

Diplomado en Marketing Estratégico con Enfoque en Ambientes Digitales

Sede: Popayán

Plan Estratégico para Arepas de Choclo donde Pao

Empresa intervenida: Arepas de Choclo donde Pao

Integrante:

Yansi Jazmín Luligo Valencia

Fecha de entrega:

Septiembre 16 2025





Tabla de Contenido

Resumen Ejecutivo	6
Matriz De Insights Y Estadísticas	7
Diagnóstico De Marketing.....	7
Análisis Del Entorno (Pestel).....	8
Investigación De Mercados.....	9
Segmentación de clientes.....	9
Análisis de Competencia.....	9
Buyer persona	10
Resultados De La Encuesta Local.....	10
Estrategia de Marca y Comunicación	12
Propuesta de Posicionamiento de Marca	12
Diferenciación.....	13
Objetivo.....	13
Construcción de Identidad	13
Naming.....	13



Slogan	13
Valores.....	13
Personalidad de Marca	14
Estrategia de Comunicación	14
Tono	14
Canales.....	14
Propuesta Creativa	15
Contenido semanal.....	15
Elementos de Innovación Aplicada al Marketing de la Empresa	15
Plan de Marketing Digital.....	16
SMART	16
Estrategia de Marketing Experiencial.....	17
Propuesta de Campañas Digitales	17
Aplicación de Herramientas de IA.....	18
Chatbots	18
Automatización	18
Segmentación Predictiva.....	18



Presupuesto	18
Cronograma.....	19
Indicadores Clave (KPI)	19
Conclusión	19
Reflexión.....	20
Sugerencias	20
Lecciones aprendidas	21
Referencias.....	22



Resumen Ejecutivo

Arepas de Choclo donde Pao es un emprendimiento creado por Paola Marín en 2022, especializado en arepas 100% de choclo frescas y esponjosas, con variedades rellenas como con queso crema, cuajada, jamón, tocineta, arepas pequeñas para loncheras o eventos, avena artesanal y servicios de cafetería.

Este proyecto aborda el reto de optimizar WhatsApp Business para aumentar visibilidad y ventas, mientras se expande a entornos digitales más amplios; el diagnóstico revela un mercado local fuerte en familias y madres jóvenes. La estrategia de marca propone un posicionamiento como "Arepas frescas y divertidas para toda la familia", con identidad renovada; la comunicación enfatiza un tono amigable y canales como Facebook, WhatsApp, Instagram y TikTok.

El plan de marketing digital establece objetivos SMART para incrementar las ventas de arepas en un 20% y captar 500 nuevos contactos en WhatsApp en 3 meses. Incluye campañas en redes sociales mediante contenido visual y user-generated content, SEO básico a través de Google My Business, pauta pagada en Meta Ads y herramientas de IA como chatbots para personalización.

El presupuesto estimado es de \$5.000.000 para 6 meses, con KPIs claros como un 25% de ventas provenientes de WhatsApp.



Matriz De Insights Y Estadísticas

Indicador	Insight	Acción Propuesta
Uso de WhatsApp	Preferencia por contacto via WhatsApp	Creación de Catálogos y promociones personalizadas
Comportamiento de madres jóvenes	Interés alto en las arepas de lonchera y catalogo digital	Campañas dirigidas a madres con combos de arepas
Demanda de arepas	Crecimiento en loncheras infantiles	Promociones en WhatsApp y redes enfocadas en arepas
Dependencia de arepas grandes	La mayoría de los usuarios compran las arepas grandes	Aumentar la visibilidad de la avena y cafetería en redes sociales
Ventaja competitiva	La competencia utiliza automatización, sin embargo Pao tiene calidad y frescura	Implementar chatbots y respuestas automáticas en WhatsApp

Diagnóstico De Marketing

Arepas de Choclo donde Pao es un negocio fundado por Paola Marín en 2022, ubicado en Colombia en la Ciudad de Popayán, barrio el Uvo. Se especializa en la elaboración de arepas 100% de choclo, destacándose por su frescura diaria y su textura esponjosa; incluye arepas grandes rellenas (queso crema, cuajada, jamón, tocineta y queso), arepas pequeñas diseñadas para loncheras infantiles o eventos, avena artesanal y un servicio de cafetería.

Cuenta con un local físico con un promedio de 50 arepas grandes y 20 litros de avena vendidos diariamente, generando ingresos semanales de \$1.750.000. Las ventas son mayoritariamente presenciales y solo utiliza WhatsApp Business de manera básica, sin catálogos digitales.



