



Nombre: Diana Laura Castañeda Flores.

Profesor: Lic. Raúl Ramírez Gutiérrez.

Materia: Relaciones Públicas.

Licenciatura: Diseño Gráfico.

Grado: 7º Cuatrimestre.

Papap`'s es una marca que se dedica a la comida rápida, papas fritas en específico; lo peculiar de este negocio es la manera en que se sirven las papas en conos y las puedes preparar a tu gusto con todos los aderezos de tu elección, boneless, dedos de queso, fajitas de res y tocino, al igual que le puedes agregar las sabritas de tu elección.

- **Logotipo:**



- **Misión:**

Presentar al público un nuevo lugar y concepto de comer papas, a gustos individuales para satisfacer el gusto de cada cliente.

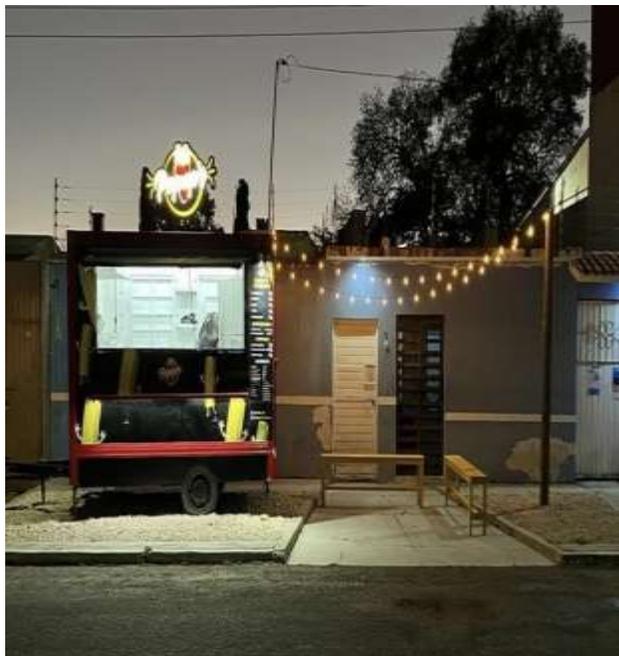
- **Visión:**

La experiencia de los clientes en Papapap`s sea placentera, se logre distinguir y resaltar por sus sabores y hacer que la marca se expanda en el mercado comiteco y posteriormente tener un posicionamiento en el estado y el país.

- **Valores:**

Responsabilidad – Honestidad – Calidad – Servicio – Satisfacción al cliente – Ambiente

- **Identidad de la marca.**



- **Plan de posicionamiento de marca.**

Crear comerciales hablando del producto y las sucursales, lanzarlos en páginas conocidas de publicidad de aquí de Comitán para darle promoción y dar a conocer el producto a una mayor audiencia.

- **Estudio de mercado.**

- Sexo: Hombres y mujeres.
 - Rango de edad: 12 años en adelante.
 - Nivel de ingresos: ingresos entre los \$10,000 y los \$30,000 mensuales, perfil estudiante – profesionista.
 - Plaza: residentes en la localidad de más de 50,000 habitantes.
-
- 166,178 habitantes (secretaría de Economía) 52.2% mujeres, y 47.8% hombres.
 - 86,738 población femenina
 - 79,440 población masculina
 - 10 - 14 años (15,709 habitantes) y 15 - 19 años (15,050 habitantes). Entre ellos concentraron el 28. 3% de la población total.

- **Plan de relaciones públicas.**

Objetivo del plan: Dar a conocer a la marca, el establecimiento y el producto para todo el público.

Público objetivo: Hombres y mujeres de 12 años en adelante.

Mensaje: Utilizar las redes sociales como medio de difusión y crear una página de la marca en la que se estarán compartiendo constantemente fotos y videos del producto al igual que difundir promociones y eventos que la marca quiera lanzar.

Medios de comunicación: Instagram y Facebook.

Estrategia de comunicación: difusión de la marca en distintos medios, pagar u ofrecer el producto gratis a personas que sean influyentes en las redes sociales y puedan dar un mejor alcance de vistas sobre el producto.