



**PLAN DE COMERCIALIZACIÓN PARA LA POMADA DE
SYMBIO (Symbiosi) DE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES
PRODUCTORAS AGROPECUARIAS DE SAN PEDRO DE
CHIMBIYACU (AMPASPCH) EN LA CIUDAD DE
ARCHIDONA**

AUTOR: Yesica Mariela Cerda Shiguango

DIRECTOR: Ing. Neiva Regina Mancheno Mejía

Tena - Ecuador

2024



Índice

Introducción.....	3
Objetivos.....	4
Cultura organizacional.....	4
Análisis DOFA	5
Las 4P de Marketing Mix	6
Conclusiones.....	12
Recomendaciones	12
Anexos	13

Introducción

Muchas de las asociaciones familiares creadas nacen acorde a las culturas y tradiciones impresas en los pueblos y comunidades, por lo que las familias tratan de dar a conocer estos productos a través de la comercialización, es así como el presente trabajo está enfocado en el desarrollo de un plan de comercialización para el producto pomada de Symbio (Symbiosi) de la Asociación AMPASPCH en la ciudad de Archidona.

De esta manera recae la importancia de desarrollar el presente trabajo de investigación, dado que aportara en las ventas dentro de la Asociación AMPASPCH. Además de que ayudara a transmitir los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de forma práctica.

La Asociación AMPASPCH produce el producto pomada de symbio (*Symbiosi*) direccionado a personas que sufren de malestares como son la artritis, las varices y dolor del cuerpo dentro de la parroquia Cotundo, cantón Archidona.

Objetivos

Objetivo general

Maximizar la visibilidad, aceptación y ventas de la Pomada de Symbio en el cantón de Archidona, a través de estrategias efectivas que destaquen sus beneficios terapéuticos y la posicionen como una solución natural y eficaz para la artritis, varices y dolores corporales.

Objetivos específicos

Generar un conocimiento significativo sobre la Pomada de Symbio entre los residentes de Archidona.

Posicionar la Pomada de Symbio como una opción preferida para aliviar malestares específicos, destacando su carácter natural, calidad y eficacia.

Establecer acuerdos con farmacias locales, tiendas de salud, y explorar opciones de venta directa a través de la asociación en eventos comunitarios y ferias locales.

Cultura organizacional

- **Actividad económica**

Elaboración de productos de medicina tradicional y producción de hortalizas orgánicas.

- **Misión**

Nos dedicamos a la elaboración de productos naturales a base de materia prima de la zona de óptima calidad con el fin de contribuir al bienestar de las personas.

- **Visión**

Posicionarnos en el mercado local distribuyendo productos naturales a través de un proceso de calidad otorgando una satisfacción a las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo una variedad de productos y un servicio de atención al cliente personalizado.

- **Valores**

Respeto

Colaboración

Trabajo en equipo

Responsabilidad

- **Productos**

Entre los productos que ofrece la Asociación se encuentra la pomada de symbio, jabones con plantas medicinales para el cabello, facial e íntimo, hortalizas orgánicas, entre otros.

Análisis DOFA

Tabla 1

DOFA

DOFA	
Factores internos	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">- Calidad en la fabricación del producto.- Contribución al empoderamiento económico y social de las mujeres productoras en la región.- Precios competitivos.- Fácil adquisición de la materia	<ul style="list-style-type: none">- Fuerte competencia.- Posicionamiento de los productos genéricos en el mercado.- Tecnología desactualizada- Desconocimiento del producto- Limitados recursos financieros

prima.

- Experiencia profunda y conocimiento local sobre las prácticas agrícolas.

Factores externos

Oportunidades

- Distribución a nivel de la provincia.
- Alianzas estratégicas con compañías farmacéuticas.
- Aprovechar la creciente demanda de productos orgánicos y locales en el mercado.
- Aprovechar la creciente demanda de productos orgánicos y locales en el mercado.

Amenazas

- Entrada de competidores al mercado.
- Productos sustitutos.
- Incrementos en la materia prima
- Cambios climáticos

Elaborador por: El autor

El posicionamiento de la AMPASPCH se centra en resaltar su identidad única y sus valores fundamentales, destacando sus fortalezas y contribuciones a la comunidad.

Las 4P de Marketing Mix

- **Política de Producto**

Utilizar un empaque que destaque la naturaleza del producto y sea amigable con el medio ambiente. Etiquetas claras que comuniquen los beneficios y las instrucciones de uso.

