



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

JUNIO –SEPTIEMBRE 2020

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

INGENIERÍA COMERCIAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

Políticas de créditos del comercial “TROPIMOTORS” Babahoyo

EGRESADO:

Anderson Ivan Amaiquema Moran

TUTOR:

ING. Gina Carrasco Echeverría MAE.

AÑO 2020

INTRODUCCIÓN

Unicomer es una organización de capital privado dueña de varias franquicias, una de ellas es el Comercial Tropimotors el cual se encuentra ubicado en las calles cinco de junio y veintisiete de mayo de la ciudad de Babahoyo, debido a sus funciones realizadas esta empresa buscó obtener una mayor proporción y demanda en el mercado para lo cual se creó una sucursal en el centro de dicha ciudad, el presente estudio de caso se realizó en el Comercial Tropimotrs el cual tiene funcionando en el mercado hace aproximadamente cinco años, y se dedica a la comercialización de motocicletas, actualmente cuenta con seis colaboradores, los cuales se encuentran realizando múltiples funciones.

Este estudio de caso es de suma importancia debido a que se enfoca en las políticas de crédito que presenta el Comercial Tropimotrs, el cual da a conocer los hechos por los cuales han surgido varias problemáticas como lo es el bajo nivel de ventas, conflictos entre el personal de trabajo, baja competitividad en el mercado e insatisfacción de los clientes, entre otros, con el presente trabajo se busca identificar cuáles son los efectos que han incidido en dicha organización debido a las estrictas políticas de crédito, las cuáles son las distintas razones que conllevan a la empresa a no haber establecido unas debidas políticas de créditos para la completa satisfacción del cliente y de los colaboradores.

La línea de investigación aplicable a la carrera de ingeniería comercial con la cual se trabajó para el desarrollo del presente estudio de caso es la de Gestión Financiera, administrativa, Tributaria, Auditoría y Control, con relación a la sublínea de investigación del modelo de Gestión Financiera, Tributaria y Compromiso Social, para que de esta

manera permita que la empresa tome las acciones correspondientes las cuales vayan orientadas hacia el logro de los objetivos y metas propuestas, cuya finalidad sea la de ejecutar los procesos administrativos tanto como planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar que dichas actividades y funciones realizadas diariamente en tal establecimiento se cumplan adecuadamente.

En cuanto a la metodología incorporada para la obtención de información para el presente estudio de caso es la de método inductivo, por el hecho de que la información que se recaudo fue por medio de los tipo de investigación cualitativo y cualitativo los cuales se encuentran apoyados en una entrevista dirigida hacia un colaborador de dicha sucursal, mientras que la encuesta fue dirigida hacia los clientes, para de esta manera recaudar información vital para el desarrollo del mismo, el cual se realiza con el objetivo de conocer las causas por las cuales existe un nivel bajo de rentabilidad para el negocio en dicho local. Respecto a los resultados obtenidos por medio de la entrevista y encuesta realizadas, las cuales constaban de nueve preguntas cada una, se obtuvieron resultados negativos en ambas partes, en la cual se considera que el Comercial Tropimotors posee políticas de créditos estrictas las cuales se pueden contemplar en el personal de trabajo y sus clientes.

DESARROLLO

Unicomer se creó en el año 2000 y cuenta con varios establecimientos dedicados al comercio minorista con gran posicionamiento, ofreciendo una gran variedad de artículos de marcas reconocidas y pequeños enseres, muebles, audio, video, artículos electrónicos, volantes y artículos ópticos, motocicletas y una variedad de extras innovadores. La estrategia de esta organización es atender y satisfacer las necesidades de los clientes de la zona, con un surtido de rubros y administraciones, con más de 15 mil colaboradores directos preparados para ofrecer a los clientes los rubros de extensión de crédito más amplios y actuales.

