

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**  
**DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**



**TÍTULO:**  
***ESTRATEGIA DE MARCA: MELO RESTAURANTE.***

**PRESENTADO POR:**  
SAMUEL ISAAC CASTRO RIVERA

**CARNÉ:**  
(CR12057)

INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN PERIODISMO.

**DOCENTE DEL CURSO:**  
LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ.

**COORDINADOR DE PROCESO DE GRADO:**  
MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO.

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, MARZO DE 2021.**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**RECTOR**

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

**SECRETARIO GENERAL**

INGENIERO FRANCISCO ALARCON

**FISCAL GENERAL**

LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN

**DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

LICENCIADO LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y  
HUMANIDADES**

**DECANO**

MAESTRO ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

**VICEDECANA**

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE  
PERIODISMO**

**JEFE DE DEPARTAMENTO**

MAESTRO CARLOS ERNESTO DERAS

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE  
GRADUACIÓN**

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN**

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

# ÍNDICE

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁG.</b>
RESUMEN .....	4
INTRODUCCIÓN .....	5
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA .....	6
OBJETIVOS DE LA MARCA.....	7
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA .....	8
FODA.....	9
REDES SOCIALES DE LA MARCA .....	10
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	11
BUYERS PERSONA.....	13
CANALES DIGITALES Y LÍNEAS DE CONTENIDO .....	14
KPI'S A MEDIR.....	16
CALENDARIO DE CONTENIDO .....	17
REFERENCIAS.....	29

## **RESUMEN**

Este trabajo está basado en la aplicación de los conocimientos adquiridos en Curso de Especialización de Medios Digitales y Redes Sociales.

Las redes sociales son una herramienta que permite compartir información; asimismo, se crean interacciones entre públicos que tienen intereses similares. Todo esto se ve reflejado en diversas actividades, como, juegos, amigos en común, relaciones amorosas y otras que involucran el quehacer diario de la sociedad.

Las nuevas tecnologías no solo interactúan en el nivel personal, sino también, en los negocios, la economía, el marketing, en fin, permiten a las empresas crecer en el ámbito virtual y llegar a un público meta mayor que antes de las redes sociales.

Es por ello que se ha creado esta estrategia de marketing digital, para estudiar las diferentes acciones que se deben tomar para crear, fortalecer y ejecutar una marca personal y así ofrecer los servicios y productos que se desarrollan de acuerdo al ámbito profesional.

Finalmente, con la creación de la estrategia se determinarán los puntos clave para lograr posicionamiento de la marca en un mercado delimitado para lograr ser un referente de negocios en las redes sociales.

**PALABRAS CLAVE:** Plan de Marketing Digital ; Marketing Digital ; Redes Sociales ; Medios digitales ; Engagement ; Marca personal ; SEO ; ContenidoMelo Restaurante.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad las redes sociales son una herramienta excelente para potenciar, mejorar o crear la imagen de una marca y llegar al alcance deseado. Sin embargo; para que todo esto suceda se debe implementar una estrategia de Marketing Digital para redes sociales, con ello se ayudará a la marca, emprendimiento o empresa a conocer sus consumidores, analizar situaciones o problemas que se enfrentan en el proceso de crecimiento de una marca.

El Marketing Digital o Mercadotecnia Digital, es la suma de una serie de actividades que una empresa o persona ejecuta en línea para atraer nuevos clientes, desarrollar la identidad de una marca, crear nuevas relaciones para que sean nuevos clientes; asimismo, mantener la imagen de la marca para adelantarse a la competencia. Entre sus estrategias se encuentran: el SEO, Inbound Marketing y el Marketing de Contenidos.

El presente trabajo tiene como objetivo determinar la estrategia de marca digital del Restaurante Melo, quienes ofrecen productos de comida variada entre aves, res y mariscos; además, servicios de eventos sociales dentro del local del Restaurante. Con esta estrategia se busca dar a conocer la marca y sus productos; asimismo, se espera aumentar el número de seguidores para lograr potenciales clientes que compren, difundan y recomienden los productos y servicios que se ofrecen.