Se considera fundamental centrarse en el producto, ya que es el elemento que puede atender las demandas del cliente. Por lo tanto, la estrategia se enfoca en los atributos del

producto, tanto físicos como sus beneficios, que percibe el cliente potencial y en cómo este bien puede satisfacer sus necesidades.

La pomada de Symbio, en relación con la información recopilada en la encuesta se destacaron aspectos como la presentación, el envase, la utilidad y el precio que los clientes estarían dispuestos a pagar. De esta manera, se obtiene un análisis que orienta las acciones a tomar para satisfacer las necesidades identificadas por los consumidores.

Imagen 1

Producto



Elaborado por: El autor

El producto viene en un envase de plástico de 200ml. Su presentación cuenta con el logotipo de la Asociación y su respectivo nombre, además de las propiedades y forma de uso.




- **Política de Precio y costos**

Precio Accesible: Establecer un precio competitivo que refleje la calidad del producto pero que también sea accesible para el mercado local.

La asociación AMPASPCH, para el correcto establecimiento de precios se ha realizado el estudio de mercado, donde se aplicó un instrumento que establece el precio que estaría dispuesto a pagar el posible cliente por la pomada de symbio, además se realiza una investigación del mercado, para tener fiel criterio de los productos que se ofertan en el sector, determinando lo que se muestra a continuación:

Tabla 2

Cadena de distribución

CADENA DE DISTRIBUCION			
PRODUCCIÓN	1 MAYORISTA	2 MINORISTA	CONSUMIDOR
			
COSTO	PVPMY	PVPM	PVP
\$2,00	\$3,50	\$3,60	\$4,00

Elaborador por: El autor

Se ha determinado así que, el precio de venta al público, en la estrategia de precios adoptada por la empresa, sería de \$4, lo que daría una pequeña ventaja por sobre los demás, entrando al mercado con un producto de buena calidad y a un menor precio.

Descuentos y Promociones: Ofrecer descuentos para compras frecuentes o promociones especiales para incentivar la prueba del producto.

- **Política de Plaza u lugar**

Farmacias y Tiendas de Salud: Asegurar la presencia en puntos de venta estratégicos que se alineen con el público objetivo.

Venta Directa: Explorar la posibilidad de ventas directas a través de la asociación, participando en ferias locales y eventos comunitarios.

Imagen 2

Canal Directo AMPASPCH



Elaborador por: El autor

Imagen 3

Participación en "Las Ferias del Encuentro"



Nota. Redes Sociales de la Asociación AMPASPCH

- **Política de publicidad y promoción**

Campañas de Concienciación: Informar sobre los beneficios de la pomada a través de campañas en redes sociales, folletos informativos y charlas comunitarias.

Imagen 4

Productos de la asociación AMPASPCH



Nota. Redes Sociales de la Asociación AMPASPCH

Testimonios y Reseñas: Recopilar y promocionar testimonios de usuarios satisfechos. Las experiencias positivas son poderosas para generar confianza.

Imagen 5

Interacción con el usuario



Nota. Redes Sociales de la Asociación AMPASPCH

- **Monitoreo y Evaluación**

Establecer indicadores clave de rendimiento (KPI) para evaluar el éxito de la estrategia. Monitorear las ventas, la respuesta del cliente y realizar ajustes según sea necesario.

Esta propuesta busca establecer una presencia sólida y efectiva en el mercado local, destacando los beneficios únicos de la pomada de Symbio y construyendo relaciones duraderas con los clientes.

Conclusiones

En cuanto al tercer objetivo, se formuló una propuesta de comercialización para la Asociación AMPASPCH. Esta propuesta abarcó una portada, objetivos, la descripción de la cultura organizacional y la aplicación de la herramienta 4Ps del Marketing Mix, que permitieron la creación de estrategias de posicionamiento en los cuatro elementos clave: precio, plaza, producto y promoción.

Recomendaciones

Es recomendable implementar campañas de concienciación que destaquen los beneficios únicos de la Pomada de Symbio a través de medios locales, redes sociales y colaboraciones con instituciones de salud para aumentar la visibilidad.



**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA**
Tecnología, Innovación y Desarrollo

Anexos

Redes sociales

<https://www.facebook.com/AMPASPCH>



ADMINISTRACIÓN