



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

JUNIO - OCTUBRE 2021

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**ANÁLISIS DE LAS VENTAS EN LAS TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS DEL
CANTÓN JUAN PERIODO 2019 – 2020**

EGRESADA:

BAYONA QUINTANA YOMIRA DAYANA

TUTOR:

ING. FRANKLIN RAFAEL MORALES REYNA MAE.

AÑO 2021

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
DESARROLLO	4
CONCLUSIONES	14
ANEXOS	16
Anexo 1. Encuesta a los clientes de Tiendas Industriales Asociadas (TIA) del cantón Jujan	16
Anexo 2. Carta de Autorización	19
Anexo 3. Informe de Urkund	20

INTRODUCCIÓN

A través de la historia las ventas han sido elemento importante en el desempeño en el mercado de cualquier empresa, sin clientes las organizaciones no tendrían razón de ser, debido a que no tendrían ese eslabón a quien entregar sus productos y servicios a cambio de un valor monetario que estén dispuestos a pagar, por esta razón si un negocio no tiene suficientes ventas por lo menos para lograr un punto de equilibrio en un tiempo determinado estaría con los días contados en el sector en el que se encuentre.

El presente caso de estudio trata de analizar cómo se han presentado las ventas en las Tiendas Industriales Asociadas (TIA) del cantón Jujan durante los años 2019 y 2020, por lo tanto, se trata de responder a preguntas que lleven a una conclusión específica de lo acontecido en este lugar; ¿Qué factores externos han influido en las ventas de las Tiendas Industriales Asociadas?, ¿Cuáles son las percepciones de los clientes sobre las Tiendas Industriales Asociadas? con la información pertinente que se extraiga será de gran valía para la investigación.

La investigación se llevó a cabo bajo la modalidad cualitativa que permitió realizar una revisión pormenorizada del fenómeno a tratar, se utilizó una investigación descriptiva para conocer la realidad de la población de estudio; se usó los métodos científico, deductivo y bibliográfico; se aplicó la técnica de encuesta y se elaboró un cuestionario estructurado. Este estudio de caso está enmarcado en la sublínea de investigación de la carrera de comercio “Marketing y comercialización”.

DESARROLLO

Las ventas son primordiales en el ciclo de vida de las empresas no se puede desatender este aspecto por ser una etapa que esta al final del proceso que lleva a cabo una empresa y en el cual la organización pone a disposición recursos no solo económicos sino también humanos para lograr convertir los productos o servicios que produce, en dinero lo que a su vez alimenta la liquidez que necesita la empresa para poder seguir desenvolviéndose en el mercado específico en el que está posicionada.

La historia empieza en Ecuador y en su puerto principal, Guayaquil, un 29 de noviembre de 1960 específicamente en la intersección de las calles Luque 122 y Chimborazo, en una ciudad caracterizada por la calidez de su gente y el trabajo. Es imposible iniciar este recorrido sin mencionar a dos visionarios, los señores Federico Deutsch y Karel Steüer, quienes en 1940 arribaron a América en un barco de vapor procedente de Europa; al igual que ellos, miles de ciudadanos europeos empujados por el conflicto bélico de la Segunda Guerra Mundial decidieron venir a este lado del mundo atraídos por la paz y tranquilidad. (TIA, 2021, pág. 2)

Los hermanos Steuer llegaron primero a Colombia, donde en 1940 inauguraron el primer almacén. Los fundadores ya tenían negocios similares en Yugoslavia, Rumania y su natal Checoslovaquia, de tal forma que este sistema popular de ventas que funcionó con éxito en esa región de Europa, ahora se implantaba en América Latina. Luego, los fundadores replicaron este negocio en Argentina, Uruguay y Perú, visitando al Ecuador entre 1.958 y 1.959. (TIA, 2021, pág. 2)

Actualmente Tiendas Industriales Asociadas tiene 235 locales en el Ecuador, con al menos 300.000 clientes diarios, 8.000 colaboradores y más de 4.000.000 de tarjetahabientes lo que la

convierte en uno de los principales negocios a nivel nacional, dedicándose a la venta de productos de primera necesidad, ropa, utensilios de cocina, electrodomésticos, cárnicos, embutidos, pescado, productos de limpieza, entre otros, incursionando con marcas conocidas, marcas no conocidas e introduciendo productos con su marca TIA.