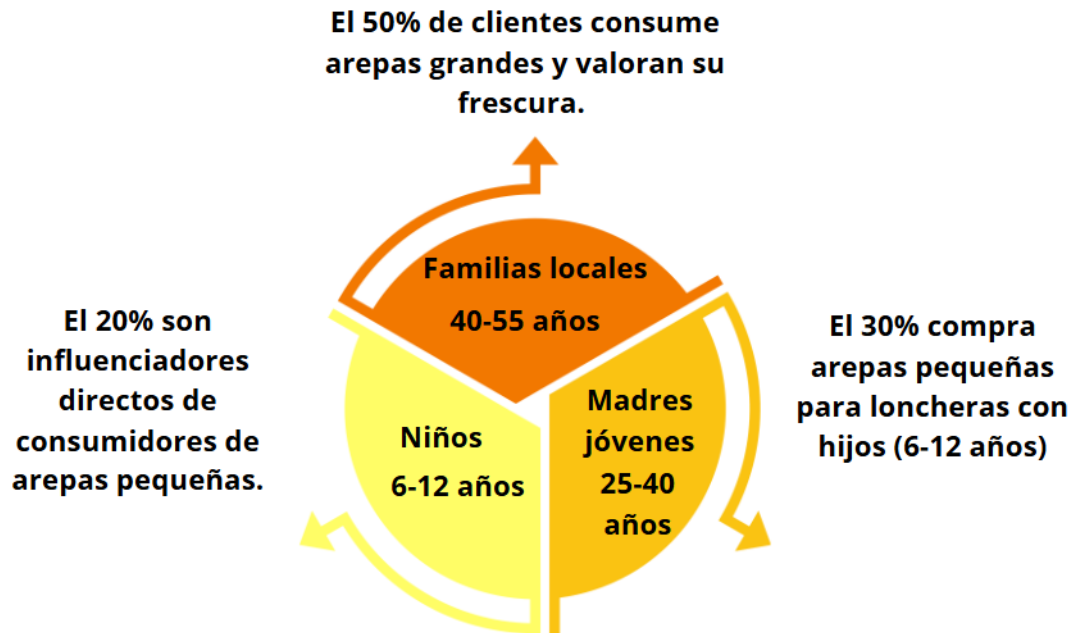
En una encuesta a 25 clientes, se reflejó que la mayoría compra arepas grandes, el 48% arepas pequeñas y el 52% avena. Casi el 100% destaca la frescura como muy importante. La falta de presencia en Instagram, TikTok y Facebook representa una debilidad significativa.

Análisis Del Entorno (Pestel)



Investigación De Mercados

Segmentación de clientes



Análisis de Competencia



Buyer persona

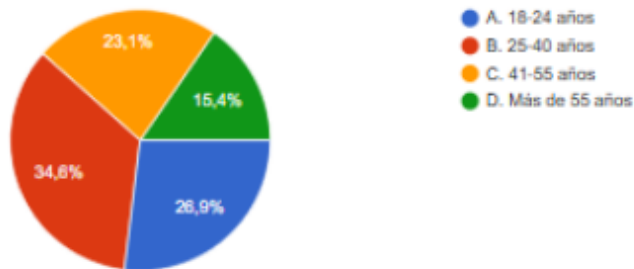
- ✓ **Nombre:** Paola, madre joven (32 años).
- ✓ **Ocupación:** Profesional con hijos en escuela.
- ✓ **Comportamiento:** Usa WhatsApp para pedidos, sigue cuentas de comida en redes, busca opciones saludables para loncheras.
- ✓ **Dolor:** Falta de variedad infantil fresca.
- ✓ **Motivación:** Productos divertidos para sus hijos.

Resultados De La Encuesta Local

25 clientes para validar insights, los resultados confirman las tendencias externas y datos internos, con énfasis en el uso de WhatsApp y preferencias por productos.

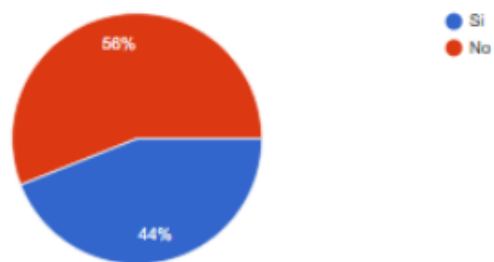
¿Cuál es su rango de edad?

26 respuestas



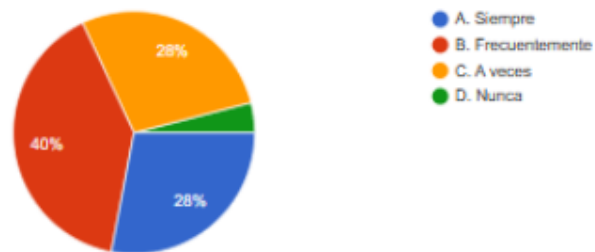
¿Tiene hijos entre 6 y 12 años?

