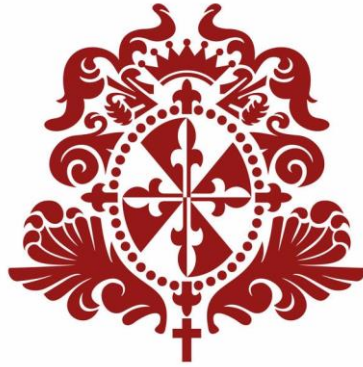


UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Maloca Café Bar

Trabajo de grado

Miranda Burgos Sánchez

Catalina Díaz Martín

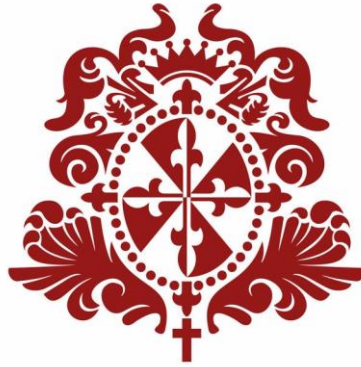
Camila Gaviria Bonilla

Tatiana Orjuela Castillo

Bogotá D.C

2019

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Maloca Café Bar

Trabajo de grado

Miranda Burgos Sánchez

Catalina Díaz Martín

Camila Gaviria Bonilla

Tatiana Orjuela Castillo

Tutor: Hernán Cruz

PAFE

Bogotá D.C

2019

TABLA DE CONTENIDO

Glosario	9
Resumen	9
Abstract	11
1. Presentación del proyecto	13
1.1 Marco de referencia	13
1.2 Descripción del proyecto	13
2. Análisis	14
2.1 Definición de la meta	14
2.2 Análisis digital de la competencia	14
2.2.1 Kaffeto	14
2.2.2 La Riviera Café Bar	16
2.2.3 Shaos Café-Bar	17
2.3 Análisis dofa	19
2.3.1 Debilidades	19
2.3.2 Fortalezas	19
2.3.3 Amenazas	19
2.3.4 Oportunidades	20
2.4 Análisis del público objetivo	20
3. Objetivos de mercadeo	21
3.1 Planteamiento de objetivo Smart	21
3.1.1 Captación	21
3.1.2 Fidelización	21

3.1.3	Educación.....	21
4.	<i>Estrategias de mercadeo digital</i>	22
4.1	Página web.....	22
4.1.1	Logo.....	22
4.1.2	Eslogan	23
4.1.3	Menú de navegación.....	23
4.1.4	Captura de seguidores	24
4.1.5	¡Vamos a chatear!.....	25
4.1.6	Contáctanos.....	26
4.2	Inversión en pauta digital	26
4.2.1	Generación de leads a través de un formulario	26
4.2.2	Remarketing	28
4.2.3	Redes Sociales	29
4.2.4	Posicionamiento de SEO	34
4.2.5	Geolocalización.....	36
4.3	Interacción Móvil	37
4.3.1	Código QR.....	37
4.3.2	Compras Online y Domicilios.....	38
5.	<i>Ejecución de la estrategia de mercadeo digital</i>	39
5.1	Calendario de Gantt	39
5.1.1	Publicaciones en Instagram.....	40
5.1.2	Publicaciones en Facebook	40
5.1.3	Lanzamiento página web	41
5.1.4	Seguimiento de la base de datos.....	41
5.1.5	Contenido página web	41
5.1.6	Lanzamiento compras Online	41

5.1.7 Remarketing.....	41
5.1.8 Lanzamiento Codigo QR	42
5.1.9 Elaboración de contenido QR	42
5.1.10 Geolocalización	42
6. Medición de los resultados.....	42
7. Presupuesto	43
7.1 Vamos a necesitar	43
7.1.1 Presupuesto a corto Plazo	43
7.1.2 Presupuesto a largo plazo	44
8. Conclusiones.....	46
9. Referencias.....	48

Índice de tablas

Tabla 1 Estrategia SEO.....	34
Tabla 2 Calendario de Gantt	40
Tabla 3 Presupuesto corto plazo	44
Tabla 4 Presupuesto largo plazo	45

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Fan Page Kaffetto	15
Ilustración 2 Información de Kaffeto en el Fan Page	15
Ilustración 3 Fan Page La Riviera.....	17
Ilustración 4 Restaurant Gurú	17
Ilustración 5 Posición de Shaos en el buscador Google	18
Ilustración 6 Restaurant Gurú Shaos.....	18
Ilustración 7 Logo	23
Ilustración 8 Inicio Página Web.....	24
Ilustración 9 Sobre Nosotros Página Web	24
Ilustración 10 Vamos a Chatear Página Web	25
Ilustración 11 Contáctanos Pagina Web	26
Ilustración 12 Formulario Página Web	27
Ilustración 13 Formulario	27
Ilustración 14 Remarketing en Facebook	28
Ilustración 15 Anuncio de Remarketing	28
Ilustración 16 Fan Page y Perfil de Instagram, Maloca Café Bar.....	29
Ilustración 17 Planner Maloca Café Bar.....	30
Ilustración 18 Banner Campaña Seguidores	31
Ilustración 19 Banner Campaña Copa America.....	31
Ilustración 20 Banner Campaña Amor y Amistad.....	32
Ilustración 21 Banner Campaña Halloween	33
Ilustración 22 Banner Campaña Navidad	33
Ilustración 23 Maloca Café Bar en Google Maps.....	37
Ilustración 24 Infografías.....	38

Ilustración 25 Menú Pág. 1	39
Ilustración 26 Menú Pág. 2	39

Glosario

Banner	Formato publicitario que aparece en páginas de internet
Código QR	Código de barras que almacena información específica y codificada, que puede ser leído con dispositivos móviles.
Copy Caption	Es la descripción que tendrá la pieza que se va a publicar
Copy Pieza	Es el contenido que tendrá la pieza que se va a publicar.
Co-working	Es un espacio de trabajo compartido e inspirador, que impulsa y fomenta la co-creación, y donde siempre hay alguien preocupado en crear comunidad y valor añadido. Coworking es la práctica por la cual profesionales que no comparten ni empresa ni sector de actividad, se unen para trabajar juntos en un mismo espacio, pero aportándose valor mutuamente a través de las conexiones generadas.
Eslogan	Frase breve, de fácil recordación utilizada para publicidad comercial.
Infografía	Representación visual informativa
Landing Page	Página de aterrizaje, para generar una acción por parte del cliente y conversión para obtener leads o contactos.
Logo	Elemento gráfico que identifica a una empresa
Maloca	Es una gran casa comunal presente en muchas sociedades de la Amazonia, sirve como vivienda y espacio ceremonial. Representa un sitio de encuentro.
Planner	Herramienta para programar y organizar actividades en un tiempo determinado.

