

Universidad del Sagrado Corazón

CES 221-001 Branding Estratégico

Plan de marca: Pilao Bakery



Luksemburg, Dana 600-00-8318

Roche, Nayelie 600-00-9162

Román, Sofía

Villegas, Lilybeth 600-00-6867

14 de diciembre de 2022

Profesor: José Carlos Sánchez

Tabla de contenido

- I. Resumen ejecutivo
- II. Análisis de situación y contexto de la marca
- III. *Marketing Mix*
 1. Producto
 2. Precio del producto
 3. Distribución
 4. Promoción
- IV. Análisis FODA
- V. Perfil de los consumidores
- VI. Objetivos
- VII. Investigación de mercados
- VIII. Desarrollo de la marca
 1. Visión e idea de negocio
 - a. Misión de la marca
 - b. Visión de la marca
 - c. Propuesta de valor de la marca
 - d. Mensaje
 2. Desarrollo de *look and feel*
 - a. Identidad visual
 - b. Lenguaje

c. Estilo de fotografía

3. Marketing Mix y *branding*

a. Producto

b. Precio

c. Distribución

d. Promoción y estrategias digitales

I. Resumen ejecutivo

Basado en las últimas sesiones de comentarios con su corporación, Pilao Bakery Café, en la cual usted como cliente ha expresado la necesidad de un rebranding de su marca con una versión más acorde, simple y original de su logo con la nueva identidad. En las encuestas a los clientes, un 59.5% mencionan que no le realizarían un cambio al logo. Para atender de una mejor forma su necesidad y que se puedan expandir en el mercado, necesitamos desarrollar un logo que mantenga la esencia del original, pero que tenga ese toque moderno, legible y se pueda apreciar más el elemento del grano del café.

Nuestra propuesta busca que el protagonista sea el café y mantener los colores de la marca (rojo y negro). Además de ofrecerle un logo moderno y legible.

II. Análisis de situación y contexto de la marca

Pilao Bakery nació en el 2019 de la necesidad que vivió y observó que existía en el área su fundadora, Lisandra Hernández, de un lugar en donde tomar el café y un quesito para continuar a su lugar de trabajo. Dado que en el área hay muy poco, para no decir que están casi inexistentes, las cafeterías abiertas desde temprano de 6:30 a.m.-7:00a.m.

Fundando así en julio de 2019, Pilao Bakery. Conocida en sus principios como una panadería/ cafetería bajo el concepto de panadería de pueblo donde agarras tu medio galón de leche y una bolsa de pan y sigues para tu casa. Buscando ser esa panadería donde se toman el café de las tres de la tarde o donde tomas una buena copa de vino conversando con familiares y amigos.

Actualmente, Pilao está en un proceso de un rebranding para dejar atrás el concepto de Panadería tradicional, la libra de pan y el galón de leche, que no fue efectivo para el área y clientela en la que se encuentran situados. Ahora su enfoque es ser una cafetería en donde sus clientes principales, que son los trabajadores del Viejo San Juan, puedan continuar disfrutando de su café, desayunos y sandwiches en su local o de camino al trabajo. Además, en su logo y promociones desean eliminar el bakery y quedar como Pilao Café o Pilao.

Pilao Bakery es una empresa que cuenta con los valores de calidad, responsabilidad social, trabajo en equipo y sobre todo enfocados en sus clientes. Dedicándose día tras día a que estos obtengan lo mejor de lo mejor y que sean productos del patio de aquí como el coquí. Es por eso

que mantiene una continua colaboración con empresas locales para que expongan sus productos en el local.

Pilao Bakery Café es un local con una fusión de una ambientación de contornos tradicionales y modernos. Al entrar puedes observar en una de sus paredes un recolector de café llamado Don Walde, inspecciona a ojo los frutos de un cafeto en un mural de catorce pies de altura que conquista la mirada curiosa de todo quien lo visita. Acompañando a este canvas se encuentran imágenes de los recolectores del café en los campos de nuestra Isla. Observándose al final en la pared su Logo junto con sombreros fedora, panamá y la emblemática pava, que igualmente puedes observarlas colgar del techo.

Por otra parte, Pilao se encuentra en búsqueda de personal para poder responder a la demanda de clientes que están teniendo en el negocio. Esto surge como resultado de los estragos que trajo consigo la pandemia de COVID-19 en el 2020, siendo uno de ellos el fenómeno conocido como “La Gran Renuncia”. Los trabajadores en Estados Unidos, Puerto Rico y otras partes del mundo optaron por empleos que les ofrecen la oportunidad de trabajar de forma independiente y/o remoto mientras obtienen una mejor paga.

A pesar de contar con poco personal, Pilao Bakery se destaca por su buen servicio al cliente. Sobre todo cuentan con un cuidado y atención especial a cada uno de sus clientes desde que entran y hasta el momento que salen del local. Siendo esta la razón por la cual su público los ama y son sus fieles clientes.

III. Marketing Mix

1. Producto

Pilao Bakery ofrece productos de comida para desayuno, almuerzo, *brunch* y merienda. Cuentan con platos de desayuno completos, sándwiches, productos de repostería y variedad de bebidas. Pilao Bakery se esfuerza en utilizar productos locales para apoyar a pequeños y medianos comerciantes puertorriqueños.

2. Precio del producto

Los platos de Pilao se encuentran entre los \$8-\$14 dólares. Desde los sándwiches, hasta los platos de desayuno. A continuación una tabla más detallada.

Ensaladas	Ensalada	Pollo	Churrasco	Salmón	Atún				
	Precio	\$8.99	\$9.99	\$9.99	\$9.99				
Sándwiches y Wraps	Sándwiches de la casa	Pastrami del Mercado	Churripepper	San Juan del Havana	Asao del Campo	Pilao del Puerto			
	Precio	\$9.99	\$11.99	\$11.99	\$12.99	\$13.99			
	Sándwiches tradicionales/Wraps	Salami	Pollo	Pavo	Atún	Churrasco	Pastrami		
	Precio	\$6.99	\$8.99	\$8.99	\$9.99	\$10.99	\$10.99		
Platos de Desayuno	Plato	El Pilao	Pancakes Pilao	Waffles Pilao/ French Toasts	Finca Clara	El Rumbero	Desayuno del Pescador	Taquito Bori	Mi Viejo San Juan
	Precio	\$6.99	\$8.99	\$8.99	\$11.99	\$12.99	\$12.99	\$13.99	\$14.99

3. Distribución

Los productos solo se pueden conseguir en el local de Pilao, ubicado en el Viejo San Juan. No tienen página de *e-commerce* ni servicio de *delivery*.

4. Promoción

En cuanto a las redes sociales, Pilao solo se encuentra en Instagram; tienen perfil de Google Business y están en Trip Advisor y Yelp. Actualmente, Pilao publica fotos de sus platos de vez en cuando, pero no tienen un calendario de contenido con temas y publicaciones ya establecidas. Al momento, cuando sale un plato bien hecho, le toman foto y la suben. En su mayoría, los *stories* son *reposts* de lo que suben los clientes. Sus *highlights* están divididos por productos: panadería, platos, café, cerveza y vino. Contienen fotos de los clientes disfrutando de esos productos. Su última publicación fue el 8 de octubre de 2022, pero no son consistentes a la hora de subir contenido.





