



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA.

PROCESO DE TITULACIÓN

DICIEMBRE 2021 – ABRIL 2022

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMERCIO

TEMA:

**GESTIÓN DE VENTAS DEL CENTRO MULTICOMERCIO AUSTRO PLAST DE
LA CIUDAD DE BABAHOYO EN EL PERIODO 2020-2021.**

ESTUDIANTE:

LILIA SIOMARA ROMERO ICAZA

TUTOR:

ING GALO TERRANOVA BORJA

AÑO 2022

CONTENIDO

| | |
|---|----|
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 3 |
| JUSTIFICACIÓN | 6 |
| OBJETIVO GENERAL | 7 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 7 |
| LINEAS DE INVESTIGACION | 8 |
| MARCO CONCEPTUAL | 9 |
| MARCO METODOLÓGICO | 18 |
| RESULTADOS | 19 |
| DISCUSIÓN DE RESULTADOS | 21 |
| CONCLUSIONES | 22 |
| RECOMENDACIONES | 23 |
| REFERENCIAS | 24 |
| ANEXOS | 26 |

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Centro Multicomercio Austro Plast se encuentra en la ciudad de Babahoyo en las calles Abdon y Calderón y García Moreno y Juan X Marcos con el ruc 1203404544 representada por el Sr Juan Suconota Cali ,esta empresa se dedica a la venta de artículos plásticos de diferentes tamaños y variedades en la cual ofrecen sus servicios únicamente de manera presencial porque no cuentan con una página web para que los clientes se puedan contactar con la empresa y así se pueda ofrecer los servicios a los clientes. Está empresa también tienen sus empleados que cumplen un rol importante porque ellos están en contacto directo con el cliente y deben responder a todas las posibles preguntas de los clientes, por la cual existen problemáticas que se redactan a continuación:

Deficiencia del marketing online.

En el Centro Multicomercio Austro Plas no cuentan con ninguna red social donde los clientes o futuros clientes no pueden visualizar las variedades de artículos que ofrecen en esta empresa, por que a veces los clientes le preguntan al personal de trabajo si la empresa tiene alguna página donde puedan ver los artículos por que ellos dicen que necesitan realizar también sus compras desde casa para mejor comodidad.

Falta de implementación de promoción de las ventas

No realizan promociones a los artículos que tienen mucho tiempo de estadía en el almacén por que no se logran vender y los dueños de esta empresa siguen comprando más y más artículos acumulándose en las perchas dando un mal aspecto al lugar por que ahora tienen un espacio muy reducido debido a que tienen muchos artículos en el piso causando incomodidad a los clientes a la

hora de elegir y realizar las compras de los artículos por que se le hace un poco dificultoso andar recorriendo el almacén.

Ausencia de publicidad

No tienen estrategias para que la mayoría de los habitantes de la ciudad de Babahoyo tengan conocimiento de los artículos que ofrecen no entregan volantes en puntos de la ciudad donde es más transitado detallando en dichos volantes donde están ubicados, que servicios prestan o que venden, para que puedan incrementar sus ventas los dueños de esta empresa creen que no es necesario hacer volantes publicitarios por que ellos tienen la idea de que es una pérdida de tiempo.

No cuentan con una planificación adecuada para las ventas.

No hacen planificaciones semanales proyectándose una meta de lo que quieren lograr a corto plazo ,para luego también para hacer una verificación si tuvieron buenas ventas a la semana para obtener así mejores resultados, los dueños de esta empresa no se percatan que sus empleados no está tan comprometido en trabajar por la cual las ventas son bajas a la semana y esto tendrá consecuencias negativas en el transcurso del tiempo por que también de ellos depende a que las ventas sean productivas.

No constan con un propósito para aumentar las ventas.

Los dueños del Centro Multicomercio Austro Plas no tienen una visión de lo que quieren llegar a ser y que más desearían tener en la empresa, son personas muy conformistas no buscan alternativas de como aumentar las ventas mensualmente y además no toman en cuenta fechas como la navidad, back Friday entre otras ya que estas fechas representan un empuje para la ventas en lo

que los consumidores suelen gastar, no elaboran planificaciones con antelación de sus estrategias de ventas para impulsar los artículos más demandado.

