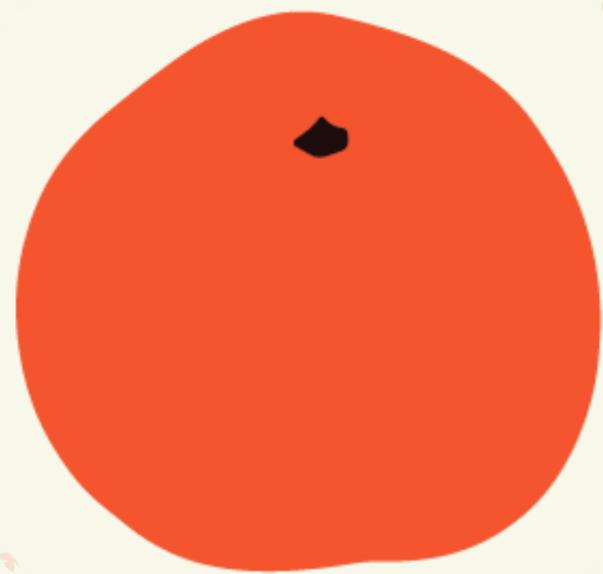


# Publicidad Digital

Docente: Rafael Dossetti  
**Entrega final**

Artagaveytia Tomás 5.416.754-1  
de Souza María Eugenia 5.210.414-1  
González Victoria 5.332.187-7  
Groba Rafaela 5.586.553-2



**FRANCA**

# ¿QUÉ ES FRANCA?

Franca es la primer **cafetería** del Uruguay **sin fines de lucro**. La misma se encuentra en Plaza Cagancha 1124, en el Centro de Montevideo.

La idea nace de Sol Preusse, quien tenía el sueño de hacer un negocio “al servicio” y desarrolló el proyecto de inversión en su tesis de grado en dirección de empresas.

El objetivo principal es, por un lado, **ayudar a las personas** ampliando el sentido de pertenencia con la sociedad, promoviendo valores como la responsabilidad y la solidaridad.

Por otro, también busca **resolver las necesidades insatisfechas** de la zona.

# ¿CÓMO FUNCIONA?

Según el concepto non profit, “la rentabilidad neta, la ganancia pura, lo que se llevaría el dueño, es lo que se dona”, y en busca de lograr esto, hay una previsión detallada de gastos y aguinaldos.

En este caso, las ventas cubren los costos, incluyendo los sueldos. El resto del dinero está destinado, en principio, a 6 organizaciones que lo necesitan: dos del área social, dos de rescate y cuidado animal, y dos vinculadas al medio ambiente.

Además, buscan tener la mayor cantidad de colaboradores y proveedores posibles, por ejemplo, Culto les hace descuento en el café.

## Algunos colaboradores:



# IMPACTO



- 1 Ingresa dinero a través de las **ventas** de los productos.
- 2 Este dinero se utiliza para cubrir todos los **gastos** que tenga el negocio (costos de productos, alquiler, sueldos, impuestos, entre otros).
- 3 La ganancia pura se **dona** a distintas organizaciones y proyectos con causas sociales, ambientales y de cuidado animal.
- 4 Se genera un **impacto** positivo en nuestra sociedad.

**Este proceso se repite una y otra vez.**

# PROPUESTA SANA

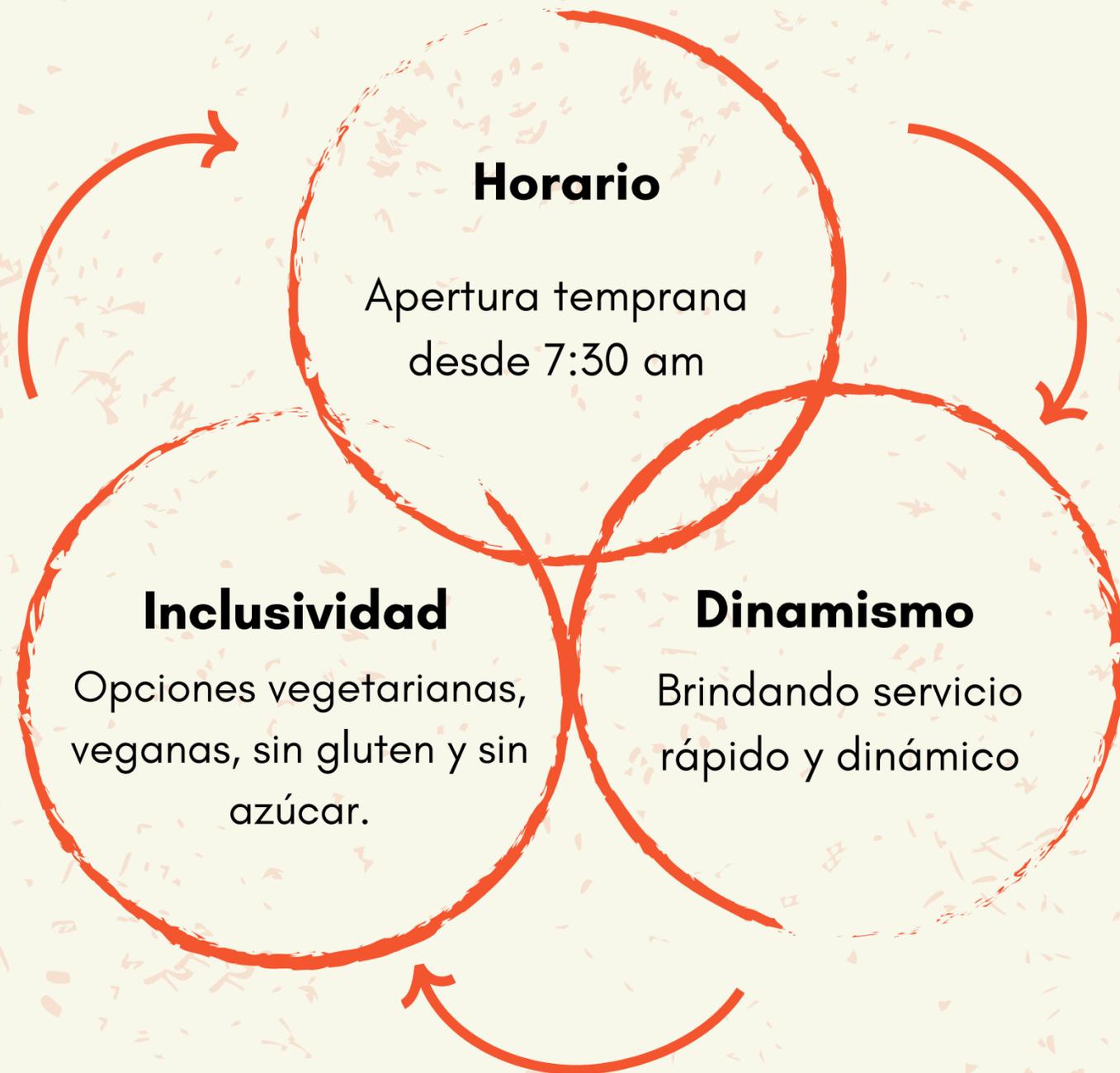


1 **Productos** sanos en términos de materia prima, es decir que sean locales, de estación y agroecológicas (en la mayor medida posible). Que la distancia entre los huertos ecológicos y la cotidianidad del Centro de Montevideo sea más corta, de forma que se facilite el acceso a estos productos en el diario vivir.

2 Una **cocina** que busca elaboraciones caseras nutritivas y frescas, sumadas a cocinar con amor, hace que el producto final sea más saludable en su conjunto.