Se resalta que en este trabajo no se desarrolló una investigación como tal ya que los requerimientos para el desarrollo fue poner en práctica los conocimientos adquiridos en el Curso de Especialización; es por ello que no se presentan capítulos sino que se dan pasos a seguir para crear y ejecutar una estrategia digital o plan de marketing.

Finalmente, se hace una propuesta de un calendario de contenidos para RRSS de la marca personal, como producto final, donde se muestra la planificación y la organización de todos los contenidos que se deberán realizar para lograr los objetivos propuestos con la marca en las diferentes RRSS.

## **SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA**

Es una marca relativamente nueva en el mercado y en RRSS, sin embargo el alcance y aceptación que ha tenido en el público durante los últimos 4 meses es buena, pero se requiere crecer más para llegar a otros clientes potenciales.

La estrategia debe ir enfocada a los productos que se ofrecen a partir de las fotografías y descripciones, en este caso de la comida y bebidas, que deben ser bastante claras para evitar controversias entre lo que se ofrece y lo que reciben.

La utilización de hashtags y CTA es fundamental para que funcione y los motores de búsqueda en la web puedan identificar más rápido el establecimiento.

Un lenguaje sencillo y descriptivo se debe desarrollar para una mejor comunicación con los clientes y a través de las historias brindarles más información para que busquen e interactúen directamente con el CM.

## **OBJETIVOS DE LA MARCA GENERALES**

- Dar a conocer la marca y sus productos.
- Aumentar el número de seguidores
- Lograr clientes potenciales que compren, difundan y recomienden los productos y servicios.

## **ESPECÍFICOS**

- Hacer que las personas conozcan y se identifiquen con la marca
- Crear un vínculo con el cliente a través de las publicaciones generadas a partir de un lenguaje sencillo.
- Lograr que los clientes conozcan las instalaciones y servicios que se ofrecen para convertirnos en su primera opción.
- Vender a partir de las experiencias que los clientes han tenido al visitar el restaurante.

## **DESCRIPCIÓN DE LA MARCA**

Melo Restaurante, nace a partir de la necesidad y demanda de contar con un establecimiento fijo, cómodo y adecuado para la comercialización de sus productos y servicios.

Anteriormente no existía un nombre o marca que respaldara los banquetes de eventos sociales o ventas en el garage de casa los fines de semana.

Abre sus puertas el 30 de marzo del 2021, con 8 empleados entre ellos cocineros y meseros, 20 mesas con una capacidad de hasta 80 personas y ofreciendo un menú variado entre aves, carnes y mariscos. Los precios van desde \$4.00 hasta los \$23.00 adicional al menú de bebidas desde \$1.00 a \$5.00 y el menú de boquitas populares a \$1.50.

Los banquetes forman parte primordial del establecimiento ya que comenzó sin un local fijo brindando servicios de banquetes para eventos sociales y fue así como el “sazón” se dio a conocer entre sus clientes. Ahora ya con los banquetes bajo la modalidad de “todo incluido”.



# **FODA**

## **Fortalezas**

- La venta de mariscos en la ciudad.
- Precios justos y competitivos.
- Amplias instalaciones.
- Buena atención al cliente.
- Productos de primera calidad.

## **Oportunidades**

- Eventos sociales.
- Convenios con instituciones.
- Amplia oferta de productos y servicios.
- Ubicación accesible y a orilla de carretera.
- Parqueo con vigilancia.

## **Debilidades**

- Equipo refrigerante insuficiente.
- Falta de estantes para cristalería de bar.
- Algunos proveedores no brindan servicio a domicilio.
- Falta de delivery a toda hora (se ha segmentado).

## **Amenazas**

- El clima (lluvias fuertes azotan en el salón principal).
- Situación COVID-21 y sus restricciones.
- No está en el casco urbano.

## REDES SOCIALES DE LA MARCA

### FACEBOOK



La popularidad de esta red social, permite un mayor público en cada post y una mayor interacción, al comentar o compartir la publicación. Es popular en todas las edades por lo que llegar a un público adulto que buscan un lugar donde disfrutar en familia es más fácil.

<HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/MELO-RESTAURANTE-103121331924288/>

### INSTAGRAM



Las herramientas visuales que contiene esta aplicación ayuda a crear publicaciones atractivas visualmente, es flexible y popular entre el público joven que es parte fundamental de nuestros clientes.

