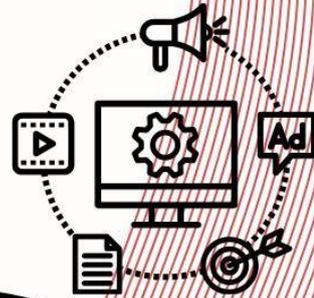


# PROPUESTA PARA LA HELADERÍA "SACHA COLD"



## *PLAN DE MARKETING*



ELABORADO POR:  
SALTOS MOREJÓN JOHANNA LIZBETH  
ESTUDIANTE DEL ISTTENA  
TENA - NAPO - ECUADOR

2024

## INDICE CONTENIDO PLAN DE MARKETING

1. Resumen ejecutivo.....	1
2. Análisis situacional.....	2
3. Selección del público objetivo.....	4
4. Formulación de objetivos .....	4
4.1. Objetivo general .....	5
4.2. Objetivos específicos .....	5
4.3. Filosofía empresarial.....	5
4.4. Misión .....	5
4.5. Visión.....	6
4.6. Logotipo y Slogan.....	6
4.7. Estructura organizacional.....	7
Ilustración 11 .....	7
4.8. Principios .....	8
4.9. Valores .....	8
5. Formulación de estrategias .....	8
6. Implementación .....	10
6.1. Experiencia.....	10
Línea de productos.....	10
b) Otros productos .....	11
6.2. Everyplace.....	13
Tienda física .....	13
Plan de medios.....	14
Redes sociales .....	15
Página social en Facebook e Instagram .....	15

Página web.....	16
a) Propuesta Línea Gráfica .....	17
b) Diseño de publicaciones semanales.....	18
c) Diseño De Promociones .....	20
6.3. Exchange.....	21
Formas de pago:.....	22
6.4. Evangelización .....	23

## **1. Resumen ejecutivo**

Un plan de marketing es un documento escrito de una forma sistemática y estructurada donde se resume de manera clara los objetivos que se pretenden alcanzar dentro de una empresa u organización en un periodo de tiempo determinado. Además, se consideran los medios necesarios para recopilar de forma detallada las grandes decisiones que marcarán la estrategia, para conseguir los objetivos, el cual contiene la misión, visión, valores, políticas, objetivos, análisis FODA, y las estrategias que se van a ejecutar.

La Heladería “Sacha Cold” es un local dedicado a la elaboración y distribución de helados 100% artesanales, además de otros productos adicionales y que se posiciono en el mercado de la ciudad de Tena hace 6 meses, teniendo presente en su mente brindar un buen servicio con los productos que ofrece y se elabora en su propio laboratorio ofreciendo una variedad de sabores de helado. Al realizar el estudio de investigación se pudo notar que la empresa no posee un plan de marketing que les permita conocer de qué manera impulsar las ventas de sus productos y de qué forma poder llegar a sus clientes.

Los hallazgos de la investigación revelaron que el plan de marketing constituye una herramienta de gestión fundamental que actúa como orientación en la toma de decisiones y en la anticipación de posibles riesgos futuros. Esto se logra al considerar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que la empresa pueda enfrentar.

En el transcurso de la investigación, se ha constatado que la empresa está experimentando dificultades en el mercado competitivo debido a la ausencia de un plan de marketing que promueva la implementación de estrategias mercadotécnicas. Estas estrategias serían fundamentales para comercializar sus productos de una manera innovadora y ganar ventaja frente a sus competidores en el ámbito de estudio de la empresa. Por ende, la presentación de una propuesta de plan de marketing jugaría un papel positivo en la consecución de los objetivos empresariales.

## 2. Análisis situacional

La heladería no ha aplicado estrategias de marketing anteriormente ya que es un local que no lleva mucho tiempo en el mercado y por lo tanto su competitividad no es muy fuerte como se debería esperar. El volumen de ventas no es el esperado ya que para ello se debe considerar el plan de marketing para atraer más clientes, e incluso se debe añadir un direccionamiento estratégico con la filosofía empresarial de la heladería.

