



Reporte Final de Estadía

Elvia Arely González Barco

Casa Azul



Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz



Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz

Programa Educativo
Tecnologías de la Información y Comunicación / Tecnologías de la
Información

Reporte para obtener título de
Ingeniero en Tecnologías de la Información

Proyecto de estadía realizado en la empresa
CODE México

Nombre del proyecto
“ Casa Azul”

Presenta
Elvia Arely González Barco

Cuitláhuac, Ver. a 2 de abril de 2018.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	1
RESUMEN.....	2
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	3
1.1 Estado del Arte	4
1.2 Planteamiento del Problema	5
1.3 Objetivos.....	6
1.4 Definición de variables	6
1.5 Hipótesis	7
1.6 Justificación del Proyecto.....	7
1.7 Limitaciones y Alcances	8
CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA DE DESARROLLO (UWE)	14
2.1 Fases de desarrollo	14
CAPÍTULO 3. DESARROLLO DEL PROYECTO.....	20
CAPÍTULO 4. RESULTADOS Y CONCLUSIONES	23
4.2 Trabajos Futuros	26
4.3 Recomendaciones.....	26
BIBLIOGRAFÍA.....	33

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilust 1.8.1 Historia de la empresa	9
Ilust 3.2.1 Diragrama de caso de uso.....	15
Ilust 3.2.2 Diagrama Navegacional.....	16
Ilust 3.2.3 Diagrama entidad relación.....	17
Ilust 3.2.4 Maquetación Inicio	18
Ilust 3.2.4 Maquetación Menú	18
Ilust 3.2.4 Maquetación Xanat.....	19
Ilust 3.2.4 Maquetación Centro	19
Ilust 4.1 Descripción del sitio	23
Ilust 4.1 Aplicación de Google Analytics.....	24
Ilust 4.1 Descripción del sitio	25
Ilust Anexo 1.....	27
Ilust Anexo 2.....	28
Ilust Anexo 3.....	29
Ilust Anexo 4.....	29
Ilust Anexo 5.....	30
Ilust Anexo 6.....	30
Ilust Anexo 7.....	31
Ilust Anexo 8.....	32

TABLAS

3.1.1 Requisito 1.....	14
3.1.1 Requisito 2.....	14
3.1.1 Requisito 3.....	15

AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y brindarme una vida de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Le doy gracias a mis padres Elvia Barco Pérez y José Luis González Acuña por apoyarme en todo momento, por lo valores que me han inculcado y por haberme dado la oportunidad de tener excelente educación en el transcurso de mi vida.

A mis hermanos Luis Ángel González Barco, Arlemy Guadalupe González Barco y Aracely González Barco por ser parte importante de mi vida y representar la unidad familiar.

A Miguel Ángel Huerta Martínez, por ser parte muy importante de mi vida, por haberme apoyado en las buenas y en las malas, sobre todo por su paciencia y amor incondicional.

Le agradezco la confianza, apoyo y dedicación de tiempo de mis profesores: LI. Roberto Campos Porras, ISC. Merced Sosa Luna, LI. Arturo Escobar García, LI. Eric Onofre Ruiz, LI. Rolando Rodríguez Vázquez, M. An. Cecilio Francisco Mendoza González, MRT. Ricardo Castro Valdivia, MRySI. María Reina Zarate Nava, MSC. Jesús Leonardo López Hernández, MSC. Nancy Aracely Cruz Ramos, Sergio Velázquez Bonilla, Ing. Daniel González Díaz, ISC. Estefanía Pulido Álvarez.

RESUMEN

El presente proyecto fue asignado tras un análisis de su carta de clientes de la empresa CODE México el proyecto llamado “Casa Azul”, el cual consiste en el desarrollo de un Sitio Web enriquecido como una estrategia enfocada al marketing digital y la aplicación de las social media; cuenta con un diseño, estructura y contenido solicitados por el cliente (mostrar el logotipo de la empresa, Google Analytics, sus redes sociales, MOZ, SEO e imágenes propias). Este sitio es para el restaurante y barra de café “Casa Azul” dedicada a ofrecer platillos, una gran variedad de café y postres con nombres inspirados en Frida Kahlo y Diego Rivera. El propósito es fomentar la cultura de la casa azul en donde vivieron Frida Kahlo y Diego Rivera, también dar a conocer las artesanías mexicanas, por esto se implementará la estrategia del sitio web para que mediante el marketing digital y las aplicaciones social media se pueda dar a conocer al restaurante y barra de café en el mercado nacional y en un futuro al mercado internacional. La empresa evaluará la factibilidad de esta idea, y el surgimiento de plan de negocio de importación; el cual beneficiará al cliente con el incremento del ingreso económico y reconocimiento de la marca. Nuestra finalidad es ofrecerle a la empresa y a sus clientes un servicio que sea eficiente y original.

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

Tras el análisis que realizó la empresa CODE México de sus clientes y sobre los problemas que se presenta se llegó a la asignación del proyecto del restaurante y barra de café “Casa Azul” que hoy en día tiene disminución de ventas y quieren dar a conocer su inspiración de Frida Kahlo y Diego Rivera en todo México, por lo cual buscan la implementación de una alternativa para incrementar las ventas.

Por ello el surgimiento del presente proyecto enfocado al marketing digital se implementó un sitio web y las aplicaciones social media. Todo para asegurar la futura compatibilidad y escalabilidad del presente proyecto proporcionado al cliente. Por lo que el usuario podrá visualizar y consultar la variedad de artesanías mexicanas, la carta de menú, así mismo podrá hacer uso de las aplicaciones social media, para las redes sociales con las cuales cuenta “Casa Azul”, con un optimizador de búsqueda SEO y Google Analytics para el análisis audiencia, la adquisición y el comportamiento en tiempo real del sitio.

1.1 Estado del Arte

El restaurante y barra de café Casa Azul cuenta con un sitio web como estrategia de marketing digital para el aumento de sus ventas, en donde muestra sus productos y servicios que ofrece como también información y el uso de social media para conocer al cliente y a la vez darse a conocer. La computación en nube ha ayudado a muchas empresas a transformar sus prácticas de TI en los últimos cinco años, pero los expertos coinciden en que el mercado está entrando en una segunda ola para los servicios públicos, privados e híbridos en la nube.