Además, es enteramente visual y ayuda a dar a conocer la comida de una mejor manera.

[HTTPS://INSTAGRAM.COM/MELOSV\\_?UTM\\_MEDIUM=COPY\\_LINK](HTTPS://INSTAGRAM.COM/MELOSV_?UTM_MEDIUM=COPY_LINK)

# ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA



Plaza San Sebastian  
Zacatecoluca, El Salvador

En las publicaciones que más reacciones y acciones ha tenido son del lugar seguido de la oferta gastronómica que ofrecen y eventos.

Tienen Facebook e Instagram activos pero no tienen el mismo alcance.

Las piezas gráficas son llamativas y los colores utilizados van acorde a la fotografía que se ha utilizado como base.

Descripciones cortas y poca utilización de emojis.

Promocionan y promueven muchos eventos dentro de las instalaciones y las reacciones son altas a comparación de otros posts.



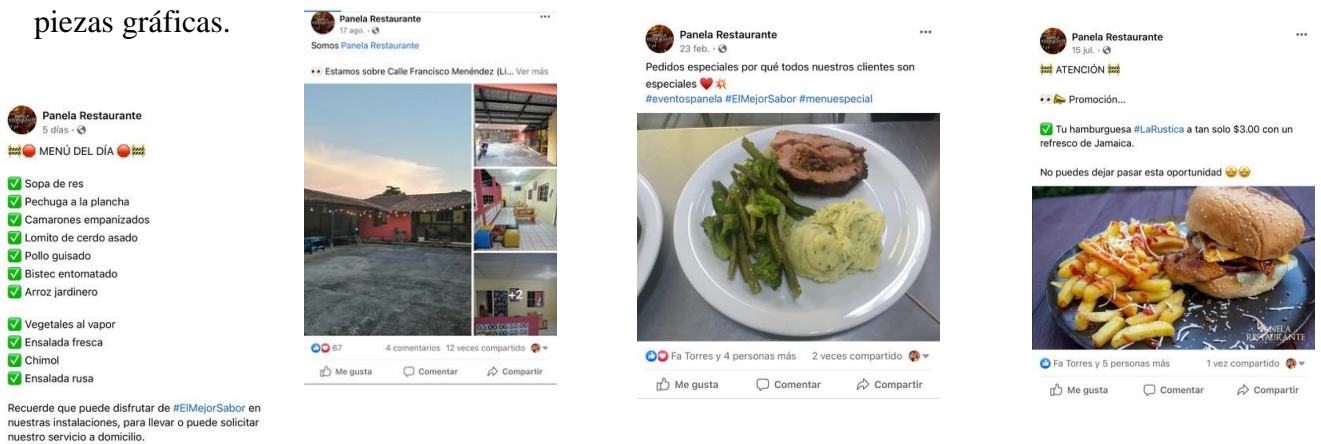


**Panela Restaurante**  
San Rafael Obrajuelo, El Salvador

Se mantiene más activo en Facebook a pesar que cuenta con Instagram también, el propietario sale en muchos videos de la página explicando ciertas dudas y ofreciendo los servicios.

No tiene una sola línea gráfica, los posts los conforman fotografías sin edición y promueve banquetes y servicios similares.

Los textos son grandes en cada post de Facebook y no siempre son acompañados por piezas gráficas.



Competencia	Instagram	Facebook	Twitter	Sitio web
Plaza San Sebastián	✓	✓	✗	✗
Panela Restaurante	✓	✓	✗	✗

# BUYERS PERSONA

**KEVIN RIVERA**  
Psicólogo

Hombre de 35 años, sus padres viven en el municipio de Subi Rafael Obrajuelo, viaja cada fin de semana a visitarlos y a quedarse para salir un momento con sus amigos y su novia, vive en San Salvador, el sol.

Graduado en licenciatura en Psicología

Vive en San Salvador, soltero, tiene novia pero aún nada serio.

Es catedrático de una Universidad y tiene su propia clínica de psicología para jóvenes, hace voluntariado en un hospital.

27 años, gusta de los sojos y comida hecha como en casa, come frecuentemente un par de bebidas con sus amigos.

Ingreso de \$1,000.

Busca lugares con buen ambiente y cerca de la casa de sus padres.

