



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PUBLICIDAD**

**MODALIDAD COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO
DE**

LICENCIADA EN PUBLICIDAD

CASO DE ESTUDIO

LA GARZA ROJA

PROPUESTA PARA POTENCIAR LA MARCA

AUTOR

LISSETTE STEFANIA REYES REYES

GUAYAQUIL

AÑO 2024

CERTIFICADO DE SIMILITUD

CASO PRACTICO - LISSETTE REYES REYES OK.docx



INFORME DE ORIGINALIDAD

2%	2%	1%	1%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	1library.co Fuente de Internet	1%
2	www.eluniverso.com Fuente de Internet	1%

Excluir citas Apagado Excluir coincidencias < 1%
Excluir bibliografía Activo

ÍNDICE

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Objetivo General.....	1
1.3. Objetivos Específicos.....	1
1.4. Planteamiento del Problema.....	2
1.4.1. Preguntas para la investigación.....	2
1.4.2. Descripción del caso.....	2
ANÁLISIS.....	3
2. El problema.....	3
2.1. Descomposición del problema y sus partes elementales.....	3
2.2. Ubicación de la Garza Roja.....	3
2.3. Costos del Complejo.....	3
2.4. Inseguridad en el país.....	3
2.5. La solución del problema del caso de estudio.....	3
PROPUESTA.....	5
3. La propuesta.....	5
3.1. Definición de la Marca.....	6
3.2. Conocimiento del Público Objetivo.....	6
3.3. Posicionamiento de la Marca.....	6
3.4. Identidad Visual.....	6
3.5. Mensajes y Comunicación.....	7
3.6. Estrategia de Contenidos.....	7
3.7. Experiencia del Cliente.....	7
3.8. Medición y Ajuste.....	7
3.9. Evolución.....	8
CONCLUSIONES.....	12
RECOMENDACIONES.....	13
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	14

INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes.

Para obtener el título profesional de Licenciada en Publicidad en la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho, tendremos que resolver un caso de estudio como requisito indicado por mi Universidad cumpliendo con los reglamentos estipulados en el 2024, para el caso de estudio consultaremos fuente de investigación para actualizar nuestros conocimientos, las estrategias publicitarias están en cambios constantes, evolucionando para proyectarse en el mercado y conseguir la eficacia de nuestro proyecto, recordando los conocimientos para lograr demostrar lo aprendido en mis cuatros años de estudio y comenzar con nuestra vida profesional.

Demostrando la formación académica instruida en la carrera de Publicidad, cuenta con calidad y excelencia académica, filosofía educativa alineada al modelo pedagógico de la Universidad, promoviendo excelentes profesionales en las diferentes áreas.

1.2. Objetivo General

Solucionar el caso otorgado, de acuerdo con las estrategias publicitarias que permitirá potenciar la marca en el mercado.

1.3. Objetivos Específicos

- Determinar el método publicitario que permita cumplir con lo establecido.
- Establecer el grupo objetivo oportuno.
- Identificar la tendencia que nos permita potenciar a la marca.

1.4. Planteamiento del Problema

1.4.1. Preguntas para la investigación

¿Cómo potenciaremos la marca de La Garza Roja?

¿Cómo determinamos la estrategia publicitaria de La Garza Roja?

¿Cómo identificamos al grupo objetivo que nos vamos a dirigir?

¿Cuáles son los métodos que debemos tomar para potenciar la marca?

1.4.2. Descripción del caso.

La Garza Roja, ubicado en el Km. 37 de la vía a Daule - Nobol, requiere potenciar su marca para atraer a turistas nacionales e internacionales y conseguir impactar con sus diferentes atracciones.

Elaboraremos el caso de estudio mediante estrategias publicitarias actuales, la investigación será de manera descriptiva para determinar el posicionamiento de la marca y lograr potenciarla, que permitirá una comprensión amplia para recolectar datos del objeto a investigar.