Según una encuesta de Forrester Research, el 38% de los responsables de la toma de decisiones de la empresa aseguró que está construyendo nubes privadas, con un 32% adquiriendo servicios de cloud público y el resto planeando implementar algún tipo de tecnología de nube este año. La nube híbrida también se está calentando, con el 59% de los encuestados afirmando que están adoptando el modelo. Para impulsar esta adopción acelerada es necesario que las empresas escalen sus recursos para servir mejor a los clientes, afirma Forrester Research Dave Bartoletti. Lief Morin, presidente de Key Information Systems Inc., dijo que ayudar a los clientes a evaluar sus necesidades en la nube será un foco importante para la compañía en 2017. Según Morin, la computación en la nube es ahora menos sobre nuevas soluciones tecnológicas y tiene más que ver con nuevos métodos de consumo y colaboración que pueden agregar valor de negocio: un aumento en los ingresos, una disminución en los costos o una eliminación del riesgo.

1.2 Planteamiento del Problema

Tras un análisis previo de los clientes de la empresa CODE México se detectó que, a pesar de contar con estrategias de marketing, estas no tienen potencial para incrementar su presencia en plataformas digitales y fortalecer las relaciones con su público en redes sociales a través de una planeación y herramientas creativas.

Como es el caso del restaurante y barra de café “Casa Azul”, tiene como objetivo de inspirar en México y en la “Casa Azul” dónde vivieron Frida Kahlo y Diego Rivera, para diseñar un espacio con un concepto que inicialmente quería convertirse en el ideal para parejas y amigos. Al no contar con la estrategia del sitio web enfocado al marketing digital en donde se dé a conocer, se le dificulta lograr los retos que tiene a largo plazo.

Por tal motivo se propuso el desarrollar la estrategia de un sitio web en el que el usuario podrá consultar su carta de comidas, postres, su barra de café y sus artículos de artesanías mexicanas “Boutique Azul”, enfocado al marketing digital, conocer más de “Casa Azul”, contactar sus redes sociales y obtener un análisis en tiempo real de la empresa estando en la web con Google Analytics y la implementación de la herramienta optimizador de búsquedas en la web.

1.3 Objetivos

Realizar un sitio web enfocado al marketing digital y haciendo uso de las aplicaciones social media, para resaltar la personalidad de la marca, con la finalidad de alcanzar nuevos seguidores y darnos a conocer para un mejor posicionamiento de la marca, incluyendo el uso de redes sociales y aplicaciones de posicionamiento del sitio.

1.4 Definición de variables

- Levantamiento de requerimientos
- Diseño del sitio web
- Tomar fotografías auténticas
- Enlazar a las redes sociales
- Anexar imágenes de la “boutique Azul”
- Hacer un sitio atractivo para el usuario
- Anexar su ubicación y la nueva sucursal
- Implementar aplicaciones para marketing digital y social media
- Acceso a la base de datos

1.5 Hipótesis

El restaurante y barra de café Casa Azul, es una empresa que quiere inspirar a México en los pintores Frida Kahlo y Diego Rivera, como también darse a conocer y dar trabajo a los mexicanos que se dedican a la elaboración de artesanías.

Como los pintores son mexicanos y son un ejemplo para crecer profesionalmente para todos los mexicanos.

Por lo cual con la implementación de la estrategia del sitio web enfocado al marketing digital se dio a conocer esta pareja de pintores mexicanos, sus pinturas, la empresa que está inspirada en sus obras Casa Azul y sobre todo en las artesanías mexicanas con ayuda de las aplicaciones social media.

1.6 Justificación del Proyecto

El presente proyecto es propuesto por la empresa CODE México, el cual su propósito es realizar una estrategia de marketing digital con ayuda de un sitio web que cuente con un hosting, ya que el restaurante y barra de café “Casa Azul” no cuenta con un sitio web en el cual se den a conocer a nivel nacional. Los beneficios que traerá este proyecto es el aumento de clientes, abrir más sucursales y ser reconocida.

Los usuarios serán beneficiados ya que podrán consultar los precios, productos, alimentos, ubicación y seguirlos mediante sus redes sociales desde la comodidad de su hogar y a la hora que lo deseen, al igual desde sus redes sociales podrán conocer los servicios que brinda la empresa.

1.7 Limitaciones y Alcances

En el presente proyecto se pretende implementar la creación de la estrategia de un sitio web en el que el cliente pueda consultar, los productos, alimentos del restaurante y barra de café “Casa Azul” y de esta forma pueda darse a conocer de forma más eficiente con su optimizador SEO y mediante Google Analytics poder conocer los gustos y comentarios de los clientes. Como también esto le brindara crecer en su entorno ya que les permitiría a los clientes estar conectados e informados mediante sus redes sociales.

Como limitación el sitio no contará con la función de correo electrónico, ni se tendrá la conexión a la base de datos.

1.8 La Empresa CODE México

1.8.1 Historia de la empresa

En el año 2006 inicio una aventura con la participación de una empresa de jóvenes recién egresados de la carrera de sistemas y la aportación de la experiencia empresarial de un proyecto piloto auspiciado por la PNUD y realizado en la Cd. de Guadalajara, Jal., en 1999.

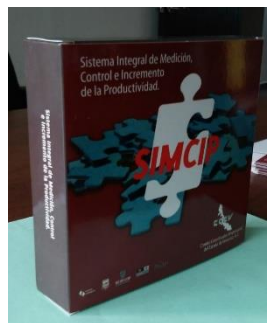
El reto, desarrollar un sistema que permitiera al empresario medir todos los pasos de un proceso productivo a fin de conocer su grado de aportación en la vida de la empresa. El objetivo era determinar si el producto era rentable o no y si era indispensable para el perfil de la empresa o podría ser eliminado, tomando acciones que pudieran mejorar o reemplazar en caso necesario.

El proceso fue muy largo por la inexperiencia del grupo. La inmadurez de los líderes del proyecto que se llegaron a situaciones absurdas como financiarles un sitio de desarrollo en Italia.

El primer producto no fue lo esperado y se cambiaron líderes de proyecto, siendo encargado a una empresa de sistemas en la Cd. de México, quienes hacían enlace con la empresa a través de un responsable local, pero la distancia cobró la factura. No se logró entender respecto a lo que se pretendía y no quedaron satisfechos.

Entonces se formó un equipo propio, recuperando la experiencia pasada para retomar la visión y objetivos originalmente planteados y a partir del 2008 comenzar un nuevo el esfuerzo que continúa hasta hoy.

El Sistema Integral de Medición, Control e Incremento de la Productividad, SIMCIP, fue terminado y se logró una primera experiencia en colaboración con el Comité Coordinador Empresarial del Estado de Veracruz, A.C., el Gobierno del Estado de Veracruz por conducto de su Secretaría de Desarrollo Económico SEDECOP, el Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Economía.



