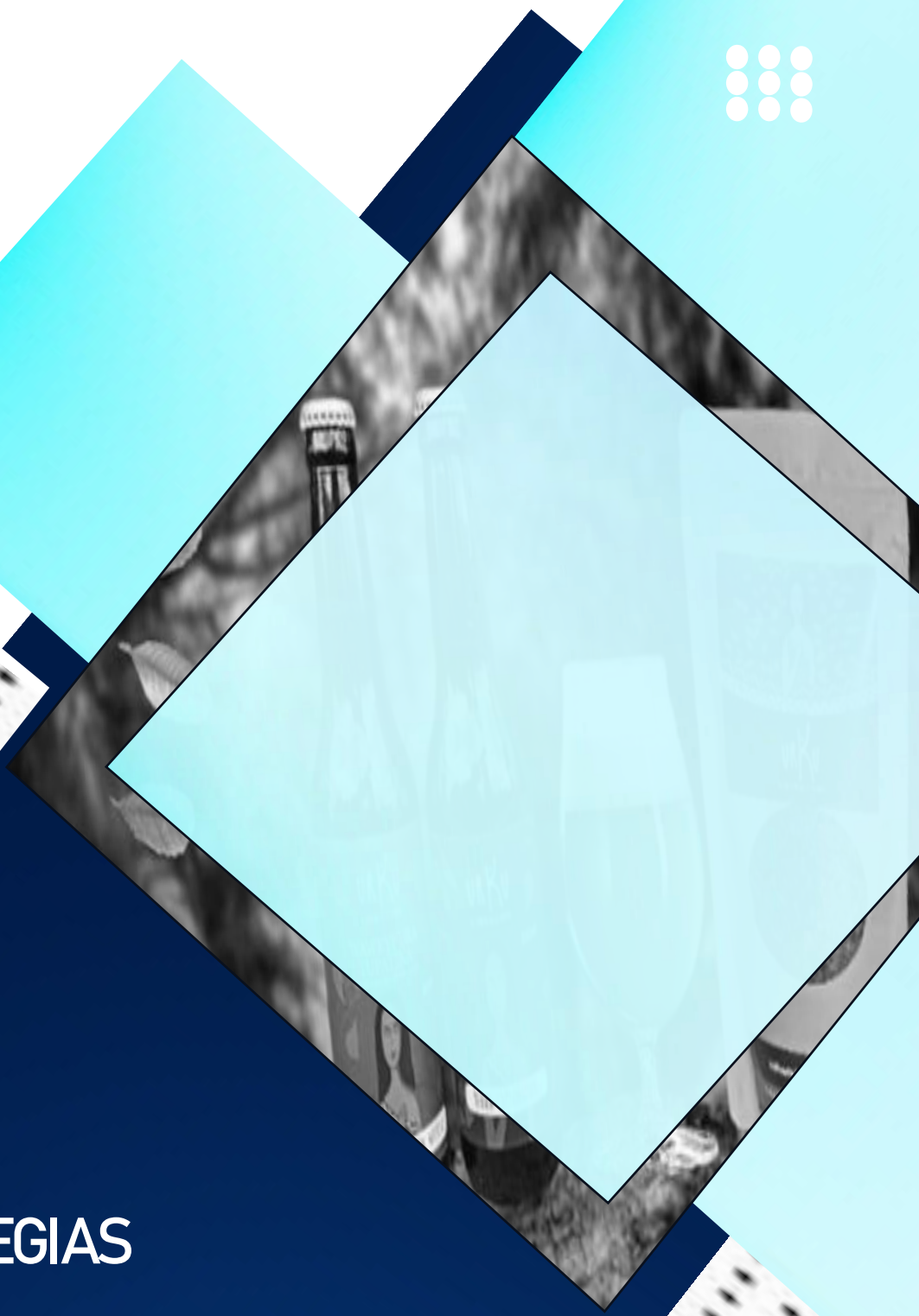


MANUAL

ESTRATEGIAS COMERCIALES PARA LA ASOCIACIÒN RUKU KAWSAY

El presente manual es producto del trabajo de titulación para la obtención del título de Tecnóloga Superior en Administración – Instituto Superior Tecnológico Tena, la investigación se realizó en la Asociaciòn Ruku Kawsay