Ausencia de un sistema de gestión en la empresa.

La empresa no cuenta con un sistema de gestión para que sea implementado ya que contiene herramientas que permite controlar, planificar, organizar y dirigir , debido que la empresa carece de esto por que no llevan un orden en todo el entorno interno y externo de la empresa para que luego tengan un cimienta de poder garantizar calidad y seguridad a todo lo embarca la empresa, a los dueños de esta empresa no les importa si los clientes salen satisfechos de sus compras para que ellos es irrelevante.

Falta de desempeño del personal para tener un buen proceso de ventas

El desempeño de los empleados que tiene esta empresa es bajo en lo cual esto afecta en el proceso de ventas tienen poco desinterés al momento de realizar una venta o cuando los clientes le hacen muchas preguntas de los precios de los artículos ellos responden en ciertos momentos con enojo, también algunas de las falencias que comete el personal de trabajo es que no dan una buena atención al cliente para que se sientan satisfecho y en confianza

Falta de trabajo de equipo para mejorar las ventas en el Centro Multicomercio Austro Plas los empleados no trabajan en equipo son hasta un poco egoístas entre ellos por qué cada quien quiere ser mejor que el otro y cuando llega un empleado nuevo no le ayudan informando o diciendo como se trabaja en este lugar es muy necesario que el personal de trabajo sea capacitado para que tengan un mejor desempeño y puedan desarrollarse de una manera óptima

JUSTIFICACIÓN

Es pertinente este caso de estudio por que ayudara a la empresa ejercer un plan de marketing de la manera que el propietario tenga la iniciativa de crear una pagina web con el nombre de la empresa y su slogan para que puedan ser identificado por muchos usuarios y luego buscar medios publicitarios para que la red social tenga mas acogida de clientes y tengan atracción e interés por la variedades de artículos que les ofrecen a un buen precio dándole mas comodidad al cliente de tal manera que ellos puedan desde casa realizar sus compras .

Contribuiria a que el dueño de esta empresa se de cuenta que el lugar donde venden su artículos y ofrecen sus servicios contiene espacios muy reducidos en la actualidad causándole una desventaja frente a la competencia por que no llevan una buena organización dentro y fuera de este lugar ,por que si no buscan solucionar este inconveniente el cliente elegira otra empresa donde ofrezcan los mismos artículos y con otros beneficios,por ello el Centro Multicomercio Austro Plast debe buscar estrategias para no perder clientes .

Permitira que como organización realicen planificaciones mensualmente por que al no ejercer esto esta ocasionando un descontrol sobre las ventas realizadas en dicho mes ,ademas no se enfocan en establecerse una meta fija con valores matemáticos para alcanzar un propósito en como obtener mejores ganancias ,al no hacer esto provocara un desbalance en su totalidad por no llevar planificaciones adecuadas que les permita conocer en cuanto también de la mercaderia que entra y sale de la empresa ,también sobre los pagos que se le realiza a cada trabajador,siendo la planificacion un elemento clave para esta compañía.

OBJETIVO GENERAL

El objetivo del caso de estudio es determinar el proceso de ventas del Centro Multicomercio Austro Plast.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los factores que incidieron en el proceso de ventas.
- Analizar las estrategias de marketing en el consumidor.
- Determinar la conducta del consumidor al momento de comprar un artículo.

LINEAS DE INVESTIGACION

Este estudio de caso se lo realiza bajo la línea Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control la que está basada en mejorar las falencias de los procesos de ventas dentro de la empresa que tiene en la actualidad relacionado con la atención al cliente ya que no cuentan con un buen ambiente laboral; es por ello que se enmarca la sublínea de investigación: Marketing y Comercialización, debido a que se realiza una investigación al Centro Multicomercio Austro Plast para lograr que los empleados tengan una buena forma de intervenir con los clientes para que ellos adquieran sus artículos.

MARCO CONCEPTUAL

¿Qué es un sistema de gestión?

