



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
“INDOAMÉRICA”**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA:**

---

**“ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS EN LA VENTA DE PRODUCTOS CARNICOS Y EMBUTIDOS DEL FRIGORÍFICO POPULAR DE LA CIUDAD DE AMBATO.”**

---

Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera en Mercadotecnia.

**Autor(a)**

Toalombo Portilla Diana Jimena

**Tutor(a)**

Ing. Molina Arcos Ibeth Araceli Mg.

**AMBATO – ECUADOR**

**2018**

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN  
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, Diana Jimena Toalombo Portilla, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS EN LA VENTA DE PRODUCTOS CÁRNICOS Y EMBUTIDOS DEL FRIGORÍFICO POPULAR DE LA CIUDAD DE AMBATO.”, como requisito para optar al grado de Ingeniera en mercadotecnia y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI). Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo. Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 14 días del mes de Marzo de 2018, firmo conforme:

Autor: Diana Jimena Toalombo Portilla

Firma:

Número de Cédula: 180339188-5

Dirección: Tungurahua, Ambato, San Francisco, Barrio Centro

Correo Electrónico: dianistp6811@hotmail.com

Teléfono: 0984465054

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Director del Proyecto “ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS EN LAVENTA DE PRODUCTOS CÁRNICOS Y EMBUTIDOS DEL FRIGORÍFICO POPULAR DE LA CIUDAD DE AMBATO.” Trabajo presentado por la Sra. Diana Toalombo Portilla que va a optar por el título de Ingeniera en Mercadotecnia,

### **CERTIFICO**

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 14 de marzo del 2018

.....  
Ing. Molina Arcos Ibeth Araceli Mg.

**TUTORA**

## **DECLARACION DE AUTENTICIDAD**

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto de tesis, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Mercadotecnia, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Ambato, 14 de marzo del 2018

.....  
Toalombo Portilla Diana Jimena  
C.I. 180339188-5

## **APROBACIÓN TRIBUNAL**

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS EN LA VENTA DE PRODUCTOS CÁRNICOS Y EMBUTIDOS DEL FRIGORÍFICO POPULAR DE LA CIUDAD DE AMBATO, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Mercadotecnia , reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Ambato, 14 de Marzo del 2018

.....  
Ing. Salazar Mera Juan Eduardo Mg.  
EXAMINADOR

.....  
Ing. Silva Ordoñez Catalina Alexandra Mg.  
EXAMINADOR

## **DEDICATORIA**

A Dios por derramar día a día tantas Bendiciones a lo largo de mi vida, permitiéndome cumplir todos mis objetivos.

A mis padres, hermanos esposo e hija por el gran apoyo que me han brindado para cumplir mis metas.

Toalombo Portilla Diana Jimena

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco Principalmente a Dios. A la Universidad Tecnológica Indoamerica Facultad de Ciencias Administrativas, a la Ing. Catalina Silva e Ing. Ibeth Molina por su valioso aporte en el desarrollo de la presente Investigación.

Toalombo Portilla Diana Jimena

## ÍNDICE GENERAL

### INDICE CONTENIDOS

Portada.....	i
Autorización.....	ii
Aprobación del Tutor.....	iii
Declaración de Autenticidad.....	iv
Aprobación del Tribunal.....	v
Dedicatoria.....	vi
Agradecimiento.....	vii
Índice.....	viii

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA

Introducción.....	1
Tema.....	2
Contextualización (micro).....	2
Misión.....	3
Visión.....	3
Arbol de problemas.....	5
Análisis Crítico.....	6
Justificación.....	7
Objetivos.....	8

### CAPÍTULO II

Tema de la Propuesta.....	9
Objetivos de la Propuesta.....	9
Modelo Operativo.....	9
Conclusiones y Recomendaciones.....	22
Bibliografía.....	23
Anexos.....	24

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE MARKETING**

**TEMA:** “ESTUDIO DE LAS ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD EN LA VENTA DE CARNES Y EMBUTIDOS DEL FRIGORÍFICO POPULAR DE LA CIUDAD DE AMBATO”