Llega de visita a casa de sus padres y no quiere ser una molestia y ponerlos a atenderlo.

**CARLOS ESCALANTE**  
CEO TecnoMevi

Joven emprendedor en el área de telefonía y accesorios, soltero, reside en Santiago Nonualco (2km de distancia) y busca divertirse cada fin de semana con sus amigos.

Graduado en ingeniería informática

Vive en Santiago Nonualco, independiente, sus padres viven en el extranjero.

Tiene su propia tienda de reparación, teléfonos y accesorios.

27 años amante de la buena comida y cervezas.

Ingreso entre \$1500 a \$2,000 más remesas.

Desea buscar un lugar donde comer y tomar cerca de casa y que ofrezca un buen servicio.

No puede ni le gusta cocinar al salir de trabajar, ni llegar a casa y estar sólo.

**ELIZABETH FLORES**  
Asistente Administrativa

Mujer de 35 años, Sub Gerente de Banca, dos hijos de Zacatepecolca, casada y amante por el buen café y los mariscos. Le encanta salir a comer a restaurantes de la zona en el fin de semana.

Graduada en Admin. de Empresas

Vive en Zacatepecolca, con su familia por total son 6 miembros porque vive con su suegra.

Trabaja en el banco de Sub Gerente, de lunes a viernes de 8:00 a 5:00 pm y sábados al medio día.

35 años, le encantan los mariscos y comer fuera de casa los fines de semana.

Ingreso de \$1,200.

Busca lugares cercanos donde comer con su familia y amigos un menú variado y mariscos.

Por falta de tiempo no cocina en casa pero le gusta compartir tiempo de calidad con su familia.

## **CANALES DIGITALES Y LÍNEAS DE CONTENIDO**

### **F A C E B O O K**

La popularidad de esta red social, permite un mayor público en cada post y una mayor interacción, al comentar o compartir la publicación.

Es popular en todas las edades por lo que llegar a un público adulto que buscan un lugar donde disfrutar en familia es más fácil.

### **I N S T A G R A M**

Las herramientas visuales que contiene esta aplicación ayuda a crear publicaciones atractivas visualmente, es flexible y popular entre el público joven que es parte fundamental de nuestros clientes.

Además, es principalmente visual y ayuda a dar a conocer la comida de una mejor manera.

## **LÍNEAS DE CONTENIDO**

### **IDENTIFICACIÓN CON LA MARCA**

Para que las personas prefieran nuestros servicios y productos se deben identificarse con la marca y sentirse representados; por ejemplo, resaltar su gastronomía local, costumbres y tradiciones.

### **B R A N D I N G**

Dar a conocer los valores que como empresa poseemos y el cuidado de cada detalle en todos nuestros servicios y productos.

### **S E R V I C I O S**

Mostrar los servicios es parte fundamental de la empresa para poder llegar a las ventas, esto a través de fotografías que contengan precios e información adicional que llame la atención de los clientes.

### **CUADRO RESUMEN DE LA LOGÍSTICA**

<b>IDENTIFICACIÓN</b>	<b>BRANDING</b>	<b>SERVICIOS</b>
Crear contenido con el que se identifiquen Gastronomía, eventos, tradiciones,	Mostrar los valores y cualidades que nos diferencian de los demás negocios.	Promocionar servicios y productos con información relevante incluir CTA.
Facebook e Instagram Fotos, infografía y reels.	Videos cortos, fotografías Promociones, fotografía y datos curiosos.	Promociones, fotografías e infografías.

## **KPI'S A MEDIR**

### **F A C E B O O K**



- Likes a las publicaciones.
- Veces compartidas de una publicación.
- Likes en la página.
- Alcance de publicaciones.
- Mensajes recibidos.
- Clics en el botón de Whatsaap.

### **I N S T A G R A M**



- Número de seguidores.
- Menciones o etiquetas.
- Reacciones a las historias.
- DM a partir de las publicaciones.
- Número de corazones en publicación.
- Elementos guardados.







