

Urkund Analysis Result

Analysed Document: ARBIETO - ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS EN CAFETERÍA Y RESTAURANT LA TRADICIÓN DE LA CIUDAD DE MILAGRO PARA AUMENTAR SU VOLUMEN DE VENTAS-.docx (D48514489)

Submitted: 3/1/2019 10:04:00 PM

Submitted By: gtovara@unemi.edu.ec

Significance: 2 %

Sources included in the report:

PROYECTO REINALDO corregido 2.docx (D37417768)
<https://www.gestiopolis.com/que-es-una-estrategia-creativa/>

Instances where selected sources appear:

2

1. INTRODUCCIÓN

En el Capítulo I se hace hincapié de una breve introducción de todos los temas a tratar empezamos con el Diseño de Estudio; mediante las observaciones pude notar que su estado antes de hacer las remodelaciones; era pobre, sin vida; las personas que acudían a dicho local se quejaron porque la atención no era rápida por esa razón se busco soluciones a estos problemas. El Planteamiento del Problema es la falta de publicidad que no ayuda a que las ventas incrementen, porque la gente desconoce los servicios que se ofrecen en este negocio. La Justificación busca satisfacer las necesidades de los consumidores, brindando un servicio de calidad; para esto busca nuevas medidas y métodos para poder cumplir sus expectativas. El objetivo de este trabajo es establecer métodos y diseños innovadores para incrementar las ventas, mediante anuncios publicitarios, letreros luminosos, banners, pintura de fachada, interior y exterior y posesionarlo en la mente del consumidor. En el Capítulo II se habla sobre la fundamentación teórica conceptos básicos sobre publicidad, que es una campaña publicitaria sobre el lenguaje publicitario.

CAPITULO I 1.1. DISEÑO DEL ESTUDIO En la ciudad de Milagro en la Avenida Chile y Juan Montalvo se encuentra ubicada la Cafetería y Restaurant “La Tradición” que brinda los servicios de venta de alimentos preparados en 2 horarios: por las mañanas desayuno con patacones, bolón, tigrillos entre otros platos típicos de nuestro desayuno tradicional; en la noche se vende variedad de asados como carne, chuleta, pollo y chuzos; este estudio me servirá para realizar un análisis implementado nuevas estrategias de publicidad con el fin de incrementar el volumen de ventas. Mediante las observaciones que pude realizar durante este tiempo de mejorar el local de Cafetería y Restaurant “La tradición”, pude notar que su estado antes de hacer las remodelaciones; era el de un local con una buena ubicación pero su publicidad era pobre, sin vida; las personas que acudían a dicho local se quejaron porque la atención no era tan ágil ya que se tenía que realizar doble trabajo a la hora de coger un pedido al cliente; es por esa razón que tome la decisión de implementar un menudero que sea completo, donde el menú y los precios sean visibles, así se facilita el trabajo de los meseros y al cliente se le facilita realizar el pedido. Es por eso que se trabajó con el propósito de lograr que este local sea reconocido por su publicidad, excelente atención y por todo lo que ofrece a su clientela.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA La falta de publicidad es el principal problema que no ayuda a que las ventas de la Cafetería y Restaurant “La Tradición” incrementen, porque la gente desconoce los servicios que se ofrecen en este negocio. Se debe tener en cuenta que la visión es un punto a favor a la hora de las ventas. Un local que está bien ubicado y aparte tiene una excelente publicidad, puede realizar ventas exitosas, por esa razón, también se utilizó la publicidad por medio de redes sociales para de esta forma captar más clientes; en esta página se muestran la variedad de platos tradicionales que se ofrece tanto en la mañana (los desayunos tradicionales) como en la noche (la variedad de asados que ofrece). Otro problema que surge en este tipo de negocios es la competencia, la baja en los precios de la variedad de platos tradicionales que se ofrecen; esto es un punto en contra si no se sabe manejar la situación de una manera favorable, aunque frente al local de Cafetería y

Restaurant “La Tradición” está ubicado otro local de iguales características que ha sabido implementar nuevas estrategias que mejoraron las ventas e hicieron ganar más clientela.

