

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1 Antecedentes

Columbec del Ecuador es una empresa que radica en Quito, que se dedica a la comercialización de equipos y maquinaria industrial dentro del Ecuador desde hace 25 años. En el pasado, la empresa tuvo una sucursal en Guayaquil para atender las necesidades de la costa ecuatoriana. Sin embargo, Columbec decidió cerrar la sucursal por los altos costos operativos y la baja rentabilidad por las ventas mínimas que tenía la sucursal. Más tarde, se decidió atender este segmento mediante la misma persona que radicaba en Guayaquil y que desempeñaba el cargo de gerente de la sucursal, pero sin un lugar físico para la venta del equipo y sin un soporte de servicio.

En el Ecuador, Columbec atiende de forma similar a mercados muy importantes, mediante llamadas telefónicas y visitas esporádicas a sus clientes en Cuenca, Guayaquil y el Oriente, que podrían aportar de mejor forma a los ingresos de la empresa si se decidiese abrir distribuidores autorizados.

1.2 Definición del problema

Los ingresos dados por las ventas para la empresa Columbec del Ecuador se encuentran disminuidos por la falta de una cadena de distribución en el ámbito nacional, así como por el servicio que se presta y la atención personalizada a los diferentes clientes en el Ecuador.

Los ingresos por ventas están supeditados a incrementarse por las siguientes razones:

- Una cadena de distribución, en donde los clientes en todo el país puedan acceder a los equipos, repuestos y accesorios que deseen adquirir.
- Servicio técnico autorizado y calificado que pueda ofrecer mantenimiento y asesoría en la venta de los equipos.
- Atención rápida y eficaz tanto en la entrega como en la instalación de la maquinaria en todo el país.
- Posicionamiento de la compañía nacional en los mercados en los que incursiona para aumentar su participación en el mercado.

1.3 Objetivos

1.3.1 General

El objetivo principal del proyecto es demostrar que es atractivo cubrir el mercado nacional mediante la creación de canales de distribución en las ciudades de

Cuenca y Guayaquil, con el propósito de aumentar las ventas de la empresa Columbec del Ecuador, y atender de forma directa a los clientes con servicio en todo el proceso de compra en la venta de los equipos

1.3.2 Específicos

- Determinar la demanda a cubrir en las distintas ciudades.
- Determinar las necesidades a cubrir de los distintos clientes en las diferentes ciudades.
- Analizar los distintos canales de distribución existentes en las diferentes ciudades.
- Seleccionar el canal adecuado y la estrategia a utilizar para la distribución
- Realizar una proyección económica del proyecto.

1.4 Justificación

Columbec posee algunas líneas de equipos industriales y que en el ámbito nacional ninguna otra empresa las importa, por ser distribuidor exclusivo para el país. A pesar de no contar con sucursales a escala nacional, los ingresos por ventas en las provincias de Azuay y Guayas representan un quince por ciento de la venta total de la empresa, lo que es un rubro importante para los ingresos de la misma.

Muchas de las empresas que se atienden en Quito corresponden a la industria petrolera, cuyas sucursales se encuentran en la costa y en el oriente ecuatoriano. Cuando se vende un equipo se lo entrega en el lugar de destino y pues requiere de asesoría y capacitación para la instalación, se las proporciona. Estos factores son costos muy altos en los que incurre la empresa, pero necesarios para dar el servicio de posventa que representa una de sus ventajas competitivas.

Por lo anteriormente expuesto, es de gran importancia implementar una cadena de distribución en el Ecuador, para explotar el mercado que no ha sido atendido y, a aquel segmento que ya ha tenido relación con Columbec, proporcionarle un mejor servicio.

Se pretende analizar qué tipo de negociación es la más ventajosa para abrir el canal de distribución mediante una alianza estratégica.

Los mayores ingresos por ventas y la disminución de costos por distribución y servicio son factores que también beneficiarán a la empresa cuando se abran distribuidoras en estas ciudades.

1.5 Alcance

En primer lugar se realizará un análisis de los clientes que se encuentran en Cuenca y Guayaquil. Esta investigación pretende medir variables como el nivel de

servicio, ingresos por ventas, potencial y satisfacción del cliente. Una vez realizada la encuesta con los parámetros descritos, se procederá a investigar los mercados de Cuenca y Guayaquil para determinar qué candidatos son aptos para formar parte de la red de distribución; se incluirá el nivel de servicio que deben proporcionar, así como la demanda a cubrir.

Posteriormente se hará una revisión de los fundamentos teóricos y las estrategias para realizar la red de distribución nacional, conjuntamente con los candidatos seleccionados.

Finalmente, se negociará con las sucursales por medio de un convenio o un contrato para determinar el nivel de servicio, las ventas mensuales, el tipo de distribución y como cubrirán al mercado designado.

1.6 Metodología

Para investigación que se pretende realizar, se usará una investigación empírica, y de carácter exploratorio – descriptivo mediante entrevistas a profundidad en los mercados de Cuenca y Guayaquil, para posteriormente configurar los canales de esas dos ciudades con el servicio deseado.