3 La propuesta es **consciente**, debido al impacto que genera la fuente de materia prima elegida y el rastro que deja, como por ejemplo, no ser usuarios de productos que impliquen maltrato animal o con exceso de plástico.

# SER SOLUCIÓN



1 **Horario**, porque en la zona casi no hay café ni opciones de desayuno en la mañana temprano para antes de ir a trabajar / estudiar.

2 **Dinamismo** debido a la rapidez en el servicio, porque los pedidos son en mostrador y con opciones ya prontas para llevar.

3 **Inclusividad**, puesto que hay opciones sin productos de origen animal, gluten y/o azúcar, y sin cobrar más por ello.

# Servicios



**Desayunos**



**Almuerzos**



**Meriendas**



**Almacén**



**Pedidos Personalizados**

# ANÁLISIS DE LAS REDES

## Instagram

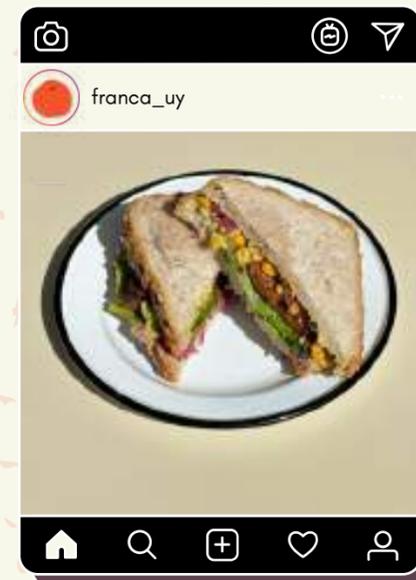
Franca cuenta con una fuerte presencia en la red social Instagram, con casi **16mil seguidores** y una **fuerte interacción** por parte de los mismos (likes, comentarios, etc.)

Su estética es **minimalista, moderna, creativa y orgánica.**

Toda la **información crucial** está incluida en su **descripción**: rubro, ubicación, horarios.

Combinan imágenes de **platos atractivos**, con posteos escritos que transmiten la misión de la marca y buscan dejar un **mensaje a su comunidad.**

Sus historias destacadas están muy bien organizadas, siguiendo la misma línea.



# ANÁLISIS DE LAS REDES

**Observamos que podemos encontrar a Franca únicamente en Instagram.**

No cuenta con perfil en Facebook, Tik Tok, Twitter (X), ni Youtube. Tampoco posee un sitio web.

Si bien la marca apunta a un público joven, y entendemos que el mismo se concentra mayoritariamente en Instagram, sería recomendable que se expanda también a Facebook y Tik Tok.



The background features a central white area with a light beige, speckled texture resembling coffee grounds. This area is framed by wavy, orange-brown borders at the top and bottom. Scattered throughout the white area are several stylized coffee beans in a muted brown color, some larger and some smaller, with a white line indicating the crease on each bean.

**NUESTRA PROPUESTA DE**  
*estrategia digital*

# PÚBLICO OBJETIVO

- Jóvenes profesionales y estudiantes comprometidos con causas sociales. (18 a 35 años)
- Personas que buscan experiencias gastronómicas con propósito.
- Residentes y trabajadores en el Centro de Montevideo.

# ¿QUÉ PROPONEMOS?

+ Facebook  
Tik Tok

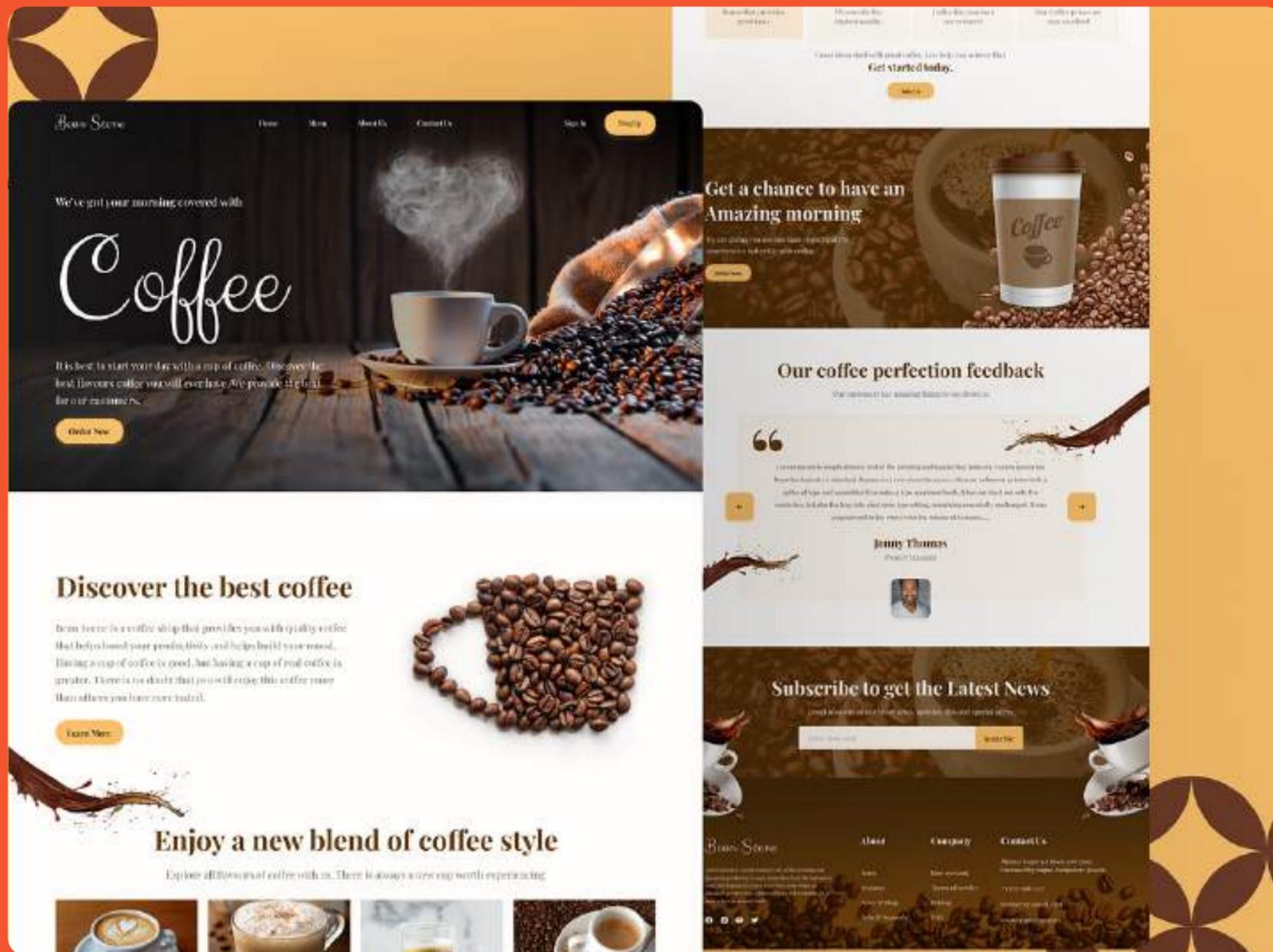
Como mencionamos anteriormente, Franca no cuenta con perfil en Facebook, Tik Tok, Twitter (X), ni Youtube; y tampoco posee un sitio web.

Por eso, creemos que generar una cuenta en Facebook sería muy efectivo, ya que, además de brindarle mayor credibilidad, cuenta con herramientas de utilidad para gestionar negocios.

Por otro lado, una cuenta en Tik Tok le permitiría establecer lazos más cercanos y personales con su comunidad, así como la posibilidad de generar contenido susceptible de ser viralizado.