Autora: Doris Licuy

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN 1
2. DEFINICIÒN/ ABREVIATURA 1
3. PRESENTACIÒN DE EMPRESA 3
3.1 Logotipo de la asociación.....3
3.2 Misión 3
3.3 Visión 3
3.4 Valores empresariales 3
3.5 Estructura organizacional.....4
3.6 Estructura funcional 4
4. OBJETIVOS DEL MANUAL 5
4.1 Objetivo General 5
4.2 Objetivo especifico.....5
5. LINEAMIENTOS GENERALES.....5
5.1 Tipos de redes sociales 6
5.2 Estrategia de publicidad en redes sociales.....7
6. LINEAMIENTOS ESPECIFICOS 8
6.1 Presentación de los productos 10
7. PROMOCIÓN DIGITAL.....11
7.1 Fan Page de Facebook.....11
7.2 Cuenta de Instagram.....14
7.3 WhatsApp.....16
8. CONCLUSIONES 19
9. RECOMENDACIONES.....19
10. BIBLIOGRAFIA.....20

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Logotipo de la asociación..... 3
Imagen 2. Cerveza Artesanal con Guayusa..... 13
Imagen 3. Bebida Carbonatada 13
Imagen 4. Guayusa Deshidratada y Triturada..... 13
Imagen 5. Bebida Carbonatada 15
Imagen 6. Cerveza Artesanal con Guayusa..... 15
Imagen 7. Guayusa Deshidratada y Triturada..... 15
Imagen 8. Bebida Carbonatada 18
Imagen 9. Cerveza Artesanal con Wayusa..... 18
Imagen 10. Guayusa Deshidratada y Triturada..... 18

1. INTRODUCCIÓN

La Asociaciòn Ruku Kawsay está ubicada en la comunidad de Rukullacta, Cantón Archidona, Provincia de Napo, el emprendimiento ofrece servicios y productos elaborado a base de guayusa: Cerveza artesanal, Bebida carbonatada y Guayusa triturada.

El propósito de este manual es impulsar la aplicación de estrategias de comercialización a través de las Redes Sociales para la activación de ventas de los productos, las estrategias de marketing son el plan de acción desarrollado para promover y vender los productos o servicios de las empresas, a través de canales relevantes para un cierto público objetivo. Además, propone modelos para la implementación de un plan publicitario específicamente para los productos en especial: Cerveza artesanal, Bebida carbonatada y Guayusa triturada, he instrucciones para el manejo de las redes sociales.

El manual de estrategia comerciales será un medio de consulta para el personal, fortaleciendo el conocimiento, asimismo se compartirá de forma directa e indirecta a la audiencia que visiten a la asociación. La implementación de esta propuesta está compuesta por las etapas con la intención de mejorar la comercialización de los productos.

2. DEFINICIÒN/ ABREVIATURA

Redes sociales: Son plataformas digitales que conectan entre sí a personas con intereses, actividades o relaciones en común (como amistad, parentesco o trabajo). (Llonch, 2021)

Estrategias: Es un plan de acción diseñado para lograr un objetivo específico o una serie de metas. Implica identificar recursos, establecer prioridades, tomar decisiones y asignar tareas para aumentar las posibilidades de éxito. (Santos , 2023)

Comercialización: Es el conjunto de actividades que tienen por función identificar y satisfacer las necesidades del consumidor, estableciendo un intercambio de bienes y/o servicios, que genere ganancias para la empresa o productor. (Salazar , 2023)

Fotografías: Se define como la técnica y el arte de adquirir imágenes duraderas debidas a la acción de la luz, esta práctica se encarga de capturar y proyectar imágenes que tengan un significado visual. (ADM, 2022)