Todos los locales comerciales independientemente de la actividad económica que realicen al momento que ingresan al mercado tienen competidores en donde cada competidor definirá sus estrategias para captar mayor número de clientes y obtener beneficios económicos que permita ampliar el local.

En cuanto a aquellos locales que venden helados artesanales en la ciudad de Tena la competencia es significativa ya que hay casos en los que dos locales están juntos, porque la demanda de ambos se ve afectada. Es por ello que sus propietarios deben cumplir con las expectativas de los clientes para poder crear un lazo de preferencia, lealtad y fidelidad, es importante tener en cuenta que no necesariamente se tiene que cubrir todo el mercado para tener éxito, más bien la clave está en asegurarse de que los clientes actuales y potenciales tengan una experiencia satisfactoria, ya sea mediante el mejor precio, producto o servicio.

**Cuadro 6** *Análisis de la competencia*

<b>Competencia</b>	<b>Sector</b>	<b>Tiempo en el mercado</b>	<b>Productos</b>
Helado San Antonio	Vía Muyuna y diferentes puntos de venta	5 años	Helados artesanales
Balcón de las orquídeas	Vía las antenas	9 años	Helados artesanales y picaditas

Rey paletas	Av. 5 esquinas y diferentes puntos de venta	14 años	Paletas, helados, snacks
-------------	---	---------	--------------------------

Los competidores directos mencionados en el cuadro anterior se encuentran en un perímetro no muy lejano a la heladería “Sacha Cold” por tal razón se los considera como una competencia directa y esto ocasiona una desventaja por lo que se ratifica la importancia de un plan de marketing para atraer a más clientes e innovar continuamente.

## 2.1. Análisis FODA

**Cuadro 7 Análisis FODA**

<b>FACTORES INTERNOS</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Local propio	No cuenta con un Plan de Marketing
Diversidad de productos y servicios	No cuenta con un plan de promoción y publicidad
Ingredientes frescos y artesanales	Ubicación fuera de un área comercial
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Público interesado en otras líneas de producto	Falta de estabilidad económica
Aumento de la población educativa	Desabastecimientos demasiado frecuentes de ciertos helados
Reconocimiento como producto 100% artesanal sin químicos	Empresas con actividad económica similar en lugares aledaños pueden ofertar servicios similares a menor precio

### 3. Selección del público objetivo

Para una heladería artesanal, la selección del público objetivo dependerá de varios factores, incluyendo la ubicación, el tipo de helados que ofreces y la imagen de marca que deseas proyectar.



### 4. Formulación de objetivos

Es muy importante que se establezcan objetivos o metas para un plan de marketing donde a partir de ellos se pueda tener un direccionamiento estratégico correcto y garantizar su efectividad.

Por lo tanto, se establecen los siguientes objetivos que se esperan obtener con el plan de marketing.

#### **4.1. Objetivo general**

“Fortalecer la posición de la heladería 'Sacha Cold' en el mercado local, enfocándose en la captación de clientes, la creación de un lazo de fidelidad y preferencia, así como en la consecución de una ventaja competitiva que permita posicionar de manera destacada la marca en la mente del consumidor en la zona.”

#### **4.2. Objetivos específicos**

- Generar una mayor captación de clientes creando un lazo de fidelidad y preferencia.
- Alcanzar una ventaja competitiva frente a las demás heladerías de la zona.
- Posicionar la heladería “Sacha Cold” en la mente del consumidor.

#### **4.3. Filosofía empresarial**

En nuestra heladería, nos enorgullece ofrecer helados 100% artesanales, elaborados con ingredientes naturales y libres de productos químicos. Creemos firmemente en la excelencia de la calidad, la autenticidad y el compromiso con la satisfacción del cliente. Nuestra filosofía empresarial se basa en los siguientes principios: Ingredientes Naturales y Frescos, Artesanía y Tradición, Libre de Químicos y Aditivos, Variedad y Creatividad.

