

UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE CIENCIAS FÍSICAS Y MATEMÁTICAS
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Análisis de mercado y oportunidad de globalización para Distribuidora Fullerton

Tesis para optar al grado de Magíster en Gestión para la Globalización
Por:

Christopher James Fullerton Quezada

Profesor Guía: Eduardo Contreras Villablanca

Santiago de Chile - Mayo 2010

No autorizado por el autor para ser publicada a texto completo en Cybertesis.

Miembros de la Comisión: Christian Willatt Herrera y Ximena Romero Vivero

Resumen . .	4
No disponible a texto completo. . .	5

Resumen

El crecimiento sostenido que ha tenido la distribuidora Fullerton durante los últimos años ha motivado a su dueño a investigar nuevas formas de hacer el negocio aún más rentable, aprovechando las oportunidades de mercado que nos otorga la Globalización. Bajo este contexto se tiene como objetivo el realizar un análisis de el mercado y la industria en que se encuentra la distribuidora Fullerton, así como efectuar un análisis de la empresa para encontrar oportunidades de globalización, específicamente estudiar la oportunidad de importar uno o varios productos desde China.

La distribuidora Fullerton atiende las necesidades de sus clientes que se encuentran principalmente en la zona del Gran Valparaíso, en donde representa un 3% de las ventas totales del comercio y sus ventas para el año 2009 se estiman levemente superiores a los 12 millones de dólares, lo que representa un 3% de las ventas totales del comercio de esta zona. Sus clientes corresponden a un aproximado de 60.000 familias ó el 24% de toda la población.

Si bien la Distribuidora se encuentra en la industria del retail, el modelo particular de negocios que ha desarrollado, fundamentalmente asociado a las características de su sistema de televentas, las líneas de productos y las ventas por mesón, hace difícil para los grandes el competir directamente con esta. No obstante la Distribuidora tiene un competidor directo el cual es la distribuidora Benzi, pero aún muy por detrás de los volúmenes y la zona que actualmente abarca la distribuidora Fullerton, ya que este competidor hace un tiempo atrás fue cliente de esta.

Bajo este contexto se analizó la factibilidad real de importar algunas líneas de productos, en donde por volúmenes, márgenes de ventas y características de los productos aparecían la harina y la comida para mascotas como las más atractivas. Posteriormente se tuvo que descartar la posibilidad de importar harina por restricciones arancelarias y cuotas de importación. Finalmente se concluyó que la línea con mayores probabilidades de éxito es la de comidas de mascotas, específicamente comida para perros.

Finalmente se sugiere a China como la principal alternativa para producir tales productos, ya que cuenta con tratados de libre comercio sin tasas arancelarias para estas partidas, también cuenta con muchas alternativas de fabricación, por otro lado existen lazos directos con traders en la zona y finalmente abre las puertas para futuros negocios dentro del gigante asiático.

No disponible a texto completo.

No autorizado por el autor para ser publicada a texto completo en Cybertesis.