



**UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**“ESTRATEGIAS DIGITALES EN LAS PLATAFORMAS DE  
FACEBOOK E INSTAGRAM PARA EL RECONOCIMIENTO DE LA  
MARCA VAOpé”**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO  
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTADO POR**

Bach. NAUPARI ARROYO, CRISTINA GABRIELA

<https://orcid.org/0000-0003-1490-0360>

**ASESOR**

Dra. PINEDO CALLEJA, ERICKA GIOVANNA

<https://orcid.org/0000-0002-9021-4269>

**LIMA – PERÚ**

**2022**

## INDICE

1) Capítulo 1: Caratula .....	1
2) Capítulo 2: Índice.....	2
3) Capítulo 3: Presentación y Justificación del tema.....	3
4) Capítulo 4: Presentación de la empresa.....	3
5) Capítulo 5: Presentación del área funcional.....	4
6) Capítulo 6: Descripción y desarrollo del proyecto.....	5
6.1) Identificación de la problemática a resolver con el Proyecto.....	5
6.3) Justificación del Proyecto.....	5
6.4) Desarrollo del Proyecto.....	6
7) Capítulo 7: Conclusiones y recomendaciones .....	12
8) Capítulo 8: Bibliografía.....	13

## Justificación del tema

El proyecto surge de la necesidad de hacer reconocida una plataforma on line donde se pueda acceder a eventos culturales, deportivos y de todo tipo de evento cultural.

Lo que se quiere lograr con este trabajo de investigación es posicionar a VAOpe nacionalmente para que pueda hacer conocidos a través de su plataforma a los diferentes artistas y orquestas que debido a la pandemia se han visto golpeados y otros que recién están comenzando además de poder llegar a todas partes del Perú con sus eventos.

Además, desde la plataforma poder difundir el arte y lograr convenios con artistas internacionales a futuro haciendo reconocida la empresa de manera internacional logrando poder llevar a cabo eventos masivos y de gran trascendencia.

El presente proyecto busca definir una estrategia de calidad y precio debido a que se maneja una tasa mucho más baja que la competencia en el mercado además de tener como atributo una página amigable y una aplicación que no cobra por su descarga

Presentación de la empresa.

VAOpe es una empresa que fue creada durante la pandemia COVID 2019, un 13 de mayo del 2021 con la intención de garantizar el éxito y la tranquilidad en cualquier evento, con un personal altamente cualificado.

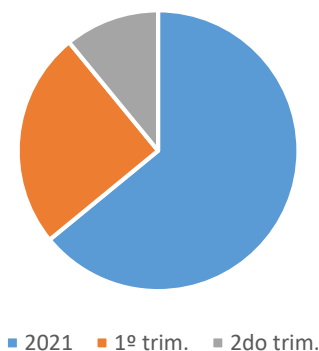
Maneja una plataforma de fácil acceso permitiendo a los diferentes tipos de clientes la difusión y cobro de eventos en Lima y en todo el país de manera sencilla y eficaz.

Para la empresa, estar a la vanguardia en las tendencias de venta es fundamental, por es que las personas tienen la posibilidad de tener sus boletos en físico o presentar el código QR del evento en sus teléfonos móviles.

En VAOpe podrán vender experiencias y comenzar a crear memorias compartiéndolas a través de las redes sociales. La idea es que puedan crear su evento con facilidad, difundirlo en Facebook e Instagram, enviando correos de recordación, y durante la presentación del evento también podrán vender entradas. Todos salen beneficiados, los organizadores realizando un exitoso contrato y los asistentes asistiendo a diversos eventos culturales por toda su ciudad.

La empresa trabaja con reconocidas empresas y agrupaciones como: CLUB CAMPESTRE EL REMANSO, CLUB EL TUMI, NUEVA Q, EL CAJAMARQUINO, LA KARIBEÑA, COMPLEJO SANTA ROSA, CORAZÓN SERRANO, GRUPO EXPLOSIÓN, ESTADIO MUNICIPAL BERNAL

Participación de mercado



## Nuestra Misión.

VAOpe nació con la finalidad de poder volver a conectar a las personas con el entretenimiento en un momento en el que solo se transmitían malas noticias.

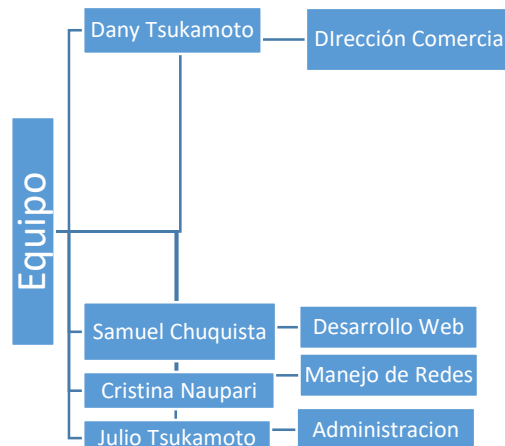
Respetando los protocolos de seguridad decidimos brindar un espacio donde las personas puedan encontrar un momento de diversión. A su vez pudimos darnos una mano con el rubro de la música que fue golpeado debido a la pandemia y poder así trabajar en conjunto para poder difundir sus eventos en todo el país.