#### **4.4. Misión**

“Nos comprometemos a deleitar los sentidos de nuestros clientes con helados excepcionales, elaborados con pasión y dedicación. Buscamos preservar la autenticidad de los sabores, utilizando ingredientes frescos y de calidad. Nos esforzamos por crear una experiencia única, donde cada helado refleje la maestría artesanal y el amor por la tradición heladera. Además, nos comprometemos a fomentar un ambiente acogedor que promueva momentos felices y memorables para nuestros clientes, convirtiendo cada visita a nuestra heladería en un dulce deleite para el alma.”

#### 4.5. Visión

“Nos visualizamos como la heladería artesanal de referencia, reconocida por la excelencia en la calidad de nuestros helados y la creatividad de nuestros sabores únicos. Aspiramos a ser un destino favorito para los amantes del helado, destacando por nuestra innovación constante y el compromiso con ingredientes frescos y locales.”

#### 4.6. Logotipo y Slogan

El logotipo por su parte representa la marca e imagen del local comercial, que puede llegar a facilitar el proceso de compra para los clientes, mismos que la identificarán y distinguirán de la competencia. El logotipo recomendando lleva un diseño natural y autentico que busca impactar de manera directa.

**Ilustración 10** Logotipo de la Heladería “Sacha Cold”



Paleta	Color	Interpretación
	Celeste	Se percibe como un símbolo de serenidad, protección, calma, paz y confianza
	Azul	Se asocia con la verdad, la estabilidad y la seriedad
	Café	Es un color asociado a la tierra, por eso es cálido, cómodo, seguro y natural. Color de la resiliencia.
	Amarillo	Representa diversión, innovación, optimismo y alegría
	Rosado	La esperanza, y que inspira calidez y sentimientos de comodidad

**Slogan: "¡SABE A TRADICIÓN, SE DERRITE EN INNOVACIÓN! HELADERÍA ARTESANAL, DONDE CADA CUCHARADA ES UNA OBRA MAESTRA."**

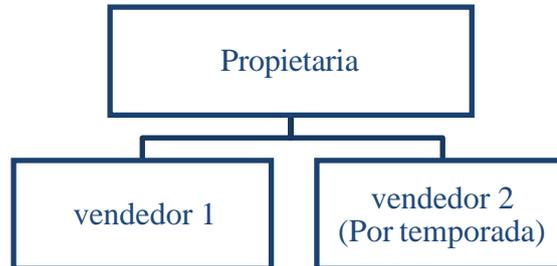
Con el slogan se pretende que los clientes tanto actuales como potenciales se idealicen que el comprar puede llegar hacer adictivo e impulsivo con nuestros productos y atención de calidad. Es un slogan neutro pero que puede llegar a marcar presencia en el mercado.

#### **4.7. Estructura organizacional**

Al ser Heladería "Sacha Cold" un local pequeño, la estructura organizacional se adapta a la realidad, por lo tanto, se establece de la siguiente manera:

#### **Ilustración 11**

*Estructura organizacional*



La estructura organizacional del local comercial está concebida de la manera funcional vertical y práctica, cumpliendo con los objetivos de una organización moderna. En el organigrama la propietaria del local es la que se encarga de la administración y adquisición de materia prima para la elaboración de los helados artesanales, así también se encarga de la dirección del personal de apoyo quienes tienen una relación directa con el cliente al momento de la venta de un producto que ofrece la heladería.

#### 4.8. Principios

- Cumplir con las expectativas esperadas tanto para los clientes actuales como para los potenciales.
- Satisfacer las necesidades de los clientes creando un lazo de fidelidad y preferencia al momento de adquirir algún producto de la heladería.
- Trabajar activamente en el cumplimiento de los objetivos mediante la comunicación, liderazgo y motivación personal.

#### 4.9. Valores

**Ilustración 12** *Valores*



### 5. Formulación de estrategias

Es importante la selección de la estrategia más adecuada para la comercialización de un producto; por lo tanto, se debe centrar en aquella o aquellas que mayormente se adapten a la realidad del mercado. Por su parte el hecho de adoptar una estrategia como base del plan de marketing puede generar competitividad frente a otros locales; así las acciones se pueden planificar correctamente.

