

(BPIN20-208)

Fortalecimiento de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria cultural y el Turismo, mediante la creación de un hub de emprendimientos creativos y la aplicación de la metodología bootcamp virtual.

RESULTADOS

Diagnóstico de competencias digitales de prestadores de servicios de la Industria Cultural y el Turismo



Apoyos institucionales



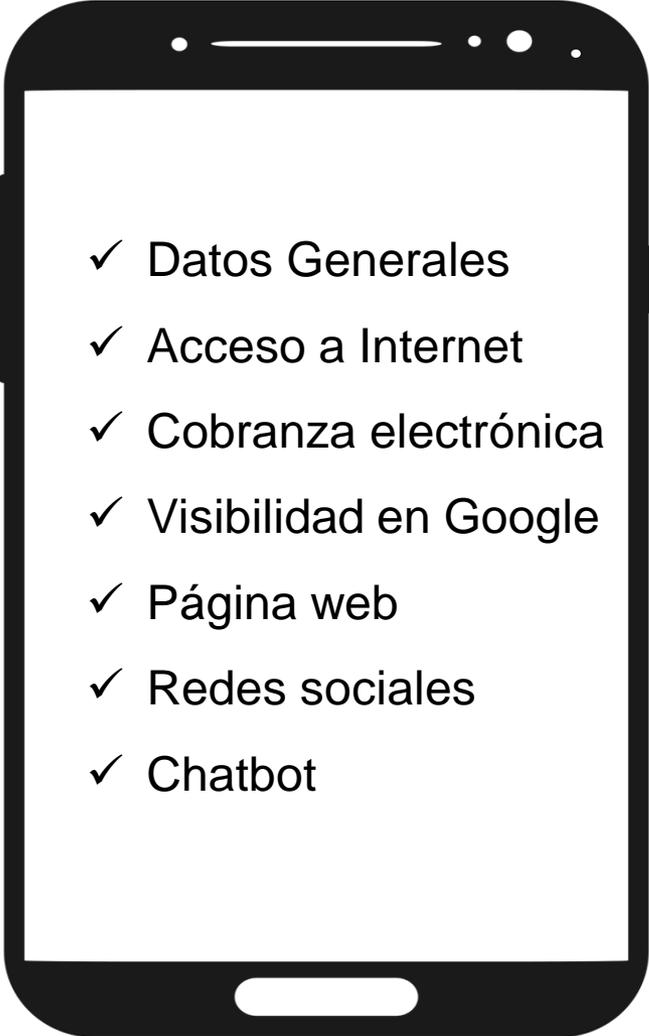
**TETÄPY
JEHECHAUK.**
SÄMBYHYHA
SECRETARÍA
**NACIONAL
DE TURISMO**



Sofía Mendoza
Conservatorio de Música



Categorías de consultas

- 
- ✓ Datos Generales
 - ✓ Acceso a Internet
 - ✓ Cobranza electrónica
 - ✓ Visibilidad en Google
 - ✓ Página web
 - ✓ Redes sociales
 - ✓ Chatbot

- 
- ✓ WhatsApp
 - ✓ Email Marketing
 - ✓ Talento Humano
 - ✓ Herramientas digitales
 - ✓ Formación.



CONSEJO NACIONAL
DE CIENCIA
Y TECNOLOGÍA



PROCIENCIA

PROGRAMA PARAGUAYO PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA

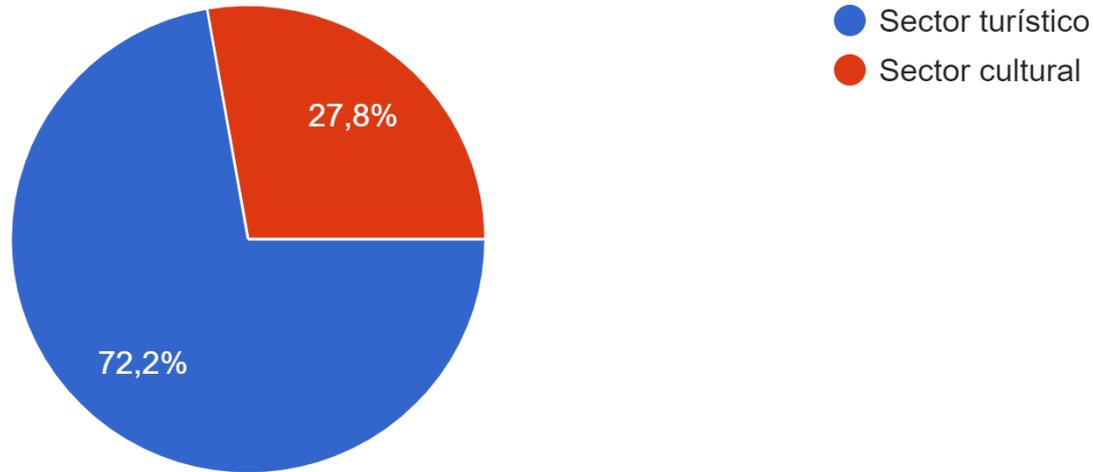


Con el apoyo de:

