



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

INGENIERIA COMERCIAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

Gestión de políticas internas de crédito del Almacén Tropi Motors

EGRESADO:

Justin Wilfrido Guerrero Maldonado

TUTOR:

ING. Gina Maribel Carrasco Echeverria.

PROCESO DE TITULACIÓN

OCTUBRE 2019 – MARZO 2020

INTRODUCCIÓN

Almacén Tropi Motors es una empresa comercial que se ha extendido por todo el país implantando diferentes sucursales, dedicada a la venta de motocicletas de diferentes marcas, esta empresa entre las diferentes franquicias que tiene a nivel nacional una de ellas se encuentra ubicada entre las calles Sucre y Bolívar del Cantón Vinces Provincia de Los Ríos.

La presente investigación tiene como objetivo conocer y analizar con profundidad los problemas que ocasionan las actuales políticas internas en las actividades que se realizan en el proceso para obtener un crédito en el almacén Tropi Motor – Vinces, la metodología que se utilizó fue el método cualitativo por la manera de recopilar información fue en base a la captación o visualización de los hechos y acciones concretas para resolver los problemas y obtener conclusiones certeras del caso, el método que se empleó para la recolección de información con la herramienta de la entrevista por la efectividad que tiene esta técnica al ser aplicada.

La sublínea de investigación del caso de estudio es el modelo de gestión administrativa, se analizó las políticas internas que afectan el desempeño del almacén en sus actividades diarias, que a consecuencia de estos problemas se está afectando la satisfacción de los clientes que van a solicitar un crédito para posterior poder realizar la compra de las motocicletas, además afecta los objetivos que tiene el almacén en cumplir su meta en ventas.

En este estudio de caso se encontraron los siguientes resultados, el no contar con un inspector propio en el almacén, el exceso de requisitos al realizar una solicitud de crédito, las áreas o zonas vetadas por el almacén y la falta de estrategias para contrarrestar la competencia originan que haya poca aceptación del almacén en los clientes causando que las ventas disminuyan y no se cumplirían las metas u objetivos del almacén lo que ocasiona que se impida conservar y adquirir nuevos clientes y por ende las ventas disminuirán lo que para

el almacén es contraproducente ya que en base a esto no se estaría logrando los objetivos empresariales del almacén que son cumplir con las cuotas de ventas que se le impone al almacén.

DESARROLLO

El Almacén Tropi Motors-Vinces ubicada en las calles Sucre y Bolívar, se dedica a la venta de motocicletas a la ciudadanía vinceña y sectores aledaños a los que el almacén puede llegar con el fin de satisfacer las necesidades del cliente de una manera rápida y oportuna, en la actualidad el almacén está pasando por diferentes problemas y desafíos que impiden que se realicen de manera satisfactoria las ventas debido a las estrictas políticas internas que regulan las actividades del almacén sugiriendo un cambio con el fin de terminar con estas irregularidades que han desviado de los objetivos empresariales al almacén.

La investigación propuesta se lo realizó porque en el almacén Tropi Motors – Vinces se han reducido las ventas debido a las restricciones y numerosos requisitos que el almacén le exigen al cliente para hacer la solicitud de crédito, esto se da porque el almacén está regulado por políticas internas poco flexibles para los clientes generando inconvenientes al momento de vender y también al momento de realizar las inspecciones no contar con el personal disponible, esto impide que se logre la calidad en el desempeño de los vendedores siendo este uno de los objetivos del negocio. También se busca mediante la utilización de conceptos teóricos sobre administración de talento humano, atención al cliente y políticas que regulan el entorno laboral y así encontrar explicaciones a las situaciones internas del almacén.

El presente caso de estudio tiene como finalidad dar a conocer cuáles son los problemas que han generado la disminución de las ventas en el almacén, los motivos por los cuales el cliente muchas veces deserta el proceso de realizar la solicitud y porque no se cuenta con el personal disponible de manera oportuna en algunas actividades del almacén, ya que esto se da debido a las políticas internas que regulan las actividades del almacén, también se conocerá como afectan y que repercusiones tienen en el proceso de hacer una solicitud de crédito por parte del cliente.