**Autor:** Diana Jimena Toalombo Portilla

**Tutor:** Ing. Ibeth Araceli Molina Arcos

**RESUMEN EJECUTIVO**

En Ambato, la empresa Frigorífico Popular se ha convertido en una tradición desde 1983. En sus inicios estaba enfocada únicamente a la venta de productos cárnicos; debido a las exigencias y constante evolución del mercado este negocio decide ampliar su gama de productos distanciándose del cliché de ser una simple ternera. Las exigencias en el siglo XXI han empujado al Frigorífico Popular a buscar estrategias publicitarias adecuadas para la venta de sus productos, obligando al mismo a brindar mejor servicio e implementar tecnología e incluso capacitación para el personal. La empresa, al implementar un plan de medios busca posicionar su nombre en un mercado altamente competitivo. Para lograr este objetivo se ha realizado un estudio buscando atacar el mercado objetivo, el mismo que busca información en los medios de comunicación local. El plan de medios que implementó el Frigorífico Popular se enfocó en incrementar sus ventas para lograr un posicionamiento en el mercado, dar a conocer los productos de buena calidad que aquí se expende, fidelizando de esta manera al cliente. Como el estudio lo demuestra, la campaña publicitaria está direccionada a los medios de comunicación como radio, televisión, redes sociales; una estrategia sobresaliente es la transmisión de la publicidad antes y durante festividades importantes y cobertura de eventos deportivos, logrando de esta manera estar presentes en la memoria de un gran conglomerado de potenciales clientes

**Descriptor:** estrategias de publicidad, medios de comunicación, mercado, oferta.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE MARKETING**

**THEME:** “STUDY OF THE PUBLICITY STRATEGIES IN THE SALE OF MEAT AND SAUSAGES OF *FRIGORÍFICO PUPULAR* OF THE CITY OF AMBATO”

**Author:** Diana Jimena Toalombo Portilla

**Tutor:** Ing. Ibeth Araceli Molina Arcos

**ABSTRACT**

In Ambato, the company *Frigorífico Popular* has become a tradition since 1983. At the beginning, it was focused only on the sale of meat products; due to the demands and constant evolution of the market this business decides to expand its range of products distancing itself from the cliché of being a simple butcher shop. The demands of the 21<sup>st</sup> Century have pushed *Frigorífico Popular* to look for adequate advertising strategies for the sale of its products, forcing it to provide a better service and to implement technology, and even training for the staff. The company, by implementing a media plan, seeks to position its name in a highly competitive market. To achieve this objective a study that aims at attacking the target market has been conducted, which looks for information in the local media. The media plan that was implemented by *Frigorífico Popular* was focused on increasing its sales to achieve a position in the market, to publicize the good quality products that are sold there, making the customer loyal. As the study shows, the publicity campaign is directed to the media such as radio, television, social networks; an outstanding strategy is the broadcast of advertising before and during important festivities, and coverage of sport events, achieving to be present in the memory of a large number of potential customers.

**KEY WORDS:** advertising strategies, market, media, offer.

## **INTRODUCCIÓN**

En el capítulo uno se realizará la contextualización del Tema enfocándose en el Frigorífico Popular dándonos a conocer a qué tipo de mercado se enfocará la investigación para ello se determinará la población, sector entre otros aspectos que influya en la compra.

En el capítulo dos se dará a conocer los medios de comunicación que tiene la ciudad de Ambato a que segmento de población va dirigida nuestra publicidad, además de ellos contamos con un presupuesto para desarrollar la campaña publicitaria, también realizaremos estrategias con el Mix de Marketing para determinar si el trabajo de investigación es factible para realizarlo con el Frigorífico Popular.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **Tema:**

Estudio de las Estrategias publicitarias en la venta de productos cárnicos y embutidos del Frigorífico Popular de la ciudad de Ambato.

### **CONTEXTUALIZACION**

#### **Micro contextualización**

En el año de 1983 el Frigorífico Popular abre sus puertas como una pequeña tercerna ofreciendo netamente productos cárnicos. Por las exigencias de los clientes el Frigorífico Popular fue incrementando y ampliando la gama de productos alejándose de la imagen de una simple tercerna. La calidad de nuestros productos y servicios fue mejorando al incrementar frigoríficos exhibidores y una cámara fría convirtiéndonos en los primeros a nivel provincial y cantonal en adquirir dicha maquinaria. El Frigorífico Popular ha recibido las acreditaciones necesarias que ofrece Agro Calidad Ministerio de Salud Pública, y el Departamento de Higiene y Salubridad del Municipio de Ambato, por la conservación de la cadena de frío y la manipulación de los productos que aquí se expende. El Frigorífico Popular ha evolucionado por las exigencias del mercado al punto de procesar cárnicos empacados al vacío, cortes especiales, y maduración de carnes todo por la constante preparación de su personal, lo que nos ha llevado a ser un referente a seguir.

