



INDICE

Portada.....	1
Estructura de direccionamiento estratégico1.....	3
Objetivos.....	3
Objetivos específicos.....	3
Misión.....	3
Visión.....	3
Valores.....	4
Políticas.....	5
Estructura de Organigrama Administrativa	5
Características de la tienda “Diana “.....	6
Marketing Mix	15
Producto.....	16
Precio.....	27
Plaza.....	28
Promoción.....	29
Publicidad.....	31
Letrero publicitario.....	31
Publicidad mediante Facebook.....	32
Tarjetas de presentación.....	34
WhatsApp Business	35
Cronograma	38
Presupuesto.....	40

Estructura de direccionamiento estratégico

Objetivos

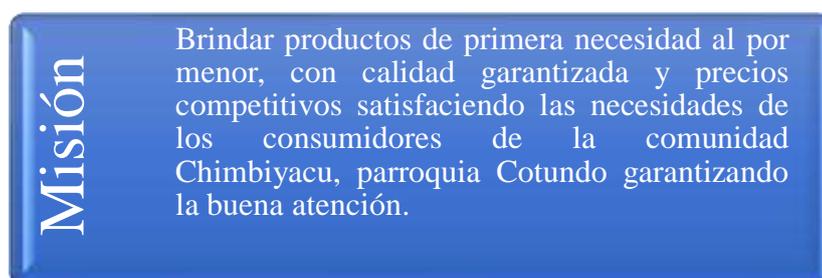
Objetivo general

- Proponer un plan de Marketing mediante la aplicación de estrategias publicitarias para el incremento de clientes de la tienda “Dianita “.

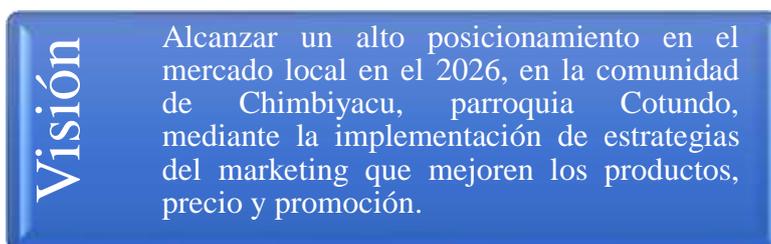
Objetivos específicos

- Establecer estrategias de Marketing que mejoren la participación de la tienda “Dianita“ en la parroquia Cotundo.
- Realizar promociones de productos que comercializa la tienda.
- Realizar publicidad de los productos que ofrece la tienda “Dianita”

Misión



Visión



Valores

La tienda “Dianita fomenta los valores y son muy esenciales ya que es la carta de presentación de la tienda considerando como se actúa en todos los ámbitos, desde el gerente hacia sus trabajadores para guiar las conductas del negocio entre las cuales podemos detallar:



Disciplina: Cumplir con aspectos importantes de la unidad de negocio, siendo disciplinado en todas las tareas específicas, reglas y políticas.



Honestidad: Es el valor primordial, ya que promueve la ética, verdad, para generar confianza en el negocio.



Responsabilidad: Cumplir con las obligaciones designadas.



Puntualidad: Dirigido directamente al personal de trabajo, en la cual respeten los horarios establecidos, para que los clientes se han atendidos en las horas establecidas.



Compromiso: Trabajar con energía y entrega en todas las actividades del negocio.



Servicio: Cumplir con todos los aspectos de calidad y calidez.