Los sistemas de gestión ofrecen a las organizaciones una metodología de trabajo estructurada con la finalidad de ser más eficientes, cumpliendo con los requerimientos legales e internos y ofreciendo un producto o servicio final con la calidad prevista. Está especialmente recomendado a cualquier tipo de organización o actividad orientada a la producción de bienes o servicios que desee optimizar recursos, reducir costes y mejorar la productividad.. **(SISTEMAS DE GESTIÓN, 2020)**

¿Qué es ventas?

Las ventas suponen la obtención de una ganancia económica desde el punto de vista del vendedor. Este agente económico ofrece su producto a potenciales compradores, que se harán con el mismo tras compensarle con dinero sobre un precio conocido previamente. La realización de ventas supone el núcleo de la actividad económica de un gran margen del espectro económico, donde los actores económicos obtienen ganancias dinerarias tras la entrega de un producto o servicio en el que se especializan. Otro punto a destacar del término ventas es la posibilidad de que las mismas se desarrollen sobre bienes y servicios de forma individual o colectiva. **(Westreicher, 2019)**

Tipos de ventas

Las ventas se pueden clasificar de varias maneras, una manera simple de hacerlo es la siguiente:

- Ventas indirectas: Se producen cuando las empresas utilizan intermediarios o distribuidores para la comercialización de sus productos. Esto implica que no llegan a tener contacto con el consumidor final.
- Ventas directas: Las ventas directas se realizan cuando los vendedores de las empresas tienen un contacto directo con los compradores,. Pueden ser las ventas al detalle, ventas a domicilio, es cualquier tipo de venta donde el vendedor se acerca a la casa, la oficina o la institución donde se encuentra el comprador.
- Ventas industriales: Se denomina ventas industriales cuando la acción de vender se efectúa entre una empresa y otra. Por norma general, son productos que son elaborados y diseñados de acuerdo con los requerimientos y necesidades del cliente.
- Ventas electrónicas: Estas se realizan cuando la empresa se vale de cualquier medio informático para lograr el proceso de venta. Básicamente la herramienta que permite este tipo de venta es el uso masivo del internet. **(Quiroa, 2020)**

La importancia de las ventas

Las ventas son importantes para cualquier negocio, su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen esta actividad, de lo bien que lo haga y de cuan rentable les resulte hacerlo.

Las ventas son vitales en todo momento, si no hay ventas, no hay utilidad, no hay salarios, no hay nada. Toda empresa o negocio vive por lo que vende.

El éxito o el fracaso de un negocio dependerán básicamente de sus ventas. El objetivo del negocio debe ser el obtener un volumen de ventas rentable.

Para poder lograr el objetivo de venta debemos contar con personal calificado para este puesto, algunas recomendaciones para el personal de ventas:

- Buena presencia.
- Limpieza, orden.
- Actitud amistosa y sonriente.
- Hacer cómodo el ingreso a la tienda.
- Respeto y cortesía.
- Actitud de seguridad.

El personal de ventas debe ser capacitado constantemente, todo comienza con la actitud del vendedor o de quien presta el servicio y debe tener una actitud:

- Alegre, siempre con una sonrisa.
- Optimista.
- Positiva.
- Deseosa de ayudar, entender como satisfacer la necesidad del cliente.
- Se debe exceder las necesidades, deseos y expectativas del cliente.

Es importante que se defina con claridad y precisión las funciones del personal de ventas, así como sus objetivos, esto ayudara a organizar el proceso de ventas y lograr las metas del negocio.

(Emprendedor, 2019)

¿Que es marketing?

El marketing es el sistema de investigar un mercado, ofrecer valor y satisfacer al cliente con un objetivo de lucro. Esta disciplina, también llamada mercadotecnia, se responsabiliza de estudiar el comportamiento de los mercados y de las necesidades de los consumidores. Analiza la gestión comercial de las compañías con la finalidad de atraer, captar, retener y fidelizar a los clientes finales a través de la satisfacción de sus deseos y resolución de sus problemas.

(Cyberclick, 2021)

¿Que es el marketing digital?

El Marketing Digital o Marketing Online es el conjunto de estrategias direccionadas a la comunicación y comercialización electrónica de productos y servicios.