Ilust 1.8.1 Historia de la empresa

El SIMCIP viene a resultar una herramienta indispensable para apoyar la toma de decisiones de la empresa al ubicar de forma precisa los productos ganadores y los

perdedores en materia de rentabilidad, siendo perfilado principalmente hacia el sector industrial.

Al tener un escenario mayoritario hacia el comercio, poco avance se alcanzó.

Otro factor importante ocurrió de forma paralela, con la aparición de la facturación electrónica que en el 2004 la SHCP reconoció como documento alternativo y en el 2006 publicó en el DOF las bases para el nuevo esquema de facturación, dando por terminada la existencia oficial y formal de la facturación impresa en el 2010.

La empresa entonces viró en esa dirección y en el 2010 aparecimos en el mercado de la Facturación Electrónica con el primer producto: e-empresa.

CODE México se formaliza el 7 de marzo del 2014 mediante Escritura Pública 56,671 ante Notario Público No. 12 en Xalapa, Veracruz, marcando el inicio de una nueva etapa.

1.8.2 Misión, visión y objetivos de la empresa

1.8.2.1 Misión

Crear soluciones tecnológicas para transformar empresas.

1.8.2.2 Visión

Comprender las necesidades de nuestros clientes para dar resultados basados en innovación informática, dando respuesta rápida, haciendo las cosas fáciles y bien.

1.8.2.3 Objetivos

Mejorar en las prácticas de los procesos administrativos y productivos de las empresas, enfatizando el esfuerzo hacia la incorporación de la tecnología en las micro y pequeñas empresas, sin descuidar los nuevos requerimientos en materia de tecnología para la mediana y grande empresa.

1.8.3 Procesos que se realizan en la empresa

La principal actividad de la empresa es desarrollar sistemas para micro, pequeñas y medianas empresas, con la finalidad que estas tengan un control administrativo adecuado.

Otra de las actividades es el marketing y publicidad que se les hace a las empresas, para que sus negocios sean prósperos, esto se hace mediante páginas web con sus respectivas redes sociales.

1.8.4 Mercado de impacto de los productos o servicios brindados por la empresa

1.8.4.1 e-empresa

Sistema e-empresa es una línea de Software (ERP) que representa la mejor herramienta tecnológica para llevar al día la administración de las empresas; con procesos fáciles y de forma intuitiva que permiten su fácil comprensión.

Es un sistema completo que incluye la finalización de un proceso de venta con la emisión de la Factura Electrónica CFDI, cumpliendo con todos los requisitos establecidos por el SAT.

Los Módulos que integran el sistema e-empresa incluyen:

Administración, Punto de Venta, Facturación, Nómina y Contabilidad Electrónica.

Como parte de las actividades del sector empresarial en Xalapa se hay un número muy significativo de Universidades privadas a las cuales también les resulta el impacto de las nuevas obligaciones fiscales, por lo que desarrollamos nuestra línea: e-educación.

1.8.4.2 e-educación

Plataforma e-educación incorpora un módulo de control de colegiaturas ligadas a la expedición de comprobantes fiscales CFDI, la Nómina y Contabilidad Electrónica y un Módulo de Control Escolar, ligado a los procesos administrativos a que la institución está obligada con relación a la autoridad educativa local o federal.

Al extenderse las obligaciones tributarias para todo el sector público, ampliamos nuestro horizonte y tienen la línea: e-gobierno.

1.8.4.3 e-gobierno

Plataforma e-gobierno es la respuesta a las nuevas obligaciones y responsabilidades del sector público, con un conjunto de aplicativos que se interrelacionan para dar solución a

cada una de las áreas del sector gubernamental: Administrativos, Operativos y Fiscales. Y como parte del servicio, cuenta con la representación comercial de los principales proveedores de tecnología, lo que permite ofrecer el mejor equipamiento de acuerdo a sus requerimientos.

1.8.5 Impacto en el área de tecnologías de la información y comunicación

En el mundo de hoy, ya sea para una persona, empresa u organización, el poder acceder a las TIC es un requisito importante al participar de una sociedad cada vez más dependiente de la tecnología. Con el propósito de cuantificar la diferencia existente entre sectores que tienen acceso a las herramientas de la información y aquellos que no lo tienen se usa el concepto de brecha digital.

Las TIC posibilitan poner en práctica estrategias comunicativas y educativas para establecer nuevas formas de enseñar y aprender, mediante el empleo de concepciones avanzadas de gestión, en un mundo cada vez más exigente y competitivo, donde no hay cabida para la improvisación.

Con los productos que ofrece la empresa se busca mantener un ritmo adecuado de cambio respecto a los avances tecnológicos actuales y establecer mecanismos en la incorporación de las TIC, debe constituir un eje transversal, motivo por el cual se asumen los retos de la actualidad y se establecen acciones de mejoramiento continuo ante la eminente necesidad de hacer frente a todos los desafíos impuestos por la sociedad.

CAPÍTULO 2 METODOLOGÍA DE DESARROLLO (UWE)

En este capítulo se presentan los entregables de la metodología UWE, de la cual se basó el proyecto para su desarrollo.

2.1 Fases de desarrollo

2.1.1 Primera fase

Se presentan los requerimientos funcionales.

2.1.1.1 Requisito 1

Identificación del requerimiento	RF01
Nombre del requerimiento	Difusión de información
Características	Sitio web, que dispone de información e imágenes del restaurante y barra de café.
Descripción del requerimiento	Un sitio web en donde se dan a conocer sus productos, alimentos que ofrecen a los clientes.

2.1.1.1 Requisito 1

2.1.1.2 Requisito 2

Identificación del requerimiento	RF02
Nombre del requerimiento	Social media
Características	Sitio web dispone de redes sociales a las que se pueden enlazar para conocer más el restaurante y barra de café.
Descripción del requerimiento	Las redes sociales es una fuente en donde se da a conocer más el restaurante y barra de café para interactuar con sus clientes.

2.1.1.2 Requisito 2

2.1.1.3 Requisito 3

Identificación del requerimiento	RF02
Nombre del requerimiento	Marketing digital
Características	Estando en la web cuenta con la aplicación google analytics
Descripción del requerimiento	Con esta aplicación se realiza el análisis en tiempo real de audiencia, adquisición y el comportamiento de la empresa en la web.