Al momento en que se debe realizar las inspecciones a los clientes que han solicitado un crédito los inspectores no están disponibles debido a que el almacén Tropi Motors no cuenta con inspectores propios, sino que son cedidos por otro almacén quienes se encuentran realizando actividades, y esto genera que los clientes no quieran adquirir el producto ya que se demora mucho tiempo hasta que un inspector esté disponible y se pueda hacer la inspección, Según Mondy: “La dotación de personal es el proceso a través del cual una organización se asegura de que siempre tendrá el número adecuado de empleados con las habilidades apropiadas en los trabajos correctos”(2010, pág. 5); lo que el almacén Tropi Motors no está haciendo, generando molestias tanto para los clientes.

Mencionado lo anterior los inspectores son cedidos por el almacén Artefacta por el motivo de que pertenecen a la cadena Unicomer, por esto el inspector debe realizar sus actividades en ambos negocios esto genera que muchas veces no se encuentre en disponibilidad para dar sus servicios a Tropi Motors.

Los inspectores al no estar a la disponibilidad del almacén al momento de que el cliente desea realizar una solicitud de crédito se genera un tiempo de espera que muchas veces el cliente no está dispuesto a aceptar por motivos personales, lo que origina que el cliente se vea presionado o incitado a desertar el proceso de realizar la solicitud de crédito ya que los clientes son poco pacientes al momento de esperar por un inspector, algo poco aceptable por los vendedores ya que si los clientes desertan ellos no pueden cumplir con sus objetivos en venta esto es contraproducente para el almacén lo que afecta directamente a la consecución de sus objetivos empresariales.

Al no contar con un inspector propio hace que el almacén pierda muchos clientes que es algo contraproducente, el cliente muchas veces prefiere abandonar el proceso de solicitar el crédito a tener que esperar el tiempo que demora hasta que un inspector esté disponible, para

ello es importante que el almacén cuente con un inspector propio esto evitara que se sigan perdiendo clientes; desde el punto de vista de Deloitte: “Es así que resulta importante considerar a las personas como un activo fundamental que contribuye a la consecución de objetivos organizacionales.” (2018, pág. 3); contar con el personal indicado ocupando cada uno de los puestos de trabajo ayudará al almacén a cumplir con los objetivos, ya que estaría realizando cada una de las tareas asignadas.

El almacén no estaría cumpliendo con todas las actividades que se realizan dentro del proceso de solicitar un crédito por parte del cliente, ya que todos los puestos de trabajo no están ocupados; según (Heredia, Olea, & Moya, 2015) menciona: “El Talento Humano es un área muy sensible a la mentalidad que predomina en las organizaciones. También la gestión de talento humano es un conjunto de principios, procedimientos que procuran la mejor elección, educación y organización”; esto se centra en la óptima utilización del talento humano para la consecución de los objetivos del almacén.

Cabe recalcar que para que en el almacén marche todo bien y se logre a cabalidad cada uno de los procesos que conlleva realizar la solicitud de crédito, los puestos de trabajo deben estar ocupados por personas capaces de realizar las actividades o tareas asignadas con la mayor eficiencia y eficacia posible, satisfaciendo las necesidades de los clientes esto es importante ya que así se logra mantener a los clientes en el almacén evitando la posibilidad de que se dirija a la competencia, que es una de las principales causas que origina este problema.

En el almacén no se está haciendo énfasis en que las políticas internas del almacén no alteren la buena administración de los recursos humanos, no afectan las ventas plenas y no aparten la consecución de las metas establecidas; (Chiavenato, 2001) define: “Se habla de

Administración de Recursos Humanos, se toma como referencia la administración de las personas que participan en las organizaciones, en las cuales desempeñan determinados roles”; la buena administración del talento humano es una pieza fundamental en las organizaciones, dado esto el almacén tiene que enfocarse más en implementar el personal indicado para realizar cada una de las actividades del almacén a cabalidad.

Al mencionar las políticas internas del almacén nos estamos refiriendo a lo que los colaboradores o vendedores deben apegar al momento de otorgar un crédito a los clientes de las cuales a continuación se mencionaran unas de las más importantes: cumplir con las normas y procedimientos acogidas por los clientes para satisfacer lo que exige las políticas del almacén, hacer cumplir con los requisitos obligatorios al momento de solicitar el crédito.