Estrategia de marketing: Son el plan de acción desarrollado para promover y vender los productos o servicios de una empresa a través de canales y mensajes relevantes para un cierto público objetivo. (Pursell, 2023)

Manual: Es un libro o folleto en el cual se recopilan los aspectos básicos y esenciales de una actividad de la organización. Nos permiten comprender el funcionamiento de algo o acceder de manera ordenada y concisa, al conocimiento algún tema o materia. (Olvera , 2021)

Productos: Es aquello que se fabrica y se destina al mercado para satisfacer una demanda. Es un elemento planificado que resulta luego de un proceso productivo, el cual se pone a la venta posteriormente. (Chavez, 2023)

Servicios: "Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo" (Miranda , 2021)

Bebida artesanal: Este tipo de bebidas tradicionales son elaboradas a partir de mecanismos rudimentarios y métodos artesanales de una comunidad determinada, que son transmitidos de generación en generación, sin ningún tipo de normas técnicas ni estándares de calidad. (Narvaez, 2019)

Guayusa: La guayusa es una hoja sagrada que cultivaban en la selva los indígenas kichwas. Se utiliza en rituales ceremoniales. Esta es una alternativa limpia y saludable a su café diario. (Latín trails, 2022)

3. PRESENTACIÒN DE EMPRESA

3.1 Logotipo de la asociación

Se presenta el actual logotipo de la asociación Ruku Kawsay

Imagen 1. Logotipo de la asociación

3.2 Misión

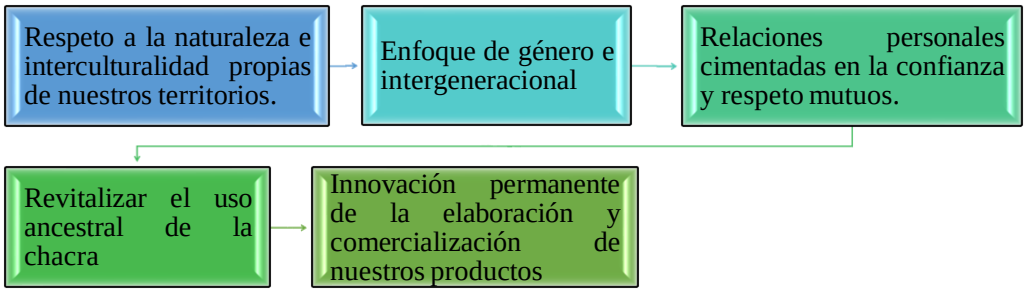
Evolucionar el concepto de bebida energizante y hacer de la wayusa orgánica del Pueblo Kichwas de Rukullakta, una alternativa vigorizante y saludable, que provee bienestar a las familias ecuatorianas.

3.3 Visión

Ser una empresa líder en la producción y comercialización de wayusa, proporcionando sostenibilidad y mejorar la calidad de vida a los agricultores, garantizando nuestra identidad social, cultura y ambiental, llevando al mercado un producto orgánico de calidad.

