

# Mejorando la Relación Comercial entre una Empacadora y una Camaronera Ecuatoriana: Enfoque con metodología Design Thinking

## PROBLEMA

La relación comercial entre una empacadora, dedicada a la distribución de camarón de valor agregado al mercado internacional, y una camaronera, cuya participación sobre las exportaciones de la empacadora representa aproximadamente el 10% de ventas, no resulta en su mayor beneficio debido a las falencias en los procesos de logística de entrada y operaciones de la empacadora y la inexistencia de una propuesta de compensación ante resultados desfavorables para el proveedor de camarón.

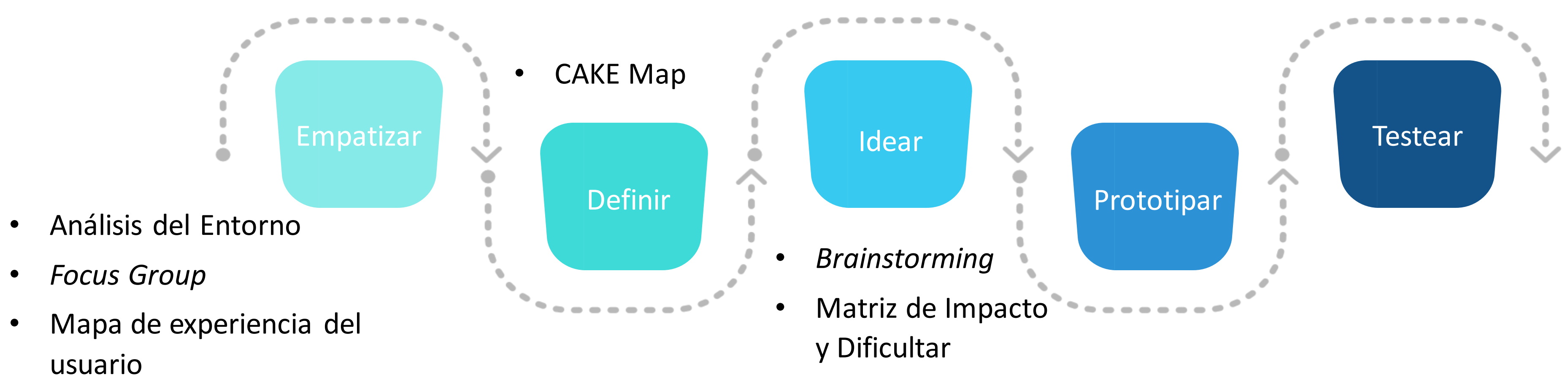


## OBJETIVO GENERAL

Proponer una estrategia de mejora en la relación comercial existente entre una empacadora y una camaronera ecuatoriana mediante la metodología Design Thinking, para la captación efectiva de las camaroneras como proveedoras de materia prima.

## PROPUESTA

Las empacadoras, a pesar de figurar como clientes de las camaroneras, se enfrentan a un proceso de selección interna por sus proveedores de materia prima basado en históricos de rendimiento y de resultados en la clasificación del camarón para empaque y comercio exterior. A partir de esto se desarrolla una propuesta para mejorar la relación comercial entre una empacadora y una camaronera ubicadas en el cantón Durán a través de la metodología Design Thinking.



## RESULTADOS



La investigación exploratoria de tipo cualitativa permitió identificar los aspectos relevantes que influyen en la selección de una empacadora, demostrando que los representantes de la camaronera presentan una afinidad ante procesos óptimos y transparentes, y la entrega oportuna de retroalimentación.

A través de la herramienta de **Brainstorming** se seleccionó la opción de brindar un **rebate** a los proveedores en base al volumen de abastecimiento de camarón.

Con la propuesta se espera:

- Un incremento del 10% en ventas
- Asegurar el abastecimiento de materia prima
- Una relación comercial a largo plazo

## CONCLUSIONES

- El proveedor busca metas de venta al mayor margen posible y espera retroalimentación por parte de la empacadora sobre métodos efectivos para la cosecha del producto, acompañado de un seguimiento completo y transparente en su procesamiento.
- La empacadora debe mejorar su planificación logística, organización de materiales suficientes para el traslado del producto, personal y maquinaria para el procesamiento en planta. Con esto le brinda a la camaronera mayor confianza

en la relación comercial y asegura que esta se mantenga a largo plazo.

- Se opta por el desarrollo de un método de recompensa considerando el volumen de camarón comercializado, que consiste en la entrega del 1% del monto en dólares generado por la compra de 20 millones de libras o más a la camaronera en cada cuatrimestre, lo que se estima incrementa las ventas un 10%.