



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**OCTUBRE 2019 – MARZO 2020**

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**INGENIERÍA COMERCIAL**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

Nivel de ventas en la Picantería “Los Piqueros”

**EGRESADO:**

Jorge Jiang Lopez Bajaña

**TUTORA:**

EC. Diana Escobar Mayorga, MAE

**AÑO 2020**

## INTRODUCCIÓN

La picantería “Los Piqueros” se encuentra ubicada en el cantón Vinces, siendo fundada e inaugurada el 28 de julio del 2006. Reinició sus actividades el 28 de agosto del 2012 en las calles Av. Córdova y Jorge Yáñez Castro, diagonal al colegio Unidad Educativa Vinces. Empezó a realizar sus operaciones en el mercado con la elaboración de productos derivados del marisco, siendo el encebollado el producto principal y más apetecido por los consumidores. Laborando de miércoles a lunes y brindando atención desde las 07:00am hasta las 15:00pm.

Dada la falta de un estudio adecuado para determinar las causas de los bajos niveles de ventas de la picantería “Los Piqueros”, se ha iniciado la presente investigación porque a partir del año 2016 se ha visto afectada mostrando un claro declive en sus ventas diarias. Tomando en cuenta el amplio descuido en la elaboración de los productos que ofrece, donde, la competencia se ha aprovechado de aquella debilidad ganándole el posicionamiento en el mercado, mostrando una amplia superioridad en ventas debido a que ofrece mejor calidad en los productos.

El objetivo de esta investigación está basado en conocer las causas sobre los bajos niveles de ventas que presenta la picantería “Los Piqueros” del cantón Vinces, teniendo la necesidad de averiguar qué aspectos se consideraran relevantes, para medir lo que se busca especificar y dar a conocer sobre el tema, siendo de vital importancia, para conocer si se encuentran realizando correctamente sus actividades y que tan conformes se encuentran sus clientes por el servicio que se brinda.

De tal manera el tema objeto de estudio se encuentra relacionada con la sublínea de investigación “Modelo de Gestión Administrativa”, en virtud de que aborda temas relacionado con los procesos y con la administración en general; muchas de las veces la carencia de algunos procesos dificulta cumplir con el objetivo y metas que se designan. Haciendo énfasis en esta sublínea que enmarca el proceso administrativo porque se pretende determinar y analizar las posibles causas o factores por la que existe una mala gestión al momento de administrar esta picantería.

## DESARROLLO

La picantería “Los Piqueros” se encuentra ubicada en el cantón Vinces, en las calles Av. Córdova y Jorge Yáñez Castro, se dedica a la preparación de productos a la carta derivados del marisco, ofreciendo: encebollados, ceviche de calamar, ceviche de camarón, ceviche mixto, ceviche de concha, arroz marinero, banderas (pescado, guatita y camarón), entre otros. Adicionalmente elabora almuerzos de lunes a viernes para los docentes de la Unidad Educativa Vinces. Laboran 6 días de la semana desde las 07:00am hasta las 15:00pm. Esta picantería lleva 14 años incursionando en el mercado, donde, al momento de apertura logró un excelente nivel de ventas.

Dada la falta de un estudio adecuado para determinar las causas de los bajos niveles de ventas de la picantería “Los Piqueros”, se ha iniciado la presente investigación porque a partir del año 2016 se ha visto afectada mostrando un claro declive en sus ventas diarias. Tomando en cuenta el amplio descuido en la elaboración de los productos que ofrece, donde, la competencia se ha aprovechado de aquella debilidad

ganándole el posicionamiento en el mercado, mostrando una amplia superioridad en ventas debido a que ofrece mejor calidad en los productos.

La picantería “Los piqueros” para poder seguir competitiva debería realizar algunas estrategias capaces de elevar significativamente el nivel de ventas. Mejorando considerablemente la calidad en los productos que ofrece, contando con insumos de mucha mejor calidad, para lograr captar mayor atención en los consumidores. De la misma manera, reducir y establecer precios fijos por los productos que ofrece, donde muchas ocasiones suelen variar dependiendo del tipo de consumidor que asiste a la picantería a satisfacer su necesidad alimenticia.

El presente caso de estudio se lo realiza con el objetivo fundamental de conocer y comprender las causas de los bajos niveles de ventas que presenta la picantería “Los Piqueros” en el cantón Vinces, por tal motivo, se ve la necesidad de conocer qué aspectos se consideran relevantes dentro de las problemáticas que presenta la picantería, para medir lo que se busca especificar y dar a conocer sobre el tema, es de vital importancia, llevar a cabo este caso de estudio con el objetivo de conocer si realizan correctamente sus actividades en la picantería “Los Piqueros” y que tan conformes se encuentran sus clientes por el servicio que se brinda.

Consiguiendo como resultados la incorporación de un sin número de contribuciones de expertos y científicos bibliográficos que de una u otra forma cooperan en la productividad y competitividad de un negocio. Tanto para la parte que realiza el estudio, como también los que se encuentran indagando el tema, siendo esta, la forma más

propicia de prever malas prácticas en el control de calidad en el servicio y la buena atención al cliente, que deben emplear.

A pesar de que, en los últimos años poco a poco se incorporaron nuevos locales semejantes a la picantería “Los Piqueros” en el cantón Vinces dedicados a la venta de encebollados y ceviches, debido al buen trato, gracias a un mejor personal capacitado para la atención al cliente y buena calidad del producto que poseían los productos de la picantería. Según el autor (Tracy, 2015) “Todo el mundo tiene talentos y habilidades de ventas naturales”. Haciendo de esto que, los consumidores elijan satisfacer su necesidad alimenticia en la picantería “Los Piqueros”.

Al inicio de sus operaciones la picantería “Los Piqueros” al obtener excelentes ventas, y debido a la gran demanda de sus productos por parte de los consumidores, expandió su local contando con un amplio espacio físico para la comodidad de su numerosa clientela, donde brindaba una excelente experiencia para sus consumidores, llegando a ser número uno del mercado, con el pasar de los años sus ventas comenzaron a bajar drásticamente por distintos factores que se detallarán a continuación.

La desmotivación es la causa principal por los bajos niveles de ventas de la picantería “Los Piqueros” ya que, existe desinterés al momento de la elaboración de los productos por parte del personal de la picantería. Por tal motivo, existe un claro decaimiento en las ventas de los diferentes productos derivados del marisco, especialmente en su producto principal como lo es el encebollado. Siendo la desmotivación un factor negativo ya que, no se tiene un personal altamente motivado para una mejor productividad dentro de la

picantería. Como define el autor (Guillén, 2012) “La motivación va dirigida y orientada hacia una meta”.

De acuerdo con lo antes mencionado, debe existir ese plus llamado motivación, para el logro de mejores ventas, la cual está constituida por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta de los empleados hacia el logro de los objetivos y es posible modificar este comportamiento con incentivos o remuneraciones. Como define el autor (Perret, 2014) La motivación hasta cierto punto es medible, ya que es posible cuantificar la cantidad y calidad de recursos que una persona está dispuesta a sacrificar con tal de obtener un objetivo, puede que algo no nos motive mucho por la forma como lo estamos percibiendo, pero si cambiamos la forma de percibirlo, tal vez hallemos la forma de hacerlo con mayor motivación.

En la picantería “Los Piqueros” el sabor de los productos no son los mismos en comparación al momento de apertura, donde existía un mayor compromiso, esmero y dedicación al momento de la elaboración de los productos por parte del personal que labora en la misma. Según el autor (Agulló, 2015) “La insatisfacción laboral supone la alteración del equilibrio psíquico del trabajador y conlleva su desmotivación y falta de interés con respecto al trabajo, esta situación producirá entre otros aspectos absentismo laboral, comisión de errores y aumento de la siniestralidad laboral”. Lo cual, hace que gran parte de su clientela quede insatisfecha creando un alto grado de inconformidad, esto conlleva a que, los clientes queden inconformes al momento de consumir los productos y se vuelvan clientes ocasionales.

En la picantería “Los Piqueros” la atención al cliente no es la adecuada, ya que no existe un proceso de atención agilizado, eficiente y eficaz, que logre una mayor satisfacción por parte de los clientes sino un exceso de tiempo de espera. Según palabras de (Alcaide Casado, 2015) “La experiencia del cliente como la prioridad número uno de la organización, la realidad nos dice que sin un alto nivel de calidad de servicio a los clientes la fidelización se convierte en una misión imposible”.