Pop up	Contenido que aparece de forma repentina en un navegador web o en la pantalla de tu ordenador. Una nueva ventana que se abre frente a ti para mostrarte un contenido complementario, que pueda ser de interés o que simplemente busque reflejar publicidad sobre una marca o negocio.
Remarketing	Crear campañas de anuncios personalizadas (generalmente de display) para aquellos usuarios que ya han visitado previamente tu web u otros contenidos.
Repost	App que permite compartir las fotos o vídeos de otros perfiles en tu timeline.
Seguidores	Se refiere al usuario que se ha suscrito al perfil de otros usuarios.
SEO	Optimización en motores de búsqueda para mejorar posicionamiento de los sitios web.
Timeline	Vista de tipo cronológico sobre las publicaciones realizadas
URL	Secuencia de caracteres que sigue un estándar y que permite denominar recursos dentro del entorno de Internet para que puedan ser localizados.
Vertical	La vertical de comunicación hace referencia al propósito de la publicación

Resumen

Con las tendencias de trabajo actuales, en donde las personas buscan espacios de trabajo compartido, para disfrutar de un buen café mientras realizan sus actividades laborales, basadas en la interacción por internet, es muy importante ofrecer un espacio en el que se sientan cómodos, tengan buena conexión a Internet, y qué, además, tengan contacto con la naturaleza y cultura de diferentes regiones.

Es por esto que vimos la oportunidad de aplicar diferentes estrategias digitales para negocios para promover el emprendimiento de Maloca Café-bar. Este es un espacio de co-working y esparcimiento, el cual presenta una idea innovadora, para aquellos amantes del trabajo móvil y disfrutar de un buen sitio para pasar el tiempo con amigos y familia. Además, con el impacto que hoy en día tiene el internet y lo importante que es estar al alcance de todos en cualquier momento, las estrategias digitales son una forma eficiente de llegar a un numeroso público.

A lo largo del trabajo, se podrán evidenciar las estrategias de creación de página web, posicionamiento SEO, marketing por redes sociales, geolocalización, interacción móvil y marketing de contenidos.

La aplicación de estas es una gran ventaja para Maloca Café-bar, ya que permite tener una ventaja competitiva frente a la competencia y ofrecer a los usuarios una nueva experiencia en la facilidad de acceso al establecimiento, así como conocer los productos y servicios, dentro de estos ser un espacio de co-working, y lograr un posicionamiento de marca en diferentes plataformas digitales.

Palabras clave: Estrategia digital, ventaja competitiva, posicionamiento SEO, geolocalización, interacción móvil, marketing de contenidos, redes sociales, experiencia, co-working.

Abstract

Workplace trends are changing fast. People are looking for places where they can enjoy a good cup of coffee while they work. Therefore, it is not enough to offer a comfortable place with internet access. It is also important to provide other services that combines nature with culture to create a great atmosphere making people feel attracted to the place.

This is why we saw the opportunity to apply different digital strategies to Maloca Coffee-Bar with the aim of improving this venture.

This is a co-working and entertainment place, and an innovative as well for those who loves flexible work alternatives and enjoy spending time with friends and family.

In addition, the impact that the Internet has today and the importance of being available and being connected at any time, digital strategies are an efficient way to reach to a larger audience.

Throughout this document, we will talk about different digital strategies like website creation, SEO positioning, social media marketing, geolocation, mobile interaction and content marketing. The application of these strategies would take advantage for Maloca Café-bar, since it allows the venture to gain competitive advantage over the competition and offer users new experiences. Facilitating information about the establishment as well as information about our products and services. Within services, that we offer a co-working space.

Keywords: Digital strategy, competitive advantage, SEO positioning, geolocation, mobile interaction, content marketing, social networks, experience, co-working

1. Presentación del proyecto

1.1 Marco de referencia

El Putumayo es un territorio ancestral cuya construcción social ha sido marcada por procesos de apropiación de sus recursos naturales a través del establecimiento de una economía extractiva impuesta de manera violenta.

Las luchas entre los grupos armados, guerrilleros y paramilitares en su empeño por controlar el territorio para el usufructo de las rentas ilegales del narcotráfico y otras economías ilegales han dejado profundas huellas sociales y ambientales las cuales paradójicamente por el silencio generalizado, parecen imperceptibles a sus moradores y visitantes.

El Acuerdo de Paz entre el Gobierno y las FARC, permitió el retiro de la fuerza guerrillera de los territorios periféricos con la consecuente reducción de hechos victimizantes resultantes del conflicto armado. Este cambio favoreció la convivencia y la movilidad en el territorio incrementando incluso la visita a la región por turistas nacionales y extranjeros quienes motivados por la riqueza y la diversidad del paisaje frecuentan principalmente Mocoa y sus alrededores, demandando diversos servicios, entre los que se encuentran espacios para el encuentro y la cultura, mismos que en la ciudad de Mocoa, demandan sus moradores.

1.2 Descripción del proyecto

Maloca Café Bar surge de la idea de un emprendedor putumayense con el deseo de traer nuevas experiencias a la región. El proyecto consiste en la adecuación lo que fue una vieja

casona del centro de Mocoa como espacio de encuentro de lugareños y turistas. Gracias a la intervención arquitectónica se rescató el espíritu de la casona de principios del siglo XX. Como resultado, se estableció un patio central como espacio mayor, organizado entorno a cuatro columnas de concreto a manera de los cuatro pilotes de madera que conforman una Maloca indígena.

2. Análisis

2.1 Definición de la meta

Brindar un espacio cómodo y agradable que estimule el encuentro y la conexión entre personas. El espacio se presta como un lugar de esparcimiento, pero a su vez como punto productivo gracias a las salas adecuadas para sesiones de trabajo o espacios de co-working. Queremos que los habitantes se apropien del lugar, y para ello Maloca Café Bar presta diferentes servicios con el fin de ofrecerle nuevas experiencias a los usuarios.

2.2 Análisis digital de la competencia

Tomamos como referentes tres empresas que son las que más se aproximan al Core de Maloca café-bar. Debido a la poca disponibilidad de datos, realizamos el análisis de la competencia basándonos en la página web de Facebook y de presencia en Google Maps para comparar las estrategias SEM y SEO de las empresas.

2.2.1 Kaffeto

Kaffeto cuenta con una cuenta en Facebook y otra en Instagram. La última publicación de Kaffeto fue en el 2017, lo que lo hace una página desatendida y por ende muestra indicios de

una débil comunicación digital con sus clientes. Sin embargo, son más activos en Instagram al tener publicaciones más recientes. Las fotos que se presentan en Facebook no poseen profesionalismo, al carecer de una identidad propia. A su vez, Kaffeto está en <https://www.encuentraloenputumayo.com/> una página web donde las personas pueden encontrar diferentes sitios para visitar.

Ilustración 1 Fan Page Kaffeto



Fuente: Elaboracion Propia.

Ilustración 2 Información de Kaffeto en el Fan Page

INFORMACIÓN DEL NEGOCIO

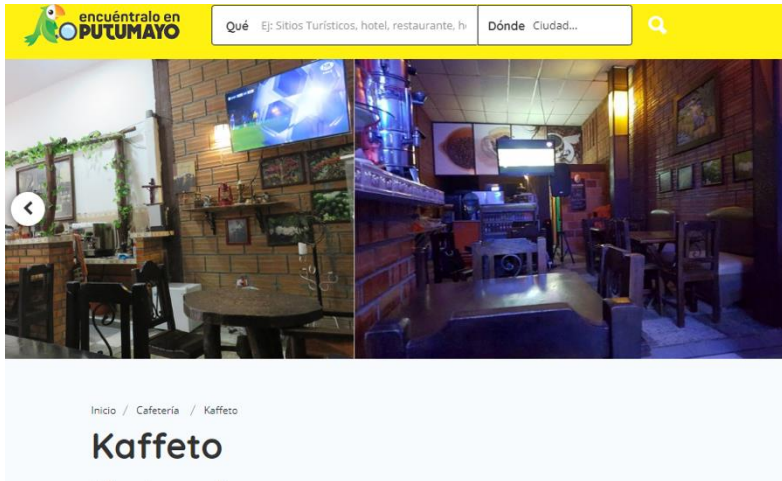
Apertura en 2007

INFORMACIÓN DE CONTACTO ADICIONAL

kaffetomocoa@gmail.com

kaffeto.mocoa

Tienda de café



Fuente: Elaboración Propia.

