

RESUMEN

Las Redes Sociales (RRSS) se han convertido en una herramienta imprescindible en el mundo de los emprendedores, no solo porque maximizan el boca a boca, sino porque son la forma más eficaz de conectarse con los usuarios (consumidores), y acercarse más al nicho al que como marca emprendedora se desea llegar, por eso surge la propuesta de diseñar y producir una campaña gráfica para redefinir e impulsar el emprendimiento de delivery de comida: Pura vida Caracas.

Este proyecto se centrará en la ciudad capital, donde el delivery posee sus rutas de reparto y por ende la mayor capitalización de usuarios, quienes no solo buscan comprar un producto sino que desean generar identificación con la marca

El propósito de esta campaña nace para refrescar la línea gráfica del delivery Pura Vida Caracas, mejorar su identidad gráfica en base a una estrategia de medios la cual permitirá posicionar la marca en redes sociales, específicamente en las plataformas Instagram y Snapchat, por ser herramientas netamente visuales y que responden a la naturaleza del emprendimiento

La estructura de la campaña se dividirá en tres grandes pilares que dependerán el uno del otro, lo que nos permitirá cumplir con el objetivo final: un delivery con cuentas en Instagram y Snapchat, que a través de una línea grafica definida logre posicionarse y alcanzar un considerable número de seguidores e incrementar ventas.

Este proyecto de tipo factible se realizará a través de una investigación documental y de campo que permitirá redefinir la identidad gráfica del emprendimiento y conseguirá a través de la construcción de una nueva línea gráfica, basada en una estrategia de medios, el impulso y posicionamiento del emprendimiento, para lograr aumentar número de seguidores y a su vez incrementar ventas.

Palabras Claves: Emprendimiento, Delivery, Redes Sociales, Publicidad digital, Identidad gráfica, Campaña gráfica.

ABSTRACT

Social Networks (RRSS) have become an essential tool in the world of entrepreneurs, not only because they maximize word of mouth, but because they are the most effective way to connect with users (consumers), and closer to the niche as enterprising brand that you want to reach, so the proposal to design and produce a graphic campaign to redefine and boost a food delivery enterprising: Pura Vida Caracas.

This project will focus on Caracas, where the delivery has its delivery routes and therefore the greater capitalization of users, who not only looking to buy a product but want to build brand identification.

The purpose of this campaign is born to refresh the delivery Pura Vida Caracas's graph line, improve its graphic identity based in a media strategy which will position the brand in social networks, specifically on Instagram and Snapchat platforms, being tools clearly visual and responsive to the nature of entrepreneurship.

The campaign structure will be divided into three main pillars that depend on each other, allowing us to meet the ultimate goal: a delivery with accounts on Instagram and Snapchat, which through a line graph defined manages to position and achieve a considerable following and increase sales.

This feasible project will be made through a documentary and field research which will redefine the graphic identity of entrepreneurship and get through the construction of a new graphic line, based on a media strategy, momentum and positioning of entrepreneurship to achieve increasing number of followers and in turn increase sales

Keywords: Enterprising, Delivery, Social Networks, Digital Advertising, Graphic Identity, Graphic Campaign.