# ¿QUÉ PROPONEMOS?

+ *Sitio web*



Como antes mencionamos, tampoco tienen sitio web. Entonces, sugerimos una **landing page**, que incluya:

- información básica de contacto
- carta del local
- incentivo al público a conocer el espacio físico

# PROPUESTA CREATIVA

Como punto de partida para nuestra campaña, nos inspiramos en este posteo (real) de Franca.

Nuestra idea consiste en **reversionar clásicos de la cultura uruguaya**, conjugando así, personajes históricos, sonidos, sabores, aromas, todo en un mismo plato.

Tomando como pilar base la sostenibilidad y lo "ecofriendly" a la vez que lo innovador y lo creativo.



franca\_uy ICÓNICOS

La Plaza Cagancha, querido hogar de Franca, es sin dudas un símbolo icónico de Montevideo y de sus calles.

Por eso, nos pareció divertido imaginar qué hubiese pasado si Franca hubiese convivido en tiempos de personajes tan icónicos e influyentes en la cultura uruguaya como los de las fotos. Nos parece importante recordar y rendirles tributo a estos artistas.

/ Juana de Ibarborou, Alfredo Zitarrosa, Carlos Gardel, Mario Benedetti, China Zorrilla.

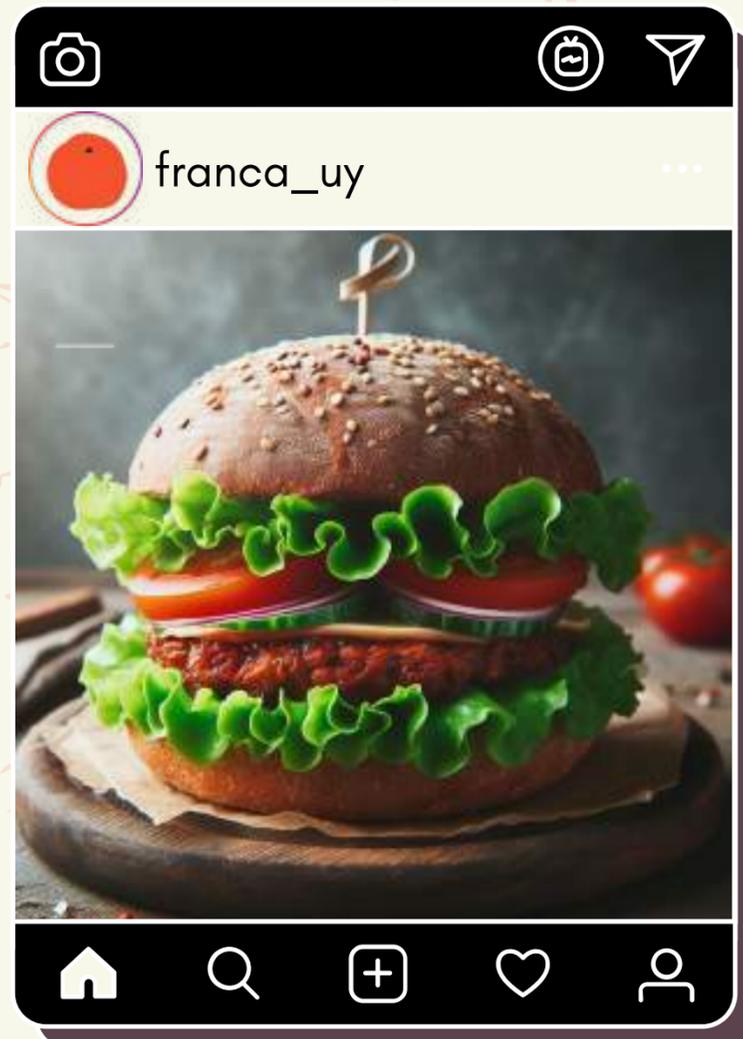
personajes históricos - sonidos - sabores - aromas - personajes históricos -

sabores - aromas - per

- sonid

## IDEA DE POSIBLE POSTEO

Para seguir con el eje de la campaña, proponemos los miércoles de #VersionesFrancas, donde intentamos reversionar platos clásicos de la gastronomía pero utilizando productos que le son característicos a la marca, como cosechas locales y de estación, productos eco-friendly, entre otros.



Miércoles de **#VersionesFrancas** ✨

Hagamos que lo #Ecoamigable sea tendencia.

Basándonos en el clásico chivito, versionamos un CHIVITO VEGGIE.

Cambiamos la carne por un medallón de lentejas y setas.

El aburrido pan blanco por un pan integral de espinacas.

Y el aderezo por una nutritiva mayonesa de palta y albahaca.

Ponete creativo con nosotros, animate a HACER EL CAMBIO.

## IDEA DE POSIBLE POSTEO

A su vez, proponemos los viernes basarnos en obras de distintos autores nacionales, para crear platos, siempre siguiendo la misma línea del estilo culinario de Franca. En este caso, ejemplificaremos un posteo tomando como punto de partida una obra de José Cúneo para realizar una receta de budín de arándanos.



¡Los viernes nuestro lienzo es el plato!  
**#CocinArte**

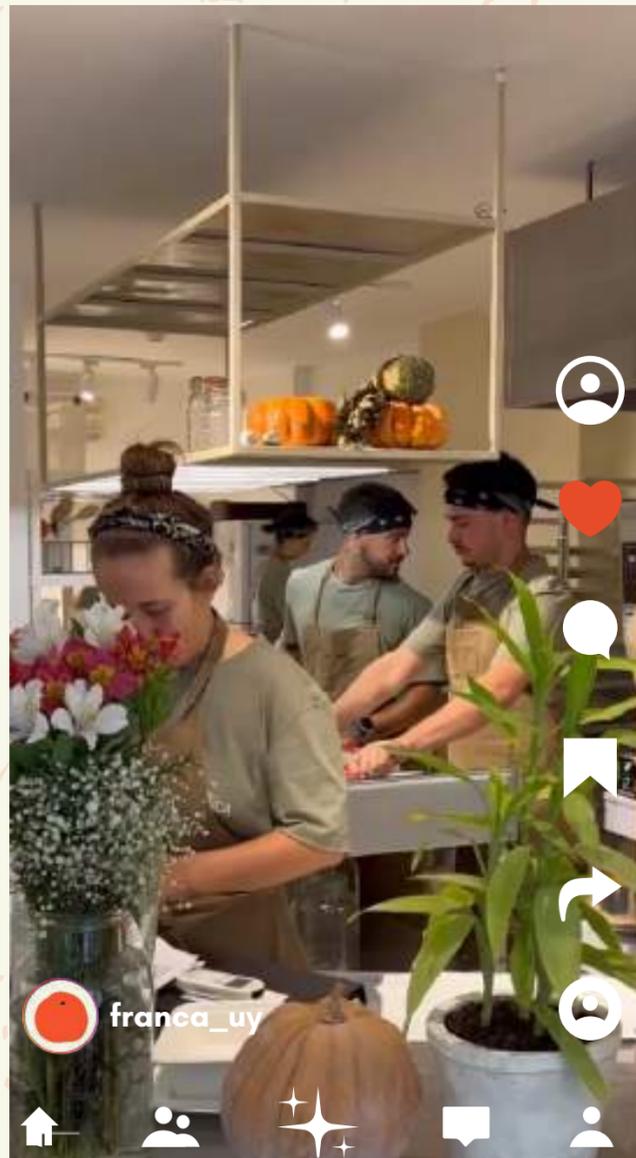
Básandonos en esta obra de José Cúneo, ideamos un sabroso Budín de arándanos.