Jujan, cabecera cantonal de Alfredo Baquerizo Moreno perteneciente a la provincia del Guayas, acoge a nuestro local No. 212 en el país. Nuestra nueva sucursal está ubicada en la Avenida 16 de febrero y Jaime Roldós, cuenta con 922.81 m² de construcción y tuvo una inversión de \$843,455 para la obra. Luego de la ceremonia de inauguración, el TIA Jujan, como lo hemos nombrado, abrió sus puertas el 26 de junio del 2019 a las 08H30 am en compañía de autoridades, directivos y la presencia de clientes. Además de las palabras de bienvenida y la bendición del local, los asistentes pudieron disfrutar de promociones especiales por sus compras. (TIA, 2021, pág. 2)

Nuestro nuevo almacén tiene a su disposición pago de servicios básicos, y retiro y depósito de dinero del Banco Bolivariano, a través de las cajas del local. Asimismo, pueden adquirir toda la oferta de productos que ofrecemos en categorías como comestibles, textil y cazado, frutas y verduras, lácteos, carnes, juguetería, hogar, limpieza personal, electrónica, entre otras. Adicional, disponemos de nuestros servicios tradicionales como Radio Tía, Tarjeta Más, recargas de telefonía móvil y televisión pagada, y los descuentos del 8% para los beneficiarios del bono de desarrollo humano y del 5% para las personas con discapacidad y jubilados. (TIA, 2021, pág. 4)

Como podemos observar Tiendas Industrias Asociadas en la actualidad tiene dos años y dos meses de inaugurada en Jujan hasta el momento de realizarse la investigación uno de los inconvenientes que se ha presentado en esta empresa es la caída de las ventas entre junio –

diciembre 2019 y junio - diciembre 2020 que son los periodos que se van a analizar debido a como se vio que fue creada, por tal motivo de esta manera se puede comparar el proceso de venta sin caer en un error.

Un problema que vino a desestabilizar no solo a Tiendas industriales asociadas sino a la gran mayoría de empresas a nivel mundial fue la pandemia del COVID-19; debido a que las ventas de este tipo de negocios es más que todo presencial en los almacenes, a los cuales las personas se acercan a comprar los productos, pero que en casi todo el año 2020 se rigió por restricciones impuestas por el estado en el que las personas debían quedarse en sus casas con la finalidad de precautelar su integridad.

Entretanto, el presidente Lenin Moreno anunció más medidas para intentar frenar los contagios de COVID-19. El Gobierno decidió ampliar las restricciones vehiculares, el mandatario indicó que existirá un "semáforo" con restricciones según el grado de emergencia que se presente en las diferentes provincias. "Se mantiene la prohibición de circulación de personas naturales entre provincias todo el mes de abril", agregó el jefe de Estado al tiempo que destacó que hay excepciones para los trabajadores que laboren en empleos esenciales como servicios de emergencias. De acuerdo con el presidente, se trata de un "esfuerzo más para cuidar la vida de todos los ecuatorianos". Moreno también se refirió a la educación en el país; destacó que las clases seguirán suspendidas durante todo abril, al igual que el transporte de pasajeros a nivel internacional y nacional. (France24, 2020, pág. 2)

Estas restricciones hicieron que las personas se quedaran en sus casas y los consumos disminuyeran, el transito nacional e internacional también se estancó lo que dificultó el normal abastecimiento del local, así como el temor de las personas de poder contagiarse aumentaron este

problema, al mismo tiempo que los locales no podían estar abiertos y más después solo se podía tener cierto porcentaje de aforo de personas dentro del negocio lo que dificultó las ventas tal y como se venían desarrollando anteriormente.

Para poder disminuir en cierto modo todos estos problemas y más que todo aumentar las ventas en la empresa se utilizaron algunas estrategias entre ellas TIA a domicilio (TIA, 2021, pág. 2) “Facilita la compra de productos para nuestros clientes con solo una llamada, obtendrá los productos que necesitan desde la comodidad de su hogar, este servicio se ofrece en la Urbanización La Joya, Villa del Rey, Villa Club” pero solo se hizo en tres urbanizaciones de Guayaquil, en Jujan no se aplicó por que la distancia de la empresa con los clientes no es tan lejano y resultaría más caro para la empresa el contar con este servicio.

