



UNIVERSITAT  
POLITÀCNICA  
DE VALÈNCIA



Escola Tècnica  
Superior d'Enginyeria  
Informàtica

Escola Tècnica Superior d'Enginyeria Informàtica  
Universitat Politècnica de València

# Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

Trabajo Fin de Máster

**Máster Universitario en Gestión de la Información**

**Autor:** Olga Patricia Padilla Dujarric

**Tutor:** Jorge Serrano-José Antonio Ontalba

[2014-2015]





# Resumen

---

En el siguiente trabajo se pretende realizar un análisis cibernético en el ámbito de restaurantes en Santo Domingo con el fin de identificar las líneas de venta online de la competencia de un negocio en marcha real llamado Mercado Colón analizando la demanda de los consumidores y las estrategias online de penetrar en la sociedad dominicana. La restauración y está en pleno crecimiento manteniendo así un elevado consumo en hoteles, bares y restaurantes por lo que los ciudadanos tiene la oportunidad de innovar en este ámbito creando espacios gastronómicos permitiéndole crecer en los mismos mediante estrategias online.

**Palabras clave:** cibernética, plan de marketing, restauración

# Abstract

---

In this investigation it aims to make a cybermetric analysis in the field of restaurants in Santo Domingo in order to identify lines of online sales competition of a business in real march called Mercado Colón analyzing consumer demand and online strategies to penetrate the Dominican society. The catering industry is growing and thus maintaining a high consumption in hotels, bars and restaurants so that citizens have the opportunity to innovate in this area, creating dining spaces allowing it to grow in these areas through online strategies.

**Keywords:** marketing plan, cybermetrics, catering industry

# Agradecimientos

---

Quiero agradecer a todas las personas que hicieron posible la elaboración del siguiente proyecto. En primer lugar a mi familia y amigos por todo su cariño y comprensión. En segundo lugar, a la Universidad Politécnica de Valencia, y a todas las personas que de una u otra forma me acogieron en el tiempo de mi estadía en esta ciudad. Agradezco especialmente a mis tutores Jorge Serrano y Jose Antonio Ontalba por su ayuda y apoyo infinito.

Finalmente agradezco al gobierno de mi país República Dominicana por la oportunidad brindaba y la confianza depositada en mí para cumplir una de mis metas.

# Tabla de contenidos

---

1. Introducción.....	6
1.1 Marco General: Análisis de la situación general.....	13-16
1.2 Justificación: Planteamiento del Problema.....	17-18
1.3 Objetivos. General y específicos.....	19
1.4 Estructura.....	20
2. Análisis Cibernético	
2.1 ¿Qué es cibermetría?.....	21-23
2.2 Fuentes y herramientas cibernéticas.....	24-28
2.3 Análisis de los competidores.....	29
2.3.1 Análisis Competidor Restaurante Pat'e Palo.....	29
2.3.1.1 Canales de comunicación online a analizar.....	29-38
2.3.1.2 Herramientas Cibernéticas.....	38-42
2.3.2 Análisis Competidor Restaurante Sophia's.....	43
2.3.2.1 Canales de comunicación online a analizar.....	43-46
2.3.2.1 Herramientas Cibernéticas.....	46-48
2.3.3 Análisis Competidor Restaurante Lulú Tasting Bar.....	49
2.3.3.1 Canales de comunicación online a analizar.....	49-55
2.3.3.2 Herramientas Cibernéticas.....	55-58
3. Resultados	
3.1 Valoración de contenidos en los medios online y localización de puntos fuertes de la competencia.....	59-60
3.2 Usuarios potenciales.....	60-61

4. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones.....62

4.2 Recomendaciones.....63-64

5. Bibliografía.....65-66

6. Anexos

Anexo A:

*Acciones que no pueden faltar en un plan de redes sociales para restaurantes.....67*

Anexo B:

Publicaciones Agosto 2015, Facebook. Lulú Tasting Bar.....68-73

# Índice de Tablas

---

Tabla I: Diferenciación entre restaurantes y mercados en Santo Domingo.....	15
Tabla II: Indicadores Cibernéticos.....	21-22
Tabla III: Página principal Pat'e Palo.....	30
Tabla IV: Newsletter Pat'e Palo.....	31
Tabla VII: Red Social Twitter Pat'e Palo. ....	35-36
Tabla VIII: Red Social Instagram Pat'e Palo. ....	36-37
Tabla IX: Medición Herramienta Moz.....	39
Tabla X: Valores obtenidos: Análisis Restaurante Pat'e Palo.....	42
Tabla XI: Página principal Sophia's.....	44
Tabla XII: Red Social Instagram Sophia's.....	45-46
Tabla XIII: Medición Herramienta Moz.....	46
Tabla XIV: Valores obtenidos: Análisis Restaurante Sophia's.....	48
Tabla XV: Página principal Lulú Tasting Bar. ....	50
Tabla XVI: Newsletter Lulú Tasting Bar.....	50
Tabla XVII: Twitter Lulú Tasting Bar.....	51-53
Tabla XVIII: Red Social Instagram Lulú Tasting Bar. ....	53-55
Tabla IXX: Medición Herramienta Moz.....	55
Tabla XX: Valores obtenidos: Análisis Lulú Tasting Bar.....	58

# Índice de Imágenes y Gráficos

---

## **Imágenes**

Imagen I: Restaurantes en República Dominicana (Medianos y grandes).....	14
Imagen II: Página principal. Restaurante Pat'e Palo.....	30
Imagen III: Publicaciones Facebook mes Agosto 2015.....	32
Imagen IV: Publicaciones Facebook mes Agosto 2015.....	33
Imagen V: Publicaciones Facebook mes Agosto 2015.....	34
Imagen VI: Tendencias Topsy Mes Jul-Ago. 2015.....	39
Imagen VII: Valoración Página web. Pate Palo <a href="http://www.restaurante.com.do">www.restaurante.com.do</a> .....	40
Imagen VIII: Búsqueda Orgánica en el Buscador de Google. Restaurante Pat'e Palo...	41
Imagen IX: Página principal. Restaurante Sophia's.....	43
Imagen X: Valoración Página web. Sophia's.....	47
Imagen XI: Página principal. Lulú Tasting Bar.....	49
Imagen XII: Tendencias Mes Jul-Ago. 2015.....	56
Imagen XIII: Búsqueda Orgánica en el Buscador de Google. Lulú Tasting Bar.....	57

## **Gráficos**

Gráfico I: Ranking Visitantes. Restaurante Pat'e Palo.....	40
Gráfico II: Ranking Visitantes. Sophia's.....	47
Gráfico III: Ranking Visitantes Lulú Tasting Bar.....	57

# 1. Introducción

---

*La gastronomía de la República Dominicana se ha formado tras los años, integrando y transformando los aportes de otras culturas. Este proceso creativo sigue evolucionando y se enriquece cada día de nuevas influencias.<sup>1</sup> La gastronomía dominicana es de origen indígena y española, con influencias de África, Europa y Asia.*

*La gastronomía dominicana actual se ve influenciada por las raíces aborígenes de nuestra cultura, por las corrientes traídas de la Madre Patria, las tendencias africanas y otras tantas vertientes que llegan a nuestra cocina.<sup>2</sup>*

En ésta ciudad el área de la restauración está siendo muy valorada por los consumidores en los últimos tiempos, los mismos asisten asiduamente a restaurantes, bares y cualquier espacio gastronómico de interés social y culinario, con el fin de degustar diferentes sabores, texturas y aromas agradables a su paladar. Es un área que está siendo valorada socialmente y abriendo caminos hacia nuevos proyectos y espacios culinarios.

*El Banco Central de la República Dominicana presentó recientemente su informe preliminar de la economía nacional, en el cual indica que durante el lapso enero-marzo 2015 la economía dominicana registró un crecimiento preliminar de 6.5% con respecto a igual período del año anterior. De este informe se desprende la información del valor agregado de la actividad de Hoteles, Bares y Restaurantes registró un crecimiento interanual de 4.9%, impulsado por el aumento en 7.4% de los ingresos por turismo.<sup>3</sup> “El sector hoteles, bares y restaurantes ha sido de gran dinamismo y fuerte crecimiento en la economía dominicana”.<sup>4</sup>*

---

<sup>1</sup> Gastronomía Dominicana. [http://www.ecoguiadominicana.com/inc/page.php?id\\_cate=28](http://www.ecoguiadominicana.com/inc/page.php?id_cate=28)

<sup>2</sup> Las influencias del convite dominicano. [http://www.dominicanaonline.org/Portal/espanol/cpo\\_convite.asp](http://www.dominicanaonline.org/Portal/espanol/cpo_convite.asp)

<sup>3</sup> Valor agregado del sector hoteles, bares y restaurantes en República Dominicana registra crecimiento de 4.9%. <http://www.bohionews.com/noticias-pulso/2936-valor-agregado-del-sector-hoteles-bares-y-restaurantes-en-republica-dominicana-registra-crecimiento-de-4-9>.

<sup>4</sup> Centro de exportación e inversión de la República Dominicana dirección de estudios económicos gerencia de análisis de mercado. Perfil Económico del sector turístico en República Dominicana. <http://www.cei-rd.gov.do/estudios/sectores/PERFIL%20TURISTICO.pdf>

Éstos bares y restaurantes se dan a conocer por su propio sitio web, mostrando su carta, promociones y/o especiales de temporada, se publican también por redes sociales, eventos promocionales y aplicaciones online independientes que contienen una recopilación de los restaurantes de la ciudad mostrando su carta, ubicación y una breve valoración del sitio, los restaurantes en el país obtienen mayor demanda y mayor beneficio si se encuentran en aplicaciones como las antes mencionadas ya que están siendo muy visitadas por los consumidores.

En la actualidad se puede identificar como herramienta principal el uso de los medios sociales online para dar a conocer restaurantes y bares ya que al generar contenido y ofrecer al consumidor una relación activa diariamente, se mantiene y fortalece la relación en los mismos.

En el siguiente trabajo se pretende realizar un análisis cibernético en el ámbito de restaurantes en Santo Domingo con el fin de identificar las líneas de venta online de la competencia de un negocio en marcha real llamado Mercado Colón analizando la demanda de los consumidores y las estrategias online de penetrar en la sociedad dominicana.

## 1.1 Marco general: Análisis situación actual

*“Un atractivo muy interesante de la República Dominicana es su estupenda gastronomía. La cocina dominicana es un auténtico repertorio de culturas e influencias internacionales. Basada en parte en la cultura taína, de tiempos precolombinos, y también en la fuerte influencia española que supuso la colonización, esta deliciosa gastronomía tiene también fuertes influencias africanas, estadounidenses y del resto de las Antillas. En conjunto se trata de una cocina de estilo criollo, con sabores intensos y picantes y basada en el uso de productos e ingredientes autóctonos”.*<sup>5</sup>

La gastronomía de la República Dominicana presenta características auténticas, proviene principalmente de origen europeo pero desarrollado en América con influencias africanas. Las especialidades culinarias del país varían según las regiones o provincias pero guardan en común un sabor exquisito que permiten satisfacer las necesidades de los más exigentes comensales, impulsando así la fusión y atractivos innovadores de la gastronomía.

*Estudio de mercado: “Resultados investigación del mercado de República Dominicana”, Ing. Jose Alfonzo Laínez*<sup>6</sup>.

- *La industria hotelera dominicana cuenta con una de las tasas de ocupación más altas de Latinoamérica.*
- *El país recibe cerca de 4.5 millones de turistas cada año.*
- *República Dominicana genera ingresos por más de cuatro billones de dólares en turismo y emplea cerca de 200 mil empleados cada año correspondiendo al primer lugar de la economía con un 8.2% del Producto Interno Bruto.*

*Principales restaurantes de lujo: Sólo en Santo Domingo capital de la República Dominicana, hay cerca de 50 restaurantes de lujo entre los que se destacan:*

- *Vesuvio*
- *La Bricciola*
- *Scherezade*
- *Pat’ e Palo*
- *El conuco*

---

<sup>5</sup> [http://www.logitravel.com/guias-de-viajes/gastronomia-republica-dominicana-132\\_2.html](http://www.logitravel.com/guias-de-viajes/gastronomia-republica-dominicana-132_2.html)

<sup>6</sup> “Resultados investigación del mercado de República Dominicana”. [http://es.slideshare.net/proesa\\_sv/estudio-de-mercado-rrdd-canal-foodservice-e-industrial](http://es.slideshare.net/proesa_sv/estudio-de-mercado-rrdd-canal-foodservice-e-industrial)



## Restaurantes en República Dominicana (medianos y grandes)

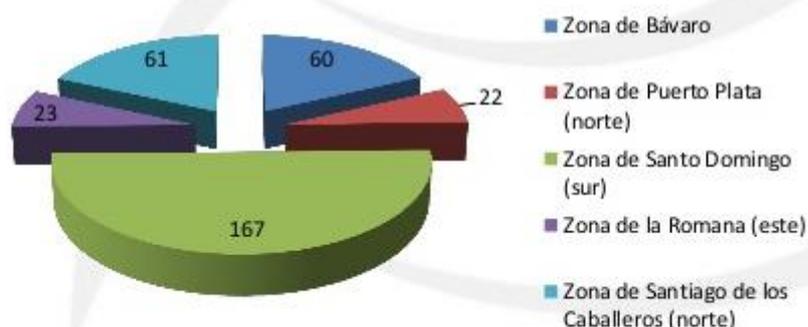


Imagen I: Restaurantes en República Dominicana (Medianos y grandes).

Fuente: "Resultados investigación del mercado de República Dominicana"

En la actualidad en el área de restaurantes de esta ciudad no existe algún espacio donde los consumidores puedan dirigirse y optar por diferentes tipos de comidas y bebidas en el mismo espacio. Existen mercados donde se pueden encontrar productos comestibles sin cocción tales como: carnes, mariscos, frutas y verduras dentro de un mismo espacio, igual que otros mercados que venden y exponen productos típicos del país enfocados a turistas para que éstos puedan obtener todos los productos que se producen en el país.

*"A pesar de las grandes plazas comerciales y del comercio formal ser parte del foco de las visitas que reciben anualmente los países de sus turistas, todas las ciudades del mundo tienen famosos mercados a los que pueden llegar a sacarle provecho de distintas formas. Espacios dedicados para conseguir alimentos frescos, artículos típicos y productos artesanales. Estos son los espacios ideales para los turistas encontrar toda una variedad de productos tradicionales de la zona que están visitando a precios especiales y realizados para ser exportados."*<sup>7</sup>

Por esto nace la oportunidad de crear lo que será el Mercado Colón, un espacio gastronómico con un concepto innovador en el mercado dominicano, denominado experiencia gastronómica ya que los consumidores podrán disfrutar de diferentes tipos de comidas, bebidas en el mismo lugar, incluyendo bodega de vinos y la compra de alimentos sin cocción como: carnes, mariscos, bebidas y vegetales para llevar todo dentro del mismo espacio.

<sup>7</sup> Los Mercados en Santo Domingo, [www.republicadominicana.es](http://www.republicadominicana.es)

Surge la necesidad de iniciar con este proyecto, al observar diferentes mercados españoles en distintas ciudades como son: Mercado San Antón, Madrid<sup>8</sup>, España, Mercado San Miguel Madrid<sup>9</sup>, España, Mercat Princesa Barcelona<sup>10</sup>, España, Eataly, Nueva York.

*Según Ingeniero Rafael Mejía, Fundador Mercado Colón define el siguiente proyecto como: “Mercado Colón, Gourmet Experience, es una iniciativa gastronómica inspirada en los mercados coloniales europeos, destacándose por su diferenciación ante los lugares culinarios del país. Se encuentra en la zona de mayor personalidad de la ciudad que es la Zona Colonial, donde se puede encontrar una variedad de oferta comercial, cultural y de ocio. Consiste en un mercado tradicional donde se pondrá a disposición del consumidor una amplia oferta gastronómica, con elevados niveles de calidad, fresca, combinado con un toque de contemporaneidad.” Nos enfocamos a un público B, A-B y A, y a turistas que visiten Santo Domingo.*

Tabla I: Diferenciación entre restaurantes y mercados en Santo Domingo

<b>Restaurantes</b>	<b>Mercado</b>
Trato personalizado	Diferentes espacios gastronómicos
Individualismo	Enfocado mayormente a turistas
Carta establecida	Incluye bar y bodega de vinos
Público objetivo estándar	Venta de artículos sin cocción
	Posibilidad de cambio de ambiente durante la estadía.

Fuente: Elaboración propia.

Tras la trascendencia y aumento de demanda en el ámbito de la restauración se muestran diversos restaurantes y bares que a lo largo del tiempo se han posicionado como líderes en el mercado, manteniendo su popularidad y posicionamiento ya sea por tradición o por calidad. Éstos son caracterizados por innovación y eficacia en el servicio.

- Pat’e Palo ([www.patepalo.com](http://www.patepalo.com))
- La Scarpetta
- La Cassina
- Sully ([www.restaurantsully.com](http://www.restaurantsully.com))
- Sophia’s ([www.sbg.com.do](http://www.sbg.com.do))

<sup>8</sup> [www.mercadosananton.com](http://www.mercadosananton.com)

<sup>9</sup> [www.mercadosanmiguel.es](http://www.mercadosanmiguel.es)

<sup>10</sup> [www.mercatpricesa.com](http://www.mercatpricesa.com)

- Don Pepe
- Lulú Tasting Bar (www.lulu.do)

*Valorados como certificado de excelencia por Tripadvisor.*<sup>11</sup>

Son apreciados por los dominicanos como restaurantes de calidad y colocados en las valoraciones de los rankings más populares como los mejores, como lo es Tripadvisor una de las mayores páginas webs de viajes del mundo, *contando con aproximadamente 250 millones de opiniones y comentarios sobre más de 5,2 millones de alojamientos, restaurantes y atracciones.*<sup>12</sup>

***Análisis del perfil, motivaciones y valoraciones de los turistas gastronómicos. El caso de la República Dominicana.*** Francisco Orgaz-Agüera. Universidad de UTESA. Dajabón, República Dominicana. Tomás López-Guzmán. Universidad de Córdoba, Facultad de Ciencias del Trabajo Córdoba, España: *“Entre los principales resultados hay que destacar que los visitantes que llegan a República Dominicana son turistas relativamente jóvenes con alto nivel de educación, pero que tienen unos ingresos bajos. La motivación principal de esta demanda viene marcada por comer y beber, si bien, también destacan otras motivaciones como relajación y ocio, En general, tanto la satisfacción con la gastronomía como por el destino es alta”.*<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Valoración y posicionamiento de restaurantes, [www.tripadvisor.es](http://www.tripadvisor.es)

<sup>12</sup> <http://www.tripadvisor.es>

<sup>13</sup> [http://www.arajournal.net/html/ang/arajournoftouriresea51\\_analisisdelperfilmotivacionesyvaloraciones.html](http://www.arajournal.net/html/ang/arajournoftouriresea51_analisisdelperfilmotivacionesyvaloraciones.html)

## 1.2 Justificación

Siendo éste un negocio en marcha se deben estudiar dos variables para conocer su mercado:

1. Analizar los posibles competidores y sus productos más destacados
2. Conocer las necesidades y gustos de los consumidores potenciales.

Éstas variables son cruciales para el desarrollo del proyecto, ya que dependiendo de los datos extraídos en la siguiente investigación, el Mercado Colón determinará su oportunidad de integrarse al mercado de la restauración en Santo Domingo, conocer sus consumidores potenciales, influencia en el mercado y el nivel de aceptación que tendrá en el mismo.

*Aunque en la República Dominicana la publicidad impresa en los periódicos, revistas u otros mecanismos aún es más alta que en la red, ya son muchas las empresas, instituciones, académicas y hasta políticos que para mercadearse aprovechan la difusión masiva que ofrecen las páginas webs y los medios digitales, los e-mails, blogs, y las muy preferidas Google y Facebook.<sup>14</sup>*

Surge la necesidad de analizar estas variables mediante el análisis cibernético, ya que son elementos innovadores claves en el futuro del proyecto puesto en marcha, se necesita identificar claramente las herramientas a estudiar y los factores que mayor se destacan, con el fin de extraer conclusiones específicas para poder manejar las estrategias de forma rentable y segura.

Se selecciona un análisis cibernético ya que en la actualidad el mundo digital es una de las mejores estrategias para promocionar como vemos a continuación en el sector de la gastronomía y restauración es un medio efectivo para dar a conocer un negocio:

Erika Silva, profesora de la Escuela de Hostelería Marketing Gastronómico en Madrid, España dice: *Si hay un sector en el que las redes sociales y los medios digitales han incidido de manera contundente es precisamente en el sector turístico y gastronómico, ya que es cotidiano que un comensal vaya a un restaurante y antes de poner los cubiertos en el plato, toma su teléfono inteligente, toma una foto y la comparte en sus redes.<sup>15</sup>*

---

<sup>14</sup> Periódico Dominicano “Diario Libre”: La publicidad en Internet. <http://www.diariolibre.com/noticias/la-publicidad-en-internet-OCDL282804>

<sup>15</sup> Restaurantes y los pasos que se deben dar en el mundo digital. <http://www.diariohispaniola.com/noticia/14951/emprendedores/erika-silva-relata-los-primeros-pasos-que-un-restaurante-debe-dar-en-el-mundo-digital.html>

*“La gente quiere nuevas manera de consumir contenidos, nuevos estilos de escritura, novedades, tendencias. Hay que huir en la copia y en hacer lo mismo siempre, sobre todo si están comenzando. Además, sugiere basar la estrategia en los pilares del marketing de contenidos para ser realmente relevante para los lectores: educar, divertir, informar y emocionar. “Si sus contenidos no cumplen estas premisas, difícil será que cumplan con sus objetivos”.<sup>16</sup>*

*“El tema de las redes sociales llegó para instalarse con nosotros. Es difícil imaginar tu vida sin una red como Facebook donde vas a bajar una foto. Comentar tu última ocurrencia o Twitter, donde compartirás tu indignación sobre algún tema en especial con tus seguidores. Si bien estas son 2 de las favoritas, hay otras redes más **centradas en grupos específicos**, como son los **amantes del buen comer**. La gastronomía y redes sociales han formado un nuevo grupo de afinidad: la posibilidad de conocer a otras personas a través de la comida.”<sup>17</sup>* Es un movimiento que está en constante crecimiento ya que se puede denominar que en el ámbito gastronómico las redes y los medios digitales se consideran como los mayores efectivos para dar a conocer un negocio.

El siguiente proyecto se realizará en Santo Domingo, República Dominicana, donde se llevará a cabo un estudio de mercado online de un modelo de negocio offline, analizando mediante herramientas de medición y cibernética los factores que influyen en la constitución de un espacio gastronómico, con el fin de identificar competidores directos e indirectos y consumidores potenciales en el área de restauración de esta ciudad.

En el análisis cibernético se utilizarán herramientas de medición y valoración de contenidos, identificando las tácticas que utilizan los competidores directos como medio de comunicación hacia los consumidores. Se analizarán las redes sociales de la competencia, páginas webs y servicios web de la gastronomía dominicana.

---

<sup>16</sup> Restaurantes y los pasos que se deben dar en el mundo digital. <http://www.diariohispaniola.com/noticia/14951/emprendedores/erika-silva-relata-los-primeros-pasos-que-un-restaurant-debe-dar-en-el-mundo-digital.html>

<sup>17</sup> <http://nomadistas.com/2013/12/31/gastronomia-y-redes-sociales-gente-y-comida>

### **1.3 Objetivos: General y específicos**

La siguiente investigación pretende alcanzar los siguientes objetivos:

#### **General**

Realizar un análisis cibernético en el ámbito de la restauración en Santo Domingo, República Dominicana con el fin de identificar las líneas de venta online de la competencia del Mercado Colón analizando la demanda de los consumidores.

#### **Específicos**

- Identificar los restaurantes con mayor popularidad en Santo Domingo.
- Diseñar los indicadores que permitan describir las características de los usuarios potenciales.
- Identificar fuentes y herramientas cibernéticas.
- Análisis de los competidores, conocer sus estrategias de posicionamiento en el mercado.
- Análisis y extracción de datos estadísticos.

#### **1.4 Estructura.**

La investigación se divide en dos partes:

En la primera parte se recopila toda la información concerniente al ámbito de la restauración y gastronomía de Santo Domingo, República Dominicana, para obtener los datos se deben consultar fuentes que contengan información sobre la competencia y los consumidores tales como:

Foros, redes sociales de restaurantes, blogs (para conocer opiniones de los usuarios y la interacción que mantienen los restaurantes con los mismos), revistas especializadas, eventos (seminarios y congresos) y como fuente de mayor importancia se analizarán los sitios webs de los restaurantes competidores y aplicaciones online independientes que manejan toda la información y comentarios de los restaurantes que están registrados en las mismas.

El objetivo de la primera parte consta en conocer toda la información de los restaurantes en Santo Domingo, conocer sus fortalezas y debilidades y la postura que sostienen sobre los usuarios.

En la segunda etapa se pretende realizar un análisis cibernético, utilizando herramientas de medición y valoración para así poder analizar los posibles competidores del Mercado Colón y conocer sus productos y servicios más destacados, identificando a la vez las necesidades y gustos de los consumidores potenciales.

## 2. Análisis Cibernético

---

Se debe iniciar explicando los conceptos básicos de la investigación tales como: cibernetría, análisis cibernético e indicadores cibernéticos.

### 2.1 ¿Qué es Cibernetría?

De acuerdo a la Wikipedia: *Medición, estudio y análisis de toda clase de información y medios de comunicación que existen en el ciberespacio y que emplean técnicas bibliométricas, cuantitativas e infométricas. La cibernetría es un subcampo de las ciencias de la información y dentro de la infometría y el protagonismo va a ser la información que circula por la red, es decir lo cuantificado va a ser la información electrónica.*<sup>18</sup>

Según Isidro Aguillo. Centro Nacional de Información y Documentación Científica (CINDOC) define la cibernetría como la *disciplina dedicada a la descripción cuantitativa de los contenidos y procesos de comunicación que se producen en el ciberespacio.*<sup>19</sup>

El mismo autor muestra una agrupación de indicadores según dichas variables que se muestran en la Tabla II:

Tabla II: Indicadores Cibernéticos

<b>Categoría</b>	<b>Indicador</b>
Infraestructura	Número de host, de servidores Web, de usuarios, de dominios, de sitios, de sitios institucionales.
Tamaño	Número de páginas, de objetos, de objetos multimedia, de archivos ejecutables, tamaño de los archivos, distribución por lenguajes, evolución temporal, número de niveles, de enlaces por página.

<sup>18</sup> Cibernetría, <https://es.wikipedia.org/wiki/Cibernetr%C3%ADa>

<sup>19</sup> [www.scielo.sld.cu](http://www.scielo.sld.cu), Isidro Aguillo

Calidad	Porcentaje de enlaces válidos, de errores de enlace, apariencia.
Conectividad	Total de enlaces, de enlaces por página, número de enlaces internos y externos.
Visibilidad	Número de enlaces recibidos o externos, enlaces nacionales externos, enlaces internacionales externos.
Impacto	Factor de impacto
Popularidad	Número de visitas

Fuente: [www.scielo.sld.cu](http://www.scielo.sld.cu) Datos: Isidro Aguillo

*“Se distinguen tres grandes grupos de indicadores web para el análisis cibernético: medidas descriptivas, que miden el número de objetos encontrados en cada una de las sedes web (páginas, ficheros media o ricos, densidad de enlaces); medidas de visibilidad e impacto, que cuentan el número y el origen de los enlaces externos recibidos y medidas de popularidad, donde se tiene en cuenta el número y las características de las visitas que reciben las páginas web.”<sup>20</sup>*

- *Medidas Descriptivas: Miden fundamentalmente el tamaño o números de objetos encontrados en cada sede-riqueza de páginas, ficheros media o ricos, densidad de enlaces totales y únicos.*
- *Medidas de visibilidad e impacto: Se basan en el carácter hipertextual del Web y exploran los patrones de enlace entre páginas y sedes distintas.*
- *Medidas de popularidad: El consumo de información medido en términos de número y características de las visitas desde la web resulta un atractivo, aunque extremadamente complejo de implementar.”<sup>21</sup>*

*Datos empíricos obtenidos para dominios web universitarios muestran que la cibermetría es una interesante herramienta para describir la presencia en Internet de instituciones académicas, pero también evidencia la llamada brecha digital<sup>22</sup>, que puede conducir a un indeseable colonialismo cultural y científico.”<sup>23</sup>*

<sup>20</sup> [http://www.uoc.edu/rusc/3/1/dt/esp/aguillo\\_granadino.html](http://www.uoc.edu/rusc/3/1/dt/esp/aguillo_granadino.html)

<sup>21</sup> Indicadores Cibernéticos: ¿Nuevas propuestas para medir la información en el entorno digital?[http://eprints.rclis.org/9233/1/http\\_\\_\\_bvs.sld.cu\\_revistas\\_aci\\_vol14\\_4\\_06\\_acio3406.htm.pdf](http://eprints.rclis.org/9233/1/http___bvs.sld.cu_revistas_aci_vol14_4_06_acio3406.htm.pdf)

<sup>22</sup> Brecha Digital: expresión que hace referencia a la diferencia socioeconómica entre comunidades que tienen acceso a los beneficios de la Sociedad de la Información y aquellas que no, aunque tales desigualdades también se pueden referir a todas las tecnologías de la información y la comunicación, como el ordenador personal, la telefonía móvil, la banda ancha.

<sup>23</sup> [http://www.uoc.edu/rusc/3/1/dt/esp/aguillo\\_granadino.html](http://www.uoc.edu/rusc/3/1/dt/esp/aguillo_granadino.html)

Según Bjerneborn (2004) muestra que la *Cibermétrica puede ser entendida como el estudio de los aspectos cuantitativos de la construcción y uso de los recursos de información, estructuras y tecnologías en internet desde perspectivas bibliométricas e informétricas*<sup>24</sup>.

Otro indicador valorado dentro de la cibemetría: es *el Page Rank, incorporado en Google, también sea incluido por algunos autores entre los indicadores cibernéticos. Se trata de un sistema de clasificación de páginas Web desarrollado por los fundadores Larry Page y Sergey Brin en la Universidad de Stanford. Su finalidad es asignar un valor numérico a las páginas Web, según el número de veces que otras páginas las recomienden y según el PageRank que éstas ostenten. Google desea que, en las primeras posiciones de los resultados de búsqueda, se encuentren páginas de cierta relevancia y que éstas se recomienden por otras páginas que, a su vez, también sean relevantes. Para determinar el PageRank, Google analiza el número de enlaces que provienen de otras páginas Web y su PageRank.*<sup>25</sup>

Principales herramientas tecnológicas empleadas para desarrollar estudios cibernéticos:

Entre las principales se encuentran:

- Astra Site Manager 2.0
- Custo 2.0
- Funnel Web Profiler 2.0
- Microsoft Site Analyst
- Webking 4.1

Entre los principales verificadores de enlaces se encuentran:

- Web link Validator 3.5
- Verificadores Online
- W3C link Checker
- Xenu Link Sleuth 1.2

---

<sup>24</sup> Cibernetría, Estado de la cuestión. <http://digital.csic.es/bitstream/10261/4296/1/R-17.pdf>

<sup>25</sup> Biblioteca virtual. [www.bvs.sld.cu](http://www.bvs.sld.cu)

## 2.2 Fuentes y Herramientas cibernéticas

El crecimiento y los avances tecnológicos, han fomentado el aumento de manejar y conocer la información electrónica, por lo que han surgido herramientas y métodos de análisis reflejando en estas métricas cuantitativas de las fuentes de información y servicios.

Con el fin de analizar las redes sociales, páginas web gastronómicas se seleccionan los principales competidores del Mercado Colón identificados por medios sociales de valoración, comentarios en blogs, foros, páginas webs turísticas y del país estos son:

- Pat'e Palo ([www.patepalo.com](http://www.patepalo.com))<sup>26</sup>, Sophia's ([www.sbg.com.do](http://www.sbg.com.do)), Lulú Tasting Bar (Top 13 de los mejores bares de la Zona Colonial de Santo Domingo.<sup>27</sup>([www.lulu.do](http://www.lulu.do))<sup>28</sup>
- Restaurantes Gourmet Top 10: Pate Palo, Mix Restaurant, Boga Boga, La Forchetta Ristorante, Olivo Restaurante, Restaurante El Pelicano, Mijas, La Dolcerie, Vesuvio Malecón, Angelo Ristorante.<sup>29</sup>
- Restaurantes Casual Top 10: Yao Asian Cuisine, Tony Romas, El Agave , Segafredo Café, Restaurante Típico Bonaó, Buen Provecho, Yokomo Sushi, Friday's, 3 Mariachis Taquería, Hooters Santo Domingo.<sup>30</sup>

Aunque no forman parte directa del mismo concepto entre restaurantes y mercados, diferenciados por diversas cualidades expuestas anteriormente en la *Tabla I: Diferenciación entre restaurantes y mercados en Santo Domingo*,

Para la selección de los competidores a analizar, se escogieron, ya que contienen características sociales, culinarias y un público objetivo similar, a la vez están sumergidos en el mundo online y las nuevas tecnologías, ya que contienen páginas webs actualizadas, redes sociales activas elaborando contenido y respuestas a sus usuarios de manera efectiva y reconocimiento en buscadores de valoración gastronómica.

---

<sup>26</sup> <http://www.santo-domingo-live.com/santo-domingo/restaurantes-santo-domingo/restaurante-pate-palo.html>

<sup>27</sup> <http://www.accessdr.com/2013/08/colonial-zone-bars-bring-action-to-sectors-nightlife/>

<sup>28</sup> Valorados como certificado de excelencia por Tripadvisor.

<sup>29</sup> [www.restaurante.com.do](http://www.restaurante.com.do)

<sup>30</sup> [www.restaurante.com.do](http://www.restaurante.com.do)

Competidores seleccionados para la medición e identificación de líneas de venta online, seleccionados ya que forman parte esencial de la gastronomía dominicana y están caracterizados con un nivel alto en la calidad.

Restaurantes seleccionados:

- Pat 'e Palo ([www.patepalo.com](http://www.patepalo.com)), Sophia's ([www.sbg.com.do](http://www.sbg.com.do)), Lulú Tasting Bar ([www.lulu.do](http://www.lulu.do))<sup>31</sup>

A fuego alto, blog gastronómico realizó una valoración de los mejores restaurantes en el año 2014 entre los que se encuentran dos de los tres restaurantes seleccionados como competidores directos del proyecto Mercado Colón:

- *Para muchos **Pat'e Palo** es el mejor restaurante de República Dominicana. Su chef Saverio Stassi se caracteriza por estar siempre "arriba de su negocio", no descuida ningún aspecto del restaurante que maneja y eso se puede notar en el dominio absoluto del menú que tienen todos los camareros, en la prontitud y amabilidad en el servicio y en el cuidado ambiente que tiene el local. Para resumir TODO EN PAT'E PALO es delicioso.*<sup>32</sup>

#### **¿Por qué lo escogimos?**

*Pat'e Palo es la "Experiencia Gastronómica" completa.*<sup>33</sup>

- *Sophia's ¿Un restaurante de un centro comercial entre tus favoritos? Se volvió loco #AfuegoAlto! Pues nos encantó este restaurante ubicado en el primer piso de la plaza Blue Mall (centro comercial de la ciudad). Tiene inclusive sus mesas a la vista de todo el que entra a la plaza pero su oferta es verdaderamente exquisita.*<sup>34</sup>

#### **¿Por qué lo escogimos?**

*Variedad en el menú, excelentes atenciones y meticulosidad en la preparación de los platos.*<sup>35</sup>

---

<sup>31</sup> Valorados como certificado de excelencia por Tripadvisor.

<sup>32</sup> <http://www.afuegoalto.com/2014/12/30/los-10-mejores-restaurantes-del-2014-parte-3/>

<sup>33</sup> <http://www.afuegoalto.com/2014/12/30/los-10-mejores-restaurantes-del-2014-parte-3/>

<sup>34</sup> <http://www.afuegoalto.com/2014/12/30/los-10-mejores-restaurantes-del-2014-parte-3/>

<sup>35</sup> <http://www.afuegoalto.com/2014/12/30/los-10-mejores-restaurantes-del-2014-parte-3/>

Boda Click, República Dominicana, página web de planificación de bodas y eventos, realizaron una valoración para identificar los mejores restaurantes para realizar bodas en Santo Domingo dentro de los que se encuentran dos de los tres restaurantes seleccionados como competidores directos:

- *Sophia's: Está ubicado en el centro de Piantini (zona exclusiva de la ciudad), este restaurante te hace sentir que estas entre Miami y New York. En Sophia's encontrarás una fusión de comida internacional a precios altos pero con un agradable y moderno ambiente.*<sup>36</sup>
- *Pat'e Palo: Esta situado en la zona colonial. El menú cuenta con más de 30 platos con especialidades en carnes y mariscos de corte europeo e internacional.*<sup>37</sup>

Se debe conocer la diferencia entre restaurantes y mercados, por lo que se presenta la Tabla I donde muestra una comparativa entre la denominación restaurante y mercado.

Al momento de seleccionar los competidores a analizar se realizó una verificación de enlaces con la herramienta de análisis cibernético W3C link Checker mencionada anteriormente ésta permite introducir la URL del recurso que se va a analizar con el fin de estar seguros de que la página web indicada siga los estándares y se muestra correctamente en diferentes navegadores. La validación proporciona una lista de errores que se pueden revisar y corregir hasta conseguir que la página analizada carezca de los mismos.<sup>38</sup>

Los competidores seleccionados constan de enlaces correctos aunque presentando en algunos casos errores que se pueden mejorar:

Se puede observar el análisis mostrado en:

#### **www.patepalo.com**

[http://validator.w3.org/checklink?uri=http%3A%2F%2Fwww.patepalo.com&hide\\_type=all&depth=&check=Check](http://validator.w3.org/checklink?uri=http%3A%2F%2Fwww.patepalo.com&hide_type=all&depth=&check=Check).

#### **www.lulu.do**

[http://validator.w3.org/checklink?uri=www.lulu.do&hide\\_type=all&depth=&check=Check](http://validator.w3.org/checklink?uri=www.lulu.do&hide_type=all&depth=&check=Check)

---

<sup>36</sup> <http://www.bodaclick.com.do/report/mejores-restaurantes-para-bodas-santo-domingo.html>

<sup>37</sup> <http://www.bodaclick.com.do/report/mejores-restaurantes-para-bodas-santo-domingo.html>

<sup>38</sup> <http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/182/cd/catorce/validacin.html>

**www.sbg.com.do**

[http://validator.w3.org/checklink?uri=http%3A%2F%2Fwww.sbg.com.do&hide\\_type=all&depth=&check=Check](http://validator.w3.org/checklink?uri=http%3A%2F%2Fwww.sbg.com.do&hide_type=all&depth=&check=Check).

Para realizar el análisis cibernético se utilizarán herramientas que permitan el manejo de información y medición sobre las páginas webs de los principales competidores seleccionados con el fin de conocer las estrategias utilizadas por los competidores directos, sus estrategias de posicionamiento en el mercado y diseñar indicadores que permitan describir las características de los usuarios potenciales del proyecto en marcha. Las herramientas cibernéticas que se utilizarán en el siguiente proyecto para la medición de estrategias, manejo de información y toma de decisiones son:

**Alexa:** Permite Conocer una estimación aproximada del tráfico de un competidor y sus palabras claves destacadas.

*Sirve, aunque el valor sea inexacto, como prueba de lo visitado de un dominio determinado, lo cual ofrece cierto nivel de confianza en el caso de venta de enlaces o publicidad, por supuesto siempre amparados en estadísticas reales. Estas estadísticas pueden ser también controladas a través de los servicios de estadísticas web online o por el método tradicional del análisis de registros del servidor Web, aunque estos últimos pueden ser alterados con facilidad. Este valor representa la cantidad de usuarios que visitan un dominio determinado y no tiene en cuenta las visitas de los robots de búsqueda, ni de otros tipos de acceso. En este punto tiene cierta similitud con los servicios de estadísticas web online, a diferencia de las estadísticas obtenidas por los registros del servidor Web.<sup>39</sup>*

**Moz:** Una de las herramienta más importante dedicada al mundo del SEO y del Social Media. Ofrece a sus usuarios un gran surtido de herramientas para mejorar el posicionamiento y el marketing digital. Permite conocer el dominio específico, links de las páginas webs de los competidores, si poseen cuenta en alguna red social y la cantidad de seguidores y seguidos que poseen.

Una de las informaciones más importantes que posee esta herramienta es conocer el Page Authority es decir la autoridad de la página, no tendrá la misma autoridad la portada de un sitio web, que un artículo en concreto, todo depende de la calidad y el

---

<sup>39</sup> <http://alfredohernandezdiaz.com/2012/05/27/rank-alexa/>



número de enlaces que posea. Lo mismo ocurre con la función Domain Authority que es la autoridad del dominio este debe ser el mismo para todas las páginas.

**Topsy:** Es una herramienta de monitorización de tendencias de la red social Twitter, permite mostrar un mapa exacto y puntual de los términos, enlaces, fotos y videos, centrado en analizar las tendencias e interacción en el perfil de Twitter y estrategia de comunicación que se mantienen por esta vía.

*Uno de los aspectos más destacados de Topsy es que incluye una función para el análisis social que básicamente nos permite hacer una comparación de los tweets que contienen determinadas palabras clave o enfocarse solo en una cuenta de usuario o empresa. La función de Social Trends permite visualizar al instante los últimos tweets que son considerados como tendencia en la red social o también se puede hacer uso de la búsqueda personalizada para conseguir ideas sobre un tema en específico.<sup>40</sup>*

**Semrush:** *Permite analizar y comparar tus datos con los de tus competidores. Realizando búsquedas de sus dominios te devolverán información sobre su posicionamiento orgánico y su gasto en publicidad. Además, también podrás realizar búsquedas de palabras clave específicas que te darán información acerca de su CPC <sup>41</sup> número de resultados, volumen o tendencias de búsqueda.<sup>42</sup>*

Sus funcionalidades principales son:

1. Permite descubrir qué palabras claves están reportando tráfico.
2. Seguimiento de las palabras claves que están posicionadas, conocer cuales están perdiendo puesto y las nuevas posiciones que demuestran la línea del posicionamiento.
3. Encontrar sugerencias de palabras que ayudan en el diseño de estrategias Long Tail. <sup>43</sup>

---

<sup>40</sup> <http://posicionamientoweb.pw/topsy-una-herramienta-en-linea-para-analizar-cuentas-de-twitter>

<sup>41</sup> Coste por Clic: Mecanismo de compra de publicidad atractivo y rentable para determinados objetivos de marketing. En el modelo de CPC el anunciante no paga en función de la audiencia que ve un anuncio, sino en función del usuario que responde al anuncio, realizando un clic y manifestando así su interés en visitar la web del anunciante para saber más. [https://es.wikipedia.org/wiki/Coste\\_por\\_clic](https://es.wikipedia.org/wiki/Coste_por_clic)

<sup>42</sup> <http://www.socialancer.com/semrush/>

<sup>43</sup> Estrategia Long Tail: <http://comenzandodecero.com/aumentar-las-ventas-con-estrategia-long-tail-seo/>

## 2.3 Análisis de los competidores

Tras la selección de los competidores a analizar, Pat 'e Palo ([www.patepalo.com](http://www.patepalo.com)), Sophia's ([www.sbg.com.do](http://www.sbg.com.do)), Lulú Tasting Bar ([www.lulu.do](http://www.lulu.do)), se tomarán en cuenta diversos factores tales como: Páginas webs, redes sociales activas en comunicación con su cliente objetivo y páginas webs de valoración gastronómica tanto del país como mundial, con el fin de conocer su interacción con los usuarios, la relación y frecuencia que mantienen con los mismos y por último examinar la valoración puntual que sostienen estos usuarios para los competidores analizados ya sea numérica o por comentarios expuestos.

Se utilizarán herramientas cibernéticas de medición seleccionadas anteriormente para llevar a cabo dicho análisis, conocer sus competidores directos, su intervención en redes sociales, tráfico online y estrategia social media utilizada.

Para realizar el análisis de los competidores se escogió como plazo de tiempo el mes de Agosto 2015, para así mostrar todo lo relacionado a los mismos en el tiempo determinado.

### 2.3.1 Análisis Competidor Restaurante Pat'e Palo

**Competidor:** Restaurante Pat'e Palo. [www.patepalo.com](http://www.patepalo.com)

*En la primera taberna del nuevo mundo, Pat'e Palo es testigo de una gran historia; una historia derivada del nacimiento de un nuevo continente. Ubicado en la Zona Colonial de Santo Domingo, Pat'e Palo European Brasserie, tiene como vista principal la casa de Cristóbal Colón. Un ambiente tranquilo y exquisita comida van de la mano para crear una experiencia gastronómica inolvidable.<sup>44</sup>*

#### Canales de comunicación online:

Pat' e Palo:

- Página web: (<http://www.patepalo.com>)
- Newsletter
- Facebook: (<http://facebook.com/patepalobrasserie>)
- Twitter: (<http://twitter.com/patepalo>)
- Instagram: ([instagram.com/patepalo](http://instagram.com/patepalo))
- Youtube: (<https://www.youtube.com/user/CapitanPatePalo>)
- Pinterest: (<https://www.pinterest.com/patepalo/>)

---

<sup>44</sup> <http://www.patepalo.com/es/introduction>

### 2.3.1.1 Canales de comunicación online a analizar

- Página web: (<http://www.patepalo.com>)

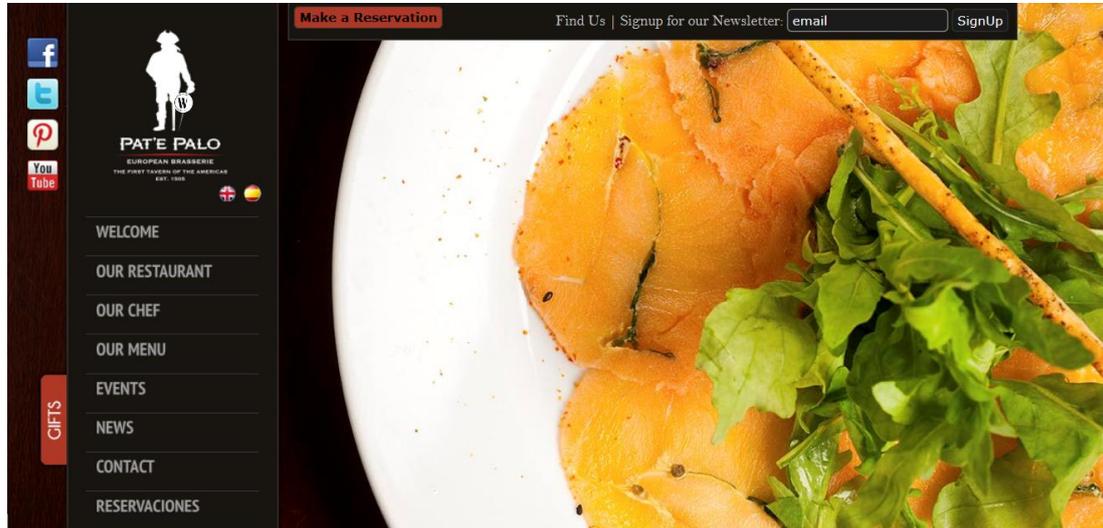


Imagen II: Página principal.

Mensajes en la Página web	La home está dividida en 8 apartados: 1. Bienvenido, 2. restaurante (presenta la carta, menú de vinos, áreas del lugar 3. Historia del Chef 4. Menú específico 5. Eventos 6. Blogs 7. Contacto 8. Reservaciones (permite realizar sus reservaciones en la web).
Blogs, entrada: 04 Agosto 2015	Título: 4 tiempos, 16 Bocao, Evento Cena con Maridaje.

Tabla III: Página principal Pat'e Palo.

- No posee palabras claves de búsqueda en el buscador de Google.
- No posee palabras claves para su búsqueda, se muestra en la estructura web que no constan de estrategias de posicionamiento por palabras claves: `<h1><a href="http://www.patepalo.com" class="logo_image index" ></a></h1>`
- No posee sus imágenes optimizadas: `li><a href="http://twitter.com/patepalo" target="_blank"></a></li>`.
- Redes sociales: Facebook, Twitter, Pinterest, Youtube. No muestran el icono de Instagram en la página web, están activos colocando publicaciones diarias en esta red social.
- Opción de Newsletter para registrar sus usuarios e interactuar con los mismos.

- Newsletter:

Fecha	Mensaje
7/08/2015	<p>Conoce nuestra cena especial: 4 tiempos, 16 bocaos. Este Jueves 13 y 27 de Agosto tendremos una cena degustación súper especial pues inspirada en nuestros amigos de Bocao tendremos 4 tiempos y 16 bocaos.</p> <p>Imagen: Arte relacionada al tema.</p>
11/08/2015	<p>Atardecer en Pat'e Palo Nada más hermoso que un atardecer en nuestra Plaza España... Este mes de Agosto de 6 a 8pm te esperamos con un delicioso Canapé cortesía del Capitán.</p> <p>Imagen: Arte relacionada con el tema</p>
29/08/2015	<p>Nuevo Menú a la carta Pat'e Palo</p> <p>Hemos actualizado nuestro menú. Ven a enamorarte de más de 10 deliciosas inspiraciones de Saverio.</p> <p>Imagen: Uno de los platos del menú nuevo.</p>

Tabla IV: Newsletter Pat'e Palo.

- Facebook: (<http://facebook.com/patepalobrasserie>)

- 40,202 me gusta en su página principal.
- Respuesta continua a sus seguidores
- Presentan forma de contacto con el restaurante, mapa de localización y horarios.
- Fotos de alta calidad y atractivas para los usuarios.
- Calificación de 4.2 de 5 estrellas, establecidas por los mismos usuarios mediante comentarios y experiencias ya vividas al visitar el restaurante.
- Contenido de calidad ya que sus publicaciones están basadas en el día a día del restaurante, exponiendo fotos de alimentos, bebidas y de comensales, a la vez fomentando eventos, actividades y promociones.

**Publicaciones por Día y hora:**

12/08/2015 13:40		Plato especial en nuestra cocina: estofado al Cognac o a la Mostaza.	
11/08/2015 9:00		Cena degustación del mes: 4 Tiempos, 16 Bocas inspirada con nuestros	
10/08/2015 13:57		Nada más hermoso que un atardecer en nuestra Plaza España... Este mes de	
10/08/2015 11:36		Respetamos la VEDA al 100% y al terminar la misma damos la bienvenida	
08/08/2015 14:31		Risotto del Bosque #patepalo #patepalo_menu #foodie #foodlover	
07/08/2015 17:40		Bomba de Berenjena rellena con Mozzarella, Alcaparras y estofado de	
07/08/2015 11:00		Respetamos la VEDA al 100% y al terminar la misma damos la bienvenida	
06/08/2015 14:57		Foto de portada de Pat'e Palo European Brasserie	
06/08/2015 13:35		Ya finalizó la VEDA... ¿Con qué nos sorprenderá Saverio ahora?...	
05/08/2015 17:11		Foto de portada de Pat'e Palo European Brasserie	
05/08/2015 15:19		Un buen postre siempre saca una sonrisa, este es nuestro Key Lime Pie :)	
04/08/2015 10:34		Este mes tendremos una cena degustación especial en sólo 4 tiempos	
03/08/2015 13:49		Este es nuestro clásico Chivo cocido en especias típicas Dominicanas sobre	

Imagen III: Publicaciones Facebook mes Agosto 2015<sup>45</sup>

<sup>45</sup> Información suministrada por el restaurant Pat'e Palo

Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

20/08/2015 17:09		Ya casi es hora de iniciar el atardecer en este barco, te esperamos con un	
19/08/2015 11:01		Esta delicia es el Estofado de Langosta a La Mostaza acompañado de Arroz	
18/08/2015 11:08		Para los que se perdieron nuestra cena degustación con BocaoRD se repite	
17/08/2015 15:15		¿Ya probaste nuestro plato especial? Estofado de Langosta al Cognac o La	
15/08/2015 17:39		Antojito de la tarde cumplido: La versión de Saverio@stassiesasi de un Bacon	
14/08/2015 15:22		Te brindamos un atardecer especial: de 6 a 8pm te esperamos con un delicioso	
14/08/2015 12:10		Así son nuestras cenas degustación, llegas sólo, en pareja, con algunos	
14/08/2015 11:15		Este es nuestro Estofado de Langosta a la Mostaza acompañado con Domo de	
13/08/2015 22:09		Seguimos con: -Degustación de Wagyu New York Sirloin Puré de Coliflor Puré	
13/08/2015 21:26		Iniciamos con el primer plato de esta deliciosa cena degustación: 1.Causita	
13/08/2015 20:39		Saverio & nuestros amigos de BocaoRD listos para iniciar nuestra cena	
13/08/2015 13:38		Pat'e Palo European Brasserie compartió la foto de BocaoRD.	
13/08/2015 10:49		Calle Isabel La Católica & Emiliano Tejera listas y disponibles para acceso	

Imagen IV: Publicaciones Facebook mes Agosto 2015<sup>46</sup>

<sup>46</sup> Información suministrada por el restaurant Pat'e Palo

Análisis Cíbermétrico de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

31/08/2015 11:10		Si buscas una opción ligera y deliciosa te recomendamos el Salmón Tartar con	
29/08/2015 14:24		Una de las delicias del Taller de @paragourmet impartido por	
28/08/2015 20:58		Foto de portada de Pat'e Palo European Brasserie	
27/08/2015 22:21		Segundo Bocao de la noche: Causita de CCamarones Frescos en Salsa Tarí	
27/08/2015 21:31		Pierna de Jamón de Bellota para nuestros invitados Cena Degustación 4	
27/08/2015 17:40		Emocionados por la cena degustación de esta noche :) BocaoRD	
26/08/2015 14:55		A punto de iniciar el curso en @paragourmet con @stassiesasi ☐	
25/08/2015 10:36		Frases del Chef @stassiesasi :)	
24/08/2015 12:27		Fettuccine con Hierbas para nuestro Estofado de Langosta	
23/08/2015 13:42		Nuestro clásico Chilli Seabass que formó parte del #cdcfw2015 ☐	
22/08/2015 11:44		Saverio, Erik y Xabi haciendo lo que más les apasiona en equipo! ☐	
21/08/2015 22:20		Esta noche nos acompañan nuestros amigos del programa boarding pass	
21/08/2015 11:55		¿Qué te parece este Tenderloin con Mousse de Foie Gras, Salsa de Hongos	

Imagen V: Publicaciones Facebook mes Agosto 2015<sup>47</sup>

<sup>47</sup> Información suministrada por el restaurant Pat'e Palo

## Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

- Twitter: (<http://twitter.com/patepalo>)
  - 6,491 tweets.
  - 5,373 seguidores y 1,161 personas seguidas por el restaurante.
  - Red social activa ya que redactan frecuentes publicaciones.
  - Utilización de hashtags relacionados con la gastronomía, eventos y actividades del sector.
  - Enlace con la página web [www.patepalo.com](http://www.patepalo.com).
  - Exponen contenido de calidad y dirigido estratégicamente al público objetivo y a sus seguidores, muestran importancia por los mismos, ya que reflejan interés en los comentarios realizando retweets a los mismos.

Fecha	Publicaciones Mes Agosto
01/08/2015	Disfrutando de la hermosa Luna Azul de esta noche ☐ <a href="http://fb.me/2w9Tbjlhm">http://fb.me/2w9Tbjlhm</a>
03/08/2015	Este es nuestro clásico Chivo cocido en especias típicas Dominicanas sobre Risotto de Auyama. Nuestra... <a href="http://fb.me/7qxFPEPUY">http://fb.me/7qxFPEPUY</a>
05/08/2015	Un buen postre siempre saca una sonrisa, este es nuestro Key Lime Pie :) <a href="http://fb.me/6UMQjeOSJ">http://fb.me/6UMQjeOSJ</a>
06/08/2015	Ya finalizó la VEDA... ¿Con qué nos sorprenderá Saverio ahora?... <a href="http://fb.me/3EhaF6D0S">http://fb.me/3EhaF6D0S</a>
07/08/2015	Respetamos la VEDA al 100% y al terminar la misma damos la bienvenida a la Langosta a nuestro Menú: Estofado de... <a href="http://fb.me/3Vg4rYSfn">http://fb.me/3Vg4rYSfn</a>
08/08/2015	Risotto del Bosque ☐ #patepalo #patepalo_menu #foodie #foodlover <a href="http://fb.me/7w3ANJcH3">http://fb.me/7w3ANJcH3</a>
10/08/2015	Respetamos la VEDA al 100% y al terminar la misma damos la bienvenida a la Langosta a nuestro Menú: Estofado de... <a href="http://fb.me/vRg6HDzx">http://fb.me/vRg6HDzx</a>
10/08/2015	Pat'e Palo ha retwitteado Felicitamos al restaurante @patepalo por respetar la temporada de VEDA de Langosta! A partir de... <a href="https://instagram.com/p/6NdMkeIFBE/">https://instagram.com/p/6NdMkeIFBE/</a>
11/08/2015	Cena degustación del mes: 4 Tiempos, 16 Bocaos inspirada con nuestros amigos de BocaoRD acompañada con un... <a href="http://fb.me/2cXldh0V5">http://fb.me/2cXldh0V5</a>
12/08/2015	Plato especial en nuestra cocina: estofado al Cognac o a la Mostaza. Puedes acompañarlo con: Domo de Arroz... <a href="http://fb.me/2fZm6p5Ku">http://fb.me/2fZm6p5Ku</a>
13/08/2015	Calle Isabel La Católica & Emiliano Tejera listas y disponibles para acceso vehicular ☐ ¡Te esperamos aquí! <a href="http://fb.me/E0TUWfUS">http://fb.me/E0TUWfUS</a>
14/08/2015	Saverio & nuestros amigos de BocaoRD listos para iniciar nuestra cena degustación de esta noche. Si no pudiste... <a href="http://fb.me/4s8RIwmcB">http://fb.me/4s8RIwmcB</a>
15/08/2015	¿Ya probaste nuestro plato especial? Estofado de Langosta al Cognac o La Mostaza con 3 opciones de acompañantes,... <a href="http://fb.me/7nk0KcVZv">http://fb.me/7nk0KcVZv</a>
18/08/2015	Para los que se perdieron nuestra cena degustación con BocaoRD se repite este Jueves 27 a las 8pm. Reserva en:... <a href="http://fb.me/3Y4godIKw">http://fb.me/3Y4godIKw</a>

## Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

19/08/2015	Esta delicia es el Estofado de Langosta a La Mostaza acompañado de Arroz Basmati puedes también combinarlo con... <a href="http://fb.me/2jOTrDDIN">http://fb.me/2jOTrDDIN</a>
20/08/2015	Ya casi es una de iniciar el atardecer en este barco, te esperamos con un exquisito canapé cortesía del Capitán &... <a href="http://fb.me/1RaxzLzLy">http://fb.me/1RaxzLzLy</a>
21/08/2015	¿Qué te parece este Tenderloin con Mousse de Foie Gras, Salsa de Hongos Porcini & Aroma de Tartufo Blanco Sobre... <a href="http://fb.me/6FDqNElvR">http://fb.me/6FDqNElvR</a>
24/08/2015	Fettuccine con Hierbas para nuestro Estofado de Langosta <a href="http://fb.me/59y2FAIQn">http://fb.me/59y2FAIQn</a>
25/08/2015	Frases del Chef @stassiesasi :) <a href="http://fb.me/7zLVIHApn">http://fb.me/7zLVIHApn</a>
26/08/2015	A punto de iniciar el curso en @paragourmet con @stassiesasi ☐ #patepalo #cheflife <a href="http://fb.me/KLvhSeaZ">http://fb.me/KLvhSeaZ</a>
27/08/2015	Emocionados por la cena de esta noche :) BocaRD <a href="http://fb.me/InL1f5tq">http://fb.me/InL1f5tq</a>
28/08/2015	Pierna de Jamón de Bellota para nuestros invitados Cena Degustación 4 tiempos, 16 bocaos :) <a href="http://fb.me/7tfGvzU7t">http://fb.me/7tfGvzU7t</a>
29/08/2015	Una de las delicias del Taller de @paragourmet impartido por @stassiesasi de sus vivencias en Portugal ☐ <a href="http://fb.me/7v1VFBByxD">http://fb.me/7v1VFBByxD</a>
31/08/2015	Si buscas una opción ligera y deliciosa te recomendamos el Salmón Tartar con Aguacate, Burrata deshilachada &... <a href="http://fb.me/7xsaSnIX">http://fb.me/7xsaSnIX</a>

Tabla VII: Red Social Twitter Pat'e Palo.<sup>48</sup>

- Instagram: ([Instagram.com/patepalo](https://www.instagram.com/patepalo))
- 834 Publicaciones
- 6,867 Seguidores
- 148 Seguidos
- Enlace a la página web.

Fecha	Publicaciones Mes Agosto
1/08/2015	Imagen: ¿Qué tal nuestro Helado y Cake de Pistacho después de un rico almuerzo? #patepalo #yummy #foodie #foodlover
3/08/2015	Hora de un Crispy Apple #yummy #foodie #zonacolonialrd #lunch #loveit
4/08/2015	¿Te gustan los Gnocchi? Nuestros Gnocchi son 100% hechos e nuestro barco #patepalo #yummy #foodlover
5/08/2015	Compartimos con ustedes una gran noticia #patepalo #zonacolonial
6/08/2015	Disfrutando de la hermosa Luna Azul de esta noche #pateplo #zonacolonialrd #ahoycaptain

<sup>48</sup> <https://twitter.com/patepalo>

## Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

10/08/2015	Este mes tendremos una cena degustación especial con @bocaord: En sólo 4 tiempos disfrutaremos de 16 delicioso Bocaos creados por Saverio con exquisito maridaje incluido. #patepalo #tasting #zonacolonialrd
11/08/2015	Un buen postre siempre saca una sonrisa #patepalo #foodie #yummy #foodlover #dessert
12/08/2015	Ya finalizó la VEDA ¿Con qué nos sorprenderá SAVERIO ahora? #patepalo #finedining #chef @stassiesasi
14/08/2015	Respetamos la VEDA al 100% y al terminar la misma damos la bienvenida a la Langosta a nuestro menú
16/08/2015	Nada más hermosos que un atardecer en nuestra Plaza España #patepalo #atardecerenpatepalo
19/08/2015	Repost de Imagen @bocaord
20/08/2015	Calle Isabel La Católica, disponible para acceso vehicular #patepalo #zonacolonialrd
21/08/2015	Repost de Imagen @bocaord
21/08/2015	Preparando la pierna para nuestros invitados vísperos antes de iniciar nuestra cena degustación con @bocaord #patepalo #foodie #foodlover
23/08/2015	Saverio y nuestros amigos de @bocaord listos para iniciar nuestra cena degustación. El día 27 de Agosto #patepalo #unbocaoapatepalo
24/08/2015	Iniciamos con los platos de la próxima degustación @bocaord
25/07/2015	Plato especial de nuestra cocina : Estofado de Langosta al Cognac o a la Mostaza #patepalo #foodie #foodielover
27/08/2015	Así ha sido nuestra cena degustación. Video #patepalo #unbocaoapatepalo
28/08/2015	¿Ya probaste nuestro plato especial? Estofado de Langosta al Cognac o a la Mostaza #patepalo #yummy #foodie
29/08/2015	¿Qué tal este Tenderloin con Mousse de Foie Gras? #patepalo #lunch #foodlover #yummy
30/08/2015	Saverio, Erix, y Xabi haciendo lo que le apasiona a nuestro equipo. #patepalo #teamwork
31/08/2015	Repost @rutagourmetdo

Tabla VIII: Red Social Instagram Pat'e Palo.

- Youtube: (<https://www.youtube.com/user/CapitanPatePalo>)
  - 35 usuarios suscritos en este canal.
  - No ingresan contenido hace 3 años en este perfil.
  
- Pinterest: (<https://www.pinterest.com/patepalo/>)
  - 9 Tableros con imágenes incluidas
  - 11 Me gusta
  - 120 Seguidores
  - 83 Seguidos

### **2.3.1.2 Herramienta Cibernética: Restaurante Pat'e Palo**

- Alexa, Moz, Topsy, Semrush.
- Páginas de valoración gastronómica: Tripadvisor, [www.restaurante.com.do](http://www.restaurante.com.do).

#### **Herramientas:**

##### **Alexa<sup>49</sup>:**

- Ranking global de 9, 168,776 usuarios y páginas vistas en los últimos tres meses.
- Aproximadamente cuatro usuarios visitan la web diariamente.
- Top de palabras claves utilizadas para realizar la búsqueda: palo santo, pate palo, palo, pata palo, restaurant santo domingo.
- Aproximadamente 44 sitios enlazados.
- Alexa muestra enlaces relacionados con el restaurante analizado, resaltando diferentes páginas webs de restaurantes que están ubicados en el país.

---

<sup>49</sup> <http://www.alexa.com/siteinfo/www.patepalo.com>

**Moz:**

Tabla IX: Medición Herramienta Moz

Sitio Web	Dominio Autoridad	Página Autorizada	Dominios de raíz	Total Links
www.patepalo.com	24	36	37	312
Twitter	Seguidores	Seguidos	Tweets	
@patepalo	5,367	1,161	6,487	
Facebook	Me gusta	Valoración		
Pat'ePalo European Brasserie	40,199	4.5/5		

Fuente: www.moz.com

**Topsy<sup>50</sup>:**

- En esta herramienta se muestra una tendencia de los tweets que se han efectuado en un periodo de treinta días.
- Poseen en este intervalo de tiempo 28 tweets.

Tweets per day: @patepalo

July 28th — August 27th

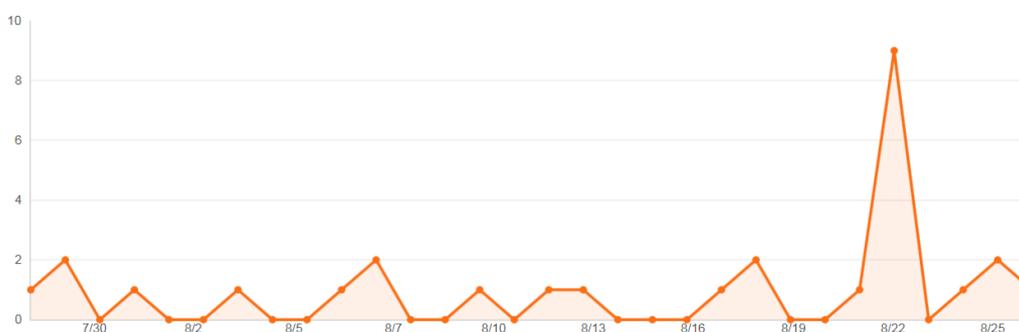


Imagen VI: Tendencias Mes Jul-Ago. 2015.

**Semrush<sup>51</sup>:**

- Palabras claves utilizadas para la búsqueda: Pata de Palo, Santo Domingo restaurant.
- Enlaces: 237

<sup>50</sup> www.topsy.com

<sup>51</sup> www.semrush.com



- En la herramienta analizada se muestra que el dominio no utiliza el método de pago por palabras claves solamente búsqueda por posicionamiento gratuito y por comentarios de los usuarios.

### Páginas de valoración gastronómica:

#### Tripadvisor<sup>52</sup>:

- 834 opiniones de usuarios
- Número 2 de 361 restaurantes en Santo Domingo
- Certificado de Excelencia

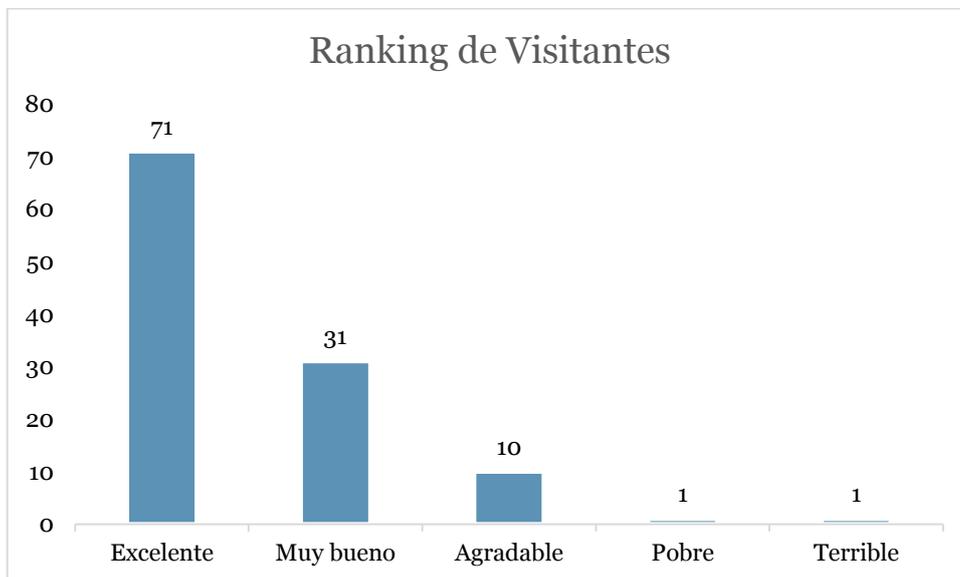


Gráfico I: Ranking Visitantes

#### Restaurante<sup>53</sup>: [www.restaurante.com.do](http://www.restaurante.com.do)

- Número 1 del top 10 de restaurantes.



Imagen VII: Valoración Página web.

<sup>52</sup> [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com)

<sup>53</sup> [www.restaurante.com.do](http://www.restaurante.com.do)

**Primero en el buscador de Google al realizar una búsqueda orgánica.**

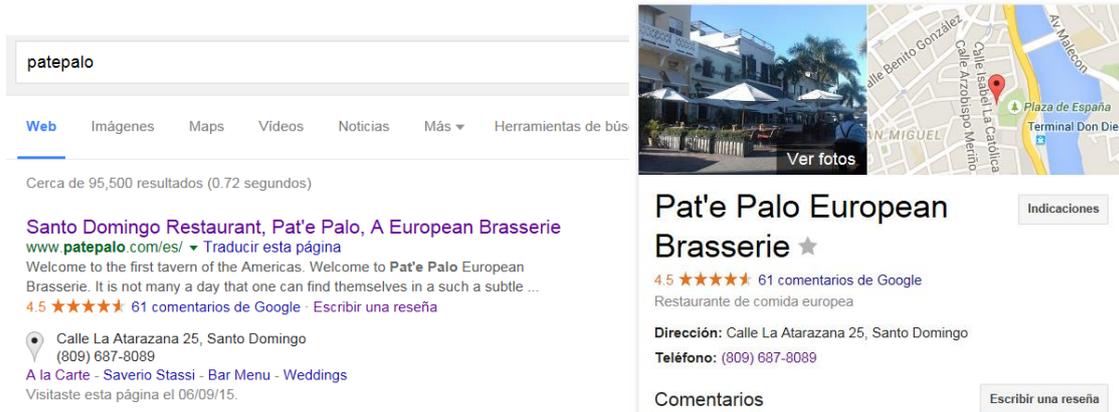


Imagen VIII: Búsqueda Orgánica en el Buscador de Google



### Valores obtenidos: Análisis Restaurante Pat'e Palo

Se establece la siguiente tabla comparativa para cada competidor analizado, mediante los canales de comunicación online analizados se pudo identificar los resultados del mismo mediante 4 factores: Excelente, Muy Bueno, Bueno y Oportunidad de Mejora.

Canal de comunicación Online	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Oportunidad de Mejora
Página Web		X		
Newsletter	X			
Facebook		X		
Twitter			X	
Instagram	X			
Youtube				X
Pinterest				X
Valoración Gastronómica	X			

Tabla X: Valores obtenidos: Análisis Restaurante Pat'e Palo

#### Definición de parámetros establecidos:

**Excelente:** Realizan interacción con los usuarios de manera continua, dando la importancia que necesita cada canal de comunicación.

**Muy bueno:** Posee el canal de comunicación, genera contenido aunque no traza estrategias de acercamiento al usuario.

**Bueno:** Posee el canal de comunicación pero no tiene un mantenimiento continuo hacia los usuarios.

**Oportunidad de mejora:** No posee el canal de comunicación y si está activo no generan contenido por más de 6 meses.

### 2.3.2 Análisis Competidor Restaurante Sophia's

**Competidor:** Restaurante Sophia's. [www.sbg.com.do](http://www.sbg.com.do)

*En SBG se conjugan muchos elementos. Una decoración exquisita –que no tiene intenciones de ocultar su inspiración en Los Hamptons– un menú internacional, con platos capaces de agradar al más sofisticado de los paladares, un servicio de primera, y la música, que es un capítulo aparte. Los diferentes ambientes, donde el color blanco se hace cómplice de la luz para jugar un papel protagónico, son el escenario perfecto para una experiencia culinaria, a disfrutar con los cinco sentidos. Fuera de serie.<sup>54</sup>*

#### Canales de comunicación online:

Restaurante Sophia's:

- Página web: (<http://www.sbg.com.do>)
- Facebook: (<http://www.facebook.com/Sophiasbarandgrill>)
- Instagram: ([instagram.com/sbgrd](https://www.instagram.com/sbgrd))

#### 2.3.2.1 Canales de comunicación online a analizar

Página web: (<http://www.sbg.com.do>)



Imagen IX: Página principal.

<sup>54</sup> [http://www.sbg.com.do/?page\\_id=19&lang=es](http://www.sbg.com.do/?page_id=19&lang=es)

## Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

Mensajes en la Página web	La home está dividida en 6 apartados: 1. Inicio, 2. Reservaciones 3. Menú 4. Calendario 5. Galería de fotos 6. Información
Idiomas	Opción de colocar la página web en español o inglés.

Tabla XI: Página principal Sophia's.

- No posee palabras claves de búsqueda en Google, solo es posible encontrarlo escribiendo el nombre del restaurante.
- No posee palabras claves para su búsqueda:  

```
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=UTF-8" />  
<title>Inicio &laquo; SBG</title>
```
- No posee sus imágenes optimizadas en el código fuente.
- Redes sociales: Facebook e Instagram aunque no muestren el ícono de esta red social.
- No posee interacción con los usuarios, ya que solo exponen la historia del restaurante desde sus inicios pero no insertan ninguna herramienta para mantener contacto con los usuarios.
- No poseen Newsletter

Facebook: (<http://www.facebook.com/Sophiasbarandgrill>)

- Esta red social no está manejada ni muestra seguimiento por ninguna persona relacionada al restaurante.
- Comentario en la herramienta: Esta página se genera automáticamente de acuerdo con lo que interesa a los usuarios de Facebook y no está asociada ni patrocinada por nadie que tenga relación con el tema.
- 748 personas le gustan esta página.
- Muestran su dirección y números de contacto.
- Muestran comentarios de los usuarios y una valoración aleatoria del restaurante.

## Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

- Instagram: ([instagram.com/sbgrd](https://www.instagram.com/sbgrd))
- 1,156 publicaciones
- 19,000 seguidores
- 0 seguidos
- Enlace con la página web ([www.sbg.com.do](http://www.sbg.com.do))

Fecha	Publicaciones Mes Agosto
3/08/2015	Lunes de Nigiris en @sbgrd #assianfood #lifestyle #foodie #sbgexperience
4/08/2015	Pork Belly Skewers from the Robata Grill #SBGfood #lifestyle #foodie #sbgexperience
5/08/2015	What wine do you like? #youdecide #SBG #wine #Lifestyle #SBGExperience
6/08/2015	Tiradito de White fish flameado con grana padano #SBGfood #SBGExperience #tiradito #foodie
8/08/2015	Uno de los favoritos de la Robata Grill: Grilles Octopus Skewers #SBGfood #Robata #LifeStyle #SBGExperience
10/08/2015	En #SBG la frescura es el principal ingrediente #Shrimp #SBGFood #Foodie
12/08/2015	La calidad está en la frescura, nuestros tomates son organicos y cosechados exclusivamente para #SBGRD
14/08/2015	Pizza is almost ready #SBGKitchen #Waitingforyou #Pizza #foodie #SBGFood
15/08/2015	Les provoca? Wild Mushrooms Risotto #foodie #risotto #SBGExperience
17/08/2015	We really love details #SBGrd #Lifestyle #design
19/08/2015	This is a nice Wednesday #SBGfood #Lifestyle #foodie #SBGExperience
21/08/2015	It's time to say cheers #SBGdrinks #Lifestyle #SBGExperience
22/08/2015	The robata is working so hard this night! #SBGKitchen #foodie #SBGExperience
23/08/2015	You can choose just one or you can taste all! #foodie #lifestyle #SBGExperience
24/08/2015	Nuestra robata está lista para la cena de hoy! Feliz Lunes #foodie #SBGKitchen #Lifestyle



## Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

25/07/2015	Hoy la tarde empieza con la mejor vista posible #SBGFood #foodie #lifestyle #SBGExperience
26/08/2015	Special Things are waiting for you #SBGFood #lifestyle #foodie #SBGExperience
27/08/2015	Every can be special #SBGRD #Foodie #Lifestyle #SBGExperience
28/08/2015	Hello Friday! Listos para consentirte en el fin de semana? #foodie #SBGFood #SBGExperience
30/08/2015	Asi se disfruta el fin de semana en @sbgrd #SBGfood #foodie
30/08/2015	Feliz Domingo #SBGRD #flowers #Sunday @SBGExperience

Tabla XII: Red Social Instagram Sophia's

### 2.3.2.1 Herramienta Cibernética:

- Alexa, Moz, Topsy, Semrush.
- Páginas de valoración gastronómica: Tripadvisor, www.restaurante.com.do.

#### Alexa:

- Palabras claves de búsqueda: sbg, café sbg.

#### Moz:

Sitio Web	Dominio Autoridad	Página Autorizada	Dominios de raíz	Total Links
www.sbg.com.do	16	29	7	15
<b>Twitter</b>	<b>Seguidores</b>	<b>Seguidos</b>	<b>Tweets</b>	
No posee	-	-	-	
<b>Facebook</b>	<b>Me gusta</b>	<b>Valoración</b>		
Sophia's Restaurante	744	4.6/5		

Tabla XIII: Medición Herramienta Moz

### Semrush:

- Posee siete links referidos.
- En la herramienta analizada muestra que el dominio no utiliza el método de pago por palabras claves.

### Páginas de valoración gastronómica

#### Tripadvisor:

- 178 opiniones de usuarios
- Número 3 de 361 restaurantes en Santo Domingo
- Certificado de Excelencia

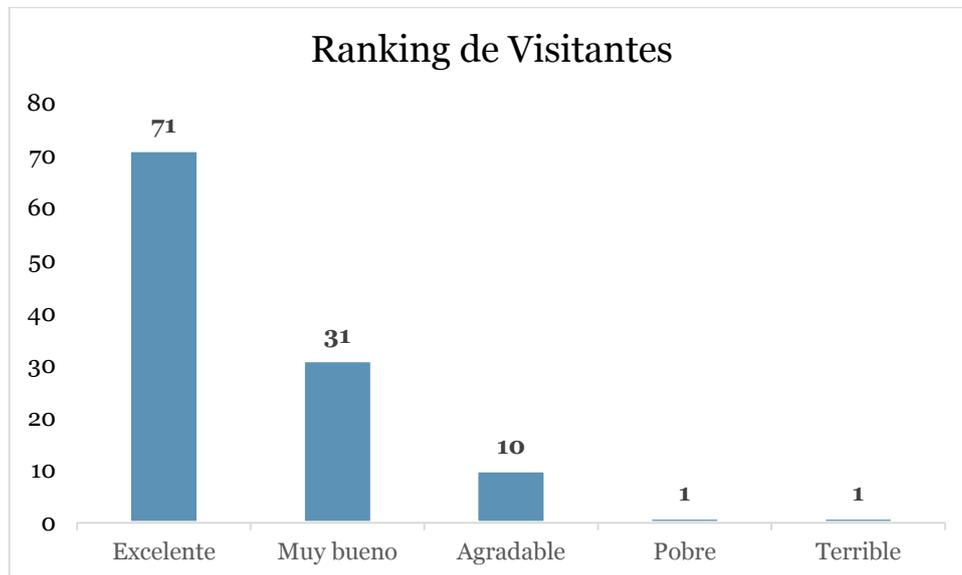


Gráfico II: Ranking Visitantes

### Restaurante: [www.restaurante.com.do](http://www.restaurante.com.do)

- No se encuentra en el top 10 de restaurantes



Imagen X: Valoración Página web.

### Valores obtenidos: Análisis Restaurante Sophia's

Se establece la siguiente tabla comparativa para cada competidor analizado, mediante los canales de comunicación online analizados se pudo identificar los resultados del mismo mediante 4 factores: Excelente, Muy Bueno, Bueno y Oportunidad de Mejora.

Canal de comunicación Online	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Oportunidad de Mejora
Página Web			<b>X</b>	
Newsletter				-
Facebook				-
Twitter				-
Instagram		<b>X</b>		
Youtube				-
Pinterest				-
Valoración Gastronómica		<b>X</b>		

Tabla XIV: Valores obtenidos: Análisis Restaurante Sophia's

### 2.3.3 Análisis Competidor Restaurante Lulú Tasting Bar

**Competidor:** Lulú Tasting Bar. [www.lulu.do](http://www.lulu.do)

*“Lulú es una mujer que llegó a la isla persiguiendo un famoso Pirata llamado Johannes Frederikzoon. Ella siendo una mujer de familia europea y de mucho dinero, decidió dejarlo todo atrás e ir en contra de su familia para perseguir su amor. Llegó a Santo Domingo en el siglo XXI y decidió establecer su casa y compartirla con la ciudad invitando a todos los locales para compartir momentos inolvidables con su maravillosa gastronomía y espíritu de fiesta. La historia está por definirse, ya que ella y Johannes Frederikzoon aún están buscándose para encontrarse y definir el futuro de su amor. Mientras tanto puedes venir a su casa y disfrutar de su espléndido y sofisticado gusto por la buena vida”.*<sup>55</sup>

#### Canales de comunicación online:

Lulú Tasting Bar:

- Página web: (<http://www.lulu.do>)
- Newsletter
- Facebook: (<https://www.facebook.com/LuluTastingBar>)
- Twitter: (<https://twitter.com/lulutastingbar>)
- Instagram: ([https://instagram.com/lulu\\_tastingbar/](https://instagram.com/lulu_tastingbar/))

#### 2.3.3.1 Canales de comunicación online a analizar

- Página web: (<http://www.lulu.do>)

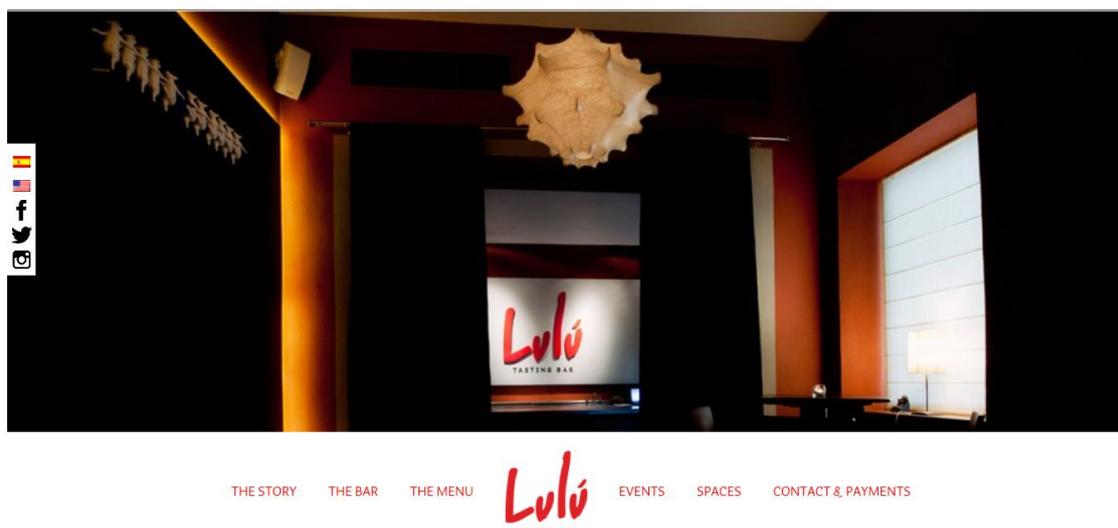


Imagen XI: Página principal.

<sup>55</sup> [www.lulu.do](http://www.lulu.do)

Mensajes en la Página web	La home está dividida en 6 apartados: 1. Historia 2. Bar 3. Menú 4. Eventos 5. Áreas 6. Contacto & Pagos.
Idiomas	Permite la opción de español e inglés.

Tabla XV: Página principal Lulú Tasting Bar.

- No posee palabras claves de búsqueda en Google.
- Consta de su nombre comercial en el código meta para su búsqueda.
- Posee sus imágenes optimizadas
- Redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram
- No posee interacción con los usuarios.

– Newsletter:

Fecha	Mensaje
20/08/2015	<b>Domingo de Lulu's Brunch</b> Los domingos son para relajarse... No te estreses con el Desayuno o el Almuerzo, de eso nos encargamos nosotros. Un delicioso menú variado para degustar acompañado de refrescantes Mimosas ilimitadas, en un ambiente relajado.
29/08/2015	<b>Domingo de Lulu's Brunch</b> Los domingos son para mimarse y relajarse antes de iniciar la semana. Tenemos para ti nuevos deliciosos platos para que disfrutes todo el día y la tarde en nuestro Lulu's Brunch, además de esas ricas Mimosas con Cava Monistrol de nuestros vecinos de La Enoteca. Ven y relájate en un delicioso ambiente con la musiquita de Dj Click.

Tabla XVI: Newsletter Lulú Tasting Bar.

## Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

Facebook: (<https://www.facebook.com/LuluTastingBar>). Ver Anexo B: Publicaciones por día y hora mes de Agosto red social Facebook. Lulú Tasting Bar

- No muestra historial de publicaciones.
  - Exponen comentarios de usuarios que han visitado el restaurante y su opinión sobre el mismo.
  - 632 personas han dado me gusta a la página.
  - Dirección y números de contacto del restaurante.
  - Enlace con la página de valoración [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) y con su página web [www.lulu.do](http://www.lulu.do).
- Twitter: (<https://twitter.com/lulutastingbar>)
- A diferencia de la red social Facebook se muestran de una manera activa y proactiva ante comentarios de los usuarios y publicaciones relacionadas con el lugar.
  - 491 seguidores.
  - Fotos de usuarios que han visitado el lugar.
  - Redacción de tweets con frecuencias de horas, se muestra el seguimiento al perfil ya que exponen diversas publicaciones al día.
  - Mención a otros lugares como restaurantes, museos relacionados con el restaurante y hashtags de eventos y actividades.

Fecha	Mensaje
01/08/2015	¿Ya probaste nuestra refrescante Sangria de Chinola? :)
02/08/2015	Nuestro menú es dinámico y cada semana agregamos delicias nuevas para ti... ¿Ya probaste nuestra Tabla de Embutidos?
03/08/2015	Después de esta lluvia nada cae mejor que un postrecito... Te recomendamos nuestras Black & White Fried Oreos :) #lulusdailybites
04/08/2015	El día más rico para que disfrutes de todos nuestros platos, las veces que gustes con o sin maridaje por un precio especial @LaEnotecaRD
05/08/2015	Nuestro tasting tuesday es hasta las 2am, ven que aún estás a tiempo :)
06/08/2015	Los Jueves son mi excusa perfecta para disfrutar de un o varios Gin Tonics pues es noche de #ginandtunes @marcosabrera
07/08/2015	Tonite, 9pm: Gui Gómez #livesessions + Fresh Oyster Special :) Save your seat: <a href="http://lulu.do">lulu.do</a>

Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

08/08/2015	Ostras especiales de esta noche: Blue Point & Gillardeau :)
09/08/2015	Hungry? Prueba nuestros Sliders Axel con Salchicha Siciliana & Mermelada de Higos :)
10/08/2015	Esta noche déjate seducir por las melodías de #bennyandthecupids a partir de las 9pm #jazz #livesessions :)
11/08/2015	¡Hoy es Tasting Tuesday! 18 delicias de nuestro menú, las veces que gustes con o sin maridaje de Sutter Red Blend & Sauvignon Blanc :)
12/08/2015	We love Wednesdays!! Esta noche es de los 80's y 90's @duroevents
13/08/2015	Ven y refréscate esta noche con unos #gins y los #tunes de nuestro Dj Residente @marcoscabreradiaz :)
14/08/2015	Iniciamos a las 6pm con nuestro especial de Ostras frescas, 15% de descuento cada una hora sobre el precio inicial :)
15/08/2015	Date day! Como cada Domingo a las 11am te veo aquí para nuestro #lulusbrunch lulu.do
16/08/2015	#lulusbrunch inicia en breve, no te mortifiques con el desayuno o el almuerzo de eso nos encargamos nosotros :)
17/08/2015	¿Ya reservaste para esta noche? Hoy en nuestro Jazz tenemos a Nicole Santiago Cuarteto desde las 9pm :)
18/08/2015	Tasting Tuesday de todo nuestro menú con o sin maridaje de @LaEnotecaRD a partir de las 6pm :)
19/08/2015	Noche para botar el stress con música de los 80's y 90's, reserva en lulu.do
20/08/2015	Jueves para refrescarse con nuestros #ginandtunes, música de @marcoscabreradiaz :)
21/08/2015	Live sessions con Gui Gómez + Ostras frescas desde NY happening tonite!
22/08/2015	Feeling hot? Refréscate con uno de nuestros Summer Cocktails :)
23/08/2015	En breve inicia nuestro brunch, 17 deliciosos platos y Mimosas ilimitadas
24/08/2015	Strawberry Lemonade para refrescar el alma, unos pre-cocktails antes de que inicie el jazz :)
25/08/2015	Y es que Saverio & Hugo los Martes hacen que yo me olvide de dietas. Tacos de Catibía con Estofado de Filete y Chiles en este Tasting Tuesday
26/08/2015	Miércoles de mueve mueve con la mejor música ochentera y noventera, hoy con Richard Spilzman :) @duroevents

## Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

27/08/2015	¡Por fin llegó el jueves! Hoy es #Ginandtunes con @marcoscabreradiaz :)
28/08/2015	FRIYAY!! Ostras frescas y musiquita by Gui Gómez :)
29/08/2015	Estás escuchando los beats de Gui Gómez
31/08/2015	Mientras llega la hora del jazz aquí disfrutamos de un exquisito Amaretto JM. ¿Ya lo probaste?

Tabla XVII: Twitter Lulú Tasting Bar.

- Instagram: ([https://instagram.com/lulu\\_tastingbar/](https://instagram.com/lulu_tastingbar/))
  - 1,048 publicaciones
  - 9,269 seguidores
  - 198 seguidos
  - Enlace con la página web ([www.lulu.do](http://www.lulu.do))

Fecha	Publicaciones Mes Agosto
3/08/2015	Esta noche nuestras #livesessions están dedicadas al Bossa Nova con las melodías de On The Road Band. Aún estás a tiempo de reservar: <a href="http://lulu.do">lulu.do</a> #lulutastingbar #livemusic #loveit #zonacoloniaalrd #nightlife @jazzdominicana
4/08/2015	Una copitas con mis chicas antes de las #livesessions de esta noche con On the road band 🍸 #lulutastingbar #zonacoloniaalrd #loveit #ilovelulu #nightlife
4/08/2015	El día más rico para que disfrutes de todos nuestros platos del menú a la carta las veces que gustes desde las 6pm ☺ #ilovelulu #lulutastingbar #lulusdailybites #yummy #foodie #foodlover
4/08/2015	Hungry? Estos son los ricos Pulled Pork Sliders de Ropa Vieja de Cerdo en Salsa BBQ ☺ Además hoy tenemos 7 nuevas delicias para que degustes toda la noche en nuestro Tasting Tuesday. #lulutastingbar #lulusdailybites #yummy #foodie #foodlover #zonacoloniaalrd
5/08/2015	Llegó el #miercoledelulu para los que disfrutan la música de loa 80's y 90's... Esta noche a cargo de Noel Valette 🎷 #lulutastingbar #livemusic #livesessions #ilovelulu #zonacoloniaalrd #nightlife
6/08/2015	Esta noche no te quedes en casa, ven que aquí iniciamos el calentamiento para el fin de semana 🎷 #lulutastingbar #nightlife #ilovelulu #livemusic #livesessions #zonacoloniaalrd
7/08/2015	¡Hora de refrescarse! #ginandtunes desde las 9pm con @marcoscabreradiaz 🍹 #lulutastingbar #foodie #foodlover #yummy #ilovelulu #cocktail
8/08/2015	Esta noche tenemos para ti dos tipos de Ostras especiales: Blue Point & Gillardeau. -15% de descuento cada una hora! *Sujetas a disponibilidad #lulusdailybites #lulutastingbar #ilovelulu #ff #foodie #oysters



## Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

9/08/2015	#lulusbrunch cada Domingo 11am, todos los platos del menú + Mimosas ilimitadas :) #lulutastingbar #ilovelulu #lulusdailybites #foodie #zonacoloniaalrd #brunch
10/08/2015	Hungry? Prueba estos Sliders Axel con Salchicha Siciliana & Mermelada de Higos ☺ #lulutastingbar #lulusdailybites #foodie #foodlover #yummy #ilovelulu
11/08/2015	Hora de un cocktail! ☺ #lulutastingbar #cocktail #nightlife #zonacoloniaalrd
12/08/2015	Salir una noche a #lulutastingbar y encontrarte con tu celebridad favorita @nickjonas ¿Quienes estuvieron aquí el finde? ☺ #nickjonas #lulusfriends #zonacoloniaalrd #nightlife
13/08/2015	Living the #livesessions 🍸 #lulutastingbar #nightlife #zonacoloniaalrd
14/08/2015	Mmmmm Escargots... Aún estás a tiempo de probarlos, estamos hasta las 3am ☺ #lulutastingbar #lulusdailybites #foodlover #foodie
15/08/2015	Ven y refréscate esta noche con unos #gins y los tunes de nuestro Dj Residente @marcosabreradiaz 🍸
16/08/2015	Preparando nuestros ingredientes frescos para tus gins de esta noche ☺ #lulutastingbar #luluscocktail #nightlife #zonacoloniaalrd
17/07/2015	Noche relax con las melodías de Nicole Santiago #livesessions #jazz Reserva en: lulu.do #zonacoloniaalrd #fun #nightlife #lulutastingbar @nikolasantiago @jazzendominicana
18/08/2015	¿Ya reservaste para el día más rico de la semana? HOY es Tasting Tuesday... Todo lo que puedas comer de nuestro menú con o sin maridaje. Lulu.do / 809.687.8360 #lulutastingbar #lulusdailybites #yummy #foodie #zonacoloniaalrd
19/08/2015	Noche para botar el stress con música de los 80's y 90's con @grabolio :) Reserva en: lulu.do #lulutastingbar #livemusic #nightlife #zonacoloniaalrd
20/08/2015	Summer cocktail: Margarita de Coco para refrescar la tarde 🍹 #luluscocktail #lulutatingbar #nightlife #zonacoloniaalrd
21/08/2015	Carpaccio de Pulpo para mí y el de res CAB para mi persona favorita 🍸 #lulutatingbar #lulusdailybites #foodie #nightlife
22/08/2015	Estos Gins con esos Tunes de @marcosabreradiaz ☺🍸 #luluscocktail #ginandtunes #cocktail #lulutastingbar #nightlife
23/08/2015	Así inicia nuestro #lulusbrunch ☺ Las ricas Mimosas que disfrutas están preparadas con Cava Monistrol de @laenotecard 🍸 #lulutastingbar #brunch
24/08/2015	Hoy tu cita es con Peter Novelli para una noche de #livesessions inolvidable ☺ Aún estás a tiempo de reservar: lulu.do #lulutastingbar #zonacoloniaalrd #livemusic #jazz @jazzendominicana
25/08/2015	Martes para los foodies y amantes de la buena comida. Ven y disfruta de los nuevos platos que tenemos para ti con el maridaje ideal de @laenotecard #lulutastingbar #foodie #foodlover #zonacoloniaalrd
26/08/2015	Miércoles de mueve mueve con la mejor música ochentera y noventera, hoy con Richard Spilzman ☺ #lulutastingbar #nightlife #zonacoloniaalrd
27/08/2015	Disfrutando de esta Coconut Rita para el calorcito ☺ #lulutastingbar #luluscocktail #nightlife #cocktail #zonacoloniaalrd

28/08/2015	Gin & Tunes con @marcoscabreradiaz desde las 9pm ☺ #lulutastingbar #luluscocktail #zonacolonialrd #nightlife
29/08/2015	Disfrutando de un Espresso Martini para cargar las pilas ☺ #lulutastingbar #luluscocktail #zonacolonialrd #nightlife
30/08/2015	Hora del brunch! #lulusbrunch #zonacolonialrd #brunch

Tabla XVIII: Red Social Instagram Lulú Tasting Bar.

### 2.3.3.2 Herramienta Cibernética:

#### Análisis Competidor: Lulú Tasting Bar

**Competidor:** Restaurante Lulú Tasting Bar. [www.lulu.do](http://www.lulu.do)

#### Herramienta Cibernética:

- Alexa, Moz, Topsy, Semrush.
- Páginas de valoración gastronómica: Tripadvisor, [www.restaurante.com.do](http://www.restaurante.com.do).

#### Herramientas:

##### Alexa:

- Ranking global de 4, 252,058 usuarios y páginas vistas en los últimos tres meses.
- Aproximadamente tres usuarios visitan la web diariamente.
- Top de palabras claves utilizadas para realizar la búsqueda: bar, lulu tasting bar, diferencia entre tasting.
- Aproximadamente 15 sitios enlazados.

##### Moz:

Sitio Web	Dominio Autoridad	Página Autorizada	Dominios de raíz	Total Links
<a href="http://www.lulu.do">www.lulu.do</a>	20	32	14	59
Twitter	Seguidores	Seguidos	Tweets	
No posee	491	170	1076	
Facebook	Me gusta	Valoración		
Sophias Restaurante	631	-		

Tabla IXX: Medición Herramienta Moz

### **Topsy:**

Poseen en el intervalo de tiempo de un mes 21 tweets.

Tweets per day: @lulutastingbar

July 28th — August 27th

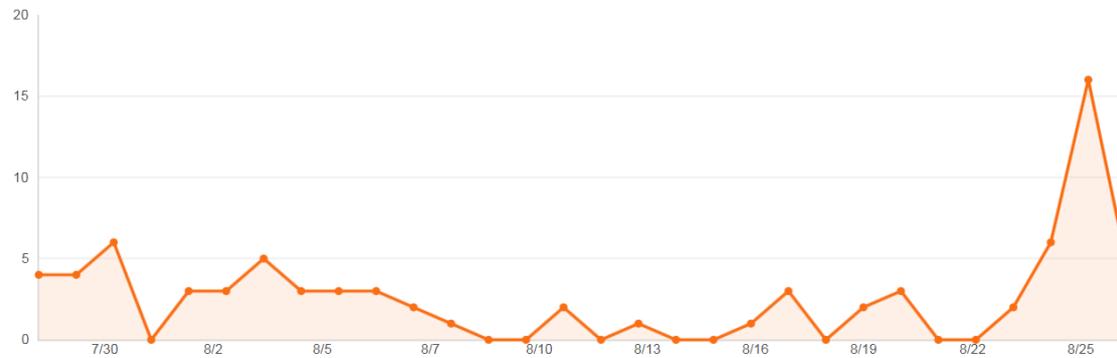


Imagen XII: Tendencias Mes Jul-Ago. 2015.

### **Semrush:**

- Posee 107 links referidos.
- En la herramienta analizada muestra que el dominio no utiliza el método de pago por palabras claves.

### **Páginas de valoración gastronómica:**

#### **Tripadvisor:**

- 114 opiniones de usuarios
- Número 9 de 361 restaurantes en Santo Domingo
- Certificado de Excelencia

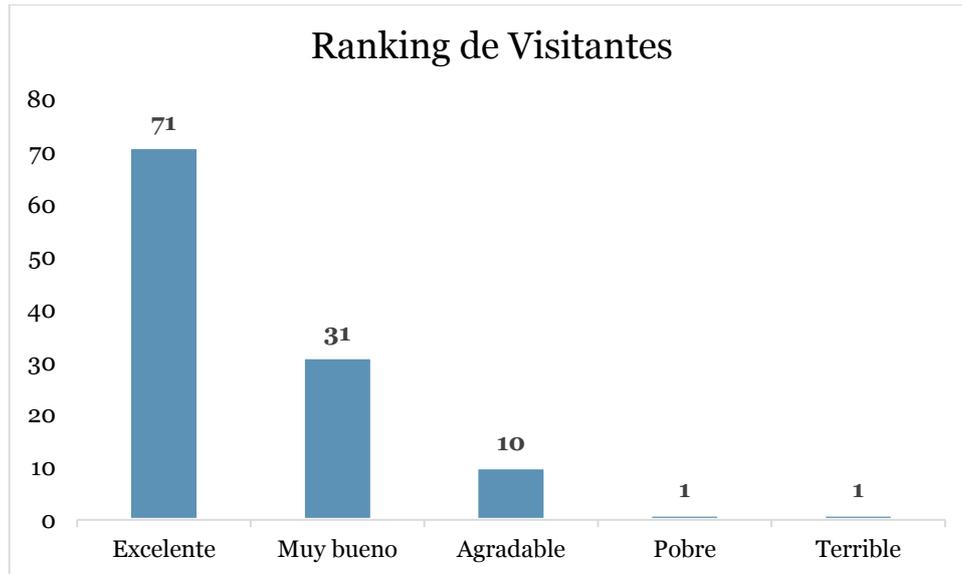


Gráfico III: Ranking Visitantes

**Primero en el buscador de Google al realizar una búsqueda orgánica.**



Imagen XIII: Búsqueda Orgánica en el Buscador de Google



### Valores obtenidos: Análisis Lulú Tasting Bar

Se establece la siguiente tabla comparativa para cada competidor analizado, mediante los canales de comunicación online analizados se pudo identificar los resultados del mismo mediante 4 factores: Excelente, Muy Bueno, Bueno y Oportunidad de Mejora.

Canal de comunicación Online	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Oportunidad de Mejora
Página Web		X		
Newsletter		X		
Facebook			X	
Twitter			X	
Instagram	X			
Youtube				-
Pinterest				-
Valoración Gastronómica			X	

Tabla XX: Valores obtenidos: Análisis Lulú Tasting Bar

### 3. Resultados

#### 3.1 Valoración de contenidos en los medios online y localización de puntos fuertes de la competencia.

Luego de analizar los competidores seleccionados del Mercado Colón podemos destacar las siguientes características:

Restaurante Pat' e Palo:

1. No cuentan con palabras claves para posicionamiento en el buscador de Google.
2. Baja atracción y en diseño de la página web y poca interacción con los usuarios dentro de este canal.
3. Buena interacción en las redes sociales Facebook y Twitter e Instagram.
4. No muestran en la página web el icono de la red utilizada Instagram.
5. Utilizan Newsletter con el fin de acercamiento e interacción con los usuarios, envían contenido de manera continua enfocados en el rango de tiempo seleccionado para el análisis.

Restaurante Sophia's:

1. No mantiene optimizada su web tanto en palabras claves como en imágenes, contenido y redes sociales.
2. Poca interacción con los usuarios.
3. Bajo posicionamiento en las redes sociales como el las webs gastronómicas analizadas.
4. No constan de alguna persona que se mantenga las redes sociales actualizadas, es influenciada por comentarios, fotos y videos que colocan los usuarios y de ahí obtiene posicionamiento.
5. No muestran la carta del lugar en su sitio web.
6. No poseen los iconos de sus redes sociales en su página web.

Lulú Tasting Bar:

1. Importante visibilidad en las redes sociales, generan contenido constantemente manteniendo el seguimiento de los usuarios con relación a comentarios, retweets y solicitudes realizadas por estas vías.
2. Optimización y seguimiento de la página web, permite el acceso a toda la información concerniente al restaurante.
3. Página web interactiva desde la primera vista, ya que posee un formato creativo, fotos llamativas, mapa de localización, e información de los eventos realizados por estos.

4. Muestran sus redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram y los iconos enlazados en su página web.
5. En cada una de estas redes sociales se presentan de manera activa publicando contenido sobre el restaurante, actividades de la zona colonial donde se encuentran ubicados, como se pudo visualizar anteriormente mantienen interacciones con los usuarios y generan contenido frecuentemente.
6. Positiva interacción y respuesta de sus seguidores.
7. Realizan actividades diarias obteniendo el beneficio de que pueden generar informaciones diferentes cada día sin fastidiar a los usuarios.

### **3.2 Usuarios potenciales**

Luego de realizar un análisis de los competidores seleccionados, evaluar diversas herramientas cibernéticas de medición de datos, conocer y analizar sus páginas webs, redes sociales, foros y conocer rankings de valoración de los restaurantes seleccionados, se pueden dirigir y direccionar las futuras estrategias y métodos de conocimiento de marketing online del proyecto en marcha Mercado Colón, con el fin de conocer la oportunidad de integración al mercado de la restauración en Santo Domingo.

Para las directrices y futuro plan de estrategias y seguimiento del Mercado Colón se destacan los siguientes usuarios potenciales.

1. Personas que manejen las redes sociales como: Facebook, Twitter e Instagram. De manera continua y que puedan visualizar su contenido de manera ágil y creativa, ya que por el ámbito estudiado los usuarios son personas activas en cuanto a su vida social, ya que visitan restaurantes y exigen a la vez calidad del mismo.
2. Público objetivo: Personas mayores de 18 años de clase social A y B ya que por lo mostrado anteriormente se refleja el público que se dirige a los competidos directos seleccionados, usuarios que se sientan atraídos por el ámbito gastronómico, ya que dentro de los tres competidores analizados y el proyecto en marcha Mercado Colón constara de bodega de vinos y bar de bebidas alcohólicas dirigidas a mayores de edad.
3. Turistas que se sientan atraídos por el país y por su gastronomía, ya que se destacó anteriormente la tendencia de crecimiento del turismo en República Dominicana y el crecimiento en el segmento de hoteles, bares y restaurantes.
4. Se determina un nivel de aceptación elevada de los usuarios ya que en el país en cuestión, el ámbito de estrategias, reconocimiento y posicionamiento online está

en pleno crecimiento, y con mayor importancia en el ámbito de la restauración y gastronomía.