El almacén está conformado por empleados cada empleado realiza una tarea específica que le es asignada para cumplir con el proceso de la solicitud de crédito que realiza el cliente para realizar una solicitud de crédito, y el almacén al no contar con un inspector propio que este a la disponibilidad del almacén no se puede llevar a cabo o realizar esta actividad con eficacia y eficiencia, generando algo desfavorable en los objetivos del almacén, esto es una desventaja frente a la competencia ya que en la espera de un inspector el cliente puede desertar en la petición del crédito.

Esto hace que el inspector sea un empleado importante en el almacén al momento de cumplir con el proceso de realizar una solicitud de crédito por parte del cliente, ya que es el único capacitado en inspeccionar las características del cliente que está haciendo la solicitud, y al no estar disponible el inspector no se estaría llevando a cabo este proceso, la falta de un inspector juega un papel muy importante en lo que respecta al tema de las ventas dentro del almacén, ya que de alguna u otra manera estarían disminuyendo, esto impide que tanto el almacén como también los vendedores no cumplan con sus expectativas.

Por otra parte al momento de realizar la solicitud de crédito el almacén le pide al cliente requisitos como referencias de honorabilidad, personal, laboral y domiciliarias que en mucho de los casos no cuentan con ello, o se les hace muy dificultoso conseguir cada uno de estos requisitos esto hace que los clientes se disgusten y a veces desde su punto de vista piensan que los vendedores les piden todos estos documentos para no venderles, el impacto que ocasionan este exceso de requisitos hace que los clientes no quieran hacer la solicitud de crédito, y se retiren con disgustos llevándose una imagen poco satisfactoria del negocio.

Esto muestra que en la actualidad el almacén no cuenta con un modelo de crédito acorde a las necesidades que presentan los clientes, ya sea por la escasez o falta de un personal apropiado o simplemente de políticas más flexibles hacia los clientes lo que genera un problema al momento de otorgar un crédito, lo que demuestra que no se lleva un adecuado proceso en las actividades implícitas en la venta.

Los clientes muchas veces por todas estas peticiones que son vistas como innecesarias, y que el almacén se las exige como un requisito primordial, hace que los clientes opten por otras alternativas y se dirijan a otros almacenes que venden productos similares a los que se venden en el almacén, pero que en la competencia lo obtienen con menos restricciones o requisitos al momento de realizar su solicitud de crédito, ya que lo que el cliente busca es satisfacer su necesidad de la manera más rápida.

Situaciones como las anteriores ocasiona disminución en las ventas para el almacén donde los vendedores no cumplen con sus objetivos o cuotas de venta; según criterio de: (Johnston & Marshall, 2009) :“Cuotas de ventas son las metas de ventas asignadas a una unidad de marketing, que empleará para administrar los esfuerzos de ventas. Una unidad de marketing puede ser un vendedor individual, un territorio de ventas o una sucursal una zona”; al

momento de vender basándose en las políticas internas del almacén no se está satisfaciendo la necesidad del cliente; desde el punto de vista de: Pedro Rubio Dominguez.

“En todas las empresas existen una serie de normas operativas que previamente se habrá normalizado. La política sobre los empleados, de precios, de plazos de entrega y la forma de contrarrestar la competencia, serán las políticas habituales que luego serán el eje de las demás Políticas a implementar en la empresa.”(2015, pág. 50); este exceso de requisitos hace que los clientes se vean presionados al momento de realizar la solicitud para un crédito afectando el ánimo del cliente muchas veces incitándolo a no querer adquirir el producto.

Las políticas internas del almacén debido a la poca flexibilidad que ofrece a los clientes, ciertas veces hace que los vendedores pierdan ventas valiosas al impedir que se les dé un buen servicio, con las condiciones más asequibles y que se satisfaga las necesidades del cliente que es lo primordial para el almacén, los requisitos que pide y las condiciones que impone de alguna forma imposibilita a que el cliente llegue a adquirir el producto de una forma rápida, siendo esto es algo negativo para el almacén ya que lo único que está logrando es que el cliente opte por mejores alternativas.