Políticas

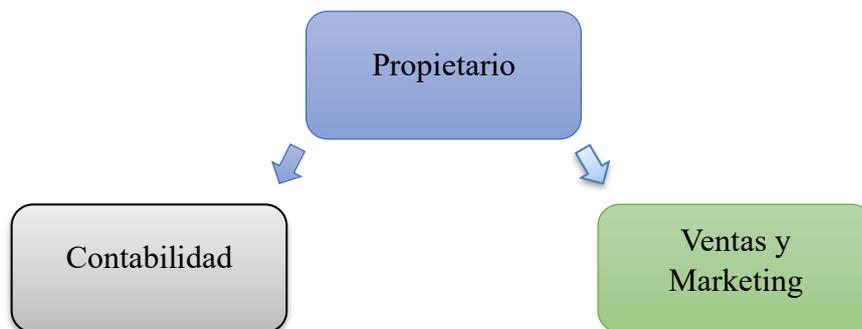
Las políticas del negocio

1. Ofrecer una buena atención, trato a los clientes.
2. Realizar promociones, descuentos en los productos.
3. Cumplir con todas las actividades planificadas.
4. Mantener en orden la existencia de inventarios de los productos según su clasificación.

Estructura de Organigrama Administrativa

Figura:

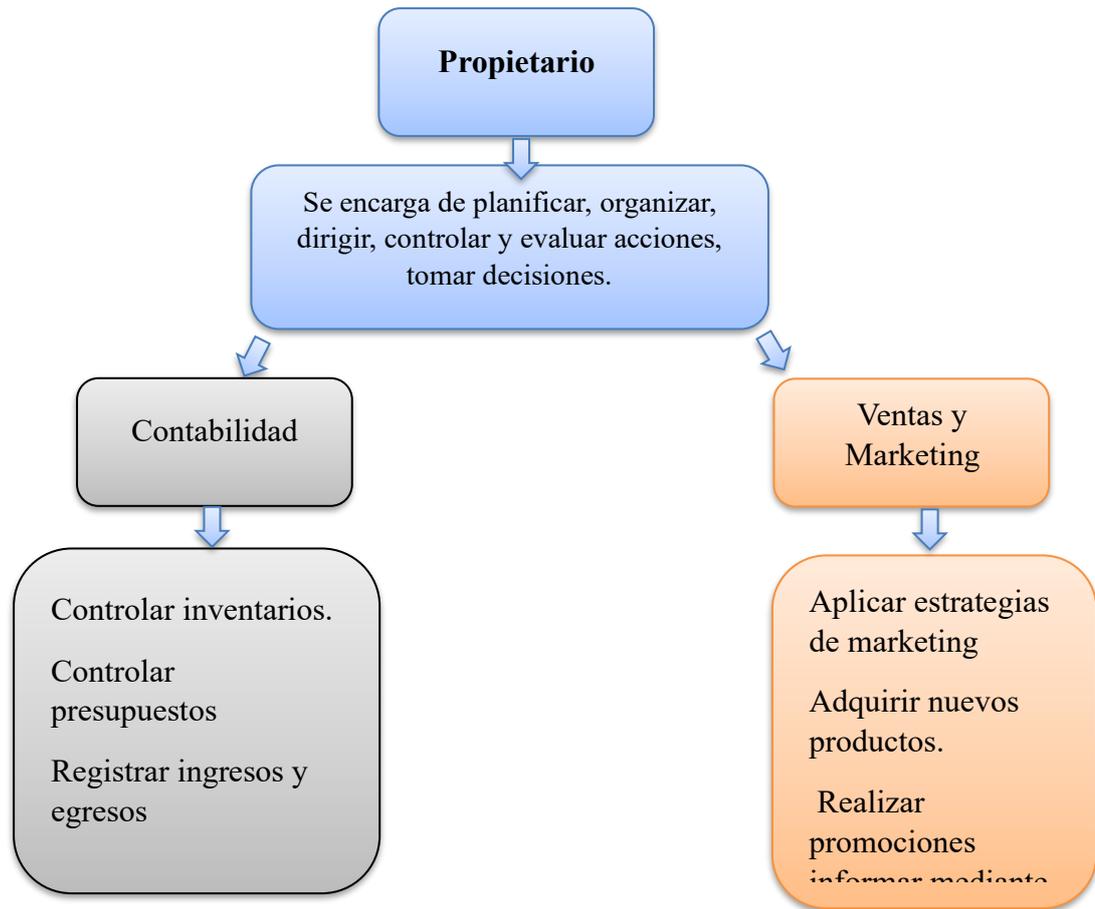
Organigrama del negocio



Elaborado por: Yessenia Andy

Figura:

Organigrama del negocio



Elaborado por: Yessenia Andy

Características de la tienda “Diana”

Actividad Económica

La tienda “Dianita “es un microemprendimiento familiar que se dedica a la venta de productos de primera necesidad, entre las cual podemos mencionar víveres, verduras, lácteos, snacks, bebidas, galletas, golosinas entre otros.

Constitución Legal

- El RUC es el registro único de contribuyente, este proceso se lo desarrolla en el SRI, los datos más esenciales que consta en el RUC es el número de RUC 1500027501001, así como el nombre comercial y la actividad económica.
- Permiso de bomberos (GAD Municipal Archidona)
- Patente comercial (GAD Municipal Archidona)

Infraestructura

La tienda “Dianita” dispone de un local propio de 6 x 5 metros cuadrados, es una estructura amplia, adecuada para la venta. La unidad de negocio cuenta con enfriadores, vitrinas, están distribuidos de acuerdo a la necesidad en la distribución de los productos para una mejor selección de los clientes. A continuación, se detalla la cantidad de enfriadores, vitrinas con la cual cuenta el negocio:

Tabla: *Equipos y materiales*

. Cantidad	Tipo	Detalle
3	Enfriadores	Congelador pequeño Congelador grande Refrigeradora
2	Vitrinas	Metal con vidrio
2	Perchas	Vidrio
2	Mesas	Madera y plástico
1	Registradora	Metal
1	Computadora	Mediana
6	Sillas	Plásticas

Elaborado por: Yessenia Andy

Estrategias de posicionamiento

1. Atraer la atención del cliente.

Los consumidores que se despiertan pensando en comprar algo, tienen muchas necesidades de acuerdo a sus gustos, pero los asuntos familiares, los problemas en el trabajo, la escuela de los chicos, las cuentas por pagar, con llevan a desmotivarse. Por tanto, para lograr el éxito en la gestión de venta en la tienda “Dianita” es indispensable atraer la atención del comprador hacia lo que se está ofreciendo, lo que involucra "romper" una barrera llamada "indiferencia" ayudando al nuevo cliente en su necesidad.

Imagen: *Atención al cliente*



Fuente: google

2. Crear y retener el interés del cliente.

Una vez que se ha llamado la atención del posible consumidor (se necesita crear un interés lo que se está ofreciendo y retenerlo el tiempo adecuado como para finalizar la compra. Para ello, se recomienda el uso de esta técnica:

- Ayudar al consumidor a identificar y reconocer que tiene una necesidad o que se encuentra ante un problema: Ningún cliente va a adquirir a menos que reconozca una necesidad, deseo o problema; y la función del vendedor, es facilitarle a descubrir esa necesidad.

Imagen: *Interés del cliente*



Fuente: google

3. Despertar para adquirir lo que se está ofreciendo.

En esta etapa, lo importantes es la tarea fundamental del vendedor es la de ayudar a su cliente a convencer que el producto o servicio que se le está presentando, logrará la satisfacción de sus necesidades, o que será la mejor solución a sus requerimientos. Para ello, se puede hacer lo siguiente:

Imagen: *Interés del cliente*



Fuente: google

- Indicar las ventajas más esenciales que tiene el producto, con respecto a otro similar de la competencia.
- También es muy necesario enumerar una lista de las ventajas del producto y las desventajas de no tenerlo.
- Los beneficios más fuertes que el producto ofrece. Son esos los beneficios (lo que hace el producto por el cliente) los que despiertan el deseo hacia lo que se está ofreciendo.

