

RESUMEN

El ser humano busca un equilibrio de vida en condiciones de justicia y soberanía hacia el buen vivir, cumpliendo así uno de sus derechos que están garantizados en la constitución. El Ecuador tiene una gran biodiversidad y una cultura poseedora de muchas costumbres, tradiciones y uno muy profundo por el aspecto gastronómico que se mantienen hasta la actualidad. A pesar de que el espíritu de identidad se ha ido perdiendo poco a poco, en los últimos tiempos la prioridad del ser humano se ha inclinando por productos altamente saludables y muchas personas tienden a preferirlos ya que aportan beneficios para la salud existiendo un gran oportunidad para la chicha dentro de las bebidas naturales y refrescantes; teniendo una gran oportunidad de introducción en función de las necesidades del consumidor y de potencializarlas de manera que la empresa se convierta en el principal productor y comercializador de esta bebida a base de maracuyá y avena. el análisis situacional realizado en los mercados de Sangolquí y Machachi planteó la prospectiva estratégica organizacional para el lanzamiento de “deli chicha” como una nueva bebida natural y refrescante valorada por una sociedad que tiende a consumir productos naturales y que buscan alternativas diferentes en el mercado. para lograr un efectivo ingreso de la nueva bebida se ha considerado la planeación, ejecución y control de estrategias de marketing a través de una planificación estratégica de marketing para que “deli chicha” no solamente se posicione en el segmento al que quiere llegar sino que tenga la preferencia entre las bebidas no alcohólicas naturales, y que los consumidores sientan satisfacción al consumirla; para que finalmente “Deli Chicha” sea una bebida legendaria y un orgullo difundirla en todo el país como “Deli Chicha Nuestra Bebida”. Será de gran interés la lectura del presente trabajo por los novedosos resultados de la investigación de mercados, de la gran creatividad planteada para el plan estratégico de marketing para el lanzamiento de “Deli Chicha”.

Palabras Claves: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, POSICIONAMIENTO, SEGMENTACIÓN, ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL, MARKETING MIX

ABSTRACT

Human beings seek a balance of life in conditions of Justice and sovereignty to the good life, thus fulfilling one of its rights that are guaranteed in the constitution of the Republic of Ecuador. The country has a rich biodiversity and culture possesses many customs, traditions and a very deep for culinary which remain to this day. Although the spirit of identity has been lost gradually, in recent times the priority of the human being is leaning towards very healthy products and many people tend to prefer them because they provide health benefits and there is a great opportunity for Chicha within natural and refreshing drinks; having a great opportunity to introduce according to consumer needs and grow up so that the company will become the largest producer and marketer of this drink made with passion fruit and oatmeal. Situational analysis maked in Sangolquí and Machachi raised the perpective strategic organizational for her release of "Deli Chicha" as a new natural and refreshing drink valued by a society that tends to consume natural products and seeking alternatives in the market. for effective entry of the new drink was considered the planning, execution and control marketing strategies through a strategic planning marketing for " Deli Chicha " not only is positioned in the selected segment but have preference between natural soft drinks, and that consumers feel satisfaction when consumed; to finally "Deli Chicha" is a legendary drink and spread it across the country proudly and in the future is the naturally refreshing beverage that identifies the Ecuador as "Deli Chicha our drink". it will be very interesting reading of this work novel results of market research, marketing environment of soft drinks and creativity posed for strategic marketing plan for the launch of "Deli Chicha".

Key Words: STRATEGIC PLANNING, POSITIONING, SEGMENTATION, ORGANIZATIONAL STRATEGY, MARKETING MIX