



MODALIDAD DE TITULACIÓN

Examen Complexivo Escrito

Tema De Caso:

CERVEZA ARTESANAL

Elaborado Por:

Betsy Marilu ALVIA parrales.

Tutor:

Lcda. Andrea Arauz Chávez. Mg

Nivel:

Decimo

Manta, Ecuador

27 De Enero Del 2025



EXAMEN DE GRADO DE CARÁCTER COMPLEXIVO

Casos Núcleo Problémicos

Gestión de la Comunicación

Caso Cerveza Artesanal

Plan comunicacional

Antecedentes

1. Antecedentes

Gastón García de 34 años es un emprendedor guayaquileño que empezó su negocio hace 8 años con una herencia que recibió donde invirtió en una maquinaria simple para su producto la cerveza artesanal, al cual nombró “La Perla”

Al inicio empezó vendiendo su producto a sus amigos y conocidos por pedidos, hasta que pudo lograr vender a un Bar en la misma ciudad. Con el tiempo fue adquiriendo experiencia en el mejoramiento del producto a su vez de la compra de su maquinaria y el alquiler de un galpón para implementar su fábrica. Para acceder a estos activos tuvo que hipotecar el departamento que tenía, rápidamente se posesionó en el mercado como un producto de calidad, con un buen precio superior a los de sus competidores. Esto hizo que la cadena más grande del supermercado del país se interesara en adquirir la cerveza y finalmente firmaron el contrato con Gastón García. Sus otros clientes eran 3 bares de un sector exclusivo, 1 hotel de 5 estrella y 3 restaurantes.

Por todo lo mencionado, esta empresa pertenece a la industria de bebidas alcohólicas, específicamente al sector de la cerveza. Sin embargo, debido a su enfoque artesanal y a menudo local, también se le considera parte de la industria de alimentos y bebidas artesanales o industria de la gastronomía. Su actividad Económica es la Producción y Comercialización de venta de cerveza artesanal ubicada en la ciudad de Guayaquil a Nivel Nacional.

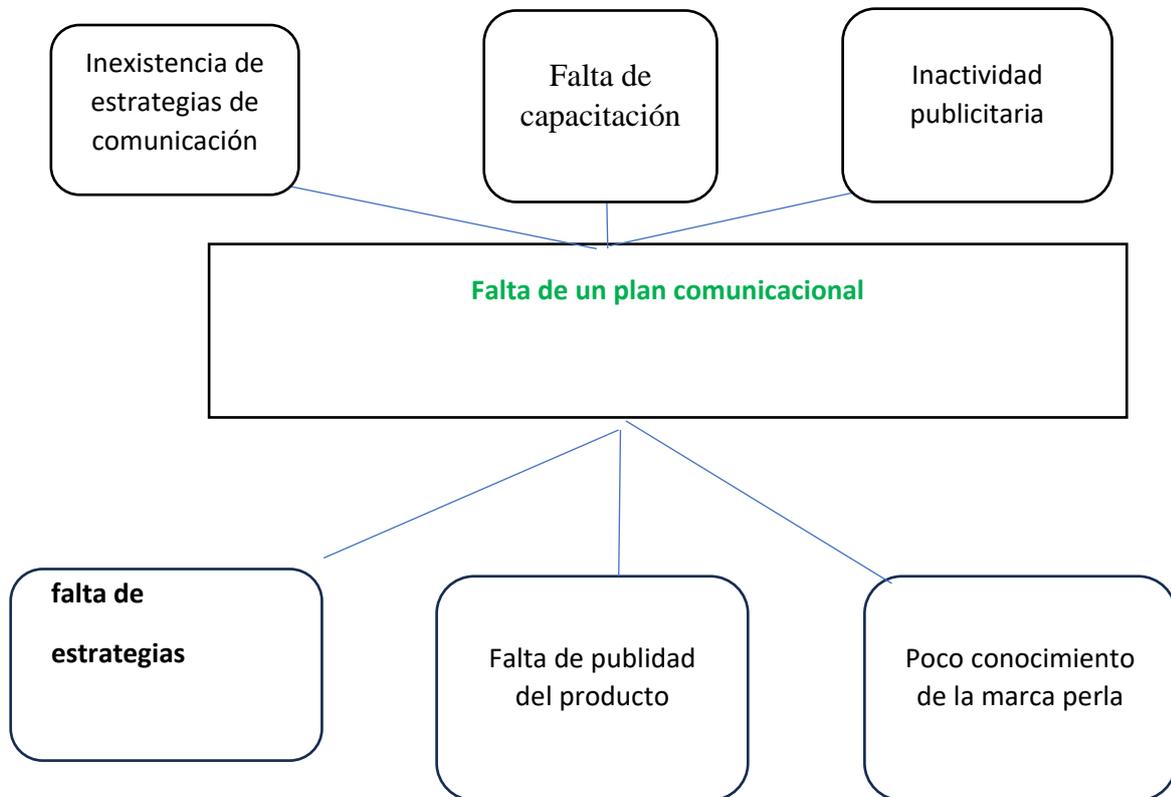
El dueño de la empresa es un experto en la producción, pero no tanto en la comercialización de la cerveza, por lo que busco un socio el señor Miguel Rodríguez. Esta tenía experiencia en ventas de un negocio familiar, aunque nunca había incursionado en esta clase de artículos.