## **Quienes somos**

Somos una empresa de carácter familiar que trabaja en la satisfacción de sus clientes con miras a la excelencia.

## **Misión y Visión**

### **Misión**

Cumplir con las exigencias de nuestros clientes brindando el mejor producto y servicio.

### **Visión**

Lograr posicionamiento en un mercado altamente competitivo y en constante evolución, con una capacitación continua de nuestros empleados.

El Frigorífico Popular cuenta con una amplia gama de proveedores los cuales diariamente nos visitan para abastecernos de sus productos. Muchos de nuestros proveedores nos brindan ventajas como crédito de 8 y 15 días siendo esto una señal de confianza y seriedad que la empresa ha ganado.

Los productos que vende el Frigorífico Popular marcan la diferencia con la competencia sin olvidar que Frigorífico Popular al igual que otras empresas tiene competencia desleal esto se convierte en un aspecto negativo ya que estas terceras al tener costos mínimos y controles menos rigurosos pueden expender sus productos a precios más bajos.

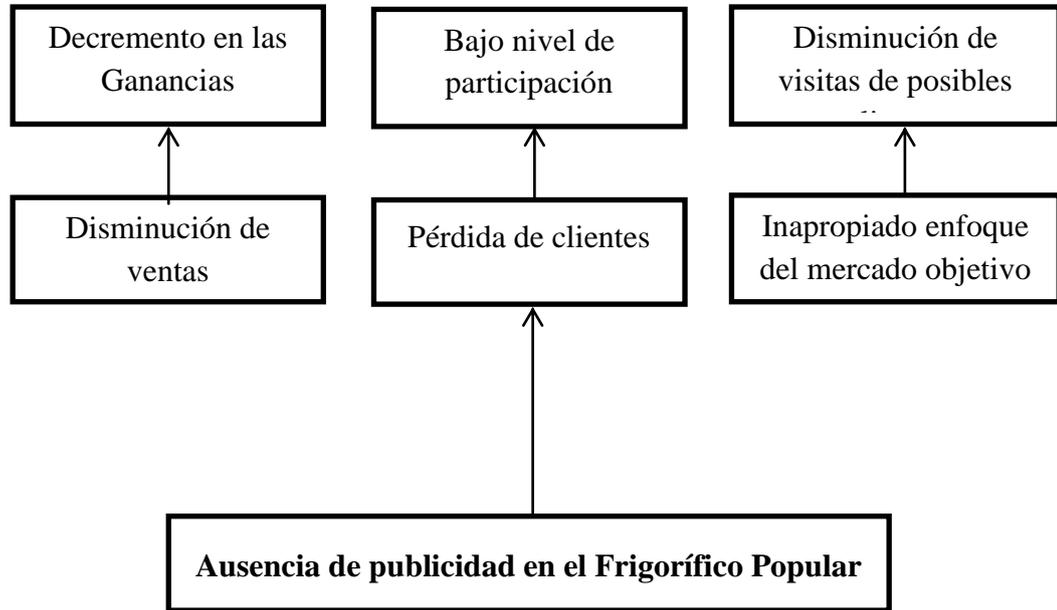
Como competencia directa del Frigorífico Popular esta:

