

REPÚBLICA DEL ECUADOR



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



ADMINISTRACIÓN

**IMPLEMENTACIÓN DE LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO DE
COMERCIALIZACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE
OFERTA LA ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA WAYSA
RUNA (ASOPROAWAR), UBICADO EN LA PARROQUIA COTUNDO.**

Informe Técnico del Examen de carácter complejo práctico, presentado como
requisito parcial para optar por el título de Tecnólogo Superior de en Administración.

AUTOR: Alvarado Shiguango Elicio Joselo

TUTOR: Ing. Neiva Regina Mancheno Mejía

FECHA: Tena, 19 de enero de 2024

Tena - Ecuador

2023-IIS

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO.....	1
ÍNDICE DE IMÁGENES	2
INDICE DE TABLAS	2
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	3
RESUMEN.....	4
ABSTRACT	5
I. INTRODUCCIÓN.....	6
II. OBJETIVOS.....	8
Objetivos General.....	8
Objetivos Específicos	8
III. METODOLOGÍA	9
3.1 Línea de investigación.....	9
3.2 Delimitación	9
3.3 Beneficiarios.....	9
3.4 Ubicación del área de estudio.....	10
IV PROPUESTA.....	14
V. CONCLUSIONES	23
VI. RECOMENDACIONES	24
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA	25
VIII. ANEXOS.....	26
ANEXO A	26

ÍNDICE DE IMÁGENES

Ilustración 1 Mapa ASOPROAWAR.....	10
Ilustración 2 Perfil Facebook	18
Ilustración 3 Perfil de Página Instagram	19
Ilustración 4 Crear contenido y publicidad en Fan page de Facebook	19
Ilustración 5 Crear contenido en Instagram	20
Ilustración 6 Publicación en Facebook	21
Ilustración 7 Publicación en Instagram	22

INDICE DE TABLAS

Tabla 1Materiales y equipos	9
Tabla 2 FODA.....	12
Tabla 3 Análisis FODA de la ASOPROAWAR	15

APROBACIÓN DEL TUTOR

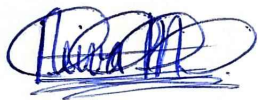
ING. NEIVA REGINA MANCHENO MEJÍA

DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.

CERTIFICA:

En calidad de Tutor Examen de carácter complejo práctico denominado: TITULO DEL TRABAJO PRACTICO, de autoría del señor **ELICIO JOSELO ALVARADO SHIGUANGO**, con CC. 150084207-3 estudiante de la Carrera de Tecnología Superior el Desarrollo en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, CERTIFICO que se ha realizado la revisión prolija del Examen de carácter complejo práctico antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen el respectivo reglamento e institución.

Tena, 19 de enero de 2024



ING. NEIVA REGINA MANCHENO MEJÍA

TUTOR DEL EXAMEN DE CARACTER COMPLEXIVO PRÁCTICO

RESUMEN

Hoy en día, las redes sociales se han convertido en un aliado estratégico de los agentes económicos para generar ventas y es una importante estrategia de marketing para que las medianas y grandes empresas fomenten la publicidad y aumenten su rentabilidad. El presente trabajo tiene como objetivo implementar las redes sociales como medio de comercialización y publicidad para los productos de la Asociación de Producción Agropecuaria Waysa Runa (Asoproawar) de la parroquia de Cotundo. Para lo cual se aplicó una investigación bibliográfica, descriptiva y cualitativa. En el cumplimiento con los objetivos para identificar la situación actual de la Asociación se desarrolló un análisis FODA, y se diseñó y creó las redes sociales: Facebook e Instagram, además de crear publicidad se posteará en estas, permitiendo atraer a nuevos consumidores y generar fidelidad de la marca y esta estrategia busca potenciar la comercialización a través de canales digitales, aprovechando el alcance y la influencia de las redes sociales en Fan page de Facebook e Instagram para la promoción y venta de los productos de la asociación de la parroquia Cotundo.

Palabras claves: Comercialización, publicidad, redes sociales, oferta.

ABSTRACT

Today, social networks have become a strategic ally of economic agents to generate sales and are an important marketing strategy for medium and large companies to promote advertising and increase their profitability. The objective of this work is to implement social networks as a means of marketing and advertising for the products of the Waysa Runa Agricultural Production Association (Asoproawar) of the parish of Cotundo. For which a bibliographic, descriptive and qualitative research was applied. In compliance with the objectives to identify the current situation of the Association, a SWOT analysis was developed, and the social networks were designed and created: Facebook and Instagram, in addition to creating advertising, it will be posted on these, allowing to attract new consumers and generate loyalty. of the brand and this strategy seeks to enhance marketing through digital channels, taking advantage of the reach and influence of social networks on Facebook and Instagram Fan pages for the promotion and sale of the products of the Cotundo parish association.

Keywords: Marketing, advertising, social networks, offer.

I. INTRODUCCIÓN

Las redes sociales son aplicaciones que las empresas utilizan para subir contenidos sobre su vida e información general. Hoy en día, casi todo el mundo tiene acceso a estas redes y su uso en la creación de sitios web empresariales y comerciales ha aumentado relativamente, ya que es muy fácil y atractivo llegar a la psique del consumidor utilizando algunas técnicas clave de marketing digital (Campoverde, 2021).

El concepto de comunicación ha evolucionado a la par que las ciencias afines y, en la actualidad, las principales empresas han integrado la ciencia de la comunicación en su gestión organizativa. De particular importancia en la evolución del marketing ha sido la expansión del concepto desde escenarios estrictamente económicos y comerciales al marketing social y filosófico, lo que significa que su aplicación se ha extendido a todo tipo de empresas y organizaciones, independientemente de su filosofía empresarial y de si operan con ánimo de lucro o no (García, 2020).

Hoy en día, las redes sociales se han convertido en un fenómeno global que configura la dinámica del cambio social, profesional, económico, medioambiental y personal. Es importante comprender el potencial de los distintos tipos de redes sociales, cómo dirigirse a ellas y cuál es su público. Con esta guía, las organizaciones pueden llegar a sus clientes en las redes sociales pertinentes gestionando sus comunicaciones de forma selectiva (García, 2020).

Durante la evolución del marketing digital, se ha aprendido que este enfoque sufre una serie de factores que han cambiado la experiencia de las empresas con respecto a la estrategia de medios digitales (Rubio, 2022). Los medios sociales como estrategia de marketing son una poderosa herramienta empresarial en la que las empresas deberían invertir para aumentar las ventas y mejorar su imagen de marca en Internet. En otras palabras, son todas las actividades y medios utilizados en los medios sociales para generar clientes potenciales, ampliar el alcance y aumentar la fidelidad de los clientes (Pedreschi y Nieto, 2022).

La implementación de estrategias de redes sociales se convierte en un elemento crucial para el éxito comercial en el ámbito nacional. En marketing, las redes sociales se presentan como un eje fundamental para proporcionar información para campañas publicitarias y promocionales.

De esta manera Palacios et al., (2020) afirma que las redes sociales pueden ser una alternativa para encontrar clientes potenciales y realizar campañas promocionales.

Como estrategia de marketing, los medios sociales ayudan a captar al público de forma significativa y a convertir a los interesados en clientes potenciales. El contenido relevante diseñado para la audiencia es la clave para mejorar la imagen de marca en los medios digitales.

La Asociación de Producción Agropecuaria Waysa Runa (Asoproawar) ubicada en la parroquia de Cotundo, del cantón Archidona de la provincia del Napo, se dedica a la producción de productos naturales, como es el té orgánico de guayusa, muy conocido en la localidad por propios y extranjeros.

En el ámbito agropecuario, específicamente, asociaciones como Asoproawar pueden beneficiarse al conectar directamente con consumidores locales y mejorar la visibilidad de sus productos en un mercado digital. De esta manera se puede establecer como principal problemática que la Asociación no cuenta actualmente con redes sociales, quedándose en un statu quo, y por ende a la larga afectando su productividad y expansión en el mercado.

La propuesta presentada en el estudio se centra en las redes sociales, por medio del diseño e implementación de estas, permitiendo generar una mayor comercialización para los productos de la Asociación Asoproawar, siendo su público objetivo los clientes existentes y potenciales, aplicando diversas estrategias relacionadas con el marketing digital encaminadas a atraer nuevos consumidores y fortalecer la relación con los clientes frecuentes.

De esta manera el desarrollo del presente trabajo permite poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de Tecnología Superior en Administración y con ello dar cumplimiento a uno de los requisitos previos a la obtención del título de tercer nivel. Además de que el proyecto de investigación sirve como una base para futuras investigaciones en cuanto a redes sociales, comercialización y publicidad que se desee implementar en asociaciones, empresas u emprendimiento dentro y fuera del Cantón Archidona.

II. OBJETIVOS

Objetivos General

- Implementar las redes sociales como medio de comercialización y publicidad para los productos de la Asociación de Producción Agropecuaria Waysa Runa (Asoproawar) de la parroquia de Cotundo.

Objetivos Específicos

- Realizar un análisis situacional de la Asociación de Producción Agropecuaria Waysa Runa (Asoproawar) de la parroquia de Cotundo.
- Crear la cuenta digital en redes sociales como medio de comercialización y
- publicidad de los productos que oferta la Asociación de Producción Agropecuaria Waysa Runa (Asoproawar).
- Implementar redes sociales como medio de comercialización y publicidad para la Asociación de Producción Agropecuaria Waysa Runa (Asoproawar) de la parroquia de Cotundo.