ANÁLISIS

2. El problema

2.1. Descomposición del problema y sus partes elementales

- a) Ubicación de la Garza Roja.
- b) Costos de entrada y demás atracciones.
- c) Inseguridad en el país.

2.2. Ubicación de la Garza Roja.

Como llegar a la Garza Roja, es uno de nuestros problemas porque los buses pasan por la vía principal, pero para llegar tienen que caminar o ingresar en tricimotos.

2.3. Costos del Complejo.

De lunes a viernes el costo es de \$3,50 que es accesible para los clientes, pero feriado, sábado y domingo el costo es de \$7,50 que limita a los clientes acudir en esos días que serían de mayor afluencia.

2.4. Inseguridad en el país.

En estos momentos el país cuenta con un nivel de inseguridad alto, por ende, los clientes han disminuido sus salidas a lugares turístico y se acentúa esta problemática por los robos y secuestros que se están suscitando en el país.

2.5. La solución del problema del caso de estudio.

Para potenciar la marca utilizaremos el método Branding, que consiste en utilizar las redes sociales de manera intensa y planificada en un calendario de contenido.

Facebook, Instagram y Tik tok serán las redes sociales para brindar

información fresca y oportuna de la Garza Roja, nuestro enfoque serán mensajes breves, lenguaje sencillo y gran interacción con potenciales clientes.

La estrategia infalible será el prestigio, respeto y fidelidad basándonos en lo que ha logrado, si años atrás han visitado la Garza Roja podrán denotar que se ha realizado muchos cambios para satisfacer a nuestros clientes y brindarles una mejor atención.

Queremos crear una excelente experiencia en nuestros clientes por medio de nuestras atracciones turística, tales como: piscinas, museos exclusivos, teatro, parques, canchas y esculturas que están distribuidas en la Garza Roja.

Potenciar nuestra marca, es que nuestros clientes nos tienen en su mente y cada que realizaran una actividad de esta índole, nos tendrán como primera opción, esto se consigue con la comunicación frecuente por medio de redes sociales que es una herramienta magnifica para estar presente, pero funcionara si realizamos de manera adecuada y efectiva las estrategias.

PROPUESTA

3. La propuesta

Enfocarnos en las estrategias de marketing digital para potenciar la marca de la Garza Roja, se realizará usando las redes sociales: Facebook, Instagram y Tik tok que permitirá llegar a una mayor audiencia, tener constancia y creatividad para cada día ofrecer algo diferente, pero con el propósito de marcar una diferencia con la competencia.

Definir los tipos de anuncios publicitarios que sean versátiles, variados y atractivo para satisfacer las necesidades de nuestros potenciales clientes para causar el impacto esperado.

Utilizaremos imágenes y videos cortos impactantes de nuestras atracciones, pero informativos para crear la necesidad de visitar la Garza Roja.

Como parte de las estrategias publicitarias, implementaremos promociones en feriados, sábados y domingos para grupos o familia que visiten nuestras instalaciones, nuestra proyección es atraer la mayor cantidad de clientes que disfruten de la Garza Roja para que ellos recomienden el lugar.

Después de realizar una investigación se pudo concluir en que las tres redes sociales a utilizar en este proyecto son las más adecuadas y de mayor impacto en la actualidad para llevar a cabo la estrategia publicitaria.

Tenemos que asegurarnos que nuestras imágenes y videos sean de alta calidad para representar de manera efectiva a la marca, incluyendo textos persuasivos para asegurar un mensaje claro y conciso.

La estrategia de Branding es fundamental para construir y conservar una marca estable y coherente, para lograr potenciar la marca.

Nos enfocaremos en varios puntos esenciales para tener una estrategia efectiva, siempre analizando el objetivo:

3.1. Definición de la Marca

- **Visión y Misión:** Definir qué es lo que tu marca quiere lograr a largo plazo (visión) y cómo planea lograrlo (misión).
- **Valores:** Establecer los principios y creencias fundamentales que guiarán el comportamiento y las decisiones de tu marca.
- **Propuesta de Valor:** Identificar qué hace única a tu marca y por qué los clientes deben elegirte sobre la competencia.

