

**Estrategias para optimizar la comunicación y visibilidad de las PYMES en el
sector de estampación y sublimación en el centro de Medellín**

Johan David Ortega Cardona

Angie Daniela Quintero Betancur

Nathali Vargas Álvarez

Institución Universitaria Pascual Bravo

Facultad de Producción y Diseño

Medellín - Colombia

2024

Trabajo de grado para optar al Título de Profesional en Diseño Gráfico

Aleksánder Paz Vargas

Diseñador Gráfico - Docente

Contenido

| | |
|--|----|
| Glosario..... | 5 |
| Resumen..... | 7 |
| Introducción..... | 8 |
| Capítulo 1..... | 10 |
| El problema..... | 10 |
| Capítulo 2..... | 12 |
| Justificación..... | 12 |
| Capítulo 3..... | 15 |
| Objetivos..... | 15 |
| Capítulo 4..... | 16 |
| Referentes teóricos..... | 16 |
| Capítulo 5:..... | 18 |
| Metodología..... | 18 |
| Capítulo 6..... | 21 |
| Resultados:..... | 21 |
| Informe de Diagnóstico de Comunicación..... | 21 |
| Introducción..... | 21 |
| Objetivo general:..... | 21 |
| Objetivos específicos:..... | 21 |
| Metodología..... | 21 |
| Análisis de estrategias de comunicación (Relacionar ítem con las preguntas del formulario o formato / Organizar el “estilo”)..... | 23 |
| Frecuencia y efectividad en las RRSS..... | 23 |
| Inversión implementada en las estrategias de comunicación..... | 23 |
| Contenido creativo utilizado..... | 24 |
| Fortalezas y debilidades..... | 24 |
| Fortalezas..... | 24 |
| Debilidades..... | 24 |
| Oportunidades..... | 25 |
| Amenazas:..... | 25 |
| Alta competitividad de mercado..... | 25 |
| Limitaciones presupuestarias..... | 26 |
| Falta de conocimiento en Marketing Digital..... | 26 |
| Dependencia del voz a voz..... | 26 |
| Cambios constantes en las plataformas digitales..... | 26 |
| Hallazgos y Análisis..... | 27 |
| 1. Uso Activo de redes sociales (RRSS)..... | 28 |
| 2. Publicidad segmentada en redes sociales..... | 28 |
| 3. Creación de contenido dinámico y atractivo..... | 28 |

| | |
|--|----|
| 4. Colaboración con influencers y modelos..... | 28 |
| 5. Personalización de mensajes y atención al cliente..... | 29 |
| 6. Marketing educativo..... | 29 |
| 7. Adaptación a tendencias del mercado..... | 29 |
| 8. Uso de herramientas de análisis y métricas..... | 30 |
| 9. Diversificación de servicios y técnicas complementarias..... | 30 |
| 10. Interacción directa con clientes a través de redes sociales..... | 30 |
| Infografía:..... | 30 |
| Estructura plan de contenido mensual:..... | 31 |
| Estrategia para implementar..... | 34 |
| 1. Uso Activo de Redes Sociales (RRSS) (Revisar conexión)..... | 34 |
| 2. Publicidad segmentada en redes sociales..... | 35 |
| 3. Creación de contenido dinámico y atractivo..... | 36 |
| 4. Colaboración con Influencers y Modelos..... | 36 |
| 5. Personalización de Mensajes y Atención al Cliente..... | 37 |
| 6. Marketing Educativo..... | 37 |
| 7. Adaptación a Tendencias del Mercado..... | 38 |
| 8. Uso de Herramientas de Análisis y Métricas..... | 39 |
| 9. Diversificación de Servicios y Técnicas Complementarias..... | 39 |
| 10. Interacción Directa con Clientes a través de Redes Sociales..... | 40 |
| Capítulo 7..... | 42 |
| Recomendaciones..... | 42 |
| Organización de redes..... | 42 |
| Embellecimiento de Instagram y Facebook..... | 42 |
| Creación de contenido dirigido a Instagram y Facebook..... | 42 |
| Creación de stories y encuestas..... | 42 |
| Publicación diaria de contenido..... | 42 |
| Seguimiento y ajustes..... | 43 |
| Promoción cruzada del contenido..... | 43 |
| Revisión de métricas..... | 43 |
| Optimización del contenido..... | 43 |
| Actividades Clave..... | 43 |
| Capítulo 8..... | 45 |
| Conclusiones..... | 45 |
| Bibliografía..... | 47 |
| Anexos..... | 48 |

Glosario

Atención al cliente: Servicio de apoyo a clientes para resolver inquietudes y mejorar la experiencia de compra.

Competitividad: Capacidad de una empresa para destacar y prosperar frente a sus competidores.

Comunicación efectiva: Proceso de transmitir mensajes de manera clara y precisa para lograr los objetivos de la comunicación.

Diagnóstico: Evaluación inicial de una situación para identificar fortalezas y áreas de mejora.

Estampación: Técnica de impresión sobre textiles y otros materiales para aplicar diseños o imágenes.

Estrategia de comunicación: Plan diseñado para la transmisión de mensajes y visibilidad de una empresa.

Facebook Ads: Herramienta de publicidad en Facebook para llegar a audiencias específicas con anuncios personalizados.

Fidelización: Estrategias para construir y mantener la lealtad de los clientes hacia una marca o empresa.

Infografía interactiva: Representación visual de datos o información que permite interacción para una comprensión dinámica.

Instagram Ads: Plataforma publicitaria en Instagram que permite a las empresas proporcionar contenidos visuales.

Interacción: Comunicación bidireccional entre una empresa y sus clientes para fortalecer relaciones.

Marketing digital: Estrategia de promoción de productos o servicios a través de plataformas digitales.

Personalización: Adaptación de productos o servicios según las necesidades específicas de los clientes.

Plan de contenido: Calendario estratégico de publicaciones que mantienen la presencia de una marca en redes sociales.

Publicidad digital: Promoción de productos o servicios mediante anuncios en plataformas en línea.

PYMES: Pequeñas y medianas empresas que se caracterizan por su tamaño reducido en personal y volumen de ingresos.

Redes sociales: Plataformas en línea como Facebook e Instagram, que facilitan la interacción y promoción empresarial.

Sublimación: Método de transferencia de imágenes a materiales mediante color, ideal para productos personalizados.

Visibilidad: Grado de reconocimiento y presencia de una empresa en su mercado objetivo.

WhatsApp Business: Versión de WhatsApp para empresas, diseñada para facilitar la comunicación con los clientes.

Resumen

Este proyecto tiene como objetivo desarrollar estrategias de comunicación efectivas que incrementen la visibilidad y competitividad de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector de estampación y sublimación en el centro de Medellín. En un contexto donde las limitaciones de recursos financieros y el conocimiento técnico en marketing digital son desafíos recurrentes, la comunicación digital emerge como una herramienta fundamental para que estas empresas se destaquen en un mercado altamente competitivo. A través de un diagnóstico detallado de la situación actual, se identificaron las fortalezas y áreas de oportunidad en las estrategias de comunicación de las PYMES del sector. Esto dio paso a la creación de un plan de implementación que incluye un cronograma de contenido mensual, publicidad segmentada y una atención a la cliente más personalizada, con el propósito de maximizar el alcance y la interacción.

Esta investigación propone diez estrategias específicas, que se establecieron para entender cómo en este entorno y su amplia competencia logran ser estratégicamente diferenciadores entre las otras empresas que ofrecen los mismo o similares servicios, a partir del escenario actual de cómo operan estas PYMES, se identifica la necesidad de intervenir de manera que se mantengan activos en los medios digitales, tales como el uso activo de redes sociales y la creación de contenido atractivo y dinámico, para construir una relación cercana y duradera con los clientes. Cada acción busca fortalecer la identidad de marca de estas PYMES y ofrecerles herramientas prácticas para adaptarse a un entorno digital en constante cambio.

Este proyecto, además de brindar soluciones a las PYMES, también contribuye al desarrollo económico y social de Medellín, promoviendo el papel de estas empresas como fundamentales en la comunidad.

Introducción

En un entorno de alta competitividad y transformación digital, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector de estampación y sublimación en el centro de Medellín enfrentan desafíos significativos para destacarse en el mercado. La visibilidad y una comunicación efectiva son factores esenciales para el crecimiento de estas empresas, especialmente considerando las limitaciones de recursos financieros y el conocimiento limitado en marketing digital que muchas de ellas enfrentan. Estas circunstancias no solo dificultan su posicionamiento, sino que también afectan su capacidad para captar nuevos clientes y mantener relaciones sólidas con los existentes.

En este contexto, la comunicación efectiva se convierte en una herramienta esencial para que las PYMES puedan destacar y conectarse de manera auténtica con su público. Las redes sociales, por ejemplo, representan una plataforma de gran alcance y bajo costo, ideal para estas empresas. Sin embargo, sin una estrategia bien definida, el uso de estas herramientas puede volverse ineficaz, y es aquí donde surge la necesidad de diseñar un plan de comunicación que no solo promueve los productos y servicios, sino que también humanice la relación con los clientes, compartiendo las historias, el esfuerzo y la creatividad que caracterizan a las empresas de este sector.

Este proyecto, tiene como propósito desarrollar estrategias de comunicación adaptadas a las características y necesidades específicas de las PYMES del sector de estampación y sublimación en el centro de Medellín. La propuesta incluye un diagnóstico de la situación actual, una infografía interactiva como guía de estrategias de comunicación, seguida por la implementación de un plan de contenido mensual en redes sociales. A través de herramientas digitales como Facebook Ads, Instagram y WhatsApp, y mediante la personalización de la atención al cliente. Cada estrategia busca optimizar la visibilidad y promover una interacción

cercana y humana con los clientes, con el fin de crear relaciones duraderas y de confianza que vayan más allá de una simple transacción comercial.

A través de esta investigación, no solo se pretende ofrecer soluciones prácticas y efectivas para estas PYMES, sino también contribuir al desarrollo del tejido empresarial en el centro de Medellín. Las estrategias propuestas pueden ser aplicadas a otras empresas del sector, brindando una guía para que muchas más puedan encontrar en la comunicación una herramienta poderosa para crecer y consolidarse en el mercado, aprovechando el poder de la comunicación digital para crecer de manera sostenible. En última instancia, este proyecto busca demostrar que, con las herramientas adecuadas y una visión orientada hacia el cliente, las PYMES de estampación y sublimación del centro de Medellín pueden alcanzar el reconocimiento y la conexión que necesitan para adaptarse a un entorno digital en constante cambio.

Capítulo 1

El problema

En el sector de estampación y sublimación en el centro de Medellín, hay una alta competencia, los recursos financieros son limitados y la visibilidad es un obstáculo recurrente. Sin embargo, estas empresas juegan un papel vital en la economía de la ciudad, pudiendo ser catalizadores del crecimiento y la vitalidad empresarial local. En este panorama, la adopción de estrategias de comunicación efectivas se convierte en un imperativo para las PYMES, pues les permite no solo destacarse en un mercado saturado, sino también conectar de manera más efectiva con su público objetivo. Es importante comprender las necesidades específicas y los comportamientos de los consumidores en este sector, así como identificar las herramientas de comunicación más apropiadas para llegar a ellos. Desde la creatividad en la generación de contenido hasta la utilización inteligente de las redes sociales y otras plataformas digitales, las PYMES pueden forjar una identidad distintiva y atractiva que las diferencie de sus competidores. Asimismo, es esencial que estas empresas se vuelvan más proactivas en la búsqueda de oportunidades de visibilidad, ya sea a través de eventos locales, colaboraciones estratégicas o campañas de marketing innovadoras. En este sentido, el enfoque de comunicación de las PYMES en el sector de estampación y sublimación debe ser ágil, adaptable y centrado en el cliente, lo que les permitirá no solo sobrevivir, sino prosperar en un entorno empresarial dinámico y desafiante como el del centro de Medellín.

Por esta razón, este proyecto propone la implementación de un enfoque integral centrado en las necesidades específicas de las PYMES del sector de estampación y sublimación en el centro de Medellín. Este enfoque incluirá un análisis detallado de la identidad y posicionamiento de cada empresa, seguido de la creación de soluciones visuales

personalizadas que reflejen su singularidad y atractivo. A través de la colaboración estrecha con las PYMES y la aplicación de técnicas innovadoras, este proyecto busca no solo mejorar la visibilidad y competitividad de las empresas en el mercado, sino también contribuir al fortalecimiento del sector y al crecimiento de las PYMES del sector de estampación y sublimación en el centro de Medellín.

Capítulo 2

Justificación

La comunicación efectiva y la visibilidad en el mercado son factores esenciales para el crecimiento y sostenibilidad de las PYMES en el sector de estampación y sublimación en el centro de Medellín, muchas PYMES enfrentan limitaciones significativas en estos aspectos debido a la falta de conocimiento en estrategias digitales, presupuestos reducidos y una alta competitividad. Estas condiciones dificultan su capacidad para captar nuevos clientes, fidelizar a los existentes y diferenciarse en un mercado saturado, afectando su crecimiento y estabilidad.

Este proyecto se justifica por la necesidad de desarrollar e implementar estrategias de comunicación adaptadas a las capacidades y necesidades específicas de las PYMES de estampación y sublimación en el centro de Medellín. En un sector que, según la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, genera alrededor de 5.000 empleos directos e indirectos y aporta cerca de \$100.000 millones de pesos anuales a la economía de la región (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2023), resulta esencial que estas empresas cuenten con estrategias de comunicación efectivas para asegurar su sostenibilidad y crecimiento en el largo plazo.

A pesar de su importancia económica, las PYMES del sector de estampación y sublimación enfrentan una serie de desafíos para aumentar su visibilidad y competitividad. Uno de los principales desafíos es la falta de estrategias de comunicación efectivas.

Un estudio realizado por la Universidad de Medellín encontró que el 70% de las PYMES en este sector no tienen un plan de comunicación formal. Esto significa que estas empresas no están utilizando de manera estratégica las herramientas y canales de comunicación disponibles para llegar a su público objetivo. (Universidad de Medellín, 2022).

Esta carencia implica que la mayoría de estas empresas no están aprovechando de manera óptima los canales y herramientas de comunicación para conectar con su público objetivo, lo que las pone en desventaja frente a competidores con estrategias mejor definidas. La falta de una comunicación estratégica limita la capacidad de estas PYMES para crear una identidad de marca distintiva, afectando su capacidad de atraer y retener clientes.