2.2.2 La Riviera Café Bar

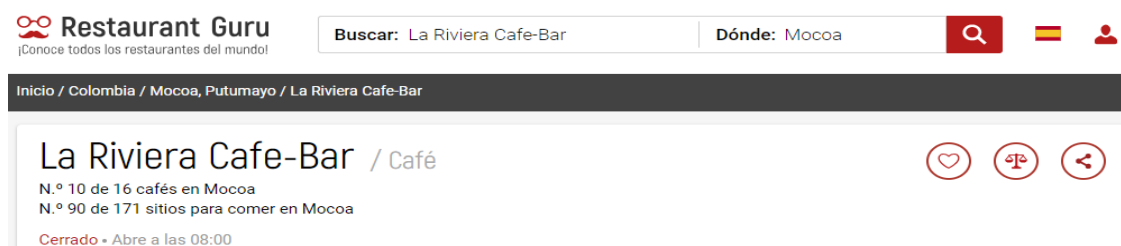
Por otra parte, La Riviera tiene publicaciones recientes (diciembre 2018) en su página de Facebook, pero con una baja calidad en sus imágenes, al no tener una estructura definida que represente la marca. Adicionalmente, el lugar está únicamente recomendado por tres personas en Facebook. La empresa sólo está listada en restaurante Gurú, con una calificación de 4 estrellas. La empresa no cuenta con cuenta en Instagram, pero al buscar “La Riviera Mocoa” presenta la localización de Google para llegar al lugar.

Ilustración 3 Fan Page La Riviera



Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 4 Restaurant Gurú



Fuente: Elaboración Propia.

2.2.3 Shaos Café-Bar

Cuando se busca en Google “café bar Mocoa” el primer resultado es Shaos café-bar, sin embargo, cuando se es más específico y se busca “Shaos café bar” el establecimiento no aparece dentro de la búsqueda. Este café-bar no cuenta ni con página web o alguna red social. Más aún, su calificación en Google es de 3,6 comparada con la Riviera que es de 4,3 y con Kaffeto que es de 4,4.

Ilustración 5 Posición de Shaos en el buscador Google

The image shows a Google search for "cafe bar mocoa". The search results list several bars:

- SAHOS CAFE-BAR**: 3.6 stars (5 reviews), Bar, Agradable · Informal · Grupos. Image of a beer glass.
- Francachela Restaurante Cafe Bar**: 4.1 stars (25 reviews), Restaurante, Av #8-126, Agradable · Informal. Image of the interior.
- Tacaba - Tapa Cafe Bar**: 5.0 stars (6 reviews), Bar, Cl. 14 ##17 21, Agradable · Informal · Grupos. Image of the interior.
- La Azotea Cafe Bar**: No hay opiniones, Bar con venta de tabaco, Cra. 9 #20-27, Agradable · Informal · Grupos. Image of a map location.

The detailed view for SAHOS CAFE-BAR shows:

- Resumen de opiniones**: 3.6 average rating from 5 opinions. A bar chart shows 5 stars (1 opinion), 4 stars (0), 3 stars (0), 2 stars (0), and 1 star (0).
- Opiniones de Google**: A review by Saain Herrera Ortiz (2 opinions, 16 photos) from a year ago, rating 5 stars: "Cervezas bien ricas y frías a buen precio, y unas micheladas espectaculares!".
- Images of the bar's interior and a beer glass.
- A "Me gusta" button.

Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 6 Restaurant Gurú Shaos

The image shows the Restaurant Guru website profile for SAHOS CAFE-BAR. The header includes the Restaurant Guru logo and search filters: "Buscar: SAHOS CAFE-BAR" and "Dónde: Mocoa". The profile details are:

- SAHOS CAFE-BAR / Pub y bar**
- N.º 20 de 25 pubs y bares en Mocoa
- N.º 92 de 171 sitios para comer en Mocoa
- Abierto ahora • 18:00 - 03:00
- Advertisement: "Fly TIJ to Mexico City" by CheapOair.com.
- Gallery of photos showing the bar's interior, a beer glass, and the SAHOS CAFE-BAR sign.

Fuente: Elaboración Propia.

Finalmente, podemos concluir que la competencia, al igual que nosotros, no cuentan con una estrategia digital fuerte. Las empresas no tienen una buena comunicación con sus usuarios en la web, lo que lo hace una gran debilidad en la actualidad. Al no encontrar mucha información en la red sobre ellas, demuestra cómo la competencia carece de visibilidad para obtener nuevos clientes e incluso fidelizar a los usuarios. Parecen ser inexpertos en el tema por el manejo que se le viene dando a las redes, en cuanto a la calidad de sus publicaciones. Mejorar la estrategia digital nos beneficia ya que nos da esa ventaja competitiva frente a nuestros competidores.

2.3 Análisis dofa

2.3.1 Debilidades.

- No hay estipulado un plan de mercadeo
- Las redes sociales no se han explotado, poca publicidad
- No hay domicilios
- No hay página web
- No aparecemos en Google

2.3.2 Fortalezas

- Contamos con WIFI
- Primer espacio Co-working de la ciudad
- Ya hay página de Facebook e Instagram

2.3.3 Amenazas.

- El servicio de internet en la región no es el mejor, y no ofrecen las GB deseadas.
- Gran parte del mercado actual no cuenta con tarjetas de débito o crédito para generar pagos en línea, lo que limita la estrategia.

2.3.4 Oportunidades.

- Ofrecer Servicios Audiovisuales
- Pagos Online (billetera móvil)
- Atraer a los usuarios por medio de promociones pautadas en las redes sociales
- Fidelización por medio de la interacción de los clientes con nuestras redes sociales
- Ser pioneros en ofrecer publicidad digital en la región
- Crear alianzas con periódicos digitales y páginas web de la región para pautar publicidad

2.4 Análisis del público objetivo

Habitantes locales entre 25 y 50 años que busquen un espacio para trabajar y pasar tiempo de calidad bien sea solos o en compañía de su familia, amigos más cercanos o compañeros de trabajo. Personas que usen redes sociales con frecuencia y les guste tener cercanía con sus marcas y lugares favoritos. Amantes del café que quieran un espacio tranquilo para leer o trabajar. Este perfil de persona disfruta de los eventos deportivos y busca compartirlos con su círculo social. Son personas que requieren de un espacio ameno para socializar. En el día es ideal para llevar a sus hijos, familia o llevar a cabo una reunión o en la noche con la pareja y amigos. Más aún, Como Maloca es representativo de la región, este café-bar busca llegarles también a los turistas que quieran una experiencia representativa y que quieran conocer sobre la cultura colombiana por medio de productos locales. Este tipo de turista busca interactuar con personas de la zona y tomar fotos para su perfil en Instagram.