Feei

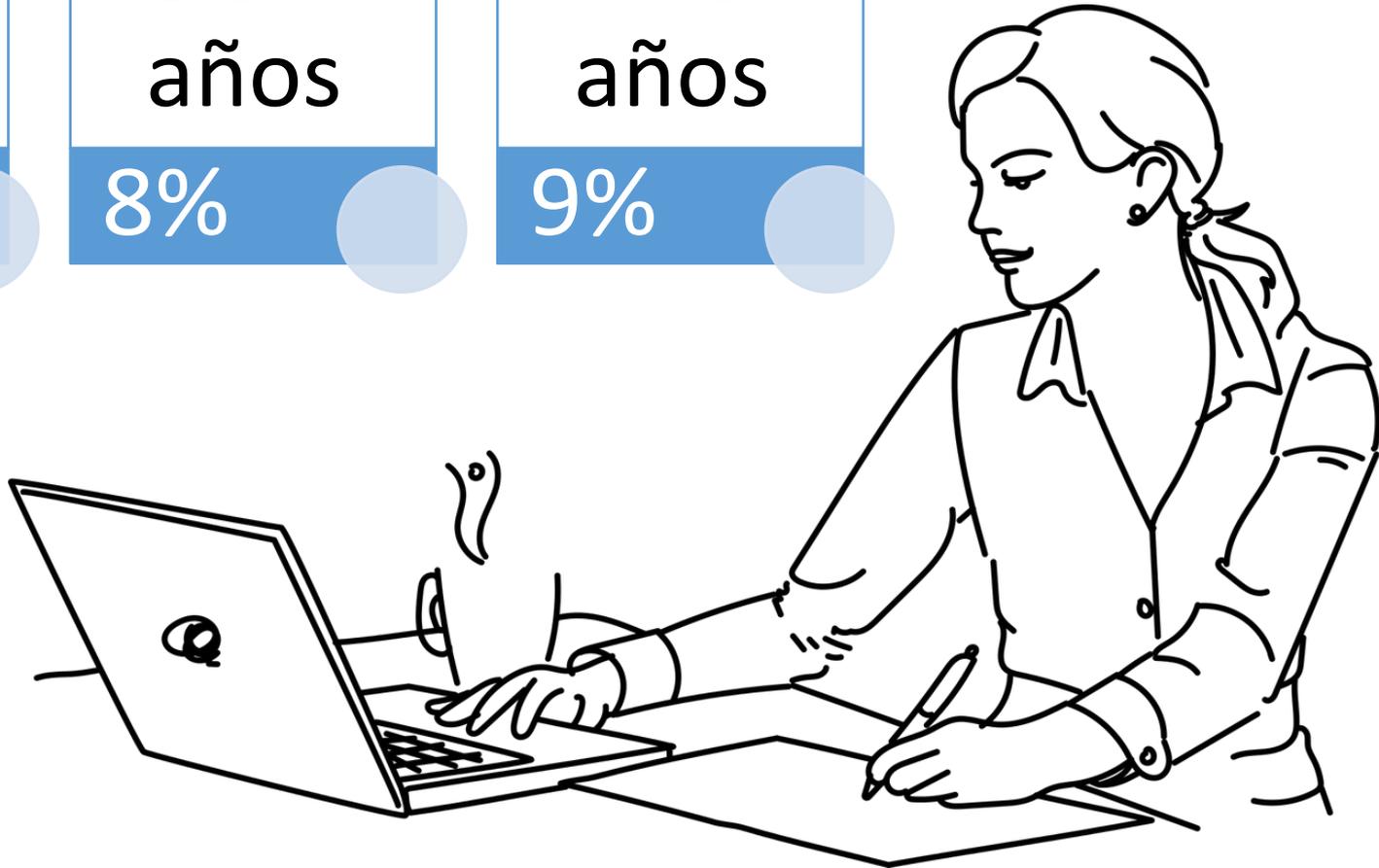
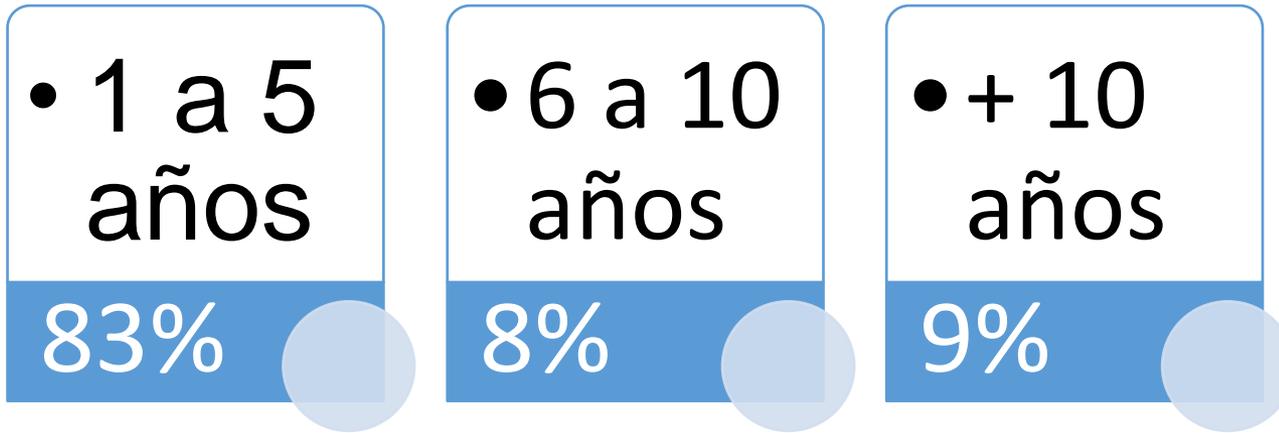
Fondo para la Excelencia de la
Educación y la Investigación

A que sector pertenece



Distribuidos en los departamentos de: Central, Itapúa, Cordillera, Paraguari, Alto Paraná, Misiones, Ñeembucú, Guairá, Caaguazú, Concepción, Presidente Hayes, Ciudad Capital.