La implementación de un plan de comunicación se vuelve crucial en este contexto, ya que permite a las PYMES establecer acciones claras para alcanzar sus objetivos comerciales. Tal como afirma Tanqueño, “contar con un plan de comunicación es importante ya que permite establecer acciones a realizarse para cumplir los objetivos propuestos por la empresa, en el cual, uno de los primordiales es que los mensajes que se desean transmitir lleguen al público objetivo” (Tanqueño, 2019. “Plan de comunicación para posicionar la empresa Mundotronic en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo”). La falta de un enfoque bien planteado y estructurado en comunicación no solo afecta la visibilidad de las PYMES, sino que también puede llevar a la pérdida de clientes en favor de la competencia, especialmente en un mercado donde el diferencial de marca es clave para destacarse.

En ese sentido, este proyecto se justifica por la necesidad de desarrollar estrategias de comunicación que permitan a estas PYMES alcanzar un público más amplio, incrementar su visibilidad y en última instancia, adaptarse en un mercado que está en constante evolución tecnológica.

La implementación de estrategias de comunicación efectivas genera múltiples beneficios para las PYMES. En primer lugar, aumenta su visibilidad y alcance, permitiendo que estas empresas lleguen a un mayor número de clientes potenciales y creando oportunidades de crecimiento y ventas. En segundo lugar, una comunicación bien estructurada facilita la diferenciación en un mercado competitivo. Finalmente, una

comunicación eficaz contribuye a la fidelización de los clientes, que son esenciales para la estabilidad y expansión de las PYMES.

Por lo tanto, este proyecto plantea un enfoque estratégico que abarca las siguientes etapas: diagnóstico, evaluación, diseño e implementación. En la primera etapa se realizará un análisis detallado de las estrategias de comunicación actuales de las PYMES del sector, identificando sus fortalezas, debilidades, áreas de oportunidad y amenazas. Posteriormente, en la fase de evaluación, se tendrán en cuenta los resultados de la investigación a través de encuestas y entrevistas para desarrollar las estrategias más funcionales y efectivas para las PYMES. Finalmente, en la fase de diseño e implementación, se proponen plan de implementación, cronograma mensual para contenido en redes sociales y planner con ejemplos de copys para RRSS, con el fin de responder a la necesidad apremiante que presentan las PYMES del sector de estampación y sublimación en el centro de Medellín.

Capítulo 3

Objetivos

Objetivo general:

Desarrollar y proponer estrategias de comunicación efectivas que aumenten la visibilidad y promociónen los servicios de las PYMES del sector de Estampación y Sublimación en el centro de Medellín.

Objetivos específicos:

1. Evaluar el estado actual de las estrategias de comunicación utilizadas por las PYMES en el sector de Estampación y Sublimación en el centro de Medellín, con énfasis en su capacidad para promocionar servicios.
2. Comprender las estrategias de comunicación específicas que impactan la visibilidad y promoción de servicios de las PYMES en el sector de Estampación y Sublimación en el centro de Medellín.
3. Diseñar y proponer estrategias de mejora para la visibilidad y promoción efectiva de los servicios de las PYMES en el sector de Estampación y Sublimación en el centro de Medellín.

Capítulo 4

Referentes teóricos

La teoría de la comunicación organizacional postula que la comunicación efectiva dentro de una organización y hacia el exterior es fundamental para adquirir una identidad sólida que permanezca en el tiempo. Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del centro de Medellín se enfrentan a una alta demanda competitiva, donde una comunicación clara, estructurada y precisa es la clave para llegar a una audiencia más amplia. La comunicación dentro de este entorno de estampación y sublimación permite destacar y alinear la identidad de la marca con las expectativas y referencias de los clientes, logrando ser un diferenciador en un mercado saturado. Una estrategia de comunicación eficaz contribuye al fortalecimiento de la confianza y la fidelización de los clientes, y además es vital para mantenerse activos con mayor competitividad.

El uso estratégico de las plataformas digitales facilita la promoción de productos y servicios, incluso para aquellas PYMES que cuentan con presupuestos limitados. Herramientas como Facebook Ads, Instagram Ads y WhatsApp Business ofrecen un buen direccionamiento avanzado que permite a las PYMES llegar a audiencias más específicas, mediante imágenes, videos, entre otros, que ayudan a captar la atención del público, contribuyendo a posicionarse de forma competitiva.

Para esta investigación se proponen una serie de métodos para visibilizar las PYMES ubicadas en el centro de Medellín. Inicialmente, realizamos un sondeo de los lugares que ofrecen servicios como la estampación y la sublimación. A partir de estas pequeñas y medianas empresas, generamos una herramienta de recolección de datos para entender cómo estas empresas implementan sus estrategias de comunicación, con las que han venido promocionando sus productos y servicios. Se elaboró una serie de preguntas tipo encuesta y

entrevista, y después de recolectar la información, se obtuvo 23 respuestas suministradas a través de un formulario tipo encuesta realizado en Google Forms, complementadas con entrevistas que proporcionaron la información necesaria para generar un informe diagnóstico que muestra las debilidades y oportunidades encontradas.

Posteriormente, se procedió a analizar los casos de éxito de algunas de estas PYMES que, con presupuestos bajos, han logrado mantenerse en el tiempo. A partir de estos casos de éxito, realizamos un cuadro comparativo en el que extraemos las ventajas, desventajas, métodos y técnicas para que estas PYMES operen de manera eficiente y hagan un uso adecuado de los medios digitales.

El resultado de este análisis es un infográfico interactivo que sintetiza las estrategias de comunicación efectivas para tener una buena presencia en los medios digitales. Luego de generar el infográfico, se desarrolla un plan de implementación y comunicación que contempla las estrategias recomendadas para mejorar la visibilidad. Esto incluye la creación de contenido dinámico, publicidad digital, mayor presencia en redes sociales y un cronograma de ejecución. También se sugiere utilizar inteligencia artificial para optimizar tiempos y generar contenido alineado con el tono de las marcas. El desarrollo de un planner, estrategias y cronograma es esencial para que las PYMES de sublimación y estampación puedan aplicar estas acciones en sus planes futuros y aumentar su visibilidad.

Capítulo 5:

Metodología

| Etapas | Metodología |
|-------------|--|
| Diagnóstico | <p>Se determinó que para la realización de esta etapa debía hacerse una investigación de campo en diferentes sectores del centro de Medellín, los cuales fueron .C.C. Shangai, sector Palo con el Huevo y Ayacucho.</p> <p>Para realizar dicha evaluación se llegó a la conclusión que la mejor forma de obtener esta información era por medio de encuestas y entrevistas realizadas a los propietarios y/o empleados de estas PYMES del sector de estampación.</p> <p>Por medio de los cuestionarios y entrevistas se evaluaron variables como el uso de redes sociales, efectividad en la promoción de servicios y los canales de comunicación utilizados, además, se realizaron observaciones directas del comportamiento de las redes y los puntos físicos.</p> <p>Gracias a esto se pudieron obtener 23 encuestas completadas por medio de Google Forms y 20 entrevistas directas, y se pudo entregar un informe diagnóstico de comunicación que incluía un análisis detallado de las fortalezas y debilidades actuales encontradas.</p> |
| Evaluación | <p>Una vez hecha la recopilación de información y el informe diagnóstico, se prosiguió con un análisis sobre los casos de éxito en las estrategias de comunicación utilizadas por esas PYMES de sublimación y estampación por medio de un cuadro comparativo. Allí</p> |

| | |
|--------------------------------|---|
| | <p>se destacaron las ventajas, desventajas, métodos y técnicas con el fin de poder generar estrategias que puedan ayudar y guiar a esas pequeñas empresas en su correcta implementación.</p> <p>Como resultado, se obtuvo un infográfico interactivo que sintetiza las estrategias de comunicación recomendadas con descripciones, canales y puntos claves.</p> |
| <p>Diseño e implementación</p> | <p>Luego de generado el infográfico y las estrategias recomendadas a implementar se propone la idea de desarrollar un plan de implementación y comunicación donde se muestran esas estrategias nuevas que pueden mejorar la visibilidad.</p> <p>Se incluyó y sugirió la creación de contenido dinámico y creativo, publicidad digital, mayor presencia en las redes sociales, cronogramas para una correcta implementación, se sugirió el uso y apoyo de la inteligencia artificial para la optimización de tiempos y generación de contenidos de valor los cuales vayan con el tono de comunicación y propuesta de las marcas.</p> <p>Por esto, el desarrollo de un planner, estrategias, plan de implementación y cronograma eran necesarios ya que aquí se recopila toda esa información que puede servir como una base para que estas PYMES de sublimación y estampación puedan implementarlas en sus planes futuros para así lograr una mayor visibilidad.</p> |

Capítulo 6

Resultados

Informe de Diagnóstico de Comunicación

Introducción

En este documento se muestra a un análisis detallado sobre las estrategias de comunicación implementadas por las PYMES en el sector de estampación y sublimación en el centro de Medellín, esto es con el objetivo de identificar oportunidades, fortalezas y debilidades que existen en las estrategias de comunicación actuales, basándonos en las entrevistas y encuestas realizadas en las diferentes empresas del sector.

Objetivo general:

Examinar las estrategias de comunicación actuales de las PYMES en el sector de sublimación y estampación, con el propósito de identificar oportunidades de mejora que incrementen su visibilidad y efecto.

Objetivos específicos:

- 1** Analizar el uso y efectividad de los canales de comunicación empleados por las PYMES, identificando los puntos fuertes y débiles.
- 2** Entender el impacto de la fidelización y retención de clientes en las PYMES.
- 3** Identificar estrategias de comunicación exitosas en el mercado que se puedan adaptar a las necesidades de las PYMEs para optimizar la visibilidad y alcance.

Metodología

El análisis está basado en:

Entrevistas y encuestas

Se realizan dividiendo 3 sectores del centro donde hay mayor cantidad de PYMES de sublimación y estampación, los cuales son el sector de C.C. Shanghai, Ayacucho y El Palo con el Huevo, donde se recopila información sobre el uso de las RRSS y sus diferentes estrategias de comunicación donde sus respuestas fueron proporcionadas por los representantes de varias PYMES de cada sector elegido.

Análisis de estrategias de comunicación

Para establecer una relación clara entre los hallazgos del análisis y las preguntas formuladas en la entrevista, se diseñó un formato que explora las prácticas actuales de las PYMES en comunicación digital, sus fortalezas, debilidades y áreas de oportunidad. Las preguntas indagan sobre la frecuencia y efectividad del uso de redes sociales, los obstáculos más comunes. Este enfoque permitió obtener información precisa y estructurada, reflejando tanto los retos internos como las oportunidades del sector de estampación y sublimación en el centro de Medellín.

El análisis posterior organiza las respuestas en categorías clave: canales de comunicación, frecuencia de uso, tipo de contenido creativo, y evaluación de la inversión y efectividad. Así, se conecta directamente con los datos obtenidos de la entrevista. Por ejemplo, mientras que las preguntas sobre el uso de redes sociales y el tipo de contenido publicado, permite identificar las fortalezas, como la atención personalizada y la calidad del producto, también evidencian debilidades como la falta de tiempo y recursos. Este esquema no solo facilita la interpretación de los resultados, sino que también guía el diseño de

estrategias específicas, alineadas con las necesidades y capacidades de las PYMES. (Ver anexo 2)

Canales de comunicación

Redes sociales: Gran parte de las empresas utilizan las redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok, YouTube y WhatsApp.

Publicidad impresa: Algunas de las empresas analizadas utilizan publicidad impresa, como folletos y volantes para atraer a sus clientes.

Referencias de clientes: El voz a voz sigue siendo esa estrategia infalible para poder llegar a más clientes.

Página web: Este canal es menos usado, pero hay empresas que sí cuentan con sitio web.

Frecuencia y efectividad en las RRSS

Frecuencia: Entre las PYMES del sector hay un 80% que utilizan las redes sociales de manera regular o siempre.

Efectividad: La mayoría de las empresas creen que el uso de redes sociales es muy importante y efectivo para aumentar la visibilidad de su empresa.

Inversión implementada en las estrategias de comunicación

Inversión mensual: Este valor varía entre las PYMES ya que en su mayoría invierten menos de \$500.000 mensuales.

Obstáculos: Entre los principales obstáculos están la falta de tiempo, de presupuesto y de conocimiento en el manejo de las herramientas de comunicación o recursos.

Contenido creativo utilizado

Tipo de contenido: Las imágenes y videos son los tipos de contenido más utilizados, seguidos por historias y en menor medida, infografías y transmisiones en vivo.

Frecuencia de publicación: En algunas de las PYMES que hacen uso de las RRSS generan un planner donde se evidencia el tipo de contenido con sus respectivas fechas de publicación de manera estratégica.

Fortalezas y debilidades

Fortalezas

Calidad del producto: La mayoría de las empresas se destacan por la alta calidad de sus productos y servicios.

Atención al cliente: La personalización y la atención al cliente son esos puntos fuertes en común.

Recomendaciones: El voz a voz y las referencias de clientes satisfechos son estrategias efectivas para muchas de estas PYMES.

Debilidades

Falta de conocimiento en los medios digitales: Algunas de las PYMES carecen de conocimientos avanzados en marketing digital y manejo de las redes sociales haciendo que sea insuficiente la interactividad.

Presupuesto limitado: La falta de recursos financieros limita la posibilidad de invertir en la implementación de estrategias de comunicación más efectivas.

Falta de tiempo: Gestionar el tiempo se convierte en un desafío sobre todo en algunas de las PYMES las cuales no logran financiar el puesto del personal dedicado exclusivamente a la comunicación y el marketing.

Oportunidades

Implementación de redes sociales: Aumentar la presencia en redes sociales utilizando herramientas como Facebook Ads e Instagram Ads logrando así un público más amplio.

Generar contenido creativo y atractivo: Generar contenido con elementos gráficos llamativos y a su vez crear videos donde se muestra el proceso utilizado para la estampación y sublimación.

Uso de la IA: Las PYMES podrían explorar el uso de la IA para optimizar la implementación de estrategias de comunicación.

Colaboraciones y eventos: La participación en eventos locales y la colaboración con otras PYMES puede ayudar a que esa visibilidad aumente.

Métricas y análisis de datos: El utilizar herramientas para medir el rendimiento y efectividad de las campañas puede ayudar a generar una mejor segmentación de público.

Amenazas

Alta competitividad de mercado

Descripción: La alta competencia de empresas que ofrecen el mismo tipo de servicio y producto hace que sea difícil la captación de clientes.

Impacto: Se puede reducir la demanda haciendo que los precios estén a la baja afectando directamente la rentabilidad.

Limitaciones presupuestarias

Descripción: Muchas de estas empresas cuentan con un presupuesto limitado que les impide invertir en gran medida en correctas estrategias de comunicación.