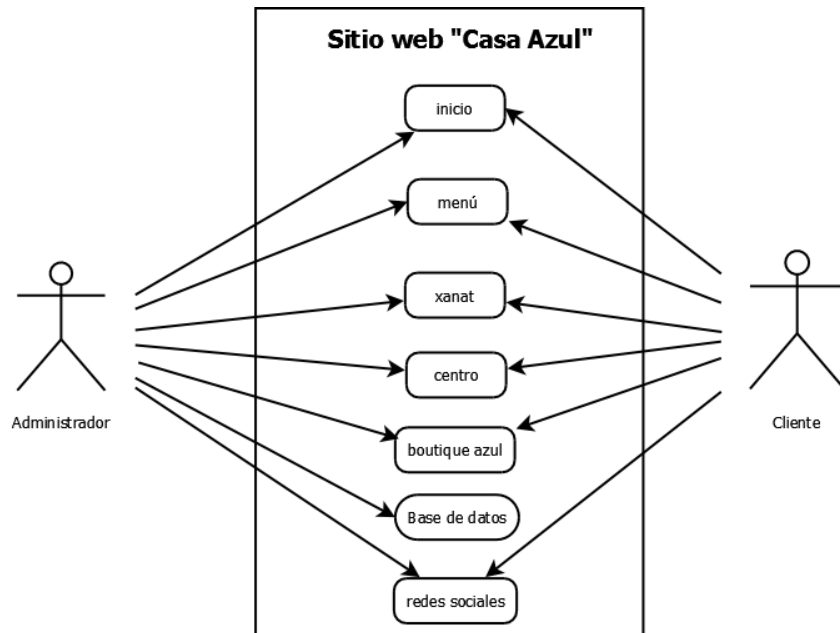
2.1.1.3 Requisito 3

2.2 Segunda fase

Se representa los diferentes diagramas del sitio web.

2.2.1 Diagrama de caso de uso

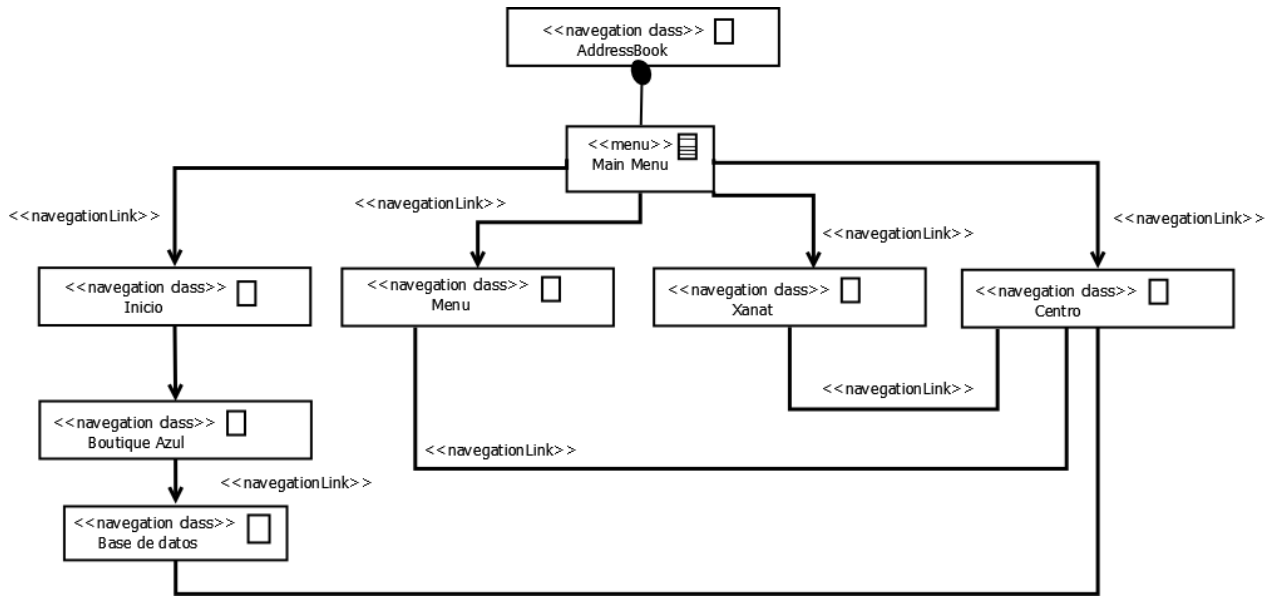
Demostración del proceso de la función del sitio web de la empresa.



Ilust 3.2.1 Diagrama de caso de uso

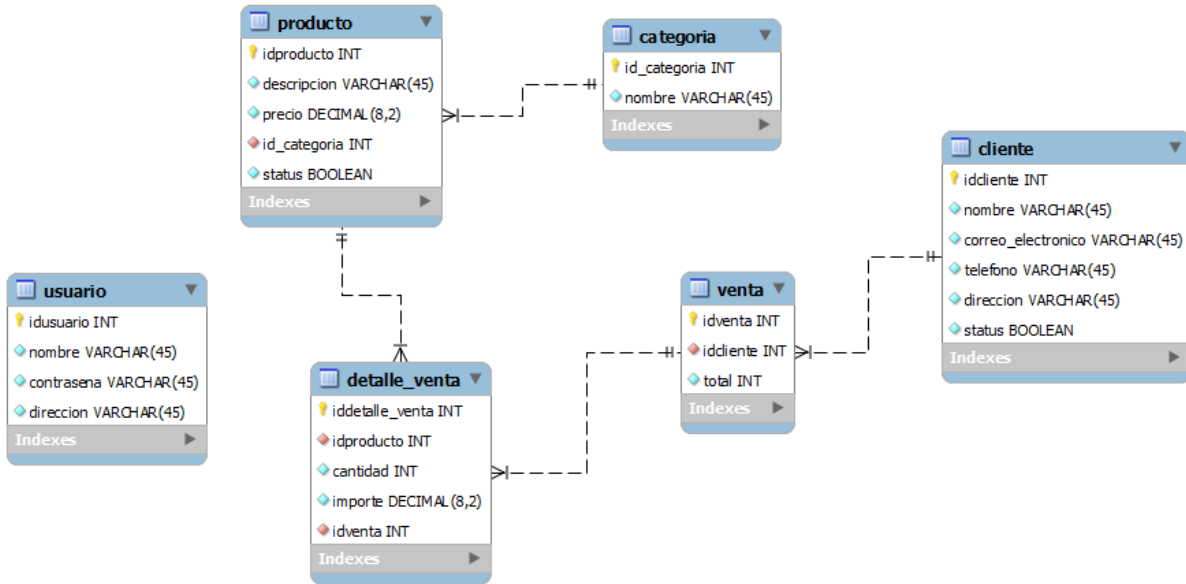
2.2.2 Diagrama Navegacional

Representación de la estructura y función del sitio web del restaurante y barra de café Casa Azul.