Es una de las principales formas disponibles para que las empresas se comuniquen con el público de forma directa, personalizada y en el momento adecuado.

El término es usado para resumir todos tus esfuerzos de marketing en el ambiente online.

Usando canales digitales, como blogs, sitios, motores de búsqueda, medios sociales, emails y otros, las empresas intentan solucionar dolencias y deseos de sus clientes y clientes potenciales.

(Pecanha, 2021)

Plan de marketing

El Plan de Marketing es un documento donde se fijan los objetivos, se determina la estrategia y se detalla el plan de acción para mantener y aumentar los clientes de la empresa. La importancia de un plan de Marketing, ayuda a :

Evitar futuras incertidumbres.

Ayuda en la gestión por objetivo

Impulsa el logro de los objetivos.

Apoya la coordinación y comunicación entre los departamentos.

Ayuda a los clientes a obtener la satisfacción plena.

Una buena planificación puede estar relacionada con la organización como un todo o con unidades de negocios estratégicas. Por su parte, un plan de mercadeo es un ejercicio prospectivo, que determina las estrategias futuras de una organización con especial referencia a su desarrollo de productos, desarrollo de mercado, diseño de canales, promoción de ventas y rentabilidad. **(Peralta, 2020)**

Clientes

Es una persona natural o jurídica que adquiere un producto o servicio a cambio de una gratificación monetaria o algún tipo de intercambio. El cliente en contabilidad tiene el mismo significado anterior. Por otra parte, se le denomina clientela al grupo o cartera de clientes de una empresa (negocio, local comercial). Es importante diferenciar el concepto de cliente al de consumidor, ya que el consumidor es quien realmente utiliza el producto o recibe los beneficios del servicio ofrecido, por ello que el cliente mercadotecnia es principal para planificación, estrategias y ejecución de la misma, ya que estas técnicas van dirigidas directamente a él. Sin ellos,

una empresa no mientras que el cliente es el que realizará la acción de compra o adquisición del producto, independientemente de si lo utilizará o no.

Es puede sobrevivir en el mercado; de ahí radica la importancia del comprador, por lo que la satisfacción del mismo debe estar garantizada, ya que de ello depende el tiempo de vida de una compañía. **(Matinez, 2020)**

¿Que es un servicio al cliente?

El servicio al cliente se refiere a todas las acciones implementadas para los clientes antes, durante y después de la compra. Este proceso involucra varias etapas y factores. No nos referimos exclusivamente al momento en que un cliente hace una compra, sino lo que ocurre antes, durante y después de la adquisición de un producto o utilización de un servicio.

Un buen servicio al cliente no sólo es responder las preguntas del cliente, sino ayudarlo cuando ni siquiera ha pedido nuestra ayuda, adelantarnos a lo que necesita y cubrir sus necesidades de manera eficaz. Existen otros aspectos como la amabilidad, calidad y calidez que también influirán en el servicio ofrecido.

Servicio al cliente y atención a cliente tienen diferencias que son claves para distinguirlos:

El servicio al cliente prevé los problemas que pueden tener los clientes y trata de resolverlos de forma preventiva. Se centra en detectar los problemas desde el principio, evitando que se agrave.

La atención al cliente se centra en resolver los problemas que los clientes han identificado. La clave de la asistencia es proporcionar los medios y los métodos para solucionar el problema o la preocupación en cuestión. **(Echazarreta, 2022)**

¿Que es promoción?

La Promoción es una utilidad que las empresas emplean para dar a conocer sus productos, a manera de información cuando un agente de comunicación promociona algo, es con el fin que a la persona que se le está promocionando reciba una gratificación por parte de este y tenga la voluntad de adquirirlo por el precio que se le oferta. La promoción se hace con el fin de impulsar el producto, sin embargo, dependiendo del tiempo en el que esta se haga el impacto que recibe el consumidor varia, veamos el siguiente escenario: Cuando un producto recién entra en el mercado es necesario recurrir a la publicidad de este, de una manera agradable, haciendo énfasis en las características nuevas y el logotipo de marca, se comienza con la oferta de este, inmediatamente el cliente desea saber el precio de este y se encuentra con un precio de entrada relativamente más económico respecto a las demás marcas de la misma índole. **(Yirda, 2021)**