4. Llevar al cliente hacia la acción y concretar la venta.

Es la parte fundamental porque en ella se produce el resultado que se desea obtener: "El pedido o la orden de compra". Se debe evitar un clima de presión: Es decir, que no se debe insistir demasiado, porque se terminará irritando al cliente.

Imagen: *Interés del cliente*



Fuente: google

5. Incremento de ventas.

Es el desarrollo personal de un vendedor que se orienta a la estructura de la organización ofreciendo el producto de la misma para incrementar sus ventas y por ende sus ingresos.

6. Estrategias para el precio.

- Ofrecer productos con precios bajos.
- Reducir los precios de los productos de menos salida o con fechas próximas de caducidad.
- Precios especiales para los clientes frecuentes.
- Realizar descuentos. Para realizar descuentos en los productos se realizará un análisis de los costos y porcentaje de ganancia.
- Por nuevos productos de venta. Se establecerá descuentos favorables al cliente.

Imagen: *Estrategia de precio*



Fuente: google

Procesos de atracción al cliente

- **Buen trato:** El servicio al cliente en la tienda “Dianita” siempre va ser importante porque es una de las formas más efectivas de entender la credibilidad de la marca y uno de los aspectos más importantes cuando una tienda quiere diferenciarse de sus competidores.

Imagen 6 *Buen servicio*



Fuente: google

- **Una sonrisa:** Cuando sonríes al saludar o despedirte de un cliente, le demuestras que estás feliz de atenderlo y que te preocupas por su satisfacción. Esto creará una buena impresión de su marca y construirá relaciones positivas a sus clientes.

Imagen: *Sonrisa al cliente*



Fuente: google

- **Escuchar al cliente:** Es el proceso de recibir, interpretar y comprender los requerimientos, comentarios y expresiones de los usuarios para encontrar una solución que les agrade o aumente su satisfacción con una marca o servicio.

Imagen: *Prestar atención al cliente*



Fuente: google

- **Darle opción al cliente:** Cuando los clientes tienen un problema difícil de resolver, pueden sentir que tomaron la decisión equivocada al confiar en una marca en particular. Si ofrece opciones para un mejor servicio (mejores ofertas, servicios de entrega, etc.), se sentirán responsables nuevamente y será más probable que respalden su marca.

Imagen: *Darle opción al cliente*



Fuente: google

Marketing Mix

Producto

La tienda “Dianita “ofrece productos de primera necesidad, los diversos productos que se ofrece en el negocio tienen diferentes características, como el tamaño, colores, duración del producto entre los cuales podemos mencionar:

- Víveres
- Verduras
- Lácteos
- Snack
- Bebidas
- Galletas
- Golosinas
- Productos de aseo.

Imagen: *Productos*



Nota: Productos de primera necesidad

Distribución de producto

La organización de los productos es primordial en el establecimiento, considerando su forma de distribución de acuerdo al tipo y tamaño.

A continuación, se menciona los productos que ofrece:

Tabla:

Distribución de productos

DENOMINACIÓN	DETALLE	PRODUCTO	PRECIO
VÍVERES	Fideo		0,80 ctv
	Salsas		1,00

Harina



4.20ctv

Aceite



1,50 ctv

Manteca



2,50 ctv

Granos

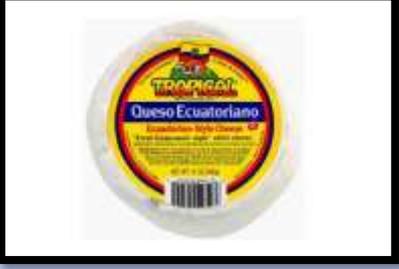


1,50 ctv

	<p>Tallarín</p>		<p>1,10 ctv</p>
	<p>Arroz</p>		<p>16.00 ctv</p>
	<p>Azúcar</p>		<p>1,25 ctv</p>
<p>ENLATADOS</p>	<p>Atún</p>		<p>1,80 ctv</p>