Entre las cadenas que maneja Unicomer se encuentran: La Curacao de Centroamérica y República Dominicana, Almacenes Tropigas y Loco Luis en Centro América, Unicomer en los Estados Unidos, Artefacta, Baratodo y Tropimotors en Ecuador, entre otros. Este estudio de caso se centrará en Tropimotors, cuya franquicia nace en el año 2013 como una respuesta a la necesidad de especialización que permita exceder las expectativas de los clientes motorizados en los diferentes mercados, ofreciendo una variedad de marcas de motos y accesorios al crédito dirigido a atender el segmento emprendedor.

El siguiente caso de estudio se realiza con el objetivo de conocer las causas por las cuales surge malestar en los colaboradores y clientes de dicha sucursal. Las políticas de créditos del comercial Tropimotors son extritas, gracias a esto se han desencadenado actitudes y acciones negativas en los empleados, una de ellas es la desmotivación. Según (Brachfield, 2015) establece que las políticas de créditos son “normas de actuación

dictadas por la dirección de la empresa y derivan directamente de la estrategia de riesgos establecida”.

De esta manera el Comercial Tropimotors Babahoyo establece políticas de créditos, las cuales son pasos que los clientes deben de cumplir para poder obtener un crédito. Estas políticas de crédito en múltiples ocasiones han impedido la aprobación de créditos para los clientes, por esta razón los colaboradores consideran que las políticas de créditos que tienen más influencia en la no aprobación de los créditos son:

- Estabilidad domiciliaria.
- Estabilidad laboral (Cliente nuevo informal que no tenga estabilidad laboral mínima 1 año.
- Cliente nuevo formal afiliado que no tenga estabilidad laboral mínima 6 meses.
- Cliente reiterativo con PERFIL R1, con estabilidad laboral menor a 4 meses y que no cumpla parámetro #2). (Atraso promedio de 30 días sin que en ninguna cuota supere los 60 días. Se revisará último crédito liberado y todos los créditos activos que tuviere.)
- Cliente Nuevo que vive con familiar, y este último registre cartera incobrable, recojo o rebajado FG.
- Clientes nuevos con casa de caña.
- No aplican cónyuges de clientes rechazados por buró de crédito, que no hayan solucionado su inconveniente.
- Cliente Nuevo que no posea ningún bien de respaldo.
- Clientes que registren refinanciamiento activo o cancelado. Se exceptúan los casos de clientes que de acuerdo con la política anterior ya se les haya otorgado nuevos créditos y estos han sido cancelados con normalidad.

Debido a que estas políticas se encuentran afectando a sus colaboradores en el adecuado desempeño de sus funciones y a su vez desencadenando molestias en torno a las situaciones que se les presentan, manifiestan que estas políticas no son las propicias para sentirse motivados y poder realizar sus actividades de la mejor manera. Según (Estevez, 2019) define al desempeño como resultado expresado por la dedicación, capacidad y el esfuerzo individual y/o colectivo, siendo medible para acompañar y observar lo realizado, como positivo o negativo, y en este marco surge la posibilidad de trabajar sobre formas para mejorar, así como para detectar problemas que puedan estar deteriorando o limitando el rendimiento.

Por ello, uno de los principales problemas que tiene el Comercial es la baja demanda de sus productos lo cual ocasiona que sus ventas estén en declive, el factor principal que está afectando en las ventas a dicha franquicia son las políticas de créditos, se puede tomar como ejemplo lo siguiente: Para que un cliente pueda adquirir un producto, este debe cumplir con ciertos requerimientos que la empresa presenta, en caso que al cliente viva en una casa de caña, pero presente la debida justificación de pago para la aprobación del crédito, esto no será posible debido a que las políticas de crédito estipula que ningún cliente con casa de caña pobra obtener un crédito, de esta los clientes se molestan y optan por retirarse del comercial.

Hay varios motivos por la cual el personal de trabajo de dicho comercial puede tener un bajo nivel de motivación, ya sea en el caso por trabajar horas extras no remuneradas o falta de incentivos, según (Medina, 2018) considera que la motivación es “el motor para alcanzar objetivos y llegar a las metas. Hay que motivar a los trabajadores

para que realicen de manera adecuada su cometido, la motivación laboral es parte importante en el éxito de la eficiencia empresarial”.