1.3. JUSTIFICACIÓN La Cafetería y Restaurant “La Tradición” tiene como principal objetivo satisfacer las necesidades de los consumidores, brindando un servicio de calidad, y para esto busca nuevas medidas y métodos para poder cumplir sus expectativas en donde se realizarán diversos tipos de publicidad con el firme propósito de lograr que este negocio sea muy reconocido por los servicios que brinda a su clientela. Con el diseño de publicidad aumentará tanto la identidad como la imagen de la Cafetería y Restaurant “La Tradición” en la mente del consumidor, dando como resultado un alto grado de competitividad, identificando así estrategias más adecuadas para la gestión del diseño de la campaña publicitaria.

El diseño de la campaña publicitaria beneficiará captando nuevos consumidores que generen los ingresos esperados por los propietarios de este negocio. En el marco metodológico se llevo a cabo una entrevista al personal que labora en el local para conocer las necesidades y como mejorarlas.

1.4. PREGUNTAS DE LA INVESTIGACION

- ¿Por qué surgió la necesidad de implementar estrategias de publicidad en la Cafetería y Restaurant “La Tradición”?
- ¿Con las estrategias planteadas se logra cumplir con los objetivos?
- ¿Considera que si se implementa la publicidad por medio de redes sociales incrementarán las ventas de la Cafetería y Restaurant “La Tradición”?
- ¿Cree que la competencia con bajos precios es un punto que perjudica al local de Cafetería y Restaurant “La Tradición”?

1.5. OBJETIVOS DEL ESTUDIO Establecer métodos y diseños innovadores para incrementar las ventas, mediante anuncios publicitarios, letreros luminosos, banners, pintura de fachada, interior y exterior y posesionarlo en la mente del consumidor.

1.6. DEFINICION DEL CASO DE ESTUDIO Se realizarán cambios en el local de Cafetería y Restaurant “La Tradición” donde el principal objetivo es una remodelación total mejorando el aspecto de imagen ante los clientes; para esto se invertirá en publicidad, como: letreros luminosos, banners, pintura de interiores y exteriores; también se implementará menuderos para facilitar el trabajo de los meseros, con estos cambios se busca cumplir con el objetivo planteado de incrementar las ventas del local y posesionarlo en la mente del consumidor. Otro de los implementos que se utilizaran son las redes sociales donde todos los días se suben imágenes y valores de los platos que están disponibles en la mañana y así mismo los asados que estarán disponibles durante la noche.

1.7. OBJETIVO GENERAL DE ESTUDIO Renovar la imagen del local mediante la implementación de rótulos luminosos, pintura, y otros elementos para incrementar las ventas y captar clientes.

1.8. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Ampliar la carta de servicio del restaurante.
 - Ampliar volumen de ventas del local mediante estrategias de publicidad.
 - Determinar cuáles son los parámetros que permitan mejorar la publicidad para incrementar las ventas.
 - Satisfacer necesidades de alimentación.
- CAPITULO II
DESARROLLO

2.1. FUNDAMENTACION TEORICA 2.1.1 REVISIÓN DE ANTECEDENTES HISTORICOS La Cafetería y Restaurant “La Tradición” tiene 6 años brindando sus servicios de comida en 2 horarios; por la mañana desayunos tradicionales como los típicos bolones de queso chicharrón y mixto, también el delicioso tigrillo, patacones y más variedad que representa la comida tradicional; durante la noche se vende asado, con arroz y menestra ya sea acompañado de pollo, chuleta, carne o chuzos; presenta una buena ubicación esquinera, pero a pesar de eso no presentaba una buena imagen a sus clientes porque había muchas cosas por remodelar, empezando por la fachada, la mala iluminación, la falta de letreros; no contaba con un menudero que facilite el trabajo de los meseros. 2.1.2 REVISIÓN DE ESTUDIOS PREVIOS Se realizó un estudio previo sobre las necesidades de este local, ya que anteriormente funcionaba un negocio similar, llamado “El Puntal”, pero con otro dueño que era el Sr. Camino; por motivos de salud tuvo que abandonar su administración y la dejó a cargo de su hijo; quien no supo administrar de manera correcta este local y por esa razón se vio obligado a vender este negocio. El cual tomó su reapertura en el año 2012, el cual llevo funcionando varios años sin ninguna remodelación en su publicidad, tomando en cuenta las necesidades de mejora de la Cafetería y Restaurant “La Tradición”. Debido a la falta, deterioro y mala publicidad que presentaba el local; se tomó nota de todo lo que carecía este negocio. Aunque presenta una buena ubicación, su presentación a los clientes no era la mejor y en vista que iban a abrir un local con las mismas características que ofrece la Cafetería y Restaurant “La Tradición”, se vio en la obligación de mejorar su imagen publicitaria, en la que se realizó numerosos cambios y de gran significado que han ayudado al incremento de las ventas.