Se puede decir que el control interno sobre la gestión de las políticas internas del almacén es preocupante por tenerlas muy rígidas hacia los clientes lo que ocasiona el ausentismo en muchas ocasiones de solicitar un crédito. Por eso en este trabajo se aborda sus antecedentes de como aplica estas políticas internas dicha empresa

En esto se toma mucho en cuenta la atención o servicio que se le da al cliente, tratando de lograr que adquiera el producto de la manera más sencilla y fácil; (Enríquez, 2011) señalo que “El Servicio al Cliente constituye una de las herramientas de marketing más importantes para lograr que el consumidor o cliente compre un producto o adquiera un determinado

servicio”; donde el almacén no está dando una correcta atención al cliente para con ello mantener el cliente o hacer que adquiriera el producto de la manera más rápida posible, el cliente al ver que le piden exceso de requisitos lo que querrá es abandonar el almacén y dirigirse hacia otro lugar donde le exijan o pidan menos requisitos.

Aquí interviene mucho el grado de satisfacción que se logra en un cliente, escuchando, aceptando su punto de vista y dejar que interfiera en el proceso; según criterio de (espacios, 2018):“La opinión de los clientes sobre bien o servicio que reciben, se basa principalmente en la calidad de atención que reciban, derivada del desempeño laboral de los trabajadores, las cuales se generan como respuesta a los cambios”; el criterio del cliente debe ser tomado muy en cuenta por el almacén para que así pueda brindarle un buen servicio y este a su vez quede satisfecho.

Otro punto en el que afecta las políticas internas del almacén es el nivel socio económico por ejemplo el de las personas que tienen una vivienda mixta, madera o caña no pueden hacer una solicitud de crédito, y muchos clientes cuentan con dichas casas, esto hace que las ventas disminuyan en el almacén. Según (Mejia, 2012) “Es necesario entender que la empresa depende de sus clientes y no lo contrario, ya que muchas veces se cae en un aire de superioridad que logra que el cliente se sienta menospreciado”; el almacén debe tener en cuenta que el cliente juega un papel importante y la prioridad en este caso sería satisfacer sus necesidades.

Al discriminar a clientes por su condición social se está creando una mala imagen para el almacén, ya que prácticamente se estaría excluyendo a estas personas, lo que origina un prejuicio hacia la perspectiva de clientes que aspiran a obtener un crédito en el almacén y que al obtener referencias de esta naturaleza vean de una mala forma el proceder del almacén,

alejando o disminuyendo sus ganas de obtener la solicitud de crédito lo que causa que se reduzcan las visitas de clientes y posibles clientes.

En ciertos casos se puede estar generando malestar en los clientes ya que pueden verse ofendidos de alguna forma por motivos de esta clase de requisitos que pide el almacén que pueden ser un poco delicados desde las perspectivas de cada cliente, entonces no se está satisfaciendo al cliente ni cumpliendo con sus expectativas; de acuerdo a (Cuenca., 2018) “Para ganar en este terreno es necesario equilibrar satisfacción y rentabilidad. Exprimir a los clientes sin satisfacerlos no es sostenible porque los terminaremos perdiendo”; la total satisfacción de las necesidades del cliente aporta muchos beneficios para el almacén.

El grado de satisfacción del cliente es vital para el almacén ya que entre más clientes satisfechos mejores referencias darán del almacén atrayendo futuros clientes y por ende aumentando las ventas; según (Santos, 2016) “La satisfacción es una respuesta positiva que resulta del encuentro entre el consumidor con un bien o servicio”; los requisitos que son puestos a los clientes deben estar más al alcance de ellos ya que debido a las políticas que internas que maneja el almacén son un poco difíciles de conseguir, esto contribuiría de manera directa al alza de las ventas en el almacén.

Debe ser prioridad de todo negocio satisfacer la necesidad del cliente en este caso otorgarles el crédito ya que estaría ganando tanto el almacén como el cliente; según los criterios de (Buades, 2015) “Cuando existe insatisfacción se incrementa la probabilidad de abandono de la entidad por parte del cliente y se favorece la deserción hacia otros competidores”; es necesario para el almacén brindar la atención indicada al cliente para evitar que este se dirija a la competencia y así mantener al cliente en el almacén.