En este caso el nivel de motivación del personal de trabajo es bajo, el factor que influye directamente a los colaboradores son las políticas de créditos, uno de los motivos surge al momento en que un colaborador realiza una venta y la empresa tiene como normativa que se deberá descontar el 12% del valor del producto adquirido por el cliente en las comisiones del empleado, cuya ley no es del agrado de los trabajadores y por ende el nivel de motivación tiende a bajar.

En toda organización el cliente es lo más importante, es por ello que en todo negocio micro o macro se debe brindar una buena atención al cliente, siendo esto una de las funciones más importante en todo negocio. Todo cliente desea la facilidad y la comodidad al momento de querer satisfacer una necesidad adquiriendo un producto o en la cotización del mismo. Según (Torres, 2018) define la satisfacción al cliente como “Nivel del estado de animo de un cliente que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” .

Sin embargo, el Comercial Tropimotors Babahoyo no cuenta con una respuesta inmediata de la aprobación o no aprobación del crédito, de esta manera surge una insatisfacción de los clientes, en otro cuando se le informan al cliente la aprobación del crédito o producto solicitado, el tiempo de entrega de cuyo producto puede tardar días o semanas y, en ocasiones los productos no cumplen con los estándares de calidad que el cliente espera, en base a esto surge una insatisfacción del cliente.

De esta manera Tropimotrs pierde competitividad empresarial, debido a que este tipo de competitividad se deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización en relación con los de sus rivales en un mercado específico. (Rubio, 2015) menciona que la competitividad es la “Capacidad de competir exitosamente en los mercados internacionales y frente a las importaciones en su propio territorio” .

En la situación del Comercial Tropimotors Babahoyo existe una baja competitividad a nivel de mercado, ya que la competencia ofrece más facilidades para la adquisición de un producto y a su vez hay situaciones en las que los clientes presentan inconformidades generándose malos comentarios, repercutiendo en que los clientes obtén por ir hacia la competencia.

En la mayoría de las empresas comerciales establecen una meta presupuestaria para sus empleados ya sea mensual, semestral o anual, de esta manera las empresas recompensan o premian el logro de las metas obtenidas por los empleados con comisiones, en otras organizaciones solo establecen estas metas como estrategia para que el personal de trabajo tenga “motivación” para realizar ventas. Según (Ramos, 2018) define la meta presupuestaria como la “Expresión concreta, cuantificable y medible que caracteriza el (los) producto(s) final(es) de las actividades y proyectos establecidos para el año fiscal”.

En concordancia con lo anteriormente dicho en Tropimotors los trabajadores con frecuencia no consiguen llegar a la meta presupuestaria, debido a que cuentan con estrictas políticas de créditos, en base a esto, en la mayoría de casos a los colaboradores

se le dificulta aprobarle un crédito a los posibles clientes, debido a que se les complican cumplir en su totalidad con los requerimientos establecidos por dicha organización, de esta manera los clientes buscan nuevas alternativas en el mercado para satisfacer sus necesidades en la adquisición de una moto, y esto conlleva a la pérdida de una venta o de un cliente.

Gracias a lo anteriormente dicho a colaboradores se les presentan diferentes complicaciones al intentar vender un producto, por esta razón hay un bajo nivel de estabilidad de los colaboradores en dicha sucursal, esto quiere decir que el personal de trabajo es rotativo. Según (Recoba, 2016) considera que la estabilidad laboral “es la protección legal contra las posibilidades de terminar la relación laboral; busca la permanencia del contrato de trabajo y a que el mismo no se extinga por una causa no prevista en la Ley”.