3.2. Conocimiento del Público Objetivo

- **Segmentación:** Distribuir el mercado de acuerdo con las tres características estipuladas: psicográficas, demográficas y comportamentales.
- **Perfil de Cliente Oportuno:** Ubicar perfiles con información eficaz de sus clientes, incorporando sus necesidades, gustos y comportamientos.

3.3. Posicionamiento de la Marca

- **Competencia:** Analizar a tus competidores y encontrar un espacio único para tu marca en el mercado.
- **Diferenciación:** Establecer cómo tu marca se diferencia de la competencia y comunica esos puntos.

3.4. Identidad Visual

- **Nombre de la Marca:** Asegurar que sea memorable, fácil de pronunciar y relevante.
- **Logotipo:** Diseñar un logotipo que sea visualmente atractivo y defina a la marca.

- Colores y Tipografía: Elegir colores y fuentes que sean coherentes con la identidad de la marca y que se utilicen consistentemente.

3.5. Mensajes y Comunicación

- Tono de Voz: Definir el tono y estilo de comunicación que utilizarás en todos tus mensajes y contenidos. Puede ser formal, casual, amigable, etc.
- Mensajes Clave: Crear mensajes claves que resalten la propuesta de tu marca.

3.6. Estrategia de Contenidos

- Plan de Contenidos: Desarrollar un plan que detalle qué tipo de contenido crear, cómo se distribuirá y con qué frecuencia.
- Canales de Distribución: Identifica los canales más efectivos para llegar a tu audiencia, como redes sociales, blogs, correo electrónico, etc.

3.7. Experiencia del Cliente

- Interacción: Asegurar que todas las interacciones con tu marca, desde el servicio al cliente hasta la estadía en el complejo, sean coherentes con tu branding.
- Encuestas: Recoger y utilizar las encuestas de los clientes para mejorar continuamente la experiencia de la marca.

3.8. Medición y Ajuste

- **Indicadores de desempeño:** Implementar indicadores de rendimiento para evaluar el éxito de tu estrategia de branding.
- **Análisis:** Realizar los análisis periódicos para evaluar el rendimiento de la marca y realiza ajustes según sea necesario.

3.9. Evolución

- **Adaptación:** Mantenerse al tanto de las novedades del mercado y los cambios que representa en los clientes. Ajustar la habilidad de branding, dependiendo las nuevas tendencias y la retroalimentación del mercado.
- **Desarrollar una estrategia de branding sólida,** requiere tiempo de calidad y esfuerzo continuo, pero es crucial para construir una marca fuerte y sostenible.

Branding potenciara la marca para que sea reconocida y esté presente en la mente de sus clientes, transformara la marca en algo único, los elementos visuales serán fundamentales para cumplir con la estrategia actual en el mercado, debemos tener en cuenta que el mercado está saturado y cambia constantemente, la estrategia tiene que contar con todo lo analizado para potenciar la marca.

Branding en redes sociales es una estrategia fundamental para edificar y mantener la esencia de la marca en plataformas digitales. Aquí dejaremos cinco puntos claves para desenvolver la táctica segura del branding en plataformas digitales:

- **Interacción frecuente con la Audiencia:** No se trata solo de publicar contenido, sino de construir una comunidad. Responde a comentarios, mensajes y participa en conversaciones. La interacción genuina ayuda a crear una conexión más fuerte con tu audiencia.
- **Sé Auténtico:** La autenticidad es clave en las redes sociales y genuino

en sus publicaciones. Las personas tienden a conectar más con marcas que muestran como son.