La estrategia de comercialización seleccionada consta del marketing mix. Generalmente esta estrategia funcional primordial para un plan de marketing debido a que integra los cuatro pilares básicos de una estrategia de marketing siendo: Experiencia (Experience), Intercambio (Exchange), Omnipresencia (Everyplace), Evangelización (Evangelism).

**Cuadro 8** *Estrategia de marketing*

Tipo de Estrategia	Componentes	Acciones / Estrategias
4 E del Marketing	<b>Experiencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un ambiente acogedor y atractivo en la heladería, con una decoración temática y música agradable.</li> <li>• Ofrecer muestras gratuitas de nuevos sabores para que los clientes experimenten antes de comprar.</li> </ul>
	<b>Everyplace</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participar en eventos comunitarios y ferias para llevar la presencia de la heladería</li> <li>• Expandir la presencia en línea mediante la creación de una plataforma de pedidos en línea y entrega a domicilio.</li> </ul>
	<b>Exchange</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer programas de lealtad donde los clientes pueden acumular puntos por cada compra y canjearlos por descuentos o productos gratuitos.</li> <li>• Fomentar el intercambio de opiniones y comentarios a través de redes sociales y encuestas para entender las preferencias del cliente.</li> </ul>
	<b>Evangelización</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar un programa de referidos, donde los clientes pueden recibir beneficios al recomendar la heladería.</li> <li>• Participar en eventos benéficos o patrocinar causas sociales para construir una imagen de marca solidaria.</li> </ul>

## 6. Implementación

Delimitación de los programas a llevar a cabo la estrategia elegida incluyendo responsabilidades para cada estrategia de las 4 E del marketing Mix.

### 6.1. Experiencia

La heladería “Sacha Cold” cuenta con una diversidad de productos que cubren las exigencias de los clientes, además de brindar un servicio personalizado. Entre los productos que ofertan están principalmente los helados artesanales en paletas, helados artesanales en crema, helados de máquina, waffles, crepes, micheladas, picaditas, sandwiches, batido y cafetería.

### Línea de productos

#### a) Helados

Siendo este el producto básico y principal de la heladería, se ofrecen diferentes sabores con la finalidad de cubrir una amplia gama de gustos y preferencias tanto de los clientes actuales como el de los clientes potenciales.

A continuación, se detallan los sabores de cada línea de helado:

**Cuadro 9** *Sabores de helado*

	<b>Helados artesanales de paleta</b>	<b>Helados A. de Crema</b>	<b>Helados de máquina</b>
<b>PRODUCTOS</b>	• Maracuyá	• Maracumango	• Yogurt natural
	• Naranja	• Tango	• Chocolate
	• Fresa	• Frutos Rojos	
	• Mango	• Zapallo	
	• Tamarindo	• Café	
	• Fresa con arándano	• Mora	
	• Hungurahua	• Higo	
	• Aguacate	• Guanábana	
	• Nuez	• Choco-maní	

- Borojón
  - Choco-menta
- 

- Yogurt con kiwi
  - Yogurt con fresa
  - Yogurt con durazno
  - Guayaba con maracuyá
  - Fresa, guayaba y remolacha
  - Taxo con mango
  - Mango con sal
  - Yerbaluisa
  - Ron pasas
  - Coco
  - Tango
  - Nutella
  - Oreo
  - Chocolate
  - Helado frito
- 

#### **b) Otros productos**

**De forma complementaria la heladería vende otros productos tales como:**

- Waffles
- Crepes
- Picaditas
- Sandwiches
- Batidos
- Cafetería
- Micheladas

Los productos ofertados por la heladería son de variedad, por lo tanto, a continuación, se muestran algunas líneas de productos representativos:

- Helado artesanal
- Paletas sorbeto
- Paletas de crema
- Paletas cítricas

## Ilustración 13 Línea de productos

### HELADO ARTESANAL



OREO



ZAPALLO



NUTELLA



CAFÉ



MORA



FRUTOS ROJOS



CHOCOLATE



HIGO



GUANÁBANA



CHOCO MANÍ



CHOCOMENTA



YERBALUISA



RON PASAS



YOGURT CON DURAZNO



COCO



MARACUMANGO



TANGO

### PALETAS SORBETTO

- MARACUYÁ
- NARANJA
- FRESA
- MANGO
- TAMARINDO
- FRESA CON ARANDANO



### PALETAS DE CREMA

- YOGURT CON FRUTAS
- RON PASAS
- ALBAHACA
- HUNGURAHUA
- AGUACATE
- YOGURT CON DURAZNO
- CHOCO-BANANA
- NUEZ
- BOROJÓ
- OREO
- YOGURT CON KIWI
- YOGURT CON FRESA



### PALETAS CÍTRICAS

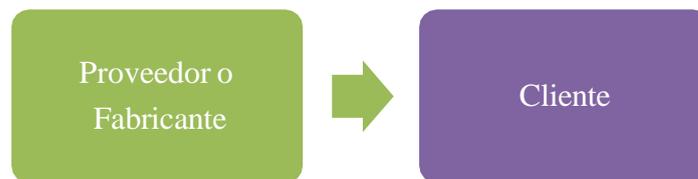
- MICHELADA
- MANGO BICHE
- SACHA TROPICAL

## 6.2. Everyplace

La heladería “Sacha Cold” utiliza un solo canal de comercialización, el canal directo vendiendo directamente a los clientes en el propio local sin que existan intermediarios. Teniendo en cuenta que el local se dedica a la venta en este caso del fabricante al consumidor.

### Canal de distribución

**Ilustración 14** *Canal de distribución*

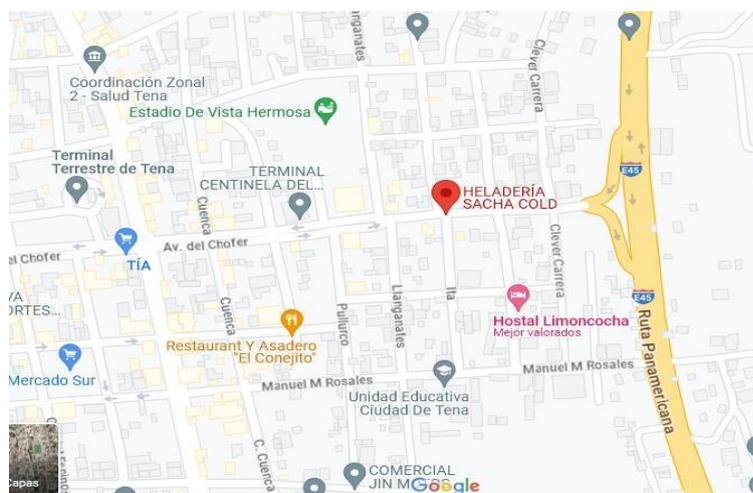


### Tienda física

La heladería se encuentra ubicada en la calle Ita y Av. del Chofer, siendo una vía secundaria y con muy poca afluencia de personas porque de cierta manera no es considerada una ubicación estratégica.

A continuación, se muestra un mapa con su respectiva ubicación:

**Ilustración 15** *Mapa de ubicación de la heladería “Sacha Cold”*



Google Maps (2023). Ubicación geográfica [ilustración].

**Ilustración 16** Fachada principal de la Heladería “Sacha Cold”



Google Maps (2023). Fachada principal de la Heladería “Sacha Cold” [ilustración].