En concordancia con lo anteriormente mencionado se puede decir que la baja estabilidad de los colaboradores surge gracias al alto nivel de dificultad para poder realizar ventas exitosas, debido a esto se les dificulta cumplir con la meta presupuestaria, esto conlleva a que los trabajadores no obtengan comisiones y por resultado de aquello tener una remuneración menor al sueldo básico, por esta razón los empleados llegan a sentir un alto nivel de insatisfacción por la baja remuneración que reciben, y por esta razón optan por buscar otro empleo con un salario básico fijo. Según (Ulloa., 2018) considera que existe un colaborador desmotivado cuando el “trabajador no se siente apreciado; se ve está estancado, sin posibilidad de ascender; el ambiente laboral no es el ideal; o estima que su salario no va acorde con el esfuerzo que lleva a cabo, entre otras posibilidades”.

Según la cita anterior, esto se presenta en Tropimotrs gracias a que la empresa tiene varios parámetros complicados para que un cliente pueda acceder a la compra de un producto, y de esta manera los colaboradores y clientes se desmotivan, y por ende en varias ocasiones la sucursal pierde clientes, en base a lo dicho, los clientes buscan nuevas alternativas para poder satisfacer su necesidad de comprar un producto similar al que ofrece el Comercial Tropimotors.

En ocasiones la falta de ética profesional es otra de las problemáticas que se presentan en Tropimotrs, debido a que los trabajadores presentan acciones negativas en contra de sus compañeros de trabajo y en otro caso con los clientes, poniendo por ejemplo real lo siguiente: Cuando uno de los colaboradores engañaba a los clientes proponiéndole que con un valor adicional al producto adquirido, en este caso una motocicleta, se le entregara con su debida matriculada, lo antiético en esta ocasión es que la franquicia Tropimotrs ofrece el beneficio de entregar sus motos ya matriculadas, en otras palabras la matrícula es gratis. Otro de los casos es entre los colaboradores, en ocasiones presentan una competitividad negativa, por la razón en que hurtan los posibles clientes a sus compañeros de trabajo atreves del sistema de dicha organización.

En base a lo anteriormente dicho, es allí cuando surge un conflicto laboral, lo cual sucede cuando los empleados poseen y persiguen diferentes objetivos, es decir, no logran acuerdos entre sí, esto conlleva a que el ambiente de trabajo sea tenso e imposible de seguir con las funciones laborales en el área de trabajo. Según (ÁTICO34, 2020) establece que el conflicto laboral “se puede entender como una disputa entre miembros de una organización a causa de diferencias de opinión, percepción o problemas de relación”.

En el Comercial Tropimotors Babahoyo se puede visualizar este problema, ya que son pocos los clientes que pueden aprobar para un crédito en dicha sucursal, de esta manera los colaboradores (no todos) compiten entre sí de una manera conflictiva para poder lograr una venta y tener beneficios del mismo (llegar a la meta presupuestaria). Un conflicto entre colaboradores del local Comercial trae consigo un ambiente inadecuado o negativo para los clientes. por esta razón la sucursal se ve afectada, en base a estos problemas la empresa puede perder protagonismo en el mercado o la prioridad de los clientes.

Por ende, es aquí donde surge la necesidad de realizar la aplicación de instrumentos para la recolección de información necesaria, para de esta manera poder realizar una investigación con hechos los cuales sean sumamente relevantes y por lo consiguiente se pueda dar sustento y veracidad de toda aquella información que fue mencionada anteriormente en la cual se da a conocer las distintas causas o motivos por las cuales surge un cierto bajo nivel de ventas en el Comercial Tropimotors.

Al aplicar la técnica de recolección de datos se establecieron para dicho propósito dos tipos de instrumentos como lo son la entrevista y la encuesta, las cuales cuentan con diez preguntas cada una, en la cual dicha encuesta es dirigida hacia los clientes de la sucursal, mientras que la entrevista es dirigida hacia uno de los colaboradores, tomando como referencia dos preguntas de cada instrumento considerándose entre ellas las más relevantes al tema, en la cual se obtuvieron los siguientes resultados.