Hecho con harina de almendras y harina integral, endulzante natural y arándanos de cosecha local, es una AUTÉNTICA OBRA DE ARTE.



## IDEA DE POSIBLE TIKTOK

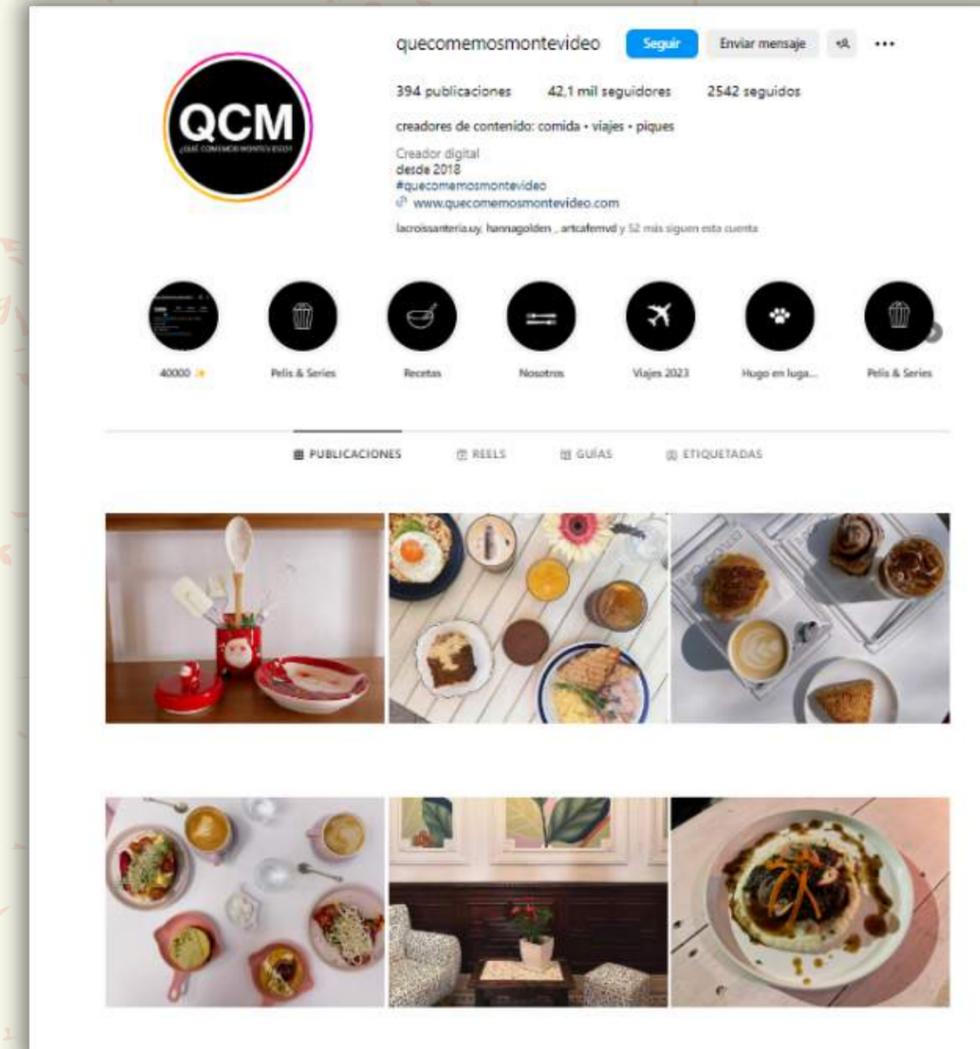
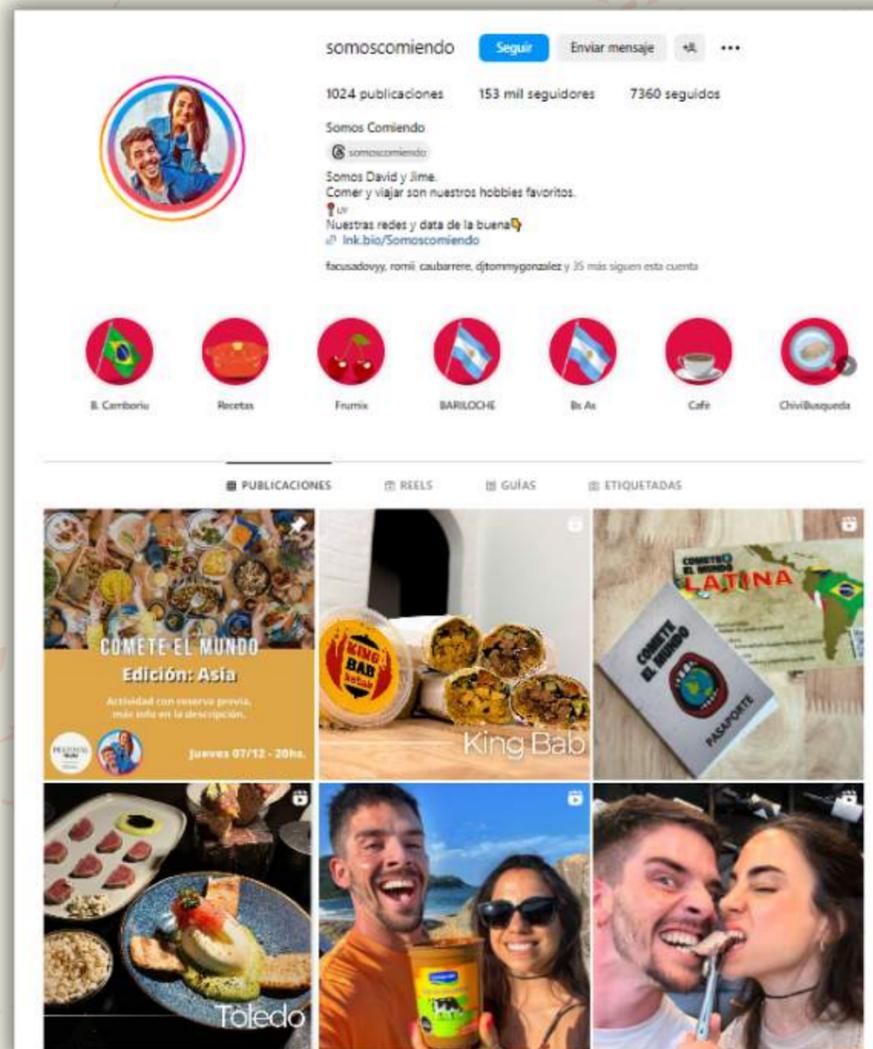
Para la estrategia de TikTok, proponemos mostrar recetas sencillas de Franca que puedan prepararse en tan solo 15 segundos, para lograr captar rápidamente la atención de los posibles consumidores.