	INSTAGRAM
SEGUIDORES	1,739
ACTUALIZADA	Última publicación: 8 Oct.
STORIES	1-3 por semana
ANUNCIOS	No
HASHTAGS	#viejosanjuan #oldsanjuan #pilaobakery #brunch #breakfast
VIDEO	No

FOTOS (PROPIAS O DE STOCK)	Propias
CHATBOT	N/A
TIEMPO DE RESPUESTA	1-2 días
ENGAGEMENT	0.48% últimas 6 publicaciones

Google

[All](#) [Maps](#) [Images](#) [Videos](#) [More](#) [Tools](#)

About 17,200 results (0.52 seconds)

<https://www.instagram.com/pilaobakery>

Pilao Bakery Café (@pilaobakery) • Instagram photos and ...

Pilao Bakery Café. Bakery. 7:00am-3:00pm. Coffee | Brunch & Bakery Old San Juan, Recinto Sur St

<https://www.tripadvisor.com> San Juan Restaurants

Pilao Bakery Cafe - San Juan Restaurants - Tripadvisor

Pilao Bakery-Cafe on Calle del Recinto Sur in San Juan is a great place to go for breakfast and brunch with fresh and delicious food and drinks.

★★★★★ Rating: 4 · 17 reviews · Price range: \$\$ - \$\$\$

<https://www.yelp.com> San Juan, PR Food Bakeries

PILAO BAKERY CAFE - 44 Photos & 21 Reviews - Yelp

21 reviews of Pilao Bakery Cafe "Really don't know why there's bad reviews for this establishment. Came here literally the morning after a tropical storm ..."

★★★★★ Rating: 3.5 · 21 reviews · Price range: \$\$

<https://pr.slurpy.com> restaurante · [Translate this page](#)

Pilao Bakery Cafe, San Juan: Ver menú, reseñas y ... - Slurpy

Pilao Bakery Cafe. Pilao Bakery Cafe, San Juan Calle Recinto Sur, Galeria Paseo Portuario - San Juan, Caribbean. • Cafe. • Puerto Rican. • Sit down. 86/100.

★★★★★ Rating: 86% · 192 votes · Price range: \$

Pilao Bakery-Cafe *Pilao*

[Directions](#) [Save](#)

4.0 ★★★★★ **248 Google reviews**

\$\$ · Brunch restaurant

Service options: Dine-in · Takeout · No delivery

Address: Galeria Paseo Portuario, C. del Recinto Sur Local 3-2, San Juan, 00901

Hours: Open · Closes 8PM

Phone: (939) 709-1020

[Suggest an edit](#) · [Own this business?](#)

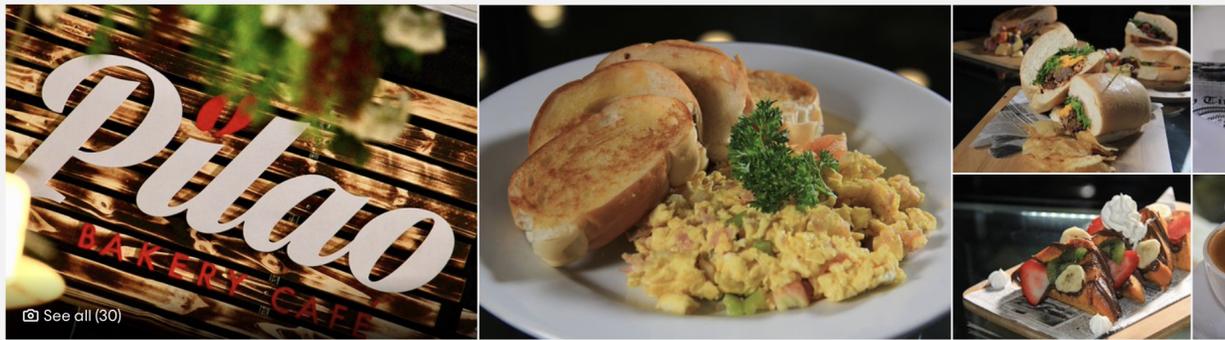
[Add missing information](#)

Pilao Bakery Cafe Claimed

[Review](#) | [Save](#) | [Share](#)

4.0 17 reviews | #459 of 856 Restaurants in San Juan | \$\$ - \$\$\$, Caribbean, Cafe, Puerto Rican

[Calle Recinto Sur, Galeria Paseo Portuario Local 3-2, San Juan 00901 Puerto Rico](#) | [+1 939-709-1020](#) | [Website](#) | [Open now: 07:00 AM - 8:00 PM](#)



Ratings and reviews

4.0 17 reviews

#196 of 352 Caribbean in San Juan
#459 of 856 Restaurants in San Juan

There aren't enough food, service, value or atmosphere ratings for Pilao Bakery Cafe, Puerto Rico yet. Be one of the first to write a review!

[Write a Review](#)

Details

PRICE RANGE

\$5 - \$14

CUISINES

Cafe, Caribbean, Puerto Rican

MEALS

Breakfast, Brunch

[View all details](#)

Features, About

Location and contact



[Calle Recinto Sur, Galeria Paseo Portuario Local 3-2, San Juan 00901 Puerto Rico](#)

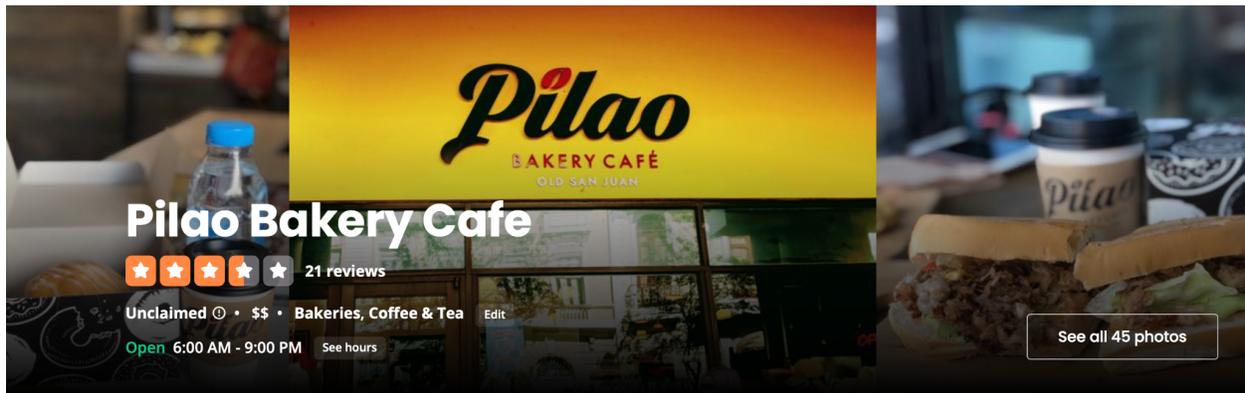
0.3 miles from Old San Juan

[Website](#)

[Email](#)

[+1 939-709-1020](#)

[Improve this listing](#)



Pilao Bakery Cafe

4.0 21 reviews

Unclaimed • \$\$ • Bakeries, Coffee & Tea [Edit](#)

Open 6:00 AM - 9:00 PM [See hours](#)

[See all 45 photos](#)

[Write a review](#)

[Add photo](#)

[Share](#)

[Save](#)

Review Highlights



"Delicious sandwich I ordered a pastrami and **steak sandwich** and it was amazing." [in 2 reviews](#)

(939) 709-1020



Get Directions

[Calle Recinto Sur 28 San Juan, Puerto Rico 00901](#)

IV. Análisis FODA



V. Perfil de los consumidores

Pilao Bakery cuenta con diferentes perfiles de consumidores debido a su excelente ubicación en el Viejo San Juan y su ofrecimiento de productos. Según la investigación realizada, podemos concluir que su público objetivo es el siguiente.