	<p>Sardina</p>		<p>2,25 ctv</p>
	<p>Macarela</p>		<p>2,25 ctv</p>
	<p>Durazno</p>		<p>2,00</p>
	<p>Conservas</p>		<p>1,25 ctv</p>

BEBIDAS	Gaseosas		0,60 ctv
	Aguas		0,50 ctv
	Jugos		0,60 ctv

	Energizantes		1,00
LÁCTEOS	Leche		1,00
	Queso		2,25 ctv
	Yogurt		0,80 ctv

<p>SNACK</p>	<p>Ruffles</p>		<p>0,60 ctv</p>
	<p>Doritos</p>		<p>0,60 ctv</p>
	<p>Chifles</p>		<p>1,00</p>
	<p>Galletas</p>		<p>0,50 ctv</p>

CONFITES

Chicles



0,25ctv

Caramelos



1,25 ctv

Chocolates



1,00

Chupetes



0,15 ctv

PRODUCTOS DE ASEO	Shampoo		6,75 ctv
	Jabón		0,75ctv
	Lava platos		1,00
	Cloro		1,00

	<p>Papel Higiénicos</p>		<p>1,00</p>
	<p>Sachet de gel</p>		<p>0,30 ctv</p>

Nota: Productos de primera necesidad, precios basados en los proveedores mayoristas

Elaborado por: Yessenia Andy

La tienda “Dianita” destacan porque aseguran la calidad de sus productos a través de una gestión sistemática que incluye fechas de vencimiento, información nutricional, códigos de barras, requisitos sanitarios y más. Esta atención al detalle es fundamental para garantizar la satisfacción y seguridad del cliente.

Es importante tener en cuenta que el cumplimiento de las leyes y normativas locales sobre alimentación y salud es esencial. La tienda “Dianita” debe cumplir estrictamente con las regulaciones establecidas por las autoridades y órganos rectores pertinentes. Estas organizaciones suelen realizar inspecciones periódicas para garantizar que sus instalaciones cumplan con los estándares de calidad y seguridad alimentaria.

Respecto a la fecha de vencimiento, es importante que la tienda "Dianita" se asegure de que los productos se mantengan dentro de la fecha de vencimiento. Del mismo modo, la información nutricional y los códigos de barras son elementos clave para proporcionar a los consumidores datos transparentes sobre los productos que compran.

Tabla: *Requisitos de un producto*

Descripción	Detalle
Información Nutricional	
Fecha de elaboración	
Fecha de vencimiento	
Código de barras del producto	

Nota: Control de fechas de calidad de producto

Proveedores de productos

El negocio dispone con proveedores específicos de acuerdo a la necesidad, determinando acuerdos claros. Para seleccionar el proveedor indicado y satisfactorio, toman en cuenta las siguientes características:

- Que cumpla con condiciones en el tiempo o plazo de entrega de productos.
- Proveedores que faciliten créditos con alternativas de pago adecuadas.
- Una comunicación viable por medios de las redes sociales.

- Calidad de entrega o distribución.
- Una gran variedad de productos de primera necesidad
- Ofrecer productos por medio de folletos.
- Garantía de los productos
- Descuentos comerciales
- Oferta.

Precio

En base a los costos que dejan los proveedores y de la competencia, se establece los precios de los productos. La tienda “Dianita “tiene como fin mejorar dar el valor agregado del producto, con la finalidad de que los clientes puedan adquirir con facilidad.

Estrategias para el precio

- Ofrecer productos con precios bajos.
- Reducir el valor de los precios de los productos mediante ofertas.
- Precios especiales para los clientes frecuentes de la tienda.
- Realizar descuentos.

Para establecer los descuentos en los productos se realizará un análisis específico de los costos y porcentaje de ganancia, para llegar a un equilibrio al porcentaje de descuento. Considerando los siguientes aspectos; compras mayores de \$30,00, se establecerá descuentos del 5%, 10% y 20%.