III. METODOLOGÍA

Tabla 1 Materiales y equipos

Materiales	Equipos
Esferos, resaltador, otros	Laptop: desarrollo de la investigación
Papel bon, Impresiones	Celular Huawei Y9
Internet: investigación de documentos web (artículos, tesis)	USB

Nota. Detalle de lo que se va a usar en la investigación.

3.1 Línea de investigación

Administración de Empresas

3.1.1 Sub línea de Investigación

Economía empresarial

3.2 Delimitación

3.2.1 Delimitación Espacial

Provincia: Napo

Cantón: Archidona

Ciudad: Archidona

Parroquia: Cotundo

Asociación: Asociación de Producción Agropecuaria Waysa Runa (Asoproawar).

3.2.2 Delimitación temporal

Ciclo académico: 2023- IIS

3.3 Beneficiarios

3.3.1 Directos

Los beneficiarios directos es el personal que conforma la Asociación Asoproawar.

3.3.2 Indirectos

Los consumidores y proveedores.

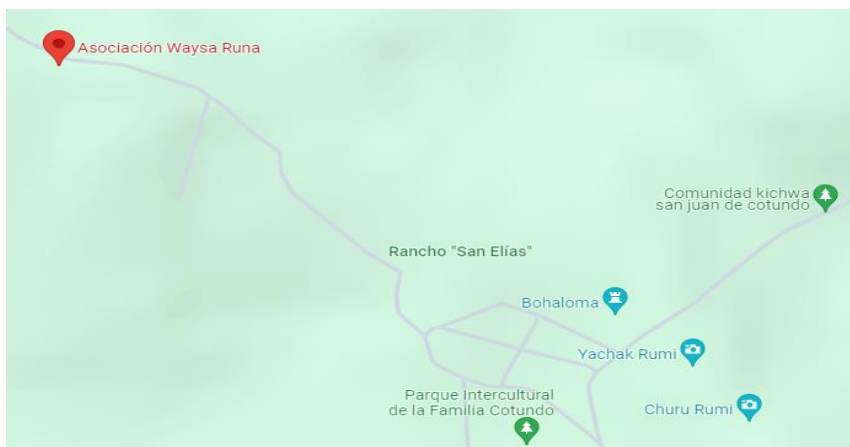
3.4 Ubicación del área de estudio

Archidona la Bella es una ciudad de Ecuador, segunda ciudad más grande y poblada de la provincia de Napo. La ciudad está situada en la parte centro-norte de la Amazonía ecuatoriana, en una extensa llanura en las laderas exteriores de las montañas andinas orientales, en la margen izquierda del río Misahuallí, a una altitud de 577 m sobre el nivel del mar, con un clima tropical lluvioso y una temperatura media de 24 °C (Guía Turística Ecuador).

Se llama "Tierra de la Chonta" por la abundancia de esta fruta local en los alrededores. Mantiene una población de 24.696 habitantes, lo que la convierte en la decimonovena localidad más poblada del país. Forma parte del área metropolitana de Tena porque sus actividades económicas, sociales y comerciales están estrechamente vinculadas a la ciudad de Tena y es "dormitorio" de cientos de personas que se desplazan a Tena por vía terrestre (GAD Municipal Archidona , s.f.).

La parroquia Cotundo, perteneciente al cantón Archidona, muestra una diversidad de actividades recreativas para propios y extranjeros, siendo esta su principal actividad económica.

Ilustración 1 Mapa ASOPROWAR



Nota. Google Maps

3.4.1 Población

Población es el conjunto de elementos al que va enfocada una investigación. De esta manera se engloba al cantón Archidona.

3.5 Tipos de investigación

3.5.1 Investigación bibliográfica

Para encontrar la forma adecuada de implementar las redes sociales, se recopiló la información necesaria en libros, revistas, páginas web, etc. para analizar el método y, posteriormente, encontrar soluciones a los problemas mencionados en este estudio.

3.5.2 Investigación descriptiva

Permite describir y detallar el problema de la investigación a través de un árbol de problemas. Se utiliza la investigación descriptiva porque especifica datos y características del mercado, los competidores y algunos medios publicitarios del servicio que se va a introducir.

3.5.3 Investigación cualitativa

Es cualitativa dado que a través de una entrevista se puede obtener información directa del campo de estudio (Asoproawar) sobre el tema para la implementación de redes sociales con el fin de mejorar la comercialización y publicidad de los productos que ofrece la Asociación.