Impacto: El no invertir en publicidad afecta directamente en la visibilidad.

Falta de conocimiento en Marketing Digital

Descripción: La falta de habilidades y conocimientos en marketing digital y el uso de herramientas digitales puede impedir la implementación de buenas estrategias de comunicación modernas y efectivas.

Impacto: Las PYMES pueden quedarse atrás al compararlas con el mercado. Las empresas pueden quedarse atrás en comparación con competidores más avanzados tecnológicamente.

Dependencia del voz a voz

Descripción: Aunque el voz a voz es efectivo, depender exclusivamente de este método limita el alcance y la capacidad de atraer nuevos clientes fuera del círculo de referencias.

Impacto: Puede llegar a minimizar el crecimiento y la expansión del negocio.

Cambios constantes en las plataformas digitales

Descripción: Las plataformas de redes sociales y las herramientas de marketing digital están en constante evolución, lo que requiere una adaptación continua.

Impacto: Las empresas que no se mantienen actualizadas pueden perder efectividad en sus estrategias de comunicación.

Hallazgos y Análisis

Las PYMES en el sector de estampación y sublimación en Medellín aprovechan principalmente redes sociales como Facebook e Instagram, estas se consideran muy efectivas para aumentar la visibilidad, sin embargo, enfrentan desafíos que van desde el presupuesto hasta el tiempo. La calidad del producto y la atención al cliente son sus principales fortalezas, mientras que la falta de conocimiento y familiarización en marketing digital y la dependencia del voz a voz son sus mayores debilidades. Las oportunidades incluyen la implementación de estrategias en redes sociales, el apoyo de la inteligencia artificial para la personalización y

optimización de la comunicación, y la colaboración con influencers y eventos locales. Las amenazas van desde la alta competitividad, la necesidad de adaptarse a los cambios en plataformas digitales hasta la baja visibilidad en línea.

Posteriormente, se realizó un análisis de casos de éxito que permitiera identificar estrategias de comunicación efectivas en el sector de estampación y sublimación en el centro de Medellín. Este análisis se estructuró por medio de un cuadro comparativo, en el cual se detallaron las ventajas, desventajas métodos y técnicas utilizadas por diversas PYMES del sector. A través de entrevistas y la observación de sus prácticas, se recopilaron datos sobre los canales de comunicación utilizados, la personalización de la atención al cliente y la adaptación a tendencias y herramientas digitales. Esto permitió obtener una visión amplia sobre las prácticas que han demostrado ser exitosas, así como las áreas de oportunidad que podrían ser replicadas o mejoradas por otras empresas del sector. (Ver anexo 5)

A partir de esta información se desarrollaron diez estrategias de comunicación. La implementación de estas estrategias busca brindar a las PYMES las herramientas efectivas para mejorar su visibilidad y alcance en un mercado altamente competitivo. Estos resultados fueron sintetizados en una infografía interactiva, cuyo propósito es facilitar el acceso a estas recomendaciones y servir como guía para su implementación efectiva en el sector. (Ver anexo 6)

1. Uso Activo de redes sociales (RRSS)

Descripción: Mantener perfiles activos en redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp, mostrando trabajos, promociones y comunicándose con los clientes.

Canales: Facebook, Instagram, WhatsApp.

Puntos clave: Publicar contenido de calidad, fomentar la interacción y responder rápidamente.

2. Publicidad segmentada en redes sociales

Descripción: Invertir en anuncios de bajo costo en plataformas como Facebook Ads, para llegar a clientes específicos.

Canales: Facebook Ads, Instagram Ads.

Puntos clave: Definir el nicho de mercado, medir resultados, ajustar según el rendimiento.

3. Creación de contenido dinámico y atractivo

Descripción: Desarrollar contenido visualmente atractivo y dinámico para captar la atención del público en redes sociales.

Canales: Instagram

Puntos clave: Uso de videos, infografías y publicaciones interactivas.

4. Colaboración con influencers y modelos

Descripción: Colaborar con influencers y modelos para aumentar el alcance y la visibilidad de la marca.

Canales: Instagram,

Puntos clave: Selección de influencers relevantes, creación de contenido colaborativo.

5. Personalización de mensajes y atención al cliente

Descripción: Personalizar los mensajes y la atención al cliente para mejorar la relación y fidelización.

Canales: WhatsApp, Facebook Messenger.

Puntos clave: Respuesta rápida, seguimiento personalizado, uso de WhatsApp Business.

6. Marketing educativo

Descripción: Crear contenido que eduque al cliente sobre las técnicas de sublimación y estampación, sus ventajas y el proceso detrás de los productos.

Canales: Instagram, página web, Facebook.

Puntos clave: Publicar tutoriales, guías de diseño, contenido sobre tendencias actuales y el valor diferencial del producto.

7. Adaptación a tendencias del mercado

Descripción: Mantenerse actualizado con las últimas tendencias del mercado y adaptar las estrategias de comunicación en consecuencia.

Canales: Redes sociales, blogs.

Puntos clave: Investigación de mercado, análisis de competencia.

8. Uso de herramientas de análisis y métricas

Descripción: Utilizar herramientas de análisis para medir el rendimiento de las campañas y ajustar las estrategias según los resultados.

Canales: Google Analytics, Facebook Insights.

Puntos clave: Monitoreo de KPIs, informes de rendimiento.

9. Diversificación de servicios y técnicas complementarias

Descripción: Ofrecer servicios complementarios como el bordado para atraer a una mayor variedad de clientes.

Canales: Voz a voz, redes sociales.

Puntos clave: Promoción de servicios adicionales, diversificación de la oferta.

10. Interacción directa con clientes a través de redes sociales

Descripción: Fomentar la interacción directa con los clientes a través de comentarios, mensajes y encuestas en redes sociales.

Canales: Instagram, Facebook.

Puntos clave: Engagement, feedback directo, construcción de comunidad.

El anterior análisis demuestra que las PYMES en el sector de estampación y sublimación en el centro de Medellín pueden beneficiarse ampliamente de estrategias de comunicación adaptadas a sus recursos y necesidades. Los hallazgos de este análisis revelan que, aunque muchas de estas empresas ya utilizan redes sociales y otras herramientas digitales, enfrentan desafíos relacionados con el conocimiento técnico y la falta de un enfoque estructurado en comunicación. Las estrategias propuestas en este proyecto ofrecen un camino viable para mejorar la visibilidad y competitividad de estas empresas. En un mercado que se transforma rápidamente debido a la tecnología y la demanda de diferenciación, el proyecto contribuye a fortalecer el tejido empresarial local, proporcionando a las PYMES herramientas prácticas para consolidarse y crecer en un entorno cada vez más digitalizado.

Finalmente, se creó un plan de implementación estructurado en torno a un cronograma de contenido mensual y recomendaciones específicas para redes sociales. A partir del diagnóstico inicial y el análisis de casos de éxito, se establecieron lineamientos claros que optimizan el uso de redes sociales y potencian la interacción con el público objetivo. Este enfoque permite a las PYMES del sector no solo comunicar sus servicios y valores de manera efectiva, sino también mantener una presencia activa y consistente en plataformas como Instagram, Facebook y WhatsApp.

Estructura plan de contenido mensual:

1. Semana 1: Presentación de la marca y promociones

- **Objetivo:** Introducir la marca en redes sociales y destacar los productos y servicios.
- **Actividades:**

- **Facebook e Instagram Stories:** Publicar historias diarias presentando productos destacados y el equipo de trabajo.
- **Posts y carruseles:** Presentación de productos con testimonios de clientes.
- **Reels:** Video introductorio de donde viene la sublimación.
- **Recursos necesarios:** Diseño, fotografías, software de edición (Canva, Photoshop, aplicaciones de edición), cámara o teléfono inteligente.
- **Métricas para evaluar:** Visualización de historias, interacciones en posts, alcance de reels.

2. Semana 2: Contenido educativo y publicidad segmentada

- **Objetivo:** Educar al cliente sobre las técnicas de sublimación y lanzar anuncios segmentados.
- **Actividades:**
 - **Tutorial en Instagram y Facebook (Reel):** “¿Cómo se realiza la sublimación?” (30 segundos)
 - **Infografía en post:** Proceso y beneficios de la estampación.
 - **Publicidad en Facebook Ads (opcional según su alcance):** Segmentación a clientes interesados en moda, diseño y personalización.
- **Recursos necesarios:** Vídeo, diseño de infografía, herramienta de publicidad, presupuesto publicitario (en caso de usar la herramienta de Facebook Ads e Instagram Ads).
- **Métricas para evaluar:** Alcance de los anuncios, visualización de tutoriales, clics en publicaciones.

3. Semana 3: Participación de clientes y promoción de servicios especializados.

- **Objetivo:** Aumentar el engagement con la audiencia a través de contenido que destaque los servicios adicionales que ofrece la PYME y fomente la interacción directa con los clientes.
- **Actividades:**
 - **Instagram Stories:** Publicar historias donde se mostrarán clientes satisfechos, con breves testimonios sobre su experiencia. Incluir encuestas sobre preferencias de diseño.
 - **Posts y carrusel:** Presentación del servicio adicional (en caso de que aplique) y su proceso paso a paso. Explicar los beneficios de este servicio y cómo complementar a la sublimación.
 - **Reels:** Crear un reel que muestre el antes y después de productos personalizados, destacando la versatilidad y valor agregado del producto.
- **Recursos necesarios:** Fotografía, diseño de contenido, software de edición.
- **Métricas para evaluar:** Visualizaciones de historias, interacciones en encuestas, comentarios y acciones en el post de servicios complementarios.

4. Semana 4: Testimonios, feedback y análisis de métricas

- **Actividades:**
 - **Post de testimonios (Facebook e Instagram):** Publicar testimonios de clientes que resalten su satisfacción con los productos y servicios. Incluir fotos de productos y citas breves.
 - **Encuestas en historias (Instagram y Facebook):** Preguntar sobre su experiencia y preferencias, lo cual proporcionará insights para mejorar los servicios.

- **Análisis de métricas:** Revisar el rendimiento de publicaciones y campañas observando las métricas clave (engagement, alcance y conversiones) para identificar tendencias y ajustar estrategias.
- **Recursos necesarios:** Encargado de servicio al cliente, (para recopilar testimonios), análisis de métricas, software de análisis (Google Analytics, Facebook Insights).
- **Métricas para evaluar:** Participación en encuestas. número de interacciones en los posts de testimonios, rendimiento general de la estrategia mensual.

Con el fin de maximizar la efectividad de las comunicación y visibilidad de las PYMES en el sector de estampación y sublimación en el centro de Medellín, hemos diseñado una estrategia integral que incorpora redes sociales, publicidad digital y contenido interactivo. De este modo, las empresas podrán adaptarse a un mercado cada vez más digitalizado, donde la interacción cercana y la visibilidad continua son claves para construir una marca sólida y accesible.

Estrategia para implementar

Objetivo

Optimizar la comunicación y visibilidad de las PYMES en el sector de sublimación y estampación en el centro de Medellín, mediante estrategias efectivas a través de redes sociales, publicidad digital y contenido interactivo.

Objetivos específicos

- **Incrementar la presencia en redes sociales:** Mantener perfiles activos y publicar contenido de calidad en Facebook, Instagram y WhatsApp.

- **Implementar publicidad segmentada:** Utilizar anuncios en redes sociales para alcanzar a clientes específicos, con la posibilidad de invertir a bajo costo en publicidad en Facebook Ads e Instagram Ads.
- **Personalizar la atención al cliente:** Ofrecer una atención rápida y personalizada a través de las RRSS.

1. Uso Activo de Redes Sociales (RRSS):

¿Qué hacer?

Facebook e Instagram:

Historias: Las historias generan engagement y estas PYMES utilizan ya sea siempre o de manera regular sus redes sociales, por lo tanto, se mostrará contenido diario donde se muestren productos destacados, fotos del equipo o local, fotos de clientes satisfechos y encuestas haciendo que la comunidad de estas marcas participe activamente.

Posts simples: Los posts simples ayudan a que estas marcas puedan mostrar sus productos, generar contenido de valor para sus clientes y para estar activamente en sus redes.

Carruseles: Se crearán carruseles donde se puede mostrar contenido de valor más específico y un poco más detallado, esto con la finalidad de lograr retención y fidelización con la marca.

Reels: Los reels son la mayor fuente de alcance para una marca o perfil en Instagram y Facebook, además de que estos permiten una mayor creatividad y libertad al momento de generar el contenido, ya sea contenido de valor, memes y tendencias.

WhatsApp:

Mensajes personalizados y automatizados: Personalizar los mensajes y automatizarlos ayuda a llegar al consumidor final ya que este tipo de comunicación se siente más cercano,

optimizado y veloz, evitando así la repetición de mensajes o conversaciones que pueden no aportar nada a la necesidad puntual del cliente.

2. Publicidad segmentada en redes sociales:

¿Qué hacer?

Definir el nicho de mercado: Segmentación de tu audiencia, define los intereses, comportamientos y características demográficas de tu público objetivo.

Crear anuncios atractivos: Desarrolla anuncios visualmente atractivos que capturen la atención de tu audiencia, incluyendo un llamado a la acción.

Configurar las campañas en Facebook Ads e Instagram Ads: Utiliza las herramientas de segmentación disponibles para llegar a tu nicho de mercado, configura un presupuesto diario o total para cada campaña.

3. Creación de contenido dinámico y atractivo:

¿Qué hacer?

Creación de contenido: Desarrollar contenido donde se evidencie el proceso de las técnicas y recursos que dan como resultado la elaboración del producto, a su vez generar una conexión con el público.

4. Colaboración con Influencers y Modelos:

¿Qué hacer?

Buscar influencers relacionados al nicho de la moda, o de la estampación y sublimación para aumentar aún más el alcance del contenido generado, esto ayuda a obtener nuevos leads.

5. Personalización de Mensajes y Atención al Cliente:

¿Qué hacer?:

WhatsApp, Facebook Messenger:

Mensajes personalizados y automatizados: Personalizar los mensajes y automatizarlos ayuda a llegar al consumidor final ya que este tipo de comunicación se siente más cercano, optimizado y veloz, evitando así la repetición de mensajes o conversaciones que pueden no aportar nada a la necesidad puntual del cliente.

6. Marketing Educativo:

¿Qué hacer?

Definir los objetivos educativos: Identificar los temas claves que los clientes deben conocer, como técnicas de sublimación y estampación, ventajas y el proceso detrás de los productos.

