sus servicios que pueden comunicar que se acerquen al local para realizar copias, anillado y plastificado.

20. Recomendaría a la papelería

Si, muy recomendable por su buena atención al cliente.



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Buenaño García David Raúl**, con C.C.: # **0930647730** autor/a del trabajo de titulación: **Diseño de una estrategia de comunicación en la red social Instagram para el emprendimiento autónomo ‘Papelería Sucre’, en Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Comunicación Social** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **28 de enero de 2023**

EL AUTOR

f. Buenaño García David Raúl

C.C.: 0930647730



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Diseño de una estrategia de comunicación en la red social <i>Instagram</i> para el emprendimiento autónomo ‘Papelería Sucre’, en Guayaquil.		
AUTOR(ES)	Buenaño García David Raúl		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Carvajal Lituma Maritza Filomena		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
CARRERA:	Comunicación Social.		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado en Comunicación Social.		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	28 de enero de 2023	No. DE PÁGINAS:	90
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comunicación Estratégica, <i>Instagram</i> , <i>Engagement</i> , papelerías.		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Comunicación Estratégica, <i>Instagram</i>, <i>Engagement</i>, papelerías.		
<p>El proyecto de aplicación profesional pretende diseñar una estrategia de comunicación enfocada en el uso de la red social <i>Instagram</i> para posicionar el emprendimiento autónomo ‘Papelería Sucre’, en el segmento del mercado, esto con un enfoque cualitativo y cuantitativo.</p> <p>El proyecto realizado es un estudio mixto porque combina tanto las técnicas de investigación cualitativas, como cuantitativas para analizar las piezas comunicacionales difundidas, en <i>Instagram</i>. Para los primeros objetivos específicos se determinó las entrevistas al propietario, equipo de trabajo, dos <i>buyer person</i> para conocer la situación comunicacional del negocio de la ‘Papelería Sucre’, en las plataformas digitales, en el contexto de su competencia. Mientras que para el segundo objetivo se delineó los valores y elementos diferenciadores del negocio de la ‘Palería Sucre’ mediante una encuesta, luego proceder el plan de medios y de inversiones para direccionar la gestión de la marca, en <i>Instagram</i>. En el último objetivo específico se postearán las piezas comunicacionales en la plataforma digital. Para concluir, la observación sistémica se da mediante los formatos audiovisuales serán difundidos y atraerán clientes y ventas, en <i>Instagram</i>, siempre para el emprendimiento ‘Papelería Sucre’.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-8-08-16109	E-mail: davidrabuga@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Ocaña Ocaña, Andrea Jazmín		
	Teléfono: +593-986948134		
	E-mail: Andrea.ocana@gmail.com		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			