Muchos de los clientes que llegan al almacén son de recintos aledaños a Vinces y al momento de hacer la solicitud de crédito no aplican por que no están dentro del rango o área

que abarca el almacén Tropi Motors, este problema afecta a los clientes de dichos sectores ya que desde el punto de vista de ellos se sentirían rechazados; según (Anderson, 2015). “Los gerentes de ventas no deben preocuparse demasiado por consideraciones geográficas. Debe darse mayor importancia a los clientes y a los prospectos puesto que un mercado se compone de personas y de clientes”; no abarcar con una zona amplia disminuye la posibilidad de tener nuevos clientes en el almacén y perdiendo la oportunidad de aumentar las ventas.

El almacén pierde la aceptación del cliente debido a este requisito que impide que las personas que viven en zonas vetadas no puedan realizar la solicitud, esto hace que el almacén pierda ventas valiosas ya que la mayoría de los solicitantes de créditos son de dichos lugares, y estos llegan hasta las instalaciones del almacén con el propósito de adquirir el crédito y lograr comprar. La zona o área de venta que abarca el almacén es muy importante ya que pueden existir clientes potenciales en áreas que el almacén no abarca; según Acosta, Salas, Jiménez, & Guerra:

“La principal razón para definir una zona o ruta de ventas es hacer una planificación eficiente y controlar la función de ventas. Una zona o ruta de ventas se conceptualiza como un espacio definido en función de los clientes reales o potenciales” (2018, pág. 24); el almacén no está llegando a estas áreas donde se ubican numerosos clientes potenciales los que podrían ser buenos clientes y que al ver estas restricciones no querrán hacer una solicitud de crédito esto hace que las ventas del almacén disminuyan.

El almacén al tener zonas vetadas y abarcar un área pequeña en ventas, que esto le impide que las ventas aumenten, esto genera que los ingresos no sean buenos impidiendo el desarrollo del almacén, por otra parte tampoco se está satisfaciendo las necesidades de los clientes que es lo que el almacén quiere lograr en primera instancia, por ende se debe prestar

mucha atención a esto ya que si no aumenta el número de clientes no se estaría cumpliendo el objetivo de los vendedores de cumplir sus cuotas mensuales de venta.

El almacén no está administrando de manera adecuada las zonas de venta que geográficamente lo rodean donde existen muchos clientes, la poca cobertura que tiene hace que no se tome en cuenta o se menosprecien áreas que cuentan con personas que desean realizar el proceso para obtener la solicitud de crédito, al no llegar a estos lugares el almacén se vería afectada en la obtención de sus objetivos empresariales, esto hace que los clientes no acepten al almacén y busquen la competencia donde los cuales si podrían llegar hasta aquellos sectores, estas limitaciones hacen que el desarrollo en las ventas del almacén se trabe y no pueda evolucionar.

Los clientes potenciales son fundamentales para el almacén ya que en ellos se puede ver una oportunidad de crecimiento, en este caso el almacén con las políticas internas que maneja restringe muchas áreas que rodean la localidad disminuyendo el alcance o no puede llegar a áreas más extensas limitándose a poder conseguir más clientes reduciendo las ventas de una manera significativa e impidiendo su desarrollo, estas áreas a las que no llega pueden ser tomadas en cuenta pero debido a la poca flexibilidad que se tiene a la hora de pedir los requisitos al cliente hace que no apliquen para dar el crédito.

En la ciudad de Vinces existe muchos almacenes que también se dedica a la venta de motocicletas y al no tener planteadas buenas estrategias para contrarrestar la competencia hará que los clientes elijan ir a otro almacén ya que pueden contar con mejores alternativas en lo que compete a ventas; (Nazel, 2014) menciona “Las empresas que siguen una estrategia activa, por medio de la experiencia, juicio y conocimiento de los administradores, identifican a sus mejores clientes y los satisfacen de acuerdo con sus características”. Estas estrategias son de suma importancia para el almacén ya que con ellas se lograra conseguir los objetivos.