- Frigorífico La Fama
- Frigorífico Berlín

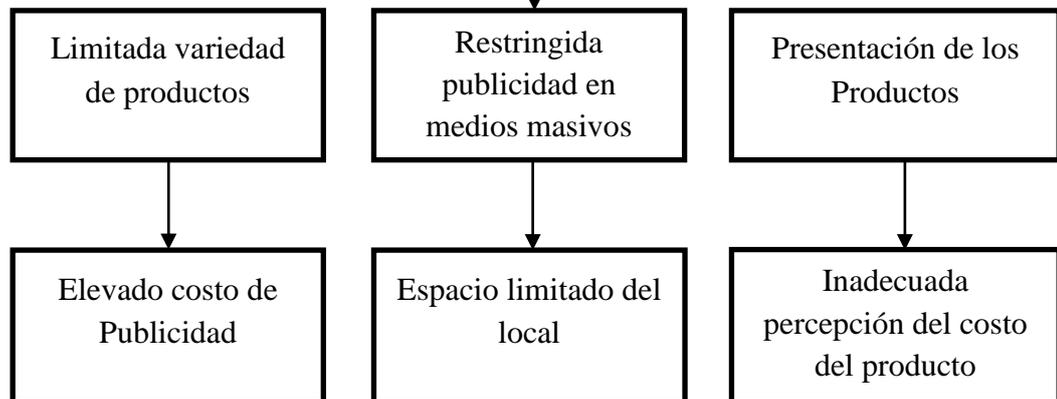
- Frigorífico Fortunato
- Supermercados Tía
- Supermercados Mi Caserita

## ARBOL DE PROBLEMAS

### EFFECTOS



### CAUSAS



**Gráfico N. 1:** Relación Causa Efecto

**Elaborado por:** Diana Toalombo

## **PROGNOSIS**

Si no se aplica de manera adecuada las estrategias publicitarias las ventas decaerán provocando el cierre de la empresa.

### **Análisis Crítico**

Muchos de los locales que expenden este tipo de productos en la ciudad de Ambato no realizan publicidad adecuada, lo que incide en el público para el desconocimiento de la existencia de dichas empresas y de los productos que se oferta.

El elevado costo de la publicidad en medios masivos provoca la ausencia de publicidad en el Frigorífico Popular disminuyendo sus ventas y ocasionando el decremento de sus ganancias.

Otro problema que impide el crecimiento de las ventas en el Frigorífico Popular es el limitado espacio del local y la limitada variedad de productos, esto provoca la pérdida de clientes y bajo nivel de participación en el mercado.

También podemos referirnos a la inadecuada percepción del costo del producto por la presentación del mismo que es generado por el inapropiado enfoque del mercado objetivo produciendo esto una disminución en la visita de posibles clientes.

Estas causas influyen para que el posicionamiento de dicha empresa se encuentre truncado y la administración de la empresa se vea afectada sin objetivos claros lo que provoca que cada vez tengan menos oportunidades de superación y desarrollo.

## **Justificación**

El Plan de Medios tiene como objetivo asignar presupuestos afines concretos, de tiempo y espacio en medios, de la manera más rentable posible.

Los medios son otras tantas vías para conseguir los objetivos de mercado, ya que constituye la materialización de conceptos que están incluidos en el Marketing, por lo tanto la planificación de medios es un proceso, de toma de decisiones que van marcando el camino a seguir para utilizar, de la mejor manera posible el tiempo y el espacio publicitario de los medios, y de esta forma contribuir a la consecución de los objetivos de Marketing de un anunciante.

La provincia de Tungurahua y precisamente la ciudad de Ambato constituye un mercado muy competitivo, convirtiéndose en un sector muy atractivo para la creación de locales comerciales de cárnicos y embutidos.

Permite satisfacer una demanda creciente por lo que es necesario implementar Estrategias de Publicidad para que mejore las ventas del Frigorífico Popular.

Adicional con este proyecto se podrá complementar las habilidades y destrezas de los comerciantes para alcanzar el beneficio de la empresa.

El impacto que tendrá la implementación de Estrategias Publicitarias será de gran beneficio para el Frigorífico Popular ya que si pueden contar con una guía práctica para realizar su trabajo será más fácil desarrollarse, crecer y ascender en un mercado teniendo como recompensa el cubrir sus deudas, incrementar sus ventas y a su vez obtener buenas utilidades.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

- Estudiar las estrategias publicitarias a ser implementadas en el Frigorífico Popular de la ciudad de Ambato.

### **Objetivo Especifico**

- Determinar la adecuada estrategia publicitaria para el Frigorífico Popular.
- Establecer los medios de comunicación adecuados para el Frigorífico Popular.
- Establecer una herramienta de solución que permita mejorar el nivel de ventas del Frigorífico Popular.

## **CAPITULO II**

### **PROPUESTA**

#### **Título de la Propuesta a Implementarse**

Plan de Medios para el Frigorífico Popular en la ciudad de Ambato.

#### **Objetivos de la propuesta**

##### **General**

- Diseñar un Plan de Medios para posicionar al Frigorífico Popular.