En el mundo actual, los procesos para hacer negocios han cambiado sustancialmente; en consecuencia, es necesario adaptarse y moverse rápidamente para mantenerse y seguir creciendo. Hacerse notar e ir a la cabeza de las tendencias requiere planes para satisfacer las exigencias de los clientes y consumidores; sin duda el diseño, la innovación, la funcionalidad, el tiempo de entrega, la calidad, la garantía y los servicios constituyen valores que los clientes saben apreciar. (Palacios, 2015, pág. 161)

Las empresas por lo tanto deben de estar a la par de los cambios vertiginosos que tiene el mercado, aunque situaciones como las provocadas por la pandemia del COVID-19 no es algo que las empresas preparen, por que tales casos son raros su aparición y en esas ocasiones no se conocen los efectos que podrían tener y de qué manera van a repercutir en la organización; sin embargo si se pueden hacer planes o elaborar planes de acción para contrarrestar los problemas que se pueden presentar, en este caso Tiendas Industriales Asociadas si presento aunque no para el local en el cual se hace la investigación.

Cabe señalar que los planes a definir tienen que apuntar a que el servicio sea ágil, así como a la capacidad de adaptarse a cualquier casuística que pudiese presentarse en el camino. Considerando que la gestión logística es un factor importante de la estrategia competitiva de cualquier empresa, donde necesitan estar integradas con sus proveedores y clientes, es crítico establecer planes apropiados de respuesta, donde previamente se comprendan las necesidades fundamentales de los clientes y sus comportamientos de compra, al igual que asegurar el abastecimiento por parte de los proveedores minimizando los tiempos de entrega. (LCG, 2021, pág. 3)

Uno de los problemas que se presentan es la demora al momento de que el cliente se acerca a pagar lo que se ha llevado en el carrito de compras, se tienen muy pocas cajas lo que hace que las personas deben esperar demasiado tiempo, esto provoca que los consumidores cuando la compra son de uno o dos productos lo haga en otro local para optimizar tiempo, este problema generalmente se encuentra en casi la mayoría de negocios y es un tema del que se investiga la forma de mejorar este proceso muy vital en el proceso de compra de Tiendas Industriales Asociadas.

El tiempo en ser atendidos es uno de los puntos más cuestionados por los clientes y se torna más crítico en la medida que más apurado esté. Mientras más tiempo permanezca el cliente sin ser atendido, más tiempo tendrá para cuestionar la calidad del servicio que recibe y esto se agrava sino no cuenta con las comodidades necesarias para la espera. Una de las cualidades más importantes a tomar en cuenta del factor tiempo, es su carácter acumulativo. El cliente suma el tiempo invertido en movilizarse en busca del servicio, el tiempo en encontrar un parqueadero, el tiempo de espera, tiempo de la atención y el de regreso. Finalmente, su análisis consiste en cuanto tiempo se demoró desde su salida hasta su regreso

y si pudo o no conseguir su objetivo, satisfacer su necesidad o solucionar un problema.

(Perfilcomercial, 2020, pág. 1)

Como se puede notar el tiempo de espera para los clientes es de vital importancia al momento de acercarse a realizar una compra en algún negocio determinado, muchas veces no basta con la calidad del producto sino también con la atención que se dé al cliente antes, durante y después de la compra, lo que se busca es sin lugar a dudas la plena satisfacción del consumidor, con la finalidad de que sus compras sean recurrentes y que multiplique la experiencia al momento de realizar la compra con amigos y conocidos.

Otro problema que se presenta es que los clientes al momento de seleccionar un producto revisan el precio que está en la percha, en algunas ocasiones se busca ofertas especiales y descuentos, pero al momento de acercarse a pagar a caja el precio es diferente al que estaba anotado y esto molesta al cliente quien en algunas ocasiones desiste de la compra y en otras las realiza pero disgustado, lo que es observado por otros clientes, esto no es bueno para la empresa debido a que se encuentra este inconveniente relacionado a la organización del local.