25 respuestas



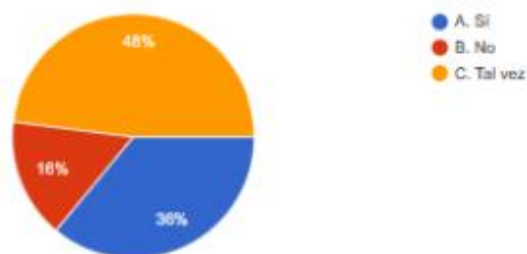
¿Usa WhatsApp para contactar negocios locales o hacer pedidos de comida?

25 respuestas



¿Estaría dispuesto a recibir promociones de Arepas de Choclo donde Pao vía WhatsApp (por ejemplo, descuentos o catálogos digitales)?

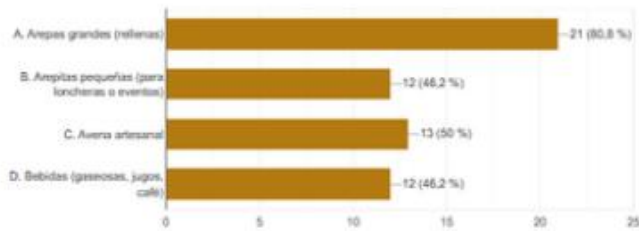
25 respuestas



¿Qué productos compra con mayor frecuencia en Arepas de Choclo donde Pao? (Seleccione todas las que apliquen)

[Copiar gráfico](#)

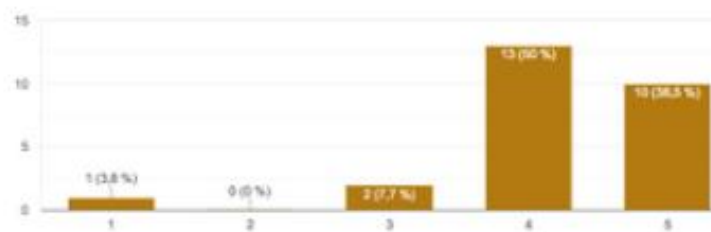
26 respuestas



¿Qué tan importante es la frescura de los productos al elegir Arepas de Choclo donde Pao? (1 = Nada importante, 5 = Muy importante)

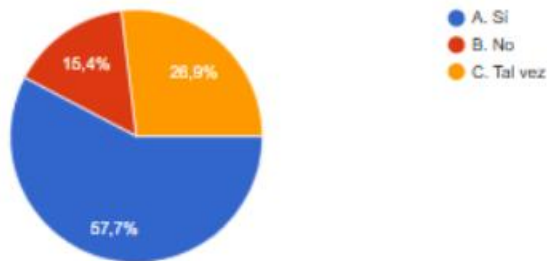
[Copiar gráfico](#)

26 respuestas



¿Compraría arepitas pequeñas para loncheras infantiles si viera un catálogo digital con fotos en WhatsApp?

26 respuestas



Estrategia de Marca y Comunicación

Propuesta de Posicionamiento de Marca

Arepas de Choclo donde Pao se especializa en ser la opción fresca, divertida y autentica de arepas de choclo para toda la familia, brindando sabores únicos y frescura diaria.



Diferenciación

Creatividad e innovación en las arepas pequeñas para niños, superando a competidores como Las Paisas Arepas De Choclo en calidad y autenticidad.

Objetivo

Convertir este negocio en un punto clave e ideal para desayunos y snacks familiares de manera presencial y digital aumentando la visibilidad en 6 meses en redes sociales.

Construcción de Identidad

Naming

Mantener arepas de Choclo donde Pao en el puesto presencial y para abrir en plataformas digitales mejorarlo a Donde Pao – Arepas Frescas de Choclo esto con el fin de poder facilitar la búsqueda en redes sociales.

Slogan

“Choclo lleno de felicidad en un solo lugar” Resalta el choclo, la felicidad en cada bocado y el lugar que hace feliz en un solo bocado, conecta con la audiencia como las madres jóvenes y las familias.

Valores

Autenticidad, donde se refleja productos inigualables, Frescura ya que son arepas frescas, la Familia, donde la arepa une en cada bocado e innovación mediante la nueva adaptación de herramientas digitales.



Personalidad de Marca

Bromista, el arquetipo es bromista, este personaje generar alegría, diversión familiaridad y un poco de humor mediante refranes y expresiones colombianas implementando tradición mediante comida casera y fresca, brindando amabilidad, calidez y familiaridad, alineándose con la felicidad y alegría en las familias.