Tener buenas estrategias es de suma importancia para el almacén, esto hace llamar la atención al cliente para que aporten en el proceso de ventas y mantenerlos con el entusiasmo para que adquieran los productos del almacén, se deben implementar porque existe mucha competencia dentro de la localidad vinceña, esto ayudara a mejorar la gestión en ventas a posicionarse en el mercado y tener un control de las cuota de ventas mensuales, al no contar con la implementación de estas estrategias el almacén no podrá contrarrestar a la competencia y tampoco ganar clientes y satisfacer sus necesidades.

La implementación de estrategias como: Identificar competidores y saber cuáles son sus estrategias, mantener y conocer más clientes, promocionar y hacer publicidad, por parte del almacén es un proceso que le ayudara a conseguir sus objetivos mediante planes estructurados y alineados a un mismo fin, contrarrestando a la competencia el almacén lograra posicionarse en el mercado; el almacén no cuenta con esta forma de atraer clientes lo que impide que se pueda llamar la atención de muchos clientes, estas medidas deben ser rentables para el almacén ya que no está llevando las medidas correctas ni empleando las estrategias adecuadas para ser llamativos frente al cliente.

La implementación de estrategias es muy crucial para el almacén para que este pueda seguir a la par con la competencia, y así atraer más clientes esto es crucial en el desarrollo del almacén entre más clientes atraiga el almacén mayores serán las posibilidades de aumentar sus dimensiones y así aumentar sus ingresos, el uso de estrategias beneficia a los clientes ya que ellos verán bien los atributos con los que cuenta el almacén y sus productos, también beneficia a los vendedores porque al atraer más clientes las ventas aumentan y así ellos pueden cumplir con sus objetivos o cuotas de venta.

Al aplicar la entrevista al jefe del almacén Tropi Motors – Vines se obtuvo que los principales problemas en el almacén se originan por no contar con un inspector propio esto

ocasiona que muchos de los clientes por las largas esperas que se deben hacer hasta que un inspector esté disponible prefieran abandonar o desertar el proceso de realizar una solicitud de crédito en el almacén, esto ocasiona que los clientes no se sientan satisfechos en tanto a atención al cliente se refiere, esto a su vez proyecta que en el almacén se está llevando un mal manejo en lo respecta a talento humano.

Otro punto que se dio a conocer mediante la aplicación de la entrevista es que una de las restricciones que el almacén Tropi Motors – Vinces le impone a los clientes es que al no contar con una casa de cemento y bloque en su totalidad se le imposibilita al cliente entrar en el proceso de realizar la solicitud de crédito, lo que muchas veces es poco aceptado por ellos y en algunos casos los clientes entienden desde su perspectiva que el almacén los está rechazando por tener dicha característica, esto hace que los clientes deserten el proceso de obtener un crédito en el almacén disminuyendo las ventas en el almacén.

Otro de los problemas que se reflejó en la entrevista es que el almacén no tiene un área de venta amplia o no abarca un área de venta grande debido a que las políticas internas del almacén lo plasmaron así vetando zonas geográficas aledañas a la ciudad de Vinces, esto origina que el almacén se vea en la obligación de no atender o no otorgar un crédito a clientes que llegan desde aquellos lugares, donde pueden existir clientes potenciales para el almacén lo que es poco aceptado tanto por parte de los clientes como de los vendedores, este problema ocasiona que las ventas en el almacén disminuyan.

Otro punto que se dio a conocer por medio de la entrevista aplicada al jefe es que las políticas internas por las que es regulado el almacén no solo afectan a los clientes sino también a los vendedores ya que al poner exceso de requisitos y ser poco flexibles con los clientes hace que los estos no quieran adquirir los productos muchas veces no acudan al almacén, al ocurrir esto las ventas disminuyen que es la parte que afecta al vendedor ya que

entre menos ventas tengan ellos menos posibilidades de cumplir con sus objetivos tiene el vendedor.