Crear contenido educativo:

- **Tutoriales:** Desarrollar videos y publicaciones paso a paso que muestran cómo se realizan las técnicas de sublimación y estampación.
- **Guías de diseño:** Publicar artículos e infografías sobre cómo crear diseños efectivos para sublimación y estampación.
- **Tendencias actuales:** Compartir contenido sobre las últimas tendencias en el sector para mantener a los clientes informados.
- **Valor diferencial:** Explicar por qué tus productos son únicos y los beneficios específicos de tus técnicas.

7. Adaptación a Tendencias del Mercado:

¿Qué hacer?

Adaptación de estrategias de comunicación: Ajusta tus campañas de marketing y contenido en función de las tendencias identificadas, crea publicaciones en redes sociales y blogs que reflejan las últimas tendencias, mostrando cómo tu empresa está a la vanguardia de la industria.

Experimenta con diferentes tipos de formatos y enfoques para ver que le gusta más a tu audiencia.

8. Uso de Herramientas de Análisis y Métricas:

¿Qué hacer?

Monitorear y medir resultados: Utiliza las métricas proporcionadas por las plataformas, como reacciones, clics, conversiones, etc.

Ajustar según el rendimiento: Realiza ajustes a tus campañas en tiempo real basándose en los resultados obtenidos y experimenta con diferentes creatividades, audiencias y presupuestos para optimizar el rendimiento.

Probar y mejorar continuamente: Realiza pruebas para determinar qué elementos de los anuncios funcionan mejor. ajusta y mejora tus estrategias continuamente para maximizar los resultados.

9. Diversificación de Servicios y Técnicas Complementarias:

¿Qué hacer?

Identificar servicios complementarios: Define claramente qué servicios adicionales ofrecerás y asegúrate de que estén alineados con tu oferta principal.

Promoción de los nuevos servicios: Publica fotos y videos mostrando ejemplos de trabajos de los nuevos servicios, comparte historias de clientes satisfechos que usaron estos servicios. Anima a tus clientes actuales a recomendar los nuevos servicios con amigos y familiares.

10. Interacción Directa con Clientes a través de Redes Sociales:

¿Qué hacer?

WhatsApp, Facebook, Instagram: A través de las plataformas digitales, difundir mensajes personalizados para generar una respuesta inmediata con el fin de brindar una atención

precisa de los requerimientos y/o solicitudes por los clientes y otros usuarios con interés en sus servicios.

La estrategia propuesta, proporciona un enfoque completo para aumentar el alcance y la conexión con el público. Además, se emplean herramientas de análisis y segmentación para monitorear y optimizar el rendimiento de cada campaña, ajustando las tácticas según los resultados obtenidos. Esta estrategia ofrece a las PYMES un modelo de comunicación que no solo potencia la visibilidad, sino que también facilita la relación directa y significativa con los clientes, promoviendo la fidelización y el crecimiento sostenible de estas empresas.

Capítulo 7

Recomendaciones

Organización de redes

- Configuración de un planner de contenido para un mes.
- Definir el objetivo específico para cada red social (ej. Instagram para fotos e historias, YouTube para videos más largos, etc.).

Embellecimiento de Instagram y Facebook

- Fondo de historias destacadas: Crear íconos personalizados para las categorías de historias destacadas (Ej. Tendencias, sublimado, resultados, clientes satisfechos, etc.).
- Feed de inicio: Publicar fotos que cuenten visualmente como es el proceso, métodos y formas que dan como resultado prendas que son diseñadas de manera personalizada.

Creación de contenido dirigido a Instagram y Facebook

- Diseño de carruseles para Instagram y Facebook donde se evidencie el proceso de sublimado y estampado.
- Incluir piezas donde se muestre el resultado del proceso del producto terminado.

Creación de stories y encuestas

- Diseño de encuestas interactivas para Instagram Stories y Facebook Stories.
- Interactuar con los clientes, es decir, generar encuestas donde conozcamos los intereses de los usuarios como: tipos de estampados, materiales de ejecución, tendencias, entre otros.

Publicación diaria de contenido

- Instagram & Facebook: Publicar carruseles, fotos y encuestas interactivas.

Seguimiento y ajustes

- Llevar un control continuo del crecimiento en seguidores e interacción en las publicaciones, a través de los medios digitales (me gusta, comentarios, shares).
- Ajustar el contenido según el tipo de respuesta que se reciba (más testimonios, más participación en encuestas, etc.).

Promoción cruzada del contenido

- Realizar una encuesta en Instagram y Facebook preguntando, qué es lo que más llama la atención en la marca del estampado y sublimado.
- Los hashtags son herramientas que ayudan a visibilizar y posicionar el contenido.
- Tener una interactividad más directa y cercana con los clientes a través de WhatsApp.

Revisión de métricas

- Analizar el rendimiento de cada plataforma (WhatsApp, Instagram, Facebook, para identificar los tipos de contenido que han tenido mayor interacción (Reels, Carruseles, Historias).

Optimización del contenido

- Realizar ajustes en el calendario de publicaciones según el feedback de la audiencia.
- Generar más contenido de los tipos que hayan obtenido más participación (por ejemplo, más testimonios, más mini documentales, entre otros)

Actividades Clave

1. Creación de redes, organización y definición del calendario editorial
2. Embellecimiento y personalización de redes sociales

3. Generación de contenido para los primeros 10 días
4. Publicación continua y seguimiento de la interactividad
5. Monitoreo, análisis de resultados y optimización.

Capítulo 8

Conclusiones

Las PYMES en el sector de estampación y sublimación en Medellín enfrentan varias amenazas que pueden afectar su crecimiento y competitividad. Es crucial que estas empresas reconozcan estas amenazas e implementen estrategias para mitigarlas, como invertir en capacitación en marketing digital, diversificar sus canales de comunicación y adoptar nuevas tecnologías para mejorar su visibilidad y alcance en el mercado.

Este proyecto demuestra que estas PYMES tienen un gran potencial para mejorar su visibilidad y competitividad a través de estrategias de comunicación digital bien estructuradas. A lo largo de la investigación, se evidenció que, si bien estas empresas ofrecen productos de alta calidad y atención, enfrentan limitaciones significativas en el uso de herramientas de marketing digital. Esto no solo dificulta su alcance hacia nuevos clientes, sino que también restringe su capacidad de adaptarse a un mercado dinámico que exige innovación constante y presencia en plataformas digitales.

La implementación de estrategias de comunicación adaptadas a las características y recursos de estas PYMES se presenta como una solución viable para mejorar su posicionamiento en el mercado. Las estrategias propuestas en este proyecto no solo permiten incrementar la visibilidad de las empresas, sino que también facilitan la construcción de relaciones de confianza y lealtad con los clientes, fortaleciendo la identidad de marca de cada negocio.

Además, el proyecto subraya la importancia de contar con un plan de implementación claro y estructurado, con cronograma de contenido mensual, que permita a las PYMES

gestionar sus acciones de comunicación de manera organizada y efectiva a través de redes sociales.

En conclusión, la investigación confirma que con un enfoque estratégico y el uso adecuado de las herramientas de comunicación digital, las PYMES del sector de estampación y sublimación del centro de Medellín pueden lograr una mejora significativa en su visibilidad y competitividad. La implementación de estas estrategias representa un paso para que las PYMES se posicionan y continúen contribuyendo al desarrollo social y económico de la ciudad.

Bibliografía

Universidad de Medellín. Estudio sobre las estrategias de comunicación en las PYMES del sector de estampación y sublimación en Medellín. 2022.

Valencia Tanqueño, Liseth Yadira. “Plan de comunicación para posicionar la empresa Mundotronic en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo”

<http://Dspace.Espoch.Edu.Ec/>

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/10127/1/42T00490.pdf>.

Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. Sector de estampación y sublimación en Medellín. 2023.

Anexos

1. Encuesta:

<https://forms.gle/vw9XoCHjvJy1eMry9>

2. Entrevista:



Entrevista
PYMES Estampación
centro de MED.

¿Cómo describiría las estrategias de comunicación actuales que utiliza su empresa para promocionar sus servicios?

¿Cuáles han sido los mayores desafíos y estrategias al intentar aumentar la visibilidad de su negocio en el mercado local?

¿Qué plataformas o canales de comunicación (redes sociales, publicidad física, etc.) considera más efectivos para promocionar sus servicios?

¿Cómo mide el éxito o la efectividad de sus campañas de comunicación y promoción?

¿Ha implementado recientemente alguna nueva estrategia de comunicación? Si es así, ¿cuáles han sido los resultados?

¿Qué tipo de apoyo o recursos cree que serían útiles para mejorar las estrategias de comunicación en su empresa?

¿Cuáles considera que son las fortalezas y debilidades de su estrategia de comunicación?

¿Qué tan importante considera la creatividad en el contenido que publican en redes sociales? ¿Y cómo se lleva a cabo?

¿Qué estrategias tecnológicas ha utilizado su empresa para promoción? ¿Ha incluido el uso de inteligencia artificial o influencers en sus campañas? ¿Cómo ha sido su experiencia con estas herramientas?

¿Cómo cree que las PYMES en el sector de estampación y sublimación pueden maximizar su visibilidad con presupuestos limitados?

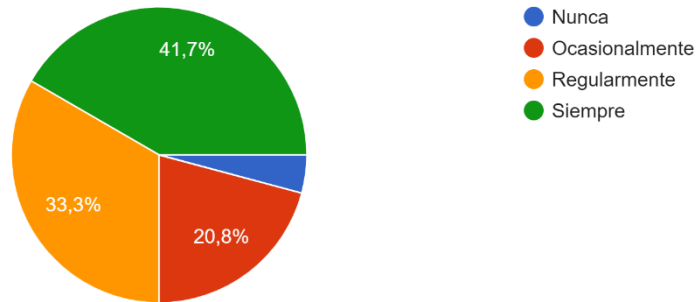
¿Cómo se diferencia su empresa de la competencia en términos de comunicación y visibilidad?

¿Cuál es la principal fuente de clientes para su negocio, y cómo cree que las estrategias de comunicación puedan mejorar esta área?

3. Resultados encuesta:

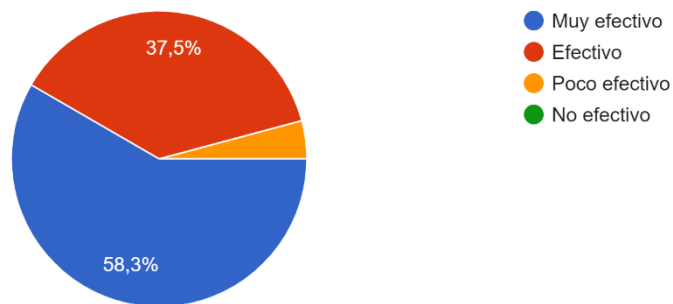
1. ¿Con qué frecuencia utiliza redes sociales para promocionar su negocio?

24 respuestas



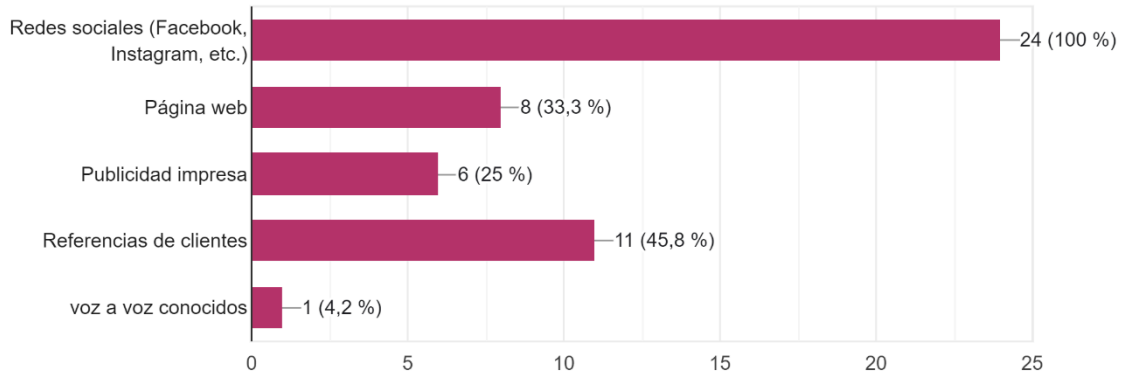
2. ¿Qué tan efectivo considera el uso de redes sociales para aumentar la visibilidad de su empresa?

24 respuestas



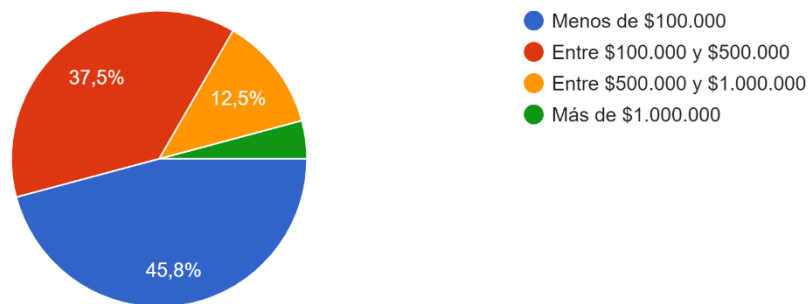
3. ¿Qué canales de comunicación utiliza su empresa para promocionar sus servicios? (Puede seleccionar más de uno)

24 respuestas



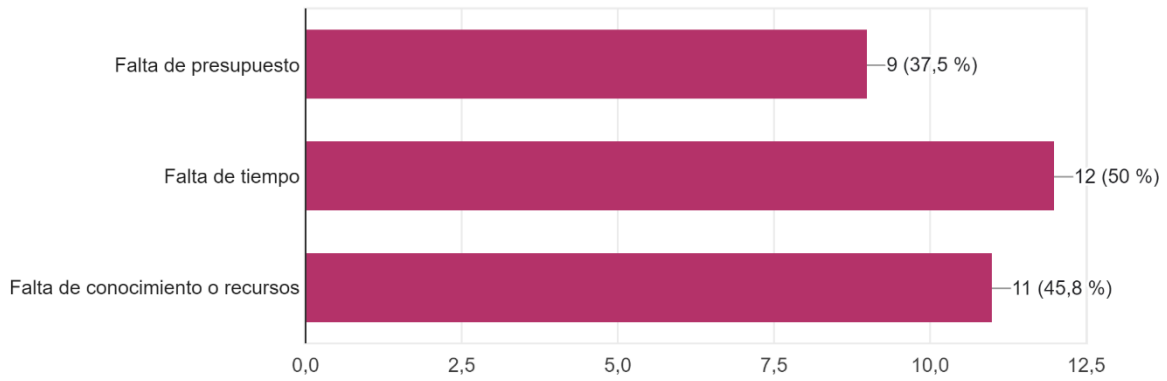
4. ¿Cuánto invierte su empresa en estrategias de comunicación y promoción cada mes?