Años de funcionamiento del emprendimiento



Edad de los encuestados



- 31 a 40 años de edad

32%

Generación Y

Están familiarizados y utilizan de manera natural los medios de comunicación y las tecnologías digitales (Prensky, 2001)



- 41 a 50 años de edad

24%

Generación X

Manifiestan cierta resistencia al uso de tecnologías completamente digitales. (Martínez y Camino, 2020)



CONSEJO NACIONAL
DE CIENCIA
Y TECNOLOGÍA



PROCIENCIA

PROGRAMA PARAGUAYO PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA

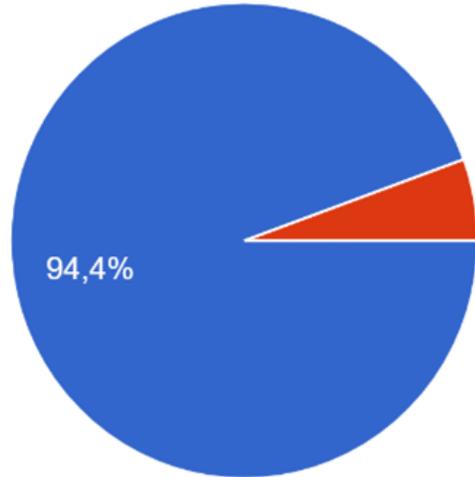


Con el apoyo de:

Feei

Fondo para la Excelencia de la
Educación y la Investigación

Acceso a Internet



● Sí
● No

- ❑ El 48,6 % lo hace mediante conexión por fibra óptica
- ❑ El 27,8% desde el celular por paquete de datos,
- ❑ El 15,3% por antena satelital,
- ❑ El 11,1 % plan por modem
- ❑ El 8,3% modem recargas pre pago.



CONSEJO NACIONAL
DE CIENCIA
Y TECNOLOGÍA



PROGRAMA PARAGUAYO PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA



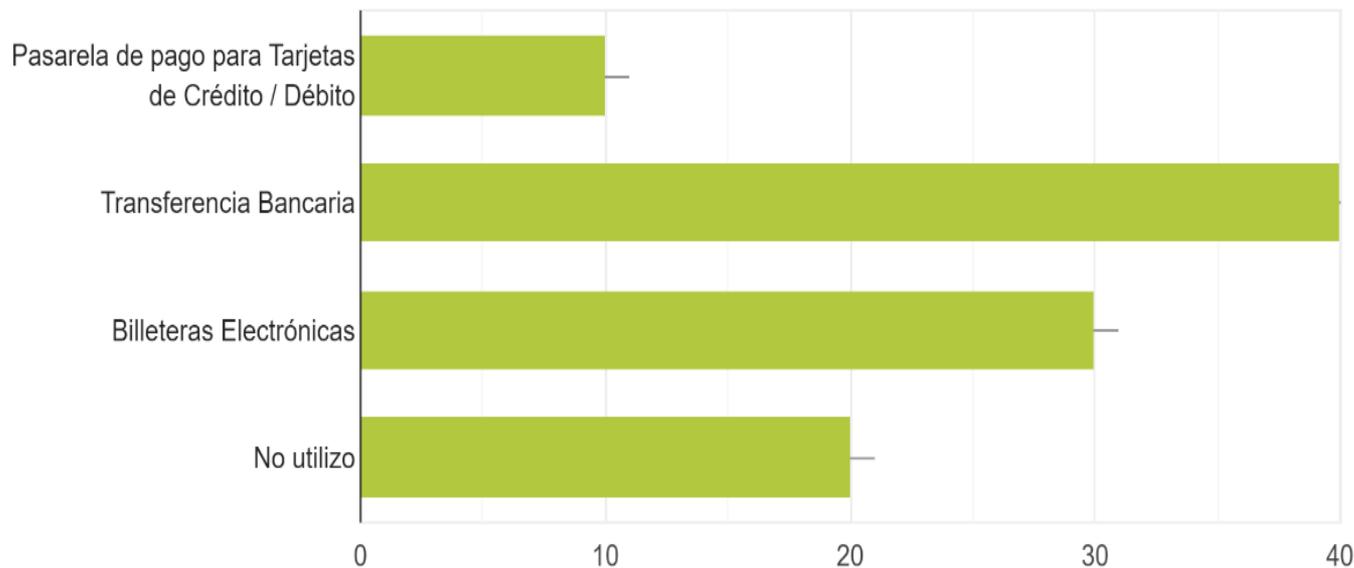
Con el apoyo de:

Feei

Fondo para la Excelencia de la
Educación y la Investigación

Cobranza electrónica

El 55,6% ha respondido disponer como sistema de cobranza electrónica la transferencia bancaria, 41% por billeteras electrónicas, 27,8 % no utiliza y una 13,9 % lo hace haciendo uso del sistema de cobro por pasarela de pago para tarjetas de crédito y débito.





CONSEJO NACIONAL
DE CIENCIA
Y TECNOLOGÍA



PROCIENCIA

PROGRAMA PARAGUAYO PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Con el apoyo de:

Feei

Fondo para la Excelencia de la
Educación y la Investigación

Visibilidad en Google

El 64,3% ha mencionado que se tiene acceso a la información de su emprendimiento mediante Google My Bussines en tanto un 35 % ha indicado que no. A la consulta si se tiene acceso a la ubicación de su emprendimiento mediante Google Maps 71,8% ha indicado que si y un 28,% que no.

Ilustración 3. ¿Se tiene acceso a la información de su emprendimiento mediante Google My Bussines?

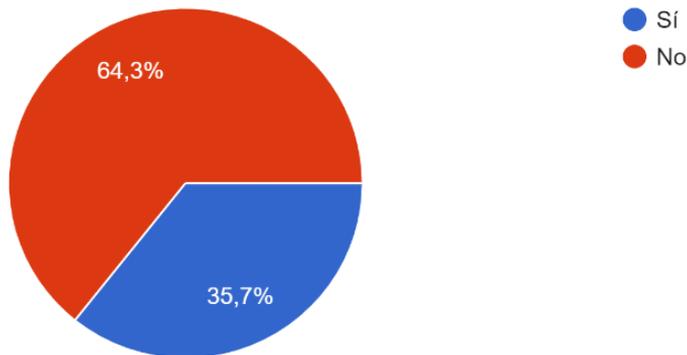
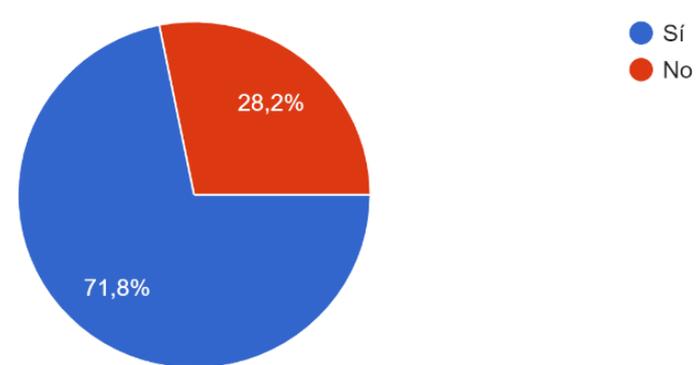


Ilustración 2 ¿Se tiene acceso a la ubicación de su emprendimiento desde Google Maps?