2.1.3 MARCO CONCEPTUAL

Publicidad: La publicidad se encarga de orientar ciertas estrategias con el propósito de dar a conocer las características de cierto producto a los consumidores. Esto no se trata sólo de saber que existe cierto producto, sino de generar un interés sobre lo que se ofrece, y de esta manera se posesionaría este producto en la mente del futuro consumidor.

Publicidad Online:

Esta publicidad se da a conocer por medio de redes sociales o plataformas virtuales en la actualidad las redes sociales son de bastante influencia en la vida de las personas y por este medio se puede ganar muchos clientes; las redes que más se utilizan son las siguientes:

- Facebook,
- Twiter,
- Instagram

Se usaran estas tres plataformas para dar a conocer por medio de redes sociales los platos que ofrece el local "La Tradición"; en el cual se publican fotos de lo que está disponible en el día.

Red Social:

Una red social es una estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.). Normalmente se representan simbolizando los actores como nodos y las relaciones como líneas que los unen. El tipo de conexión representable en una red social es una relación diádica o lazo interpersonal. 1

Campaña Publicitaria:

Las campañas publicitarias se las puede presentar en Textos, copy, imágenes, vídeos, segmentación, canales de publicidad, entre otros. Sus conceptos se asocian a las creaciones que se realizan con el propósito de ser vendidos.

Estrategia Publicitaria:

La estrategia publicitaria es un diseño que se realiza de alguna campaña de publicidad en la cual constan varios procesos que estudiaremos a continuación:

Copy strategy:

En este proceso se define la idea principal de la campaña. En la cual se deben de incluir sus objetivos que transforman la propuesta que se obtuvo al principio, como la del final.

0: PROYECTO REINALDO corregido 2.docx

100%

Estrategia creativa:

La estrategia creativa consiste en establecer cómo comunicar lo que se va a decir en un mensaje comercial o publicitario, determina cuál será la forma más efectiva de hacer llegar el mensaje a los consumidores.

0: <https://www.gestiopolis.com/que-es-una-estrategia-creativa/>

100%

La

Copy Strategy o Plataforma de Comunicación, que define el qué decir, esto es, la proposición de compra. 2

En la

elaboración de una campaña publicitaria es indispensable la fase creativa porque es aquí donde se desarrolla con énfasis y fuerza la creación de la publicidad.

Estrategia de medios:

Aquí se especifica cuáles serán los medios en los que se publicará la campaña que se haya diseñado y esto sólo depende de los objetivos que se logren alcanzar y de su segmentación, lo más recomendable es poder analizar hasta dar con planning perfecto.

Lenguaje de publicidad:

Este lenguaje debe ser claro, por eso cuando cualquier marca requiera invertir en publicidad, debe de tener en cuenta que no es sólo tener definido y claro el mensaje a comunicar.

Este lenguaje publicitario es muy importante de conectar con los consumidores y así poder lanzar un anuncio que muestre la propuesta antes de que se la lance al mercado.

2.2 MARCO METODOLÓGICO

La metodología son técnicas que se aplican según el tipo de estudio que se realiza luego de establecer el problema, y así poder estudiar cual es el propósito de la investigación su análisis.

El método que estaré aplicando en este estudio de caso es un método descriptivo que ayuda a mejorar las estrategias de publicidad para mejorar la imagen y ventas de un local de comida. Los procesos que se realiza sobre la investigación científica son aquellos que nos ayudan mejorar las técnicas que se empleen y de esta forma obtener información clara precisa y concisa.

2.2.1 DEFINICIÓN DE INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

OBSERVACIÓN. – En el proceso que se realizó para recopilar la información, se tomó apuntes de cada una de las novedades que se observara en la Cafetería y Restaurant La Tradición; también se interactuó con las personas que intervienen en el análisis para conocer sus necesidades, falencias y como mejorarlas.

Todo este proceso se lo realizó de una forma sutil sin afectar a los clientes ni a los trabajadores.