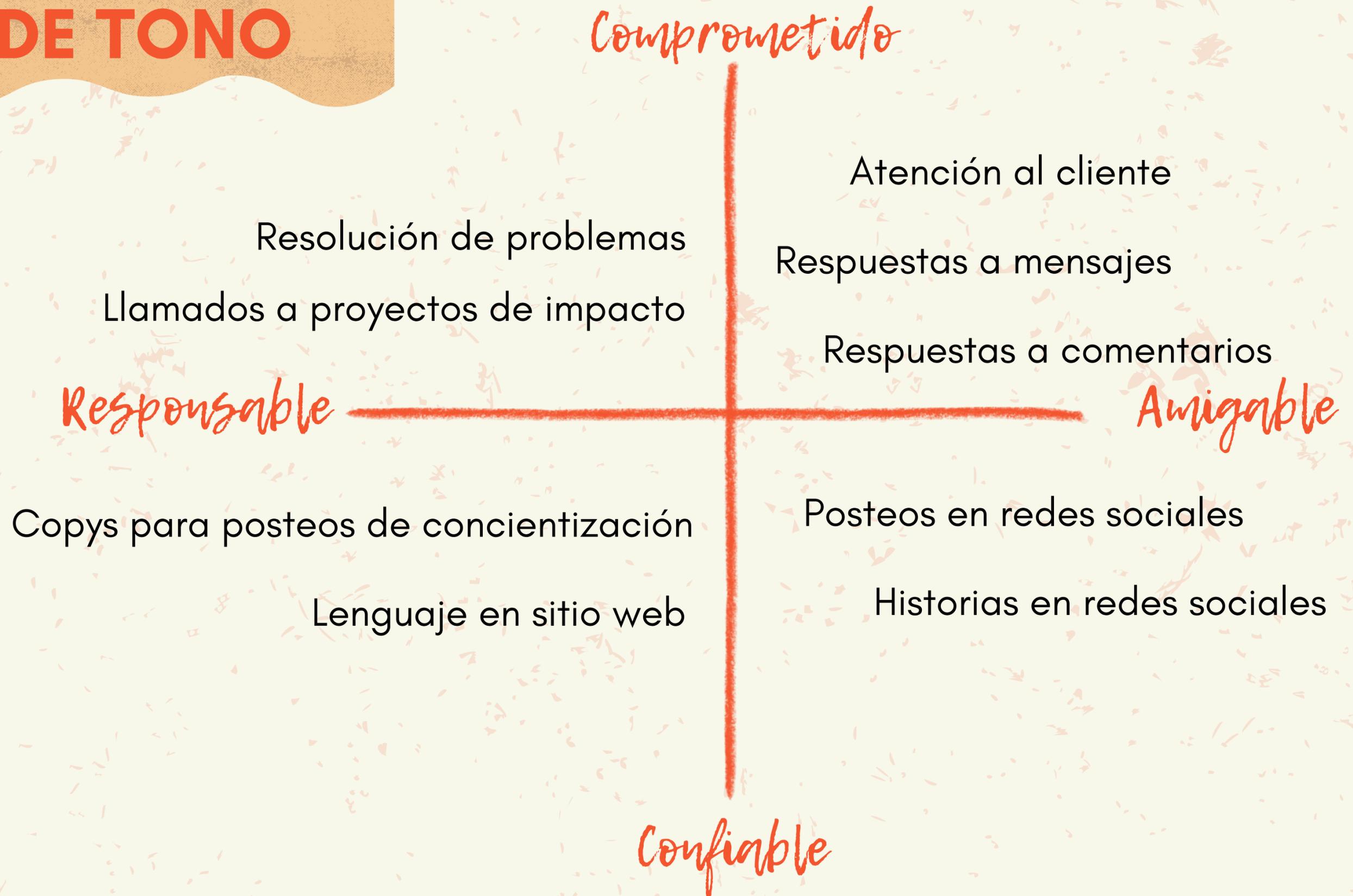
Mirá cómo en 15 segundos te resolvemos la merienda 😊  
¿Te animás a probar esta receta?  
Subila con el hashtag **#FastFranca**

# IDEA DE POSIBLE TIKTOK

También, pensamos en colaboraciones con influencers uruguayos relacionados a la degustación culinaria, como es el caso de @SomosComiendo y @QueComemosMontevideo



# MAPA DE TONO



# MANIFIESTO

**"FRANCO/A" SEGÚN LA RAE: SINCERO, LEAL, CLARO.**

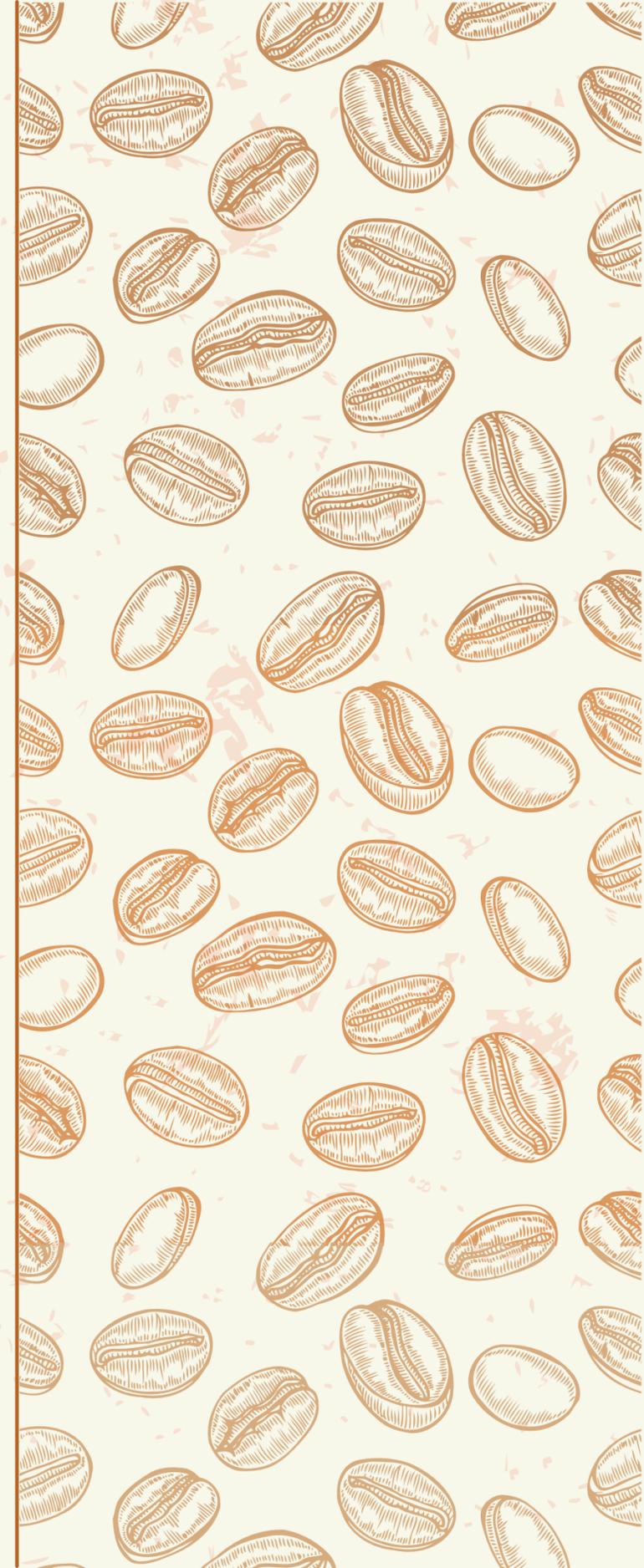
En Franca, creemos que la sostenibilidad y el bienestar social son fundamentales para la construcción de una sociedad más justa e ideal.

Como una cafetería sin fines de lucro, nos esforzamos por ofrecer opciones de alimentos saludables y sostenibles. Además, nos comprometemos a donar nuestras ganancias a organizaciones que trabajan en causas sociales y ambientales.

La creatividad es nuestra marca personal, por lo tanto, queremos que nuestros productos sean la personificación de una comunidad entera, llevando el arte a nuestros platos y creando una identidad única al igual que nuestro público.

Queremos que nuestros clientes vivan una experiencia Franca, haciendo alusión a este nombre que nos caracteriza, mientras disfrutan de la comida en un lugar amigable, y al mismo tiempo, contribuyen a una buena causa.