Otro factor importante que la picantería “Los Piqueros” debe tener en cuenta es el servicio al cliente, que, sin duda, es el principal elemento que debe poseer la picantería independientemente de los productos que venda, si no cuenta con esto, no logrará la fidelización de los clientes. Según, (Solano Terrenegra, 2017) “El servicio al cliente pretende desarrollar una relación con el cliente, basada en la calidad del servicio, buscando siempre superar las expectativas” (pág. 5). Al no mejorar este aspecto, tendrá una disminución y pérdida de clientes, como consecuencia de aquello debe comprender que es más fácil mantener un cliente, que conseguir uno nuevo, por esta razón, debe mantener a los clientes contentos y satisfechos, cómodos y leales a los productos que ofrece la picantería.

A pesar de las situaciones que se viven dentro de la picantería “Los Piqueros”, para seguir siendo competitivo dentro del mercado no siempre es recomendable recortar precios, debido que estos tienen que ser capaces de continuar cubriendo gastos y generar un margen de beneficio óptimo, pero sí ajustarlos con la calidad y ofrecer un extra que lo justifique. “La atención al cliente es una faceta muy importante dentro de la empresa, y cuando hablamos del servicio de atención al cliente nos referimos a las actividades que la empresa realiza para conciliarse con sus clientes” (Parres, 2015).

Muchas ocasiones los clientes tienen a esperar demasiado creando cierta disconformidad y desagrado, cuando estos requieren de un trato diferenciado y especializado. Según el autor (Couso, 2005) “El servicio al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de la empresa y constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso”. Éstos son las razones de ser de cada negocio y es por ello por lo que, se debe atender de una manera adecuada, que se sientan a gustos y queden satisfechos, logrando la fidelización de estos.

Los consumidores no volverían a comprar en la picantería si la atención al cliente no fuera la adecuada, independientemente incluso del precio. La picantería no tiene en cuenta que el abandono del cliente afectará tanto a las ventas presentes como futuras. Según el autor (Aragón, 2015) “La atención al cliente tiene que verse como una fuente constante de riqueza y rentabilidad” El mal funcionamiento de la atención al cliente puede conseguir que pierda un consumidor para toda la vida. La figura más importante dentro de la picantería es la persona que atiende. Muchas veces se debe orientar, sugerir e inclusive impulsar al consumo de los diferentes productos que ofrece.

La higiene en la picantería “Los Piqueros” no es adecuada, donde los manteles de las mesas se encuentran en un estado de desaseo, al igual que los envases de salsa de tomate, mostaza, aceite y ají, las servilletas son recortadas y su vez algunas se encuentran manchadas debido a la falta de preocupación del personal. Según el autor (Lucía, 2015) “La higiene trata sobre las medidas para prevenir y mantener un buen

estado de salud. La práctica de las normas de higiene, con el transcurso del tiempo, se hace un hábito”.

No existe un horario de atención fijo dentro de la picantería “Los Piqueros” donde se suele cerrar muy frecuentemente. Haciendo de ello que los clientes vayan perdiendo el interés por asistir a la picantería y se sientan decepcionados cada vez que se dirigen hacia el establecimiento alimenticio y encontraban cerrado el local. Según el autor (Werder, 2011) “se entiende por desinterés una indiferencia hacia el trabajo y la empresa”. Varias ocasiones la picantería se encuentra cerrada debido a que, la dueña decide irse de viaje ya sea a la playa o a la sierra por algunos días.

De esta manera la picantería “Los Piqueros” descuidó completamente a su clientela, hoy en día, muchas veces los consumidores deciden optar por ir a satisfacer la necesidad alimenticia a la competencia, quien se encuentra ubicada en la misma zona de la picantería y su horario de atención es de domingo a domingo, sin darse descanso alguno, aprovechándose del quemeimportismo y descuido de la picantería, dejándole el camino libre a la competencia hacia mejores ventas.

