Escuela Superior Politécnica del Litoral

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

La ESPOL promueve los Objetivos de Desarrollo Sostenible

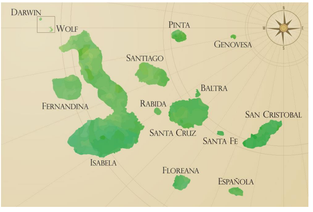
Agustín Palacios
agujpala@espol.edu.ec

Adriana Naranjo
adrvnara@espol.edu.ec

Alternativas estratégicas para la comercialización de productos panificados de la empresa Rico Pan S.A en el mercado de la Región Insular

PROBLEMA

La famosa panificadora multinacional Rico Pan S.A inició sus actividades en Ecuador en el año 2014, donde sus plantas de producción fueron establecidas en Quito y Guayaquil, de estas se distribuyen los productos a las 3 regiones del Ecuador, por lo que la marca tiene presencia y reconocimiento en casi todo el país, pero por temas de distribución logísticos no posee una estrategia de comercialización definida en las Islas Galápagos.



OBJETIVO GENERAL

Identificar la mejor alternativa estratégica para introducir los productos de la empresa Rico Pan S.A en el mercado de la Región Insular, por medio del análisis financiero y estratégico aplicando la metodología caso de negocio de Harvard.

PROPUESTA

Se realizaron entrevistas a 6 miembros de la empresa consideradas dentro de los grupos de interés del problema, los cuales generaron 6 posibles alternativas de solución, de las cuales fueron evaluadas por medio de la pertinencia con el cumplimiento de los objetivos de la empresa. Luego, las 4 alternativas seleccionadas fueron analizadas desde una perspectiva financiera por medio de la simulación financiera de su aplicación y desde la perspectiva estratégica evaluando posibles beneficios no financieros de la aplicación de la alternativa.

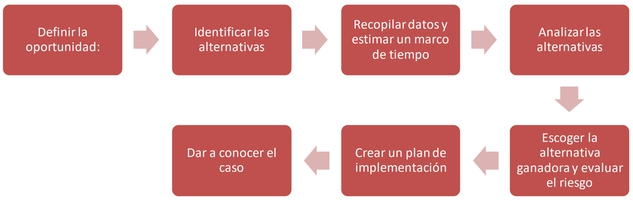
Alternativa 1: Creación de un nuevo producto de pan de molde que posea menor cantidad de rebanadas para su exportación.

Alternativa 2: Colocar el valor del transporte dentro del precio del producto.

Alternativa 3: Colocar un mayor costo a las bonificaciones del producto.

Alternativa 4: Realizar un pan con mayor tiempo de vida útil.

Se usó la metodología de caso de negocio de Harvard que consta de 7 pasos:



RESULTADOS

La estrategia de creación de un nuevo producto de pan es la mejor alternativa para introducir los productos de Rico Pan S.A a la región Insular cumpliendo los objetivos financieros y estratégicos de la empresa.

Alternativa 1: Creación de un nuevo producto de pan de molde que posea menor cantidad de rebanadas para su exportación.

La utilidad Generada es de 10.1 PP.

PVP $1.25.

20 unidades por embalaje.

Requiere inversión de 400k para separadora.

Después de la inversión genera ganancias.

Inversión agiliza otros procesos.

Beneficios:

Mayor presencia.

Al alcance de todos.

Producto rentable.

Plan estratégico viable en ejecucion.

CONCLUSIONES

1. Las empresas hoy en día están llamadas a proponer alternativas de solución a problemas sociales .
2. No existe una única alternativa para introducir los productos a las Islas Galápagos, para nuestro caso de estudio la mejor alternativa es crear un producto con menor cantidad de rebanadas.
3. La alternativa seleccionada no solo permite contribuir a un beneficio social, que es tener un producto disponible a un precio mucho más competitivo, si no también genera una venta incremental que afecta positivamente al estado de resultado de la compañía.
4. Aporta a solventar una necesidad básica como lo es la alimentación en estos momentos duros por escases de alimentos en las Islas.
5. La empresa sigue cuidando de la ejecución en el punto de venta, siguen siendo líder en calidad e inocuidad cuidando todas las aristas de la cadena de valor hasta el consumidor final.
6. Es posible que otras empresas tomen como referencia este estudio para poder definir estrategias la cual permita ingresar en el mercado de las Galápagos.

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

2 HAMBRE CERO

10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES