



**DIRECCIÓN DE VINCULACIÓN SOCIAL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**

CARRERA:

TECNICO EN MARKETING TURÍSTICO

NOMBRE DEL PROYECTO:

**DISEÑO DE MANUALES PARA MICRO EMPRESARIOS ATENDIDOS POR
EL CENTRO DE DESARROLLO PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA
(CDMYPE) UNIVO.**

RESPONSABLE:

YESLI PAOLA AYALA LOPEZ U20230775

MARTA ALICIA HERNANDEZ SANTOS U20210650

SANDRA VERONICA ORTIZ ORTIZ U20231438

CICLO:

04-2024

LUGAR Y FECHA DE ENTREGA:

CIUDAD UNIVERSITARIA UNIVO 30 DE SEPTIEMBRE DE 2024

Contenido

Contenido

1.- UBICACIÓN DE PROYECTO:	3
3.- ÁREA DE EJECUCIÓN:	3
4.LÍNEA DE ACCIÓN DE VINCULACIÓN SOCIAL:.....	3
5.DESCRIPCIÓN:	3
6. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA:	3
10.METAS:	6
11.POBLACIÓN BENEFICIADA:	6
12.HORARIO DE TRABAJO:	6
13.PERIODO DE REALIZACIÓN:.....	6
14. INSTITUCIONES PARTICIPANTES.....	6
15..RECURSOS:.....	6
16. PRESUPUESTO:	7
17.CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:	8

1.- UBICACIÓN DE PROYECTO:

Nombre de la institución: CDMYPE

Dirección: 4ta calle poniente 603, San Miguel, El Salvador

Teléfono: 7894-1961. 6040-4384. 60239442. 7886-2616.

Persona Responsable de supervisar al estudiante en la institución: Diana, Dania, Damaris, Rosmery

Cargo: Asesoras sociales

2.- REGIÓN: Oriental.**3.- ÁREA DE EJECUCIÓN:** Economía, Administración y Comercio**4.LÍNEA DE ACCIÓN DE VINCULACIÓN SOCIAL:**

Desarrollo Económico – Social

Medio ambiente

5.DESCRIPCIÓN:

En este proyecto, desarrollaremos diez manuales de marketing digital enfocados en técnicas de ventas efectivas. Cada manual incluirá un plan integral de marketing digital para redes sociales, así como estrategias de geoposicionamiento específicas para restaurantes en la zona del Malecón Playa El Cuco.

6. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA:

Los restaurantes donde se implementarán los manuales presentan una deficiencia en la aplicación de técnicas de marketing digital en redes sociales.

Además, las estrategias de venta que utilizan son limitadas y no están alineadas con las demandas actuales del mercado. También carecen de un adecuado geoposicionamiento, lo que dificulta la visibilidad de estas empresas en el Malecón Playa El Cuco.

7. JUSTIFICACIÓN:

La ejecución del proyecto se llevará a cabo mediante un enfoque colaborativo y participativo. Se realizarán diagnósticos iniciales en cada uno de los restaurantes para identificar sus necesidades específicas y sus áreas de oportunidad. A partir de esta información, se diseñarán los manuales de marketing digital adaptados a las particularidades de cada establecimiento. Posteriormente, se proporcionará capacitación a los propietarios y empleados de los restaurantes para asegurar una correcta implementación de las estrategias propuestas, facilitando así su integración en la operación diaria de los negocios.

La importancia de este proyecto radica en su potencial para transformar la situación actual de los restaurantes. Al implementar técnicas de marketing digital, se espera que estos negocios aumenten su visibilidad en el entorno online, facilitando la atracción de más clientes.

El desarrollo de estrategias de venta adecuadas permitirá a los restaurantes maximizar sus ingresos, mejorando su rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo.

8. OBJETIVOS:

Objetivo general:

Desarrollar estrategias de marketing integral para los restaurantes, mediante 10 manuales especializados con técnicas de ventas, marketing digital en redes sociales y geoposicionamiento, para aumentar la visibilidad, atraer clientes y mejorar la competitividad.

Objetivos específicos:

1. Elaborar técnicas de ventas adaptadas a las necesidades de los restaurantes, con el objetivo de mejorar la experiencia del cliente y optimizar los ingresos.
2. Diseñar un plan de marketing digital enfocado en redes sociales y geoposicionamiento, para aumentar la presencia online y captar nuevos clientes.

9.- ACTIVIDADES:

1. Se llevarán a cabo reuniones para definir y especificar cada etapa requerida para el proyecto, asegurando una planificación detallada y coordinada. En estas reuniones se abordarán aspectos clave como la creación de los manuales, la implementación de las estrategias de ventas, la elaboración del plan de marketing digital para redes sociales y las acciones de geoposicionamiento, con el objetivo de garantizar el éxito del proyecto y la optimización de los resultados esperados.
2. Se realizarán visitas a los restaurantes del Malecón Playa El Cuco para obtener información detallada sobre cada negocio. Estas visitas permitirán analizar las prácticas actuales de marketing, el uso de redes sociales y la visibilidad en plataformas geolocalizadas. La información recopilada servirá para ajustar las estrategias y manuales a las necesidades específicas de cada restaurante, garantizando un enfoque personalizado que maximice su impacto y efectividad.
3. Se procederá a elaborar y documentar toda la información necesaria para cada manual, asegurando que los contenidos estén bien estructurados y adaptados a las necesidades de los restaurantes del Malecón Playa El Cuco.

10.METAS:

1)Mejorar la experiencia del cliente y optimizar los procesos de atención y venta en los restaurantes, enfocándose en un servicio eficiente y un ambiente acogedor

HORA	DIA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
AM			8:00		8:00			
PM			2:00		2:00			

que fomente la fidelización.

2)Aumentar las ventas mediante estrategias efectivas de marketing y atención al cliente.

11.POBLACIÓN BENEFICIADA:

HOMBRES	MUJERES	TOTAL
100	100	200

12.HORARIO DE TRABAJO:

13.PERIODO DE REALIZACIÓN:

Fecha de inicio: 17 de septiembre de 2024

Fecha de finalización: 30 de noviembre de 2024

14. INSTITUCIONES PARTICIPANTES:

Universidad de Oriente

A CDMYPE

15..RECURSOS:

a. Humanos:

estudiantes

de segundo año

Materiales

Computadora

Teléfono

Internet

16. PRESUPUESTO:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
100	Comida	\$ 3.50	\$210.00
200	Transporte	\$ 6.00	\$720.00
900	3 colaboradores (300 horas c/u)	\$ 1.00	\$900.00
15	Otros, papelería, copias, impresiones, etc.	\$5.00	\$75.00
	Sub-Total		\$1,245
	Imprevistos (10%)		\$ 143.00
	TOTAL, GENERAL		\$ 1,573.00

17.CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:

N°	ACTIVIDADES	MESES											
		SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Reuniones para especificar cada etapa requerida para el proyecto												
2	Visitas para la recopilación de información												
3	Elaborar y documentar la información correspondiente sobre cada manual												
4	Entrega del proyecto de diez manuales de marketing digital												