La llegada de la competencia al mercado se convirtió en un serio problema para la picantería “Los Piqueros” siendo una constante amenaza debido a que, la competencia ofrece productos similares y con el pasar del tiempo de mucha mejor calidad en algunos de los productos como: el encebollado, la guatita y la bandera (pescado, camarón y guatita). Según el autor (Spencer, 2015) define a la competencia “como una característica profunda de un individuo que se encuentra casualmente relacionada con un desempeño efectivo que se toma como criterio de referencia y/o superior en un

puesto de trabajo o situación laboral”. Si bien, los precios son similares, la competencia se aprovechó en los días que la picantería “Los Piqueros” se encontraba cerrada, por lo que muchos clientes decidieron cambiarse y quedarse donde la competencia.

Un error de la picantería “Los Piqueros” fue no ver que estaba haciendo la competencia, donde no se encontraba pendiente de la misma, no con la intención de copiarla, pero sí de superarla. Según el autor (Cortéz Sánchez, 2017) “Dado que las necesidades y las expectativas de los clientes son cambiantes las organizaciones deberán preocuparse por mejorar continuamente sus productos y servicios”. En la actualidad la picantería “Los Piqueros” no aborda ninguna estrategia para poder diferenciarse de la competencia, tampoco mejora la calidad del producto y los precios de los productos siguen siendo iguales, es por esta razón que los clientes no vuelven a la picantería.

La picantería “Los Piqueros” al no tener las ventas deseadas y esperadas debido a las malas ventas por desatención de esta, optó por conseguir dinero mediante prestamistas para cubrir otros gastos, como el pago del arriendo del local, pago al personal de trabajo, pago de la energía eléctrica y compra de los materiales para la elaboración de los productos que ofrece y sobre todo la compra de la albacora. “El chulco es una forma de préstamo usuario, cuyas tasas de interés superan en un 100% y hasta en un 150% a las del mercado financiero formal” (Urriola, 1993).

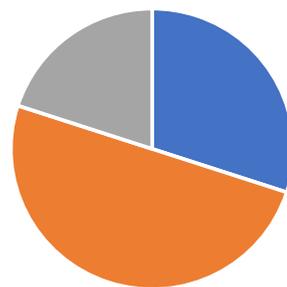
Un error predecible de la picantería “Los Piqueros” es no contar con un servicio higiénico que reúna todas las condiciones para que satisfagan las necesidades que requieran los clientes, así mismo la cocina, tienen un alto impacto en la percepción de los consumidores hacia el lugar. Según el autor (Vera, 2007) la calidad en el servicio es la verdadera ventaja competitiva de una organización. El servicio y la atención de

calidad son el reflejo del compromiso de quienes integran una institución orientada al cliente, usuario o público en general. Los clientes deducen que, si el servicio higiénico está en mal estado, entonces la cocina podría ser peor. Esto podría causar problemas y enfermedades, sobre todo estomacal, estas enfermedades pueden afectar tanto a los empleados como a las personas que consuman los productos.

Gracias a los análisis respectivos que se realizaron en el presente estudio de caso mediante los instrumentos y/o técnicas de recolección de datos, se procedió a la obtención de información mediante la encuesta y entrevista, con la finalidad de determinar dentro de un cuestionario dirigido a las personas involucradas a la picantería “Los Piqueros” cuáles son los diferentes problemas y factores relevantes que han incidido en las bajas ventas la misma.

Mediante las encuestas realizadas a un total de diez personas que consumen los productos de la picantería “Los Piqueros”, se elaboraron preguntas acordes a lo que se desea analizar y obtener en este respectivo caso de estudio, estos resultados giran en torno a las causas de los bajos niveles de ventas de esta. En cuanto a la pregunta formulada sobre, si consideran la atención al cliente, buena, dentro del total de los encuestados dan como resultados un 30% que consideran siempre, el 50% considera a veces, mientras que el 20% restante considera como rara vez, la atención al cliente en la picantería es buena.

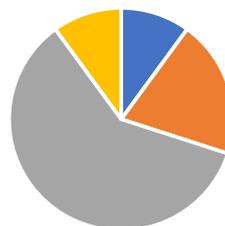
¿Considera usted que la atención al cliente en la picantería "Los Piqueros" es buena?