## CALENDARIO DE CONTENIDO



Fecha	Hora	Tipo de contenido	Pilar de contenido	Copy	Descripción gráfica
Viernes 15	9:00 am	Fotografía menú de viernes	Venta	Deliciosos panes rellenos con el sabor de la cocina tradicional salvadoreña, a partir de las 4:00 pm De pollo y gallina Pídelos a través del WhatsApp o vía imbox	
	11:00 am	Infografía (noche de karaoke)	Identificación	Ven este viernes y pon a prueba tus dotes de cantante y gana excelentes premios	

	11:30 am	Infografía festival	Identificación	Disfruta este sábado 16 con tu familia y amigos de una de las tradiciones más importantes de San Rafael Obrajuelo, el FESTIVAL DEL CERDO Y SUS DERIVADOS A partir de las 10:00 am Parque central del municipio	 <p>MELO RESTAURANTE <b>FESTIVAL DEL CERDO</b> Sábado 16 de octubre 10:00 am Parque Municipal, SRO. Cerdo y todos sus derivados</p>
<b>Sábado 16</b>	9:00 am	Video festival del cerdo	Identificación	Este sábado tienes una cita con nosotros en el parque central de San Rafael Obrajuelo, ven y disfruta con tu familia y amigos de este gran festival del cerdo	 <p>Delicia culinaria @MELOSV_</p>
	12:00 md	Historia del ambiente en el festival del cerdo	Identificación	Ya estamos instalados, búscanos y disfruta de tus platos preferidos con nosotros	(No se ha llevado a cabo aún)



	7:00 pm	Fotografías de platillos en el restaurante	Servicios	Aún estás a tiempo de venirte a Melo Restaurante y pasarla de lo mejor	
	8:00 pm	Fotografía de la sopa de pata	Servicios	Mañana no te quedes sin degustar nuestra deliciosa sopa de patas Haz tus pedidos ya! Delivery a partir de las 11:00 am	

<b>Domingo 17</b>	9:00 am	Fotografía del restaurante	Servicios	Ya estamos listos para atenderte en este domingo cargado de mucho sabor y diversión con tu familia y amigos	
	10:00 am	Video de sopa de gallina	Identificación	El sabor casero en tu mesa siempre en Melo Restaurante Ven y prueba la deliciosa sopa de gallina ya sea en combo o individual Te esperamos a partir de las 11:00 am	
<b>Lunes 18</b>	Cerrado	Cerrado	Cerrado	Cerrado	Cerrado


<p><b>Martes 19</b></p>	<p>10:00 am</p>	<p>Post en fb utilizando los recursos de la app</p>	<p>Servicios</p>	<p>Bienvenidos a una nueva semana, ya estamos listos para atenderte desde las 11:00 am hasta las 10:00 pm</p>	 <p>The image shows a Facebook post from 'Melo Restaurante'. At the top, there is a profile picture and the name 'Melo Restaurante' with a 'Público' (Public) privacy setting. Below this is a large green rectangular graphic with white text that reads: 'Bienvenidos a una nueva semana Ya estamos listos para atenderte desde las 11:00 am hasta las 10:00 pm'.</p>
<p><b>Miércoles 20</b></p>	<p>2:00 pm</p>	<p>Publicación de fotografías de evento realizado</p>	<p>Servicios</p>	<p>Quieres una fiesta inolvidable y aún no sabes dónde, Melo Restaurante es tu mejor opción, escríbenos y agenda tu cita ya! Y reserva tu fecha especial</p>	 <p>The image shows the interior of Melo Restaurante, which is a dining room. It features several round tables covered with light-colored tablecloths and white chairs. The room has a rustic aesthetic with exposed brick pillars and white fabric draped from the ceiling. There are small floral centerpieces on the tables.</p>


<p><b>Jueves 21</b></p>	<p>10:00 am</p>	<p>Infografía de fiesta de Halloween</p>	<p>Servicios</p>	<p>Ve preparando tu mejor disfraz y ven a Melo Restaurante y gánate hasta 100 dólares en efectivo</p>	
<p><b>Viernes 22</b></p>	<p>10:00 am</p>	<p>Video corto de pan relleno</p>	<p>Identificación</p>	<p>Sabemos lo mucho que te encanta la cocina tradicional Por eso nuestros deliciosos panes con gallina o pollo son la mejor opción para este viernes en familia</p>	