**Plan de medios**

La heladería deberá invertir en publicidad si su objetivo es darse a conocer a un mayor número de clientes y por ende el atraer a mas clientes cumpliendo con un posicionamiento adecuado y esperado por parte de la persona propietaria del local, se pudo considerar las mejores alternativas de medios de publicidad para el plan de medios en el marketing, los cuales se enlistan a continuación ordenado de la manera descendente por el porcentaje de selección:

- **Redes sociales** con un 69% de selección
- **Página web** con un 16% de selección
- **Tv** con un 6% de selección
- **Prensa escrita** con un 5% de selección
- **Radio** con un 4% de selección

## Redes sociales

Es evidente que hoy en día las redes sociales tienen mucha influencia sobre las personas, ya que la mayoría de ellos usa esta aplicación para mantenerse distraído y enterarse de lo que prefiera, por lo tanto, es una excelente alternativa su influencia en la sociedad actual es innegable, y su impacto abarca diversos aspectos de la vida cotidiana, desde lo personal hasta lo profesional y cultural.

### Página social en Facebook e Instagram

Muchas personas dedican una gran parte de su tiempo al internet y por supuesto a las redes sociales, de tal manera es esencial para el local usar este medio de publicidad.

En la página social creada, los usuarios además de poder ver lo que ofrece la heladería, podrán interactuar de manera activa a través de comentarios generando un estímulo de compra. En la página se ofrecerá información acerca de la heladería, se anunciarán promociones y se responderán aquellas dudas que tengan los clientes.

### Ilustración 17 *Página de Facebook*



Zambrano, CV (2023). Página de Facebook [ilustración]. Facebook <https://n9.cl/7rqzn>

La plataforma de Facebook puede ser una herramienta valiosa para la propietaria de la página al crear campañas publicitarias más impactantes. Se sugiere

incorporar toda la información esencial y otros elementos para lograr un enfoque preciso y llegar a una audiencia más amplia de manera efectiva.

Por otra parte, resulta claro que, en la mayoría de las situaciones, las imágenes tienen un impacto más significativo que las palabras. En este sentido, para potenciar de manera efectiva la atracción de clientes actuales y potenciales, se aconseja contar con un perfil de Instagram vinculado a la página de Facebook. Este aspecto se posicionará como uno de los elementos esenciales para el éxito de la heladería "Sacha Cold".

### Ilustración 18 Perfil de Instagram



Zambrano, CV (2023). Página de Instagram [ilustración]. Instagram <https://n9.cl/zc40d>

### Página web

### Ilustración 19 Página web de la heladería "Sacha Cold"



Salto, JL. (2023). Página web de la heladería "Sacha Cold" [ilustración]. Página web. <https://n9.cl/5udnx>

La implementación de una página web para la heladería “Sacha Cold” 100% artesanal no solo se trata de tener presencia en línea, sino de aprovechar esta plataforma para construir una marca sólida, involucrar a los clientes, adaptarse a las expectativas digitales y ofrecer una experiencia global que trascienda lo físico y se extienda al mundo digital.

No solo es una herramienta de marketing, sino también una plataforma donde se puede implementar las características únicas del negocio y mejorar la experiencia global del cliente.

#### **a) Propuesta Línea Gráfica**

Se propone línea gráfica para publicaciones semanales con promociones y descuentos sobre los servicios que presta la empresa al público en general.

La línea gráfica tendrá el formato siguiente:

- Nombre del producto
- Precio
- Imagen acorde al producto
- Información sobre el producto
- Logotipo de la empresa

## Ilustración 20 Propuesta Línea Gráfica



Saltos, J.L. (2023). Propuesta Línea Gráfica [ilustración].

### b) Diseño de publicaciones semanales

Se publicarán los diseños todos los días de la semana de todos los meses del año; para promocionar los productos que ofrece la empresa mediante las plataformas digitales.

Ilustración 21 Diseño de publicaciones semanales 1



# Helados DELICIOSOS

¡Disfruta de una explosión de sabores! La combinación que quieras y con trozos de fruta 100% natural.

**Sabores**

- Mora
- Hierbaluisa
- Chocomenta
- Albahaca
- Hunguragua
- Y muchos más...

