

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA DISTRIBUCIÓN DE PASTA DE HARINA DE TRIGO PARA EMPANADAS EN LA REGION SIERRA Y AMAZONÍA DEL ECUADOR DE LA EMPRESA LA CHILENITA S.A.

PROBLEMA

¿Es factible la extensión de la empresa en el mercado de la región Sierra y Amazonía, para tener mayor cobertura a nivel nacional por medio de la utilización de los canales de distribución existentes?

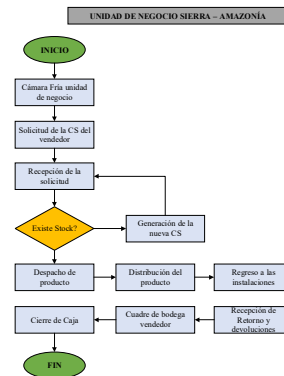
OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan estratégico de introducción Chilenita en la Sierra y Amazonía



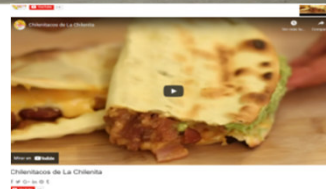
PROPUESTA

Poner en marcha un centro de distribución dentro del mercado de la Sierra y Amazonía, desarrollando un estudio organizacional, técnico y financiero para determinar la factibilidad de la distribución de pastas frescas en la Región.



RESULTADOS

- Los factores determinantes en la compra de este tipo de producto es la facilidad de preparación, sabor, precio y empaque.
- Se presenta una tendencia igual que en el mercado de la Región de la Costa en cuanto a la presentación del producto que prefieren.
- Los medios de mayor preferencia para recibir información son los supermercados, redes sociales y el marketing de boca a boca.
- Los principales canales para distribuir este producto dentro del nuevo mercado son tienda de barrios y mercados municipales.



CONCLUSIONES

- Es necesario desarrollar una alianza con los actuales distribuidores de las principales provincias de la Sierra, ingresando con un margen adecuado fijando un precio atractivo para el consumidor final y de esta manera competir con las demás marcas como Yub Alimentos, Dopane, Tan Liz
- La Chilenita debe ejecutar como acciones principales el aumento de promoción y publicidad, que de acuerdo con las encuestas un medio adecuado son las redes sociales, lo cual se convierte en una oportunidad ya que estos medios tienen bajos costos y con una adecuada segmentación se obtendrá un alto impacto.