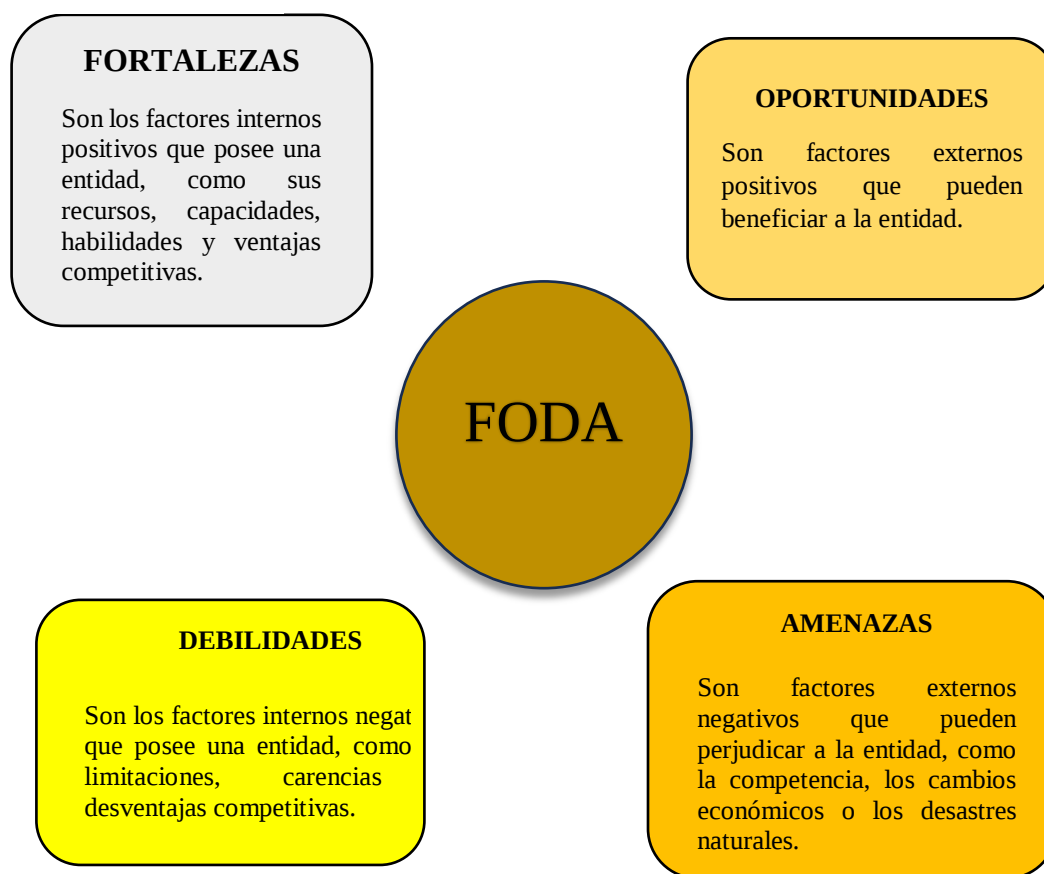
3.6 Metodología por objetivos

3.6.1 Metodología Objetivo 1

- Realizar un análisis situacional de la Asociación de Producción Agropecuaria Waysa Runa (Asoproawar) de la parroquia de Cotundo.

Para el desarrollo del presente objetivo se realizará un diagnóstico de la situación actual de la Asociación, para ello es necesario desarrollar un análisis FODA, este nos permitirá ver como se encuentra el entorno en base a las oportunidades y amenazas, así como esta internamente la empresa bajo sus fortalezas y debilidades, dado cumplimiento con el primer objetivo.

Tabla 2 FODA



Nota. El autor

Se aplicó una entrevista al administrador de la asociación Asoproawar, con el propósito de obtener resultados reales en base a un cuestionario.

3.6.2 Metodología Objetivo 2

- Crear una cuenta digital en redes sociales como medio de comercialización y publicidad de los productos que oferta la Asociación de Producción Agropecuaria Waysa Runa (Asoproawar).

Facebook: red social pensada para conectar personas, a través de compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con amigos y familiares. Es la plataforma social más grande y popular de todas las existentes en la actualidad.

A pesar de haber sido concebido para conectar personas y crear una comunidad, la popularidad de Facebook ha traspasado las fronteras de lo personal. El gran alcance que tiene ha hecho que las empresas deseen promocionar sus productos en esta red.

Instagram: es una red social y una aplicación móvil al mismo tiempo, que permite a sus usuarios subir imágenes y vídeos con múltiples efectos fotográficos como filtros, marcos, colores retro, etc., para posteriormente compartir esas imágenes en la misma plataforma o en otras redes sociales.

Actualmente Instagram ofrece varias secciones que puedes expresar: feed, reels, videos, guías y etiquetas o menciones.

Para ello es importante definir:

- **Objetivos:** Deben estar establecidos de forma clara y orientados a las metas a alcanzar.
- **Configuración de la página:** Debe ajustarse al contenido a publicar, y completar la información básica del emprendedor y de la Asociación.
- **Diseñar el perfil:** Debe llamar la atención de los usuarios, la foto de perfil y portada debe ser de la empresa para identificar de que se trata.
- **Crear contenido:** Ser original, relevante y llamativo, con el fin de atraer la atención y aumentar la visibilidad de las publicaciones se puede usar hashtags.
- **Interactuar con la audiencia:** Contestación de comentarios, preguntas a seguidores, concursos, otros.