24 respuestas



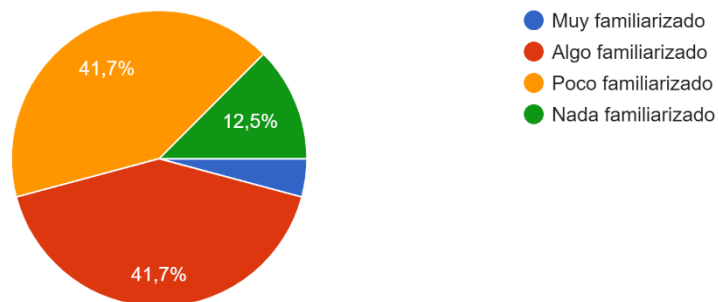
5. ¿Cuál considera que es el mayor obstáculo para implementar mejores estrategias de comunicación en su empresa?

24 respuestas



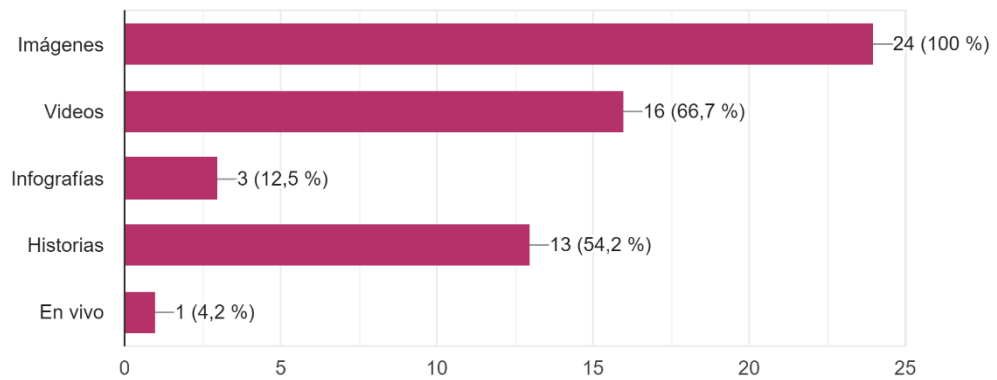
6. ¿Qué tan familiarizado está con el uso de inteligencia artificial para optimizar las estrategias de comunicación y promoción?

24 respuestas



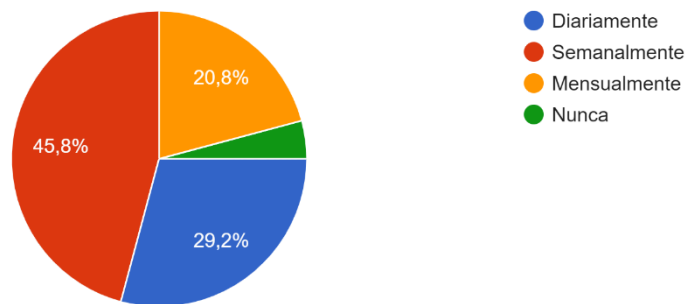
7. ¿Qué tipo de contenido creativo utiliza más en sus publicaciones en redes sociales?

24 respuestas



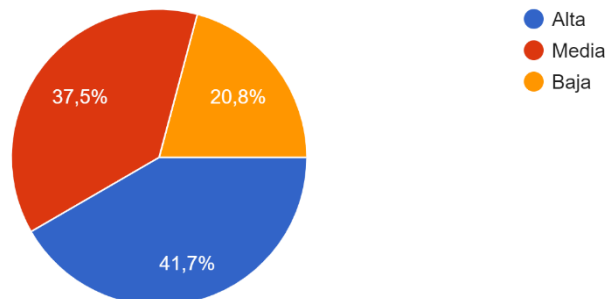
8. ¿Con qué frecuencia publica contenido promocional en sus redes sociales?

24 respuestas



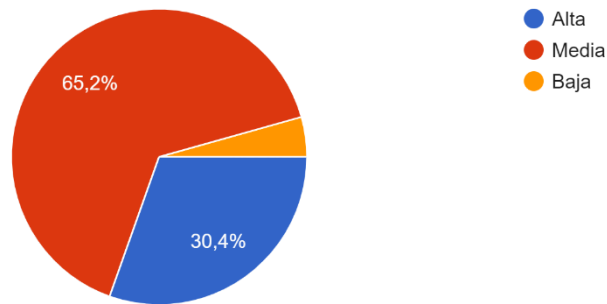
9. ¿Como calificaría la visibilidad actual de su empresa?

24 respuestas



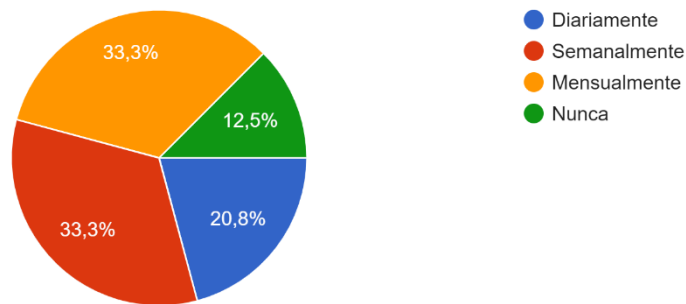
10. ¿Qué nivel de inversión está dispuesto a realizar para mejorar su visibilidad online?

23 respuestas



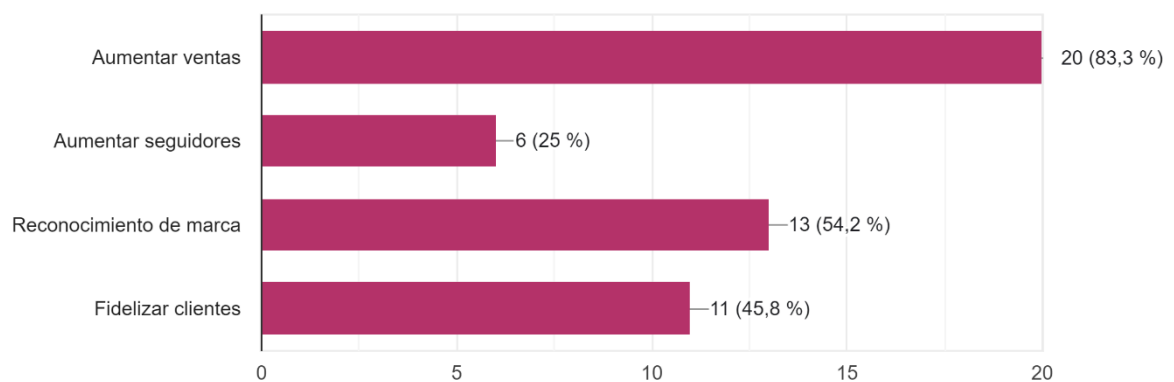
11. ¿Con qué frecuencia analiza los resultados de sus campañas de estrategia digital?

24 respuestas



12. ¿Cuál es su principal objetivo al promocionar su negocio en redes sociales?

24 respuestas



4. Respuestas entrevistas:

Sector Centro Comercial Shangai

Empresa: Crismatex

1. Aquí no he visto que hagan cosas de publicidad, es más la voz a voz y de las personas que recomiendan el trabajo.
2. Ahí, es abarcar las diferentes técnicas que se hacen no solamente con la estampación si no mirar con que se complementa, que, con el bordado, que, con las piedras, las aplicaciones a color, para ir implementando más servicios.
3. Como te dije, se hace más que todo por recomendaciones. No hay publicidad en redes o fotografías ni cosas así.
4. Va super bien porque, aunque no se haga mucha publicidad, siempre hay movimiento. Siempre hay buen trabajo.
5. Que yo sepa no se han implementado estrategias.
6. La cuestión de las redes sociales sirve, creo que es importante implementar redes sociales para la visibilidad, poder actualizar fotografías y productos, un trabajo que, si se hace, hay que hacerlo bien.
7. La fortaleza es que siempre hay clientes, después de que se cumplan bien los trabajos, siempre va a haber clientes.

Debilidades, pues que no haya tanta gente que se dé cuenta que la empresa existe, aunque las personas que vienen hacen mover bien el trabajo que se hace aquí, la estampación, el bordado, etc., siempre hay buen flujo de trabajo.
8. A mí eso de las redes me suena, es buena idea, pero como te comento, es un trabajo al que hay que dedicarle tiempo y para esto necesitaríamos alguien más en la empresa que esté encargado de esto.

9. Lo que se ha implementado más acá es la voz a voz, que los clientes lleguen por recomendaciones y sobre todo y muy importante, brindar un buen servicio.
10. La calidad del servicio y la confianza que genera el trabajo bien hecho. Nuestros clientes saben que aquí siempre van a recibir un buen producto, lo que nos diferencia y asegura que siempre regresarán.
11. Principalmente el voz a voz y las recomendaciones. Los clientes satisfechos son los que más nos refiere y eso ha sido clave para mantenernos activos.
12. Implementando redes sociales y mostrando más de nuestro trabajo a través de fotos y actualizaciones para llegar a más personas y tener una presencia más fuerte en el mercado.

Empresa: Cosmo sublimación

1. Trabajamos mucho en recomendaciones y hacemos algunas publicaciones en Facebook y WhatsApp, mostrando proyectos terminados.
2. Dirigirnos al cliente adecuado. Queremos personas que realmente estén aceptadas en nuestros productos y servicios, pero no es fácil con nuestro presupuesto.
3. El WhatsApp y el Facebook nos ayudan bastante. Muchas personas preguntan por nuestros servicios por ahí.
4. Nos fijamos en la cantidad de consultas o mensajes nuevos. De cada 10 personas, intentamos que al menos 2 o 3 se conviertan en clientes.
5. Comenzamos a usar imágenes con diseños originales y textos cortos para captar la atención, principalmente en Facebook.
6. Invertir un poco más en publicidad digital, pero optimizar los recursos, ya que no contamos con un presupuesto muy amplio.

7. La fortaleza es nuestro trabajo en equipo y la buena relación con los clientes. La debilidad es que no podemos invertir en campañas grandes.
8. Es bastante importante porque, aunque no hacemos publicidad paga, mostrar nuestros productos en redes sociales nos ayuda a captar interés.
9. Usamos plantillas para WhatsApp y Facebook, lo que hace que sea más fácil compartir información y fotos con los clientes.
10. El enfoque en la personalización de los productos. Trabajamos en cada pedido como si fuera único y especial.
11. Los clientes referidos. Las personas nos recomiendan después de ver la calidad de nuestro trabajo.
12. Invirtiendo en publicidad para hacer crecer nuestras redes sociales, podríamos llegar a más personas interesadas en nuestros productos.

Empresa: F2

1. Usamos folletos impresos en negocios locales y participamos en eventos de la comunidad cuando es posible. También intentamos mantener una relación cercana con los clientes, lo cual ayuda a que nos recomienden.
2. Lograr destacar entre tantas opciones en el mercado. Necesitamos encontrar una manera de ser reconocidos sin gastar mucho en publicidad.
3. Nos ha funcionado bien el contacto directo en el local y los mensajes por WhatsApp, ya que facilita la comunicación con los clientes de siempre y con nuevos.
4. Nos fijamos en cuántos clientes regresan o en cuántos recomiendan el servicio a sus amigos y familiares. Eso nos indica que lo estamos haciendo bien.
5. Estamos incluyendo un pequeño descuento para clientes que traen nuevos referidos, lo que ayuda a motivar las recomendaciones y captar más personas.

6. Podríamos mejorar la forma en que presentamos nuestros productos. Me gustaría hacer un catálogo en línea para que la gente vea nuestros diseños.
7. Fortalezas: el conocimiento técnico y la experiencia en sublimación, que nos permite ofrecer acabados de calidad. Debilidades: falta de una presencia sólida en redes, lo que limita nuestra visibilidad.
8. Nos parece importante mostrar el resultado de los pedidos que entregamos, porque eso genera confianza en los nuevos clientes y muestra nuestra experiencia.
9. Recientemente, empezamos a organizar nuestros pedidos con WhatsApp Business para llevar un mejor control y evitar errores en la entrega.
10. Nos destacamos por la atención personalizada y la flexibilidad para adaptarnos a las necesidades de cada cliente. Eso nos permite ofrecer algo único.
11. Muchos de nuestros clientes vienen de la comunidad local y de recomendaciones personales. Trabajar bien con ellos genera nuevas oportunidades.
12. Podríamos asociarnos con otras pequeñas empresas o negocios locales para llegar a un público más amplio y hacer promociones conjuntas.

Empresa: Texturas y Sublimación

1. Nos enfocamos en el boca a boca y en compartir imágenes de nuestros trabajos en Facebook y WhatsApp.
2. Crear una estrategia digital que realmente funcione sin tener que invertir mucho en publicidad.
3. Facebook, porque es fácil de usar y nos permite llegar a clientes locales que buscan nuestros servicios.
4. Vemos si las visitas a nuestro perfil de Facebook aumentan o si más personas nos envían mensajes después de una publicación.

5. Probamos hacer videos cortos que explican el proceso de sublimación para que la gente vea cómo trabajamos.
6. Mejorar la calidad del contenido visual, como fotos y vídeos, para que sea más atractivo.
7. Fortalezas: la experiencia y calidad de nuestros productos. Debilidades: falta de una estrategia clara en redes sociales.
8. Es crucial para atraer la atención de posibles clientes y demostrar lo que hacemos.
9. Hemos comenzado a usar Canva para mejorar el diseño de nuestras publicaciones y hacer las más llamativas.
10. La calidad y la dedicación en cada pedido, lo cual hace que los clientes confíen en nosotros y vuelvan.
11. Clientes recomendados por otros y algunos que llegan por redes sociales.
12. Aumentando nuestra actividad en redes sociales y creando promociones que atraigan más clientes.

Empresa: Miguetex

1. Usamos principalmente Facebook Marketplace y algunas publicaciones en grupos locales. También compartimos nuestro trabajo con los clientes por WhatsApp para que nos recomienden.
2. Hacer que los clientes vean el valor de nuestro trabajo frente a otras opciones más económicas. Competir con el precio es complicado.
3. Las redes sociales, especialmente Facebook y WhatsApp. Aunque no invertimos en publicidad paga, publicar regularmente ayuda a que los clientes nos encuentren.
4. Revisamos la cantidad de mensajes y pedidos nuevos después de cada publicación. Si vemos que llegan más personas preguntando, sabemos que fue efectivo.