Conducta del consumidor

El comportamiento del consumidor es muy amplio: estudia los procesos que intervienen en la elección, la compra, el uso o el abandono de productos, servicios, ideas o experiencias por parte de individuos o grupos para satisfacer sus necesidades o deseos. Un estudio del consumidor se centra en los procesos de toma de decisiones, su comportamiento en el punto de venta, sus reacciones al marketing y la publicidad, y sus acciones en el ámbito de la fidelidad. **(Salles., 2022)**

Importancia de la conducta del consumidor en las empresas.

Conocer bien a quiénes le va a vender es uno de los primeros pasos para alcanzar el éxito en el mundo de las ventas. Sin duda este elemento tan importante forma parte de una estrategia que es indispensable a la hora de crear objetivos. **(Valdes, 2020)**

¿Que es empresa?

La *empresa* es la más común y constante actividad organizada por el ser humano, la cual, involucra un conjunto de trabajo diario, labor común, esfuerzo personal o colectivo e inversiones para lograr un fin determinado (**Thompson, 2022**)

La competencia

La competencia es inherente a las relaciones entre los agentes económicos en el marco de una economía de mercado, constituyendo el fundamento de la economía liberal. De hecho, se considera que una empresa es competitiva en la medida en que es capaz de resistir la competencia de otras compañías en el mercado. En un mercado competitivo, las empresas deben bajar sus precios a fin de estimular al máximo las decisiones de compra.

Los tipos de competencia son:

Competencia perfecta

Muchos compradores y vendedores que ofrecen un producto indiferenciado. Además, se asume que no existen barreras de entrada o de salida del mercado.

Competencia imperfecta

Toda situación donde la competencia no es perfecta y puede tener variantes como:

Monopolio: Un oferente y muchos demandantes.

Monopsonio: Un comprador y muchos oferentes (Lo opuesto al monopolio).

Duopolio: Dos oferentes y muchos compradores.

Duopsonio: Dos compradores y muchos vendedores.

Oligopolio: Pocos oferentes y muchos demandantes.

Oligopsonio: Pocos compradores y muchos oferentes (**Gil, 2019**)

¿Que es un proceso de ventas?

Un proceso de ventas consiste en un modelo de reglas, acciones y actividades utilizadas por todos los involucrados en el área comercial.

Este proceso es:

- Enseñable: debe poder enseñarse a los involucrados y puede ser utilizado por cualquier persona en el área.
- Escalable: puede crecer de manera uniforme, apoyando una mayor demanda.
- Medible: necesita tener indicadores claros para el análisis de resultados.
- Predecible: debe tener expectativas claras de los resultados a alcanzar en el período.

Con él, se espera una mejora en eficiencia y productividad, reduciendo el margen de errores en la operación. (Ferraz, 2020)

MARCO METODOLÓGICO

El método que se aplicó en este estudio de caso es el método Inductivo debido a que se analizan problemas para luego llegar a conclusiones generalizadas y analítico donde se efectuó la observación directa de la empresa .

Técnica

Encuesta dirigida a los clientes

Observación realizada a la empresa

Instrumento

Ficha de encuesta

Ficha de observación

RESULTADOS

Tabla 1

Atención que le brinda el personal de trabajo del Centro Multicomercio Austro Plast

| Opciones | Frecuencia | % |
|-----------------|-------------------|-------------|
| Siempre | 0 | 0 |
| Frecuentemente | 1 | 1% |
| A veces | 10 | 67% |
| Rara vez | 10 | 32% |
| Nunca | 0 | 0 |
| Total | 21 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Centro Multicomercio Austro Plast

Elaborado por: Lilia Romero

Tabla 2

Ampliar más el Centro Multicomercio Austro Plast

| Opciones | Frecuencia | % |
|--------------------------|-------------------|-------------|
| Totalmente de acuerdo | 12 | 80% |
| De acuerdo | 5 | 12% |
| Indeciso | 4 | 8% |
| En desacuerdo | 0 | 0 |
| Totalmente en desacuerdo | 0 | 0 |
| Total | 21 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Centro Multicomercio Austro Plast