- **Utiliza Hashtags y Palabras Clave:** Utilizar hashtags únicos y divertidos para elevar las reproducciones de tus publicaciones. Investigar cuáles son los más populares en la industria y úsalos estratégicamente.
- **Mantente Actualizado:** Las redes sociales y las tendencias digitales cambian rápidamente. Mantente al tanto de las nuevas tendencias y actualizaciones en las plataformas para ajustar tu estrategia según sea necesario.
- **Colabora con Influencers y Socios:** Colaborar con influencers o marcas afines puede aumentar tu alcance y mejorar tu credibilidad. Elige socios que compartan valores similares y que puedan ayudar a amplificar tu mensaje.

Implementando estos consejos, puedes fortalecer la existencia de la marca en redes sociales y crear conexión más profunda con tu audiencia.

Enfocarnos en lo turístico que se ha convertido La Garza Roja, cuenta con áreas de Museos y Arte que te llevaran a distintos mundos, esculturas y áreas creadas con innovadoras técnicas para expresar nuestra cultura e imaginación.

Comprobaremos la eficacia del branding, al impacto que tiene la marca en el mercado y cómo esta contribuye al éxito de La Garza Roja. El branding efectivo puede influir en varios aspectos, que son claves para su objetivo:

- **Reconocimiento y Visibilidad:** La marca es fuerte y bien gestionada ayudara a los clientes a recordar a la empresa entre la competencia.
- **Lealtad del Cliente:** fomentar la relación emocional de los clientes, lo que puede traducirse en lealtad y continuas visitas al complejo.
- **Diferenciación en el Mercado:** ayudar a diferenciar una empresa de sus

competidores. Esto es crucial en mercados saturados como este, donde la diferenciación puede ser el factor decisivo para atraer a los clientes.

- **Percepción de Valor:** La marca bien posicionada pueden cobrar precios más altos debido a las atracciones de calidad o exclusividad.
- **Consistencia y Coherencia:** transmitir un mensaje consistente de acuerdo con todos los puntos de contacto del cliente, iniciando con la publicidad en las diferentes plataformas digitales hasta el servicio al cliente que recibirá. La coherencia conseguirá obtener una imagen exitosa y confiable.
- **Experiencia del Cliente:** vincular una experiencia del cliente que sea positiva. Esto incluye todo, desde la búsqueda del complejo hasta el servicio al cliente en sus instalaciones, y contribuye a una experiencia general que refuerza al complejo.
- **Posicionamiento:** la estrategia de branding efectivo, una empresa puede posicionarse en un segmento específico del mercado y atraer al público objetivo adecuado.

Dejará la impresión duradera y permanente en la mente del cliente es nuestro compromiso con la marca.

Figura 1:
Nuevo logo de La Garza Roja



Fuente: Canva (2024)

Elaborado por: Reyes, Lissette (2024)

Figura 2:
Captura de las redes sociales de La Garza Roja



Fuente: Facebook (2024)

Elaborado por: Reyes, Lissette (2024)

Figura 3:
Captura de las redes sociales de La Garza Roja



Fuente: Instagram (2024)

Elaborado por: Reyes, Lissette (2024)

Figura 4:
Captura de las redes sociales de La Garza Roja



Fuente: Tik Tok (2024)

Elaborado por: Reyes, Lissette (2024)

CONCLUSIONES

Después de proyectar el caso de estudio determinado, se procedió a realizar el análisis de los cuatro puntos descritos para llevar a cabo el caso y se expuso el problema encontrado, cuales eran nuestros objetivos entre general y específicos que determino la propuesta acorde al mercado para garantizar el éxito del proyecto, y así conseguir la conclusión por lo que continuaremos por constatar el cumplimiento de los objetivos a la perfección.

Se iniciará con el análisis del objetivo general, fue cumplido con la estrategia publicitaria proyectada para potenciar la marca de La Garza Roja, incluyendo todos los puntos descritos.

Respecto al primer objetivo específico, fue cumplido mediante el método publicitario escogido tras el análisis del mercado, como resultado el Branding.

Respecto al segundo objetivo específico, fue cumplido al identificar el grupo objetivos a dirigirnos, será las redes sociales: Facebook, Instagram y Tik Tok de acuerdo con las diferentes edades.