Ilust 2.2.2 Diagrama Navegacional

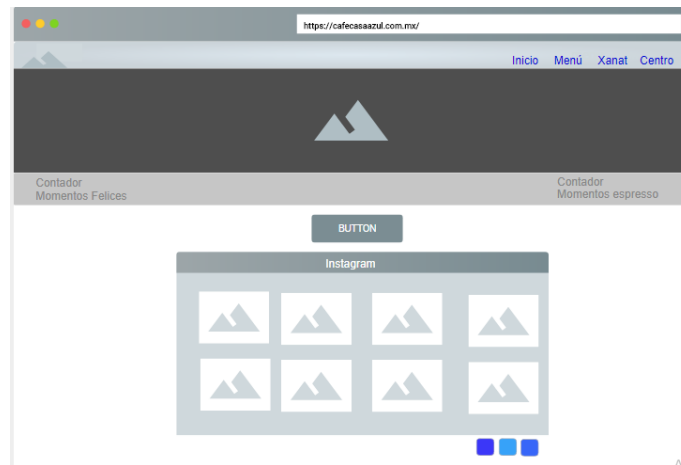
2.2.3 Diagrama Entidad relación



Ilust 2.2.3 Diagrama entidad relación

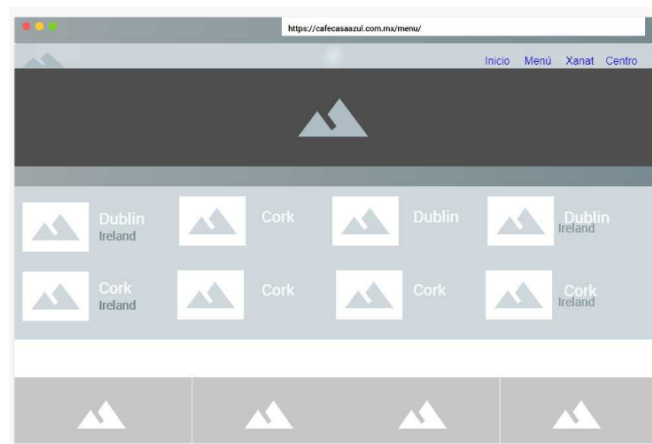
2.2.4 Maquetación

Representación del sitio web y su contenido. La interfaz de inicio contiene el menú con su logo del restaurante y barra de café, un slider de imágenes, contadores, un botón que te enlaza a la galería de una boutique y redes sociales (Instagram y Facebook).



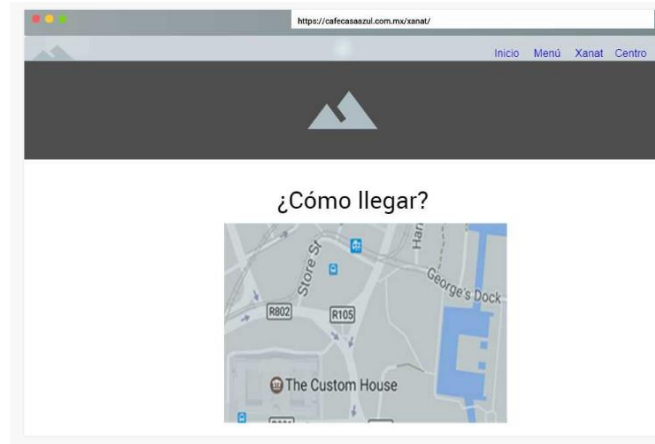
Ilust 2.2.4 Maquetación Inicio

Interfaz de menú, contiene una imagen en el banner, imágenes del menú de los alimentos que ofrecen y una galería de imágenes.



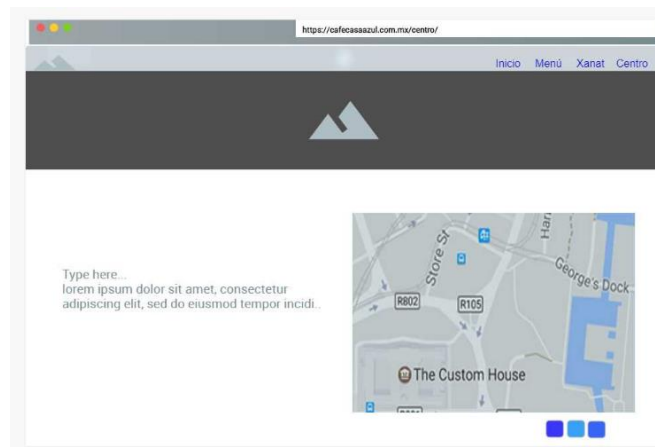
Ilust 2.2.4 Maquetación Menú

Interfaz de Xanat, contiene una slider de las imágenes del restaurante y un mapa de cómo llegar.



Ilust 2.2.4 Maquetación Xanat

Interfaz de Centro, contiene una slider de imágenes del restaurante, una breve descripción de su nueva sucursal y su mapa de cómo llegar.



Ilust 2.2.4 Maquetación Centro

CAPÍTULO 3 DESARROLLO DEL PROYECTO

Este capítulo incluye los pasos o actividades ordenadas efectuadas para culminar el proyecto, el procedimiento, los materiales y equipo (si aplica); así como la descripción de actividades necesarias para terminar el proyecto.

3.1 Proceso para el levantamiento de requerimientos

Se llevó a cabo la elaboración de un cuestionario, para saber las necesidades de la empresa.

4.1.1 Cuestionario

1) ¿De qué tipo de empresa se trata?

R= De un restaurante y barra de café

2) ¿Cuáles son los productos y servicios?

R= Barra de café, alimentos y una boutique de accesorios de Frida Kahlo.

3) ¿Existe ya un sitio web de la empresa?

R= No

4) ¿Algún otro tipo de presencia online (redes sociales, perfiles en directorios, etc.)?

R= Si redes sociales.

5) ¿Cómo crear el sitio web?

R= Con imágenes propias, enlaces a redes sociales, con mapa de ubicación y que este en internet.

6) ¿Cómo debe plantearse la visión de una empresa ante su público?

R= La visión del restaurante y barra de café debe plantearse a partir de los objetivos de su inspiración de México y la casa azul en donde vivieron Diego Rivera y Frida Kahlo.

7) ¿Cuáles son los atributos con los cuales su empresa desea ser identificada por su público?

R= calidad de servicio, honestidad, responsabilidad, creativo e innovador.