- Analizar los resultados: Esto permite identificar si ha dado resultado la estrategia de la creación digital de redes sociales.
- Presencia constante: Publicidad constantemente, promociones, concursos y novedades.

3.6.3 Metodología Objetivo 3

- Implementar redes sociales como medio de comercialización y publicidad para la Asociación de Producción Agropecuaria Waysa Runa (Asoproawar) de la parroquia de Cotundo.

Para la implementación de las redes sociales como medio de comercialización y publicidad se procederá a publicar contenido de la Asociación y medir el nivel de visitas e interacciones, dado por cumplido el tercer objetivo.

IV PROPUESTA

4.1 Resultado del primer objetivo

En cumplimiento del primer objetivo se realizó una investigación documental permitiendo identificar la situación actual de la Asociación, para ello es necesario realizar un análisis FODA.

Tabla 3 MATRIZ FODA DE LA ASOPROAWAR

FODA	
Fortalezas	Oportunidades
Comercialización de productos naturales.	Compromiso del Gobierno Local.
Conversar técnicas de agricultura tradicionales de cultivos.	Adecuadas condiciones de trabajo.
Promoción de recursos naturales en el medio.	Buenas prácticas productivas y culturales.
Debilidades	Amenazas
Limitada capacidad de gestión de interna en la asociación.	Incremento de productos industrializados con sabores artificiales.
Débil conocimiento y accesibilidad de la tecnología en redes sociales.	Aumento de los estándares técnicos para el desarrollo de actividades ambientales.
Fragilidad con el manejo y compromiso ambiental.	Incremento de sistemas de monocultivos.

Nota. El autor

La entrevista realizada al administrador de la asociación Asoproawar permitió conocer la situación de las redes sociales, para lo cual se elaboró un cuestionario de 10 preguntas, las repuestas fueron las siguientes:

Entrevista

1. ¿De qué forma da a conocer los productos que oferta la Asociación ASOPROAWAR?

Respuesta: Con el análisis de la oferta se pretende determinar la cantidad del bien que los productores, constituidos en competencia, están en capacidad de ofrecer al mercado, así como las condiciones en las que estarían dispuestos a hacer dicho ofrecimiento.

2. ¿Considera que las redes sociales ayudan con el desarrollo del emprendimiento en el sector?

Respuesta: Si

- Ayudan a buscar clientes potenciales.
- Ayudan a atraer a esos clientes potenciales.
- Sirven para hacer publicidad rápida y fácilmente.
- Mantienen el pulso sobre lo que está sucediendo dentro de la comunidad y la Asociación.
- Establecen la voz de nuestra marca a través de algo más que nuestro sitio web y blog.

3. ¿Qué estrategias de comercialización y publicidad usualmente utiliza para darse conocer?

Respuesta:

- Publicidad pull ...
- Publicidad push ...
- Publicidad con base en el consumo

4. ¿Considera que implementar redes sociales le ayudará a mejorar el posicionamiento de la Asociación?

Respuesta: Sí, creo que implementar redes sociales ayudará a mejorar el posicionamiento de la asociación. Las redes sociales son una herramienta poderosa que puede utilizarse para conectar con una audiencia amplia y aumentar la visibilidad de una organización.

5. ¿Cuáles cree que serían los beneficios de utilizar las redes sociales como herramienta de comercialización y publicidad?

Respuesta: La cámara, Celular, WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube, página web.

6. ¿Considera que las redes sociales le ayudarían a dar a conocer sus productos?

Respuesta: Si pueden dar a conocer sus productos, servicios y valores. También han permitido que las empresas o emprendedores puedan interaccionar de una manera más directa con los clientes, además de permitir tener conversaciones más cercanas y personalizadas. La segmentación es clave gracias a las redes sociales

7. ¿Cuál es su característica de diferenciación frente a las otras Asociaciones establecidas en el cantón?

Respuesta: La característica de diferenciación de mi asociación frente a las otras asociaciones establecidas en el cantón es nuestra orientación hacia la innovación y la tecnología, nos enfocamos en el desarrollo de nuevas soluciones y tecnologías para ayudar a mejorar la productividad, estas iniciativas nos permiten ofrecer a nuestros miembros y a la comunidad en general un valor añadido que no está disponible en otras asociaciones.

8. ¿Influyen los comentarios y sugerencias de los clientes en la atención o funcionamiento de la Asociación?

Respuesta: Si pueden ayudarte a valorar lo que funciona y lo que no, de modo que puedas tomar medidas para mejorar todo el ciclo de servicio.

9. ¿De qué manera cree usted que hace uso de las redes sociales como medio de comercialización y publicidad influirán en el posicionamiento de la Asociación ASOPROAWAR?

Respuesta: Las redes sociales fomentan la empatía. Al compartir nuestras experiencias, tanto buenas como malas, podemos empatizar entre nosotros. Y, dando un buen uso a las redes sociales.