3. Objetivos de mercadeo

3.1 Planteamiento de objetivo Smart

3.1.1 Captación.

Actualmente se cuenta con 70 seguidores, por ende, se busca obtener 1,000 seguidores en Instagram. Más aún, generar una interacción y una relación cercana con los usuarios para así hacer uso de nuestras redes como medio de comunicación efectiva.

3.1.2 Fidelización.

Queremos crear relaciones cercanas con nuestros usuarios por medio de experiencias online. Para esto, con ayuda de los pop-up en donde se publicarán diferentes promociones, aquellas personas que ya redimieron una vez un bono, si llevan a una persona nueva en alguna vista, podrán redimir otro bono. De esta forma, se llevará un conteo de las personas que vuelven a Maloca, buscando alcanzar un 20% de clientes fidelizados y tener una base de datos de 480 personas al finalizar el año.

3.1.3 Educación.

Queremos educar a nuestros clientes para que sean conscientes de la calidad que estamos brindado y la manera adecuada de consumir nuestros productos. por medio de la página web en la sección aprende sobre el café, queremos medir el número de personas que visitan esta sección consultando datos sobre el café, nuestro objetivo es llegar a que el 30% de las personas que visitan nuestra página, entren a la ventana y aprendan sobre el café.

4. Estrategias de mercadeo digital

Con el animo de realizar contenido estratégico diferenciado frente a nuestros competidores, decidimos promover Maloca Café-bar en medios digitales. Por medio de estrategias de mercadeo de contenido, pretendemos no solo captar un público más amplio, sino que dicho público pueda interactuar y conocer más de nosotros y de la región, para crear una relación a largo plazo.

Las estrategias digitales que se utilizaran se dividen en 3 componentes principales: página web, inversión en pauta digital e interacción móvil.

4.1 Página web

En un principio se busca la creación de nuestra página web que es la principal herramienta de comunicación con el usuario. La página tendrá cuatro secciones: acerca de nosotros, menú, y contacto.

La página web de Maloca Café-Bar tiene tres objetivos principales. El primero es dar a conocer nuestra marca, nuestro excelente servicio, el valor agregado que brindamos a los clientes generando nuevas experiencias en sus vidas. el segundo es crear un canal más directo con nuestros usuarios que comparten los mismos intereses con nuestra marca para generar una relación más cercana con nuestros clientes. El tercero es brindar conocimientos a nuestros clientes, acerca del café y de la región.

4.1.1 Logo

El logo es la imagen que representa nuestra marca. Maloca significa “casa madre”, y es la forma tradicional de vivienda de los grupos indígenas en el Amazonas. Así mismo es el

lugar de reuniones, de congregación y de aprendizaje de estas comunidades. Por lo tanto, el nombre maloca refleja la intención del proyecto; Ser un espacio de encuentro y de experiencias para nuestros clientes.

Ilustración 7 Logo



Fuente: Elaboración Propia.

4.1.2 Eslogan

El eslogan es una frase que representa de mejor forma nuestra marca, para Maloca Café- Bar es “Vive momentos”. Para nuestra empresa es muy importante cómo se siente el cliente, por eso creamos un espacio para que puedan compartir, trabajar y crear los mejores momentos.

4.1.3 Menú de navegación

El menú de navegación permite que los usuarios naveguen por toda la página web para que puedan conocer más acerca de nuestros servicios, se encuentra en la parte superior media de la página web y está compuesta por cinco pestañas: inicio, sobre nosotros, menú, aprende sobre el café, contáctanos.

Ilustración 8 Inicio Página Web



Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 9 Sobre Nosotros Página Web



Fuente: Elaboración Propia.

4.1.4 Captura de seguidores

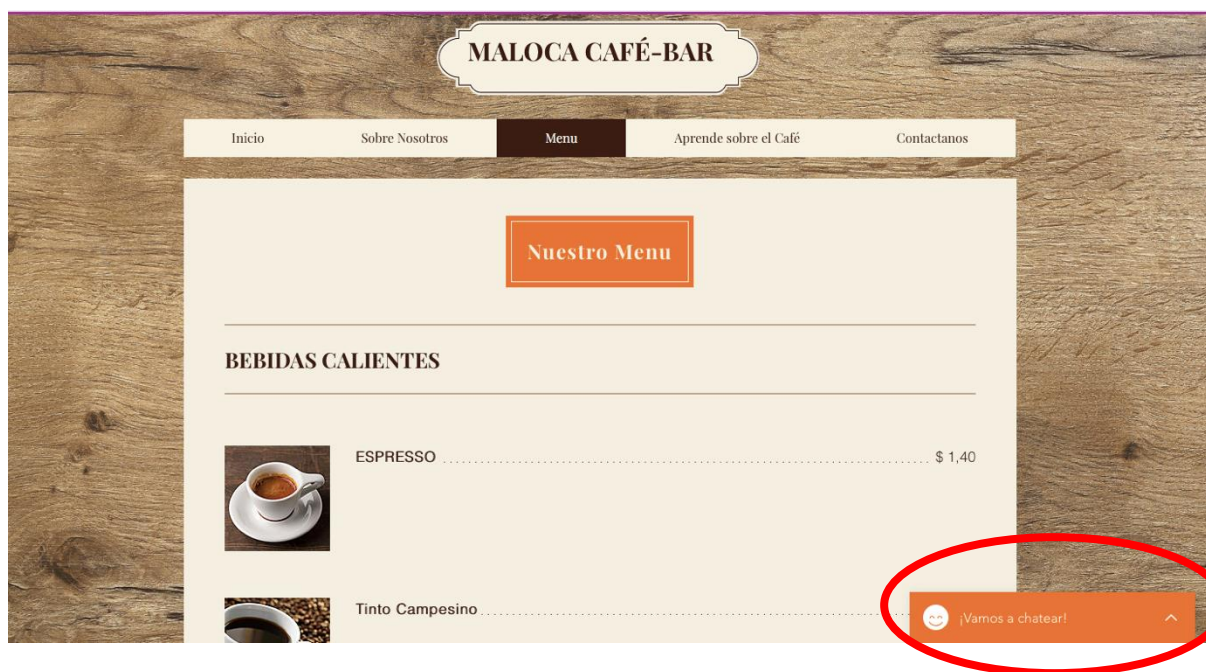
La captura de seguidores son las redes sociales que vamos a implementar que en este caso son Facebook e Instagram. están ubicadas en la parte inferior derecha de nuestra página web. Nuestro objetivo es que nuestros clientes puedan visualizar con mayor facilidad nuestras redes

sociales, puedan acceder con mayor facilidad solo haciendo click sobre el icono de la red social y tenga acceso directamente a cada una de nuestras redes.

4.1.5 ¡Vamos a chatear!

En nuestra página web en la parte superior derecha, tenemos la opción de una comunicación más personalizada con los clientes en esta caja de color naranja ellos podrán hablar con nosotros y les contestaremos cualquier inquietud que tengan en el momento que estén ubicados en nuestra página web. El objetivo de esta opción es mostrarles a nuestros clientes el interés de nuestra empresa para responder sus inquietudes, dudas o sugerencias en el menor tiempo posible.