Elaborado por: Lilia Romero

Tabla 3

Creación una red social con el nombre del Centro Comercial Austro Plast

| Opciones | Frecuencia | % |
|-----------------|-------------------|-------------|
| Si | 18 | 90% |
| No | 3 | 20% |
| Total | 21 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes del Centro Multicomercio Austro Plast

Elaborado por: Lilia Romero

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Se analiza los resultados de la tabla numero uno , se determina que frecuentemente los clientes se sienten en incomodidad con la atención que le brinda el personal de trabajo del Centro Multicomercio Austro Plast por que en muchas ocasiones no responden todas sus dudas sobre las variedades y precios de los artículos ,también no tienen paciencia por que a veces contestan groseramente ante las inquietudes que presenta el cliente .

Según los resultados dados de la tabla dos la mayoría de clientes están totalmente de acuerdo que se amplie más el Centro Multicomercio Austro Plas debido a que el momento de ellos de entrar al lugar se encuentra acumulada la mercadería en las perchas y en el piso causando incomodidad para ellos por que deben andar con mucha precaución cuando van en la búsqueda de un articulo por que si no andan con el debido cuidado algún articulo puede caer de las perchas y se lo cobrarían ellos, se debe llenar una buena organización para no ocasionar un mal aspecto a la empresa llamándolos como desorganizados

Los resultados de las encuestas de la tabla 3 ,los clientes manifestaron que sería muy necesario que la empresa cree una red social donde se pueda observar los artículos nuevos que llegan cada mes y puedan así hacer sus compras online para que así se pueda evitar salir a comprar por que muchos clientes a veces no van al Centro Multicomercio Austro Plas por alguna necesidad de adquirir un artículo sino muchas ocasiones van es por el deseo solo de conocer que nomas se ofrece en esta empresa.

CONCLUSIONES

El proceso de ventas que tiene el Centro Multicomercio Austro Plast es muy regular por qué no llevan una buena organización y sobre todo el debido control de la mercadería, no cuidan la imagen de la empresa dando una mala percepción al cliente ,se conoce que los clientes se sienten insatisfechos por la atención y el servicio que les brindan los propietarios y el personal de trabajo por que no ahí en ocasiones un trato cortés por partes de ellos.

Los clientes se sienten incómodos por la mala organización que tienen como empresa manifiestan que acuden a este lugar por que los artículos que se ofrecen en esta empresa si son de calidad ,por ello se debe llevar un debido control y que se trate de fidelizar al cliente, los clientes manifiestan que les gustaría que se agrande más el lugar para poder andar con más tranquilidad y no andar con incomodidad al momento de elegir o visualizar los artículos o también crear una pagina web donde puedan realizar sus compras desde casa porque durante el año 2020 al 2021 las ventas fueron bajas por la pandemia.

En el Centro Multicomercio Austro Plast, los clientes antes de realizar sus compras preguntan sobre los precios ,la calidad y entre otras derivadas mas ,también se dan cuenta que en esta empresa no trabajan en equipo para brindar un buen servicio al cliente, los empleados no cuentan con una buena comunicación con los propietarios de la empresa ya que ellos sienten que no son tomados en cuenta y no tienen confianza en ellos , ya que esto provoca que no se tenga un lugar agradable para que puedan trabajar y esto se transmite al cliente.

RECOMENDACIONES

Se recomienda al propietario de la empresa empiece a ejercer una buena organización en lo que es las perchas por que da un mal aspecto, también que lleven un control interno en lo que es las planificaciones en las ventas para que se puedan tener mejores resultados , además podrían tener una mayor captación de clientes,por que los clientes acuden repetitivamente a un lugar muchas veces cuando se lo tratan bien y tienen paciencia en responder las preguntas que hacen ellos

El vendedor debe brindar una atención constante al cliente,porque al cliente le agrada que esten pendientes a sus necesidades y además le informen de nuevas promociones por lo que debe hacerlo sentir en confianza creando un ambiente donde el pueda expresar lo que piensa y siente esto ayudara a lograr una relación estrecha y podrá generar continuas ventas deben de tratar que el cliente quede sastifecho con el trato recibid para que asi el cliente recomiende positivamente los artículos como a la empresa.