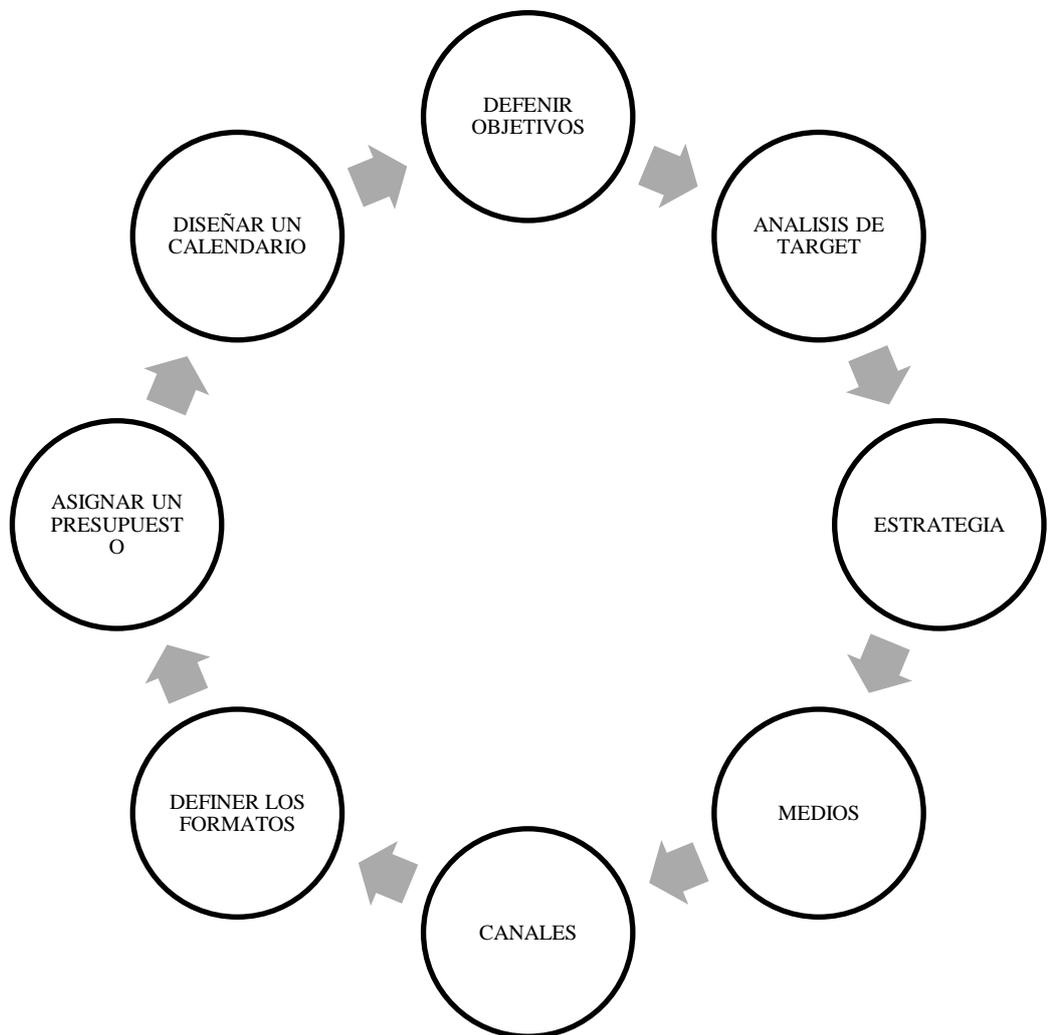
##### **Específicos**

- Determinar el medio a utilizar para la publicidad de Frigorífico Popular.
- Añadir un valor agregado al producto, sin alterar los precios de venta al público.
- Brindar al cliente alternativas de compra.

#### **Modelo Operativo de ejecución de la propuesta.**

Elaborar un Plan de Medios para el Frigorífico Popular

## MODELO GRAFICO



**Gráfico N. 2:** Relación Causa Efecto

**Elaborado por:** Diana Toalombo

## **ESQUEMA DEL PLAN DE MEDIOS**

### **1. Definir los objetivos**

#### **GENERAL**

- Incrementar las ventas del Frigorífico Popular y lograr su posicionamiento, en el mercado.