- ✓ **Amable**
- ✓ **Tradicional**
- ✓ **Humorístico**

Estrategia de Comunicación

Tono

Cálido, familiar, amigable y expresiones colombianas que generen alegría a la audiencia, pero sobre todo ganas de salir a comprar o pedir domicilio.

Canales

Cálido, familiar, amigable y expresiones colombianas que generen alegría a la audiencia, pero sobre todo ganas de salir a comprar o pedir domicilio.





Propuesta Creativa

Campaña Arepas para niños, historias en redes donde las arepas pequeñas cobran vida para niños, contenido visual llamativo, saludable, esponjoso y provocativo

Contenido semanal

Posts de productos frescos -lunes, recetas divertidas -miércoles, promociones infantiles -viernes.

Comparte tu sonrisa con #DondePao

Elementos de Innovación Aplicada al Marketing de la Empresa

INTEGRACIÓN DE IA

Uso de chatbots en WhatsApp para recomendaciones personalizadas, automatización de respuestas para mejorar la experiencia.



COLABORACIONES INNOVADORAS

influencers locales como madres para la realización de reseñas auténticas y segmentar campañas.

SOSTENIBILIDAD DIGITAL

Implementación de empaques que cuenten con el QR direccionado a redes sociales y el catalogo virtual.

Plan de Marketing Digital

SMART

- ✓ **Específico:** Aumentar por lo menos un 20% las ventas mediante la optimización de WhatsApp y lanzamiento en Facebook, Instagram y TikTok.
- ✓ **Medible:** percibir 500 contactos nuevos en WhatsApp y lograr entre 10.000 interacciones en redes sociales en 3 meses, se rastreará la métrica mediante Google Analytics y WhatsApp Business Insights.
- ✓ **Alcanzable:** Se utilizará WhatsApp Business y presupuestos bajos para pauta inicial.
- ✓ **Relevante:** Aumento de visibilidad digital con el fin de poder aumentar el consumo de las arepas pequeñas.
- ✓ **Temporal:** Implementación durante 6 meses con revisión periódica para toma de decisiones.



Estrategia de Marketing Experiencial

Esta estrategia esta alineada a experiencia de sabor, calidad y emoción, lo que hace que en cada bocado haya felicidad. Se implementará live de Tiktok donde se muestre como se hace una arepa y se entrega al cliente, donde se podrá visualizar la textura y frescura, en whatsApp, se realizarán combos especiales a bajos precios para seguir promocionando este producto, adicional se abordará sugerencias como la implementación de domicilios a toda la ciudad para mayor cobertura.

Propuesta de Campañas Digitales

Se realizará lanzamientos en redes sociales, se debe crear desde cero facebook, instagram y Tiktok, las publicaciones se realizarán de manera intermitentes, es decir 3 veces a la semana, donde se mostrará productos frescos, recetas llamativas, videos de cómo se preparan y se entregan al cliente final estas publicaciones serán personalizadas para cada plataforma, tambien se utilizan hashtag en tendencia con titulos como desayunos con Pao.

Se empezará a construir una base de datos mediante WhatsApp, el objetivo será 500 contactos donde se enviarán recetas quincenales, tips para mamás, para loncheras, para hijos y catálogos personalizados.

Se utilizará SEO para optimizar el perfil de Google My Business para búsquedas relacionadas con arepas de choclo cerca de mí, también se realizará la creación de un blog simple con recetas.

En las pautas, se implementarán anuncios en Meta Ads, con un presupuesto de 2.000.000 enfocados en arepitas con catálogos digitales y por último se lanzarán campañas en WhatsApp con broadcasts promocionales



Aplicación de Herramientas de IA

Chatbots

Respuestas automáticas y recomendaciones predictivas.

Automatización

Flujos para confirmaciones de pedidos.

Segmentación Predictiva

IA para predecir preferencias

Presupuesto

Categoría	Costo	Descripción
Herramientas digitales e IA	\$ 1.000.000	Chatbots, automatizaciones y Google Analytic
Pauta pagada	\$ 2.000.000	Meta Ads targeting madres jóvenes
Contenido creativo	\$ 1.000.000	Producción de videos y fotos
Capacitación	\$ 1.000.000	Entrenamiento para Paola en herramientas digitales

Presupuesto Total: \$5.000.000 COP cubren todas las categorías, herramientas digitales, pauta, contenido, capacitación) para 6 meses