■ Siempre ■ A veces ■ Rara vez

De la misma manera, se formuló una pregunta para las personas encuestadas que son consumidores de la picantería "Los Piqueros", sobre como consideran el sabor de los productos de la picantería, arrojando como resultados un total de 10% que consideran el sabor excelente, otro 30% muy bueno, 50% considera el sabor como regular y el último 10% consideró el sabor, deficiente. Incurriendo de manera directa a la problemática enunciada del caso, sobre los bajos niveles de ventas que la picantería presenta.

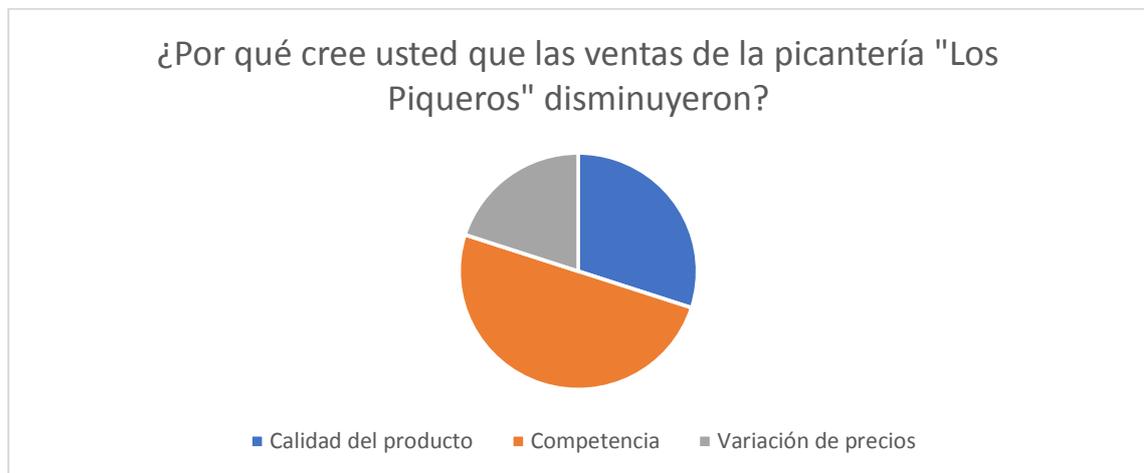
¿Cómo considera usted el sabor de los productos de la picantería "Los Piqueros"



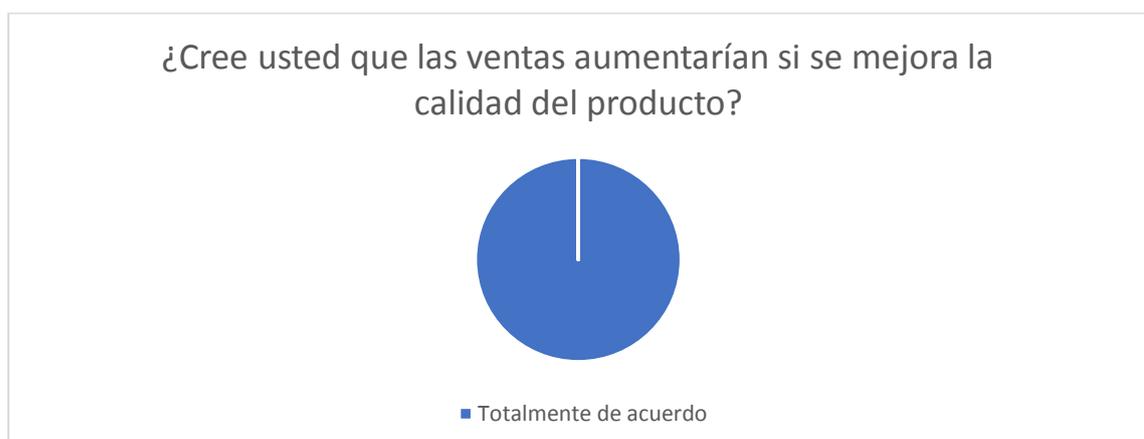
■ Excelente ■ Muy bueno ■ Regular ■ Deficiente

Por consiguiente, a los resultados obtenidos mediante las encuestas a los consumidores de la picantería, sobre cuál sería el factor por el cual las ventas en la picantería "Los Piqueros" disminuyeron drásticamente, el 50% cree que se debe por la competencia, el 30% considera que se debe por la mala calidad del producto, mientras

que el 20% restante, cree que se debe por la variación en los precios, mostrando una evidente superioridad de la competencia sobre la picantería.