5. Hemos comenzado a compartir videos cortos de nuestros productos y procesos de impresión para mostrar a la gente cómo se hace cada trabajo.
6. Sería útil aprender más sobre cómo usar las redes sociales de forma estratégica, tal vez probando campañas pagadas en el futuro.
7. Fortalezas: la calidad y precisión de nuestro trabajo. Debilidades: falta de tiempo para manejar redes sociales y publicidad.
8. Es importante porque es nuestra única forma de mostrar lo que hacemos y atraer clientes.
9. Hemos comenzado a usar una aplicación sencilla para programar recordatorios de pedidos y entregas, lo que nos ayuda a organizarnos.
10. El detalle y cuidado en los productos, siempre nos enfocamos en los acabados para que sean “perfectos”.
11. Clientes referidos y los que nos encuentran en Facebook.
12. Dedicando más tiempo a crear contenido en redes sociales, o incluso colaborando con influencers locales.

Empresa: Diseños al Vuelo

1. Distribuimos volantes en negocios vecinos y usamos WhatsApp para mantener a nuestros clientes actualizados.
2. Mantener el flujo de clientes constante, especialmente en épocas de baja demanda.
3. WhatsApp y recomendaciones personales. Muchos clientes vuelven y nos traen nuevos contactos.
4. Por la cantidad de consultas que recibimos después de cada campaña de volantes o mensajes en WhatsApp.

5. Hemos comenzado a hacer pequeñas ofertas a los clientes frecuentes para que nos recomienden.
6. Sería ideal tener un perfil activo en redes sociales y mostrar más fotos de nuestro trabajo.
7. Fortalezas: la calidad de los productos y la relación de confianza con los clientes.
Debilidades: falta de presencia en redes sociales.
8. Es importante porque nos permite mostrar la calidad de nuestro trabajo, aunque no lo estamos aprovechando aún.
9. Usamos WhatsApp Business para que nos encuentren en línea, y ha sido útil para que nos contactemos con nuevos clientes.
10. Nos diferenciamos porque ofrecemos diseños únicos y personalizados según el gusto del cliente.
11. Principalmente, recomendaciones de clientes satisfechos.
12. Si logramos mantener un perfil activo en redes sociales, podríamos atraer más clientes y lograr más recomendaciones.

Sector Ayacucho

Empresa: Factory Color Med

1. La forma en la que nosotros promocionamos la marca de sublimación e impresión la hacemos en este momento por Facebook Ads y Meta. Hacemos campañas, estamos en el proceso de las campañas, de los anuncios. Así un poco tedioso, pero ya no es como antes, que era el voz a voz, sino que ahora estamos tratando de llegar a un público más abierto."

2. "El mayor desafío que tenemos en este momento es encontrar el nicho adecuado. Facebook te da muchas posibilidades de llegar a mucha gente, pero necesitamos llegar a la gente que en realidad nos sirva como clientes."
3. "Los canales de comunicación que más nos han funcionado, aparte de la voz a voz, han sido los físicos, con las máquinas, que es lo que más llama la atención. La gente paga por ahí ya sabe que eso es. Y ahora estamos metiéndonos muchísimo más en el tema de redes sociales: Instagram, Facebook, y WhatsApp. TikTok todavía no, pero esas plataformas nos han ayudado también a tener un poquito más de alcance."
4. "Medimos el éxito de nuestras campañas de acuerdo a los mensajes o a las conversaciones. Porque las conversaciones que van directamente a nuestro WhatsApp nos sirven para hacer luego un remake o para ofrecer otros servicios a esa misma persona. De 10 personas que pregunten, 2 o 3 pueden ser clientes en un día."
5. "Hemos implementado algo que es hacer el contenido un poco más dinámico, sobre todo para Instagram, para que la gente se quede viendo el video y sepa de qué estamos hablando."
6. "Yo creo que lo mejor para mejorar el tema de la comunicación y el marketing en nuestra empresa es invertir en publicidad y aprender a hacer más publicidad, porque en realidad eso es lo que nos va a traer más clientes."
7. "Las fortalezas, creo que la más importante, es que conocemos muchos tipos de sublimación. El tema de la impresión es muy importante. Eso nos evita muchísimos problemas, y eso ayuda a generar más confianza en los clientes."

"Las debilidades, yo creo que es el tema del marketing. Esto cada día va cambiando más y más, entonces uno tiene que estar al día, y eso es más complejo."
8. "Es muy importante el contenido que creamos para nuestras páginas, tanto la de sublimación como la de ropa. Ahora, en redes sociales, es mucho de grabar algo que

enganche a las personas para que se queden viendo el video y puedan ser un posible cliente. Si el contenido es muy básico y no llama la atención, competimos contra marcas que ya tienen contenido muy bueno."

9. "Hemos utilizado plataformas como Droppy para despachar, que es como un intermediario. También hemos usado Facebook Ads y campañas, y hemos trabajado con modelos e influencers, pero solo modelan nuestras prendas, no hablan de ellas, solo las muestran para tener un mayor alcance."
10. "En este momento, en el centro son muy pocas las empresas que están yendo por lo digital. Empezamos con este tema hace más o menos 2 años. Ha sido un camino largo, difícil y con obstáculos, pero eso nos da una ventaja frente a otras empresas que están más desilusionadas con la sublimación."
11. "La principal fuente de clientes para nuestro negocio siempre ha sido la voz a voz. Cuando un cliente ve nuestro trabajo, eso directamente hace que llegue más gente. Nuestra mejor estrategia siempre ha sido tener un buen terminado con buenas máquinas y colores, porque tu trabajo siempre va a hablar bien de ti."
12. Creo que, por lo digital, mostrando mucho más los procesos. Que no solo se vea el resultado final, sino que la gente en internet también vea nuestros procesos y sientan la confianza."

Empresa: EyM tienda Medellín

1. Las estrategias de comunicación actuales en mi empresa son el orden y la constancia, es lo que nos ha permitido crecer, el orden en cuanto a tomar pedidos y entregar en el tiempo acordado para que el cliente quede satisfecho y nos pueda recomendar.
2. Los mayores desafíos son conseguir clientes mayoristas debido a la alta competencia en dinero. Y estrategias es hacer efectivo los diseños personalizados sin ningún costo,

ya que se cuenta con personal profesional en diseño solo se cobra la impresión y el planchado.

3. Pienso que ayuda mucho las redes como WhatsApp crear grupos con clientes, hacer novedoso TikTok con nuestros productos y también por Instagram subiendo nuestro producto con costos bajos para poder tener más clientes y poder crecer.
4. Número de visitas en nuestras redes, el incremento de las ventas, el crecimiento de clientes, los recomendados que quieren ser clientes y pertenecer a mi grupo de emprendedores, los ingresos monetarios.
5. Una estrategia que pienso que daría un excelente resultado es, ir a visitar negocios a diferentes pueblos cercanos y también distantes a nuestra ciudad donde aún no saben que son diseños en dtf, llevar nuestra línea deportiva de muestra con diseño novedoso y así dar a conocer nuestros productos, también llevar y obsequiar tarjetas de presentación de nuestros negocios para que hagan sus pedidos mayoristas y así tener más clientes.
6. Tipos de apoyo me gustaría que nuestros ayudantes sean más comprometidos en cada labor, Como los que toman los pedidos, los diseñadores que sean muy perfeccionista, y que todo el personal sea muy amable y correcto, sería de mucha ayuda.
7. Fortalezas: Tecnología, calidad de producto, experiencia, la ubicación de nuestro local.
Debilidades: Recursos financieros, más maquinaria, falta de compromiso por nuestros empleados.
8. La creatividad es muy importante y más en redes ya que el ser humano por naturaleza es curioso, y le gusta lo novedoso. Todo entra por los ojos, así que pienso que es muy importante tomar el tiempo para publicar los productos mediante videos editados y dar a conocer de una manera creativa cada producto.

9. nuestros productos se dan a conocer en redes mediante las modelos exhibiendo nuestros productos Mediante fotos y videos
10. Lo que nos hace diferentes a la competencia es la puntualidad a la hora de entregar los pedidos personalizados. Y la calidad siendo muy acertados tal cual quiere el cliente.
11. La mayor fuente que hemos logrado para adquirir muchos clientes es nuestros grupos en WhatsApp donde a diario publicamos nuestros productos a un costo favorable y no exigimos cantidades, sino que estén activos y vendan al gusto. Así nos han recomendado más clientes y solo así hemos crecido.
12. La honradez en especial de personas de lejos que hacen sus pagos y puntualmente se les envía los productos.

Empresa: Alaska estampados y bordados

1. Mi principal estrategia es calidad y buen servicio atención oportuna la voz a voz, recomendaciones
2. Tener más conocimiento sobre las redes sociales ya que es una herramienta súper importante en la actualidad y cada día salen nuevas cosas que debemos estar muy actualizados
3. Estados en celular, Instagram y Facebook
4. Regularmente se compara con las ventas y consultas de nuestros clientes
5. Actualmente no
6. Obtener más conocimientos en manejo de redes sociales y medios digitales
7. Fortaleza: oportuna atención y accesoria
Debilidades: constancia en el personal que se delega para esas funciones
8. Usamos muy poco y montamos muy poco contenido
9. Nunca las he usado

10. Con campañas de hacernos conocer más en redes brindando apoyo en el conocimiento de pautar
11. Nuestra diferencia es el servicio y q nuestros clientes encuentren todos los servicios en 1 solo lugar con nuestra experiencia en años ya Somos reconocidos y recomendados
12. Empresas para sus dotaciones, ventas al detal, en general tenemos una gran trayectoria la cual nos ayuda día a día a llegar a más clientes.

Empresa: Fast Speed Impresiones

1. ¿Cómo describiría las estrategias de comunicación actuales que utiliza su empresa para promocionar sus servicios? Bueno, nosotros publicamos mucho por las redes sociales, publicamos por los estados de WhatsApp, las personas nos escriben interesadas en los productos, pues como son esas estrategias, pues la idea es mostrar productos innovadores que a las personas les llamen la atención. Vendemos precios muy accesibles cuando piden por cantidad. También se hacen más rebajas de precios para que a la gente se le haga más fácil comprar por el tema de los costos, o sea, si es más económico, pueden comprar más. Y bueno, eso es como una de las ideas también. Y algunos de nuestros productos manejamos también contra entrega. Y así sucesivamente, eso sería como para responder a la primera pregunta.
2. ¿Cuáles han sido los mayores desafíos y estrategias al intentar aumentar la visibilidad de su negocio en el mercado local? Bueno de los mayores desafíos es. Puedes mantener a los clientes también, por lo que como hay mucha competencia en El Mundo de la estampación y demás. Toca ofrecerle al cliente cosas nuevas, plantillas con diseños y eso para que ellos sigan interesados en comprarlos. Y bueno, el tema de los costos también. Sí es así, pues mantener a los clientes es una de las cosas más

difíciles, pero gracias a Dios lo hemos logrado. A la gente le gusta mucho la atención, el servicio, la calidad muy importante, la calidad juega ahí con eso, entonces somos una empresa bastante competente al respecto.

3. ¿Qué plataformas o canales de comunicación, redes sociales, publicidad física, etcétera, considera más efectivos para promocionar sus servicios? Bueno, es muy importante. En las redes sociales manejamos Instagram, Facebook. Como te digo, el WhatsApp, también los estados de WhatsApp, los estados de Instagram de Facebook y bueno, así como la atención que nos escriben directamente desde las redes y también tenemos. Letreros. Enfrente de nuestro local, pues tenemos un letrero luminoso que ahí la gente apenas lo ve y ya saben que ahí estampamos DTF. Y bueno, es la verdad. Ha sido muy, muy bueno el medio de publicidad, todos los que los que manejamos nos han sido muy efectivos, más que todo, pues el tema de las redes sociales a veces también hacemos tarjetas, a veces hacemos flyers y así.
4. ¿Cómo mide el éxito o la efectividad de sus campañas de comunicación y promoción? Pues cómo medimos el éxito, dependiendo de cuánta cuántas personas nos escriben diario y así por lo menos en las redes sociales, eso nos muestra siempre un porcentaje de gente que nos escribe diario y eso y vemos qué tan buena puede ser la publicidad. ¿Qué tan llamativa? Pues lo vimos así con los avisos que nos dan en las redes.
5. ¿Ha implementado recientemente alguna nueva estrategia de comunicación? ¿Si es así, cuáles han sido los resultados? Pues una nueva estrategia de comunicación. Sí, bueno, tenemos un compañero que sale y vende, o sea físicamente, él sale y promociona nuestros productos más que todo a vendedores locales que tienen puestos en las calles. Bueno ellos, muchas de esas personas nos compran. Y, gracias a Dios, nos ha ido muy bien. Porque pues atraemos a más personas y han sido resultados muy buenos, 100%.

6. Pues lo que tan importante es considerar la creatividad en el contenido que publican en redes sociales y cómo se lleva a cabo, pues me parece muy muy importante la creatividad por qué. Pues hoy en día todo El Mundo que ve redes sociales, dicen ay, pero es que yo ya había mirado esto, o sea, es lo mismo de siempre, entonces la gente terminó aburriéndome por eso, entonces la idea es hacer contenido que a la gente le llame la atención para que se incentive a comprar. ¿Es muy importante tener creatividad y por lo del tema de demostrar cosas nuevas que otras empresas no tengan todo ese incentivo y cómo se lleva a cabo pues? Una lluvia de ideas, reuniéndose pues con el tipo de trabajo. ¿Qué contenido podemos hacer? Y bueno, pues así entonces es cuestión, como de conversar con tu equipo de trabajo o con la persona que te ayuda en la publicidad. Es es que todo eso es una planificación.
7. ¿Bueno, qué estrategias tecnológicas? Pues lo del tema de los vídeos, las historias, eso es más que todo lo que implementamos acá, pues en la empresa para promocionar agua en ella, obviamente las fotos, las fotos de la modelo que contratamos para mostrar nuestras prendas. Y bueno, de esa manera lo hacemos. con inteligencia artificial, así pues, casi no, pues más que toda la hora de hacer vídeos que de pronto, pues se utilizan herramientas digitales y eso, pero, pero no influencers tampoco hemos utilizado en el momento y la experiencia con esas herramientas nos ha ido muy bien. Ha tenido muy buena receptividad a las personas. Por lo menos las fotos de la modelo a la gente le llaman mucho la atención porque le quedan muy bonitas las prendas, entonces ellos se visualizan.
8. Considero que para que estas empresas que ofrecemos éste tipo de servicios es importante, la atención al cliente, con el fin de ser asertivos, también mantener una

viabilidad de nuestros servicios en este caso mostrar nuestro trabajo en las redes sociales, esto nos ayudaría mucho.