#### **ESPECIFICOS**

- Dar a conocer los productos de buena calidad que se oferta en el Frigorífico Popular.
- Incrementar las ventas totales del Frigorífico Popular.
- Fidelizar al cliente con estrategias de buen servicio, excelentes productos con precios razonables.
- Promocionar la variedad de productos que pueden encontrar en el Frigorífico Popular.

### **2. Análisis del Target**

#### **MODELO VERBAL**

El Frigorífico Popular cuenta con una amplia gama de clientes que consumen todos los productos que se ofertan teniendo un estimado de visitas mensuales de 6000 personas.

El Frigorífico Popular se encuentra ubicado en las afueras de Mercado Modelo siendo este uno de los principales centros de acopio de la ciudad por lo cual la gran mayoría de sus clientes acuden al Frigorífico Popular para abastecerse de sus productos.

Según información del INEC la provincia de Tungurahua en el último censo del 2010 tiene una población de 504.583 habitantes de los cuales 329.856 habitantes son de la ciudad de Ambato 175.026 son mujeres y 159.830 hombres con una edad promedio de 30 años.

Por motivos de la globalización y la migración el cliente se ha ido culturizando con respecto a su alimentación por esta razón buscan productos sanos, de buena calidad y presentación.

El comportamiento del consumidor ha evolucionado con respecto a sus hábitos alimenticios y buscan incorporar en su dieta diaria nuevas recetas exóticas y acuden a lugares como el Frigorífico Popular en busca de determinados ingredientes que aquí se ofertan.

En la provincia de Tungurahua en especial en el cantón Ambato contamos con medios de comunicación como radio, prensa y televisión, esta ciudad por ser un referente comercial muchas de sus empresas o industrias publican sus anuncios y ofertas en alguno de estos medios de comunicación, por esta razón la gran mayoría de posibles consumidores acuden a estos medios para informarse.

### **3. Estrategias**

- Ofrecer al cliente un tríptico con fotografías en alta definición de los productos que ofertamos, el precio y procedencia.
- Incluir nuevos atributos al producto como por ejemplo darle un empaque llamativo manteniendo los precios para lograr una rápida penetración en el mercado.
- Ofrecer al cliente atención personalizada para de esta manera cubrir sus necesidades.
- Incrementar publicidad en medios de comunicación masivos como radio prensa televisión redes sociales.

#### **4. Medios**

La ciudad de Ambato cuenta con tres medios de comunicación.

##### **Medios Radiales**

La radio comunicación es la tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de su frecuencia o amplitud de ondas electromagnéticas.

Las características de este medio es que el mensaje es personificado, está relacionado con el público, y el mensaje cuenta con volatilidad.

En Ambato existen 8 emisoras radiales:

- Radio Centro
- Radio Mera
- Radio Bandida
- Radio Ambato
- Radio Canela
- Radio Bonita
- Radio Continental
- Radio Amor FM

Las emisoras con alto rating son:

- Radio Ambato
- Radio Bandida

##### **Medio Televisivo**

La Ciudad de Ambato cuenta con 2 estaciones de televisión:

- Ambavisión TV
- Unimax TV

## Medio Escrito

La Ciudad de Ambato cuenta con 3 medios escritos:

- Diario La Hora
- Diario El Heraldó
- Diario El Ambateño

## 5. Canales

El canal de distribución representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor. Según sean las etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el cliente, así será la denominación del canal.

### Radio Ambato

**Cobertura:** Cubre todo el centro del país

**Audiencia:** Público medio y medio bajo y alta

**Frecuencia:** 930 AM

**Target:** Popular Interactiva

**Tarifa:** 8 cuñas de lunes a viernes \$ 293.00

### Cuadro N. 1

**Título:** Calendario Editorial

<b>DIA</b>	<b>HORA</b>	<b>PROGRAMA</b>
Domingo	7Hs	Panorama
Lunes a viernes	8Hs	Deportes y goles
Lunes a Sábado	6Hs	El espectador matinal
Lunes a Viernes	16Hs	El espectador de la tarde
Lunes a viernes	18Hs	Al morir de las tardes
Lunes a Viernes	16Hs	Pulso deportivo
Lunes a Sábado	22.30Hs	Amaneciendo

**Fuente:** Radio Ambato

**Elaborado por:** Diana Toalombo

Frigorífico Popular utilizará este medio radial con cuñas comerciales de lunes a viernes en horario rotativo en la programación general.