ENTREVISTA. – Se realizó una entrevista al personal que labora en la Cafetería y Restaurant La Tradición, la información que se obtuvo fue por medio de la aplicación de las técnicas planteadas.

BIBLIOGRAFIA. – Se obtuvo de fuentes de internet donde analicé varios proyectos similares al que estoy elaborando, también utilicé revistas, con el fin de poder conocer más sobre los conceptos y los factores administrativos que ayudan a evaluar un proyecto.

2.2.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

2.3 APLICACIÓN

2.3.1 REGISTRO DE LA INFORMACIÓN RECOPIADA DE ACUERDO A LA TÉCNICA UTILIZADA

Al realizar las entrevistas se obtuvo la siguiente información:

Hay diversos factores que ayudan al crecimiento del local, por eso es necesario establecer la misión, visión y sus objetivos, tanto generales como específicos para poder alcanzar las metas propuestas; además de tener el control completo de los ingresos, egresos y ganancias del negocio, porque es necesario que el propietario del negocio tenga claro cuál es el flujo de ganancias que genera su empresa, tener clara las estrategias que se van a aplicar para poder crecer y no fracasar ante la competencia; es por eso que se implementó un servicio más ágil que favorezca al cliente. Un punto muy a favor de la Cafetería y Restaurant "La Tradición" fue la remodelación de la fachada interna y externa del local; el implemento de iluminación, la publicidad externa de letreros luminosos y la interna de menuderos facilita a los clientes elegir lo que deseen a la hora de hacer sus pedidos.

El propietario pudo corroborar que el personal que labora en la empresa cumple con su horario establecido, son puntuales, respetuosos y laboran a conciencia buscando la satisfacción de los clientes y la de ellos mismos porque ese es el punto para que todo marche correctamente.

El local establece un método que está diseñado para cada puesto de trabajo en la que cada empleado tiene ciertas funciones establecidas que cumplen las expectativas de satisfacción del cliente.

En la entrevista realizada a personal operativo de la empresa se obtuvo la siguiente información:

En la entrevista que se realizó al personal operativo del local se constató que el personal cumple sus funciones y son puntuales a la hora de llegar al trabajo. Se dio a conocer que los empleados reciben una pequeña capacitación, donde se los entrena para que puedan reaccionar frente a alguna situación que se les presente.

La estructura del local tiene su misión, visión, objetivos generales y específicos; el local está legalmente constituido, tiene todos los permisos necesarios para su correcto funcionamiento.

2.3.2. CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN RECOPIADA Factores administrativos que se utilizan

• Organizar • Dirigir • Controlar • Planear • Recursos publicitarios

Planificación de la empresa • Estrategia Publicitaria

Nivel Jerárquico establecido en la empresa • Medio

Controles que utiliza la empresa • Desempeño del personal • Cumplimiento de las normas establecidas

2.3.3. ANÁLISIS DE EVIDENCIA

1. ¿Conoce usted cuáles son los factores administrativos del local en el que labora?

FUENTE: RESTAURANT Y CAFETERÍA "LA TRADICIÓN" AUTOR: JAIME ARBIETO CHIRIBOGA

Análisis: Como podemos darnos cuenta, en el local se tiene muy claro cuáles son todos los factores administrativos que se emplean tanto por parte del dueño, administrador y empleados donde cumplen con sus funciones diarias en sus labores.

2. ¿Conoce las razones que surgieron para implementar estrategias de publicidad en el local?

FUENTE: RESTAURANT Y CAFETERÍA "LA TRADICIÓN" AUTOR: JAIME ARBIETO CHIRIBOGA

Análisis: La implementación de estrategias publicitarias que se realizaron en el local fueron las siguientes: como mejorar las ventas, también buscando que el local sea reconocido por los clientes, y mejorar su aspecto de imagen que se proyecta a los consumidores.

3. ¿Qué tipo de estrategias publicitarias se piensan utilizar para mejorar las ventas del local?

FUENTE: RESTAURANT Y CAFETERÍA "LA TRADICIÓN" AUTOR: JAIME ARBIETO CHIRIBOGA

Análisis: Las estrategias de publicidad que se aplicarán son las siguientes: utilización de letreros luminosos, por medio de redes sociales, implementación de menuderos y también se realizara remodelación completa de la fachada del local; de esta manera se tiene previsto incrementar las ventas del negocio.