- **Demográfica:** Personas entre los 18-30 años y de 31-43 años que son parte de las generaciones Z, Y y X. Son estudiantes universitarios o profesionales en su área.
- **Geográfica:** Personas que residen o trabajan en el Viejo San Juan. Adicionalmente, turistas internacionales y locales que visitan el Viejo San Juan.
- **Psicográfica:** Los consumidores que visitan Pilao, tienen un estilo de vida ocupado entre semana. Llegan temprano a sus trabajos y les gusta disfrutar de su tiempo libre los fines de semana. Disfrutan los pequeños detalles y momentos, como tomar el café, leer un buen libro o escuchar su canción favorita. Son personas que disfrutan de los paseos, caminar mientras conocen nuevos lugares e ir a la playa.

- Conductual: Son personas racionales y educadas sobre las decisiones que toman en su día a día y a la hora de adquirir un producto o servicio. Están informadas sobre las características y beneficios de lo que quieren consumir y no toman la decisión instantáneamente.

El perfil promedio del consumidor de Pilao Bakery Café es una persona, soltera, sin hijos, tiene 26 años, cuenta con una educación universitaria promedio de 3 años, altos ingresos económicos, su carrera profesional es su prioridad, trabaja en el Viejo San Juan, practica ejercicio al menos 3 veces por semana, cuenta con un estilo de vida relajado y pasivo. Le gusta el brunch, la playa y compartir con las personas que tiene cerca.

Toma en cuenta los sentimientos de los demás, tiene ambición, respeta a los demás. Está conectado de forma permanente con sus amigos y familiares en redes sociales, percibe su teléfono como una herramienta que le da estatus y lo emplea como una forma de expresar que es una persona moderna, conectada con la tecnología y que está a la vanguardia de los movimientos sociales actuales.

BUYER PERSONA

Aurora Del Mar

DEMOGRÁFICAS

Aurora Del Mar
23 años, F
Vive en un apartamento en Ciudadela localizado en Santurce, Puerto Rico
Clase social: Alta
Ingresos mensuales: \$3,500

NIVEL EDUCATIVO PROFESIONAL

Estudiante de tercer año en la Escuela de Artes Plásticas y Diseño de Puerto Rico; Bachillerato en Diseño de Moda.

BUSQUEDA DE INFORMACION

- Todos sus dispositivos son de la marca Apple; iPhone 13 Pro Max y su laptop Macbook.
- Se conecta al menos 4 horas y media diarias al internet.
- Le gusta educarse sobre las últimas tendencias de moda y el medio ambiente a través de Youtube.
- Considera a Kany Garcia como buena proveedora de contenido y es su artista favorita.

Experiencia de consumo

- Busca panaderías cerca de donde estudia y/o reside donde pueda encontrarse con amistades y familiares para *brunchear*.
- De sus bebidas favoritas que ofrece Pilao Bakery es un mocha latte junto con una dona azucarada.

PERSONALIDAD

Ambiciosa

Humilde

Empática.

Honesta

ESTILO DE VIDA

- Durante la semana, de lunes a viernes, se levanta a eso de las 5:30 AM para escribir, ver el amanecer y prepararse para la universidad.
- En su tiempo libre, se dedica a coser, leer libros de romance y ver series en Netflix.
- Es una chica segura de sí misma, ambiciosa que le encanta la moda y ver los atardeceres en la playa.

DRIVE

- Ella es bien ambiciosa de romper expectativas y estereotipos que se generan a diario, especialmente en la moda.

PUNTOS DE DOLOR

- A pesar de ser segura con sí misma, es bien pensativa de su futuro y tiende a ser muy fuerte con ella misma.
- Busca un café cerca de donde estudia donde pueda comprarse un café y un postre después de tomar sus cursos.

CANALES

Pinterest

Instagram

YouTube

Tik Tok

Periódicos

BUYER PERSONA

Gabriela Perez



DEMOGRÁFICAS

Gabriela Perez
27 años, F
Vive en Torrimar Plaza en Guaynabo, Puerto Rico
Clase social: Alta
Ingresos mensuales: \$5,000
NIVEL EDUCATIVO PROFESIONAL
Dueña de una joyería en el Viejo San Juan

BUSQUEDA DE INFORMACIÓN

- Es ágil, encuentra la información fácilmente.
- Pasa aproximadamente 8 horas conectadas al día al Internet desde su celular, computadora y iPad.
- Prefiere consumir contenido de forma de video o fotográfico.

Experiencia de consumo

- Busca recomendaciones sobre lugares de comida que sean de buena calidad y cuenten con un buen servicio
- Disfruta de Pilao Bakery por sus opciones gastronómicas y porque está en el Viejo San Juan. Aprovecha para comer algo y caminar un poco.

PERSONALIDAD

Extrovertida

Apasioanda

Planificadora

Sensible

ESTILO DE VIDA

- Vive ocupada con poco tiempo libre.
- Le gusta ir a la playa, conocer nuevos restaurantes, hacer ejercicio, pasar tiempo con su familia y amigos y hacer vlogs.
- Le gusta la moda y se considera una *foodie*.
- Es una mujer abierta a nuevas oportunidades y experiencias.

DRIVE

- La motiva lograr sus objetivos personales, llegar a ser influencer y promocionar restaurantes.

PUNTOS DE DOLOR

- Es una mujer con muchas responsabilidades y mucha presión en el trabajo, por lo cual muchas veces siente frustraciones.
- Busca un lugar donde pueda pasar un buen rato y darse un gusto sola o con amigos

CANALES

Tik Tok

Instagram

Periódicos

Televisión

Radios

VI. Objetivos

- Aumentar el reconocimiento de marca en un 15% en 6 meses según los resultados obtenidos en la encuesta, por medio de estrategias de diferenciación y branding.
- Mejorar la interacción con su clientela a través de las redes sociales para lograr tener 2,000 seguidores antes del 2023.
- Fortalecer el plan de comunicación digital para lograr aumentar el engagement en un 5% en 3 meses.
- Alcanzar los 1,000 seguidores en Tik Tok en los primeros tres meses de existencia en la aplicación.