Y concluyendo con el tercer objetivo específico, fue cumplido al identificar la tendencia que nos permita potenciar a la marca es mediante la publicidad efectiva y constante que se realice en redes sociales.

RECOMENDACIONES

Tengo algunas recomendaciones para evitar perder el posicionamiento de la marca.

Recomendación 1

Tenemos que ser constantes en las redes sociales para seguir potenciando la marca, este trabajo es a diario, recordando que el mercado está saturado de complejos, pero proyectando que nuestra marca se diferencia de los demás por las atracciones únicas que tiene en sus instalaciones.

Recomendación 2

Tenemos que planificar todo lo que realicemos en las diferentes campañas publicitarias, con imágenes y videos de alta calidad, proyectando que somos los mejores en el mercado, utilizando todas las herramientas y consejos que fueron detallados de manera minuciosa en la propuesta del caso práctico.

Recomendación 3

Tenemos que reforzar constantemente el trabajo de servicio al cliente, un cliente satisfecho regresará y nos hará publicidad con sus amistades y familiares, un cliente satisfecho desde el primer momento cuando está buscando información de nuestro complejo hasta cuando llega a nuestras instalaciones y disfruta del servicio, creando en ellos una experiencia inolvidable.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcocer Alberto, (2023), Estrategias de publicidad en redes sociales para pequeñas y medianas empresas.

<https://www.societicbusinessonline.com/2023/10/16/estrategias-de-publicidad-en-redes-sociales/>

Andrusków Karol, (2024), ¿Cómo potenciar una marca con el Personal Branding?

<https://bowwe.com/es/blog/como-impulsar-la-marca-personal>

Betancourt Alexandra, (2021), Consejos para construir tu marca personal.

<https://mailrelay.com/es/blog/2021/04/08/consejos-para-construir-tu-marca-personal/>

Brutti Franco, (2023), Qué es y cómo crear una estrategia exitosa de Branding [Paso a paso].

<https://thepower.education/blog/branding>

Casas Laura, (2022), Cómo potenciar tu marca personal.

<https://www.occamagenciadigital.com/blog/c%C3%B3mo-potenciar-tu-marca-personal>

De las Peñas Irene, (2024), ¿Qué es el branding y cómo puede ayudar a potenciar tu marca?.

<https://bisiesto.es/que-es-el-branding-y-como-puede-ayudar-a-potenciar-tu-marca/>

Douran Marianna, (2024), Cómo potenciar tu marca personal.

<https://www.hackaboss.com/blog/marca-personal>

Hoe Daniel, (2023), ¿Qué es Branding? Una guía completa sobre el tema.

<https://www.salesforce.com/mx/blog/branding/>

López Raúl, (2021), ¿Qué es y cómo crear mi marca personal?.

<https://www.dosmedia.com/como-crear-mi-marca-personal/>

Moliner Joe, (2023), 3 estrategias para potenciar tu marca al máximo.

<https://www.joemoliner.com/blog/potenciar-tu-marca/>

Nowik Bárbara, (2021), Qué es branding: la guía completa.

<https://es.wix.com/blog/que-es-branding>

Olcina Alexia, (2022), Estrategias para potenciar tu marca personal.

<https://proyectopurpura.com/estrategias-potenciar-marca-personal/>

Ribas Ester, (2020), Potenciar tu marca personal para mejorar la imagen de tu marca.

<https://www.ipanemacomunicacion.com/blog/potenciar-tu-marca-personal-para-mejorar-imagen-marca>

Roura Marta, (2024), 8 ejemplos de cómo promocionar un lugar turístico en el ámbito online.

<https://www.easypromosapp.com/blog/turismo-y-redes-sociales-5-ejemplos-de-promociones-online/>

Schuler Lia, (2024), Branding: qué es, consejos, mejores libros y cómo trabajar gestionando tu marca.

<https://www.rdstation.com/blog/es/branding/>