Cronograma

Mes 1-2	Mes 3	Mes 4-6
Optimizar WhatsApp, promos, catálogos, capacitación del equipo y lanzar encuesta de seguimiento para ajustes.	Iniciar campañas en redes sociales, Instagram, TikTok y pauta inicial en Meta Ads.	Expandir a email marketing y SEO, monitorear KPIs mensuales, ajustando basado en interacciones basándose en el objetivo del 60%

Indicadores Clave (KPI)

- ✓ **Crecimiento de contactos WhatsApp** → 500 contactos en 2 meses
- ✓ **Incremento ventas** → El 20% de arepas pequeñas en 3 meses
- ✓ **Porcentaje ventas de WhatsApp** → El 25% mediante pedidos digitales
- ✓ **Tasa interacción mensajes** → 60% respuestas rápidas y efectivas
- ✓ **ROI pauta** → Pasar de vender de \$1.750.000 a \$2.000.000 mediante ajustes por encuestas.

Conclusión

Este plan estratégico para Arepas de Choclo Donde Pao está diseñado como una estrategia y oportunidad transformadora para evolucionar y tener mayor alcance de mercados en el ámbito presencial y online mediante la optimización de WhatsApp Business, la expansión a redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok, y también la integración de herramientas de IA como chatbots y automatizaciones, se busca incrementar ventas en un 20% y captar 500 nuevos contactos



en 3 meses, también brindar una conexión emocional y cálida en todas las familias y madres jóvenes, destacando la frescura, diversión y autenticidad de nuestros productos.

Esta propuesta esta alineada mediante un presupuesto de \$5.000.000 durante 6 meses, KPIs ideales y un enfoque en el arquetipo humorista que brinda humor y calidez, mediante esto se espera un ROI positivo que impulse el crecimiento sostenible, adicionalmente también la implementación de campañas digitales, SEO básico y colaboraciones innovadoras mediante redes sociales generaran una mayor visibilidad y lealtad de clientes, posicionando a Donde Pao como las mejores arepas de choclo frescas y divertidas en Popayán y más allá.

Reflexión

Este proyecto me ha dado la oportunidad de conocer más a fondo lo que es realmente el marketing digital, por ello escogí este reto de una empresa con poco alcance para medir y evaluar desde el inicio de implementación hasta el final, considero que mediante cada ítem que se implementó como el análisis de Pestel, el nuevo personaje que es clave para aumentar la visibilidad y carisma y las nuevas implementaciones sugeridas será un plus y tendrá un aumento significativo, todo este informe y diseño me direcciono a la vida real, mediante prácticas y exploraciones que como profesional tendré que evaluar y analizar para así tener resultados impactantes.

Sugerencias

Este emprendimiento tiene lo más importante, calidad, sabor y dedicación, sin embargo se debe seguir trabajando de la mano con herramientas que brindan mayor alcance para que así pueda crecer de manera significativa y así ir creciendo pues este emprendiendo es de mucho potencial solo hay que saber explotarlo, hay que empezar poco a poco, mediante el presupuesto mas bajo para poder ir avanzando poco a poco, importante realizar capacitaciones constantes y estar



actualizada en la tecnología para así poder subir contenido y que el producto se mantenga en valor en redes sociales, también colabora con mamás influencers de Popayán para reseñas auténticas a cambio de arepas gratis y prueba domicilios con apps como Rappi para cubrir toda la ciudad y poder resolver las preocupaciones de todas las mamás que quieren su arepa en la puerta de su casa.

Lecciones aprendidas

Mediante los datos recolectados pude analizar y entender el proceso de un buen desempeño en marketing digital, mediante las clases pude resolver dudas y enriquecerme de más conocimiento, mediante este proyecto pude poner todo en práctica, implementando cifras reales, promedios mediante información recolectada y hasta mejoras en diseño y publicidad para redes sociales, siendo un diplomado de mucho valor y conocimiento y sin duda alguna fue la mejor elección.



Referencias

García, M. (2023). *Estrategias del marketing digital adaptadas a pequeñas y medianas empresas*. Bibliolatino.

HubSpot. (2023, 20 de enero). *KPI en marketing: ¿qué son y cuáles son los más usados?*
HubSpot España.
<https://blog.hubspot.es/marketing/kpi-marketing>

HubSpot. (2025, 2 de abril). *Marketing digital: qué es, tipos y ventajas para tu negocio*.
HubSpot España.
<https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-marketing-digital>

mentorDay. (s. f.). *Área privada* – mentorDay.
<https://mentorday.es/area-privada/>

Wati. (2024, 11 de enero). *Estrategias para WhatsApp: Conquista más clientes*. Wati.
<https://www.wati.io/blog/estrategias-para-whatsapp-conquista-mas-clientes/>