Ilustración 10 Vamos a Chatear Página Web

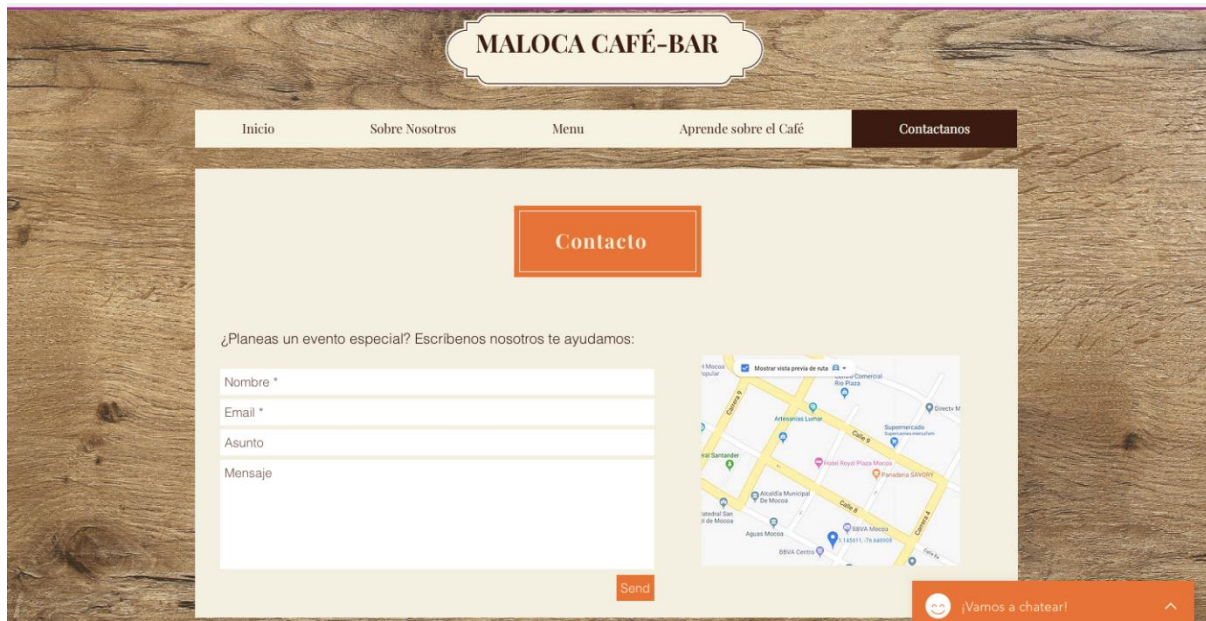


Fuente: Elaboración Propia.

4.1.6 Contáctanos

La hoja informativa tiene como objetivo recopilar los datos de nuestros clientes. En nuestra página web se encuentra en la pestaña de contáctanos. Es una forma de motivar a nuestros clientes a que se unan a nuestra comunidad. Contiene una caja específica donde podremos ayudarles a organizar los eventos más especiales de una manera fácil y como ellos lo esperan, así podremos brindar un servicio personalizado y de la mejor calidad.

Ilustración 11 Contáctanos Pagina Web



Fuente: Elaboración Propia.

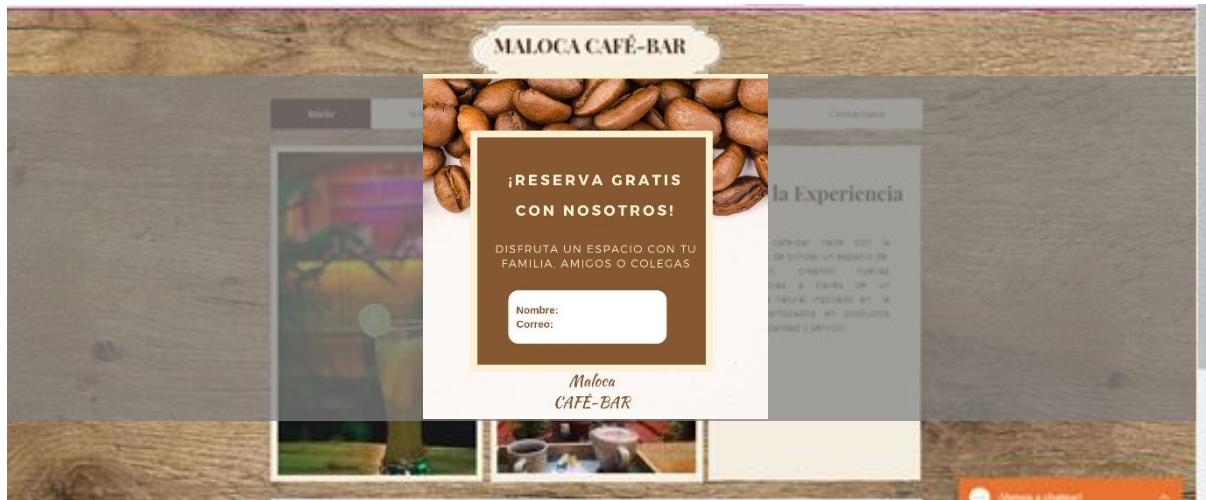
4.2 Inversión en pauta digital

4.2.1 Generación de leads a través de un formulario

Estas son ventanas emergentes que aparecen cuando se ha ingresado a un sitio web, con el objetivo de recolectar información de los usuarios para crear una base de datos. La idea es llamar la atención con anuncios que los lleve a ingresar sus datos. En este caso, cuando

los usuarios ingresen nuestra página web, saldrá un Pop-up el cual pide los datos del usuario como teléfono, nombre y correo electrónico. Si el cliente deja sus datos obtendrá un 15% de descuento en la siguiente compra.

Ilustración 12 Formulario Página Web



Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 13 Formulario



Fuente: Elaboración Propia.

4.2.2 Remarketing

A las personas que ya han visitado la página anteriormente y que además se siguen interesando en conocer acerca de Maloca Café-bar. La idea es crear impactos personalizados para que las personas que ya conocen la marca tengan más opciones de convertir sus acciones. De esta forma, que aparezca publicidad en Facebook, Instagram y Google, en donde se manejara remarketing estándar, dinámico y para aplicaciones móviles.

Ilustración 14 Remarketing en Facebook



Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 15 Anuncio de Remarketing



Fuente: Elaboración Propia.

4.2.3 Redes Sociales

Las redes sociales con las que vamos a pautar e iniciar las primeras campañas publicitarias de Maloca serán Facebook e Instagram. Maloca ya cuenta con Fan Page de Facebook y cuenta de Instagram, pero queremos potencializar estos medios para atraer a más clientes.

Queremos crear promociones y/o eventos especiales de acuerdo con las fechas importantes del año como Halloween, Navidad, eventos deportivos entre otros. Nuestro principal foco será que más gente siga nuestras redes y visite frecuentemente nuestra página para enterarse de todas las campañas. Toda la información de los detalles de las promociones estará publicada en todas nuestras redes y en cada una de estas piezas publicitarias estará nuestra página web como la landing page.

Ilustración 16 Fan Page y Perfil de Instagram, Maloca Café Bar



Fuente: Elaboración Propia.

Por lo tanto, con el animo de realizar un contenido estratégico diferenciado frente a nuestros competidores, decidimos utilizar un Planner. Con la ayuda de este recuso, tendremos una visualización ordenada y detallada de las publicaciones que se irán realizando durante el transcurso de cada semana.