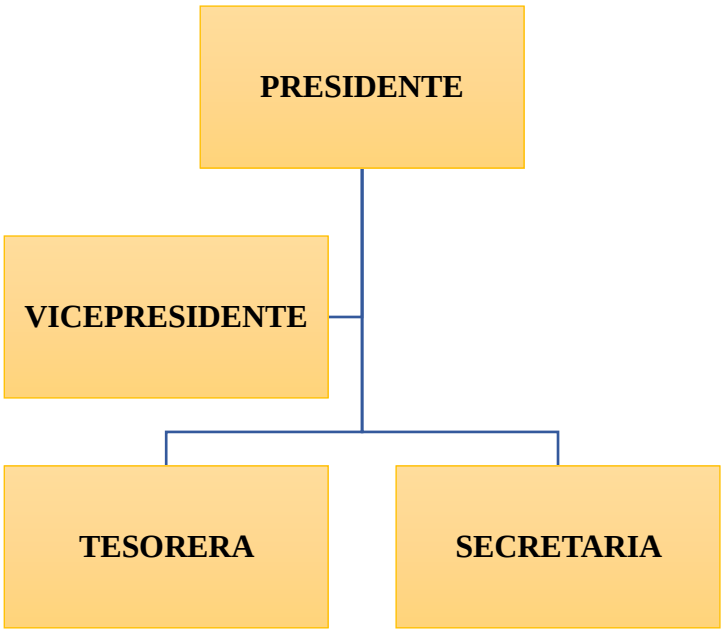
3.4 Valores empresariales

Los valores que aplica la Asociaciòn Ruku Kawsay permite trabajar entusiasmo y mejorar aspectos con su estructura organizacional con el finde llegar a sus objetivos propuestos.



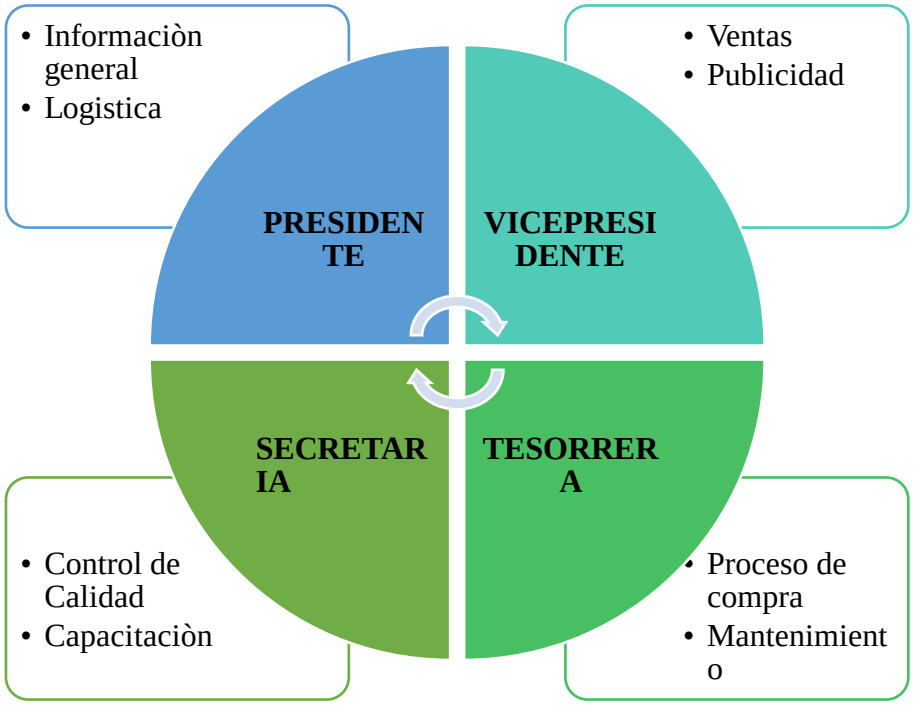
Fuente: Asoc. Ruku kawsay
Elaborado por: Doris Licuy

3.5 Estructura organizacional



Fuente: Asoc. Ruku kawsay
Elaborado por: Doris Licuy

3.6 Estructura funcional



Fuente: Asoc. Ruku kawsay
Elaborado por: Doris Licuy

4. OBJETIVOS DEL MANUAL

4.1 Objetivo General

- Proponer estrategias de comercialización para la Asociaciòn Ruku Kawsay

4.2 Objetivo especifico

- Determinar las estrategias comerciales que permita mejorar la comunicación con los clientes por medio de plataformas digitales.
- Elaborar estrategias comerciales por las redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp
- Ejecutar las estrategias comerciales y el posicionamiento en el mercado.

