

Primer Coloquio Bi-Institucional de Posgrados UPAEP-UIC

Preferencias de contenido de padres de familia en redes sociales para la elección de una escuela nivel preescolar

Alexa Peñafiel Alvarez
Laura Berenice Sánchez Baltasar
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
alexapenafiel@upaep.edu.mx
lauraberenice.sanchez@upaep.mx

Resumen

La presente investigación pretende analizar las preferencias de los padres de familia con respecto al contenido de mercadotecnia en redes sociales de preescolares en la ciudad de Pachuca. Se investigó cuáles son las plataformas digitales más utilizadas por los padres de familia que tengan hijos entre 0 meses y 3 años, así mismo se observó que impacto tiene para los padres de familia el contenido en redes sociales de un preescolar. El marketing digital es una herramienta indispensable para las organizaciones, por lo que con la ayuda de las redes sociales y el marketing de contenidos de valor la audiencia obtendrá información relevante lo cual ayudará a decisión de compra y posteriormente la fidelización con la marca.

This research aims to analyze the preferences of parents with respect to marketing content in social networks of kindergarten in Pachuca. It was investigated which are the digital platforms most used by parents who have children between 0 months and 3 years old, likewise it was observed the impact that has for parents the content in social networks of a kindergarten. Digital marketing is an indispensable tool for organizations, so with the help of social networks and valuable content marketing, the audience will obtain relevant information which will help with the purchase decision and subsequently loyalty with the brand.

Palabras clave: Marketing de contenidos, Redes Sociales, Educación preescolar