

Tu eres un estudiante graduado en comunicación corporativa, hablas castellano de Perú y trabajas para la UNFCCC desde hace 15 años organizando eventos durante conferencias internacionales sobre cambio climático. Se te plantea el siguiente ejercicio bajo el tema de reputación en línea: Pans and Company es una cadena española de comida rápida que ofrece bocadillos. Pertenece a The Eat Out Group y en la actualidad emplea a más de dos mil personas. Muy popular en el mercado español, el pasado mes de enero acaparó todos los focos tras ser criticada por C. Tangana -músico español de renombre internacional- en el programa Lo de Évole. El cantante aprovechó [la entrevista](#) para acusar a la cadena de explotación laboral. El programa televisivo reunió a más de un millón de personas frente a la pantalla.

Pasados varios meses desde la polémica, los responsables de la empresa desean conocer el estado de opinión y valorar en qué medida estos comentarios continúan afectando a su posicionamiento, reputación y mensaje.

Por eso, deberás realizar una auditoría de reputación, un análisis de la competencia y un análisis de sus redes sociales.

Para la Auditoría de reputación. Realiza un informe de auditoría de la reputación digital de Pans and Company, tanto en redes sociales como en buscadores. La monitorización se debe realizar siguiendo el modelo de Leiva-Aguilera (2017). Mira el archivo adjunto. El informe debe incluir:

A) Un resumen ejecutivo y una breve introducción.

B) Una descripción del proceso de auditoría, indicando: fechas de realización de la auditoría (entre el 1 y de 12 de mayo 2024) y de las búsquedas, los conceptos empleados para hacer las búsquedas (como mínimo 3 términos) y los buscadores (Google, Bing y Yahoo) /herramientas (Hypeauditor) utilizadas.

C) Una exposición de resultados. Revisa los resultados del buscador y elabora una tabla resumen con los 10 resultados más representativos. Repite la operación en redes sociales y elabora una segunda tabla con los 10 resultados más significativos encontrados en redes sociales. Luego, valora y analiza los resultados obtenidos.

Para la elaboración de las tablas debes tener en cuenta el modelo de "Tabla de resultados" de Leiva-Aguilera que se encuentra en el archivo adjunto en la página 10.

No te olvides de escribir citas cuando lo amerita.

1.D. Un DAFO. A partir de los resultados obtenidos en el apartado anterior, se deberá realizar un análisis tipo DAFO. (1 punto)

1.E. Unas breves conclusiones, indicando propuestas generales y, de resultar oportuno, alguna propuesta particular ligada a algún término concreto. (1 punto)

2. Análisis de los competidores (Valor de 3 puntos sobre 10)

Realiza un análisis tanto de los competidores de la marca como de aquellas empresas que, sin resultar ser competidores directos, puedan ser una referencia positiva para la empresa.

2.A. Determina los casos a analizar. Selecciona tres empresas que entren en cualquiera de las dos clasificaciones anteriores. Indica si las empresas seleccionadas son competidoras directas o indirectas. (0,5 puntos)

2.B. Elabora una tabla resumen siguiendo el modelo de Leiva-Aguilera (2017, p. 17) que incluya un análisis de la presencia de estas tres empresas en los principales espacios y perfiles sociales. En el caso de existir más de uno, analiza los espacios y perfiles de un único país (ejemplo: España). (1,5 puntos)

2.C. Tras realizar el análisis indicado en el apartado anterior, indica un ejemplo de una buena práctica comunicativa y otro ejemplo de una mala práctica comunicativa desarrollada por alguna/s de la/s empresa/s competidora/s. (1 punto)

3. Plan de reputación en línea (Valor de 2 puntos sobre 10)

Analiza la presencia en las redes sociales de Pans and Company.

3.A. Indica en qué redes sociales está presente Pans and Company. Define los datos cuantitativos de sus perfiles: número de seguidores, frecuencia de publicaciones diarias, engagement, etc. Reflexiona y justifica si la empresa mantiene una presencia activa y justificada en las diferentes redes sociales y si debería ampliar o reducir presencia en algún canal. (1 punto)

3.B. Describe brevemente el contenido, tono y temática de sus publicaciones. ¿Son adecuados? ¿Observas alguna dimensión de género que destaque en positivo o en negativo? ¿Deberían introducir algún cambio en su estrategia? Justifica tu respuesta. (1 punto)