5. LINEAMIENTOS GENERALES

En la Constitución de la República publicada en el registro oficial No. 449 del 20 de octubre del 2008 dispone que el órgano legislativo apruebe la Ley de Comunicación. Que, el artículo 384 de la Constitución de la República, establece que el sistema de comunicación social debe asegurar el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información y la libertad de expresión y fortalecer la participación ciudadana. Que, a través de la promoción y creación de medios de comunicación social se garantiza el acceso de igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias.

En el **TITULO VI** de la Publicidad, Producción Nacional y Espectáculos Públicos en la **SECCION** de Propaganda y Publicidad menciona que en el: **Art. 91.6**.- **Publicidad**. Toda forma de comunicación realizada en el marco de una actividad comercial, industrial, artesanal o liberal con el fin de promover el suministro de bienes o la prestación de servicios, incluidos los bienes inmuebles, sus derechos y obligaciones. (Ley Organica de Comunicacion, 2019)

El marketing digital se ha convertido en una herramienta indispensable en el panorama empresarial actual. Desde el crecimiento exponencial de las redes sociales hasta el auge del comercio electrónico, las estrategias de marketing han evolucionado para adaptarse a las nuevas tendencias y necesidades del mercado.

En Ecuador, el marketing digital ha experimentado un impulso significativo en los últimos años. Las empresas y microempresas ecuatorianas están reconociendo la importancia de tener una presencia en línea sólida y están invirtiendo en estrategias digitales para alcanzar a su público objetivo de manera efectiva. Las técnicas y estrategias utilizadas para promocionar productos o servicios a través de canales digitales, como sitios web, redes sociales, correos electrónicos y aplicaciones móviles. El objetivo principal del marketing digital es generar conciencia de marca, generar leads y aumentar las ventas.

5.1 Tipos de redes sociales

Instagram permite a los usuarios editar y subir fotos y vídeos cortos a través de una aplicación para móviles.

Facebook permite estar en contacto con cualquier persona, asimismo permite que compartas información con tus amigos, familiares y conocidos

WhatsApp facilita las interacciones con los clientes, ya que ofrece herramientas para automatizar, organizar y responder rápidamente a los mensajes.

5.2 Estrategia de publicidad en redes sociales

6. LINEAMIENTOS ESPECIFICOS

A continuación, se detalla las siguientes estrategias de comercialización de los productos de la Asociación en las redes sociales:

ESTRATEGIAS

Optimizar la biografía y actualización de datos del emprendimiento

Utilizar hashtags para la visibilidad contante y harán que las publicaciones obtengan mayor alcance

Aplicar publicidad en diferentes fuentes de Instagram

ACCIONES

Crear fotos de perfil, información de contacto, historias destacadas y portada.

Usar hashtags que sean populares, o que se identifiquen claramente lo que vendes.

Utilizar las siguientes fuentes como: historias, reels y Instagram live

ESTRATEGIAS

Enviar mensajes personalizados

Definir estrategias de mensaje

Utilizar hashtags para la visibilidad contante y harán que las publicaciones obtengan mayor alcance

Implementar un catálogo de los productos para una mejor interacción con sus clientes

ACCIONES

1. Establecer un contacto personal con el cliente a cerca de la publicidad.
2. Planear los formatos de los contenidos que se enviaran estos
3. Dar a conocer que tu empresa que utiliza WhatsApp para vender
4. Establecer contacto de los productos con los clientes en la cual se agregan todos los detalles como: descripción del producto, link a la página, precio.

6.1 Presentación de los productos

Guayusa Deshidratada y Triturada

La especie ilex guayusa conocido en Napo como wayusa, es consumido (hojas) por pueblos ancestrales de la Amazonia Ecuatoriana.