VII. Investigación de mercados

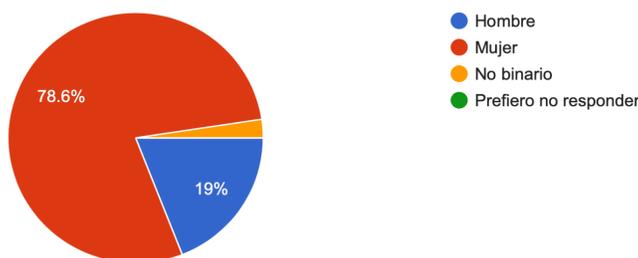
1. Preguntas demográficas

Es importante conocer a las personas que están respondiendo la encuesta, por lo que las preguntas demográficas son de gran ayuda para conocer al público. En total, obtuvimos 42 respuestas. Dentro de las personas encuestadas, 33 se identificaron con el género femenino, 8

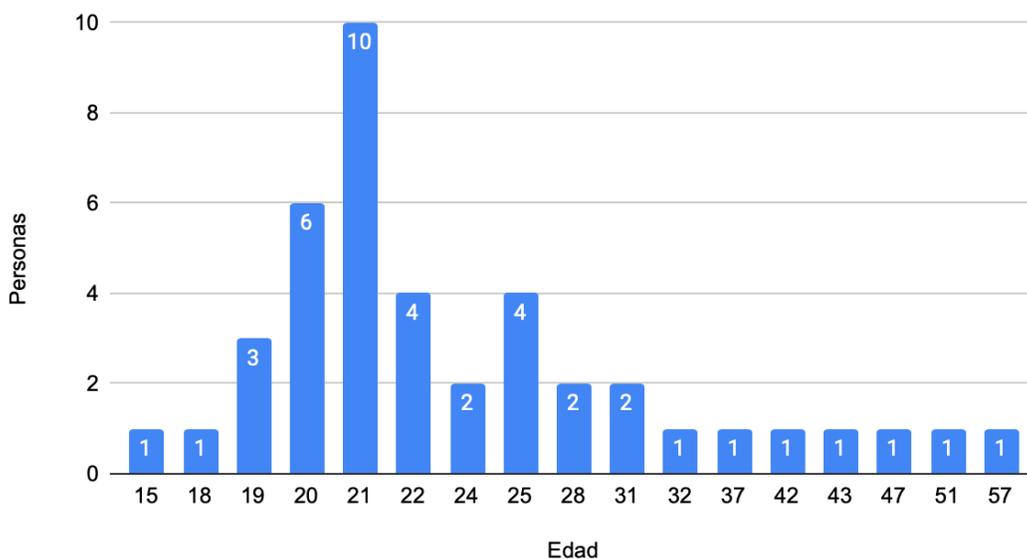
con el género masculino y 1 con el género no binario. Esto nos ayuda a identificar que las mujeres estuvieron más dispuestas a responder la encuesta y podríamos tener resultados que son más acordes con la población femenina. En cuanto a la edad de las personas, 23.8% fueron personas de 21 años. 35.9% de los encuestados tienen 25 años o más, con lo cual podemos asumir que son personas que ya tienen rutinas diarias estables. Por lo tanto, los resultados podrán ayudarnos a identificar tendencias de consumo tanto de la generación Z como de los Millennials.

Por otro lado, el 31% de los encuestados respondieron que viven en un hogar de 4 personas y el 26.2% respondieron que viven en un hogar de 3 personas, esta pregunta nos puede dar un poco más de luz acerca de sus hábitos de consumo al cruzar la data con las preguntas sobre Pilao Bakery. También consideramos importante preguntar sobre el municipio de residencia, ya que eso puede ser un factor importante para las preguntas sobre Pilao, especialmente al preguntarles si ya conocen el lugar o no o su percepción de la marca.

Género
42 responses

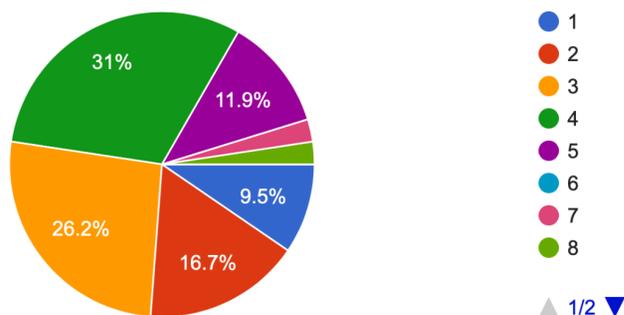


Edad

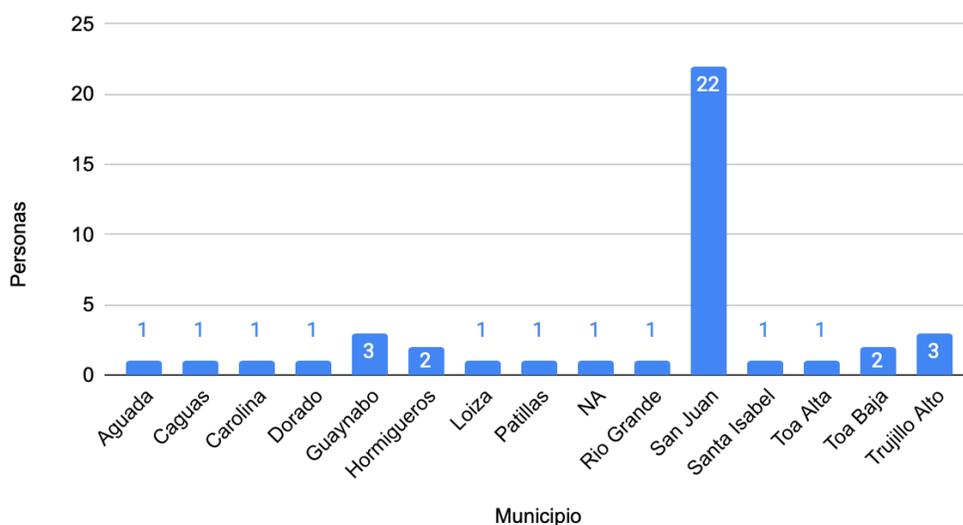


Integrantes de la familia/hogar (Personas que viven bajo un mismo techo)

42 responses



Municipio de residencia



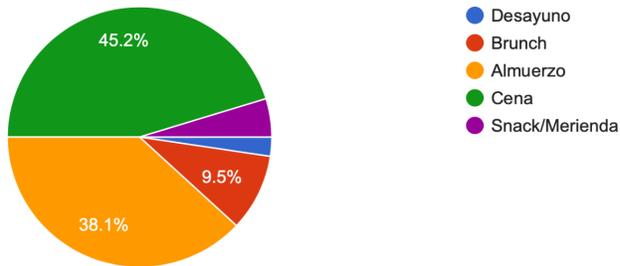
2. Preguntas Pilao Bakery

a. ¿Cuándo es más probable que visites un establecimiento de comida?

Al ser un establecimiento de comida, conocer su horario donde pueda esperar mayor movimiento o tráfico de personas, ayudará al establecimiento a estar preparados y en poder proveer un servicio de calidad y de forma ágil al cliente. Por lo tanto, de acuerdo a los resultados de esta encuesta, vemos que de las 42 respuestas, un 45.2% de personas visitan un establecimiento de comida durante las horas de cena. Mientras, un 38.1% de personas visitan un establecimiento de comida en la hora de almuerzo y un 9.5% de personas durante las horas de *brunch*.

1. ¿Cuándo es más probable que visites un establecimiento de comida?

42 responses

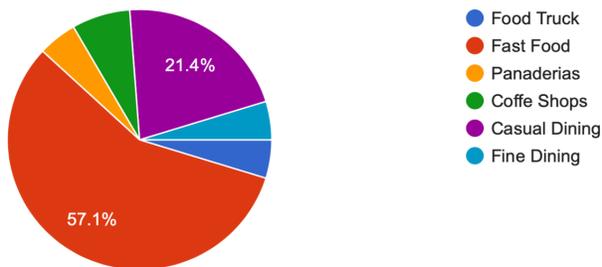


b. ¿Qué tipo de establecimiento de comida frecuentas más?

