



Universidad
Inca Garcilaso de la Vega

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,
TURISMO Y HOTELERÍA

Estrategia comunicacional y creación de contenido audiovisual para la
empresa de diseño de interior Factory177 en Instagram entre 2022 y 2023

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el título profesional de LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR

Díaz Flores, Paul Alexis

ASESOR

Mg. Márquez Buitrón, Ronald Arturo

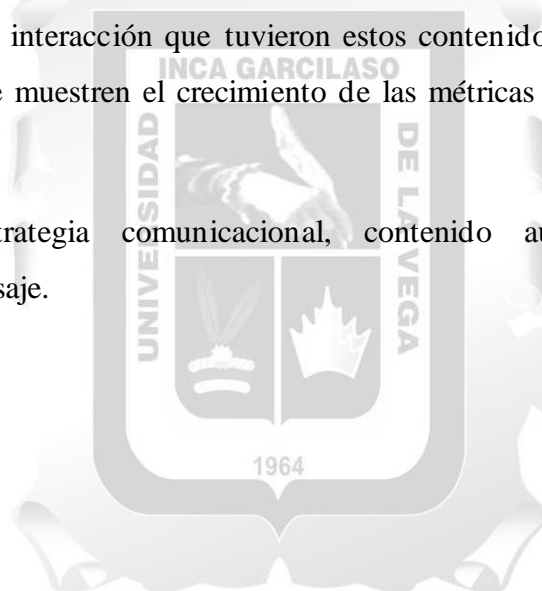
Lima – Perú, febrero del 2023

RESUMEN

En la actualidad, tener presencia en redes sociales como Instagram se ha vuelto indispensable para toda empresa. Factory177 usó este medio para conseguir notoriedad y posicionamiento ante su público objetivo. Para lograrlo, fue necesaria la realización de una estrategia comunicacional en Instagram. El propósito de este trabajo de suficiencia profesional es presentar el proceso de elaboración de la estrategia y la forma en cómo se desarrolló por medio de contenidos audiovisuales.

Al tratarse de una empresa que realiza proyectos integrales de remodelación, la mejor forma de visibilizarse es a través, de productos como fotos y videos. Instagram fue escogida como la red social principal ya que, por este medio los clientes se contactan con la empresa. Ante ello, el contenido que se comparta debe ser llamativo para el público objetivo. El alcance e interacción que tuvieron estos contenidos serán evidenciados a través de gráficos que muestren el crecimiento de las métricas entre enero del 2022 y enero del 2023.

Palabras clave: Estrategia comunicacional, contenido audiovisual, Instagram, posicionamiento, mensaje.



Communication strategy and creation of audiovisual content for the interior design
company Factory177 on Instagram between 2022 and 2023

ABSTRACT

Currently, having a presence on social networks like Instagram has become essential for every company. Factory177 used this medium to achieve notoriety and positioning before its target audience. To achieve this, it was necessary to carry out a communication strategy on Instagram. The purpose of this work of professional sufficiency is to present the process of elaboration of the strategy and the way in which it was developed through audiovisual content.

Being a company that carries out comprehensive remodeling projects, the best way to make yourself visible is through products such as photos and videos. Instagram was chosen as the main social network since, through this means, customers contact the company. Given this, the content that is shared must be striking for the target audience. The scope and interaction that these contents had will be evidenced through graphs that show the growth of the metrics between January 2022 and January 2023.

Keywords: Communication strategy, audiovisual content, Instagram, positioning, message.