Después de 6 meses de la firma del convenio con el supermercado, las cosas comenzaron a decaer. Constantemente había retrasos en el cumplimiento de los pedidos con todos los clientes esto debido a que la planta operaba solo 3 días a la semana, porque esos eran los días que Gastón había designado para producción.

Como competencia directa de la empresa “La Perla” se tiene y como competencia indirecta se tiene a las Cervecerías industriales premium teniendo en esta categoría a Club premium y a Heineken, también teniendo otras opciones como el vino y cocteles-



Árbol del problema



2. Objetivos del negocio

Implementar un plan Comunicacional para el producto cerveza Artesanal "perla".

3. Contextualización

La contextualización de este plan comunicacional es el Análisis del entorno en el que se encuentra el producto de comercialización de cerveza artesanal para definir su público objetivo y los objetivos de comunicación.



Este análisis de contexto es un paso fundamental para elaborar el plan de comunicación siendo eficaz. Que permite conocer la situación actual de la marca del producto tanto interna como externo.



La MATRIZ MEFI

La matriz MEFI, conocida también como MEFI, Son las siglas de evaluación de factores Internos. Una herramienta que permite realizar una auditoría interna y así entender las fortalezas y debilidades del producto o de alguna de sus áreas funcionales.

FORTALEZA

En el analisis FODA Analizaremos la fortaleza del producto en este caso la comercializadora del producto cerveza artesanal garantiza una Marca posesionada en la mente de los consumidores q quienes los compran.

Debilidades

En este caso se estudia las debilidades de la comercializadora encontramos la baja innovación del producto



MATRIZ MEFE

La Matriz MEFE es una evaluación que evalúa los factores externos que pueden afectar a al producto de la Marca. Estos factores pueden incluir tendencias del mercado, y regulaciones en su condición económica.

Y es una herramienta de diagnóstico que permite identificar y evaluar los factores externos, a través de las Oportunidades y Amenazas más importantes de la Dependencia o Entidad, que puedan influir en su crecimiento y expansión.

Oportunidades

Demanda por parte de los clientes que pueden ser clientes potenciales para el producto

Amenazas

Riesgo de entrada de nuevos competidores con una mejor calidad y menor precios.

4. Objetivos de comunicación

Concepto general. Su significado es importante.

Un objetivo de comunicación es una meta que se establece para lograr al transmitir un mensaje. Los objetivos de comunicación pueden ser:

- Informar
- Persuadir
- Motivar
- Entretener



El objetivo de la comunicación es darles sentido a las palabras, compartir información que sea comprensible para el oyente. Por ejemplo, al comunicarnos podemos querer transmitir una idea o influir sobre una acción determinada, el propósito de informar también suele estar implícito en el objetivo de la comunicación.

https://www.google.com/search?q=que+es+un+objetivo+de+comunicacion&sc_esv=abeaf692be13b8d9&sxsrf=ADLYWILrtWCJ47yMoMNg8ecA5JQKhaiZnQ%3A17361319215

El objetivo principal

Implementación publicitaria como en la tv, radios, redes sociales

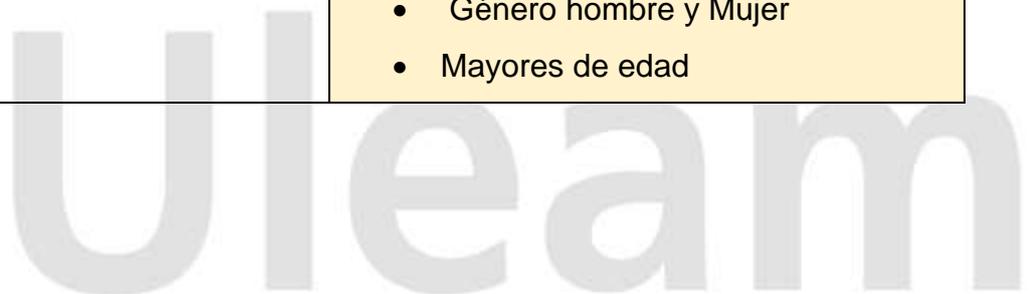
Mejorando el posicionamiento de la marca para una mejor visualización del producto.

Público objetivo

el producto (cerveza artesanal) en este plan comunicacional se dirige a estos elementos como características, interés, y comportamiento y se consideran como futuros clientes.