Analizar el comportamiento del consumidor ya que es de gran interés para los clientes, además por esa razón es fundamental conocer y comprender la conducta de los consumidores, con el pasar del tiempo las tendencias y los factores influyen en la decisión de compra y en la forma en que las personas gastan sus recursos disponibles ya sea tiempo dinero y esfuerzo. Puesto que entre más se conozca al consumidor mejor se le puede satisfacer y se podrá mejorar las ventas .

REFERENCIAS

- Cyberclick. (2021). ¿Que es marketing? *Cyberclick*. Obtenido de <https://www.cyberclick.es/marketing>
- Echazarreta, S. (2022). ¿Qué es el servicio al cliente? *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/servicio-al-cliente.html>
- Emprendedor, C. (2019). Importancia de las ventas en los negocios. *Centro Emprendedor*. Obtenido de <http://centroemprendedor.com/importancia-de-las-ventas-en-los-negocios/>
- Ferraz, C. (2020). Proceso de ventas: qué es y cómo configurar uno para tu empresa. *RD STATION*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/es/blog/proceso-de-ventas/>
- Gil, S. (2019). Competencia. *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/competencia.html>
- Matinez, A. (2020). Cliente. *Concepto Definicion*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/cliente/>
- Pecanha, V. (2021). ¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? *rockcontent.blog*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>
- Peralta, M. O. (2020). Plan de Marketing. *Genwords*. Obtenido de <https://www.genwords.com/blog/plan-de-marketing-ejemplos>
- Quiroa, M. (2020). Economipedia. *Tipos de ventas*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-ventas.html>
- Salles., E. Q. (2022). Importancia de conocer la conducta del consumidor. *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/importancia-conducta-del-consumidor/>

SISTEMAS DE GESTIÓN. (2020). Obtenido de <https://www.sgs.es/es-es/campaigns/asistencia-tecnica/sistemas-de-gestion>

Thompson, I. (2022). Definición de empresa . *PromonegocioS.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>

Valdes, B. (2020). El beneficio que trae para las marcas conocer al consumidor y los tips que debe considerar para estudiar el comportamiento del consumidor. *Marketing digital*.

Obtenido de <https://blucactus.es/comportamiento-del-consumidor/>

Westreicher, G. (2019). Ventas. *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/ventas.html>






Yirda, A. (2021). Promoción. *ConceptoDefinicion*. Obtenido de

<https://conceptodefinicion.de/promocion/>



ANEXOS

Encuesta a los clientes






1. ¿Se siente en comodidad con la atención que le brinda el personal de trabajo del Centro Multicomercio Austro Plast?

| | | | | |
|--|---|--|--|--|
| Siempre  | Frecuentemente  | A veces  | Rara vez  | Nunca  |
|--|---|--|--|--|

2. ¿Existe una excelente calidad de artículos en el Centro Comercial AustroPlast?

| | | | | |
|--|---|---|--|---|
| Totalmente de acuerdo  | De acuerdo  | Indeciso  | En desacuerdo  | Totalmente en desacuerdo  |
|--|---|---|--|---|






3. ¿El personal de trabajo responde todas sus dudas sobre los precios de los artículos ?

| | | | | |
|--|---|--|---|--|
| Siempre  | Frecuentemente  | A veces  | Rara vez  | Nunca  |
|--|---|--|---|--|

4. ¿Cree usted que se debería crear una red social con el nombre del Centro Comercial Austro Plast?

| | | | | |
|--|---|---|---|---|
| Totalmente de acuerdo  | De acuerdo  | Indeciso  | En desacuerdo  | Totalmente en desacuerdo  |
|--|---|---|---|---|

5. ¿Se siente satisfecho con las variedades de artículos que existen en el Centro Comercial?