CONSEJO NACIONAL
DE CIENCIA
Y TECNOLOGÍA

 **PROCIENCIA**
PROGRAMA PARAGUAYO PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Con el apoyo de:

Feei
Fondo para la Excelencia de la
Educación y la Investigación

Página Web

El 57,7 % ha indicado que su emprendimiento no cuenta con una página web, sin embargo, un alto porcentaje de 42,3 % ha señalado contar con una página web.

En relación a la consulta realizada si su página web se encuentra optimizada con SEO, el 15,9 % afirmó que si, 49,3% que no y un 34,8% que no aplicaba para su caso en particular.

El 50% no cuenta en su página web con un sistema de reserva de servicios.





CONSEJO NACIONAL
DE CIENCIA
Y TECNOLOGÍA



PROCIENCIA

PROGRAMA PARAGUAYO PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA



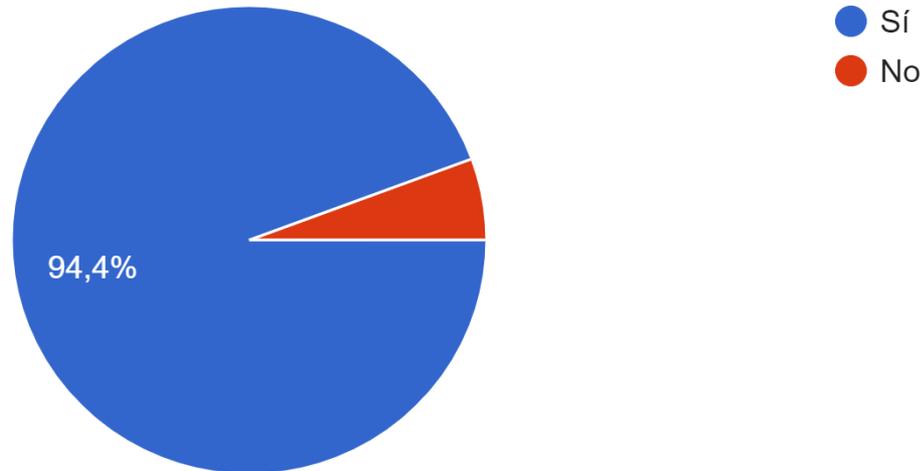
Con el apoyo de:

Feei

Fondo para la Excelencia de la
Educación y la Investigación

Redes Sociales

9- ¿Personalmente le gusta usar las redes sociales?



A diferencia de un 5,6 % que no gusta de hacerlo, en concordancia con este resultado, el 98,6 % considera que el uso de las redes sociales y promociones en internet puede ser un factor de éxito para incrementar los ingresos en su emprendimiento.

El **93%** afirma utilizar las redes sociales como canal de comunicación para promocionar y vender sus productos o servicios, siendo **Facebook la red social más utilizada** para acceder a su emprendimiento, con un **95,5%**, seguida de Instagram, Twitter, Youtube y Tik Tok.





El **7%** prefiere no usar Redes Sociales

- Por no entender mucho del tema
- Por falta de conocimiento para hacer marketing
- Porque el distrito donde está asentado su emprendimiento no está explotado turísticamente y sus clientes son vendedores ocasionales.



Los datos indican que el:

- 81,8% actualiza las redes sociales una vez al día.
- 7,6 % actualiza más de tres veces
- 6,1% lo hace dos veces al día
- 4,5 % actualiza las redes sociales de su emprendimiento tres veces al día.



- El 62,9% utiliza una Fan page para visibilizar su emprendimiento en tanto un 48,6 % lo hace desde una cuenta de perfil personal.



CONSEJO NACIONAL
DE CIENCIA
Y TECNOLOGÍA



PROCIENCIA

PROGRAMA PARAGUAYO PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA



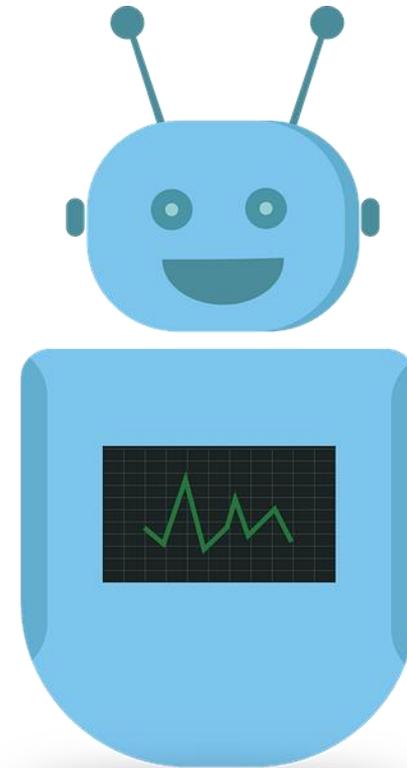
Con el apoyo de:

Feei

Fondo para la Excelencia de la
Educación y la Investigación

Chatbot

- ❑ El 73,5 % utiliza el chat de su red social como estrategia de atención con potenciales clientes, el 26,5 % no utiliza esa función.
- ❑ En relación al uso del chatbot, el 80 % indicó no utilizar aplicaciones de chatbot para automatizar las consultas frecuentes de sus clientes y/o potenciales clientes.





