

Diseño editorial para el posicionamiento de la marca del emprendimiento de la ciudad de Babahoyo “la balsanera”

Editorial design for the brand positioning of the Babahoyo city enterprise "la balsanera".

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14753109>

AUTORES:

Maldonado Triana Andrea Estefanía^{1*}

Herrera Cervantes Nayeli Jessenia^{2*}

Mora Jaramillo Kerem Dagna^{3*}

Valero Benavides Tiffany Mabel^{4*}

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: andreamaldonado@fcjse.utb.edu.ec

Fecha de recepción: 06 / 12 / 2024

Fecha de aceptación: 13 / 12 / 2024

RESUMEN

Este artículo se centra en promocionar la marca de “La Balsanera”, un restaurante ubicado a orillas del río Babahoyo, que, a pesar de su atractivo entorno y propuesta innovadora, enfrentó desafíos para ser aceptado por la comunidad local. El problema principal, que se encontró en el restaurante es la falta de estrategias de comunicación efectiva y el desconocimiento por parte de la ciudadanía. Para evitarlo, se utilizó el diseño editorial como

^{1*} Estudiante de la carrera de Comunicación, Universidad Técnica de Babahoyo, Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación nherrera002@fcjse.utb.edu.ec, andreamaldonado@fcjse.utb.edu.ec, <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0009-0006-8073-1402>

^{2*} Estudiante de la carrera de Comunicación, Universidad Técnica de Babahoyo, Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación nherrera002@fcjse.utb.edu.ec, andreamaldonado@fcjse.utb.edu.ec, <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0009-0006-8073-1402>

^{3*} Estudiante de la carrera de Comunicación, Universidad Técnica de Babahoyo, Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación nherrera002@fcjse.utb.edu.ec, andreamaldonado@fcjse.utb.edu.ec, <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0009-0006-8073-1402>

^{4*} Estudiante de la carrera de Comunicación, Universidad Técnica de Babahoyo, Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación nherrera002@fcjse.utb.edu.ec, andreamaldonado@fcjse.utb.edu.ec, <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0009-0006-8073-1402>

una herramienta clave para la creación de una identidad visual que a través de fotografías únicas reflejen la esencia y la vida de su negocio. A través de un enfoque analítico y estratégico, este artículo propone soluciones innovadoras que se presentan a través del objetivo general y específicos, adaptadas a las características particulares del emprendimiento, justificando un plan que pretende mejorar la situación del restaurante 'La Balsanera' como una llamada a la acción para otros negocios locales que enfrentan problemas similares. En el capítulo metodológico se utilizó una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos, incluyendo entrevistas al creador de la idea, el arquitecto y al dueño del lugar, y una encuesta a personas de Babahoyo, para recabar información sobre la percepción hacia el restaurante.

Palabras clave: Diseño Editorial, Posicionamiento de Marca, La Balsanera, Emprendimiento

ABSTRACT

This article focuses on promoting the brand of "La Balsanera", a restaurant located on the banks of the Babahoyo River, which, despite its attractive surroundings and innovative proposal, faced challenges to be accepted by the local community. The main problem found in the restaurant is the lack of effective communication strategies and the lack of knowledge on the part of the citizens. To avoid this, editorial design was used as a key tool for the creation of a visual identity that through unique photographs reflects the essence and life of their business.

Through an analytical and strategic approach, this article proposes innovative solutions that are presented through the general and specific objective, adapted to the particular characteristics of the venture, justifying a plan that aims to improve the situation of the restaurant 'La Balsanera' as a call to action for other local businesses facing similar problems. The methodological chapter used a combination of qualitative and quantitative methods, including interviews with the creator of the idea, the architect and the owner of the place, and a survey of people in Babahoyo, to gather information on the perception of the restaurant.

Keywords: Editorial Design, Brand Positioning, The Balsanera, Entrepreneurship

INTRODUCCIÓN

El diseño editorial es una herramienta clave para el posicionamiento de marcas en mercados competitivos. Este artículo se centra en "La Balsanera," un restaurante ubicado a orillas del río Babahoyo, que, a pesar de su entorno atractivo y propuesta innovadora, enfrenta desafíos en su reconocimiento por la comunidad local. El estudio explora cómo un diseño editorial estratégico puede transformar la percepción del restaurante, mejorando su visibilidad y

conexión emocional con los clientes. A través de un enfoque mixto, se analizan las carencias actuales en la comunicación y se propone la creación de una identidad visual coherente que resalte los valores y la esencia de "La Balsanera." Esta investigación busca no solo mejorar la situación de este emprendimiento, sino también ofrecer un marco aplicable a otros negocios locales con problemas similares.