De hecho, observando los resultados de esta pregunta, vemos cómo la vasta mayoría de las personas frecuentan a un *fast food* con un 57.1% mientras que un 21.4% de personas, frecuentan más a un *Casual Dining*. Si nos dejamos llevar por el tipo de horario que la mayoría visita un establecimiento de comida (45.2%) que es durante la hora de cena, se pudiera decir que es a eso de las 5-6 de la tarde, se pudiera observar cómo esta pregunta pudiera ser influenciada en un sentido dado por ella.

2. ¿Qué tipo de establecimiento de comida frecuentas más?

42 responses

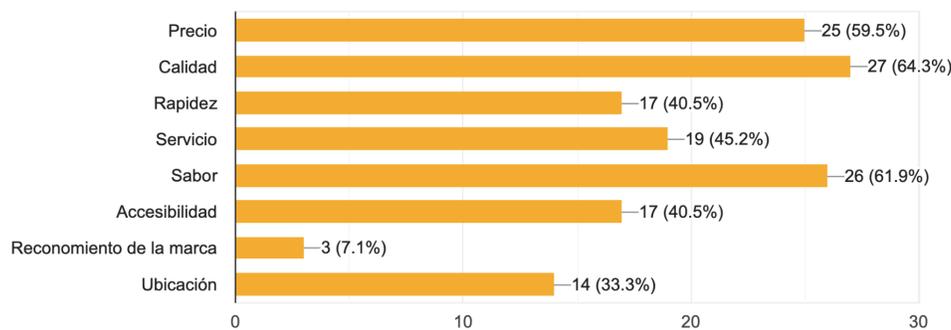


c. ¿Qué buscas a la hora de escoger un lugar para comer?

Ahora, a la hora de uno poder escoger un lugar de comer, de acuerdo a la data prevista, observaremos tres mayores variables escogidas de las 42 respuestas, las cuales fueron: 1) Calidad (64.3%), 2) Sabor (61.9%) y 3) Precio 59.5%. Estas tres variables llegan a ser importantes en el sentido donde el cliente pueda salir con un recuerdo y esto pudiera resultar en darle reconocimiento al establecimiento de comida. A pesar de que la variable de servicio obtuvo un resultado de 45.2% y ambas variables como la rapidez y accesibilidad un 40.5%, aún llegan a ser importantes para el tipo de experiencia que el cliente se pueda llevar.

3. ¿Qué buscas a la hora de escoger un lugar para comer?

42 respuestas

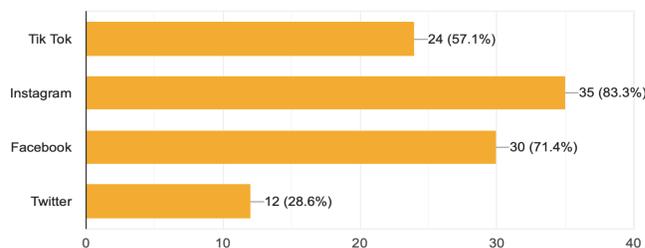


d. ¿Qué redes sociales utilizas?

En la búsqueda de expandir la presencia de nuestro cliente, Pilao Bakery, en las redes sociales, solicitamos a los encuestados que nos informaran qué redes sociales utilizan. Ahora, partiendo de sus contestaciones, reconocemos que Pilao Bakery tiene que desarrollar una mayor presencia en Instagram e igualmente formar parte de Facebook y TikTok para poder llegar a un mayor porcentaje de público. Entendemos la importancia de tener una presencia en las redes sociales y con las siguientes preguntas lo podemos notar aún más.

4. ¿Qué redes sociales utilizas?

42 respuestas

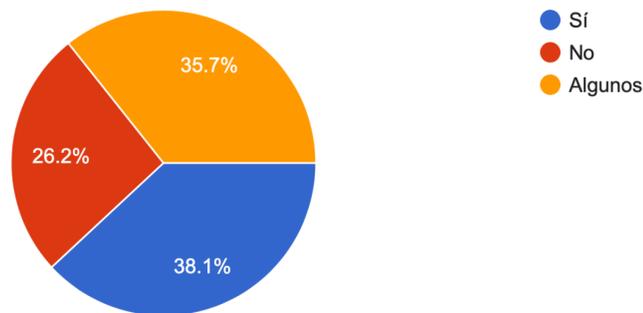


e. ¿Sigues las redes sociales de los establecimientos de comida que te gustan/visitas?

De hecho, acá podemos observar que una gran mayoría de los encuestados siguen en las redes sociales a los establecimientos que visitan. Por lo tanto, al tener mayor presencia en las redes sociales, esto puede dar como resultado mayores ventas, reconocimiento de marca, expansión en el negocio y colaboraciones.

5. ¿Sigues las redes sociales de los establecimientos de comida que te gustan/visitas?

42 responses

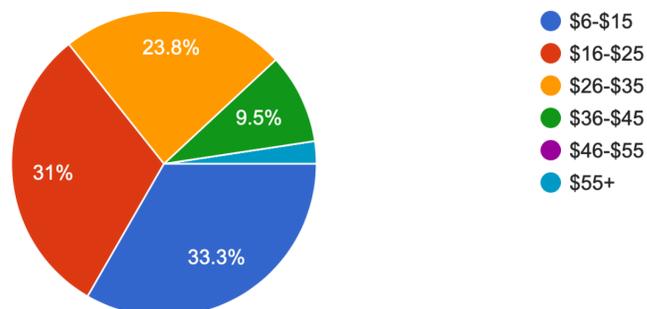


f. En promedio, ¿cuánto gastas cuando sales a desayunar/brunch?

Sin embargo, el esfuerzo de atraer mayores ventas no es solo según la presencia en redes sociales. La experiencia, la calidad, cantidad y el costo de sus comidas son los que van a influir si el cliente va a continuar visitando el establecimiento. A partir de estos resultados, podemos ver si los precios de Pilao Bakery se encuentran en el rango presupuestario de sus posibles clientes.

6. En promedio, ¿cuánto gastas cuando sales a desayunar/brunch?

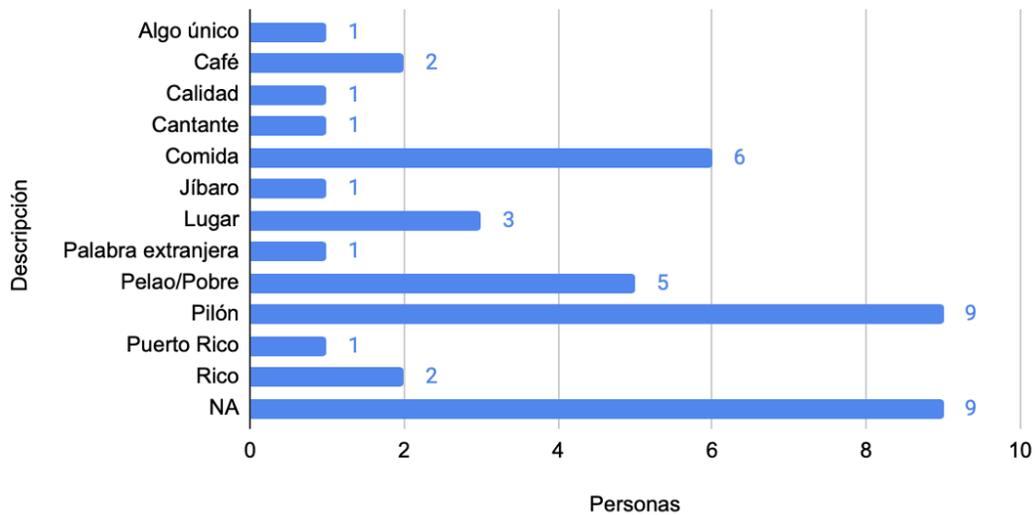
42 responses



g. Cuando escuchas la palabra Pilao, ¿qué te viene a la mente?