El exceso de requisitos que impone el almacén para los clientes es otro problema que surgió mediante la entrevista que se le aplicó al jefe del almacén, estos requisitos no son flexibles para el cliente generando malestar hacia ellos que muchas veces desde su perspectiva originan confusión y hacen que el cliente se vea ofendido de alguna forma, estos requisitos como son referencias de honorabilidad, domiciliarias, personales y laborales en muchas ocasiones los clientes no cuentan con ellas genera que el cliente se interese por otras alternativas y se dirija hacia la competencia, estos requisitos hacen que la aceptación del almacén hacia los clientes disminuya.

Otro problema que se dio a conocer al aplicar la entrevista es que el almacén al no implementar buenas estrategias para contrarrestar la competencia está perdiendo terreno en el mercado, lo que ocasiona que muchos de los clientes se vean atraídos por la competencia ya sea por sus atractivas ofertas o porque de algún modo les estaría pidiendo muchos requisitos, que es lo que el almacén Tropi Motors – Vinces le exige a los clientes que acuden hasta sus instalaciones esto hace que el almacén se vea afectado en sus ventas porque los clientes no estarían acudiendo al almacén.

CONCLUSIONES

El almacén Tropi Motors – Vinges carece de procesos por lo que no puede cambiar los diferentes problemas y a su vez impiden innovar tanto la atención al cliente como en sus políticas internas, esto no permite lograr los diferentes objetivos como equidad, eficiencia, calidad en el servicio y la cobertura que tiene el almacén en el cantón.

Debido a su poca flexibilidad en los requisitos genera muchos problemas con los clientes ya que estos a veces no pueden tener todo lo que el almacén solicita lo que ocasiona que muchos de ellos deserten el proceso de hacer la solicitud de crédito y ya no quieran adquirir el producto.

No cuenta con el personal disponible para todas las actividades que conlleva realizar una solicitud de crédito por parte del cliente donde se refleja que el almacén no está haciendo el correcto manejo del talento humano y no se está ocupando los puestos de trabajo con personas eficaces y eficientes, lo que ocasiona que el almacén no realice un buen trabajo al momento de atender a un cliente.

BIBLIOGRAFIA

- Acosta, M., Salas, L., Jiménez, M., & Guerra, A. M. (2018). *La administración de ventas*. Editorial Área de Innovación y Desarrollo, S.L.
- Anderson, R. E. (2015). *Administración de Ventas*. Mexico.
- Buades, J. C. (2015). *Valor del cliente y predicción del abandono en empresas de servicio con productos contractuales*. SEVILLA.
- Chiavenato, I. (2001). *Administración de Recursos Humanos*. California: Mc Graw Hill.
- Cuenca, L. &. (2018). La revolución. *Desarrollando Ideas*, 52.
- Deloitte. (2018). Gestión de RRHH en América Latina . *Deloitte*, 12.
- Enríquez, J. (2011). *El servicio al cliente en restaurantes del centro de*
- espacios, R. (2018). Importancia del Marketing de. *Luci Salas Narváez; Marjorie Acosta Véliz; María Jimenez Cercado*, 13.
- Heredia, R. B., Olea, M. E., & Moya, E. E. (2015). Tendencias de la gestión de talento humano en el sector. *Ecociencia*, 14.
- Johnston, M. W., & Marshall, G. W. (2009). *Administración de ventas*. Mexico: The McGraw-Hill.
- Mejia, M. N. (2012). *Técnica de Ventas*. Mexico: Red Tercer Milenio.
- Mondy, W. (2010). En W. Mondy, *Administración de Recursos Humanos* (pág. 512). Mexico: Pearson Education.
- Nazel, P. F. (2014). Estrategias de marketing utilizadas por las empresas chilenas para incrementar el valor de los clientes. 7.
- Pedro Rubio Dominguez*. (2015). Madrid.

Santos, M. A. (2016). Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén. *Revista de la educación superior*, 17.

A
N
N
E
X
O
S



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN



Anexo #1 - Entrevista aplicada al Jefe del Almacén Tropi Motors

Objetivo: Recopilar información pertinente la cual será analizada y descrita y en el desarrollo del estudio de caso; **Gestión de Políticas internas de Crédito del almacén Tropi Motors.**

¿Porque el almacén no cuenta con inspectores propios?