**Deportes y goles:** de lunes a viernes a las 7Hs

**El espectador de la tarde:** de lunes a viernes a las 16Hs

**Al morir de las tardes;** de lunes a viernes 16Hs

#### **Radio Bandida**

**Cobertura:** Cubre todo el centro del país

**Audiencia:** Publico medio y medio alto

**Frecuencia:** 89.7 FM

**Potencial:** 2000 watts

**Target:** Popular Interactiva

**Tarifa:** 8 cuñas (mención hablada) \$ 217.00

## Cuadro N. 2

**Título:** Calendario Editorial

<b>DIA</b>	<b>HORA</b>	<b>PROGRAMA</b>
Lunes a Viernes	00.00Hs	Ñuca Ecuador
Lunes a Viernes	7.00Hs	Ballenato
Lunes a Viernes	2.00Hs	A que no te duermes
Lunes a Viernes	4.00Hs	El garrotazo
Lunes a viernes	6.00Hs	Educa
Lunes a Viernes	6.15Hs	El mañanón
Lunes a viernes	6.30	Ñuca Ecuador
Lunes a Viernes	6.37Hs	El mañanón
Lunes a Viernes	8.00Hs a 12.00Hs	Radio explosión
Lunes a Viernes	12.00Hs a 14.30	Que música
Lunes a Viernes	15.00Hs a 18.00Hs	El reventón
Lunes a Viernes	18.00Hs a 22.00Hs	Discoteca night
Lunes a Viernes	22.00Hs a 00Hs	Noches de climax

**Fuente:** Radio Bandida

**Elaborado por:** Diana Toalombo

Frigorífico Popular utilizará este medio radial con 8 cuñas menciones habladas, de la siguiente manera.

Lunes a Viernes Vallenato 7.00Hs

Lunes a viernes Que música 12.00Hs a 14.30Hs

Lunes a Viernes El Reventón 15.00Hs a 18.00Hs

## **UNIMAX TV**

Con cobertura en la provincia de Tungurahua

**Nombre:** Unimax Televisión

**Teléfono:** 2840393

### **Horarios para los pautajes**

07H00 Noticiero de la mañana

13H00 Noticiero del medio día

19H00 Noticiero de la noche

Total: 6 pautajes de Lunes a Viernes

Costo: \$ 730

## **INTERNET**

Página oficial de Facebook

Edad: Entre 18 y 65 años

Sexo: Masculino y Femenino

### **Cuadro N. 3**

#### **Título: Internet**

\$ 10 diarios	Alcance estimado de 1242_ 3275 Personas que visualizaran la publicación
---------------	---

**Fuente:** Internet

**Elaborado por:** Diana Toalombo

## **6. Definir los Formatos**

### **FORMATO PARA MEDIO RADIAL**

Frigorífico Popular productos sanos por excelencia te atiende en las calles Tomas Sevilla y Cevallos exteriores del mercado Modelo en la ciudad de Ambato, aquí podrás encontrar toda clase de productos cárnicos, embutidos, lácteos, enlatados, todo para tus parrilladas o eventos de catering, recibirás una atención personalizada y además recibirás grandes descuentos por tus compras.

### **INTERNET**

En la página de Facebook se presentará el Slogan del Frigorífico popular los productos que se ofertan, los diferentes tipos de cortes con fotografías, las promociones y los números de contacto para reserva de pedidos.





## **8. Diseñar un calendario/timing**

Al ser Radio Ambato una de nuestras pautadoras comerciales nuestros anuncios publicitarios deberían ser transmitidos antes, durante y después de los partidos de fútbol de preferencia en partidos locales, teniendo pleno conocimiento de que la audiencia de esta estación de radio es sumamente alta, así podemos atacar a un amplio espectro de potenciales clientes.

En cambio radio Bandida FM pautaría nuestros anuncios publicitarios en vísperas y durante festividades como Navidad, año nuevo, carnaval de Ambato, Semana santa, día del maestro, y otros feriados que a nivel nacional se festejan, convirtiéndose esta una gran oportunidad para atraer clientes que buscan un lugar para abastecerse con productos variados para sus barbacoas.