De acuerdo a la entrevista realizada, la cual está dirigida a un trabajador del Comercial Tropimotors en donde se le pregunto lo siguiente: ¿Qué opinión puede dar al respecto sobre las políticas de créditos que tiene la empresa?, el colaborador supo manifestar que las políticas de créditos que tiene la empresa son muy estrictas y que se le complica aprobar los créditos a los cliente, también supo manifestar que cuyas políticas han influido en la satisfacción de los clientes y en la motivación de los colaboradores, siendo esto el principal problema que influye en el nivel de ventas que tiene la empresa.

Otra de las preguntas en la entrevista con más relevancia que se realizó es la siguiente: ¿Cómo influyen las políticas de crédito en las metas presupuestaria? El colaborador supo manifestar que las políticas son estrategias que la sucursal aplica para que el riesgo de pérdida sea menor al aprobar un crédito a un cliente, pero también señalo que debido a que las políticas de crédito son estrictas se les complica la aprobación de un crédito a un cliente, las ventas siendo la acción principal que influye en las metas presupuestarias, esta se ve directamente afectada por las políticas que tiene la empresa.

De acuerdo a la encuesta realizada hacia los clientes del Comercial Tropimotors del Cantón Babahoyo se obtuvieron resultados con respecto a la pregunta en la cual se expresa lo siguiente ¿Las políticas de créditos influyen en su decisión de compra? del 100% (10 personas), el 80%(8 personas) dijeron que si, ya que se les complica la aprobación de un crédito por las estrictas políticas que tiene la empresa, y el 20%(2 personas) dijeron que si, por motivo que entienden que las políticas de crédito que maneja dicha sucursal son necesarias para poder reducir el riesgo de pérdida para la empresa.

En la última de las preguntas la cual también fue dirigida hacia un cliente del Comercial Tropimotors, en donde se le expresa lo siguiente: ¿Cómo califica el desempeño de los colaboradores? En cuanto a la respuesta de los clientes del Comercial Tropimotors, el 60%(6 personas) de los encuestados consideran que el desempeño de los colaboradores del local es bueno, mientras que el 30%(3 persona) de los encuestados indicaron que el desempeño es regular y el 10%(1 persona) restante consideran que es muy bueno el desempeño.

CONCLUSIÓN

Dentro de este estudio de caso se determinó que los efectos que incidieron en la empresa Tropimotrs Babahoyo debido a las estrictas políticas de crédito son las siguientes: nivel bajo de ventas, poca estabilidad del personal de trabajo, conflicto entre los colaboradores, insatisfacción de los colaboradores.

También se puede concluir que debido a que no hay una buena administración de las políticas de crédito el personal de trabajo las considera que no son adecuadas para la realización de sus actividades, y los clientes quedan insatisfechos al momento de querer adquirir un producto.

En definitiva, las políticas de crédito son normas establecidas por las organizaciones con el fin de recuperar su capital, de asegurar siempre los mecanismos que beneficien a la empresa, de tomar las mejores decisiones y asegurar el cumplimiento de todos los procedimientos en el otorgamiento de un crédito, y de esta manera poder prevenir y minimizar los riesgos.

Bibliografía

ÁTICO34. (19 de febrero de 2020). *ÁTICO34*. Obtenido de <https://protecciondatos-lopd.com/empresas/conflictos-laborales/>

Brachfeld, P. J. (2015). *Vender a Crédito y Cobrar sin Impagos*. Barcelona: Profit Editorial.

Brachfield, P. (28 de 05 de 2015). *PMCM(PLATAFORMA MULTISECTORIAL CONTRA LA MOROSIDAD)*. Obtenido de <http://www.pcm.es/blog/post/politicas-de-credito-normales-restrictivas-o-flexibles>

Estevez, A. (AGOSTO de 2019). *SIGNIFICADO*. Obtenido de <https://significado.com/desempeno/#significado>

Hernández, E. (2016). *Prevención de Conflictos*. Madrid: CEP S.L.