¿Por qué los requisitos que pide el almacén al cliente afectan en el proceso de hacer la solicitud del crédito?

¿En que afecta el área de venta que abarca el almacén en el proceso de venta?

¿Por qué no se les da créditos en el almacén a personas que no tienen casa de cemento y bloque?

¿En que afectan las políticas internas del almacén a los vendedores?

¿Por qué el almacén no implanta estrategias para contrarrestar la competencia?

¿En que ayudaría al almacén contar con un inspector propio?

¿En que afecta el tiempo de espera que generan los inspectores al no estar disponibles para realizar una inspección?

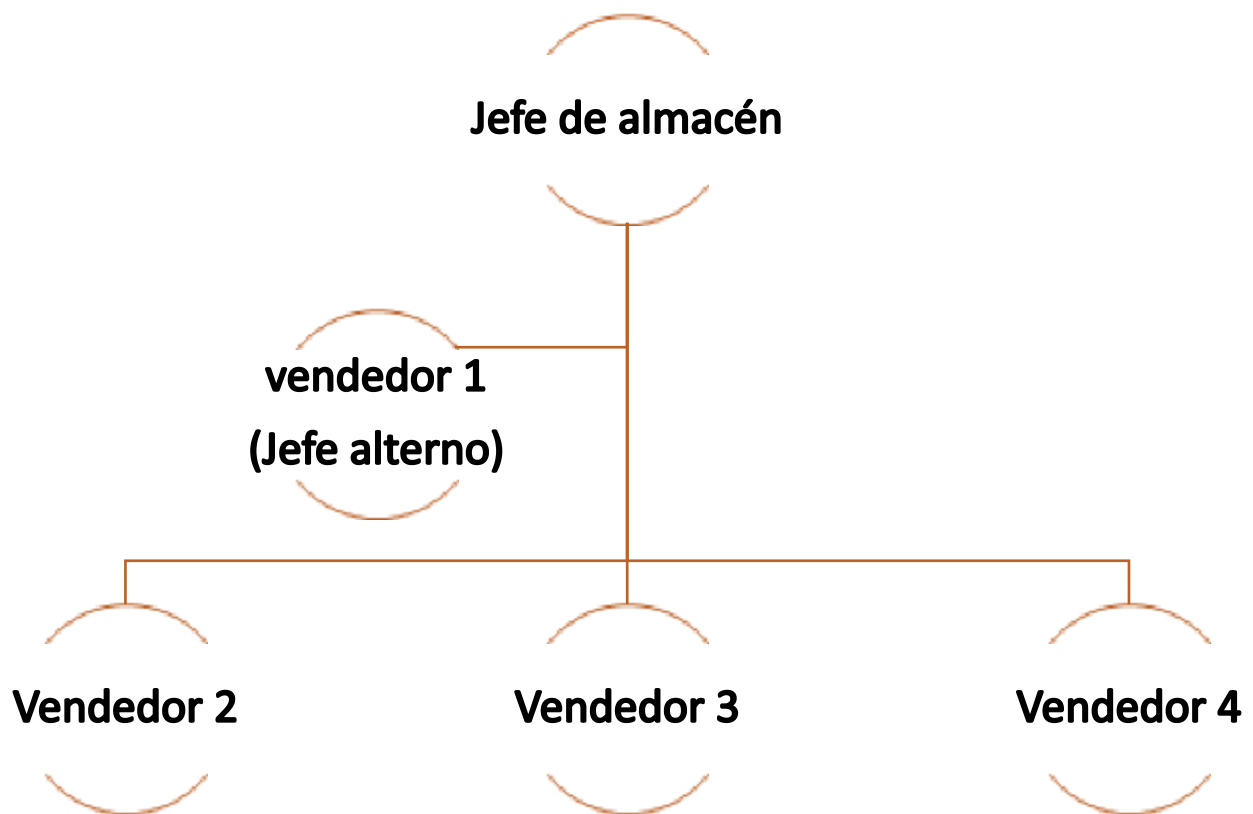


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



Anexo #2

Organigrama funcional del almacén Tropi Motors



Elaborado por: Justin Guerrero Maldonado