**Calle Ita y Av. del Chofer**

0987545799 | SACHA COLD™ | COLDSACHA | HELADERÍA SACHA COLD

Ilustración 22 Diseño de publicaciones semanales 2

Heladería "Sacha Cold"  
100% NATURAL,  
ELABORACIÓN PROPIA

Precios cómodos  
Desde \$1.00

HORARIO DE ATENCIÓN  
LUNES A SÁBADO  
9:00 A 12:30  
13:30 A 21:00  
DOMINGO  
13:00 A 21:00 HS

0987545799

SACHA COLD™  
COLDSACHA  
HELADERÍA SACHA COLD

Calle Ita y Av. del Chofer

c) **Diseño De Promociones**

Las promociones se publicarán en las plataformas digitales de Facebook e Instagram, todos los días martes de cada mes.



The image is a promotional poster for Sacha Cold. On the left, there is a tall glass filled with an orange Michelada drink, garnished with a slice of lime and a straw. To the right, there is a circular logo for "HELADERÍA 'SACHA COLD'" featuring an ice cream sundae and the text "100% ARTESANAL". Below the logo, the text "MARTES PROMO" is written in large, bold letters. Underneath that, a dark red box contains the text "3 x \$10" in white, indicating a 3-for-10 promotion. At the bottom, the word "MICHELADAS" is written in large, bold, yellow letters with a red outline, followed by "LIMÓN Y MARACUYÁ" in white. In the bottom left corner, there are social media icons for WhatsApp (0987545799), Facebook (Sacha Cold), Instagram (Coldsacha), and a location pin (Heladería Sacha Cold). In the bottom right corner, there is a red location pin icon and the text "Calle Ita y Av. del Chofer".

HELADERÍA "SACHA COLD"  
100% ARTESANAL

MARTES  
PROMO

3 x \$10

MICHELADAS  
LIMÓN Y MARACUYÁ

0987545799  
Sacha Cold  
Coldsacha  
Heladería Sacha Cold

Calle Ita y  
Av. del Chofer

### 6.3. Exchange

El concepto de intercambio en las 4 E del marketing se refiere a cómo los clientes entregan algo de valor, generalmente dinero, a cambio de productos, servicios o experiencias que la heladería proporciona. Es fundamental asegurarse de que este intercambio sea justo y que los clientes perciban un valor significativo en cada transacción.

**Cuadro 10** *Tipos de intercambio que se puede realizar en la heladería*

<b>Exchange o Intercambio</b>	
<b>Intercambio de Producto:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Los clientes intercambian dinero por los helados artesanales que ofrece.</li><li>• Ofrece opciones de tamaños, conos y toppings adicionales, creando oportunidades para que los clientes personalicen su experiencia a cambio de un precio adicional.</li></ul>
<b>Intercambio de Servicio:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ofrece un excelente servicio al cliente a cambio de la preferencia del cliente y su lealtad.</li><li>• Proporciona asesoramiento personalizado sobre los sabores y opciones disponibles, creando una interacción positiva.</li></ul>
<b>Intercambio de Valor Percibido:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ofrece ingredientes de alta calidad y helados artesanales, creando un intercambio donde los clientes perciben un valor superior al pagar un precio premium.</li><li>• Puedes destacar la frescura de los ingredientes y los métodos de fabricación para aumentar la percepción de valor.</li></ul>

### Formas de pago:

La heladería "Sacha Cold" mantiene la opción de pago en efectivo y por transferencias como métodos de transacción para ofrecer flexibilidad a sus clientes. Esta elección se considera aceptable, ya que reconoce y se adapta a las diversas preferencias y necesidades de los consumidores en cuanto a métodos de pago.

La inclusión de opciones de pago en efectivo es especialmente importante, ya que algunos clientes prefieren o se sienten más cómodos manejando dinero en efectivo. Esto permite a la heladería atender a una amplia variedad de clientes y garantizar una experiencia de compra conveniente para todos.