Por último, se les realizó una pregunta considerable y de suma importancia a los consumidores de la picantería "Los Piqueros" sobre, si realizando una mejora de calidad en los productos dentro de la picantería las ventas aumentarían, dando como resultado un porcentaje abrumador del 100%. Mostrando un claro mensaje que, si la se mejora la calidad del producto dentro de la picantería atraerá nuevamente a la clientela, y, por ende, recuperándola.



En cuanto a la entrevista que se realizó a la persona interrogada, dueña y propietaria de la picantería “Los Piqueros”, tuvo una respuesta negativa en cuanto a la pregunta realizada sobre cuáles serían los factores que influyen sobre las bajas ventas que muestra la picantería, evidenciando un total, desgano, desmotivación y desilusión. Considerando que, la falta de su cónyuge en el hogar quien falleció hace 3 años, influya considerablemente en su relación laboral.

De la misma manera, a la persona competente que fue entrevistada, se le realizó la pregunta sobre qué aspectos considera que se deben mejorar dentro de la picantería “Los Piqueros” mediante una respuesta clara, concreta y directa, manifestó que, son muchos los aspectos que se deben mejorar dentro de la picantería, considerando, como más importante la mejora de la calidad en los productos, la atención que le deben brindar a los consumidores y, por consiguiente, la higiene.

Por consiguiente, se le realizó la pregunta sobre si ha planeado alguna estrategia para incrementar sus ventas, ya sea mediante publicidad o realización de ofertas con valor agregado de los productos que la picantería “Los Piqueros” ofrece, teniendo como respuesta, negativa, que no planea ni tiene en cuenta alguna estrategia debido a que, la picantería con el pasar de los años viene presentando decaimiento en sus ventas y las deudas con sus acreedores cada vez aumenta, se ha planteado la posibilidad de cerrar de una manera definitiva la picantería.

Por último, se procedió a realizar la última pregunta a la propietaria de la picantería “Los Piqueros” por qué existe un exceso de rotación del personal que labora dentro de la picantería, dando como resultado una respuesta concreta, que debido a la

problemática antes mencionada en el caso, por los bajos niveles de ventas que existe, tuvo que optar por la decisión de disminuirle el sueldo al personal y como consecuencia de esto, las personas deciden por rechazar el trabajo, en busca de una mejor paga por los servicios prestados que realizan.

## CONCLUSIONES

Mediante la temática que se realizó en el presente caso de estudio de la picantería “Los Piqueros” del cantón Vinces, demostró que, gracias al procedimiento que se siguió, se logró cumplir con el objetivo planteado inicialmente, el cual consistía en determinar las causas de los bajos niveles de ventas de la picantería ya que, permitió identificar las falencias por las cuales experimentó un claro decaimiento en sus ventas, dejando un alto nivel de disconformidad e insatisfacción en sus clientes, debido a una incorrecta elaboración de los productos y carencia de higiene. Siendo, una ventaja competitiva que no se debe descuidar, ya que los clientes lo identifican como positivo para el establecimiento.

De la misma manera, la técnica que se empleó para lograr los resultados obtenidos mostró que, los clientes de la picantería aportaron con sus ideas de percepción y sugerencias sobre las problemáticas que presenta la picantería “Los Piqueros”, con la finalidad de mejorar sus ventas. Demostrando altos porcentajes sobre una desmejora en la calidad de los productos con el pasar de los años.

Como dato adicional, uno de los resultados más relevantes que se logró identificar es que, refiriéndose al desempeño de los empleados de atención al cliente, se pudo

constatar que los consumidores demostraron sentirse insatisfechos e inconformes con la atención que la picantería “Los Piqueros” brinda, dando a notar en las encuestas un alto porcentaje del 60% de las personas que fueron encuestadas, donde calificaron y consideraron que la atención que es brindada dentro de la picantería por parte del personal casi nunca es buena, sin embargo, esto no es una justificación ya que el servicio tiene que ser en lo posible constante en cada experiencia del cliente.