METODOLOGÍA

Se utilizó un enfoque de investigación mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. Las entrevistas en profundidad con el arquitecto y la propietaria del restaurante proporcionaron una visión detallada sobre el contexto y los desafíos enfrentados por "La Balsanera". Además, se hizo uso de los tipos de investigación exploratorio y descriptiva para dar una visión general y aproximada respecto a la realidad del local y a su vez definir el problema de la investigación.

Se aplicó una encuesta a la población local para medir la percepción del restaurante en términos de accesibilidad de precios, calidad del servicio, y la efectividad de sus estrategias de comunicación.

RESULTADOS

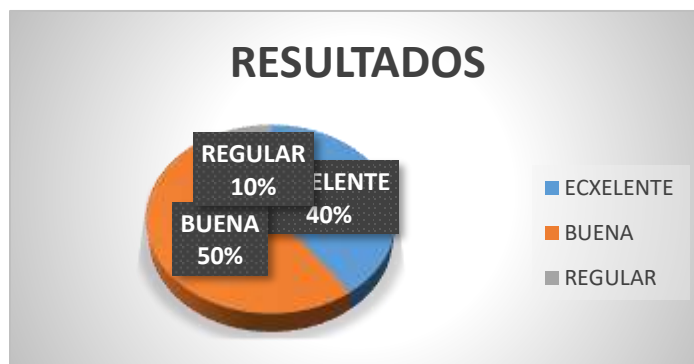
- El 90% de los encuestados considera accesibles los precios de los platos.
- La mayoría de los clientes (50%) calificaron la atención recibida como buena.
- Existe una alta demanda (60%) para que el restaurante publique más contenido en redes sociales.

¿Para conocer un poco más sobre la Balsanera cómo cliente siente que deberían subir más contenido en redes sociales de sus platos?



- La falta de conocimiento general y la carencia de estrategias efectivas de difusión fueron identificados como los principales obstáculos para el posicionamiento de la marca.

¿Cómo considera la atención brindada en el restaurante la Balsanera?



DISCUSIÓN

La discusión de los hallazgos se enmarca en cuatro categorías clave: accesibilidad de precios, calidad del servicio, estrategias de comunicación en redes sociales, y sostenibilidad cultural. Los resultados indican que el 90% de los encuestados consideran los precios accesibles, lo que posiciona favorablemente a 'La Balsanera' dentro del mercado local, siendo este un factor esencial para atraer y retener clientes. Sin embargo, la percepción sobre la calidad del servicio, con un 10% de calificaciones "regulares", sugiere la necesidad de implementar mejoras en la atención al cliente, como capacitaciones específicas y estrategias de retroalimentación. En cuanto a las estrategias de comunicación, el 60% de los participantes enfatiza la importancia de aumentar la frecuencia de publicaciones en redes sociales, lo que refleja una oportunidad para fortalecer la interacción con el público y mejorar la visibilidad digital del negocio. Finalmente, el uso de materiales sostenibles en la construcción y diseño del restaurante, como la madera de laurel, resalta el compromiso de 'La Balsanera' con la preservación de la identidad cultural y el fomento del turismo sostenible, aspectos que refuerzan su posicionamiento como una marca innovadora y consciente de su entorno.

Al usar la metodología cualitativa y cuantitativa en el análisis ha permitido obtener una percepción de los clientes, este estudio se enfoca en explorar el potencial de transformación del diseño editorial con el fin de revitalizar e incrementar la presencia de la marca en la ciudad de Babahoyo.

La entrevista con el arquitecto José Gómez resalta un enfoque innovador al rescatar el patrimonio local mediante la construcción de casas flotantes sostenibles. El uso de materiales como la madera de laurel muestra un compromiso con la conservación del entorno, alineándose con las tendencias actuales de sostenibilidad arquitectónica. Este enfoque no solo

preserva la cultura, sino que también fomenta el turismo sostenible, un aspecto valioso en el contexto local.

CONCLUSIONES

El diseño editorial, como herramienta estratégica, tiene el potencial de revitalizar y fortalecer el posicionamiento de la marca "La Balsanera". La implementación de una identidad visual coherente que a su vez incremente la actividad en redes sociales permitiendo mostrar contenido innovador e interactivo para conservar la historia y el patrimonio de la balsa mejorando significativamente la visibilidad del restaurante en la comunidad local.

La aplicación de técnicas cualitativas, como entrevistas, proporcionó una comprensión profunda de la historia y patrimonio local asociados con la balsa, contribuyendo al enriquecimiento de la identidad de 'La Balsanera'. Por otro lado, la metodología cuantitativa, a través de encuestas, reveló percepciones positivas en aspectos como accesibilidad de precios y calidad del servicio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Balmón, F. (2022). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. https://talentosreunidos.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/09/2-12_comunicacion_efectiva-y-equipos-de-trabajo.pdf
- Macías, M. E. (2021). *Administración Estratégica*. Bogotá. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=s0cxEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&dq=ADMINISTRACI%C3%93N+ESTRAT%C3%89GICA+DE+MARCA+2021&ots=Wqh6ahJ uan&sig=ziAF0l_7RJx7iSSYTEcyE3BvhOg#v=onepage&q=ADMINISTRACI%C3%93N%20ESTRAT%C3%89GICA%20DE%20MARCA%202021&f=false
- Theaker, A. (2022). *El manual de comunicación y relaciones públicas*. España: Profit. <https://www.profiteditorial.com/libro/el-manual-de-comunicacion-y-relaciones-publicas/>
- Vera Lino, Alfonso Nicolás. (2022). *Comunilifer. Lifeder*. 19 de Mayo de 2020. Sitio Web. 26 de Enero de 2024.
- Narváez, Marytere. *Questionpro*. 24 de Marzo de 2023. SITIO WEB. 26 de ENERO de 2024.
- Jorge Eliecer Moreno-Zuñiga, Olga Lucia Mesa-Murillo, Maribel García-Rojas. (27 de diciembre de 2023). El Posicionamiento de marca a través de canales de distribución. *Sistemas de Biblioteca Portal revistas*. Obtenido de <https://revistas.sena.edu.co/index.php/RETO/article/view/5715>
- Mel sole - Jordi Campo. (2020). *Marketing digital y dirección de e-commerce*. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=hh0DEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA28&dq=>

- Experiencia+de+Clientes+en+Restaurantes.+libros+2020&ots=g4UuYm1Xxs&sig=xsQ_8eQueQRIJXaKNO2v3gabXjk#v=onepage&q&f=false
- ¿Cómo puedes mejorar la experiencia del cliente en tu restaurante? (2022, May 24). TheFork Manager. Retrieved January 30, 2024, from <https://www.theforkmanager.com/es-es/blog/marketing/como-puedes-mejorar-la-experiencia-del-cliente-en-tu-restaurant>
- Diseño editorial: Todo lo que debes saber. (2022, October 28). Elisava. Retrieved January 31, 2024, from <https://www.elisava.net/disenio-editorial-todo-lo-que-debes-saber/>
- Gem, J. (2015, March 18). *Investigación Exploratoria: Investigación Cualitativa | Principios de Investigación de Mercados*. Principios de Investigación de Mercados. Retrieved February 5, 2024, from <https://juangem2015.wordpress.com/2015/03/18/investigacion-exploratoria-investigacion-cualitativa/>
- Izcara Palacios, S. P. (2014). *Manual de investigación cualitativa*. Fontamara. https://www.researchgate.net/profile/Simon-Izcara-Palacios/publication/271504124_Manual_De_Investigacion_Cualitativa/links/58949ab192851c54574b9fe7/Manual-De-Investigacion-Cualitativa.pdf
- Izcara Palacios, S. P. (2014). *Manual de investigación cualitativa*. Fontamara. https://www.researchgate.net/profile/Simon-Izcara-Palacios/publication/271504124_Manual_De_Investigacion_Cualitativa/links/58949ab192851c54574b9fe7/Manual-De-Investigacion-Cualitativa.pdf
- Lopez, C. (2019, March 28). *5 ideas para lograr que la experiencia de cliente en el restaurante sea top*. mapal os. Retrieved January 30, 2024, from <https://mapal-os.com/es/recursos/blog/5-ideas-para-lograr-que-la-experiencia-de-cliente-en-el-restaurant-sea-top>
- Ridge, B. V. (2023, October 5). *La Importancia del Diseño Editorial en la Comunicación Visual*. Medium Multimedia Agencia de Marketing Digital. Retrieved February 5, 2024, from <https://www.mediummultimedia.com/disenio/como-influye-el-disenio-editorial-en-la-comunicacion-visual/>
- Valder, C. (2022, April 28). *Qué es el diseño editorial: definición, tipos y usos generales*. Como - Estudio Creativo. Retrieved January 31, 2024, from <https://asiescomo.com/el-disenio-editorial/>
- ZAPATERRA. (2023, agosto 14). Diseño Editorial. ¿Qué es el diseño editorial y en qué consiste? <https://ebac.mx/blog/disenio-editorial>.