Creemos que cada pequeña acción cuenta y que juntos podemos marcar una gran diferencia.



# CAMPAÑA DE ADS

## MES 1 = BRANDING

### Facebook e Instagram Ads:

- Anuncios en carrusel destacando la misión sin fines de lucro.
- Contenido creativo sobre el impacto positivo en la sociedad.
- Reels de Instagram para explicar el modelo Franca.

### Google Ads:

- Campaña de Search (Google Ads) para personas en Montevideo interesadas en cafeterías.
- Destacar el propósito único de Franca y su ubicación en Plaza Cagancha utilizando Google My Business

### YouTube:

- Anuncios Bumper de 6 segundos para concientización
- Incluye testimonios de clientes y beneficiarios de donaciones. (cortas)

### Objetivo total de la campaña:

Generar conciencia sobre Franca, impulsar la participación en la cafetería y fomentar donaciones sin esfuerzo adicional.

## MES 2 = TRÁFICO Y COMPRA

### **DV360 Programatic:**

- Anuncios programáticos en portales de noticias locales (un medio local a recomendar es dressmix)
- Datos demográficos y categorías in-market para apuntar a un publico mas especifico.

### **Facebook e Instagram Ads**

#### **(Retargeting):**

- Dirige anuncios a usuarios que interactuaron con las publicaciones los ultimos 90 días, ademas de expandir la audiencia utilizando publico LookAlike

### **Promociones:**

- Destaca promociones especiales de forma digital para medir el drive to store a la tienda (placas de descuento exclusivo)

# PIEZA MADRE

Proponemos una pieza madre que haga hincapié en la historia de Sol Preusse y el propósito de Franca, en conjunto con los pilares que tiene la misma.

La pieza será separable en cápsulas y cada una de las mismas tocarán temáticas que sean de interés para los distintos grupos de públicos objetivos.

Ejemplificamos una separación en 3 cápsulas, donde la primer cápsula haga hincapié en la cuestión económica (las ventas, el destino de las ganancias, etc), y esta se centrará en el primer grupo de publicos objetivos. La segunda cápsula se centrará en el segundo pilar, el cual habla de la gastronomía (los productos, la materia prima, etc), y se enfoca en el segundo grupo del público objetivo. Finalmente, la tercer cápsula hablará sobre el tercer pilar, el cual se enfoca en ser solución, asimismo orientándose al tercer grupo de publico objetivo.

# CALLENDARIO

MES 1

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
<p>Franca en 15 segundos (receta fácil y rápida)</p> <p> 1</p>	2	<p><b>#VERSIONESFRANCAS</b> Chivito Veggie</p> <p> 3</p>	4	<p><b>#COCINARTE</b> Budín de arándanos y José Cúneo</p> <p> 5</p>	6
<p>Acción social: proyectos y organizaciones apoyadas</p> <p> 7</p>	<p>Comunidad Franca: clientes comparten su experiencia</p> <p> 8</p>	<p><b>#VERSIONESFRANCAS</b> Cookies de avena y pasas</p> <p> 9</p>	10	<p><b>#COCINARTE</b> Ensalada de Atún y Joaquín Torres García</p> <p> 11</p>	<p>Explicamos el sistema Franca</p> <p> 12</p>
<p>Comunidad Franca (clientes en el local)</p> <p> 13</p>	14	<p><b>#VERSIONESFRANCAS</b> Pizza con base de papa</p> <p> 15</p>	<p>Comunidad Franca: clientes comparten su experiencia</p> <p> 16</p>	<p><b>#COCINARTE</b> Pollo grillé y Horacio Quiroga</p> <p> 17</p>	18
<p>Acción social: proyectos y organizaciones apoyadas</p> <p> 19</p>	20	<p><b>#VERSIONESFRANCAS</b> Pasta de maíz sin gluten</p> <p> 21</p>	22	<p><b>#COCINARTE</b> Sopa de Calabaza y Juana de Ibarbourou</p> <p> 23</p>	24
<p>Rincones mágicos (mostrar diferentes spots)</p> <p> 25</p>	26	<p><b>#VERSIONESFRANCAS</b> Lasagna con láminas de berenjena</p> <p> 27</p>	<p>Explicamos el sistema Franca</p> <p> 28</p>	<p><b>#COCINARTE</b> Brochettes de vegetales e Idea Vilariño</p> <p> 29</p>	30

# CALLEFRANCA

## MES 2

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
<p>Acción social: proyectos y organizaciones apoyadas</p> <p> 1</p>	2	<p><b>#VERSIONESFRANCAS</b> Pastafrola de mermelada casera</p> <p> 3</p>	4	<p><b>#COCINARTE</b> Torta frita y José Belloni</p> <p> 5</p>	<p>Explicamos el sistema Franca</p> <p> 6</p>
<p>Presentando al equipo Franca</p> <p> 7</p>	8	<p><b>#VERSIONESFRANCAS</b> Milanesa de zapallito</p> <p> 9</p>	<p>Comunidad Franca: clientes comparten su experiencia</p> <p> 10</p>	<p><b>#COCINARTE</b> Helado de limón vegano y Gardel</p> <p> 11</p>	12
<p>Franca en 15 segundos (receta fácil y rápida)</p> <p> 13</p>	<p>Comunidad Franca: clientes comparten su experiencia</p> <p> 14</p>	<p><b>#VERSIONESFRANCAS</b> Torta frita de calabaza y romero</p> <p> 15</p>	16	<p><b>#COCINARTE</b> Pesto de Girasol y albahaca y Carlos Paez Vilaró</p> <p> 17</p>	18
<p>Tour por Franca</p> <p> 19</p>	20	<p><b>#VERSIONESFRANCAS</b> Chips de zanahoria y boniato</p> <p> 21</p>	22	<p><b>#COCINARTE</b> Sorrentinos de seitán y China Zorrilla</p> <p> 23</p>	24
<p>Acción social: proyectos y organizaciones apoyadas</p> <p> 25</p>	26	<p><b>#VERSIONESFRANCAS</b> Medialunas de harina integral y frutos secos</p> <p> 27</p>	<p>Explicamos el sistema Franca</p> <p> 28</p>	<p><b>#COCINARTE</b> Brownies y Pedro Figari</p> <p> 29</p>	30

## INFRAESTRUCTURA PUBLICITARIA RRSS

*Instagram  
& Facebook*

Debemos crear una pagina de FB respetando el keyvisual de la marca, enlazando las cuentas de IG&FB entre sí, para poder publicar anuncios en redes sociales para TODO el funnel de ventas, desde pautar por alcance hasta ofrecer un descuento directo y un pickup comprando por la web.

Meta ofrece una segmentación con IA (Advantage) que nos permite tomar ventaja a la hora de seleccionar un publico objetivo.