La persona que entra al punto de venta ha mirado y sentido, entonces toma el producto para reafirmar su deseo y asegurarse de que éste satisface su necesidad. El establecimiento tiene que facilitar ese examen mediante una actividad conjunta de Merchandising donde se le resuelvan todas las probables dudas, inquietudes u objeciones sobre calidad, especificaciones técnicas, precio, uso, contenido, competencia y otras especiales. (Prieto, 2010, pág. 31)

Como se puede observar la empresa puede hacer uso de estrategias que les permita mejorar la percepción del cliente, Tiendas Industriales Asociadas si implementa estrategias de

Merchandising, lo que suele ocurrir es que ciertas cosas que se dejaron de hacer por error y esto perjudica el buen desenvolvimiento de la empresa en el mercado, este es el caso de la actualización de los precios en percha, en caja aparece de manera automática al momento de ingresar los productos al inventario.

Otro problemas que se les presenta a los clientes de Tiendas Industriales Asociadas y que influye en las ventas es la atención que reciben por parte de las personas que están encargadas de las cajas, esto se presenta al momento de que el local está lleno y las cajas con filas muy largas lo que hace que los empleados a cargo de cobrar los productos estén estresados por la cantidad de personas agolpadas para pagar y que desean salir lo más rápido posible, esto hace que los cajeros no muestre empatía hacia los clientes y estos a la vez lo vean como una mala manera de atenderlos.

El servicio de atención al cliente en cierto modo tiene un componente estratégico desde el punto del plan de marketing. La tendencia en la sociedad y en los mercados es la personalización y adaptación del servicio, y en esa labor, las personas que atienden las demandas y reciben información de los clientes juegan un papel esencial. El servicio de atención al cliente gana importancia creciente en las empresas, porque ya se ha convertido como decimos en un factor estratégico. La vieja filosofía de “coger el teléfono” para “despachar sin más” a algún cliente con dudas, problemas, ha caído en desuso, por una nueva filosofía empresarial de “mimar, escuchar y comprender” al cliente. De la satisfacción plena del cliente, depende la fidelización de los clientes y en consecuencia la supervivencia de la empresa en el mercado. Es lo que en el marketing moderno llamamos marketing relacional. (Domínguez, 2014, pág. 12)

Como se puede notar el mercado ha cambiado y al mismo tiempo las estrategias y la visión que muchas empresas han tomado en relación al trato que se le debe dar al cliente en todo momento

es importante, la empatía juega un papel muy importante en los procesos de venta a todo nivel, los consumidores desean en todo momento que el trato que reciban por parte de los empleados de una empresa sea el más adecuado, esto es uno de las situaciones que se debe de mejora en la Tiendas industriales asociadas.

Otro de los inconvenientes encontrados en las Tiendas industriales asociadas es que los clientes no encuentran la cantidad necesaria de productos que necesitan llevar esto sucedió principalmente en los periodos de estudio debido a la pandemia del COVID-19, en los cuales la logística no abasteció de manera total los requerimientos del local de tiendas Industriales Asociadas en el cantón Jujan, sumado a esto que las personas por las restricciones llevaban productos en grandes cantidades dejando desabastecidas las perchas para las personas que se acercaban en días posteriores.

Una disciplina de posición horizontal en el proceso de la Cadena de Abastecimiento, encaminada a analizar y optimizar los flujos de materiales desde un punto A hasta un punto B a través del adecuado soporte de información, eliminando aquellas actividades que no agregan valor, a fin de dar respuesta a los requerimientos de los demandantes. Desde una óptica macro, la Logística más allá de la industria donde sea aplicada, tiene ciertos propósitos genéricos que, bien pueden observados en la realidad. (Garay, 2017, pág. 24)

La logística es muy importante para cualquier empresa Tiendas Industriales Asociadas lo tiene en cuenta, ella maneja los procesos de abastecimiento a nivel nacional, los problemas por la pandemia hicieron que el desabastecimiento en el local del cantón Jujan sea evidente, no por problemas de la empresa sino por factores ajenos a la organización, que como suele suceder en casos de fuerza mayor la personas optan por abastecerse a veces de manera no planificada, de productos de primera necesidad.