Se brinda a todos los participantes una experiencia única y llena de emoción en cada uno de los eventos, ofreciendo un servicio de excelencia y calidad.

## Nuestra Visión.

- Continuar como una empresa accesible para todo tipo de eventos nacionalmente.
- Seguir educando a los empresarios para que puedan acceder a nuestra plataforma como punto de venta.
- Difundir el arte a todo nuestro país como fuente de diversión.

5.



En el manejo de redes se cumplen las siguientes funciones:

- Se crea el contenido de la mano del diseñador para compartir en Facebook e Instagram.
- Se elaborará un cronograma mensual que se ajuste tanto al formato de cada red social.
- Hacer un seguimiento de la competencia.
- Compartir contenido donde se etiquete a la ticketera de manera que así se promocionan ambas partes.
- Se realiza alianzas estratégicas con marcas, teatros y lugar de entretenimientos donde se realicen eventos para que se puedan vender a través de la ticketera.
- Se revisa las actividades de los usuarios en ambas redes.

Descripción y desarrollo del Proyecto.

6.1 Las publicaciones de VAOpe no están siendo bien aprovechadas para el desarrollo de la imagen. Pese a que tiene 4, 000 followers en Facebook y casi 1,000 en Instagram las interacciones son muy bajas lo cual significa que el contenido no es de mucho interés para las personas que siguen la página por eso voy a desarrollar una estrategia digital para poder mejorar los contenidos que permitan que las personas se enganchen con la marca mediante una propuesta de valor que brinda VAOpe sobre la ticketera.

6.3 Se propone posicionar VAOpe en el mercado nacional mediante las redes sociales:

Instagram y Facebook porque es una ticketera que no solo vende a través de su plataforma eventos además ofrece diferentes servicios adicionales como son asesorías a empresarios y dueños de los locales donde se realizan los eventos para

que puedan brindar un buen servicio logístico además de cumplir con los permisos que se necesitan, se encargan de realizar la publicidad ATL en la ciudad y medios locales además de apoyo de personal propio de la empresa durante el evento para asegurar la correcta validación de las entradas y así evitar inconvenientes.

También ofrecen la grabación del concierto o evento y edición del material, así como entrevistas a los artistas en el backstage como material adicional para los empresarios.

En cuanto al aspecto técnico no se requerirá un personal para que pueda publicar en las redes sociales de VAOpe ya que contamos con una persona especializada en marketing la cual se encarga de subir el contenido a las redes sociales.

Las reuniones serán mensuales para poder con el equipo completo hacer una evaluación sobre las campañas realizadas además de la interacción del público con las redes sociales para con las mediciones evaluar las mejoras a realizar.

## 6.4 Desarrollo del Proyecto.

### 1. Definir los objetivos de la estrategia.

- Incrementar los clientes mediante la captación de su correo y número telefónico con la presencia de la marca en los eventos mediante activaciones.

- Aumentar las vistas y reacciones del público tanto en Facebook como Instagram.

- Fidelizar a los clientes para que se conviertan en compradores asiduos de los eventos.

### 2. Creación de contenido.

→ Se realizará un estudio de público demográfico para poder conocer más al buyer persona estableciendo sus datos principales de acuerdo a los indicadores de compra de la web.

Se conocerá el estilo de vida, los intereses que suelen tener, en que franja de edad se mueven o los hábitos de consumo harán que las publicaciones les resulten muy útiles y vean a la empresa o marca como un referente acorde con sus necesidades o su estilo de vida.

→ Se realizarán campañas de publicidad orgánicas y pagadas para lograr mayor alcance tanto en Facebook como en Instagram.

Las publicaciones tendrán contenido de valor y se realizarán mediante post informativos en ambas redes sociales y reels con un mensaje más corto para Instagram ya que el lenguaje es diferente.



Se lanzarán campañas, analizando todos los datos para poder optimizarla en función de los objetivos.

→ Perfil completo en las redes sociales

Se incluirá la localización de las instalaciones, un teléfono de referencia o un email con el que se pueda contactar en caso de que fuera necesario para así generar más confianza a los clientes.

Se añadirán fotos y localización en un mapa para la fácil localización.

→ Se generará contenido exclusivo

Para las personas que adquieran entradas platinum y sea compradores asiduos puedan participar de concursos además de sorteos a los eventos a realizar.