10. ¿Recomendaría el uso de las redes sociales a otras Asociaciones y Empresas?

Respuesta: Si

4.2 Resultado del segundo objetivo

Objetivos

- Mejorar la comercialización y publicidad a través de una cuenta digital en redes sociales de la Asociación Asoproawar.

Por la necesidad de comercializar y publicidad de los productos de la Asociación Asoproawar se crea una página de Facebook, así para poder a dar conocer los productos, promocionar y realizar ventas en el mercado digital.

Diseñar el perfil:

Ilustración 2 Perfil Facebook



Nota. Creación del perfil de la Asociación Asoproawar

Viendo la necesidad de comercializar, promocionar y publicidad de los productos de la Asociación Asoproawar se crea un perfil de Instagram para hacer uso y para dar a conocer a través de redes sociales y aumentar la visibilidad y así para poder encontrar clientes a nivel local, regional, nacional e internacional.

Ilustración 3 Perfil de Página Instagram



Nota. Creación del perfil de la Asociación Asoproawar

Crear contenido:

Crear contenido para una página de fans (fan page) en Facebook se refiere a generar y compartir información interesante, del producto de la Asoproawar.

Ilustración 4 Crear contenido y publicidad en Fan page de Facebook



Nota. Publicidad de ASOPROAWAR

La creación de contenido en Instagram para la publicidad del té de guayusa permite aprovechar la naturaleza visual de la plataforma, educar a la audiencia, construir una comunidad, y fomentar la interacción y la compra directa.

Ilustración 5 Crear contenido en Instagram



Nota. Publicidad de ASOPROAWAR

4.3 Resultado del tercer objetivo

Para la implementación de las redes sociales como medio de comercialización y publicidad se procederá a publicar contenido de la Asociación y medir el nivel de visitas e interacciones.

Elaborará un manual.

Facebook

Publicar el producto de té de guayusa en la fan page de Facebook ofrece varios beneficios, alcance de la audiencia, interacción directa, mayor visibilidad. Cada publicación es una oportunidad para fortalecer la conexión con nuestra audiencia y elevar la conciencia sobre los productos que ofrecen como asociación.

Ilustración 6 Publicación en Facebook



Nota. Publicación de contenido de la Asociación

Instagram

La plataforma de Instagram se presenta como un esencial para promover los productos de la asociación Asoproawar, proporcionando una estrategia visual atractiva que no solo resalta la calidad de lo que ofrecen, sino que también fomentar una conexión auténtica con la audiencia.

Ilustración 7 Publicación en Instagram



Nota. Publicación de contenido de la Asociación

Informe Producto Acreditable

El informe se estructura de la siguiente manera:

- INTRODUCCIÓN:
- OBJETIVOS
- DESARROLLO
- MISIÓN Y VISIÓN
- VALORES
- CONCLUSIONES

V. CONCLUSIONES

La realización del análisis situacional de la Asociación Asoproawar, permitió identificar como se encuentra la empresa a través de la matriz FODA donde las principales fortalezas fueron Comercialización de productos naturales. y así también permitió ir descubriendo la necesidad de crear redes sociales que permitan la expansión del público objetivo y ofertar sus productos naturales por estos medios, además de un posicionamiento y fidelidad de los clientes.

Con la creación de la cuenta digital en redes sociales utilizando el Fan Page de Facebook y la creación de un perfil en Instagram, se da paso a la elaboración de material para la publicación y comercialización de los productos de la Asoproawar, sin embargo, es importante tener en cuenta las necesidades del mercado, a que público esta direccionado y la competencia que ya existe en el mercado y que se encuentra posicionada.

Al implementar las redes sociales como medio de comercialización y publicidad para la Asociación Asoproawar, estas ayudaran a mejorar la atención a los clientes, además de buscar nuevos canales de interacción con las personas a través de publicaciones y chat, teniendo como objetivo principal el promocionar los productos.

VI. RECOMENDACIONES

Es importante que la Asociación utilice un plan estratégico de venta al por menor (retail) aplicando las 4p, ya que le permitirá mejorar la comercialización de los productos y adquirir nuevos conocimientos sobre sus procesos; además, de crear una estrategia basada en la cadena de suministro y una base de datos de posibles proveedores y compradores potenciales.

Se recomienda realizar estudios de mercado periódicos para estar al tanto de las necesidades del mercado y de los consumidores, lo que le ahorrará tiempo y dinero a la Asociación.