Además, la disponibilidad de pago por transferencias responde a las tendencias actuales de digitalización y conveniencia. Al ofrecer esta opción, la heladería demuestra su disposición para adaptarse a las preferencias modernas de aquellos clientes que prefieren realizar transacciones de forma electrónica, ya sea por razones de seguridad, rapidez o simplemente por comodidad.

### Ilustración 23 Formas de pago

<p><b>BANCO PICHINCHA:</b> Cuenta de Ahorros N°2203051616 CYNTHIA ZAMBRANO GAIBOR</p>	 <p>CYNTHIA VIVIANA</p>
<p><b>COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CACPE PASTAZA</b> Cuenta de ahorros N° 170301043852 CYNTHIA ZAMBRANO GAIBOR</p>	 

## 6.4. Evangelización

La evangelización implica construir relaciones a largo plazo con los clientes, convirtiéndolos en defensores activos de tu marca. Al proporcionar experiencias excepcionales y recompensar la lealtad, puedes crear una base de clientes que no solo regresen, sino que también recomienden entusiastamente tu heladería a otros.

Se refiere a la creación de clientes leales y entusiastas que se convierten en defensores de la marca y la promueven activamente. Aquí hay algunas estrategias de evangelización para la heladería:

**Cuadro 11** *Estrategias de Evangelización*

<b>Evangelización</b>	
<b>Programas de Lealtad</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Implementar un programa de lealtad donde los clientes acumulen puntos por cada compra y canjearlos por helados.</li></ul>
<b>Participación Activa en Redes Sociales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Animar a los clientes a compartir sus experiencias en las redes sociales. Crear hashtags exclusivos para la heladería y destacar publicaciones con más likes de clientes en tus perfiles, reconociendo y agradeciendo su apoyo y así es acreedor a un producto de un valor de \$3.00</li></ul>
<b>Testimonios y Reseñas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Solicitar testimonios y reseñas de clientes satisfechos. Utilizar estos comentarios positivos en el sitio web para construir la credibilidad y confianza en la marca.</li></ul>
<b>Compromiso Comunitario:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Participar en eventos comunitarios y patrocinar actividades locales. La contribución a la comunidad crea una imagen positiva y fomenta la lealtad de los clientes que valoran el compromiso social de la marca.</li></ul>

**Cuadro 12** Cronograma plan de marketing

Actividad Tiempo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Creación logotipo y slogan												
Implementación de la visión y misión												
<b>Redes sociales</b>												
Facebook												
Instagram												
Crear reseñas de la heladería utilizando redes sociales												
Contratar 2 anuncios por mes												
<b>Crear página web</b>												
Propuesta línea grafica												
Programa de lealtad												
Participar en eventos comunitarios												

**Cuadro 13** *Presupuesto Plan de Marketing*

<b>Actividad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Valor Total</b>
Elaboración de logotipo y slogan	2	\$ 21.83	\$ 43.65
Crear contenido de una página web	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Compra de dominio de la página web y redes sociales	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Contratación de un Community Manager	1	\$ 150	\$ 150,00
<b>Total</b>			<b>\$ 338,65</b>



2024

# Descubre la auténtica delicia de los helados artesanales. ¡Haz que cada día sea más dulce con Heladería Sacha Cold!



El diseño del manual de marketing de Sacha Cold refleja la esencia única de la heladería, fusionando la frescura y creatividad que caracterizan nuestros productos. Con un enfoque visual vibrante y atractivo, el manual captura la artesanía detrás de cada helado, utilizando imágenes de alta calidad para resaltar la calidad de los ingredientes frescos. La estructura del manual se presenta de manera intuitiva, guiando al lector a través de nuestras estrategias clave, desde la innovación en sabores hasta la importancia de crear experiencias memorables para nuestros clientes. Con un diseño que refleja la pasión y dedicación de Sacha Cold, el manual de marketing se convierte en una herramienta valiosa para transmitir nuestra visión y destacar los elementos distintivos que nos posicionan como líderes en el disfrute auténtico de helados.

## REDES SOCIALES



Sacha Cold



Coldsacha



Sacha Cold



Calle Ita y  
Av. del Chofer