Ingrediente: Hojas de ilex guayusa

- Contiene dos presentaciones de 100 g y 250 g

Cervesa Artesanal con Guayusa

Ingredientes: Agua, Malta carbonatada, Wayusa, Lúpulo, Caragenina, Azúcar, Contienen Gluten

- Contiene un en base resistible de 300 ml

Bebida Carbonatada

Ingredientes: Agua, Wayusa, Azúcar Morena, Contienen Gluten, Ácido Cítrico, Sorbato de Potasio, Edulcorante Artificial, Caragenina

- Contiene un en base resistible de 330 ml

7. PROMOCIÓN DIGITAL

Para obtener un resultado eficiente sobre la propuesta planteada de estrategia de comercialización de los productos denominado “Urku” se basó en el análisis de la encuesta, donde se obtuvo respuesta de mayor demanda del uso de las redes sociales específicamente en Facebook, Instagram, WhatsApp. Por ende, la aplicación de estas será útil para la comercialización y posicionamiento del producto dentro del mercado a nivel cantonal.

7.1 Fan Page de Facebook

Objetivo

- Resaltar la atención de los clientes y promocionar los productos que ofrece la asociación Ruku Kawsay.

Actividades

- Creación de la cuenta de Facebook, con el fin de mantener informado a nuestro cliente.
- Se creará contenidos, fotos o videos de la asociación dedicada a la producción y comercialización de productos derivados de la guayusa.
- Se subirá videos cada semana con promociones adecuadas para los clientes

- Actualización de la portada

- **Actualización de perfil**

- **Cuenta actual de la Asociación Ruku Kawsay**

DESCRIPCION	
Localización:	Rukullacta
Red social:	Facebook
Recomendación: - Utilizar una portada que contenga: Logotipo, producto, imagen, nombre y logotipo. - Utilizar un perfil que contenga: eslogan, nombre y el producto	

A continuación, se presenta 3 diseños publicitarios para los productos:

Imagen 2. Cerveza Artesanal con Guayusa

Imagen 3. Bebida Carbonatada

Imagen 4. Guayusa Deshidratada y Triturada

7.2 Cuenta de Instagram

Objetivo

- Resaltar la atención de los clientes y promocionar los productos que ofrece la asociación Ruku Kawsay.

Actividades

- Creación de la cuenta de Instagram, con el fin de mantener informado a nuestro cliente.
- Se creará contenidos, fotos o videos de la asociación dedicada a la producción y comercialización de productos derivados de la guayusa.
- Se subirá videos cada semana con promociones adecuadas para los clientes

- **Actualización de perfil**

- **Cuenta actual de la Asociación Ruku Kawsay**

DESCRIPCION	
Localización:	Rukullacta
Red social:	Instagram
Recomendación: - Utilizar un perfil que contenga: eslogan, nombre y el producto	

A continuación, se presenta 3 diseños publicitarios para los productos:

Imagen 6. Cerveza Artesanal con Guayusa

Imagen 5. Bebida Carbonatada

Imagen 7. Guayusa Deshidratada y Triturada

7.3 WhatsApp

Objetivo

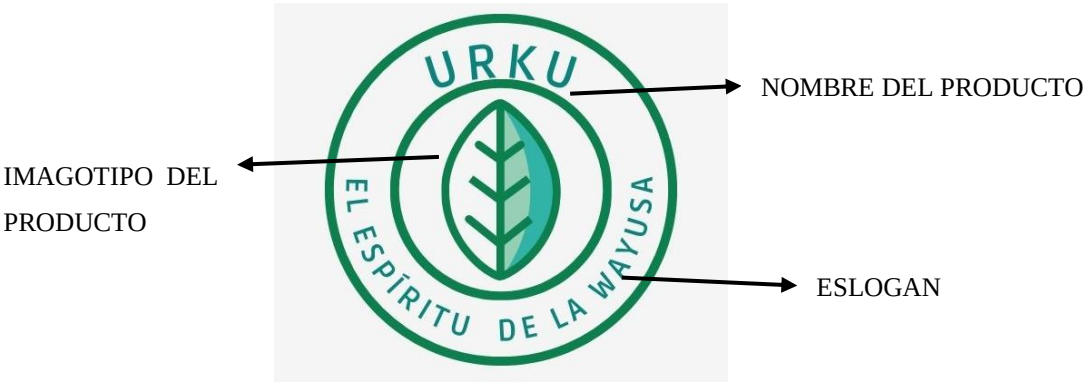
Ofrecer promociones exclusivas para incrementar las ventas de los productos a través de contactos o chats.