Esta pregunta es importante para conocer la percepción de las personas hacia la marca y su nombre. Pudimos ver que las personas pueden llegar a asociar el nombre con café, pero también con pilón. Este último fue la inspiración para el nombre de la panadería, pues la palabra proviene del portugués y fue la inspiración de los dueños, ya que la palabra les resonaba con la cultura puertorriqueña. Además, es interesante ver la connotación negativa que puede tener el nombre al 9 personas haber mencionado que les recuerda a estar “pelao” o la pobreza.

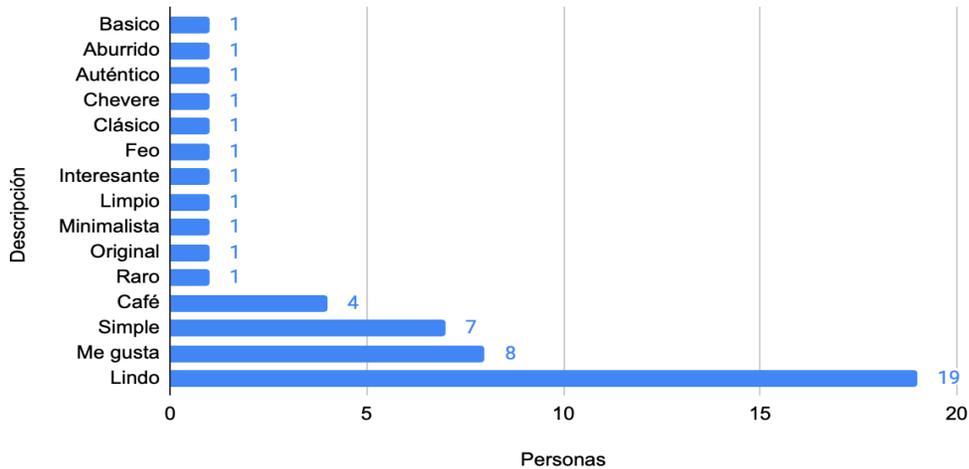
7. Cuando escuchas la palabra Pilao, ¿qué te viene a la mente?



h. ¿Qué piensas sobre el logo de Pilao Bakery?

Para seguir conociendo sobre la percepción de las personas hacia la marca, era necesario preguntarles por su pensamiento hacia el logo. Los encuestados tenían la opción de responder con sus propias palabras a esta pregunta, por lo cual las contestaciones fueron agrupadas según las descripciones que daban. 19 personas le atribuyen halagos al logo, entre ellos mencionando que era lindo o bello. La mayoría de los comentarios hacia el logo fueron positivos, incluyendo algunos que hablaban sobre su simpleza. Pues destacan que al ser un logo simple era fácil de reconocer y se veía bien. Las personas que mencionaron que les gustaba el logo también destacaron que lo podían relacionar con un lugar de comida o café.

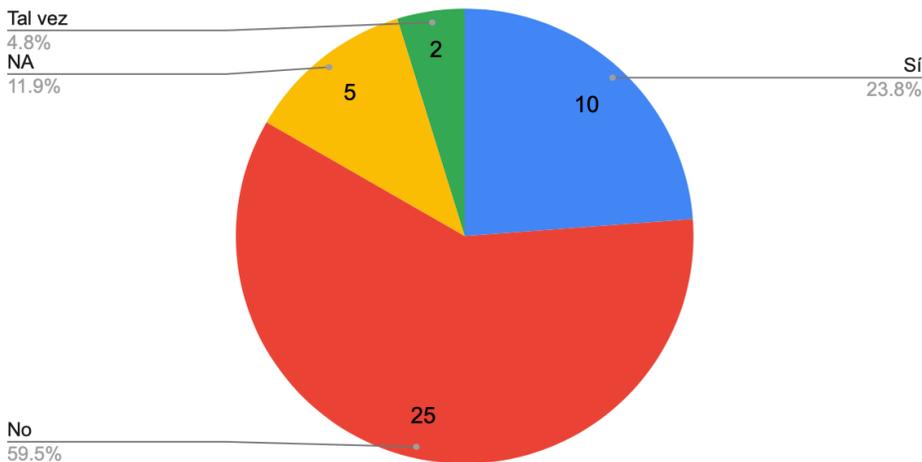
8. ¿Qué piensas sobre el logo de Pilao Bakery?



i. En relación a la pregunta anterior, ¿hay algo que le cambiarías al logo? Sí, no y qué

Luego de preguntarles a los encuestados lo que pensaban sobre el logo actual de Pilao Bakery, quisimos conocer un poco más de por qué de sus respuestas preguntándoles si le cambiarían algo. La mayoría de los encuestados respondieron que no cambiarían nada. Entre los que respondieron que “sí” o “tal vez” le cambiarían algo al logo, mencionaron que le cambiarían la tipografía, pero las respuestas hacían referencia principalmente al grano de café de la “i”. En algunas ocasiones, los encuestados se refirieron al punto de la “i” como un beso y no un grano de café. Lo cual eso hizo que concluyeran que le cambiarían el punto a la “i” por otro color para que parezca más un grano de café o pondrían el grano de café como la “o”.

9. En relación a la pregunta anterior, ¿hay algo que le cambiarías al logo? Sí, no y qué

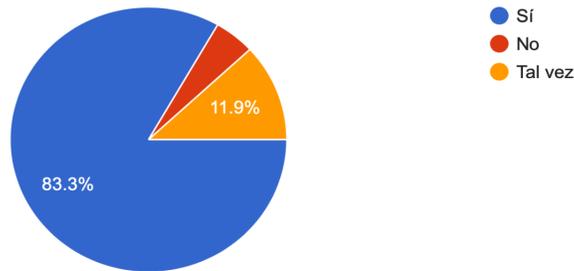


j. ¿Te llama la atención este *feed*?

Esta pregunta es importante, ya que estamos buscando la opinión de las personas para saber qué mejorar se podría mejorar de la página de Instagram. El 83.3% respondió que sí le llama la atención el feed entonces podemos concluir que podemos tener una percepción diferente a la de los posibles consumidores reales de la marca que de pronto no tienen conocimiento sobre el manejo de redes sociales y el branding. El feed de Pilao cuenta con algunas fotos llamativas de producto y algunas que no están muy acordes al resto del contenido.

10. ¿Te llama la atención este feed?