CONSEJO NACIONAL
DE CIENCIA
Y TECNOLOGÍA



PROCIENCIA

PROGRAMA PARAGUAYO PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Con el apoyo de:

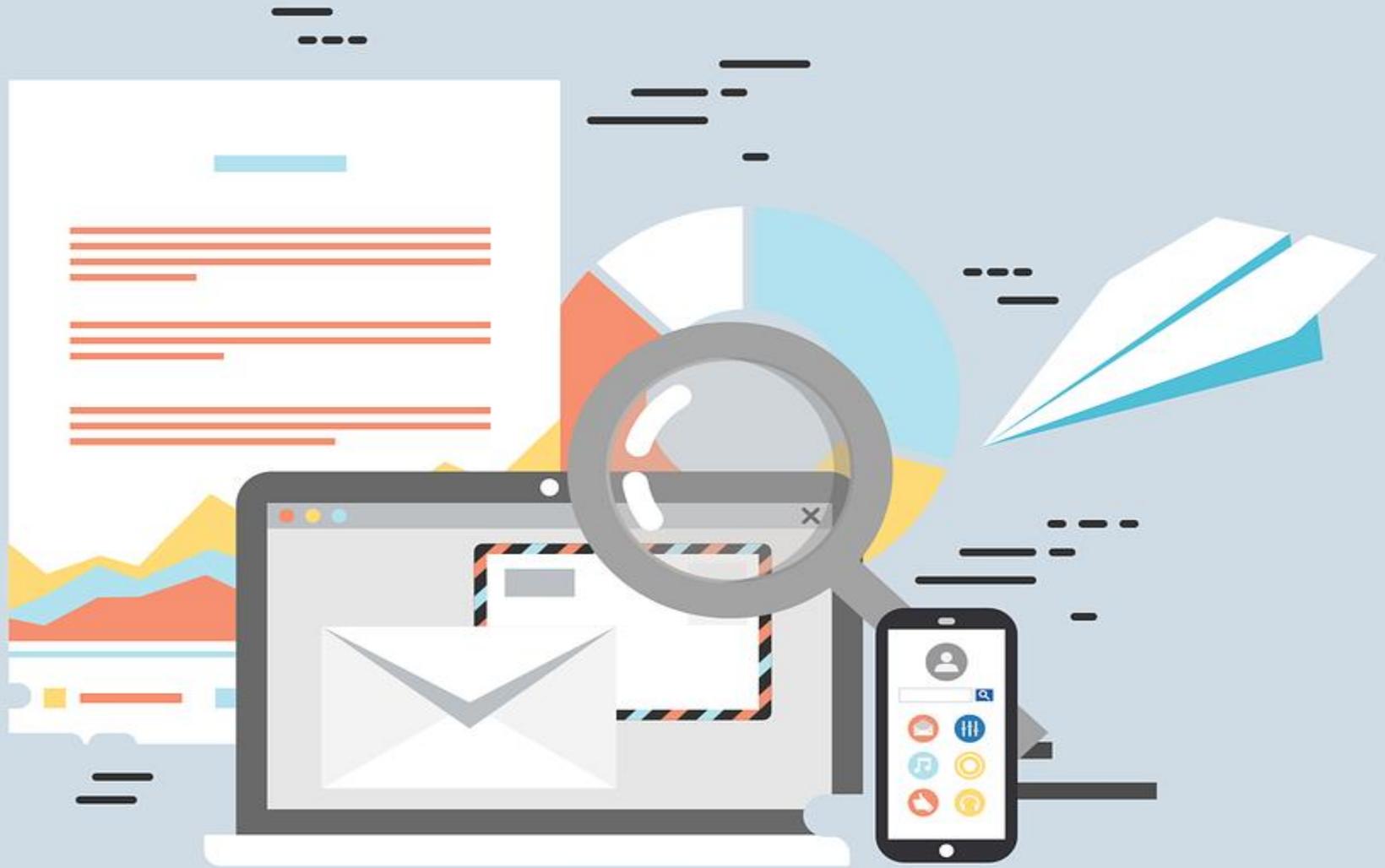
Feei

Fondo para la Excelencia de la
Educación y la Investigación

WhatsApp

- ❑ Se encontró que el 79, 2% vincula algún número de teléfono con WhatsApp a sus redes sociales y el 20,8 % no lo hace.
- ❑ El 54,9 % indicó que no utiliza WhatsApp Bussines para la atención de sus clientes, en tanto un 45,1% señaló si hacerlo.





CONSEJO NACIONAL
**DE CIENCIA
Y TECNOLOGÍA**



PROCIENCIA

PROGRAMA PARAGUAYO PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Con el apoyo de:

Feei
Fondo para la Excelencia de la
Educación y la Investigación

Email Marketing

- ❑ El 83,3% manifiesta saber qué es el email marketing, sin embargo, el 91,5% no utiliza el email marketing como estrategia de comunicación para el envío de correos electrónicos a clientes potenciales y actuales, el 93% no dispone de un sistema de captación de correos de clientes potenciales.



Marketing digital

El **75,5% no invierte** mensualmente en marketing digital, algunas de las manifestaciones indicadas por no hacerlo son:

- Por desconocimiento.
- Por falta de presupuesto.
- Considera que no es el momento adecuado por encontrarse en la estación invernal y con pandemia.
- La inversión es muy arriesgada.
- Costoso para el tamaño de su emprendimiento y por no contar con una clientela masiva.
- No considera necesario porque su emprendimiento es pequeño y ya tiene clientela formada.