9. La inteligencia puede ser una herramienta útil para ayudar en el contenido.
10. Creo que tenemos un diferenciador en la personalización del servicio al cliente, eso es un pilar fundamental en éste negocio.
11. Nuestra principal diferencia son los métodos de personalización, para nosotros es muy importante el cliente, además de trabajar de manera transparente.
12. El voz a voz, Redes Sociales, las referencias que recibimos por parte de nuestros clientes.

Empresa: Match Less

1. Bueno considero que las estrategias de comunicación que utilizamos actualmente en la empresa son estrategias pues quizá muy buenas pero que no sabemos manejar muy bien actualmente estamos. ¿Implementando para promocionar nuestros servicios todo lo que es Instagram TikTok como esas redes sociales y también tenemos mucho lo que es el contacto con el cliente?
2. Consideraría que las plataformas más efectivas para 1 dar a conocer la empresa y aumentar las ventas, pues sería todo lo que son las redes sociales, pues ahora estamos. Muy conectados con esto, entonces las redes sociales serían un buen método para que la empresa crezca y se dé a conocer mucho mejor.
3. Actualmente nosotros contamos con marca propia y nos encargamos de todo lo que es la estampación de los proveedores. Una de las estrategias que podría considerar nueva que nos ha sido efectiva y nos aumenta las ventas es que contamos con una chica que

se encarga de ir cliente por cliente. Sería como puerta a puerta para dar a conocer el producto.

4. De las fortalezas considero que, pues antes nuestra marca no contaba con Instagram porque es una marca, pues muy nueva ya contamos con Instagram, entonces, por ejemplo, la chica que baila los recorridos. Al enseñar a conocer la marca, los clientes también empiezan, pues a seguir como en la página de Instagram y muchos se enamoran, pues también de las muestras que tenemos en la página. Entonces nos ha ayudado a aumentar mucho lo que son las ventas, aunque considero que no ha dado como su plus total cierto y de las debilidades. El hecho de que no somos tan constantes con las redes sociales, o sea, se sabe que están y tratamos de subir el contenido cierto, pero no le metemos el 100, o sea no, no es que subamos contenido todos los días. Es muy de vez en cuando que se sube, entonces siento que esa podría ser también nuestra debilidad.
5. Bueno, 1 de los desafíos más grandes que considero que podemos tener en la empresa al dar a conocer nuestros productos es que. Digamos la información, no se les llega a todos los clientes, entonces no es que pues nos ayude mucho con lo que son las ventas. Entonces al momento de manejar las redes están, pero no se manejan, pues como la manera más adecuada, entonces digamos, le suben tik tok listo, puede que esté bien grabado y todo, pero no se le llega al 100% como a ese mercado, entonces no tiene muy buenas. Y al no tener buenas vistas, pues no vamos a tener muy buenas ventas.
6. Nuestros pocos clientes, en este caso son Damas, manejamos todo lo que son camisetas, talla única para Damas y no sólo estampación, sino también manualidad.
7. Considero que la creatividad en el contenido que publicamos debe ser muy buena, porque eso es lo que llaman las vistas, eso es lo que llaman. Ventas. Y lo llevamos a

cabo, pues actualmente contamos con una diseñadora que es la que está encargada de todo.

8. La creatividad es fundamental para nuestras publicaciones, ya que queremos destacar en un mercado tan amplio, utilizando técnicas de diseño que sean innovadoras con contenido fresco y creativo.
9. Hemos utilizado herramientas de Inteligencia Artificial para segmentar nuestro mercado y personalizar nuestras campañas, colaboraciones que puedan potenciar nuestros servicios de manera que aumente la visibilidad.
10. Las PYMES pueden maximizar su visibilidad utilizando estrategias de marketing digital, colaborar con negocios que ayuden a aumentar la exposición sin incurrir en altos costos.
11. Nos diferenciamos por nuestro servicio al cliente, buena atención y calidad en nuestros productos y servicios.
12. Proviene de las recomendaciones y referencias de nuestros clientes. el voz a voz y testimonios.

Empresa: Shop SC

1. Las estrategias que utilizo son muy básicas, no utilizo plataformas para publicar masivamente, me doy a conocer mediante el buen trato, buen producto y garantía, las cuales los clientes satisfechos recomiendan (voz a voz).
2. Lo más difícil es la competencia, existe un mercado muy amplio el cual tiene puntos establecidos de gran experiencia, las mayores estrategias para atender al cliente de la mejor manera y en los mejores tiempos, algo que no será olvidado.

También es un gremio donde suelen quedar mal con los productos comercializados virtualmente, por ende, el punto físico es necesario para mostrar.

3. Instagram, Facebook, WhatsApp, con catálogos, También el ofrecer mercancía puerta a puerta en lugares que frecuento con conocidos y desconocidos, el más efectivo es Facebook (Marketplace), aunque no he explotado todo su potencial.
4. En la verdad regular, digamos que la falta de tiempo y conocimiento de las herramientas digitales no ha permitido llegar a un punto muy satisfactorio.
5. nuevas estrategias no.
6. mejorar en los canales de difusión y crear contenido que relacione a las personas y sea atractivo.
7. Las fortalezas del voz a voz, es el compromiso con el producto, la calidad y perfección, la atención, y los buenos precios, los cuales dan una buena reputación.
Debilidades la falta de creación de contenido digital.
8. La creación de contenido es lo de la época, es la forma más efectiva de mostrar y darse a conocer en todos los ámbitos.
9. La inteligencia artificial ha servido para crear imágenes y pulir otras, de las cuales se ahorra tiempo y dinero.
10. Considero que las Pymes y pequeños comerciantes deben adaptarse a los nuevos insumos y técnicas que trae el mercado, evaluado la de más calidad, deben ofrecer un gran servicio y en buenos tiempos, y adicional tener buenos apoyos audiovisuales y difusión que permita atraer a los clientes, en este sector se falla mucho en la calidad de producto y en los tiempos de entrega, lo cual genera descontentos y desconfianza, esto debe de ser mínimo, porque la reputación es muy importante.
11. la verdad hay empresas con mejor plan de comunicación, somos diferentes en la elaboración de las estrategias, donde yo no he desarrollado las mejores estrategias.

12. la principal fuente, es el entorno más allegado a mi persona y esas personas tienen un entorno que se convierte en mi allegado, sin embargo, el tener mayores estrategias puede hacer que el negocio crezca sin el desgaste de ir a ofrecer físicamente o en presencia física.

Sector el Palo con el Huevo

Empresa: Portón del estampado

1. Las estrategias que se utilizan aquí, son los medios digitales donde compartimos todo tipo de información y contenido que publicamos evidenciando la calidad en el servicio y los comentarios que recibimos de los clientes.
2. Bueno, teniendo en cuenta que la competencia que hay en este sector es bastante, incluimos total innovación, y atención al detalle hacemos el trabajo de manera que los clientes queden satisfechos, creo que en ese sentido nos eligen.
3. Utilizamos los canales digitales como Facebook, Instagram para compartir el contenido con los productos y servicios, además del WhatsApp donde tenemos la posibilidad de comunicarnos directamente con los clientes, también hemos notado que por la ubicación la gente se acerca a mirar los productos entonces ahí llega gente nueva preguntando.
4. Al finalizar la jornada hacemos un chequeo de lo que se ha vendido, y también en los costos se puede evidenciar, por otro lado, también las solicitudes que se hacen efectivas por el WhatsApp.
5. Últimamente hemos montado contenido nuevo y diferente, como videos donde mostramos la personalización de los productos.

6. Considero que sería de más utilidad darles más movimiento a las redes sociales, teniendo en cuenta que ahora todo se mueve por la tecnología, en la forma en como subimos el contenido también sería una bueno para llamar más la atención.
7. Las fortalezas atención al cliente, y debilidades la falta de maquinaria.
8. Muy importante, como ya lo había dicho las redes sociales ahora están en tendencia, y eso hace que uno pueda mostrar más los servicios o los productos como se pueden personalizar.
9. No tenemos conocimiento.
10. Yo creo que, ofreciendo un buen servicio, siendo responsable y cumpliendo con los requerimientos de las personas.
11. En los estados WhatsApp se publican diariamente los servicios, donde obtenemos clientes que quedan satisfechos.
12. Siendo más constantes en las redes sociales.

Empresa: Estampados

1. Las estrategias son sencillas usamos las redes sociales,
2. La competencia
3. Redes sociales Instagram, Facebook, WhatsApp
4. Con las ventas
5. No pues que yo sepa se ha dado más manejos a las redes sociales y mejorando el servicio.
6. Invertir más dinero, y maquinaria nueva.
7. Fortalezas calidad en los materiales, debilidades la maquinaria
8. Me parece que es muy importante que se le dé más atención y manejo a las redes sociales.

9. Ninguno.
10. Cada empresa que está ubicada por aquí tiene sus propias estrategias, todos tenemos nuestros clientes.
11. Los mensajes personalizados
12. Puede ser el público que más nos visita, por ejemplo, otras empresas que requieren el servicio en grandes cantidades, y personas del común.

Empresa: NY

1. Actualmente, utilizamos una combinación de estrategias para promocionar nuestros servicios, incluyendo redes sociales (Instagram y Facebook principalmente)
2. El mayor desafío es destacarnos entre la competencia, nos enfocamos en crear contenido de calidad, la mejor capacidad de personalización y ofrecer un servicio al cliente excepcional
3. Redes sociales, especialmente Instagram y Facebook porque estas redes son las más comunes y efectivas para promocionar nuestro contenido
4. A través de métricas que muestran el alcance
5. Recientemente, hemos implementado una estrategia de email marketing para mantener informados a nuestros clientes sobre nuevos productos y promociones. Además, estamos explorando la posibilidad de crear contenido más audiovisual para nuestras redes sociales.
6. Consideramos que contar con un presupuesto mayor para publicidad en línea y la contratación de un community manager serían de gran ayuda para mejorar nuestras estrategias de comunicación.
7. Nuestras fortalezas radican en la calidad de nuestros productos, la atención personalizada y nuestra capacidad de adaptación a las tendencias del mercado. Sin

embargo, debemos mejorar nuestra presencia en línea y diversificar nuestros canales de venta

8. La creatividad es fundamental para destacar en redes sociales, y también utilizamos herramientas como la fotografía.
9. En el momento herramientas las redes sociales Fb- Ig. No tenemos conocimiento en cuanto a la IA y tampoco hemos contado con algún tipo de ayuda como influencer
10. Para maximizar la visibilidad con presupuestos limitados, aprovechamos las herramientas gratuitas de redes sociales, crear contenido de calidad de forma constante y establecer colaboraciones con otros negocios locales.
11. Nuestra principal fuente de clientes son las recomendaciones y las redes sociales.
12. El voz a voz, las referencias de los clientes y así mismo en el servicio personalizado.

Empresa: Estampados Hollywood

1. Redes sociales (Instagram, Facebook), sitio web y participación en eventos locales.
2. Destacar entre la competencia y aumentar la visibilidad.
3. Redes sociales, especialmente Instagram
4. Ventas, alcance en redes sociales y tráfico al sitio web.
5. contenido audiovisual.
6. Mayor presupuesto para publicidad en línea
7. Fortalezas: calidad, personalización, servicio al cliente. Debilidades: presencia en línea y diversificación de canales de venta.
8. Contenido original y atractivo, utilizando herramientas de diseño.
9. Herramientas de diseño y gestión de redes sociales. Explorando
10. Contenido de calidad y promociones
11. Personalización, rapidez, atención al detalle y variedad y calidad de productos.

12. Recomendaciones y redes sociales.

Empresa: EstampArte

1. Tenemos una mayor difusión a través de Facebook e Instagram, también por medio de publicidad física, como anuncios y volantes.
2. Uno de los mayores desafíos es saber cómo llegarle como debe ser a nuestros es decir a esas personas que consumen productos de estado y sublimación
3. Los canales de comunicación que más usamos es la tienda como tal, volantes y voz a voz
4. Estamos trabajando en las redes sociales con contenido llamativo e interactivo.
5. Medimos el éxito por medio de los comentarios, me gusta, los mensajes en los chats wsp
6. La publicidad es vital para la difusión y el alcance de nuestros productos
7. Fortalezas producto de calidad, el buen servicio. Debilidades presencia en redes (nos falta mejorar)
8. Creo que como empresa que trabaja en el diseño es muy importante dar a conocer nuestro servicio a través de las mismas muestras creativas y a su vez divulgar en redes sociales nuestro trabajo
9. FB IG WSSP
10. (pymes)
11. Nuestros clientes saben cómo es nuestro trabajo, nos refieren y dan gran aporte a nuestro trabajo.
12. Recomendaciones, voz a voz.

Empresa: Estampados Ideales

1. RRSS WhatsApp, Instagram, facebook
2. Uno de los mayores desafíos ha sido la competencia en el mercado local. Para diferenciarnos, hemos optado por estrategias de personalización en el servicio, enfocándonos en la calidad y rapidez de entrega.
3. Las redes sociales, especialmente Instagram, han sido el canal más efectivo para nosotros, ya que nos permite mostrar visualmente nuestros productos. Además, la publicidad física en puntos estratégicos
4. Mantenemos un seguimiento de las métricas en redes sociales, como el alcance, las interacciones y la tasa de conversión. También registramos el número de nuevos clientes que llegan gracias a las campañas
5. Sí, recientemente implementamos una campaña de videos cortos en redes sociales donde mostramos el proceso de sublimación y estampación en diferentes tipos de productos.
6. Nos gustaría contar con un equipo especializado en marketing digital que nos ayude a optimizar campañas y crear contenido de alta calidad.
7. Una de nuestras fortalezas es la consistencia en la comunicación, ya que publicamos regularmente y mantenemos un estilo visual coherente.
8. La creatividad es fundamental. Procuramos que cada publicación tenga un diseño atractivo y que los colores reflejan la calidad de nuestro trabajo.
9. Hemos utilizado algunas herramientas de edición de vídeo y fotografía
10. apostar por colaboraciones estratégicas y centradas en la fidelización de clientes actuales, quienes a su vez pueden recomendarnos a nuevos clientes. Las promociones de boca en boca también son muy efectivas.