Plaza

La unidad de negocio vende sus productos en la comunidad de Chimbiyacu de la parroquia Cotundo en su propio local, como referencia diagonal a la cancha cubierta de la comunidad, se pretende establecer su mercado y brindar sus servicios a 3 comunidades rurales donde habitan personas de niveles económicos medios y bajos.

Imagen: *Fachada de la entrada principal*



Fuente: Tienda "Dianita"

Canal de distribución

Canal directo: Se adquiere de forma directa la tienda "Dianita" todos los productos de primera necesidad que se distribuyen en el sector.

Actividad: Se determinará las relaciones que existen entre el mercado y el cliente a través del canal directo.

Imagen: *Canal de distribución*



Elaborado por: Yessenia Andy

Promoción

Las promociones que se va a ejecutar tienen como objetivo de incentivar a los clientes a comprar determinados productos y de comunicar dando a conocer las promociones, nuevos productos e informaciones importantes acerca de la unidad de negocio.

Estrategias de promoción

- Ofrecer cupones de descuentos
- Por la compra de más de \$30,00 se obsequiará raspaditas para premios.
- Realizar promociones tipo 2 x 1
- Obsequiar regalos por la compra de determinados productos.

Tabla: *Promociones*

Detalle

Descuento

Se rige descuentos a productos específicos:

- Por la compra de un producto, tiene un descuento establecido.
- Por la compra de productos de aseo más de \$20,00 tendrá un descuento del 10%

Tipo 2 x 1

- Este tipo de promoción consiste en pagar de un producto y llevar otro gratis, equivale a un 50% de descuento: llevamos dos productos por el precio de uno

Productos gratis

- Se realizará este tipo de promociones de los productos de poca rotación. Por la compra de dos productos, lleve gratis un producto.

Sorteos

- Este tipo de promoción se efectuará en temporadas especiales como día de la madre, padre, navidad entre otras. Entre las cuales podemos mencionar Licuadoras, cafeteras, canastas.

Elaborado por: Yessenia Andy

Publicidad

Las campañas publicitarias son un medio muy primordial ya que facilita dar a conocer a los nuevos consumidores, la gran variedad de los productos, con sus respectivos ofertas, promociones y descuentos, se proyectan a través de las redes sociales, y tarjetas de presentación con el fin de difundir las características del producto ofrecido, determinando una descripción detallada del precio, uso y materiales con los que han sido realizado.

Objetivo estratégico de publicidad

Dar a conocer a los consumidores, mediante la publicidad, redes sociales los productos, promociones, para mantener informados a los clientes acerca de la unidad de negocio.

Estrategia de publicidad

- Diseñar un letrero publicitario.
- Crear y poner anuncios publicitarios en la red social Facebook.
- Crear publicidad mediante tarjetas de presentación.
- Crear una cuenta de WhatsApp bu

Las estrategias mencionadas anteriormente facilitarán a posicionarse en el mercado local, ya que son mecanismos de comunicación básicas. A continuación, se presenta algunos tipos de publicidad que se adaptará al negocio.

Letrero publicitario

Se realizará con el propósito de llamar la atención a los clientes, tomando en cuenta que el letrero será luminoso y se lo ubicará en la parte frontal de la tienda “Dianita “para que puedan observar y visitar.

Imagen: *Diseño del letrero*



Elaborado por : Yessenia Andy

Publicidad mediante Facebook

Con respecto a los resultados obtenidos en las encuestas, se ratifica la necesidad de crear una página en Facebook para la tienda “Dianita”, en donde se mencione cierta información, dando conocer las características del negocio y su gama de productos que ofrece, también mencionar el horario de atención, contactos, dirección, es una perfecta plataforma de publicidad.

Tabla: *Publicidad Facebook*

Tipo de publicidad	Objetivo	Ejemplos
	Aumentar las ventas ofreciendo descuentos o promociones especiales.	Solo por hoy descuento de 10% en todos los productos.
Descuentos exclusivos	Fomentar la lealtad del cliente al ofrecer ofertas especiales solo para seguidores de Facebook.	¡Cliente Vip! Presenta este post obtén un descuento adicional del 10%
Premios sorpresa	Generar interacción y entusiasmo entre los seguidores mediante sorteos o regalos inesperados.	Comparte este post y participa para ganar una sorpresa exclusiva. En el próximo sorteo.
Nuevos productos o servicios	Presentar y generar interés en los últimos productos o servicios añadidos.	Descubre nuestra nueva línea de productos de calidad garantizada y promociones de lanzamiento.

Elaborado por: Yessenia Andy

Imagen: Página de Facebook/
<https://www.facebook.com/tienda.dianita.2024/>



Elaborado por: Yessenia Andy

Publicidad con tarjetas de presentación

Se propone el diseño específico de una tarjeta de presentación que incluya información relevante de la tienda, con el fin de dar a conocer la actividad de negocio y considerando los aspectos como el nombre del negocio, de la propietaria, el contacto, la ubicación, la red social Facebook y WhatsApp business

Imagen: Tarjeta de presentación



Elaborado por: Yessenia Andy

Publicidad mediante WhatsApp Business

Se propone que se adopte a una funcionalidad promocional para fidelizar clientes, direccionándolo desde la operatividad del WhatsApp Business; propuesta que genera impacto en la sostenibilidad del negocio de la tienda “Dianita” y, por tanto, esta plataforma ofrece herramientas para automatizar, y responder rápidamente los mensajes y mejorar la calidad de atención personalizada de información de nuestros productos las 24 horas con los clientes, este medio de publicidad se establece como valor agregado del plan de marketing.

Tabla: *Servicio de WhatsApp*

DETALLE	ACTIVIDAD
Catálogo de productos	Crear y compartir un catálogo de productos directamente de WhatsApp Business. Facilita a los clientes explorar y seleccionar productos a su selección.
Respuestas automáticas	Aprovecha las respuestas automáticas para dar la bienvenida los clientes, proporcionar información básica y gestionar respectiva respuesta.
Mensajes Promocionales	Enviar mensajes promocionales a los clientes, informándoles sobre ofertas especiales, descuentos o eventos próximos.

Elaborado por: Yessenia Andy

Imagen: WhatsApp Business- / <https://wa.me/message/X6QGH2MLU27WE1>

Tienda Dianita
Publicidad • 🌐

Tú lo pides, nosotros lo tenemos. 🌟

TIENDA DIANITA

TU LO PIDES, NOSOTROS LO TENEMOS

OFRECEMOS

- EMBUTIDOS
- VÍVERES
- BEBIDAS
- SNACK
- CONFITES

WhatsApp
Tienda Dianita

WhatsApp

Elaborado por: Yessenia Andy

7.4.8. Cronograma de publicidad

Tabla: *Plan de marketing*

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Actividades												
Presentación del Plan de Marketing		x										
Diseño y publicación del letrero publicitario		x										

Diseño y publicación de la página de Facebook	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
Elaboración y distribución de tarjetas de presentación,		x								x				
Diseño y atención por WhatsApp Business	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Elaborado por: Yessenia Andy

Presupuesto para el plan publicidad

El precio promocional indicado para esta oferta se basa en información de referencia obtenida de Internet. Se llevan a cabo investigaciones exhaustivas en sitios web de distribuidores y minoristas confiables para garantizar que los precios recomendados sean precisos y competitivos. Esta investigación en línea proporciona evidencia sólida sobre el precio ofrecido en esta oferta por lo tanto consideramos a la empresa Gemar S.A como distribuidora de los víveres de primera necesidad para nuestra tienda “Dianita”.

Tabla: *Presupuesto*

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Promociones	10	25,00	250,00
Letrero publicitario	1	150,00	150,00
Facebook	1	0	0
Tarjetas de presentación	500	0,50	250,00
WhatsApp Business	1	0	0
TOTAL			650,00

PRESUPUESTO

Elaborado por: Yessenia Andy