42 responses

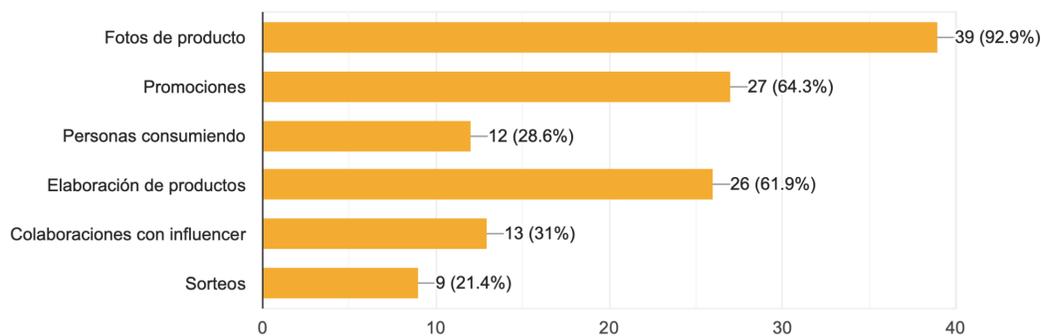


k. ¿Qué tipo de contenido te gustaría ver en las redes de Pilao Bakery?

Los encuestados podían seleccionar más de una respuesta en esta pregunta para seguir conociendo qué les llama la atención y qué podríamos mejorar en la red social de Pilao y en las futuras cuentas que tengan, con esta pregunta podemos ver que la mayoría de las personas, 92.9%, quisieran ver fotos de producto. Seguido de las promociones, con un 64.3%, comprendemos que los consumidores siempre buscan lo atractivo y las promociones claramente llaman su atención. Con estos resultados podemos crear una estrategia de redes sociales más acertada para Pilao, la cual ayude a satisfacer las necesidades de los consumidores a través de contenido llamativo e interactivo.

11. ¿Qué tipo de contenido te gustaría ver en las redes de Pilao Bakery?

42 responses

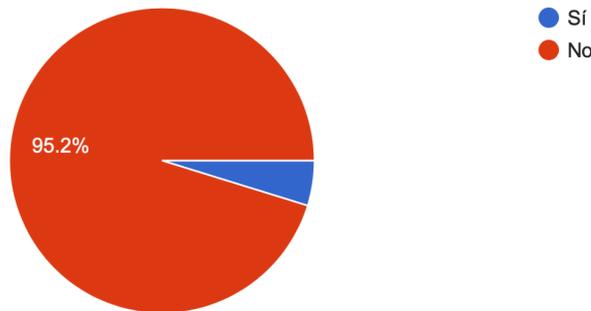


l. ¿Has visitado Pilao Bakery?

Es importante saber si las personas que respondieron la encuesta ya conocían sobre Pilao Bakery o si era la primera vez que escuchaban del lugar para comprender la percepción que tienen estas personas ajenas al lugar y ver en qué aspectos se pudiera mejorar. Con estos resultados vemos que el 95.2% de las personas, 41, no han visitado Pilao Bakery. Sin embargo, no significa que no conocieran el lugar.

12. ¿Has visitado Pilao Bakery?

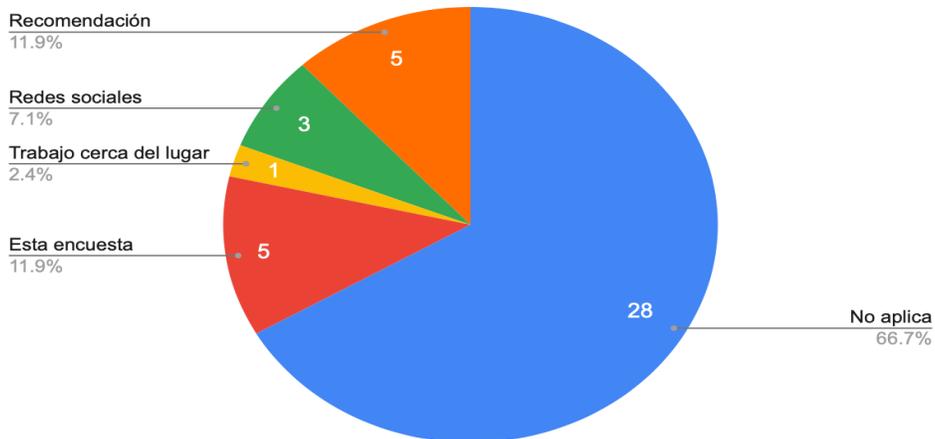
42 responses



m. ¿Cómo conociste sobre Pilao Bakery?

Los resultados de la pregunta anterior se ven reflejados al “no aplica” ser la respuesta con mayor porcentaje. Sin embargo, 9 personas conocían sobre Pilao Bakery antes de realizar la encuesta, dentro de esas 9 personas, 5 lo conocían por una recomendación y 3 por las redes sociales. Lo cual demuestra que aunque las redes sociales son importantes, el *word of mouth* sigue siendo muy relevante. Además, es importante que el establecimiento brinde un buen servicio y experiencia para los consumidores para que sean ellos quienes recomienden el lugar.

13. ¿Cómo conociste sobre Pilao Bakery?

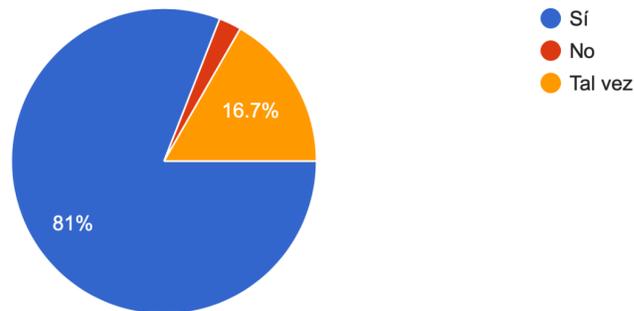


n. Si no has visitado Pilao Bakery, ¿te llama la atención conocer el lugar?

Para finalizar la encuesta, luego de haber realizado preguntas generales y un poco más específicas, consideramos pertinente preguntarles a las personas si visitarán Pilao. Pues esa sería la respuesta final que nos ayuda a concluir la percepción de las personas sobre Pilao y vemos resultados sumamente positivos. A pesar de que la gran mayoría no había visitado Pilao, al finalizar la encuesta vemos que el 81% iría al lugar y 16.7% tal vez. Por lo que la encuesta también ha ayudado a dar a conocer el establecimiento y posiblemente llevar nuevos clientes.

14. Si no has visitado Pilao Bakery, ¿te llama la atención conocer el lugar?

42 responses



VIII. Desarrollo de la marca

1. Visión e idea de negocio

a. Misión de la marca

Satisfacer las necesidades gastronómicas de nuestros clientes, ofreciendo alimentos y servicios con la más alta calidad y un ambiente para pasarla bien en familia y amistades.

b. Visión de la marca

Llegar a demostrar mundialmente la calidad de los productos puertorriqueños.

c. Propuesta de valor de la marca

Pilao Bakery ofrece una buena comida y servicio para que disfrutes en minutos.

d. Mensaje

Pilao Bakery, café y sonrisas en un mismo lugar.

2. Desarrollo de *look and feel*

a. Identidad visual

Proponemos un logo moderno con algunos ajustes al original. Según nuestra investigación, en el logo original no se apreciaba bien el grano de café y no era lo suficientemente legible. Nuestra propuesta busca darle protagonismo al grano de café y lograr que el nombre sea más legible. Igualmente, eliminar la palabra *bakery* según lo discutido con los clientes. De igual forma, ajustamos el logo original con las recomendaciones.