5. Personas que necesiten de un espacio gastronómico variado con diferentes espacios donde los comensales puedan disfrutar de diferentes experiencias gastronómicas.

## **4. Conclusiones y recomendaciones**

### **4.1 Conclusiones**

El trabajo ha permitido conocer los antecedentes gastronómicos de Santo Domingo, República Dominicana, sus influencias, conocer la evolución que ha mantenido desde sus inicios hasta las fusiones gastronómicas de la actualidad.

La restauración y la gastronomía en República Dominicana está en pleno crecimiento manteniendo así un elevado consumo en hoteles, bares y restaurantes por lo que los ciudadanos tienen la oportunidad de innovar en este ámbito creando espacios gastronómicos permitiéndole crecer en los mismos.

En la investigación realizada se pudieron detectar mediante blogs, fotos, páginas webs de ranking de valoración gastronómica, redes sociales y canales de comunicación utilizados cuales son los restaurantes con mayor popularidad en Santo Domingo y cuál es el público que visita los mismos.

Nos permitió conocer herramientas cibernéticas, identificarlas y utilizarlas en el transcurso de la investigación con el fin de conocer y recomendar a los competidores seleccionados.

El uso de las redes sociales y los canales de comunicación online son las tendencias del mundo de hoy, en el ámbito de la restauración y gastronomía es el medio donde mayormente se mantienen y se utilizan con mayor frecuencia, ya que los usuarios demandan mucho de esta información, inmersos en la necesidad de conocer mayor cantidad de información, resaltándose en los comentarios y formas de pensar de los demás para así poder tener una perspectiva de los lugares a donde visitar con recomendaciones ya planteadas.

## 4.2 Recomendaciones

Se recomienda al proyecto Mercado Colón analizar lo planteado a lo largo de la investigación y utilizar las siguientes estrategias de comunicación, basadas en estudios ya realizados mediante indicadores cibernéticos, herramientas y análisis de sus competidores directos con el fin de lanzar al mercado un plan de marketing de calidad y efectivo.

1. Creación de página web, ingresar estrategias optimizadas de búsqueda dentro de su sitio web y optimizar las imágenes con el fin de tener mayor posicionamiento en los buscadores.
2. Insertar palabras claves para la búsqueda.
3. Ingresar como medio de comunicación online, newsletters para así llegar a un público que no esta tan inmerso en las redes sociales.
4. Mantener los objetivos definidos basados en los KPI:
  - Crecimiento de Seguidores
  - Aumento en los clics en links (medir la relevancia del contenido publicado)
5. Conocer los enlaces de su página web, detectar si alguno ingresado muestra algún error para solucionarlo con el fin de optimizar el servicio web. Utilizar la herramienta W3C Link Checker.
6. Ingresar blog y redactar contenido una vez por semana con el fin de dar a conocer información sobre el tema en cuestión en este caso la gastronomía y los atributos que posee el Mercado Colón, como eventos y actividades del mismo.
7. Agregar mayor cantidad de idiomas en la página web, ya que una gran parte del público objetivo son turistas que visiten el país.
8. Establecer un plan de estrategias, realizando un calendario con contenidos a publicar, actualizaciones de redes sociales con el objetivo de mantener una línea de metas a cumplir por periodos.
9. Creación de redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram y Pinterest. Mantenerlas optimizadas y que todas estén trazadas por las mismas estrategias para mantener el contenido homogéneo.

Facebook:

- Redactar publicaciones dos veces al día, ingresar imágenes, videos con el fin de atraer la atención de los usuarios.
- Dar seguimiento y respuesta inmediata a los comentarios de los usuarios.

Twitter:

- Promover el concepto de los 140 caracteres, realizando concursos de respuestas rápidas, promocionando eventos y actividades diarias.
- Dar seguimiento a los retweets, y comentarios de los usuarios.

Instagram:

- Generar publicaciones diarias, tomando en cuenta la hora de la publicación para así obtener mayor cantidad de likes y visitas de los seguidores.
- Optimizar las imágenes con el fin de tener un perfil en esta red de calidad y acorde con el concepto del negocio.

Pinterest:

- Realizar campañas de reconocimiento, ingresando fotos y artículos de interés.
10. Añadir links internos dirigidos a las páginas importantes de la web, como las redes sociales o el blog.
  11. Colocar un buscador dentro de la web, para facilitar la usabilidad de los usuarios, que puedan escribir si desean buscar eventos, menú o alguna pestaña en especial de la página web.

## Bibliografía

---

Aguillo Isidro. (Noviembre 2006). *Cibernetría, Introducción teórico-práctica*. Disponible en PDF en: (<http://digital.csic.es/bitstream/10261/4143/1/R-2.pdf>).

Trillo-Domínguez, Magdalena, 2008, Tesis Univ. Granada. Análisis cibermétrico de la prensa digital española. Ranking de calidad web y mapa de influencia mediática Departamento de Biblioteconomía y Documentación. Leída el 18 de junio de 2008.

Arroyo, Natalia, Ortega, José Luis, Pareja, Víctor M., Prieto, José Antonio, Aguillo, Isidro F., 2005. Cibernetría. Estado de la cuestión

Centro De Exportación E Inversión De La Republica Dominicana Dirección De Estudios Económicos Gerencia De Análisis De Mercado. <http://www.cei-rd.gov.do/estudios/sectores/PERFIL%20TURISTICO.pdf>

### **Páginas webs**

República Dominicana: ¡Relájate en sus espectaculares playas!  
[http://www.logitravel.com/guias-de-viajes/gastronomia-republica-dominicana-132\\_2.html](http://www.logitravel.com/guias-de-viajes/gastronomia-republica-dominicana-132_2.html)

Foro Gastronómico Dominicano: <http://forogastronomico.com.do/sobre-nosotros/>

Gastronomía y redes sociales: conociendo gente a través de la comida.  
<http://nomadistas.com/2013/12/31/gastronomia-y-redes-sociales-gente-y-comida>

9 acciones que no pueden faltar en un plan de redes sociales para restaurantes.  
<http://dalealaweb.com/2013/09/acciones-efectivas-plan-redes-sociales-media-restaurantes/>

Alexa: <https://www.alexa.com/secure/pro/checkout/order?puid=300&newacct=1>

La Cibernetría, una Nueva Alternativa para Evaluar la Visibilidad de la Publicación Académica Electrónica. El caso de la REDIE:  
<http://www.razonypalabra.org.mx/actual/mlopez.html>

## Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

Indicadores cibernéticos: ¿Nuevas propuestas para medir la información en el entorno digital?[http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol14\\_4\\_06/aci03406.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol14_4_06/aci03406.htm)

Cibermetría. Midiendo El Espacio Red:

<http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/892/1244>

Blog gastronómico: A Fuego Alto:

<http://www.afuegoalto.com/category/restaurantes/page/4/>

## Anexos

---

### Anexo A:

*9 acciones que no pueden faltar en un plan de redes sociales para restaurantes:*

- 1. Ten en tus perfiles de redes sociales, tus informaciones más relevantes.*
- 2. Sube imágenes de calidad, pero naturales, no muy trabajadas.*
- 3. Préparate para el servicio al cliente por redes sociales, a tiempo completo.*
- 4. Crea una buena relación y apóyate en los influencers de gastronomía.*
- 5. Monitorea lo que se dice o publica de tu restaurante.*
- 6. Cuenta con una estrategia de contenidos, no todo es publicar platos.*
- 7. Incentiva que tus clientes compartan contenido / acciones en sus redes sociales.*
- 8. Incentiva los reviews, opiniones o tips en Foursquare, Google Plus o TripAdvisor.*
- 9. Aprovecha la publicidad en redes sociales, como Facebook Ads.<sup>56</sup>*

---

<sup>56</sup> <http://dalealaweb.com/2013/09/acciones-efectivas-plan-redes-sociales-media-restaurantes/>



Anexo B

Publicaciones por día y hora mes de Agosto red social Facebook. Lulú Tasting Bar

05/08/2015 16:00	 No te quedes en casa, ven que aquí iniciamos el calentamiento para el fin de	
05/08/2015 10:41	 Llegó el #miercoledelulu para los que disfrutan la música de los 80's y 90's...	
04/08/2015 20:30	 Carpaccio de Pulpo, otra de las delicias que puedes degustar las veces que	
04/08/2015 17:07	 Hungry? Estos son los ricos Pulled Pork Sliders con Ropa Vieja de Cerdo en	
04/08/2015 11:27	 El día más rico para que disfrutes de todos nuestros platos del menú a la	
03/08/2015 16:32	 Una copitas con mis chicas antes de las #livesessions de esta noche con On the	
03/08/2015 9:47	 Esta noche nuestras #livesessions están dedicadas al Bossa Nova con las	
02/08/2015 21:34	 Complaciendo nuestro antojito de un postre con estas Black & White Fried	
02/08/2015 13:38	 Seguimos brunchando con unos Escargots al Roquefort con nueces de	
01/08/2015 21:00	 Nuestro menú es dinámico y cada semana agregamos delicias nuevas	
01/08/2015 18:54	 La mejor hora para disfrutar de una Sangria de Chinola :)	
01/08/2015 11:15	 Domingo 11am #lulubrunch, música en vivo de Dj Anto :)	

Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

10/08/2015 15:45		Salir una noche a #lulutastingbar y encontrarte con tu celebridad favorita	
10/08/2015 11:14		Esta noche déjate seducir por las melodías de Benny and the Cupids a	
09/08/2015 13:11		Should i say more? #lulusbrunch ☐	
09/08/2015 12:05		Domingo de #lulusbrunch ☐	
08/08/2015 20:30		Hungry? Prueba estos Sliders Axel con Salchicha Siciliana & Mermelada de	
08/08/2015 18:30		Cocktail O'clock! ☐☐	
08/08/2015 11:00		#lulubrunch Cada Domingo a partir de las 11am :)	
07/08/2015 22:00		Estamos en #livesessions con Gui Gómez... Ven, te espero :)	
07/08/2015 20:34		Esta noche tenemos para ti dos tipos de Ostras especiales: Blue Point &	
07/08/2015 10:14		Tonite, 9pm! Save your seat: lulu.do	
06/08/2015 16:00		¡Hora de refrescarse! #ginandtunes desde las 9pm con #marcosabrera :)	
06/08/2015 11:34		Los Jueves son mi excusa perfecta para disfrutar de un o varios Gin Tonics pues	

Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

14/08/2015 18:00		Disfruta de nuestra noche de Ostras frescas, iniciando a las 6pm :)	
14/08/2015 14:43		Date day! Como cada Domingo a las 11am te veo aquí para nuestro	
14/08/2015 10:12		¡¡Llegaron las Ostras!! Noche de Ostras frescas desde NY con un 15% de	
13/08/2015 17:30		#ginandtunes night! Más tarde inician los tunes de Marcos Cabrera ☐	
13/08/2015 15:39		Preparando nuestros ingredientes Frescos para tus Gins de esta noche :)	
13/08/2015 10:05		Ven y refréscate esta noche con unos #gins y los #tunes de Marcos Cabrera :)	
12/08/2015 21:57		Iniciando este #miercoledelulu con la musiquita más chévere de los 80's y	
12/08/2015 10:45		We ♥ Wednesdays!! Esta noche es de los 80's y 90's DURO Events	
11/08/2015 23:39		Mmmmm Escargots... Aún estás a tiempo de probarlos, estamos hasta las	
11/08/2015 17:24		Este es el Cocktail de Camarones, lo puedes disfrutar desde ya en nuestro	
11/08/2015 11:56		OM NOM OM ☐ ¡Hoy es Tasting Tuesday! 18 delicias de nuestro menú,	
10/08/2015 23:48		Living the #livesessions ☐	

Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

19/08/2015 9:24		Cada Domingo a partir de las 11am te esperamos con nuestro #lulusbrunch 17	
18/08/2015 17:04		Mmmm Pie de Nutella con crema Chantilly de Cointreau & Syrup de	
18/08/2015 14:15		¿Cuantos de estos Carpaccios CAB te comerías hoy? Tasting Tuesday: todos	
18/08/2015 10:39		¿Ya reservaste para el día más delicioso de la semana? lulu.do	
17/08/2015 14:00		Esto es un poco de lo que disfrutarás esta noche con Nicole Santiago	
17/08/2015 10:11		Noche relax con las melodías de Nicole Santiago #livesessions #jazz Reserva	
16/08/2015 12:00		Aquí se está #bruncheando como cada Domingo, deliciosos platos y	
16/08/2015 10:33		#lulusbrunch inicia en breve, no te mortifiques con el desayuno o el	
16/08/2015 0:14		In love with this Saturday! ☐ #lulutastingbar #zonacolonialrd	
15/08/2015 19:54		New dish! Lomo de Pescado Blanco sobre Pesto de Albahaca Thai... Ideal	
15/08/2015 17:46		La refrescante sorpresa que los chicos del Bar me tenían preparada... Una	
14/08/2015 20:30		Hello Mr. Friday!	

Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

22/08/2015 11:30		Mañana es Domingo de #lulubrunch desde las 11am :)	
22/08/2015 0:24		On our way to #lulushouse ☐ #lulutastingbar #nightlife	
21/08/2015 17:00		Desde las 6pm arrancamos con nuestro especial de Ostras frescas con un 15%	
21/08/2015 14:06		Summer cocktail: Watermelon Sangría para los calores ☐	
21/08/2015 10:31		Happening tonite! lulu.do	
20/08/2015 22:05		Estos Gins con esos Tunes de @marcoscabreradiaz ☐☐	
20/08/2015 18:02		Carpaccio de Pulpo para mi & Carpaccio de Res CAB para mi persona	
20/08/2015 14:24		Jueves para olvidarse del calor #ginandtunes con #marcoscabrera.	
20/08/2015 9:46		Así estuvieron nuestras #livesessions de este pasado Lunes con	
19/08/2015 23:43		#Repost @duroevents · · · El ambiente sigue Duro #lulutastingbar	
19/08/2015 17:30		Summer cocktail: Margarita de Coco para refrescar la noche ☐	
19/08/2015 11:47		Noche para botar el stress con música de los 80's y 90's con @grabolio	

Análisis Cibernético de situación en un plan de marketing para el sector de la restauración

25/08/2015 17:00		Y es que Saverio & Hugo los Martes hacen que yo me olvide de la dieta :D	
25/08/2015 9:38		Martes para los foodies y amantes de la buena comida. Ven y disfruta de los	
24/08/2015 18:00		Strawberry Lemonade para refrescar el alma, unos pre-cocktails antes de que	
24/08/2015 16:06		Así son nuestros Lunes de #livesessions ☐. Te esperamos esta	
24/08/2015 9:09		Hoy tu cita es con Peter Novelli para una noche de #livesessions inolvidable	
23/08/2015 16:46		El brunch finaliza pero seguimos con este rico ambiente hasta las 3am ☐	
23/08/2015 14:20		No te quedes en casa que nuestro brunch es hasta las 4☐	
23/08/2015 13:04		Seguimos en brunch ☐	
23/08/2015 11:16		Así inicia nuestro #lulusbrunch ☐ Las ricas Mimosas que disfrutas están	
22/08/2015 21:00		Hello there!	
22/08/2015 19:39		Hungry? Pulled Pork   Bacon Cheese o Salchicha Siciliana ☐	
22/08/2015 15:55		Feeling hot? Margarita Mojito, otro de nuestros Cocktails de Verano :)	