

	PROPUESTA DE DIPLOMADO	EDO-03
		Versión 1
		Vigencia: 02/09/2016

PROPUESTA DE MARKETING DIGITAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DEL RESTAURANTE PANCOOK EN EL MUNICIPIO DE POPAYÁN DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA.

LUISA FERNANDA VIDAL HURTADO

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA-UNICOMFACAUCA
FACULTAD DE HUMANIDADES, ARTES, CIENCIAS SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN**

2022

	PROPUESTA DE DIPLOMADO	EDO-03
		Versión 1
		Vigencia: 02/09/2016

**PROPUESTA DE MARKETING DIGITAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE
LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DEL RESTAURANTE PANCOOK EN EL
MUNICIPIO DE POPAYÁN DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA.**

**LUISA FERNANDA VIDAL HURTADO
PROPUESTA DE DIPLOMADO**



**ANGELA PATRICIA RODRIGUEZ URRESTE
COORDINADORA DE OPCIONES DE GRADO**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA-UNICOMFACAUCA
FACULTAD DE HUMANIDADES, ARTES, CIENCIAS SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
POPAYÁN
2022**

	PROPUESTA DE DIPLOMADO	EDO-03
		Versión 1
		Vigencia: 02/09/2016

TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN DEL PROYECTO.....	4
2. PLANTEAMIENTO, DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..	5
3. JUSTIFICACIÓN.....	6
4. OBJETIVOS.....	7
4.1 OBJETIVO GENERAL.....	7
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
5. MARCO CONCEPTUAL.....	8
6. METODOLOGÍA A IMPLEMENTAR.....	9
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	10
8. IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA.....	11
9. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA.....	13

	PROPUESTA DE DIPLOMADO	EDO-03
		Versión 1
		Vigencia: 02/09/2016

1. Resumen del Proyecto

Esta propuesta de marketing digital para el fortalecimiento de las plataformas virtuales del Restaurante Pancook en el Municipio de Popayán del Departamento del Cauca, basa su desarrollo en el estudio de las falencias de la comunicación externa, la cual se ha visto gravemente afectada por la falta de un administrador de redes sociales y sobre todo de una guía estratégica para su adecuado manejo, lo que conlleva a un desconocimiento de las actividades que se realizan y los productos que se ofrecen.

Este, busca mejorar la comunicación entre restaurante y clientes, lograr una mejor interacción por medio de las plataformas web y así alcanzar una mayor comunidad online, además se desarrollará un plan de medios con estrategias que aporten de manera positiva en el manejo de redes sociales con el fin de ya haya un mejor manejo de estas a futuro. La metodología a implementar será la Metodología Mixta, ya que con una investigación cuantitativa nos dará la oportunidad de recoger información que nos ayude a cubrir las necesidades de los clientes y la investigación cualitativa nos proporcionará información más detallada sobre el porqué de estas.

	PROPUESTA DE DIPLOMADO	EDO-03
		Versión 1
		Vigencia: 02/09/2016

2. Planteamiento, descripción y formulación del problema

Por lo anterior es importante resaltar que el Marketing digital es una forma en que una organización puede dar a conocer a sus consumidores información, ya sea a corto, mediano o largo plazo. El restaurante Pancook tiene atención al público todos los días de la semana, con los siguientes horarios: de lunes a jueves de 4:00 pm a 11:00 pm, viernes, sábado y domingo de 4:00 pm a 1:00 am, pero por su inactividad en plataformas digitales, muchas de las personas del Municipio de Popayán, no cuentan con el conocimiento de los horarios de atención, los productos y/o servicios que se ofrecen, información actualizada sobre promociones, eventos, entre otros.

Esta problemática crece día con día teniendo en cuenta el manejo inadecuado, la poca y casi nula actualización de las redes sociales, puesto que no hay un profesional encargado de administrar tales plataformas y quien se encarga actualmente de esta labor, no cuenta con los conocimientos suficientes en el área de comunicaciones ni con una estrategia digital que permita la activación del restaurante en un ámbito virtual para crear una comunidad online que no solo genere reconocimiento de la marca, sino también un incremento en su actividad comercial, por lo cual se busca dar respuesta a la siguiente pregunta problema.