Se realizarán debates con preguntas abiertas con el fin de proporcionar información de interés sobre el sector para además conocer un poco más a los clientes.

Mediante Google Analytics, se estudiará el número de clics, tiempo de permanencia y porcentaje de rebote en la web para poder determinar qué tipos de eventos triunfan más y, por lo tanto, que es lo que demandan los seguidores.

→ Se estará pendiente de las interacciones en las redes sociales

Las respuestas a los usuarios serán inmediatas y se manejará un tono neutro.

Para demostrar que detrás del perfil de la empresa y de la pantalla del ordenador hay una persona física, las interacciones con el público serán lo más naturales posible y se transmitirá seguridad en todas y cada una de las respuestas.

→ Se realizará una escucha activa de las conversaciones con los clientes.

Se realizará una monitorización de las dudas de los usuarios, respondiendo comentarios o brindando una explicación sin siquiera haber sido la página etiquetada para demostrar el interés por el cliente.

Se usarán los KPI de redes sociales para poder conocer el impacto de las publicaciones en las redes sociales además de la participación y la influencia que tiene en comparación de la competencia.

→ Generar contenido viral en las redes sociales

Son un gran apoyo que contribuye a la captación de clientes gracias a la difusión de un buen contenido de valor que perdure en el tiempo.

Mediante las publicaciones en redes, se usará la llamada a la acción incitando a comprar entradas para los eventos a realizar.

La inclusión de infografías o los conocidos GIF también serán parte de los recursos utilizados, ya que el componente visual siempre impactará más que un texto.

→ Potenciar la presencia en acontecimientos relevantes

Hay ciertas fechas del calendario que se deben tendrán en cuenta para potenciar y aprovechar la compra de boletos y que se generan diálogo en redes sociales sobre el tema.

El público objetivo es el que servirá como amplificador de los mensajes de la marca o empresa.

Acontecimientos como descuentos, para partido de fútbol importante o alguna festividad señalada es donde abarcaremos todo el mercado siendo los principales vendedores de las entradas para estos eventos.

De la mano de los hashtags se llegará a nuevos clientes potenciales que pueden estar interesados en la marca y todo lo que ofrece.

### 3. ¿Cómo se analizarán las acciones?

- De acuerdo a las fechas importantes como día de la madre o padre se realizarán descuentos personalizados o en caso sea tu cumpleaños se activará un código promocional especial.

- Se utilizará como apoyo la plataforma Sumo.pe para la evaluación de la efectividad de las acciones realizadas.

- Con el apoyo de google analytics se supervisará las promociones y cuan positivos fueron los resultados.

## 7. Conclusiones y Recomendaciones.

Tras la investigación realizada se concluye que gracias al marketing en redes se puede lograr el posicionamiento de una marca mediante una correcta estrategia adicionalmente del servicio extra que se ofrece en la empresa con el fin de crecer y poder apoyar el arte promocionando eventos de todo tipo con el fin de fomentar la cultura alrededor del todo país.

Tras un proyecto propuesto para el crecimiento de una marca pequeña, se ha demostrado que es posible mediante las redes sociales se puede lograr un alcance masivo mucho más grande

que mediante una simple publicidad televisiva ya que ahora el internet es el medio por el cual las personas tienen acceso y comunicación de una manera más rápida y efectiva haciendo así posible la aplicación del marketing empresaria.

Por lo tanto, se concluye que actualmente el Instagram y Facebook son un gran apoyo para las empresas de cualquier parte del país que quieran hacerse conocidas y se puede lograr un alcance hasta internacional depende el manejo que se llegue a tener de la empresa mediante las redes sociales mencionadas con una correcta estrategia.

Se recomienda usar las estrategias digitales y el marketing on line como un gran apoyo al momento desde la creación de la empresa para actividades como el estudio de mercado hasta luego para el posicionamiento y recordatorio.

Mantenerse actualizados en las tendencias y de acuerdo a la red social a utilizar, para así poder publicar y tener el alcance esperado.

Estar dispuestos al constante cambio en pro de la marca y a reinventarse cuantas veces sea necesarias.

## 8. Bibliografía

Del portal web:

Hootsult (2018), Crea una Estrategia de Marketing en Redes Sociales. Recuperado de:

<https://blog.hootsuite.com/wp-content/uploads/2018/02/Guia-estrategia-de-redes-sociales-8-pasos.pdf>

Vilma Nuñez, Crea la mejor estrategia de contenido paso a paso

<https://vilmanunez.com/crear-estrategia-de-contenidos/>

Vilma Nuñez, Cómo hacer un análisis exhaustivo de tu competencia en redes sociales

<https://vilmanunez.com/como-hacer-un-analisis-exhaustivo-de-tu-competencia-en-redes-sociales/>