# INFRAESTRUCTURA PUBLICITARIA RRSS

## ✔ Público Advantage+ ✨

Nuestra tecnología publicitaria encuentra automáticamente a tu público. Si compartes una sugerencia de público, se priorizarán los públicos que coinciden con este perfil antes de realizar una búsqueda más amplia. [Más información](#)

Público similar (UY, 7%) - VB - Interacción IG

Interés Acotado

Lookalike IG

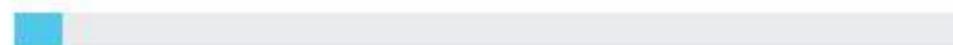
Lookalike IG

Abierto Acotado

## Resultados diarios estimados

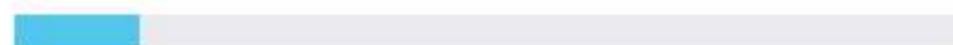
Alcance ⓘ

834 - 2,4K



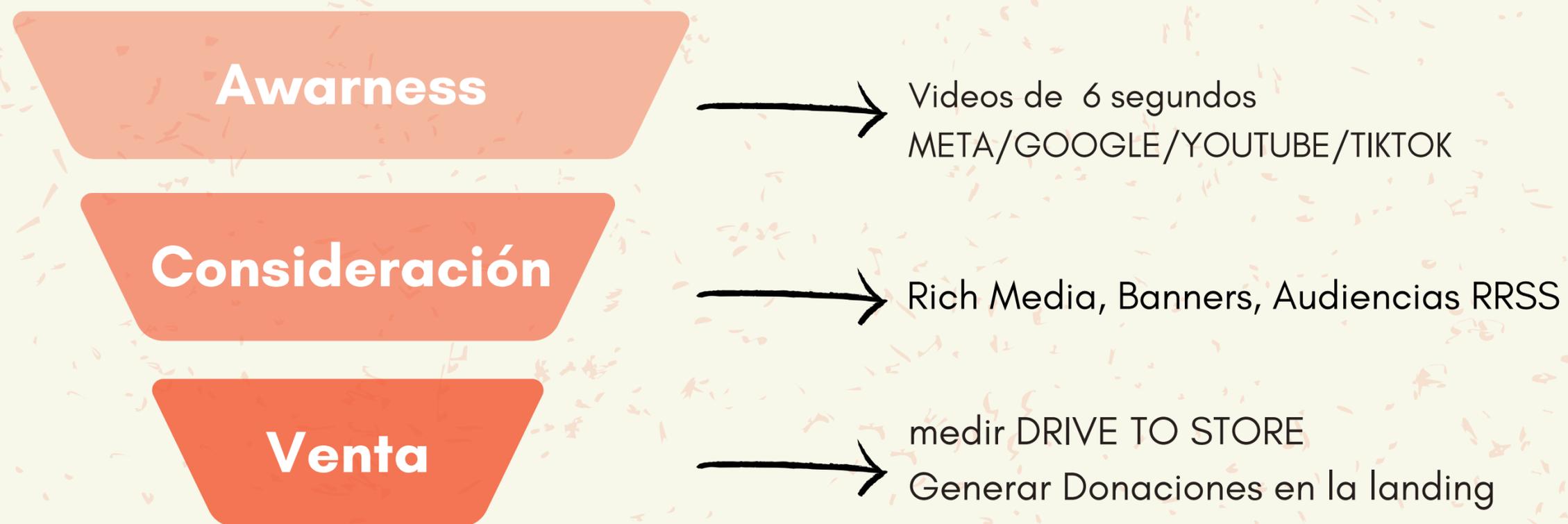
Cientes potenciales ⓘ

<10



## ESTRUCTURA DEL FUNNEL

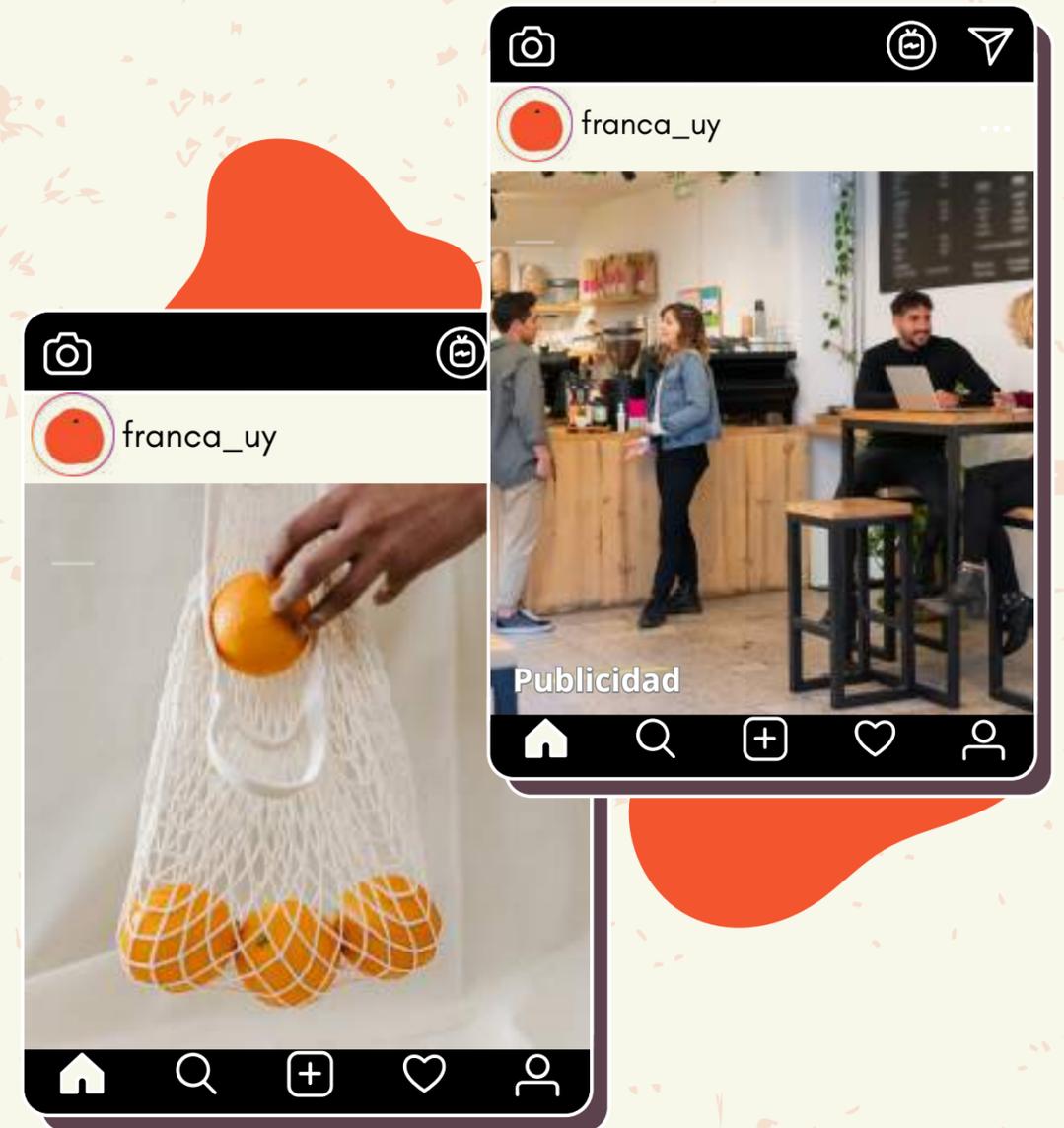
Ideamos un funnel que busca, para empezar, crear conciencia sobre la cafetería Franca, educando a la audiencia sobre su modelo sin fines de lucro. Para luego generar interés y consideración a través de contenido informativo. Y finalmente, convertir a los interesados en clientes a través de la landing page.



# Awareness:

## Anuncios en Instagram:

- Crearemos anuncios que destaquen la misión y visión de Franca, destacando su impacto positivo y las organizaciones que resulten beneficiadas.
- Incluiremos fotos de la cafetería, el equipo y los clientes.
- Crearemos contenido que explique como funciona el sistema sustentable de Franca, así como también sus 3 pilares fundamentales



# Consideración

## Entrevistas en Instagram Live:

Realiza transmisiones en vivo con Sol Preusse, fundadora de Franca.

Responde preguntas de la audiencia sobre la iniciativa sin fines de lucro.

Invita a representantes de organizaciones beneficiadas para hablar sobre el impacto recibido.



# Acción

## Landing page de Conversión:

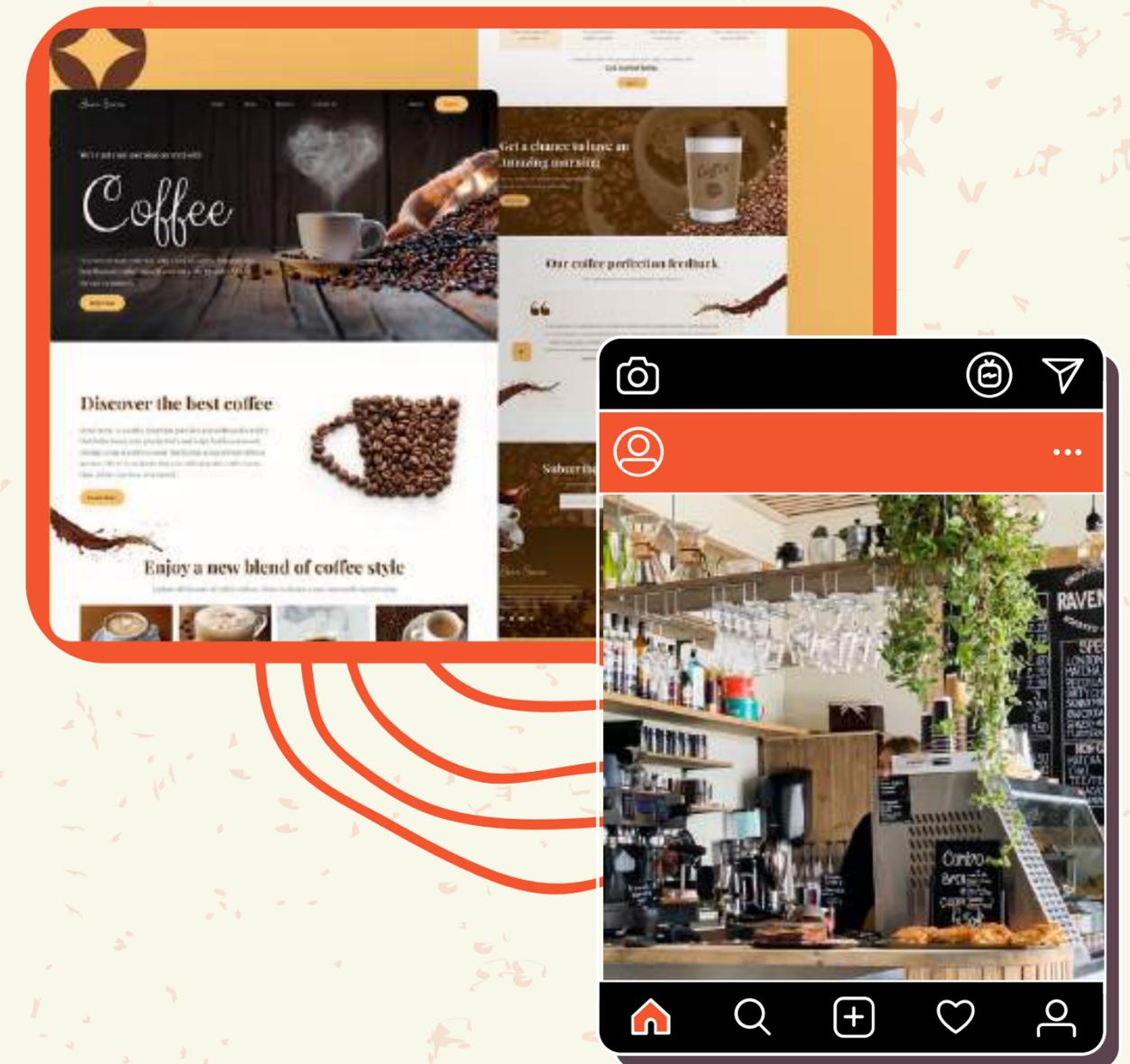
Crearemos una landing page simple y atractiva que destaque la misión de Franca.

Incluiremos un formulario para suscripción a boletines informativos/promociones especiales.

Además, invitaremos al público a seguirnos en redes sociales para mantenerse conectado.

## Contenido continuo en Instagram:

Con el fin de retener a los nuevos clientes, publicaremos contenido en Instagram regularmente, incentivando a los seguidores a compartir sus experiencias con el hashtag



**#COMUNIDADFRANCA**

# GOOGLE ADS

Ad · franca.uy ▾

**Cafeteria con propositos. | Cafeteria sustentable | Desayunos | almuerzos | cenas**

Franca es la primera cafeteria sin fines de lucro en Uruguay, estamos en Plaza Caganchal Franca es una cafeteria diferente, con nosotros estás apoyando a causas sociales

Sponsored · franca.uy



**Cafeteria con propositos. | Una Cafeteria Eco-friendly | Cada día mas cerca tuyo**

Franca es la primera cafeteria sin fines de lucro en Uruguay, estamos en Plaza Caganchal Franca es una cafeteria diferente, con nosotros estás apoyando a causas sociales.

Sponsored · franca.uy



**La primera cafeteria solidaria | Apoyamos a causas sociales | Visitanos en Plaza Caganchal**

Trabajamos con organizaciones que luchan por el medio ambiente y el bienestar animal | Franca es tu cafeteria

# Inteligencias artificiales

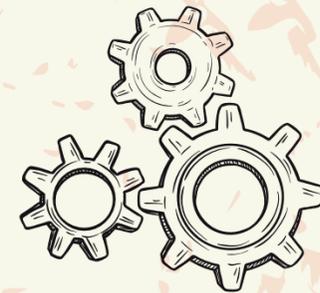
Para la realización de este proyecto utilizamos distintas inteligencias artificiales que nos facilitaron distintas instancias de la estrategia digital.



Usamos Bing Image Generator para crear las fotos de posibles posts para las redes sociales.



Usamos ChatGPT para la creación de las distintas recetas a usar en el calendario mensual.



Usamos FreeFlo para crear los prompts usados en Bing para generar las imágenes.

# Inteligencias *artificiales*

Para la realización de este proyecto utilizamos distintas inteligencias artificiales que nos facilitaron distintas instancias de la estrategia digital.



Usamos Copy AI para la creación instantánea de copys para los posts en redes sociales.



Utilizamos Bard para la creación de los Google Ads y el Manifiesto propuesto.

# Conclusiones

Nuestra propuesta para Franca consiste en, siguiendo los pilares base con los que ya cuenta, desarrollar una campaña digital que los impulse y optimice, llevando la presencia de la marca al siguiente nivel.

Sostenibilidad (reciclaje, generar mínimo impacto) – Eco friendly (menú veggie y saludable) – Impacto social (sin fines de lucro, proyectos solidarios).

Nos centramos en la idea de COMUNIDAD, reforzando lazos con los actuales clientes y en búsqueda de nuevos. Además de expandir su presencia a Facebook (útil por sus herramientas para negocios), Tik Tok (red social en boga) y Sitio Web (instancia de conversión), aumentaremos la frecuencia, calidad y variedad de contenido en Instagram.

Nuestra propuesta incluye también anuncios de search, para llegar a nuevas personas, cuyo perfil sea afin a los valores Franca.

Lo innovador de nuestra propuesta consiste en reversionar clásicos uruguayos (del área de la gastronomía y el arte) y conjugarlos en platillos creativos.

Nos importa que los nuevos integrantes de la comunidad sean tan creativos, innovadores y comprometidos como la marca en si misma.