El nuevo logo utiliza las tipografías Tan Mon Cheri y Neue Montreal. Los colores son “Pantone Bright Red C” (#FF1616) y “Pantone Black C” (#000000).

b. Lenguaje

Proponemos que la marca utilice un tono amigable y coloquial. Al ser un establecimiento de comida, cálido y agradable, consideramos que deben utilizar un tono informal para atraer a su público. El uso de *hashtags* es sumamente importante en las redes sociales, Pilao, debería utilizar *hashtags* generales relacionados con su establecimiento y *hashtags* propios. En cuanto a los generales, deben estar al tanto de las tendencias para utilizarlos y también algunos que siempre se pueden usar como #bakery, #oldsanjuan, #viejosanjuan, #gastronomía, #puertoricogram #brunchpuertorico #cafepuertorico. Siempre deben utilizar su propio *hashtag* #pilaobakery o con el cambio de logo #pilaopuertorico o #pilaosanjuan; también crear *hashtags* para sus promociones o alguna ocasión especial como #pilaobrunch.

c. Estilo de fotografía

Deben enfocarse en la iluminación para que sus productos se vean apetitosos y resalten en las redes sociales.





3. Marketing Mix y branding

a. Producto

Sí, se estaría realizando algún cambio en las etiquetas de los empaques, envases del producto como resultado del “rebranding” que solicitó Pilao. Teniéndose una mayor presencia del lado del café y menos de la panadería. Le estaremos sugiriendo a Pilao cambiar ciertos elementos de su logo (como por ejemplo: la posición del grano del café) y los colores.

b. Precio

Por su parte, en el área de precios encontramos que son unos accesibles y competitivos que estratégicamente los hacen destacar de sus competidores.

c. Distribución

Sus productos se continuarán vendiendo desde su actual punto de venta, pero se le comentó al cliente que se añadiera la opción de entrega (delivery). Brindando así una opción más viable para sus principales clientes que son trabajadores de obtener sus productos.

d. Promoción y estrategias digitales

La marca debe estar presente en las redes sociales de Instagram, Facebook y Tiktok. Porque en la actualidad estas redes sociales son las que los clientes utilizan para determinar qué productos van a consumir. Ofreciéndole una ventaja competitiva a Pilao frente a su competencia que no tenga presencia en redes sociales o que no la tenga de manera adecuada.

Es por eso que con estas redes aumentarán la visibilidad y reconocimiento de la marca. Además, le permitirá a Pilao tener una comunicación más directa e inmediata con sus clientes, conocerlos mejor y que estos lleguen al punto de tenerlos como su Lovemarks a la hora de comer. Para finalmente posicionarse como un referente en el sector.

i. Publicaciones de redes sociales.

Instagram

Stories: https://drive.google.com/drive/folders/1-H-WyDpxVX_L8OyU3BFGzy-25bqG1zSj



Tiktok

<https://drive.google.com/drive/folders/1-JmAcQtSgt0XEIC4PFutNG7erFTCRfrq>

Facebook



**ESTAMOS
CONTRATANDO**

PILA 
OLD SAN JUAN

¡SOLICITA HOY! 

 pilaoempleados@gmail.com



PILA 
OLD SAN JUAN
CAFÉ

*Estamos
contratando*

Contáctanos
pilaoemplos@gmail.com

¡Solicita hoy!



¡Visítanos!



Galería Paseo Portuario, C. del Recinto Sur Local 3-2, San Juan, 00901

ii. Fotos de perfil y over photos.

Facebook





- **Cover photo:**



Pilao
BAKERY CAFÉ
OLD SAN JUAN



PILAO
OLD SAN JUAN



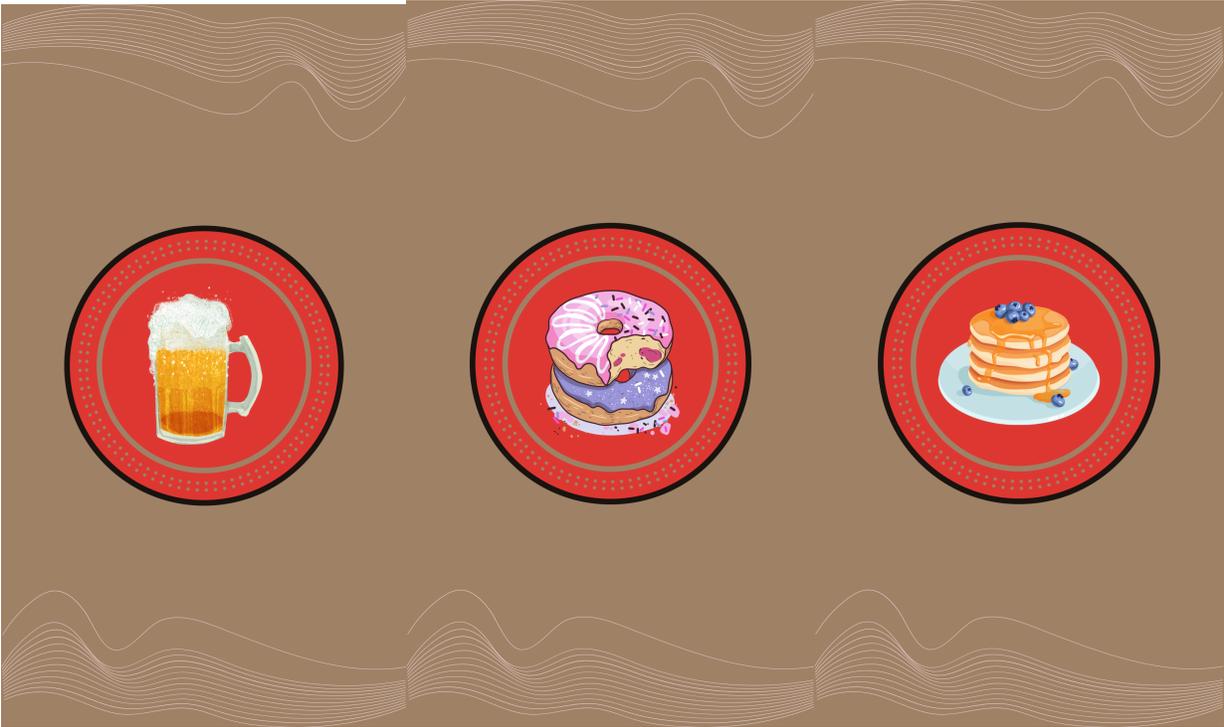
Instagram



- **Filtro a utilizarse:**

Ninguno porque mientras más natural y auténtica se vea la imagen más atrae al cliente. La nueva generación ve el utilizar filtros como algo de los 2000.

- **Highlights:**





TikTok



Email marketing y página web:

- **Email marketing:**



The screenshot shows the landing page for PILAO. At the top, the brand name "PILAO" is centered, with navigation links for "ABOUT", "MENU", "DELIVERY", and "SHOP". The main visual is a background of coffee beans. On the left, there's a photo of a latte in a blue cup. The headline reads "¡LLEGÓ LA HORA FELIZ!". Below this, a promotional offer states: "Disfruta de tu café favorito con un 2x1 de 8:00 a.m. a 10:00 a.m.". A paragraph of text describes the location and hours: "Visítanos en el Viejo San Juan todos los días de 7:00 a.m. a 3:00 p.m y disfruta de nuestros deliciosos platos gourmet y bebidas calientes." A circular inset image shows a person's hands stirring a latte. A "CONOCE MÁS" button is positioned below the text. At the bottom, the social media handle "@pilaobakery" and the website "pilaobakery.com" are displayed.

- **Página web:** <https://lilybethvillegasgomez.my.canva.site/web-design-pilao>