En ambos casos nuestra elección de pautar en estas dos emisoras es porque una gran cantidad de transportistas públicos escuchan estas radios y al transportar gran cantidad de pasajeros estos escuchan involuntariamente, alcanzando así un infinito número de posibles clientes.

La red social Facebook en cambio, estaría a disposición de nuestros clientes las 24 h al día 7 días a la semana 365 días al año, solamente estaríamos diariamente actualizando información y renovando nuestras ofertas.

La publicidad por medio de trípticos y tarjetas de presentación se realizaría mediante la entrega a público directo en nuestro local y en las vías públicas con alto tráfico de transeúntes, de preferencia en festividades como Navidad y fiestas de la Flores y Frutas, vinculando los mismos a descuentos que recibirían por canje de estos.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

- Frigorífico Popular está en capacidad de aplicar un Plan de Medios en la ciudad de Ambato ya que cuenta con los recursos financieros para aplicar la investigación.
- Según el ranking de los medios de comunicación tanto en los sectores urbanos como rurales se dará a conocer el mensaje del Frigorífico Popular por los medios antes mencionados para llegar de la manera más efectiva a la audiencia.

### **RECOMENDACIONES**

- El personal del Frigorífico Popular debe estar en constante capacitación para brindar el mejor servicio a sus clientes.
- Utilizar de una manera adecuada los medios de comunicación para tener una buena aceptación en la ciudad de Ambato.

## BIOGRAFÍA

- MORALES Y ASOCIADOS (2000). “Las mejores ideas de Marketing, comercio y ventas”. Grupo CIMA. Bogotá-Colombia
- [http://www.google.com.ec/webhp?.sourceid=chromeinstant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=librosplandemedios&\\*](http://www.google.com.ec/webhp?.sourceid=chromeinstant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=librosplandemedios&*)
- [https://es.wikipedia.org/wiki/radio\\_\(medio\\_de\\_comunicaci%C3%B3n\)](https://es.wikipedia.org/wiki/radio_(medio_de_comunicaci%C3%B3n))
- <https://www.lancetalent.com/blog/como-hacer-plan-de-medios-9-pasos/>

# ANEXOS

## Anverso

<p><b>Mortadela y Embutidos LA IBERICA</b></p> 	<p><b>TOMAS SEVILLA Y CEVALLOS</b>  <b>MERCADO MODELO</b>          2426617 - 0983457450          mary_esther1957@hotmail.com</p>	
<p><b>Embutidos PIGGIS</b></p> 		
<p><b>Embutidos JURIS</b></p> 		
<p><b>Embutidos DON DIEGO</b></p> 	<p><b>TOMAS SEVILLA Y CEVALLOS</b>  <b>MERCADO MODELO</b>          2426617 - 0983457450</p>	

## Reverso

<p><b>Embutidos Diversos</b></p> 	<p><b>BIFE CHORIZO</b></p>  <p><b>\$ 4,25 LIBRA</b></p>	<p><b>CUADRIL</b></p>  <p><b>\$ 5,25 LIBRA</b></p>
<p><b>Carnes Empacadas y cocidas chuletas</b></p> 	<p><b>FILET MIGNON</b></p>  <p><b>\$ 7,25 LIBRA</b></p>	<p><b>COWBOY STEAK</b></p>  <p><b>\$ 8,50 LIBRA</b></p>
<p><b>T-BONE STEAK</b></p>  <p><b>\$ 5,25 LIBRA</b></p>	<p><b>PICAÑA</b></p>  <p><b>\$ 5,00 LIBRA</b></p>	<p><b>COSTILLAS BBQ</b></p>  <p><b>\$ 4,50 LIBRA</b></p>

Tarjeta de Presentación



**FRIGORÍFICO POPULAR**  
*Procurando calidad por experiencia*



Esther Portilla  
PROPIETARIA

(03) 2426 617 - 0987961793  
maryesther\_1957@hotmail.com



**OFRECE:**

- Embutidos
- LA IBERICA
- JURIS
- DON DIEGO



- T-BONE STEAK
- BIFE CHORIZO
- FILET MIGNON
- PICAÑA
- CUADRIL
- COWBOY STEAK
- COSTILLAS BBQ

*La calidad por Experiencia...*

Dir.: Tomas Sevilla y Cevallos  
Exterior del Mercado Modelo  
Ambato - Ecuador