ESTADÍSTICA EXPERIMENTA MA143 CICLO: 2013-1 TRABAJO DE APLICACIÓN

CASO: CORPORACIÓN DE ALIMENTOS S.A.C.

El Gerente General de la Corporación de Alimentos S.A.C., Pedro Sánchez, encarga a Manuel García, recientemente nombrado Gerente de Ventas, que realice un estudio sobre el desempeño de la fuerza de ventas. La compañía empleaba 40 vendedores para su línea de productos de consumo masivo, donde los cinco principales productos son: café, té, cocoa, avena y margarina. Su principal mercado lo constituyen las cafeterías, restaurantes, panaderías y bodegas de Lima Metropolitana.

Después de 15 años de operaciones el Sr. Sánchez calculaba que la compañía había logrado un gran porcentaje de participación en el mercado. En los últimos cinco años, sus ventas mensuales habían aumentado rápidamente, teniendo a la fecha una gran cantidad de clientes. Sin embargo, el Sr. Sánchez pensaba que era tiempo de hacer un análisis de la eficiencia de la fuerza de ventas para tomar decisiones sobre la misma.

Los 40 vendedores de la compañía están categorizados en tres niveles según sus años de experiencia y capacitación, donde Nivel 3 es el de mayor categoría. La distribución de los vendedores según categoría se muestra a continuación

Estos realizaban una visita quincenal a cada uno de los locales que constituían su mercado. Cada vendedor tenía asignado un determinado grupo de clientes. El vendedor se encargaba de tomar el pedido. Los pagos eran contra entrega. Algunos clientes que necesitaban algún producto antes de la visita del vendedor acostumbraban hacer pedidos por teléfono. El vendedor recibía una comisión que consistía en un porcentaje del pedido. Las ventas hechas por teléfono también se consideraban en la cuenta del vendedor para efectos de comisiones. Los vendedores habían sido catalogados para efectos de control en tres zonas, de acuerdo a su ubicación geográfica: norte, centro y sur.

Uno de los hechos que ha observado el Sr. Sánchez es que si bien el vendedor establecía fácilmente una relación amistosa con el propietario o encargado del local, lo cual le facilitaba la labor de tomar pedidos, muchas veces cuando el cliente era visitado y aun cuando no tenía necesidad de realizar ningún pedido lo hacía sólo por motivos de amistad con el vendedor. Estos pedidos que generalmente eran muy pequeños constituían en el fondo una pérdida para la compañía, ya que la mayoría de las veces, al llegar el pedido a un local dado, el propietario se negaba a recibirlo aduciendo que no lo necesitaba o que no tenía dinero o sencillamente negando que hubiera hecho un pedido. La pérdida que estima el gerente por este concepto de las devoluciones es de más de 1,3 millones de soles al año.

Si bien es cierto el Sr. Sánchez ha solicitado un análisis más detallado de la información de las ventas; sin embargo, él no quiere centrarse sólo en el problema de las devoluciones sino que quiere hacer un análisis íntegro del desempeño de los vendedores. Es así que solicita a su Gerente de Ventas, Manuel García, recientemente nombrado, que reúna toda información posible para analizarla.

El Sr. Manuel García, con ayuda de sus asistentes selecciona al azar, de los archivos de la compañía, 50 clientes de cada uno de los cuatro tipos de clientes. Se obtuvieron los siguientes datos para cada cliente:

1

1. Tipo de cliente: 1 = Cafetería  2 = Restaurante 3 = Panadería 4 = Bodegas
2. Venta total de café de enero a marzo del 2013 (miles de soles)
3. Venta total de té de enero a marzo del 2013 (miles de soles soles)
4. Venta total de cocoa de enero a marzo del 2013 (miles de soles soles)
5. Venta total de avena de enero a marzo del 2013 (miles de soles)
6. Venta total de margarina de enero a marzo del 2013 (soles)
7. Venta total de café del año anterior (miles de soles)
8. Venta total de té del año anterior (miles de soles soles)
9. Venta total de cocoa del año anterior (miles de soles soles)
10. Venta total de avena del año anterior (miles de soles)
11. Venta total de margarina del año anterior (miles de soles)
12. Monto total de devoluciones de café de enero a marzo del 2013 (miles de soles)
13. Monto total de devoluciones de té de enero a marzo del 2013 (miles de soles)
14. Monto total de devoluciones de cocoa de enero a marzo del 2013 (miles de soles)
15. Monto total de devoluciones de avena de enero a marzo del 2013 (miles de soles)
16. Monto total de devoluciones de margarina de enero a marzo del 2013 (miles de soles)
17. Zona:  1 = Norte 2 = Centro 3 = Sur
18. Número total de pedidos de enero a marzo (visitas más llamadas por teléfono)
19. Categoría del vendedor  1=Nivel 1 2=Nivel 2 3=Nivel 3

Asuma el papel del Sr. García y colaboradores. Con estos datos tendrá que confeccionar un informe para presentarlo al Gerente General. Como usted sabe de la relevancia que tiene la estadística para tomar decisiones objetivas decidirá respaldar el informe, que presentará al señor Sánchez, con las pruebas estadísticas apropiadas.

 

Objetivo General: Evaluar la eficiencia de la fuerza de ventas con el fin de proponer las estrategias que debe implementar la empresa para seguir posicionándose en el mercado así como minimizar las devoluciones

de los productos.

 

2

En esta parte el grupo debe presentar lo siguiente:

Planteamiento del problema. Objetivos específicos.