- No es seguro el retorno laboral o pago, además de que no cuenta con un alto ingreso económico.
- Debería hacerlo.
- La pandemia retrasó la ampliación física de su negocio aguarda culminar e invertir en marketing digital de manera continua.
- No corresponde.
- No tiene orientación de cómo hacerlo.
- Quisiera saber hacerlo.
- Porque es poco el ingreso de la posada por la situación de la pandemia, apenas se cubre gastos de limpieza.
- El rubro está parado no tiene ingresos.
- Falta de iniciativa y más información.
- Decisión personal.

- ❑ El 24,3 % si invierte mensualmente en marketing digital.
- ❑ El 66,7 % no controla los rendimientos que genera su publicidad de pago, en tanto el 33,3% si lo hace.

Del total de los encuestados que, si invierten en marketing digital, estos, indicaron que analizan indicadores para conocer el rendimiento que genera su publicidad de pago, señalado que lo hacen con mayor frecuencia en el siguiente orden:

Alcance, Interacción, Messenger, Generación de Leads (suscriptores), Costo por Impresión, Costo por Interacción, Costo por iniciar mensaje.



- ❑ El 34,7% opta por invertir en publicidad en Facebook Ads.
- ❑ El 16,7% en Instagram Ads.
- ❑ El 1,4% lo hace en Twitter Ads, Youtube Ads, Google Ads
- ❑ El 44,4% no invierte en plataformas digitales.



CONSEJO NACIONAL
DE CIENCIA
Y TECNOLOGÍA



PROGRAMA PARAGUAYO PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA

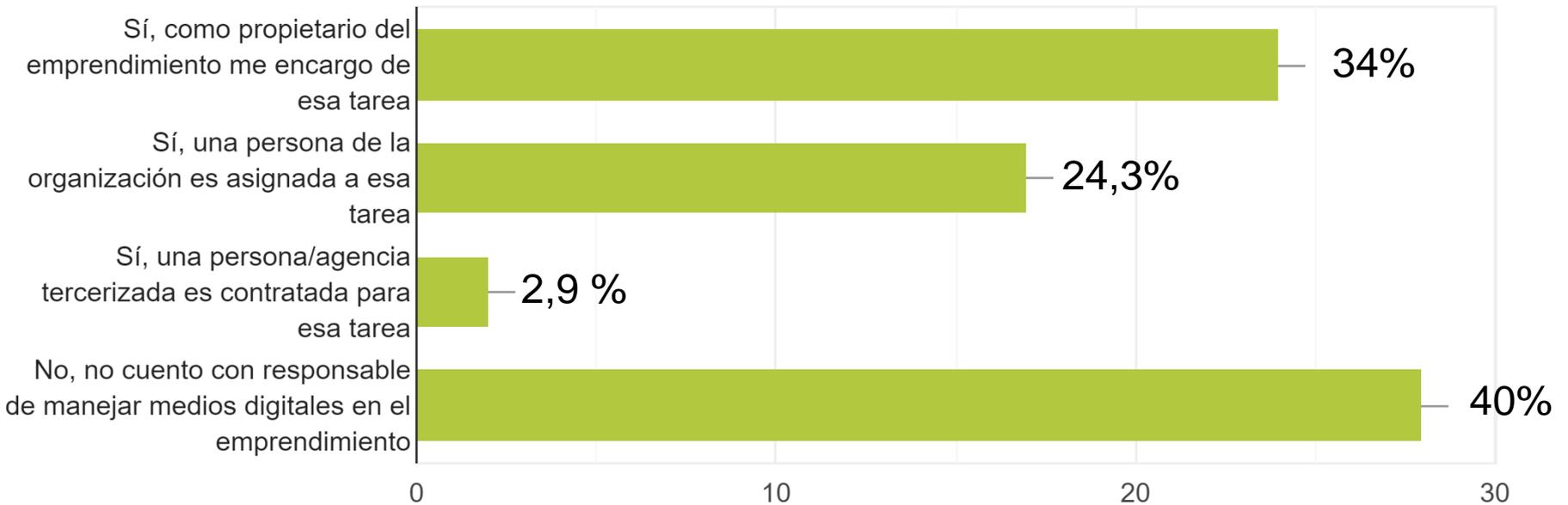


Con el apoyo de:

Feei
Fondo para la Excelencia de la
Educación y la Investigación

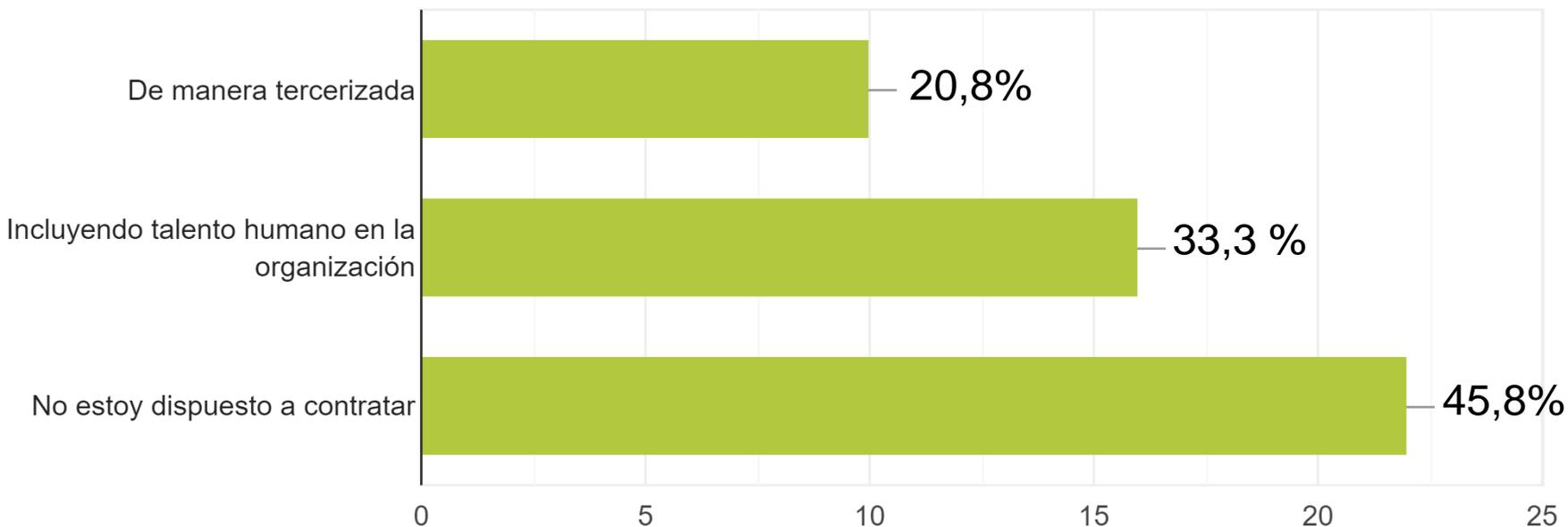
Talento Humano

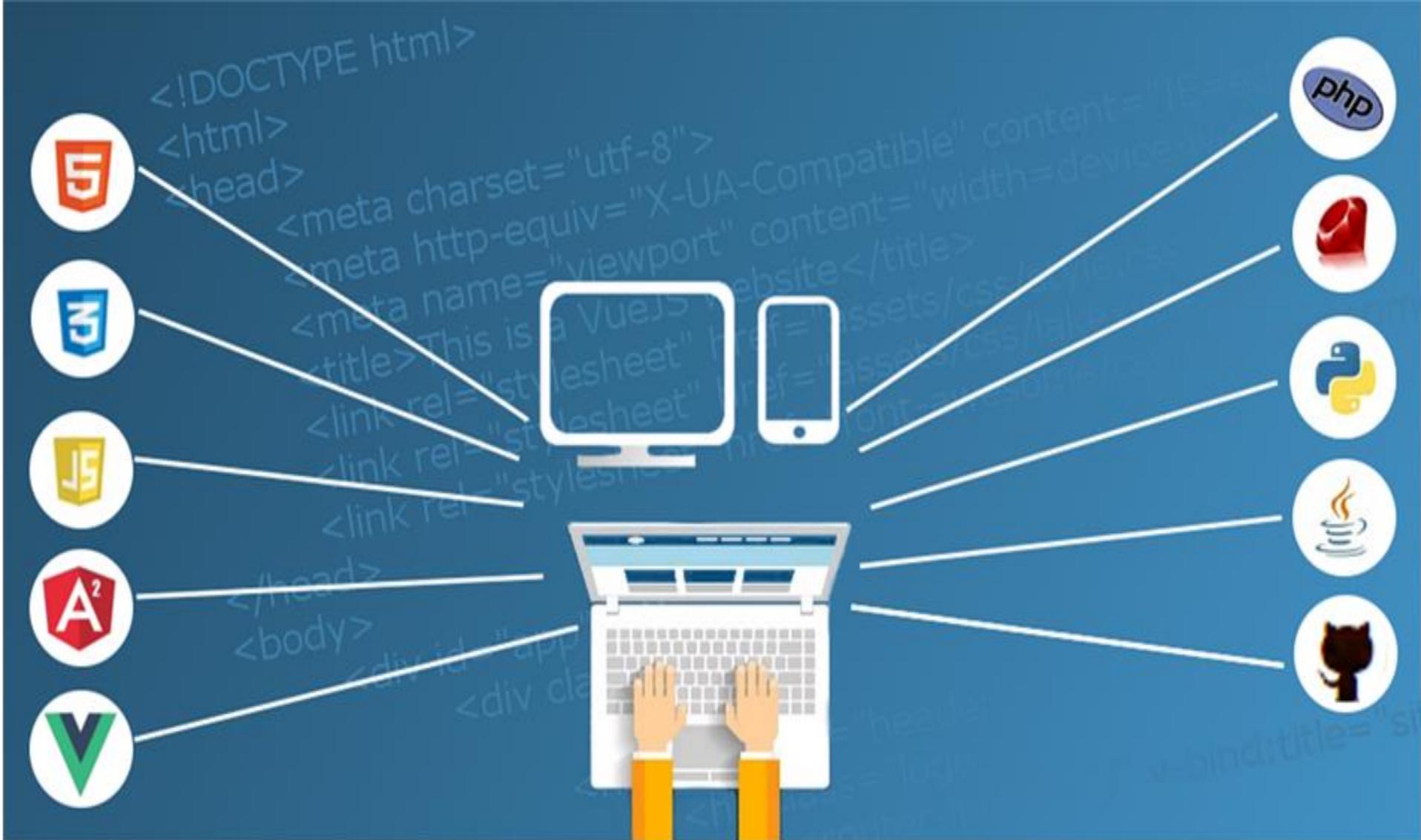
¿Cuenta con un responsable de manejar los medios digitales?



30- Si la respuesta es negativa: ¿Estaría dispuesto a contratar el servicio?

