

Plan estratégico para fortalecer las ventas minoristas de una distribuidora de repuestos automotrices en Guayaquil.

PROBLEMA

HK Repuestos, como importador directo, posee una ventaja competitiva subutilizada en su modelo mayorista actual, por lo que desea apuntar a una estrategia comercial orientada a clientes minoristas, dado que se encuentra en una zona de alta concentración de competidores y afluencia de personas.



OBJETIVO GENERAL

Identificar cómo ajustar el modelo de negocio actual de HK Repuestos para optimizar la atención a clientes minoristas de repuestos de Hyundai y Kia.



PROPUESTA

Diseño de un plan estratégico enfocado en el fortalecimiento del posicionamiento minorista y la optimización de canales de venta de HK Repuestos en Guayaquil, basado en diagnósticos situacionales y herramientas de observación digital.



RESULTADOS

Estrategia	Acción Clave	Plazo
Identidad Visual	Reingeniería de fachada con letreros LED y vitrinas B2C.	Mes 1-3
Canal Digital	Catálogo en WhatsApp Business y pauta segmentada.	Mes 1
Gestión de Pagos	Convenios bancarios para pagos diferidos (Datalink/POS).	Mes 2-4
Capacitación	Protocolos de venta consultiva y manejo de objeciones.	Mes 2
Logística Ágil	Implementación de zona <i>Pick-up</i> para pedidos digitales.	Mes 3

CONCLUSIONES

El **modelo Híbrido** permite vender directamente al cliente final reduciendo así la dependencia del crédito mayorista.

La **originalidad certificada** es el principal motivo de compra del cliente minorista y fortalece la confianza en la empresa.



La **preventa digital y el retiro rápido (pick-up)** ayudan a superar problemas de parqueo y congestión en la zona.

La **mejora de la infraestructura** es clave para que la sucursal deje de verse como bodega y funcione como un punto de venta minorista.