Por lo tanto, cabe preguntarse: **¿Cómo crear una propuesta de marketing digital para el fortalecimiento de las plataformas virtuales del restaurante pancook en el municipio de Popayán del departamento del cauca?**

	PROPUESTA DE DIPLOMADO	EDO-03
		Versión 1
		Vigencia: 02/09/2016

3. Justificación

Este proyecto: Creación de una Estrategia de Marketing Digital para el Fortalecimiento de las Plataformas Virtuales del Restaurante Pancook en el Municipio de Popayán del Departamento del Cauca, es de suma importancia y necesidad para este restaurante, puesto que plantear tal estrategia y llevarla a cabo le traerá grandes beneficios como la generación de una comunidad online para que se desarrolle el posicionamiento de la marca en el sector.

La inexistencia de personal idóneo para el manejo de las redes sociales con las que actualmente cuenta el restaurante Pancook, da cabida a este proyecto en pro de mejoras en el área de comunicación y marketing debido a que en una era digital, las empresas no solo requieren presencia física sino también de forma digital para atraer nuevos prospectos de clientes, crear una comunidad de seguidores, posicionar la marca y generar reconocimiento de esta misma dentro del municipio a través de la difusión de información en redes sociales con distintos tipos de contenidos digitales.

	PROPUESTA DE DIPLOMADO	EDO-03
		Versión 1
		Vigencia: 02/09/2016

4. Objetivos

4.1. Objetivo General

Crear una propuesta de marketing digital para el fortalecimiento de las redes sociales Del Restaurante Pancook en el Municipio de Popayán del Departamento del Cauca.

4.2. Objetivos Específicos

1. Recolectar información para la formulación de la propuesta de marketing digital.
2. Construir las estrategias para la propuesta de marketing digital.
3. Desarrollar el plan estratégico de medios para la propuesta de marketing digital.

	PROPUESTA DE DIPLOMADO	EDO-03
		Versión 1
		Vigencia: 02/09/2016

5. Marco conceptual

Las redes sociales son sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información. Concepto.De (2017)

El Community Manager es un profesional de marketing digital responsable de la gestión y desarrollo de la comunidad online de una marca o empresa en el mundo digital. La Cultura del Marketing (2017).

La Comunidad en línea es un tipo de comunidad cuyos miembros interactúan básicamente a través de Internet, actúa como un sistema de información donde los miembros pueden postear, comentar, discutir, dar consejos, o colaborar. Comúnmente la gente se comunica a través de las redes sociales, salas de chat, foros, lista de correos electrónicos y portales de discusión. Instituto Internacional Español de Marketing Digital (IIEMD, 2010).

La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros. promonegocios.net (2008)

	PROPUESTA DE DIPLOMADO	EDO-03
		Versión 1
		Vigencia: 02/09/2016

6. Metodología a Implementar

La metodología de la investigación que se va a emplear para realizar esta propuesta: Creación de una estrategia de marketing digital para el fortalecimiento de las plataformas virtuales Del Restaurante Pancook en el Municipio de Popayán del Departamento del Cauca.

Métodos de investigación cuantitativos para la realización del diagnóstico de redes sociales del restaurante Pancook el cual permitirá identificar el nivel que existe en la organización respecto al uso de las redes sociales como canal principal para el desarrollo de una estrategia de marketing digital.

A partir de la recolección de información se podrá evidenciar las debilidades que tiene el restaurante Pancook para poder así proyectar las estrategias que sean más pertinentes para el restaurante y determinar en qué tiempo se ejecutarían.

Por ende, se partirá de la creación de un plan de medios para poder manejar la información de la empresa para públicos externos y las estrategias que se consolidaran en las plataformas virtuales.