11. Nos enfocamos en ofrecer un servicio personalizado y en mantener una relación cercana con nuestros clientes. También publicamos contenido educativo sobre el proceso de sublimación y estampación

12. Nuestra principal fuente de clientes son las recomendaciones y las redes sociales.

5. Cuadro comparativo de casos de éxito

| Empresa Análisis | Ventajas | Desventajas | Método | Técnica |
|---------------------------------------|--|---|---|--|
| Empresa 1 Estampados NY | Uso efectivo de RRSS Alta personalización Atención al cliente | Falta de conocimiento IA Marketing avanzado | Publicidad física Promoción por RRSS Recomendaciones | Interacción directa con clientes Colaboraciones |
| Empresa 2 Factory Color Med | Uso de Facebook Ads y Meta Business Buen alcance gracias a las Plataformas Digitales. WhatsApp y otras redes sociales permiten una atención más personalizada Resultados medibles gracias a las plataformas digitales, esto permite hacer un análisis en tiempo real sobre el éxito de las campañas | Dificultad para llegar a un nicho adecuado. Aún tiene dependencia a la interacción directa con los clientes. | Publicidad por Facebook Ads y Meta Business. Creación de contenido de calidad y creativo. Modelos e influencers | Creación de vídeos atractivos Personalización de mensajes Uso de herramientas de edición y diseño gráfico. Colaboración con influencers. Uso de Facebook Y Meta. |

| | | | | |
|--|--|--|--|------------------------------------|
| | y la inversión en publicidad. | | | |
| Empresa 3 Estampados EstampArte | Adaptación a tendencias | Competencia en diseño visual | Ofertas y promociones | Colaboraciones locales |
| Empresa 4 Estampados ideales | Manejo de RRSS Atención al cliente | Poco conocimiento en tecnología | Recomendaciones | Medición de resultados Métricas |
| Empresa 5 Crismatex | Recomendación de clientes satisfechos Técnicas complementarias (bordado) Generan fidelidad | Escasa visibilidad Sin promoción de Servicios adicionales No usan RRSS por falta de tiempo y personal Poca captación de nuevos clientes | Voz a voz Diversificación de servicios Recomendaciones de clientes | Recomendaciones |

6. Infografía:

Guía de estrategias de comunicación

7. Planner de contenido para un mes

| Semana/ Día | Red social | Tipo de Contenido | Detalles de la publicación | Copy interno | Copy externo | Hashtags |
|--|------------|--------------------|--------------------------------------|------------------------------------|--|---|
| Semana 1: Presentación de la marca y promociones | | | | | | |
| Lunes | Instagram | Historia destacada | Presentación de productos destacados | Presentación del producto estrella | "Conoce nuestro producto estrella de la semana, ¡hecho con | #SublimaciónPersonalizada #EstiloÚnico |

| | | | | | | |
|--|----------------------|-----------------------|---|---|--|--|
| | | | | | dedicación y calidad!" | |
| Martes | Facebook | Puesto de equipo | Fotos del equipo y descripción de servicios. | Introducción al equipo | "Detrás de cada diseño está nuestro talentoso equipo. ¡Conócelos!" | #NuestroEquipo #DetrásDeLaMarca |
| Miércoles | Instagram | Reel de introducción | Vídeo sobre origen y proceso de sublimación. | Vídeo de introducción a la sublimación. | "Descubre el arte y la dedicación detrás de cada sublimación que hacemos" | #SublimaciónConEstilo #ProcesoCreativo |
| Jueves | Instagram | Historia destacada | Testimonios de clientes satisfechos | Testimonio de cliente | "Nuestros clientes satisfechos son nuestra mejor carta de presentación" | #ClientesFelices #SatisfacciónGarantizada |
| Viernes | Facebook | Carrusel de productos | Productos en detalle con descripción breve | Carrusel de productos | "Explora nuestra variedad de productos personalizados, ¡diseñados para ti!" | #EstiloPersonal #ProductoExclusivo |
| Sábado | Instagram | Historia destacada | Encuesta rápida sobre el producto preferido | Encuesta rápida de historias | "¿Cuál de nuestros productos te gusta más? ¡Déjanos tu opinión en la encuesta!" | #TuOpinionCuenta #Personalización |
| Domingo | Facebook e Instagram | Resumen semanal | Collage de imágenes con los productos y equipo. | Resumen de la semana | "Semana increíble mostrando nuestros productos y equipo. ¿Cuál fue tu favorito?" | #ResumenSemanal #ProductosConEstilo |
| Semana 2: Contenido Educativo y Publicidad | | | | | | |

| Segmentada | | | | | | |
|------------|---------------------------------|----------------------------|--|---|--|--|
| Lunes | Instagram | Tutorial rápido | “¿Cómo se realiza la sublimación?” (30 segundos) | Tutorial rápido de sublimación. | "¿Sabías cómo se realiza la sublimación? Te lo mostramos en menos de 30 segundos." | #TutorialSublimación #AprendeConNosotros |
| Martes | Facebook | Publicación con infografía | Proceso y beneficios de la estampación | Infografía de proceso y beneficios | "Te contamos el paso a paso de nuestra estampación, ¡descubre sus beneficios!" | #ProcesoEstampado #BeneficiosPersonalizados |
| Miércoles | Instagram | Carrete de carrete | Detalle de materiales y pasos de sublimación. | Carrete educativo sobre materiales y pasos. | "Conoce los materiales y pasos de una sublimación impecable. ¡Así es nuestro trabajo!" | #MaterialesDeCalidad #ProcesoCreativo |
| Jueves | Anuncios de Facebook (opcional) | Anuncio promocional | Publicidad segmentada sobre servicios | Anuncio promocional segmentado (Facebook Ads) | "Personaliza tu estilo con nuestras ofertas en sublimación. ¡Pregúntanos cómo!" | #OfertasPersonalizadas #AnuncioEspecial |
| Viernes | Instagram | Encuesta de intereses | Preferencias sobre diseños o productos. | Encuesta de preferencias en historias | "Cuéntanos, ¿qué tipo de diseño prefieres para tus productos?" | #DiseñosPersonalizados #Encuesta |
| Sábado | Facebook e Instagram | Publicación de infografía | Guía rápida de beneficios de la estampación | Guía rápida sobre beneficios de estampación | "¿Por qué elegir la estampación? Te contamos sus grandes beneficios en esta guía." | #BeneficiosEstampación #DiseñoÚnico |
| Domingo | Instagram | Historia destacada | Reseña breve de un cliente satisfecho | Historia destacada de un cliente satisfecho. | "Nuestro cliente satisfecho nos cuenta su experiencia." | #ClienteContento #NuestraExperiencia |

| | | | | | | |
|--|------------------------|------------------------------------|---|---|---|---|
| | | | | | ¡Mira sus fotos!" | |
| Semana 3: Participación de clientes y servicios especializados | | | | | | |
| Lunes | Historias de Instagram | Cliente satisfecho | Muestra de cliente satisfecho con la compra | Testimonio de cliente | "Nuestra mejor publicidad es un cliente feliz. ¡Gracias por confiar en nosotros!" | #ClienteSatisfecho #Testimonio |
| Martes | Carousel | Diferentes tipos de estampado | Mostrar los diferentes tipos de estampado existentes | Explicación del servicio adicional | "¿Conoces nuestro servicio de bordado? Un toque extra para tus productos." | #BordadoPersonalizado #ServicioExtra |
| Miércoles | Reel de Instagram | Antes y después | Evolución de los productos y material de estampado. | Reel antes y después de productos | "Transformamos productos con estilo y personalización. Mira el cambio." | #AntesYDespués #ProductoÚnico |
| Jueves | Post simple | Anuncio promocional | Mostrar los beneficios de estampar en ese lugar | Encuesta de preferencias de diseño | "¿Cuál de estos diseños prefieres? ¡Ayúdanos a saber tu opinión!" | #EncuestaDeDiseño #Preferencias |
| Viernes | Historias de Instagram | Proceso de compra | Mostrar el proceso de compra, desde la pre hasta la post producción | Carrusel de servicio adicional (bordado) | "Descubre el arte del bordado y cómo complementa a la sublimación." | #ArteDelBordado #ComplementoPerfecto |
| Sábado | Reel de Instagram | Reel que se encuentre en tendencia | Reel en tendencia que cuenten con un | Pregunta abierta sobre ideas de personalización | "¿Qué ideas tienes para personalizar tus productos? ¡Queremos saberlas!" | #TuIdeaNuestraInspiración #Personalización |

| | | | | | | |
|--|-------------------------|----------------------------|--|---|---|--|
| | | | hook visual. | | | |
| Domingo | Historias de Instagram | Historia destacada | Reseña breve de un cliente satisfecho | Experiencia de un cliente | "La satisfacción de nuestros clientes nos motiva cada día. ¡Gracias por elegirnos!" | #ClientesFelices #ExperienciaBordado |
| Semana 4: Testimonios, feedback y Análisis de Métricas | | | | | | |
| Lunes | Facebook | Publicación de testimonios | Testimonios de clientes satisfechos | Post de testimonio de clientes | "Lo que dicen nuestros clientes nos inspiran. ¡Gracias por confiar en nosotros!" | #Testimonios #ConfianzaEnLaMarca |
| Martes | Historias de Instagram | Encuesta sobre experiencia | Preguntas de satisfacción y sugerencias | Encuesta sobre experiencia y preferencias | "Queremos mejorar para ti. ¿Qué más te gustaría ver en nuestra página?" | #TuOpinionCuenta #FeedbackCliente |
| Miércoles | Reels de Instagram | Resumen mensual | Video corto sobre productos y servicios destacados | Resumen de mejores productos y servicios del mes | "Cerramos el mes con los productos y servicios más destacados. ¡Gracias por ser parte!" | #ResumenDelMes #ProductosFavoritos |
| Jueves | Información de Facebook | Revisión de métricas | Análisis de las publicaciones más exitosas. | Revisión de métricas y publicaciones más exitosas | "Gracias por todo el apoyo este mes. ¡Aquí los posts que más les gustaron!" | #AnálisisDeResultados #Crecimiento |
| Viernes | WhatsApp | Mensaje de agradecimiento | Mensaje breve agradecido a los clientes | Mensaje de agradecimiento en WhatsApp | "Agradecemos su preferencia y apoyo constante. ¡Siempre buscamos dar lo mejor!" | #GraciasPorElegirnos #CompromisoCliente |

| | | | | | | |
|---------|------------------------|---------------------------------|---|---------------------------------------|--|--|
| Sábado | Facebook | Encuesta sobre contenido futuro | Pregunta sobre el tipo de contenido preferido | Encuesta sobre el contenido preferido | "Cuéntanos, ¿qué tipo de contenido te gusta ver en nuestras redes?" | #PreferenciasCliente #ContenidoQueGusta |
| Domingo | Historias de Instagram | Historia de cierre mensual | Agradecimiento y anuncio de próximos contenidos | Historia de cierre mensual | "Terminamos el mes agradeciendo su confianza. ¡Vienen muchas sorpresas!" | #GraciasPorUnMesGenial #NuevosProyectos |

8. Cronograma Mensual de Contenido

| Semana / Día | Red Social | Tipo de contenido | Detalles de la publicación |
|--|------------------------|-------------------------|--|
| Semana 1 : Presentación de la Marca y Promociones | | | |
| Lunes | Historias de Instagram | Historia destacada | Presentación de productos destacados |
| Martes | Facebook | Puesto de equipo | Fotos del equipo y descripción de servicios. |
| Miércoles | Reels de Instagram | Carrete de introducción | Vídeo sobre origen y proceso de sublimación. |
| Jueves | Historias de Instagram | Historia destacada | Testimonios de clientes satisfechos |
| Viernes | Facebook | Carrusel de productos | Productos en detalle con descripción breve |
| Sábado | Historias de Instagram | Historia destacada | Encuesta rápida sobre el producto preferido |

| | | | |
|---------|----------------------|-----------------|---|
| Domingo | Facebook e Instagram | Resumen semanal | Collage de imágenes con los productos y equipo. |
|---------|----------------------|-----------------|---|

| Semana / Día | Red Social | Tipo de contenido | Detalles de la publicación |
|---|---------------------------------|----------------------------|--|
| Semana 2 : Contenido Educativo y Publicidad Segmentada | | | |
| Lunes | Historias de Instagram | Tutorial rápido | “¿Cómo se realiza la sublimación?” (30 segundos) |
| Martes | Facebook | Publicación con infografía | Proceso y beneficios de la estampación |
| Miércoles | Reels de Instagram | Carrete de carrete | Detalle de materiales y pasos de sublimación. |
| Jueves | Anuncios de Facebook (opcional) | Anuncio promocional | Publicidad segmentada sobre servicios |
| Viernes | Historias de Instagram | Encuesta de intereses | Preferencias sobre diseños o productos. |
| Sábado | Facebook e Instagram | Publicación de infografía | Guía rápida de beneficios de la estampación |
| Domingo | Historias de Instagram | Historia destacada | Reseña breve de un cliente satisfecho |

| | | | |
|--|------------------------|------------------------------------|---|
| Semana 3 : Participación de clientes y promoción de servicios especializados. | | | |
| Lunes | Historias de Instagram | Cliente satisfecho | Muestra de cliente satisfecho con la compra |
| Martes | Carrousel | Diferentes tipos de estampado | Mostrar los diferentes tipos de estampado existentes |
| Miércoles | Reel de Instagram | Antes y después | Evolución de los productos y material de estampado. |
| Jueves | Post simple | Anuncio promocional | Mostrar los beneficios de estampar en ese lugar |
| Viernes | Historias de Instagram | Proceso de compra | Mostrar el proceso de compra, desde la pre hasta la post producción |
| Sábado | Reel de Instagram | Reel que se encuentre en tendencia | Reel en tendencia que cuenten con un hook visual. |
| Domingo | Historias de Instagram | Historia destacada | Reseña breve de un cliente satisfecho |

| | | | |
|--|----------|----------------------------|-------------------------------------|
| Semana 4 : Testimonios, Feedback y Análisis de Métricas | | | |
| Lunes | Facebook | Publicación de testimonios | Testimonios de clientes satisfechos |

| | | | |
|-----------|-------------------------|---------------------------------|--|
| Martes | Historias de Instagram | Encuesta sobre experiencia | Preguntas de satisfacción y sugerencias |
| Miércoles | Reels de Instagram | Resumen mensual | Video corto sobre productos y servicios destacados |
| Jueves | Información de Facebook | Revisión de métricas | Análisis de las publicaciones más exitosas. |
| Viernes | WhatsApp | Mensaje de agradecimiento | Mensaje breve agradeciendo a los clientes |
| Sábado | Facebook | Encuesta sobre contenido futuro | Pregunta sobre el tipo de contenido preferido |
| Domingo | Historias de Instagram | Historia de cierre mensual | Agradecimiento y anuncio de próximos contenidos |