48 respuestas





CONSEJO NACIONAL
DE CIENCIA
Y TECNOLOGÍA



PROCIENCIA

PROGRAMA PARAGUAYO PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Con el apoyo de:

Feei

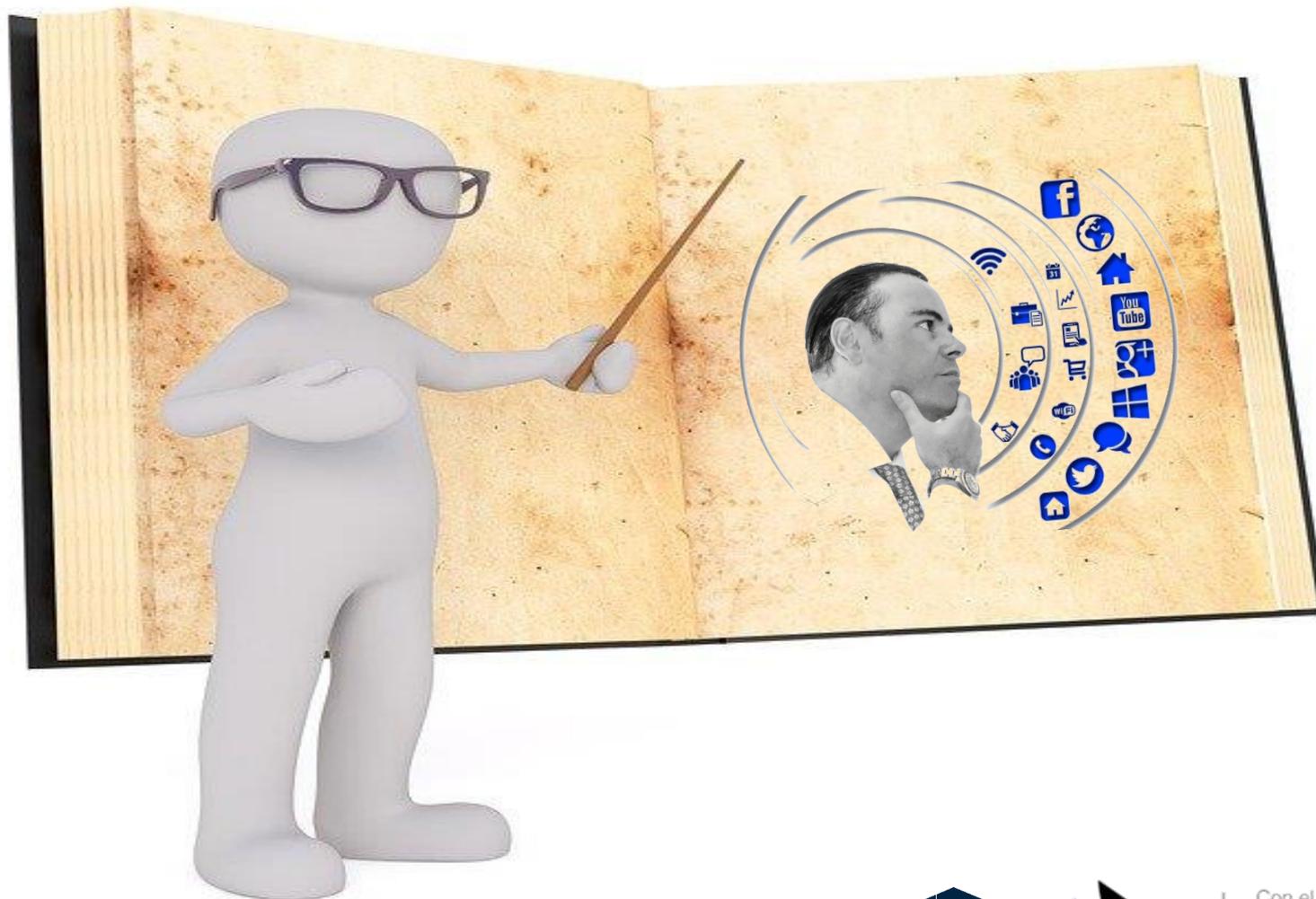
Fondo para la Excelencia de la
Educación y la Investigación

Herramientas digitales

El **80,3%** menciona que dispone de una imagen de identidad de su emprendimiento, en tanto un 19,7 no dispone.

Entre los medios audiovisuales aprovechados para transmitir mensajes a su audiencia y potenciales clientes, en una de selección de opciones múltiples,

- 93% seleccionó fotografías,
- 64,8% videos,
- 38% diseño de afiches,
- 23,9% textos para blog, persuasivos o de valor,
- 7% no utiliza ninguna de las mencionadas.



CONSEJO NACIONAL
DE CIENCIA
Y TECNOLOGÍA



PROGRAMA PARAGUAYO PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Con el apoyo de:



Fondo para la Excelencia de la
Educación y la Investigación

Formación

- ❑ El 83,1% expone que la empresa no cuenta con un plan de formación y/o capacitación en aspectos relacionados a la gestión digital del emprendimiento, frente a un 16,9% que si dispone.
- ❑ 67, 1% manifiesta predisposición a participar en campamentos de formación virtual intensivos en áreas similares a las consultadas en el diagnóstico, y se han sugerido los siguientes temas para el abordaje:

- Charlas informativas sobre marketing digital.
- Imagen, sonido, proyección.
- Uso de Herramientas digitales.
- Redes sociales.
- Como realizar las ventas digitales.
- Como hacer una cuenta especial para el emprendimiento en la red social Facebook.
- Herramientas útiles para los diseños turísticos.
- Sistemas para para obtener los datos de clientes, que no necesite Internet.
- Como sacar el mejor provecho de las redes sociales, el manejo de cada red y como medir el alcance.
- Marketing para ventas.
- Formación de talento humano para la atención al cliente.
- Canales adecuados de publicidad. Segmentación, Pautas Ads,

- ❑ Utilización de datos estadísticos de medición.
- ❑ Reserva electrónica.
- ❑ Establecer niveles de formación de una misma temática desde básico, medio y avanzado.
- ❑ Formar con ejemplos sencillos y mostrar la llegada de cada elemento con ejemplos reales.
- ❑ Las capacitaciones deberían tener contenidos que sean fáciles de interpretar.
- ❑ El uso de un lenguaje de fácil comprensión es importante en toda capacitación.
- ❑ Uso de pasarelas de pago (medios de pagos digitales).
- ❑ Creación de tiendas virtuales que puedan vincularse a las redes sociales.
- ❑ Plataformas o programas para edición de imágenes publicitarias.
Atención al cliente por medios digitales.
- ❑ Configuración adecuada de la publicidad paga Facebook, Google, etc. Aprender a emprender virtualmente.