Ilustración 17 Planner Maloca Café Bar

FACEBOOK							
FECHA DE PUB	VERTICAL	COPY ACTUALIZACIÓN	COMENTARIOS DEL CLIENTE	FORMATO PIEZA	COPY PIEZA	COMENTARIOS DEL CLIENTE PIEZA	PIEZA ENTREGADA
JUEVES 02	CAMPAÑA JUEVES DE MICHELADAS	#HAPPYHOUR todos los #JUEVES 3x2 en #MICHELADAS de 4:00 a 8:00 pm #juevesdemicheladas #cerveza #mocoa #amigos #micheladas #promoción	...	BANNER CUADRADO	N/A	...	
DOMINGO 05	CAMPAÑA BRUNCH	#DESAYUNOS que te sacan de apuros! Que tal una #CANASTATÍPICA, acompañada de tu #Bebida caliente favorita? ¡Te esperamos! ❤️	...	BANNER CUADRADO	N/A	...	

Fuente: Elaboración Propia.

El planner contará con 8 secciones: Fecha de publicación, la vertical de comunicación, Copy de la actualización, comentarios del cliente, formato pieza, copy de la pieza, pieza entregada.

Nuestros principales contenidos serán:

- Atracción: Promociones
- Acción: Eventos y concursos
- Producto: Fotos

4.2.3.1 Campaña de seguidores

Durante los dos primeros meses, se lanzará una campaña para captar seguidores tanto en Instagram como Facebook. La idea es regalar un producto a aquellos que muestren en la caja que son seguidores de las páginas web y además han etiquetado 2 amigos. La publicación

se lanzará tanto en Facebook como en Instagram. A su vez en el lugar se tendrá la imagen de la publicación en la caja.

Ilustración 18 Banner Campaña Seguidores



Fuente: Elaboración Propia.

4.2.3.2 Campaña de la copa américa

Esta campaña pretende captar clientes interesados en el fútbol y quieran compartir con amigos en un espacio agradable. Desde inicios de junio hasta la primera semana del mes de julio se pretende atraer a este público por medio de promoción en cervezas.

Ilustración 19 Banner Campaña Copa América



Fuente: Elaboración Propia.

4.2.3.3 Campaña amor y amistad

Para el mes de septiembre se tiene pensado una campaña en la cual, las personas podrán reservar una mesa y Maloca Café Bar decorará el espacio.

Ilustración 20 Banner Campaña Amor y Amistad



Fuente: Elaboración Propia.

4.2.3.4 Campaña Halloween

Se quiere que las personas se tomen una foto disfrazadas y utilicen el hashtag #disfrazateconMaloca obtén 10% de descuento en nuestros productos en el mes de octubre.

Ilustración 21 Banner Campaña Halloween



Fuente: Elaboracion Propia.

4.2.3.5 Campaña de navidad.

Esta campaña ofrecerá productos todo el mes de diciembre con temática navideña, el propósito será innovar en la línea de productos para que los clientes se tomen fotos y las suban a sus redes, promocionando nuestra marca.

Ilustración 22 Banner Campaña Navidad



Fuente: Elaboración Propia.

4.2.4 Posicionamiento de SEO

Pretendemos facilitarles a las personas el acceso a nuestro sitio web, para que conozcan la marca por medio de los buscadores, y así encuentren en nosotros la solución a sus requerimientos

Tabla 1 Estrategia SEO. Fuente: elaboración propia

Listado de palabras clave para encontrar el producto o servicio	Café
	Comida
	Bar
	Coworking
	Sala de Juntas
	Café con Wifi
	Cócteles
	Lugares para tomar café en Mocoa
	Café-bar Mocoa
	Cafeterías con Wifi Mocoa
Eventos Mocoa	
URL	www.maloca-cafebar.com

Descripción	<p>Maloca Café- Bar, brinda un espacio que estimule la conexión entre personas, creando nuevas experiencias en un ambiente agradable y cómodo. Ser un lugar de esparcimiento que represente las características de la región con sus productos y experiencia para reflejar el amor y sentido de pertenencia de los habitantes.</p>
Título página web	Maloca Café Bar
¿Cómo promocionará el contenido?	<p>Por medio de redes sociales como Facebook e Instagram</p>
	<p>En Instagram se publicará contenido en donde los usuarios puedan ver como es el ambiente del lugar, conocer los productos y diferentes eventos que se realizan. Asimismo, diferentes concursos o descuentos que pueden tener por la interacción en esta red social.</p>
	<p>En Facebook, se subirá contenido acerca de algunas preparaciones de los productos, así como instructivos de las características de los diferentes productos para que los consumidores conozcan más acerca de la variedad. Por otra parte, diferentes y exclusivas promociones únicas por esta red social.</p>

<p>¿Cómo conseguir leads?</p>	<p>Por medio de la búsqueda SEO, cuando las personas busquen sobre los eventos Mocoa, pueden reservar el espacio o planear su salida al Café- Bar, para que así ingrese sus datos personales.</p> <p>Por medio de la página web en compras online</p> <p>En las publicaciones en redes sociales se deberá poner el url que lleve a la landing page</p> <p>Con la ayuda de las redes sociales e interacción de los clientes, se brindarán descuentos</p>
-------------------------------	---

4.2.5 Geolocalización

La fachada de Maloca no es tan visible para el público. Para el público que pasa por el lugar, no es fácil reconocer que detrás de un corredor se encuentra el local. Es por esto que buscamos darle visibilidad por medio de la geolocalización. Específicamente en Google Maps para aquellos turistas que indagan sobre sitios de interés en internet, o para personas que se encuentren en la zona y busquen cualquier palabra clave asociados a nosotros, este sea el primer lugar que les aparezca en el mapa. Por otro lado, esta estrategia también está pensada para los lugareños, ya que algunos nos conocen por redes sociales, pero necesitan la ubicación geográfica real para llegar al sitio de una manera más fácil. Así mismo, para las personas de afuera de la región que busquen acerca de café, bar, o espacio de co-working esta sea la opción principal.

Ilustración 23 Maloca Café Bar en Google Maps



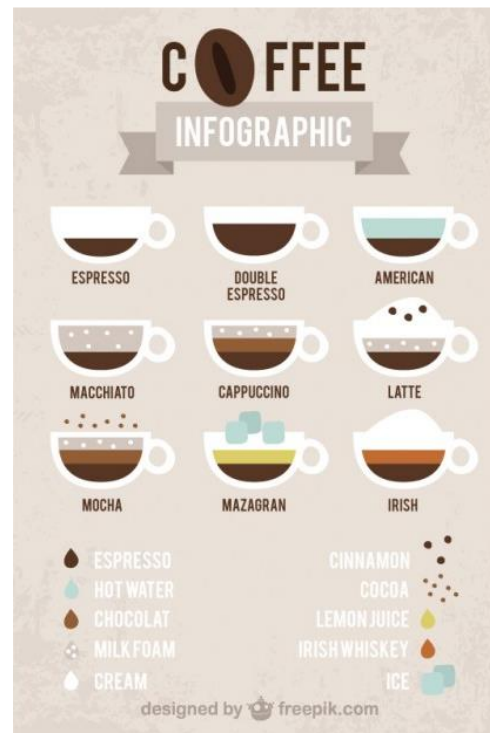
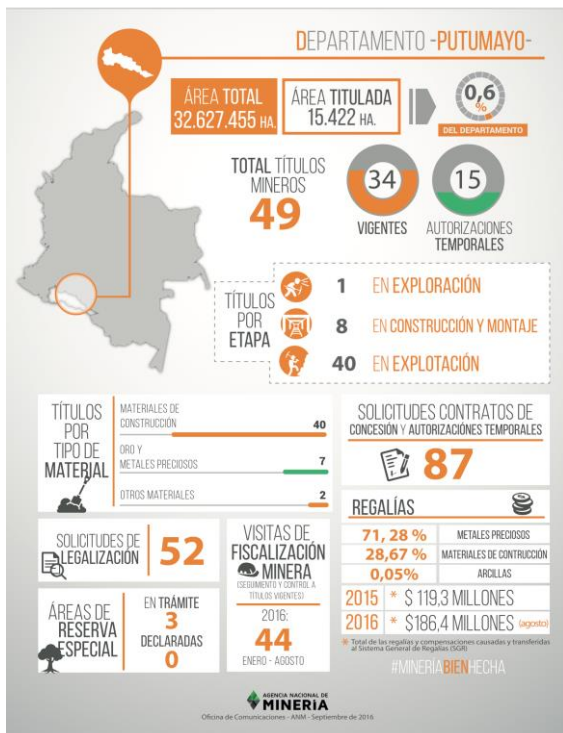
Fuente: Google