## BIBLIOGRAFÍA

- Agulló, J. R. (2015). *Prevención de Riesgos Laborales*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo S.A.
- Alcaide Casado, J. C. (2015). *Fidelización de Clientes*. Madrid, España: ESIC EDITORIAL.
- Aragón, M. E. (2015). *Servicio de atención comercial*. Editex 2015.
- Cortéz Sánchez, J. M. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad (Iso 9001:2015)*. España: ICB Editores.
- Couso, R. P. (2005). *Servicio al cliente*. Vigo, España: Ideaspropias Editorial S.L.
- Guillén, C. M. (2012). *La Gestión Empresarial*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Lucía, A. (2015). *Como predecir el futuro con las cartas de la Sibila*. De Vecchi 2016.
- Parres, G. S. (2015). *Gestión de un pequeño negocio*. Editorial Editex.
- Perret, R. (2014). *La Montaña*. Puebla.
- Solano Terrenegra, E. (2017). *¿CUANTA RAZON TIENE EL CLIENTE?: MANUAL PRACTICO DE SERVICIO AL CLIENTE*. Colombia: EJ BLACK, 2017.
- Spencer. (2015). *Dirección estratégica de recursos humanos*. Argentina.
- Tracy, B. (2015). *EXITO EN VENTAS*. Nashville, Tennessee, Estados Unidos de América: GRUPO NELSON INC.
- Urriola, R. (1993). *Los pequeños productores agropecuarios y la apertura comercial*. IICA.
- Vera, W. E. (2007). *SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE*. MEXICO: LECTURALIA.
- Werder, P. R. (2011). *El nuevo síndrome laboral Boreut*. Suiza: Debolsillo .

# ANEXOS



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y GESTIÓN EMPRESARIAL  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**Conocer los motivos sobre los bajos niveles de ventas en la picantería “Los Piqueros”**

**Encuesta dirigida a consumidores de la picantería “Los Piqueros”**

1. ¿Considera usted que la atención al cliente en la picantería “Los Piqueros” es buena?

Siempre

Frecuentemente

A veces

Rara vez

Nunca

2. ¿Cómo considera usted el sabor de los productos de la picantería “Los Piqueros”?

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Deficiente

3. ¿Por qué cree usted que las ventas de la picantería “Los Piqueros” disminuyeron?

Calidad del producto

Competencia

Variación del precio

4. ¿Cree usted qué las ventas aumentarían si se mejora la calidad del producto?

Totalmente de acuerdo

Muy de acuerdo

De acuerdo

Parcialmente de acuerdo

5. ¿Cuántos días a la semana usted consume los productos de la picantería “Los Piqueros”?

1 día

3 días

5 días

7 días

6. ¿Cómo considera la imagen de la picantería “Los Piqueros”?

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Deficiente

7. ¿Cree usted qué al no tener un horario de atención fijo en la picantería “Los Piqueros” afecta en las ventas?

Totalmente de acuerdo

Muy de acuerdo

De acuerdo

Parcialmente de acuerdo

8. ¿Cree usted que la falta de higiene aleja al consumidor de la picantería “Los Piqueros”?

Totalmente de acuerdo

Muy de acuerdo

De acuerdo

Parcialmente de acuerdo



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y GESTIÓN EMPRESARIAL  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA



## Conocer los motivos sobre los bajos niveles de ventas en la picantería “Los Piqueros”

### Entrevista dirigida a la propietaria de la picantería “Los Piqueros”

1. ¿A qué se deben las bajas ventas dentro de la picantería?  
\_\_\_\_\_
2. ¿Ha planeado alguna estrategia para el incremento de las ventas?  
\_\_\_\_\_
3. ¿Qué aspectos considera que la picantería “Los Piqueros” debe mejorar?  
\_\_\_\_\_
4. ¿Cómo mantiene su buen humor durante un día de trabajo difícil?  
\_\_\_\_\_
5. ¿Explíqueme como la picantería “Los Piqueros” dejó de ser el número uno del mercado?  
\_\_\_\_\_
6. ¿Qué estrategia adopta para abordar las objeciones de los clientes?  
\_\_\_\_\_
7. ¿Por qué los precios de los productos que ofrece suelen variar?  
\_\_\_\_\_
8. ¿Por qué existe exceso de rotación del personal?  
\_\_\_\_\_