5. Público objetivo (perfil del consumidor)

Público Objetivo para Plan de Comunicación	
Geográfico	Ecuador-Región Costa -Exterior
Demográfico	<ul style="list-style-type: none">• Género hombre y Mujer• Mayores de edad





Psicográfico	<ul style="list-style-type: none">• Estilo de vida, activo• Personalidad, carismática, flexible, ect• Valores; Respeto, Empático, ect
De Comportamiento	<ul style="list-style-type: none">• Compradores del producto con una necesidad satisfactoria- (tiendas ,bares,restaurantes,hoteles,ect.• CENTRO COMERCIALES MAYORISTAS Y MENORISTAS• Mercados barriales)

6. Mensaje

El producto está dirigido para un público, como es la cerveza artesanal aplicando el plan comunicacional acertando para sus consumidores. Un producto de satisfacción en cada hogar o familia que el público reconozca su marca dándose a conocer por medio radial y por medio de la TV, y por otra se implementaran cuñas en el medio radial y red social, tv con una iniciativa humorístico sobre el producto para llamar más la atención de la marca y sea mas agradable en la cual será por 6 meses expuesto en varios medios.

7. Canales



Cerveza artesanal siendo una comercializadora de productos dirigido para un público, aplicando el plan comunicacional acertando para sus consumidores. Un producto de satisfacción en cada hogar o familia que el público reconozca su marca dándose a conocer por medio radial y por medio de la TV, y por otra se implementaran cuñas en el medio radial y red social, tv con una iniciativa humorístico sobre el producto para llamar más la atención de la marca y sea más agradable en la cual será por 6 meses expuesto en varios medios.

Los canales observados y escogidos para este plan de comunicación son:

Radio

- Radio canela FM89.3

Spot de 15, 20, 25, 30, de 3\$, 5\$, 8\$, 10\$, este valor debe ser por cada día que transmitan la cuña radial.

- Radio son de manta FM93.3

Tarifa:

Menciones tiene el valor de 5\$ de 30 a 45 segundos en horario triple A.

30 segundos a 9\$

45 segundos a 10\$

60 segundos a 11\$

8. Recursos y fijación de presupuesto



1		PRESUPUESTO					
2		NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
3	MEDIOS PROPIOS						
4	Recursos creativos y de video	50	50	50	50	50	50
5	Creación de contenido	100	100	100	100	100	100
6	MEDIOS ONLINE -RADIAL						
7	Contenido radial	280	280	280	280	280	280
8	Contenido online	30	30	30	30	30	30
9	TOTAL	460	460	460	460	460	460
10							
11							
12	MEDIOS PROPIOS	900					
13	MEDIOS ONLINE -RADIAL	1860					
14	TOTAL DE LOS 6 MESES	2760					

Instrumentos

- Internet
- Computador personal

- Microsoft Word
- Documentos descargados

Objetivo	Estrategias	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
General: Implementar comerciales que generen actitud positiva en la audiencia.	Diseñar comerciales con sentido humorístico.	Cada grupo seleccionado, deberá presentar dos proyectos comerciales la gerencia.	Listado de los colaboradores de cada área.	1 mes	Jefe de publicidad de la empresa de Consumo masivo.
Específicos: <ul style="list-style-type: none"> Creación de comercial radial para las principales ciudades del sector Costero del Ecuador. 	Desarrollar contenido radial, humorista y explicativo del producto.y de la marca.	Después que se elija el contenido más adecuado, se implementara en las emisoras más sintonizadas de la región costera	Datos de precios de dichos canales radiales.	6 meses	Jefe de Publicidad de la empresa de producto de vevida
<ul style="list-style-type: none"> Elaborar post con algo de humor en Redes sociales de la empresa para mayor visualización de los consumidores 	Crear contenido actualizado y humorístico para entretener al público objetivo.	Los contenidos se implementará en redes sociales como los es Facebook, Instagram, tiktok	Listado de precios de esta plataformas y compra de aplicaciones para poder crear contenido. Equipo tecnológico.	6 meses	Jefe del área de publicidad de empresa de productos de vevida de halcol-

10. Evaluación de resultados (indicadores)

- Revisión del objetivo general y el específico mes a mes por 6 meses del año.



- Revisión de los indicadores de las redes sociales al culminar cada mes considerado en el plan de comunicación.
- Revisión de los gastos financieros en publicidad de la marca. Del producto cerveza artesanal "perla"

Para la medición de los resultados, serán de forma mensual, puesto que en la plataforma de las redes sociales que se utilizaron los cuales se pueden apreciar de manera mensual desde noviembre hasta abril

Biografía

https://www.google.com/search?q=que+es+un+objetivo+de+comunicacion&sca_esv=abeaf692be13b8d9&sxsrf=ADLYWILrtWCJ47yMoMNg8ecA5JQKhaiZnQ%3A17361319215

https://www.google.com/search?q=envase+de+l+cerveza+artesanal+perla&sca_esv=f6c6b98bce857511&rlz=1C1GCEA_enEC1146EC1146&sxsrf=AH Tn8zqaAo2cK2CoxGTZ

datos generales

correo personal

besmaryluhotmai.com

celular 0983625973.