| | | | | |
|--|---|--|---|--|
| Siempre  | Frecuentemente  | A veces  | Rara vez  | Nunca  |
|--|---|--|---|--|

6. ¿Usted se ha hecho acreedor de alguna promoción cuando ha realizado sus compras?

| | | | | |
|----------------------------------|---|----------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|
| Siempre <input type="radio"/> | Frecuentemente <input type="radio"/> | A veces <input type="radio"/> | Rara vez <input type="radio"/> | Nunca <input type="radio"/> |
|----------------------------------|---|----------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|

7. ¿Usted cree debe haber incentivos para los clientes que realizan sus compras al por mayor de artículos?

| | | | | |
|--|-------------------------------------|-----------------------------------|--|---|
| Totalmente de acuerdo <input type="radio"/> | De acuerdo <input type="radio"/> | Indeciso <input type="radio"/> | En desacuerdo <input type="radio"/> | Totalmente en desacuerdo <input type="radio"/> |
|--|-------------------------------------|-----------------------------------|--|---|

8. ¿Considera usted que se debe ampliar más el Centro Multicomercio Austro

Plast?

| | | | | |
|--|-------------------------------------|-----------------------------------|--|---|
| Totalmente de acuerdo <input type="radio"/> | De acuerdo <input type="radio"/> | Indeciso <input type="radio"/> | En desacuerdo <input type="radio"/> | Totalmente en desacuerdo <input type="radio"/> |
|--|-------------------------------------|-----------------------------------|--|---|

TECNICA A EMPLEAR**OBSERVACIÓN**

Esta técnica me permitió conocer las falencias que tiene el Centro Multicomercio Austro Plus de los clientes que se sienten insatisfechos por la mala atención que les brinda el personal de trabajo, también se sienten incómodos por el espacio reducido de esta empresa por que no les permite visualizar bien los artículos por que hay demasiada mercadería dándole un mal aspecto a la empresa por que no llevan una buena organización, existe también una mala comunicación entre el empleador y sus trabajadores debido a esto no les permitirá tener los resultados deseados.

Babahoyo, 21 de Febrero del 2022

Sr
Juan Bolivar Suconota Cali
Propietario de la empresa Centro Multicomercio Austro Plast de la ciudad de Babahoyo
En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: Romero Icaza Lilia Siomara, con cédula de identidad 1251051890, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de Comercio, matriculada en el proceso de titulación periodo noviembre 2021 - abril 2022, 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 **Gestión de ventas del Centro Multicomercio Austro Plast de la ciudad de Babahoyo del periodo 2020-2021** el cual es requisito indispensable para poder titularme.

Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecida.

Muy atentamente

Lilia Romero

Lilia Siomara Romero Icaza
1251051890

~~Juan Bolivar Suconota Cali~~
Juan Bolivar Suconota Cali

CI: 120340454-4

Nº celular: 0980794642

CORREO: JbSuconota@Hotmail.co

Autorizando

CENTRO MULTICOMERCIO AUSTRO PLAST
BABAHOYO



Document Information

| | |
|-------------------|--|
| Analyzed document | Caso de Estudio Final tutor Ing Galo Terranova.docx (D131171704) |
| Submitted | 2022-03-22T13:59:00.0000000 |
| Submitted by | |
| Submitter email | lromero890@fafi.utb.edu.ec |
| Similarity | 6% |
| Analysis address | gterranovado.utb@analysis.orkund.com |

Sources included in the report

| | | |
|-----------|---|---|
| | UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO / ESTUDIO DE CASO FINAL KEILY PLACENCIO.pdf | |
| SA | Document ESTUDIO DE CASO FINAL KEILY PLACENCIO.pdf (D130726285) Submitted by: kplacencio597@fafi.utb.edu.ec Receiver: gterrannovado.utb@analysis.orkund.com |  2 |
| W | URL: https://www.ceupe.cl/blog/que-es-el-marketing.html Gil, Fetched: 2022-03-22T14:05:00.0000000 |  2 |
| W | URL: https://conceptodefinicion.de/promocion/ Fetched: 2022-03-22T14:05:00.0000000 |  1 |