Actividad

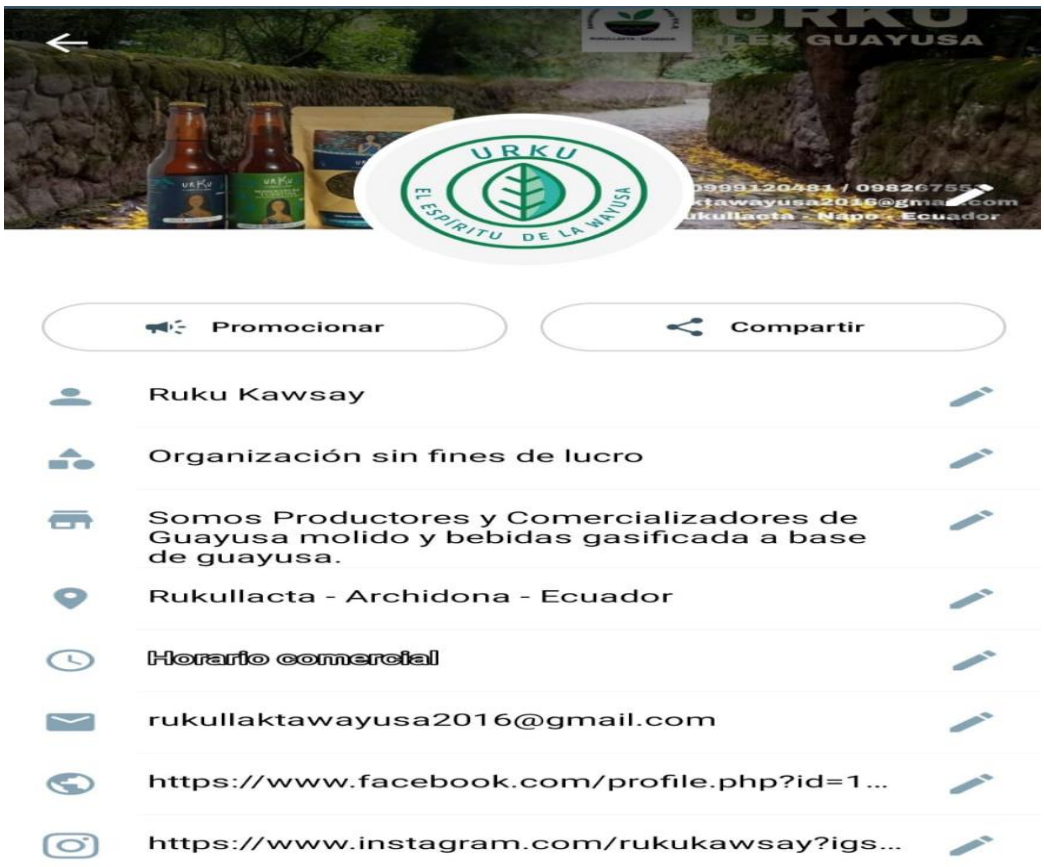
- Se realizará la creación de la cuenta de WhatsApp, con el fin de mantener informado a nuestro cliente.
- Se creará contenidos, fotos o videos de la asociación dedicada a la producción y comercialización de productos derivados de la guayusa.
- Se subirá videos cada semana con promociones adecuadas para los clientes

- **Actualización de la portada**

- **Actualización de perfil**



- **Cuenta actual de la Asociación Ruku Kawsay**



DESCRIPCION	
Localización:	Rukullacta
Red social:	WhatsApp
Recomendación: - Utilizar una portada que contenga: Logotipo, producto, imagen, nombre y logotipo. - Utilizar un perfil que contenga: eslogan, nombre y el producto	

A continuación, se presenta un catálogo con los productos:

Imagen 9. Cerveza Artesanal con Wayusa

Imagen 8. Bebida Carbonatada

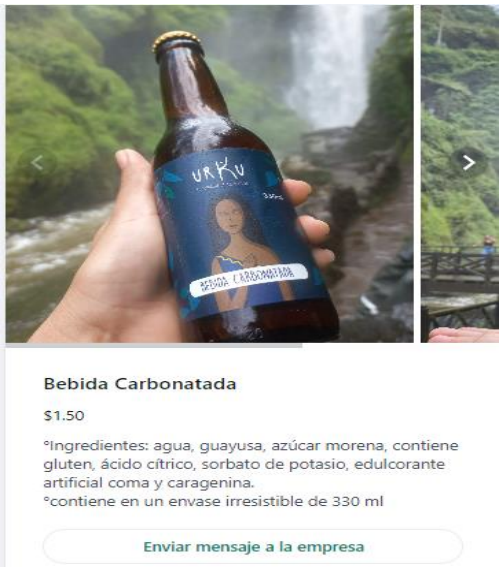


Imagen 10. Guayusa Deshidratada y Triturada

Link de drive que contiene un documento con materiales y enlace de las plantillas elaboradas en canva de los post publicitarios de los productos de la Asociación: https://drive.google.com/file/d/14uUcwvVLeXo-UH_NWRTpVQZ5Bzq3KKrF/view?usp=drive_link

8. CONCLUSIONES

- Se hizo un breve análisis sobre los medios digitales más relevantes en función de promocionar los productos a través de internet.
- Se planteó las estrategias comerciales tanto para las redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp, donde se identificó las funciones y acciones de la red social, esto permitirá promover sus productos acordes a las necesidades de sus clientes
- Se actualizó biografías, fotos y videos promocionales de los productos de la Asociaciòn en las redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp,

9. RECOMENDACIONES

- Que se realicen capacitaciones en el uso de los medios digitales a todo el personal.
- Dar a conocer al personal sobre el uso de las redes sociales y sus funciones como medio de comercialización para poder tener relevancia en el mercado digital.
- Implementar las estrategias comerciales diseñadas en el presente informe investigación y se dé cumplimiento de la misma, además se generó un link de drive en la que se insertó un documento que contiene los materiales publicitarios y las plantillas.

10. BIBLIOGRAFIA

Ley Organica de Comunicacion. (2019). *Publicidad, Producion Nacional y Espectaculos Publicos.* Quito.

ADM. (2022). *¿Que es la Fotografia?*

Chavez, J. (2023). *¿Qué es un Producto? Características, tipos y ciclo de vida.*

Herrera , H. (2012). *LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN.*

Latín trails. (2022). *Guayusa amazónica de Ecuador! El superalimento que ofrece una cafeína más limpia y saludable.*

Llonch, E. (2021). *¿Qué son las redes sociales y cuáles son las más importantes?*

Miranda , M. (2021). *Ciencias Técnicas y Aplicadas.*

Moraño, J. (2010). *Estrategias de Posicionamiento.*

Narvaez, D. (2019). *CARACTERIZACIÓN DE LA BEBIDA ALCOHÓLICA ARTESANAL* .

Olvera , D. (2021). *¿Qué es y cómo hacer un manual de procedimientos?*

Pursell, S. (2023). *Manual de estrategias de marketing: definición, tipos y ejemplos.*

Salazar , B. (2023). *comercializaciòn* .

Santos , D. (2023). *Qué es una estrategia y cómo crearla.*

Soto, J. (2020). *¿Que es Instragram?*

Asociación Wayusa Ruku Kawsay P.K.R.

RUKUI LAKTA - ECUADOR

URKU

ILEX GUAYUSA

¡Contáctanos!

Tel.0999120481/098267553

rukullakta2016@gmail.com

Dirección

Rukullacta - Archidona - Ecuador

Encuentranos en:

URKUWayusa

rukukawsay