Además, se realizarán encuestas a los usuarios digitales para evaluar el buen desempeño de las redes sociales del restaurante. También se definirá el público objetivo, y las metas propuestas para lograr una buena estrategia de marketing.

Métodos de investigación cualitativa para el análisis de los datos recolectados, la tabulación de las encuestas realizadas, y obtener las conclusiones para realizar la formulación de alternativas de solución y crear así la guía estratégica de marketing digital sobre el uso adecuado de las redes sociales y se hará entrega del restaurante Pancook.

7. Cronograma de Actividades

Las actividades identificadas como necesarias que se desarrollarán para alcanzar los objetivos planteados en esta propuesta:

No.	ACTIVIDAD	MARZO				ABRIL			
		Semanas				Semanas			
1	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un diagnóstico de redes sociales. 	X	X	X	X	X	X	X	X
2	<ul style="list-style-type: none"> Crear y ejecutar encuestas. 	X	X						
3	<ul style="list-style-type: none"> Definir el público objetivo. 	X	X						
4	<ul style="list-style-type: none"> Definición de objetivos y metas de marketing. 	X	X	X	X				
5	<ul style="list-style-type: none"> Concertar que estrategias son más efectiva. 				X	X	X		
6	<ul style="list-style-type: none"> Creación del plan de medios de marketing digital 		X	X	X	X	X	X	X

	PROPUESTA DE DIPLOMADO	EDO-03
		Versión 1
		Vigencia: 02/09/2016

8. Implementación de la propuesta

Objetivo General

- Conseguir que el restaurante Pancook obtenga un mejor posicionamiento en las redes sociales

Objetivos Especificos

1. identificar al publico objetivo del restaurante Pancook.
2. Seleccionar contenidos estratégicos para el posicionamiento del restaurante Pancook.
3. Amplificar la visibilidad del restaurante Pancook en toda la ciudad.

ESTRATEGIAS	OBSERVACIONES
Realizar encuestas digitales que nos ayuden a segmentar el publico objetivo del restaurante Pancook. (edad, genero, nivel socioeconómico, etc)	<ul style="list-style-type: none"> - Se obtendrá la información del tipo de comunidad que más consumirá la información publicada en las redes sociales del restaurante.
Generar confianza a nuestros clientes por medio de comentarios, reseñas, colaboraciones confirmando el buen servicio del restaurante y que sientan que pueden tener una conexión con el lugar.	<ul style="list-style-type: none"> - Alcanzar fidelidad de los clientes ayudara a que sea nombrado en las redes sociales y así sea mas recomendado y etiquetado en sus redes sociales.
Posicionar la visibilidad del restaurante por medio de SEO y que su búsqueda sea más rápida por la comunidad on-line.	<ul style="list-style-type: none"> - Se tendrá como un resultado palabras claves que sean más fácil de encontrar en Google y este la de como una de las primeras opciones al ser nombrado.
Escoger contenidos que vayan acorde a las redes sociales que maneja el restaurante.	<ul style="list-style-type: none"> - Seleccionar bien los contenidos que se vayan a publicar ayudara a que se puedan cumplir bien los objetivos que se buscan alcanzar con el plan de medios.

	PROPUESTA DE DIPLOMADO	EDO-03
		Versión 1
		Vigencia: 02/09/2016

9. Bibliografía y Web-Grafía

Enciclopedia de Conceptos (2017). "Redes Sociales". Recuperado de: <http://concepto.de/redes-sociales/>

Instituto Internacional Español de Marketing Digital (IEMD, 2010). Que es Comunidad en Linea. Recuperado de: <https://liemd.Com/Comunidad-En-Linea/Que-Es-Comunidad-En-Linea>

La Cultura del Marketing (2017) laculturadelmarketing.com Recuperado de: <https://laculturadelmarketing.com/que-es-un-community-manager/>

Promonegocios.net (2008). ¿Qué es publicidad? Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/publicidad/que-es-publicidad.html>

Florido, M. (s.f). ¿Qué es un plan de medios? Recuperado de: <https://www.marketingandweb.es/marketing/plan-de-medios/>