4.3 Interacción Móvil

4.3.1 Código QR

Por medio de este código se quiere realizar publicaciones sobre la marca, contenido instructivo como infografías sobre café y la región. Los códigos se encontrarán en los centros de mesa del café- bar, al lado de la caja y en las redes sociales, para que se puedan canjear en el lugar.

Ilustración 24 Infografías

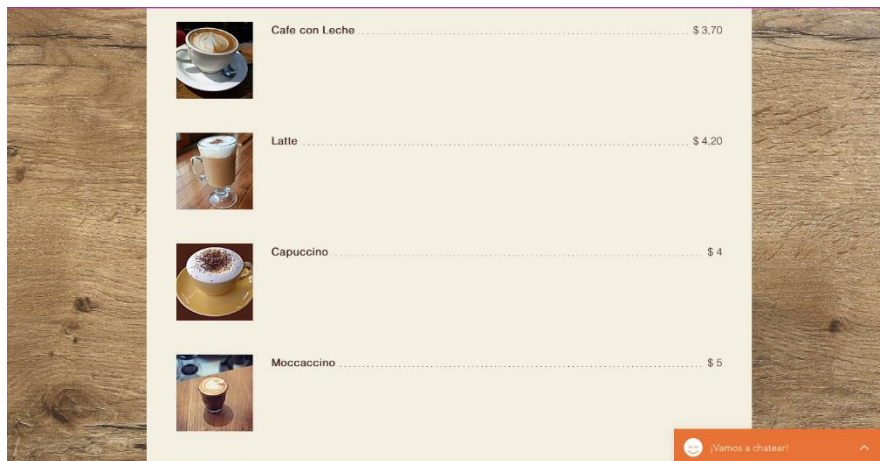


Fuente: Elaboracion Propia.

4.3.2 Compras Online y Domicilios

Maloca café Bar quiso implementar las compras online como una estrategia a mediano plazo, donde se lanzó la opción en la página web de todo nuestro menú especificando lo que es cada producto con la opción de adicionar al carrito de mercado y que en pocos minutos este en la puerta de tu casa.

Ilustración 25 Menú Pág. 1



Fuente: Elaboracion Propia.

Ilustración 26 Menú Pág. 2



Fuente: Elaboracion Propia.

5. Ejecución de la estrategia de mercadeo digital

5.1 Calendario de Gantt

Decidimos proyectar nuestras diferentes estrategias a corto, mediano y largo plazo con el ánimo de explicar detalladamente el proceso que llevaremos a cabo. En la ilustración ... se encuentra un diagrama de Gantt con las diferentes estrategias que

emplearemos en el primer año iniciando en el mes de junio del 2019 hasta el mes de mayo del 2020.

Tabla 2 Calendario de Gantt

Acciones	Mes																																																							
	1				2				3				4				5				6				7				8				9				10				11				12											
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
Publicaciones Instagram	█																																																							
Publicaciones facebook	█																																																							
Campaña de Seguidores	█																																																							
Campaña de la Copa América	█																																																							
Campaña Amor y Amistad													█																																											
Campaña Halloween													█																																											
Campaña de Navidad																	█																																							
Lanzamiento Pagina Web													█				█				█				█				█				█				█				█				█				█							
Seguimiento Base de Datos													█				█				█				█				█				█				█				█				█				█							
Contenido Pagina Web													█				█				█				█				█				█				█				█				█				█							
Lanzamiento Compras Online																																	█																							
Remarketing																																																								
Lanzamiento Código QR																																																								
Elaboración de Contenido QR																																																								
Geolocalización	█																																																							

Fuente: Elaboración Propia.

5.1.1 Publicaciones en Instagram

Instagram y Facebook son los primeros medios a los que recurriremos para iniciar las estrategias de posicionamiento en el mercado. Hablando puntualmente de Instagram, usaremos sus dos canales de publicaciones; las historias y el Feed para comunicarnos con el público. En el Feed publicaremos tres veces por semana mientras que las historias las usaremos como canal de testimonios y Reposts de los clientes.

5.1.2 Publicaciones en Facebook

El contenido de Facebook del Feed de Facebook será el mismo que el contenido que se publicará en Instagram. Esto quiere decir que también se harán 3 publicaciones semanales. Por

otro lado, Facebook se utilizará para pautar las 5 diferentes campañas propuestas anteriormente (Seguidores, Copa América, Amor y amistad, Halloween y Navidad)

5.1.3 Lanzamiento página web

La página web es uno de los pilares de la estrategia digital de nuestra empresa. Es la primera impresión que se llevan los usuarios en el momento que buscan información sobre nuestros servicios.

5.1.4 Seguimiento de la base de datos

Por medio de Google Analytics rastrear el tráfico a la página.

5.1.5 Contenido página web

La página web tendrá toda la información pertinente y relacionada con eventos, localización y contacto. Se mantendrá un menú actualizado con un número de teléfono siempre dispuesto a recibir llamadas. Más aún, los códigos QR que se crearán llevarán al usuario a piezas infográficas dentro de la página web.

5.1.6 Lanzamiento compras Online

Pondremos a disposición del público las compras online, donde además de acceder al menú desde la página web, podrán agregar productos al carrito y dispondrán del servicio de domicilio.

5.1.7 Remarketing

Esta estrategia a largo plazo se llevará a cabo cada tres meses dando inicio en enero enfocado en las personas que estén interesadas en la búsqueda de un lugar

agradable para compartir momentos especiales que hayan estado anteriormente en la página web.

5.1.8 Lanzamiento Código QR

Queremos implementar esta estrategia a largo plazo donde nuestros usuarios al momento de escanear el código QR los lleve anuncios de información relevantes, tips, o promociones especiales mensualmente.

5.1.9 Elaboración de contenido QR

Maloca Café-bar se preocupa por sus usuarios queremos brindarles la mejor información por medio de infografías. Por lo tanto, pretendemos lanzar contenido QR mensualmente se elaborarán con 15 días de anticipación.

5.1.10 Geolocalización

Aparición de Maloca Café Bar en Google Maps, con fotos, menú, horarios y eventos. Todo con el ánimo de recibir comentarios y estar calificados para obtener visibilidad tanto para personas locales como turistas.