2.3.4 ELABORACIÓN DE INFORME

Al realizar el presente trabajo de estudio de casos he utilizado como referencia el local de Cafetería y Restaurant La Tradición, donde se aplicó una entrevista al dueño del local, a los administradores y meseros. Luego de esto se realizó una comparación de los resultados obtenidos durante la entrevista y se llegó a la conclusión de que este local busca satisfacer las necesidades de los consumidores ya que presta servicios variados a sus clientes en dos horarios matutino y nocturno. Es por este motivo que se realizaron cambios de mejora en el local, donde se toma en cuenta primero la planificación de las actividades que se realizarán día a día y teniendo en cuenta la visión del Restaurant y Cafetería "La Tradición" que es ser líder en la producción de comida tradicional de la más alta calidad, con un excelente servicio y lograr la consolidación en la preferencia de nuestros clientes. La misión de este local es ofrecer a nuestros clientes alimentos de calidad con una excelente relación, costo, beneficio; así como un servicio orientado a satisfacer y superar sus expectativas complaciendo así su paladar.

Su objetivo principal es satisfacer las necesidades de alimentación, mostrando la variedad de productos que pueden servirse, para que tengan a su disposición lo que vende la cafetería restaurante.

2.3.5 VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Planeación: se encarga de evaluar los resultados que se han obtenido por medio de las estrategias que se plantearon. Para mejorar ese factor es necesario facilitar información y poder identificar los problemas y darle una solución inmediata.

Organización: es saber manejar adecuadamente los recursos que facilita el local a sus trabajadores y así poder cumplir con los objetivos que se plantearon.

Control: permite evaluar y corregir los errores de los trabajadores; para mejorar su rendimiento es importante saber distinguir las falencias que ocurren en su labor y mejorar su desempeño.

CAPÍTULO III

RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES

3.1. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- Durante el proceso de investigación que se llevó a cabo durante estos meses, se pudo conocer las falencias que presentaba el local de Cafetería y Restaurant “La Tradición”. • Se logró mejorar la fachada del local con publicidad, utilizando letreros luminosos, banners y renovación de pintura.
- La implementación de publicidad on line ayudó de manera satisfactoria a la hora de dar a conocer la variedad de platos tradicionales que ofrece este local.
- Se dio solución a la problemática establecida con el fin de mejorar la calidad del servicio que se brinda y a su vez incrementar las ventas.
- Resultó favorable establecer ante los empleados la misión y visión de la Cafetería y Restaurant “La Tradición” para que ellos entiendan la importancia de satisfacer las necesidades de los clientes y de esta manera poder aumentar el volumen de ventas.

3.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda establecer las actividades diarias de los empleados, organizar las funciones de cada grupo y el horario en el que laborarán. • Establecer las estrategias de publicidad que se subirán en las redes sociales y quien será la persona encargada de hacerlo. • Realizar capacitaciones que ayuden a mejorar la calidad y el desempeño de los empleados en el trato a los clientes. Garantizar que el ambiente y el trato a los clientes sea el adecuado.

1 http://www.bbc.com/mundo/cultura_sociedad/redes_sociales_map 2 <https://www.gestiopolis.com/que-es-una-estrategia-creativa/>

Hit and source - focused comparison, Side by Side:

Left side: As student entered the text in the submitted document.

Right side: As the text appears in the source.

Instances from: PROYECTO REINALDO corregido 2.docx

1 100%

Estrategia creativa:

La estrategia creativa consiste en establecer cómo comunicar lo que se va a decir en un mensaje comercial o publicitario, determina cuál será la forma más efectiva de hacer llegar el mensaje a los consumidores.

1: PROYECTO REINALDO corregido 2.docx 100%

Estrategia creativa:

La estrategia creativa consiste en establecer cómo comunicar lo que se va a decir en un mensaje comercial o publicitario, determina cuál será la forma más efectiva de hacer llegar el mensaje a los consumidores.

Instances from: <https://www.gestiopolis.com/que-es-una-estrategia-creativa/>

2 100%

La

Copy Strategy o Plataforma de Comunicación, que define el qué decir, esto es, la proposición de compra. 2

En la

2: <https://www.gestiopolis.com/que-es-una-estrategia-creativa/>
100%

La Copy Strategy o Plataforma de Comunicación, que define el qué decir, esto es, la proposición de compra.

- La