Mediante capacitaciones a los colaboradores, se puede implementar estrategias que vayan acorde a los cambios del mercado, permitiendo además la adaptación de tecnología, automatización y técnica en los cultivos que le ayuden a mejorar los procesos, acercándose a las tendencias que impulsan los negocios hoy en día.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Campoverde, D. (2021). Influencia del uso de redes sociales en la venta de productos: Microempresa Color Rosa. *Revista Uisrael*.
<https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re/article/view/459/396>
- Chango, A. (2023). *ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA LA GESTIÓN DE VENTAS DE PRODUCTOS HORTÍCOLAS DEL CANTÓN AMBATO*.
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/4074/1/79233.pdf>
- GAD Municipal Archidona . (s.f.). *Identidad Local*.
<https://www.archidona.gob.ec/municipalidad/identidad.html#:~:text=Se%20divide%20administrativamente%20en%20cuatro,y%20Archidona%2C%20la%20cabecera%20principal.>
- García, J. (2020). Desarrollo de las redes sociales como herramienta de marketing. Estado de la cuestión hasta 2015. *Anagramas*, 13(26).
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222015000100010
- Guía Turística Ecuador. (s.f.). Hablemos de Archidona.
<https://www.proturec.com/archidona/>
- Palacios, D., Ponce, J., Villamrin, W., & Palma, A. (2020). “Las redes sociales y su influencia como estrategia de marketing en las PYMES de Manabí - Ecuador”. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*.
<file:///C:/Users/lenovo/Downloads/Dialnet-LasRedesSocialesYSuInfluenciaComoEstrategiaDeMarke-8310397.pdf>
- Pedreschi, R., & Nieto, O. (2022). Las redes sociales como estrategia de marketing en las pequeñas y medianas empresas del distrito de Aguadulce, provincia de Coclé, Panamá. *Visión Antataura*, 5(2).
<http://portal.amelica.org/ameli/journal/225/2253026008/html/>
- Rubio, R. (2022). “*Las redes sociales como estrategias de marketing digital para la Asociación ANCE*”. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato]:
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/36359/1/049%20MT.pdf>
- Lavagna, E. (2023, noviembre 30). ¿Qué es Instagram y para qué sirve esta red social? *Webescuela | Cursos Online de Marketing Digital*.
<https://webescuela.com/que-es-instagram-para-que-sirve/>

VIII. ANEXOS

ANEXO A

Página Facebook

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61555035849605>

Página Instagram

<https://www.instagram.com/asoproawar/>

Blog Google sites

<https://sites.google.com/view/asoproawar/inicio>

ANEXO B

SOLICITUD



UNIDAD DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR

!Tecnología Innovación y Desarrollo!



Tena, 06 noviembre de 2023

Señor

Benjamín Avilés

**PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA
WAYS RUNA (ASOPROAWAR) DE LA PARROQUIA COTUNDO**

De mi consideración:

Por medio de la presente reciba un cordial saludo y a la vez deseándoles éxitos en sus actividades diarias.

Yo Alvarado Shiguango Elicio Joselo con CI. 1500842073, estudiante de la carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, acudo ante usted con la finalidad de solicitar muy comedidamente, la autorización pertinente para la realización del trabajo de investigación con el tema planteado **IMPLEMENTACIÓN DE LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO DE COMERCIALIZACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE OFERTA LA ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA WAYS RUNA (ASOPROAWAR), UBICADO EN LA PARROQUIA COTUNDO** y su apoyo es fundamental para poder realizar mi Informe Técnico del Examen de carácter complejo práctico, con el fin de cumplir mis requisitos académicos para lo cual de manera gentil y atenta, me permita hacer uso de información de caracteres reservados pertinente a mis fines y cualquier otro recursos que se disponga para la elaboración dicha propuesta y sobre todo resguardo la confidencialidad profesional.

Por la atención que se dé a la presente quedo muy agradecida.

Elicio Joselo Alvarado Shiguango
C.I. 1500842073
Estudiante del ISTTena
E-mail: elicio.alvarado@est.itstena.edu.ec
WhatsApp: 0979912843

Resivido
11-12-2023
Asoproawar



secretaria@itstena.edu.ec



km 1 1/2 vía Tena- Archidona

ISTT

ANEXO C

AUTORIZACIÓN

ASOCIACION DE PRODUCCION AGROPECUARIA WAYS RUNA "ASOPROAWAR"

Registro de Directiva y la Resolución N°-SEPS-ROEPS – 2016-902424
COTUNDO - ARCHIDONA - NAPO - ECUADOR



Cotundo 06 -11- 2023

Yo, **Lino Miguel Chongo Yumbo**, portadora de la C.I **150082240-6** en calidad de representante Legal Administrador de la **ASOCIACION DE PRODUCCION AGROPECUARIA WAYS RUNA EL HOMBRE DE LA WAYUSA "ASOPROAWAR"** a petición de la parte interesada, en debida y legal forma.

AUTORIZACIÓN

Que: el Sr: **Elicio Joselo Alvarado Shiguango**, portadora de la cedula N°-**150084207-3**, que el estudiante de la carrera de tecnología Superior en Administración de Institución Superior Tecnológico Tena, con la finalidad de que se va realizar titulación de trabajo de investigación con el tema planteado, **IMPLEMENTACIÓN DE LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO DE COMERCIALIZACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE OFERTA LA ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA WAYS RUNA EL HOMBRE LA DE WAYUSA (ASOPROAWAR), UBICADO EN PARROQUIA DE COTUNDO**

Es todo cuanto puedo Autorizar en honor a la verdad, La interesada puede hacer uso del presente documento, cómo a bien creyera conveniente, de trámites judiciales, y trabajos.

