INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO "IDAT"

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN CIENCIAS PUBLICITARIAS

LANZAMIENTO DEL PLAN PUBLICITARIO DEL PROYECTO "KEANU, UN AMIGO POR SIEMPRE" PARA CONCIENTIZAR LA ADOPCIÓN RESPONSABLE DE PERROS Y GATOS EN LIMA 2025.

Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en Ciencias Publicitarias

Delimar Joelin Cortéz Arrieche

(0009-0006-7586-0445)

Lima – Perú

2025

Dedicatoria

Dedico este trabajo a todas aquellas personas que aún siguen en la lucha por rescatar y salvar las vidas de perros y gatos que se encuentran en estado de abandono para brindarles una segunda oportunidad de vida y de esta manera sensibilizar y concientizar a todas las personas sobre a la protección y adopción.

Agradecimiento

Agradezco primeramente a mi papito Dios, quien fue mi fortaleza cuando quería rendirme, fue mi proveedor para pagar mis estudios, me ayudó en darme las herramientas y la inteligencia. Gracias por sostenerme en mis días más difíciles. Quiero agradecer a mi mamá que, aunque no está presente compartiendo este logro, fue ella quien me enseñó y fue mi tutora en mi primer proyecto y siempre será mi más grande admiración. Agradezco a mis mascotas, Tony, Lulú y Lola por acompañarme en mis amanecidas. A Will, mi más grande amor, quien me dio ánimos, me acompañó y apoyó en este trabajo. Por último, a todas las personas que me ayudaron a que este trabajo fuese posible.

Índice General

Resumen Ejecutivo **5**

Introducción **6**

Capítulo I: Planteamiento del Problema

Problema de Investigación 8

Problema de Investigación Starup de Publicidad Digital en el Perú

Formulación del Problema 8

Justificación 8

Objetivos de la Investigación 10

¿Hipótesis como plantear el startup de manera diferente, funcional y competitiva? .. 11

Capítulo II: Marco Teórico – Formulación de la Identidad de Marca

Antecedentes de la Investigación 12

Bases Teóricas 15

Definiciones y Construcción de la Identidad de Marca 17

Gestión de Branding 28

Definición de Términos Básicos 31

Capítulo III: Planteamiento de Plan de Marketing y Estrategia

Definiciones e Indicadores 33

Tipos de Investigación y Análisis 35

Capítulo IV: Diseño y Ejecución de la Solución

Solución Principal 37

Desarrollo de Piezas Audiovisuales y Gráficas de Soporte 58

Fundamentaciones Gráficas 67

Costos del Proyecto: Diseño y Producción 68

Validación Final de la Propuesta de Diseño. 70

Conclusiones 78

Recomendaciones..... 79

Referencias Bibliográficas 80

Anexos 84

Resumen Ejecutivo

Este proyecto de investigación presenta la marca social “Keanu, un amigo por siempre” que se desarrolla en la ciudad de Lima Metropolitana, con el único objetivo de cubrir la problemática sobre el abandono de perros y gatos, ocasionado por la falta de conciencia sobre la adopción responsable y la esterilización de mascotas. En esta situación se representa no solo un problema social, también un riesgo para la salud pública. Esta investigación plantea un plan publicitario con enfoque social orientado a concientizar a la población de jóvenes y adultos acerca de la importancia de la adopción responsable. El proyecto se basa en la comunicación, el branding y la publicidad, destacando el rol estratégico de la comunicación para crear cambios culturales y sociales. En desarrollo del proyecto se empleó una metodología cuantitativa con una encuesta digital en una muestra de 105 personas. Lo que nos permitió identificar las actitudes y preferencias del nuestro público objetivo frente a la adopción responsable y el tono de comunicación. Estos resultados evidenciaron una mayor receptividad hacia mensajes con un enfoque emocional, amigable y responsable. El plan publicitario que se propone contempla un periodo de ejecución de tres meses, durante ello se desarrollarán las campañas de concientización con contenido digital y campañas de adopción, utilizando principalmente redes sociales como herramienta de difusión. Como conclusión preliminar, se establece que una buena estrategia publicitaria bien estructurada puede generar un impacto positivo en la sensibilización y concientización social, para así contribuir al avance de más adopciones responsable en Lima Metropolitana.