Cuando se obliga a cerrar a los negocios, se promueve la informalidad generando pérdidas de empleos formales y pérdida de recaudación para el Estado. La pandemia ha dejado pérdidas en ventas por encima de los USD 29.000 millones. Esto es el equivalente a casi dos meses de ventas. Esas pérdidas se explican por los confinamientos y por la caída del poder adquisitivo de los consumidores. (Primicias EC, 2020, pág. 2)

Un problema que afecta las ventas en Tiendas industriales Asociadas del cantón Jujan es que la empresa no realiza encuestas de satisfacción a los clientes para conocer si sus expectativas fueron cubiertas por los productos ofertados, al no contar con esta herramienta se está dejando de lado una parte importante del proceso de venta que son los consumidores, la empresa puede realizar muchas estrategias pero si no evalúa si estas están siendo efectivas, estará destinado tiempo y dinero a actividades que no son rentables.

Tener clientes complacidos o plenamente satisfechos es uno de los factores clave para alcanzar el éxito en los negocios. Cualquier organización que quiera entender qué piensan sus clientes sobre su producto, su servicio o su marca necesita hacer una encuesta de satisfacción. Una encuesta de satisfacción es un estudio empírico para determinar el grado de satisfacción del encuestado. Es el método más económico y eficiente de obtener información de los clientes. Las encuestas de satisfacción sirven para tomar decisiones en base a información cuantitativa obtenida por medio de un cuestionario. (Encuesta.com, 2021, pág. 3)

Como se puede observar las encuestas de satisfacción sirven para poder tomar decisiones correctas en relación a situaciones que los consumidores nos comunican en el cuestionario, es importante recordar que la empresa puede tener una idea de lo que puede estar ocurriendo con sus ventas, pero otra es la percepción de los clientes sobre los productos que esta ofrece, en este caso

Tiendas Industriales Asociadas al ser una empresa a nivel internacional debe de conocer cada sector donde se ubica sus locales y cuáles son las características que engloban a estos consumidores para de esta manera ser más receptivos a cambios en las estrategias.

Los estudios de mercado permiten a las empresas detectar oportunidades, reducir riesgos y evaluar el impacto causado en el mercado, por eso es fundamental saber cuál es el perfil del consumidor, el cual se define como el conjunto de características demográficas, sociales y de mentalidad que distinguen a los consumidores de una marca, clientes de un establecimiento y usuarios de un servicio. Este perfil se obtiene mediante la investigación del cliente describiendo las características sobre un producto o de los usuarios sobre un servicio determinado, el cual sirve para definir al público objetivo; siendo esta una variable muy importante para cualquier estrategia de marketing. (Mendoza, 2020, pág. 15)

CONCLUSIONES

Una vez terminada la investigación del estudio de caso se puede llegar a las siguientes conclusiones:

El problema principal que afrontan las organizaciones en el año 2020 es la pandemia del COVID-19, situación que vino a trastocar todos los planes estratégicos y por consiguiente una disminución en sus ventas, para lo Tiendas Industriales Asociadas del cantón Jujan realizo estrategias que pudieran mitigar el impacto.

Las estrategias diseñadas por Tiendas Industriales Asociadas del cantón Jujan pueden ser ejecutadas de manera óptima, pero para eso se necesita de personal que este comprometido y siga los planes de acción de manera exacta para no tener ningún tipo de inconveniente posterior al ser ejecutadas.

Los procesos de venta en Tiendas Industriales Asociadas del cantón Jujan desde que el cliente ingresa hasta que sale con sus compras debe de estar debidamente reflejado en los que los empleados hacen en favor de crear una situación de empatía con cada uno de los clientes, los cuales son elemento muy importante en su ciclo de vida.