ATENTAMENTE

Sr. Lino Chongo
CC.150082240-6
ADMINISTRADOR "ASOPROAWAR"
REPRESENTANTE LEGAL

DIRECCIÓN: Oficina de Coordinación queda en la planta baja de GADPR de Cotundo,
Correo: asoproawar.2016@hotmail.com / chylino20@gmail.com
Celular: 0985779263/ 0992060541

ANEXO D

ENTREVISTA

ENTREVISTA

IMPLEMENTACIÓN DE LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO DE COMERCIALIZACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE OFERTA LA ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA WAYSA RUNA (ASOPROWAR), UBICADO EN LA PARROQUIA COTUNDO.

Lea cada pregunta y responda con sinceridad

1. ¿De qué forma da a conocer los productos que oferta la Asociación ASOPROWAR?
Con el análisis de la oferta se pretende determinar la cantidad del bien que los productores constituidos en cooperativa están en capacidad de ofrecer al mercado así como las condiciones en las que estarán dispuestos a hacer dicho ofrecimiento.
2. ¿Considera que las redes sociales ayudan con el desarrollo del emprendimiento en el sector? *Si*
Ayudan a buscar clientes potenciales.
Ayudan a traer a esos clientes potenciales
Bueno para hacer publicidad rápida y fácilmente.
Mantienen al pulso lo que está sucediendo dentro de la comunidad y la asociación.
3. ¿Qué estrategias de comercialización y publicidad usualmente utiliza para darse conocer?
Publicidad pull, Publicidad push
Publicidad con base en el comunidad.
4. ¿Considera que implementar redes sociales le ayudará a mejorar el posicionamiento de la Asociación? *Si*
Creo que implementar redes sociales ayudará a mejorar el posicionamiento de la asociación. Las redes sociales son una herramienta poderosa que puede utilizarse para conectarse con una audiencia amplia y aumentar la visibilidad de una organización.
5. ¿Cuáles cree que serían los beneficios de utilizar las redes sociales como herramienta de comercialización y publicidad?
Facebook, Instagram, Youtube, página web, la cámara celular.

6. ¿Considera que las redes sociales le ayudarían a dar a conocer sus productos?

Si, pueden dar a conocer sus productos, servicios y valores, tambien han permitido que las empresas o emprendedores puedan interaccionar de una manera más directa con los clientes, además de permitir tener conversaciones más cercanas y personalizadas.

7. ¿Cuál es su característica de diferenciación frente a las otras Asociaciones establecidas en el cantón?

La característica de diferenciación de mi asociación frente a las otras asociaciones establecidas en el cantón es nuestra orientación hacia la innovación y la tecnología, nos enfocamos en el desarrollo de nuevas soluciones y tecnologías para ayudar a mejorar la productividad.

8. ¿Influyen los comentarios y sugerencias de los clientes en la atención o funcionamiento de la Asociación?

Si pueden ayudante a valorar lo que funciona y lo que no, de modo que puedas tomar medidas para mejorar todo el ciclo de servicio.

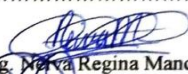
9. ¿De qué manera cree usted que hace uso de las redes sociales como medio de comercialización y publicidad influirán en el posicionamiento de la Asociación ASOPROWAR?

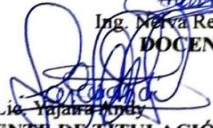
Las redes sociales fomentan la empatía, al compartir nuestras experiencias, tanto como malis, podemos empatizar entre nosotros y dando un buen uso a las redes sociales.

10. ¿Recomendaría el uso de las redes sociales a otras Asociaciones y Empresas?

Si


Sr. Elicio José Alvarado Shiguango
ESTUDIANTE ISTTENA


Ing. Merva Regina Mancheno Mejia
DOCENTE TUTORA


Lic. Yajaira Kopy
DOCENTE DE TITULACIÓN

ANEXO E

Fotografía 1: Visita a Asoproawar para recopilar información:



Trituración de hojas de guayusa en la planta de procesador con el Técnico de Procesamiento y el estudiante de ISTTENA.

Fotografía 2: Proceso de cernir de la hoja de guayusa triturado



Los técnicos están llevando a cabo la tarea de tamizar las hojas trituradas de guayusa para refinar el proceso.



ASOPROAWAR
- COTUNDO -



Té de guayusa

PRODUCTO
ORGÁNICO

Pedidos al:
0985779263
0992060541

Para información puede acceder
al siguiente enlace:
<https://www.facebook.com/profile.php?id=61555035849605>
<https://www.instagram.com/asoproawar/>