4.2 Material requerido para el proceso de la metodología

En base a un estudio detallado se realizó la estrategia de un sitio web enfocado al marketing digital e implementando las aplicaciones de social media, se desarrolló mediante un gestor de contenido WordPress, el cual contiene cuatro módulos (Inicio, Menú, Xanat y Centro). En el módulo inicio; se encuentran imágenes de la barra de café y restaurante, redes sociales como Facebook e Instagram y un botón que te enlaza a la boutique. Módulo Menú; contiene imágenes reales de la carta que se maneja en el restaurante y con una pequeña galería de sus alimentos. El módulo Xanat; contiene una slider de imágenes reales,

dirección y ubicación de cómo llegar. Módulo de Centro: se visualiza un mapa con la ubicación, dirección y una breve información.

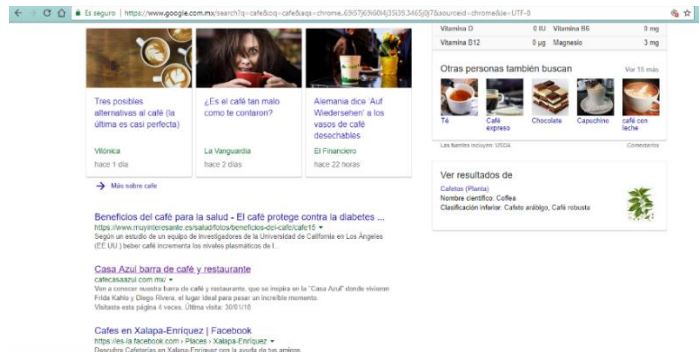
Con la herramienta Photoshop se elaboró la edición de fotografías propias del restaurante y barra de café.

También se llevó acabo su implementación a la web, se le anexo un posicionamiento en buscadores para ser reconocida (SEO) y Google Analytics para obtener información agrupada del tráfico que llega a los sitios web según la audiencia, la adquisición y el comportamiento de la empresa.

CAPÍTULO 4 RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Las conclusiones están relacionadas al objetivo y los resultados, alcance, trabajos futuros y recomendaciones del proyecto.

El sitio web contiene imágenes reales del restaurante y barra de café, información de la ubicación de sus sucursales y del tema al que está enfocado es casa azul en donde estuvieron viviendo Diego Rivera y Frida Kahlo. También cuenta con una boutique de artesanías mexicanas dedicadas a Frida Kahlo y Diego Rivera, las redes sociales se pueden enlazar para conocer más al restaurante. Esta implementado a la web, cuenta con un motor de búsqueda para tener un buen posicionamiento, también con aplicaciones social media para tener contacto con los clientes y con la herramienta Google Analytics para el análisis de la empresa en la web.




Ilust 4.1 Descripción del sitio

cafecasaazul.com.mx
cafecasaazul.com.mx/ Traducir esta página
 Learn how you can get this domain » | See more domains like this » - This Web page is parked FREE, courtesy of GoDaddy, 24/7 Support, Award-winning, 24/7 support. We're here to help, day or night. Call (480) 505-8877. Copyright © 1999-2018 GoDaddy, LLC. All rights reserved. *Restrictions apply. See website for ...

Casa Azul Arte Diseño Cafe (La Paz) - Lo que se debe saber antes de ...
<https://www.tripadvisor.com.mx> ... La Paz : Atracciones en La Paz
 Casa Azul Arte Diseño Cafe, La Paz: Consulta opiniones, artículos, y fotos de Casa Azul Arte Diseño Cafe, clasificada en TripAdvisor en el N.º 12 de 15 atracciones en La Paz.

Casa Azul Barra de Café - Carretera Federal Xalapa - Veracruz km 4+ ...
<https://es.foursquare.com/v/casa-azul-barra-de-cafe/5835fdd14bc2f130368afc4a>
 Rating: 8.3/10 - 29 votos
 Ver 16 fotos y 9 tips de 141 visitantes de Casa Azul Barra de Café. "Gran descubrimiento... servicio muy amable, el lugar MUY bonito y agradable....."

Imágenes de cafe casa azul




→ Más imágenes de cafe casa azul Notificar imágenes

Fotos en Casa Azul Barra de Café - Carretera Federal Xalapa ...
<https://es.foursquare.com/v/casa-azul-barra-de-cafe/.../photos>
 Rating: 8.3/10 - 29 votos
 Ver las 16 fotos tomadas en Casa Azul Barra de Café por 245 visitantes.

Fotos en La Casa Azul - Cafetería - Foursquare
<https://es.foursquare.com/v/la-casa-azul/52685efe11d2c8f051fae8ae/photos>
 Ver las 3 fotos tomadas en La Casa Azul por 10 visitantes.

Casa Azul – Barra de Café | Centros Históricos de México
centroshistoricos.mx/directorio/xalapa/casa-azul-barra-de-cafe/
 Giro del negocio : Barra de Café; Horario : Martes a Sábado 10:00 a 22:00 horas / Domingo 13:00 a 21:00; Lugares de interés cercanos : Plaza Américas / Plaza Ánimas / Museo Interactivo de Xalapa; Referencia : a 8.7 Km del Centro Histórico. Etiquetas de búsqueda. Acepta Tarjeta de Crédito; barra de café; Café; café de ...



Casa Azul Barra de Café ★

Sitio web Indicaciones

4.2 ★★★★★ 16 comentarios de Google

Cafetería


Dirección: 10 de Enero 22, El Olmo, 01104 Xalapa Enríquez, Ver.
 Horario: Abierto - Horario de cierre: 22 ▾
 Sugerir una edición · ¿Eres propietario de esta empresa?