BIBLIOGRAFÍA

- Domínguez, E. (2014). *Atención al cliente en el proceso comercial* (Primera Edición ed.). La Rioja: Editorial Tutor Formación.
- Encuesta.com. (12 de 04 de 2021). *Encuesta.com*. Obtenido de <https://encuesta.com/satisfaccion-del-cliente/>
- France24. (03 de 04 de 2020). *France24*. Obtenido de <https://www.france24.com/es/20200403-ecuador-guayaquil-coronavirus-muertos-restriccion-circulacion>
- Garay, A. (2017). *Logística: conocimientos, habilidades y actitudes* (Primera Edición ed.). Bogotá: El Cid Editor.
- LCG. (12 de 07 de 2021). *London Consulting Group*. Obtenido de <https://www.londoncg.com/covid19/es/industrias/retail-es/supermercados/covid-19-los-retos-que-trajo-a-los-supermercados/>
- Mendoza, I. (23 de 06 de 2020). *UTEL*. Obtenido de <https://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/perfil-del-consumidor/>
- Palacios, L. (2015). *estrategias de creación empresarial* (Segunda Edición ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Perfilcomercial. (28 de 11 de 2020). *Perfil Comercial*. Obtenido de <https://perfilcomercial.com/el-tiempo-de-espera-en-el-servicio/>
- Prieto, J. (2010). *Merchandising: la seducción en el punto de venta* (Segunda Edición ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Primicias EC. (11 de 12 de 2020). *Primicias EC*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/covid-empresarios-piden-vacunas-menos-restricciones/>
- TIA. (12 de 06 de 2021). *TIA*. Obtenido de <https://www.corporativo.tia.com.ec/nuestra-empresa>

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta a los clientes de Tiendas Industriales Asociadas (TIA) del cantón Jujan



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL Y COMERCIO



1. ¿Cuál es su rango de edad?

Entre 18 y 25 años

Entre 26 y 35 años

Entre 36 y 45 años

Mas de 45 años

2. ¿Qué tiempo lleva usted comprando en Tiendas Industriales Asociadas (TIA) del cantón Jujan?

2 años

1 año

De 6 a 12 meses

Menos de 6 meses

3. ¿Con que frecuencia compra usted en Tiendas Industriales Asociadas (TIA) del cantón Jujan?

Diario

1 vez a la semana

1 vez cada quince días

1 vez al mes

1 vez cada 6 meses

4. ¿Cómo califica su nivel de satisfacción con el servicio ofrecido por Tiendas Industriales Asociadas (TIA) del cantón Jujan?

Excelente

Muy Bueno

Bueno

Malo

Muy malo

Ordene de acuerdo a su preferencia del 1 al 4

5. ¿La característica que mas le gusta de Tiendas Industriales Asociadas (TIA) del cantón Jujan?

Instalaciones

Precio

Productos

Servicio

6. ¿Los precios que se ubican en la percha son los mismos que se cobran en caja en Tiendas Industriales Asociadas (TIA) del cantón Jujan?

Siempre

Casi siempre

A veces

Casi nunca

Nunca

7. ¿Cómo califica la atención recibida en Tiendas Industriales Asociadas (TIA) del cantón Jujan?

Excelente

Muy Bueno

Bueno

Malo

Muy malo

8. ¿Tiendas Industriales Asociadas (TIA) del cantón Jujan cubre todas sus necesidades de compra?

Siempre

Casi siempre

A veces

Casi nunca

Nunca

9. ¿Cuál es su rango de compra en Tiendas Industriales Asociadas (TIA) del cantón Jujan?

Entre 1 y 20 dólares

Entre 21 y 50 dólares

Entre 51 y 100 dólares

Mas de 100 dólares

10. ¿Recomendaría a sus amigos y familiares comprar en Tiendas Industriales Asociadas (TIA) del cantón Jujan?

Si

No

Anexo 2. Carta de Autorización

Babahoyo, 24 de agosto del 2021

Sres.

TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS

En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: **BAYONA QUINTANA YOMIRA DAYANA**, con cédula de identidad 0928050459, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de Ingeniería Comercial, matriculado(a) en el proceso de titulación periodo Junio - Octubre 2021, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda otorgarme el permiso respectivo para realizar mi Caso de estudio denominado **ANÁLISIS DE LAS VENTAS EN LAS TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS DEL CANTÓN JUAN PERIODO 2019-2020** el cual es requisito indispensable para poder titularme.

Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecido(a).

Muy atentamente


Yomira Dayana Bayona Quintana
0928050459




Anexo 3. Informe de Urkund



Document Information

Analyzed document	BAYONA QUINTANA YOMIRA DAYANA.docx (D114787210)
Submitted	2021-10-10 20:10:00
Submitted by	
Submitter email	ydbayona@fafi.utb.edu.ec
Similarity	5%
Analysis address	fmorales.utb@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	Planificación Estratégica Proyecto.pdf Document Planificación Estratégica Proyecto.pdf (D111344255)	 1
-----------	---	---