6. Medición de los resultados

Estar en constante seguimiento es importante para la estrategia, ya que permite tomar acciones inmediatas frente a resultados no deseados. Es por esto que se fijan unos indicadores periódicos para obtener el flujo de información que alimente la estrategia en sí. Ningún plan es

rígido y perfecto debido a los factores exógenos, imposibles de contemplar dentro de la estrategia.

- Número de visitas semanales en la página web: 70
- Número de visitas semanales en la página de Facebook: 500
- Número de visitas semanales en Instagram: 500
- Número de interacciones en Facebook: 300
- Número de recomendaciones en Facebook: 200
- Número de búsquedas en la web: 300
- Número de suscriptores semanales en los pop-up: 10
- Número de interacciones en la página web, contactanos e infografías: 20
- Número de menciones: 150

7. Presupuesto

7.1 Vamos a necesitar

Community Manager será la persona responsable de subir las publicaciones en las redes y de estar pendiente de todos los comentarios por los usuarios. A su vez, deberá responder todas las inquietudes, quejas, recomendaciones y/o solicitudes que los clientes dejen en cualquier red. Por otra parte, se encargará del tráfico de usuarios en las redes y generará un reporte según lo indiquen los indicadores aquí planteados.

7.1.1 Presupuesto a corto Plazo

Este presupuesto a corto plazo se tiene pensado para aproximadamente los primeros dos años.

Los costos de maloca café bar a corto plazo se centran en las redes sociales, ya que por este medio nos comunicamos y transmitimos información para nuestros clientes diariamente, semanalmente o mensualmente depende el tipo de publicación o evento que vayamos a realizar, las redes sociales que manejamos son Instagram y Facebook en estas redes vamos a manejar campañas por un valor de \$ 200,000, estas se realizarán en eventos o fechas especiales. anuncios pagos por un valor de \$84,000 donde promocionamos nuestros productos y servicios. las historias de las redes se subirán diariamente, pero tendremos una publicación especial cada semana con un valor de \$40,000 mensual. esto nos da un total de \$608,000 para las dos redes sociales.

Tabla 3 Presupuesto Corto Plazo

Redes sociales	
Instagram	
Campaña	\$ 200.000,00
Anuncios pagos	\$ 84.000,00
Historias	\$ 40.000,00
Facebook	
Campaña	\$ 200.000,00
Anuncios pagos	\$ 84.000,00
	\$ 608.000,00

Fuente: Elaboración Propia.

7.1.2 Presupuesto a largo plazo

Por otra parte, el presupuesto a largo plazo será después del segundo año del plan.

Tabla 4 Presupuesto Largo Plazo

Página Web	\$ 60.000,00
Vamos a chatear	\$ 80.000,00
Hoja informativa	\$ 10.000,00
Inversión en Pauta digital	
Pop-up en nuestra página para captación de info	\$ 30.000,00
Remarketing	\$ 170.000,00
Redes sociales	
Instagram	
Campaña	\$ 200.000,00
Anuncios pagos	\$ 84.000,00
Historias	\$ 40.000,00
Facebook	
Campaña	\$ 200.000,00
Anuncios pagos	\$ 84.000,00
Interacción Móvil	
Código QR	\$ 10.000,00
Marketing de contenidos	\$ 120.000,00
Total	\$ 1.088.000,00

Fuente: Elaboración Propia.

Como se puede observar en la tabla 4 los costos de mercadeo de maloca café se dividen en:

7.1.2.1 Página web

Nuestra página web es una herramienta muy importante para el crecimiento de maloca café bar, ya que es el medio donde nos podemos comunicar con facilidad con nuestros clientes creando una conexión más cerca con ellos, por eso en vamos a chatear que es el link directo al chat con nuestro asesor de mercadeo que está ubicado en la parte inferior derecha de nuestra página web mensualmente gastamos \$80,000. en nuestra hoja informativa que es el lugar en la página web donde encontrarás datos curiosos e información sobre nuestros productos mensualmente tiene un costo de \$10,000, invirtiendo en su totalidad en nuestra página web un monto de \$60,000.

7.1.2.2 Inversión pauta digital

Está conformada por Pop- up en nuestra para página para la captación de información, esta que aparece de forma repentina en la pantalla del ordenador, con contenido de interés y publicidad sobre nuestro negocio en esto invertiremos en total un monto de \$30,000. El remarketing nos ayuda a captar más clientes gracias a las campañas personalizadas sobre nuestra marca, el total de la inversión es \$170,000. Gastando en total en inversión de pauta digital \$200,000.

7.2.1.3 Redes sociales

Las redes sociales son una herramienta que nos ayudan a potencializar nuestro negocio, a través de ella damos a conocer nuestros productos, promociones, eventos, generando un contacto más cercano con nuestros usuarios. las dos redes sociales que manejamos son Instagram y Facebook, en donde realizaremos compañías con un valor de \$ 200,000, anuncios pagos con un valor de \$84,000, historias para las redes sociales \$40,000. Dando en su totalidad un valor de \$324,000 para cada una de las redes sociales.

La interacción móvil está conformada por el código QR es una manera interactiva de atraer al cliente, tiene un costo de \$10,000, marketing de contenidos tiene un valor de \$120,000 nos ayuda hacer mercadeo con propósito pensando en los clientes, analizando qué es lo que realmente quieren y como se lo vamos a vender.

Todo el presupuesto a largo plazo de maloca café bar nos da un total de \$1,088,000 mensual.

8. Conclusiones

No cabe duda de que los establecimientos de comercio en Mocoa presentan una carencia de mercadeo digital. Esta carencia se manifiesta como la oportunidad de posicionar a Maloca Café

- Bar en el mercado. La implementación de estrategias de mercadeo digital no solo será un factor diferenciador de Maloca frente a la competencia. También será la oportunidad de ganar una ventaja competitiva, siendo los pioneros de la integración de medios digitales con la publicidad de los establecimientos de comercio, tanto de la ciudad como de la región.

Nuestra propuesta busca crear una relación con los usuarios. Nosotros más que un servicio o un producto, queremos vender a Maloca como una experiencia. Esta propuesta además de aumentar las ventas pretende lograr reconocimiento y posicionamiento de Maloca, sin dejar a un lado el valor agregado en sus diferentes servicios.

El manejo de las redes sociales y la interacción con el cliente, son por ahora, los factores de mayor relevancia para lograr los objetivos. Gracias a los canales de visualización y comunicación, Maloca podrá acercarse a sus usuarios. Por esta razón, las campañas y el contenido presentado son fundamentales para lograr captar la atención de los clientes, así como dirigir campañas para nuestro público objetivo y crear una relación a largo plazo con ellos.

Según la proyección que hicimos del presupuesto, y la implementación e integración de la estrategia digital al negocio, no solo es una propuesta alcanzable. La propuesta es un potencializador de crecimiento, que acompañará al negocio mientras se expande de manera rentable y sostenible. Gracias al calendario realizado, nuestro cliente puede organizarse los recursos previstos por Maloca, por lo que esta inversión inicial, posteriormente se verá reflejada en los ingresos de la empresa y la relación con los clientes.

9. Referencias

Canva (2019). Recuperado 17 de abril 2019, de <https://www.canva.com/>

Restaurant Gurú (2019). Recuperado 17 de abril 2019, de <https://es.restaurantguru.com/La-Riviera-Cafe-Bar-Mocoa>

Restaurant Gurú (2019). Recuperado 17 de abril 2019, de <https://es.restaurantguru.com/SAHOS-CAFE-BAR-Mocoa>