	3:00 pm	Foto de postres	Servicios	Esta tarde no hay nada mejor que compartirla con tus amigos y en Melo Restaurante tenemos el postre ideal ¡Ven y pruébalos todos!	
	5:00 pm	Infografía noche de carnaval	Identificación	Sabemos que estamos en vísperas de las fiestas patronales de este bello municipio por eso en Melo Restaurante lo queremos celebrar a lo grande Mañana sábado gran carnaval bailable a partir de las 9:00 pm Entrada general: \$2.00	


<b>Sábado 23</b>	10:00 am	Invitación al carnaval, encuesta de Instagram	Identificación	¿Ya estás listo para el carnaval?	
	5:00 pm	Fotografía parrillada	Servicio	<p>En esta gran noche puedes disfrutar de nuestros asados con tus amigos o familiares.</p> <p>Pide la parrillada Melo para 4 personas</p> <p>Ya sea de res, cerdo o pollo</p> <p>A tan solo \$23.00</p>	



	9:00 pm	Historia del ambiente en el restaurante	Branding	Aún estás a tiempo de venirte a pasarla bien con tu familia y amigos En un ambiente acogedor, seguro y con medidas de bioseguridad No te quedes en casa	(No se ha llevado a cabo aún)
<b>Domingo 24</b>	8:00 am	Fotografía e infografía del patrono de la ciudad	Identificación	Felices Fiestas San Rafael Obrajuelo	
<b>Lunes 25</b>	Cerrado	Cerrado	Cerrado	Cerrado	Cerrado

<p><b>Martes 26</b></p>	<p>3:00 pm</p>	<p>Fotografía fiesta Halloween</p>	<p>Servicio</p>	<p>La fiesta aún no termina, este sábado 30' ven a Melo Restaurante y disfruta de esta gran fiesta de disfraces donde podrás ganar hasta \$100 dólares en efectivo</p>	
<p><b>Jueves 28</b></p>	<p>10:00 am</p>	<p>Post en Facebook promocionando el último fin de semana de octubre</p>	<p>Servicio</p>	<p>Este fin de semana está cargado de fiesta para ti Jueves lady's night Viernes de karaoke Sábado fiesta de disfraces</p>	

<p><b>Viernes 29</b></p>	<p>3:00 pm</p>	<p>Imagen de karaoke</p>	<p>Servicio</p>	<p>¿Ya estás listo para venir a cantar y brillar como una verdadera estrella?</p>	
--------------------------	----------------	--------------------------	-----------------	---	---

<p><b>Sábado 30</b></p>	<p>10:00 am</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Branding</p>	<p>Vas a ganar esta noche el premio de \$100 dólares en efectivo</p>	
-------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	--	---

## REFERENCIAS

Asana. (2021, agosto 3). Análisis FODA: Qué es y cómo usarlo. Asana.  
<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

De Castro, I. N. (2021, agosto 10). ¿Qué son y cómo elegir los canales de marketing? rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/canales-de-marketing/>

Inboundcyle. (n.d.). Buyer persona: qué es, tipos y cómo definirlo + plantilla. Inboundcyle. <https://www.inboundcycle.com/buyer-persona>

Melo Restaurante (2021, agosto 4). <https://m.facebook.com/Melo-Restaurante-103121331924288/?tsid=0.39100731706008607&source=result>

Melo Restaurante (2021, agosto 20).  
[https://instagram.com/melosv\\_?igshid=YmMyMTA2M2Y=](https://instagram.com/melosv_?igshid=YmMyMTA2M2Y=)

Sordo, A. I. (2021, septiembre). Cómo hacer un análisis de tu competencia. hubspot. <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-analisis-competencia>

Plaza S. (2021, noviembre 25).  
<https://m.facebook.com/plazasansebastiansv/>

Plaza S. (2021, noviembre 25).  
[https://instagram.com/plaza\\_sansebastian?igshid=YmMyMTA2M2Y=](https://instagram.com/plaza_sansebastian?igshid=YmMyMTA2M2Y=)

Panela Restaurante (2021, septiembre 21).  
<https://m.facebook.com/Panela-Restaurante-159285521252324/>

Villalobos, C. (2021, agosto 25). Quiénes somos: 10 descripciones inspiradoras de empresas. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/descripcion-de-una-empresa-ejemplos>