

RESUMEN EJECUTIVO

Almacén Jiménez Moreira se constituye dentro de la industria de servicio alimenticio y de ventas para la reventa de consumidores minoristas, como una pequeña empresa, cuya actividad corresponde a la distribución de: artículos para el hogar, línea hotelera y plásticos para la agroindustria. La misma que permanece en el mercado por más de 30 años, dentro de su gestión se encuentra como una de las fortalezas más importantes la cobertura a clientes, que pese a que tenga la empresa poco recurso humano, dicha fortaleza hace sostenible su actividad. Respecto a amenazas, el bajo nivel de fidelización a clientes hace que el entorno competitivo sea más fuerte.

El portafolio de productos es bastante diverso, contando con 11 líneas de producto, de las cuales en base a la matriz BCG, para las ventas 2011, representan: línea estrella de vajilla con una participación en ventas de 21,52%, línea vaca de dinero, cristalería con ventas de 14,30%, línea perro, repostería con participación de 0,5%, y línea de interrogación la de equipos industriales con ventas de 2,02%.

Sobre la industria de venta al por menor de utensilios de uso doméstico, cubiertos, vajilla, cristalería, plásticos y objetos de porcelana y de cerámica en establecimientos, para la ciudad de Quito, se presentó hasta el pasado 2012 una demanda de \$10'785.751,80, siendo la participación de mercado de la empresa del 4,21%. En base al análisis de indicadores de oferta y demanda proyectada se determinó para el año 2016, una demanda insatisfecha de \$662.468,50, la cual representa oportunidades para seguir ganando participación de mercado.

Al desarrollar el presente estudio se determinaron dentro de los segmentos de mercado, el mercado meta constituido por: servicios alimenticios y almacenes minoristas, con una participación en la cartera de clientes del 35% y 45%,

respectivamente. Con la investigación de mercados se determinaron gustos, preferencias y percepciones de los diferentes segmentos en las dimensiones del mix de marketing, información sobre la cual se plantearon estrategias para resolver el problema de la empresa que de acuerdo al Diagrama de Ishikawa es la baja participación de mercado.

Almacén Jiménez Moreira se encuentra en la etapa de ciclo de vida madurez, debido a que sus productos ya son aceptados en el mercado, las utilidades están niveladas, pese al incremento de ventas de la empresa en los años de estudio, ésta no crece en relación a la demanda del mercado

Respecto a la propuesta de direccionamiento estratégico, la misión y visión apuntalan a la empresa a la agregación de valor por servicio diferenciado, traducándose a estrategias de: desarrollo de atención personalizada, fortalecimiento e innovación de los elementos que forman la exposición sensorial en los puntos de venta, enfoque eficiente del portafolio de productos, entre otras orientadas a la satisfacción del cliente.