



Jueves , 27 de Junio de 2013

Buscar



Suscríbese

Economía

Finanzas

Empresas

Globeconomía

Asuntos Legales

Neg OCIO

Opinión

Tecnología

Multimedia

Edición Impresa

Caja Fuerte

Indicadores

Fotonegocios

Foros

Monitor

Suscripciones

Diplomado

ÚLTIMAS NOTICIAS: Petro sigue siendo el alcalde menos popular, según Gallup

[Perforadora Metalica 3 Huecos 10 HojasShop Now!\\$ 14.900](#)

[Almohada con Contomo](#)


Share

Share



EMPRESAS Miércoles, Junio 26, 2013 to

Los canales digitales potencian el éxito de los locales Hamburguesas El Corral



Bogotá_De los diferentes factores comerciales que hacen a la colombiana Hamburguesas El Corral una de las cadenas de comida rápida más exitosas en el mercado nacional, destaca el uso de las plataformas digitales como el mecanismo más efectivo para estar cerca de sus clientes y, por tanto, asegurar el consumo de sus productos.

Desde las casi 254.000 personas que aseguran les 'gusta' el fan page de la cadena en Facebook, los 5.253 internautas que tienen a la compañía como tema de conversación en la red social, y los casi 30.000 seguidores en Twitter, hasta la emisora de música que activaron en internet, la marca de la corporación Industria de Restaurantes Casuales ha logrado posicionarse exitosamente entre los consumidores, sin necesidad de invertir significativas sumas de dinero en medios tradicionales como la prensa, radio o televisión.

“Las estrategias comerciales de las marcas en internet son algo que estamos viendo desde hace años en el mundo y más recientemente en Colombia. Aunque puede representar una inversión publicitaria menor a la que se hace en medios tradicionales como un comercial de televisión, el efecto es mucho más efectivo en internet, pues el público es más segmentado y eso garantiza que el mensaje llegue con mayor efectividad y a la población idónea”, explicó Andrés Julián Gómez, consultor en Estrategias Empresariales de Internet.

Publicidad

FOROS LR VIVA LA EXPERIENCIA DEL ORIGEN DE LOS NEGOCIOS

Foro Panel

Fecha: 31 de julio de 2013

Lo + Leído

1. “Lo que quiero decir es: sí, yo hice las empresas para elegirme”
2. Comenzará la carrera de las inversiones para aprovechar el 4G
3. Bosi logra notoriedad en su marca después de pleito legal
4. El 87,5% de analistas espera que se mantenga tasa de interés en 3,25%
5. Cepsa y Total podrían vender sus activos en oleoducto Ocesa

Publicidad

Linio .com.co

Bandeja Sencilla Bocce...

\$23.900

Compra Ahora

Pagos Contra Entreg...

NEW

El especialista agregó que no hay mejor estrategia comercial que el 'voz a voz', el cual se ha transformado en un 'clic a voz' con el auge de las plataformas digitales. "Ya no hace falta esperar hasta verte con tus amigos para que cuentes una experiencia agradable o no. Apenas la vives, la cuentas en Facebook, en Twitter o en cualquier otra red social y se enteran millones de personas. Eso es mucho más efectivo que un comercial en el horario prime time, que le llega a muchísima gente, pero de la cual seguro hay un porcentaje alto que no se interesa en la marca", agregó.

Para la directora ejecutiva de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica, Claudia Hernández, el éxito de la cadena también recae en la calidad y variedad de productos que se ofrecen en los restaurantes. Y es tal la diversidad, que según el portal Negociosyemprendimiento.org un cliente puede hacer hasta 16.300 combinaciones de ingredientes y adiciones.

Este año la cadena cumplió tres décadas de servicio comercial, sumando más de 187 restaurantes en 37 ciudades del país, así como franquicias en Panamá, Ecuador, Chile y Estados Unidos.

LR intentó contactar a los voceros de la marca, pero no estuvieron disponibles.

¿Lo compró o no el Grupo Santo Domingo?

Una de las noticias que más sonó hace meses fue la supuesta compra de Hamburguesas El Corral por parte del Grupo Santo Domingo. De hecho, hubo medios especializados en el sector de alimentos que aseguraron que se pagó US\$300 millones, lo que dejaba a Alejandro Santo Domingo con el 80% del negocio y a la familia Pacheco, del Grupo Colpatria, con el 20% restante. Ningún vocero de la cadena ha confirmado si esta versión es correcta.

La opinión

Claudia E. Hernández

Directora ejecutiva de Acodres

"Personalmente, creo que el éxito de Hamburguesas El Corral se debe principalmente a un excelente producto. Además, tienen una gran variedad de oferta en alimentos y bebidas".

Vanessa Pérez Díaz

vperez@larepublica.com.co



Add a comment...

Post to Facebook

Posting as Andrés Julián Gómez (Change)

Comment



AZUL Innovación & Crecimiento Empresarial

La Sra. Hernández tiene razón. La oferta debe ser consistente! <http://azulinnovacion.co/como-vender-mas-promociones-venden-mas-o-mejor>

Reply · Like · Follow Post · Yesterday at 7:35am

Facebook social plugin

© 2013, Editorial EL GLOBO. Todos los derechos reservados. | Calle 25D Bis 102A-63 | 4227600

[Términos y Condiciones](#) | [Política de Privacidad](#) | [Superintendencia de Industria y Comercio](#)

[Comercio Exterior](#) [Alta Gerencia](#) [Finanzas](#) [Responsabilidad Social](#) [Infraestructura](#) [Consumo](#)

[Automotores](#) [Finanzas Personales](#) [Tecnología](#) [Multimedia](#) [Twitter](#) [Financiero](#)

[Agronegocios](#) [Asuntos Legales](#) [Foros LR](#)

[Contacto](#) [Suscripciones](#) [Paute con Nosotros](#)

[Aviso Legal](#) [Quienes Somos](#)

[imaginamos.com](#)

Aplicación Blackberry