Agregar la información que falta
 Agregar un número de teléfono

¿Conoces este lugar? Responde unas preguntas rápidas

Preguntas y respuestas Hacer una pregunta
 Sé el primero en hacer una pregunta

Horarios populares María ▾

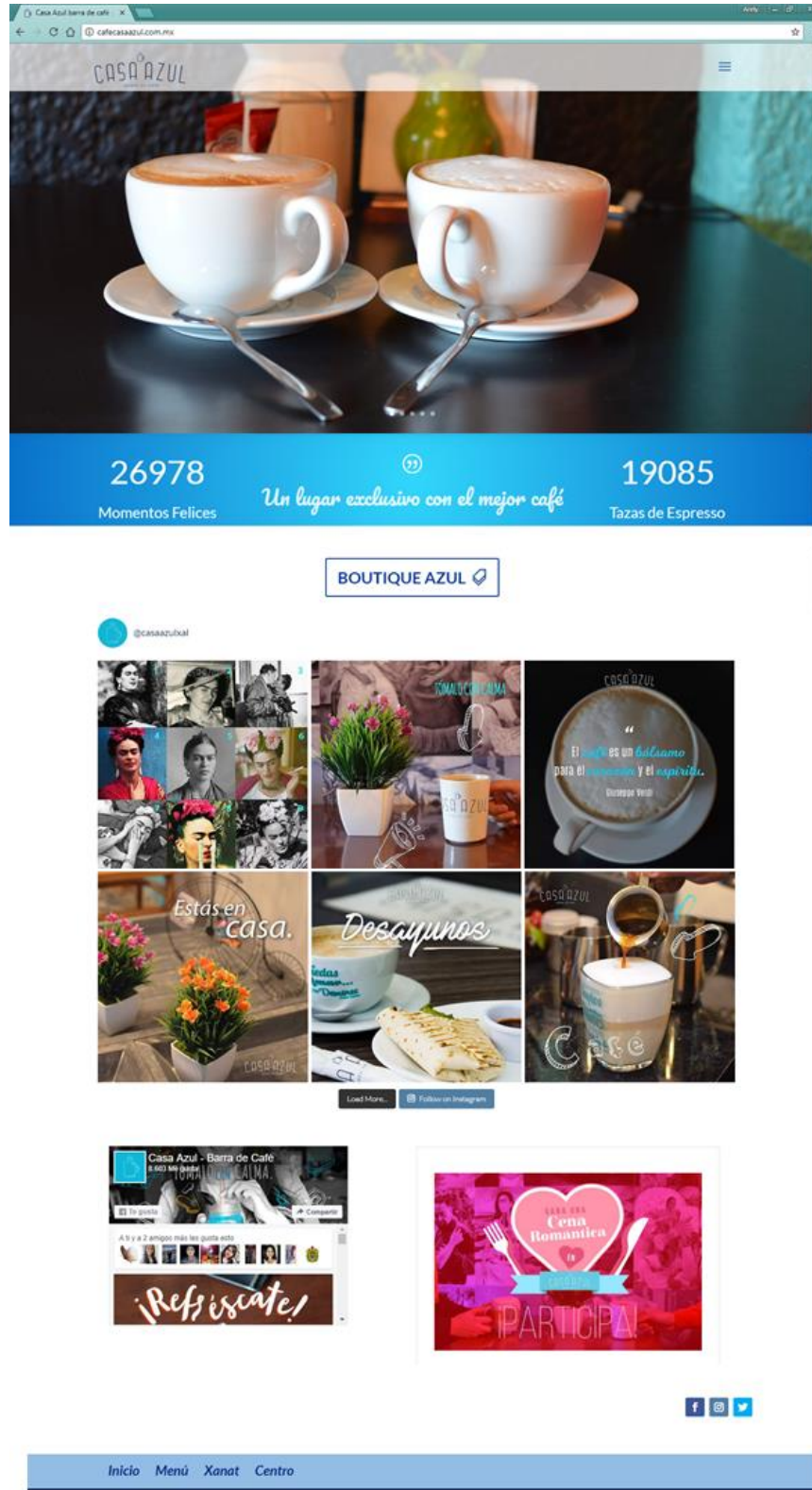


Enviar al teléfono Enviar

Opiniones Escribe una opinión Agregar una foto
 16 comentarios de Google

Comentarios

Ilust 4.1 Aplicación de Google Analytics



Ilust 4.1 Descripción del sitio

4.2 Trabajos Futuros

Como continuación del presente proyecto existen diversas líneas de investigación en las que es posible continuar trabajando.

Durante el desarrollo de este proyecto han surgido algunas líneas futuras que se han dejado abiertas y se esperan atacar en un futuro alguna de ellas que están relacionadas directamente y son el resultado de cuestiones que han ido surgiendo durante la realización de la misma.

Los posibles trabajos futuros que pueden desarrollarse como resultado de esta investigación o que no han podido ser tratados con la suficiente profundidad. Además, se sugieren algunos desarrollos específicos para apoyar, mejorar el modelo y metodología propuestos. Entre los posibles trabajos futuros se destacan:

- Implementación de nuevas tendencias web: aplicación de nuevas tecnologías futuras de marketing digital y social medias.
- Implementación del acceso a la base de datos.

4.3 Recomendaciones

Dentro de un proyecto como este, siempre se desea que haya una mejora continua del mismo; por lo tanto, se les recomienda a futuras generaciones que tenga interés en este proyecto, principalmente investigar y buscar tendencias de diseño visual y así obtener mejores resultados de innovación. También mejoras en cuestiones de la implementación de social medias y tendencias en marketing digital.

ANEXOS



Datos Generales

Se trata de una barra de café y restaurante, que se inspira en México y en la "Casa Azul" donde vivieron Frida Kahlo y Diego Rivera, para diseñar un espacio con un concepto que, inicialmente quería convertirse en el ideal para parejas y amigos.

Ilust Anexo 1

Antecedentes

Es una empresa joven que abrió sus puertas el 8 de diciembre de 2016. Se ubica en Power Center Xanat, una zona comercial, también joven, de la ciudad de Xalapa. Desde el principio buscaba ser un concepto diferente de barra de café, sin embargo ha ampliado sus productos y también ofrece otras bebidas, platillos (en especial mexicanos), y postres. Además cuenta con una "boutique de artesanías", en la que presenta artículos hechos en Oaxaca y Veracruz y una marca propia de Casa Azul.

Contexto

Casa Azul se encuentra en una plaza comercial, en una de las zonas de crecimiento de Xalapa. Su concepto plantea promover la cultura y el arte a través del uso de su espacio para presentaciones o exposiciones diversas, además de ofrecer eventos con música en vivo, puntos relevantes para su apreciación en una ciudad tan comercial como cultural. También se compromete con la promoción del café local.

Publicidad

Al inicio de campaña ya contaba con Facebook y posteriormente Instagram, de poco uso ambas, así como publicidad en pantallas digitales de la ciudad, que aún se utiliza.

Ilust Anexo 2

Situación Actual

Ha tenido gran aceptación por el público femenino debido al uso de la imagen de Frida Kahlo como protagonista de la marca. También ha captado un segmento de la población que busca un lugar romántico para visitar con su pareja.

Su penetración en el mercado conocedor de café no ha sido fácil y a pesar de haber generado una expectativa favorable en sus inicios, tampoco ha permanecido con un impacto constante, ya que, aunque cuenta con métodos de extracción artesanal, su gran variedad de productos quita protagonismo a este elemento clave, dejándolo en segundo plano.

Campaña: **Dale a tu día un toque de azul.**

Se realizaron promociones de productos y paquetes.

Redes:

Campaña pagada | **17/marzo - 9 /septiembre**

Inversión **\$1,727**

Alcance: **37,871**

Likes: **1,338**

Interacciones directas (reacciones, clics, comentarios): **417**

Ilust Anexo 3

Análisis de la Competencia

• - Excelente
 \$\$ - Moderado
 \$\$\$ - Bueno de la media
 \$\$\$\$ - Cero

NOMBRE	CASA AZUL	BARRA MÍA	PARROQUIA
UBICACIÓN	Power Center Xanani	Au Las Palmas	Power Center Xanani
PRECIOS*	\$\$	\$\$\$	\$\$\$
MEDIOS PUBLICITARIOS	Redes sociales y portales digitales		Redes sociales
FACEBOOK LIKES	6600	2792	679
FACEBOOK CALIFICACIÓN	4,8	4,9	4,8
INSTAGRAM SEGUIDORES	554	331	-
OTRAS REDES	-	YouTube	-
PÁGINA WEB		torramanizana.business.site	
PUBLICIDAD WEB	En redes sociales tiene mucha aceptación. El resto de su publicidad en ocasiones es incongruente con el concepto de campaña.	Publican mucho en redes sociales, pero repiten la información y se ve desordenada. No usan mucho diseño. Página web poco clara.	Facebook poco alimentado. Visualmente poco atractivo. Sin contenido.
VENTAJAS COMPETITIVAS	Concepto innovador, menú variado, precio. Manejo de redes sociales. Sabor, precio, mercado definido, reducciones, promociones. El lugar es visualmente atractivo, la zona se presta para la visita de clientes con nivel económico medio - alto.	Variedad de productos. Presentación. Buen servicio al cliente.	Posicionamiento. Ubicación. Área infantil.
DEBILIDADES	Definición de su concepto comercial: ¿Barra de café o café-restaurante?	Promoción e instalaciones.	Atención al cliente. Falta de información en medios.

Ilust Anexo 4

Problemática e identificación de necesidades y oportunidades.

Se requiere la planeación e implementación de una nueva campaña en redes sociales, con un concepto creativo innovador y un nuevo mensaje a comunicar.

Se identificó que debe haber un canal de comunicación efectivo para las respuestas a los clientes en redes sociales y la oferta de nuevos productos.

Personalidad de la Marca

Joven, fresca y creativa. Carácter neutral, pacífico y empático, se comunica con los demás con un tono amigable, simpático y cercano. Viste con colores brillantes y con un estilo muy relajado.

Público Objetivo (User Persona)

Julieta (?) es una mujer joven de entre 24 y 34 años, de clase media alta, trabaja pero tiene tiempo para distraerse. Le gusta salir con sus amigas o novio. Usa redes sociales para buscar opciones de entretenimiento, en especial facebook e instagram, siendo esta última su favorita. Se interesa por los lugares de moda, innovadores y conceptuales. Asiste regularmente a eventos. También disfruta de pasar tiempo a solas leyendo o escuchando música. Está en búsqueda de un lugar al que pueda ir a distraerse, con buen ambiente y servicio de calidad.

Ilust Anexo 5

Zona de Campaña

Xalapa (4 km a la redonda).

Público Objetivo
160,000

Período de Campaña
**Del 15 Oct al 15 de Nov
(1 mes)**



Ilust Anexo 6

Descripción de Estrategias

En línea con el mensaje de campaña se realizarán las siguientes estrategias:

Diseños temáticos

Se utilizará imágenes de papel picado con motivos de café.

Video*

Diseño de video con mensaje emotivo, a partir del concepto de la campaña.

Promoción de paquetes del mes.

Datos culturales

Durante la campaña se lanzarán publicaciones con datos culturales de la tradición.

Promociones

Se propone realizar un concurso de "calaveras" literarias. (Premio por definirse).

***GUIÓN DEL VIDEO**

En México la muerte es dolor, pero también color. Es tristeza, pero también orgullo, es despedirse, pero también es encontrarse. Es cultura, arte, tradición y familia. Es conectar con nuestras raíces, traerlas a la vida y no olvidar...nunca olvidar.

Ilust Anexo 7

Herramientas y Plataformas

La campaña se gestionará en Facebook e Instagram, realizando dos publicaciones diarias en cada red, haciendo uso de promociones de pago, distribuidas estratégicamente.

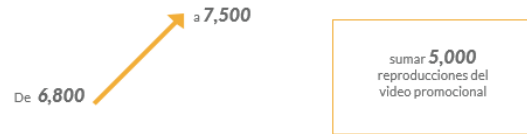
Recursos

Sesiones
fotográficas y
de video.

Premios para
dinámicas.

Metas

Incremento de Seguidores en Facebook



Ilust Anexo 8

BIBLIOGRAFÍA

- Aubry, C. (s.f.). *Wordpress. Diseño Y Personalización De Temas* . Ediciones-Eni.
- Brad Williams, . D. (2015). *WordPress 4.1. Diseño y desarrollo* . Anaya Multimedia/Wrox.
- ciospain*. (19 de junio de 2017). Obtenido de ciospain: <http://www.ciospain.es/cloud/las-6-tendencias-que-conforman-las-estrategias-cloud>
- DISEÑO WEB 2018: TENDENCIAS PÁGINAS WEB Y TIENDAS ONLINE*. (31 de Octubre de 2017). Obtenido de DISEÑO WEB 2018: TENDENCIAS PÁGINAS WEB Y TIENDAS ONLINE: <https://www.todobravo.es/disenio-web-2018-tendencias-paginas-web-y-tiendas-online/>
- Domene, F. M. (s.f.). *Técnicas Avanzadas de posicionamiento en buscadores*. ANAYA Multimedia.
- Fernando. (12 de Diciembre de 2013). *Ayudawp*. Obtenido de Ayudawp: <https://ayudawp.com/divi-una-obra-de-arte/>
- google. (s.f.). *google*. Obtenido de google: <https://www.google.com/analytics/>
- Luis Rull, . R. (s.f.). *WordPress para Dummies*.
- MARÍA, L. S. (28 de Diciembre de 2017). *Staffdigital*. Obtenido de Staffdigital: <https://www.staffdigital.pe/blog/tendencias-diseno-web-2018/>
- Moore, J. (Febrero de 2017). *searchdatacenter*. Obtenido de searchdatacenter: <http://searchdatacenter.techtarget.com/es/cronica/Tendencias-de-tecnologia-de-canal-2017-Nube-ciberseguridad-y-automatizacion>
- Navarro, M. (18 de Diciembre de 2017). *humanlevel*. Obtenido de humanlevel: <https://www.humanlevel.com/articulos/desarrollo-web/tendencias-diseno-web-2018.html>
- Oliver, B. (03 de noviembre de 2016). *aboutespanol*. Obtenido de aboutespanol: <https://www.aboutespanol.com/10-apliaciones-recomendables-para-social-media-3202269>