Medina, N. (2018). *Gestión de Equipos Eficaces: Influir y Motivar*. Madrid: CEP. S.L.

Pattakos, A. (2017). *Prisioneros de Nuestros Pensamientos*. Barcelona: Plataforma Editorial.

Ramos, M. (23 de MARZO de 2018). *Meta Presupuestaria*, págs. <https://peru.leyderecho.org/meta-presupuestaria/>.

Recoba, J. T.-L. (15 de MAYO de 2016). *LABORAL TUS DERECHOS AL DÍA*. Obtenido de <http://gacetalaboral.com/en-que-consiste-la-estabilidad-laboral/#:~:text=La%20estabilidad%20laboral%20es%20la,no%20prevista%20en%20la%20Ley.>

Rubio, L. (2015). *El Poder de la Competitividad*. Mexico D.F: Edif. D-2°.

Torres, C. A. (2018). *Gestion de la atencion al Cliente/Consumidor*.
Málaga: IC Editorial.

Ulloa., J. N. (4 de ENERO de 2018). *EL FINANCIERO-GERENCIA*.
Obtenido de
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:WQ9YieVXN4wJ:https://www.elfinancierocr.com/pymes/gerencia/empleados-desmotivados-tres-estrategias-que/BXLNBMUZ7NAGXINJVR2HZC5LNQ/story/+&cd=4&hl=es&ct=clnk&gl=ec>

A

N

E

X

O

S



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA



Objetivo: conocer las causas por las que las políticas de crédito generan malestar en los clientes y trabajadores del Comercial Tropimotors Babahoyo.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DEL COMERCIAL
TROPIMOTRS BABAHOYO

1. ¿Cómo considera usted las políticas de crédito del “Comercial Tropimotors”?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Insatisfactorio

2. ¿Las políticas de créditos influyen en su decisión para adquirir un producto?

Si

No

3. ¿Qué tan importante considera la atención al cliente?

Muy importante

importante

Normal

Poco importante

no es importante

a. ¿Cómo usted califica a la atención al cliente?

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Insatisfactorio

4. ¿Cómo califica el desempeño de los empleados?

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Insatisfactorio

5. ¿Qué tan satisfactorio es el beneficio adicional por la compra de un producto?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Poco satisfecho
- Insatisfecho

6. ¿Cómo califica las políticas de crédito?

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Insatisfactorio

7. ¿usted cree que, si se modifican ciertas cosas en las políticas de créditos, la empresa puede llegar a tener más clientes?

Si

No

8. ¿Qué tan satisfecho se siente al conocer los requisitos para poder aprobar un crédito?

Muy satisfecho

Satisfecho

Poco satisfecho

Insatisfecho

9. ¿Usted cree que la atención al cliente influye en el nivel de ventas?

Si

No



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA**



Objetivo: conocer las causas por las que las políticas de crédito generan malestar en los clientes y trabajadores del Comercial Tropimotors Babahoyo.

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COLABORADORES DEL COMERCIAL
TROPIMOTRS BABAHOYO**

- 1) ¿Qué opinión puede dar respecto a las políticas de créditos que tiene la empresa?

- 2) ¿De qué manera influyen las políticas de crédito en los niveles de ventas?

- 3) ¿Dentro de las políticas de crédito ¿cuál cree usted que es la que más le impide realizar una venta?

- 4) ¿De qué manera influye las políticas de crédito en la motivación del personal de trabajo?

- 5) ¿Cómo influyen las políticas de crédito en las metras presupuestaria?

- 6) ¿Qué tipos de conflictos ha existido en el personal de trabajo?

7) ¿De qué manera las políticas de créditos afectan a la empresa?

8) ¿Que recomienda usted para que las políticas de créditos no afecten al personal del trabajo?

9) ¿Qué modificaría en las políticas de crédito para tener una mayor satisfacción del cliente?

10) ¿Qué opinión puede dar sobre las comisiones?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA
TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

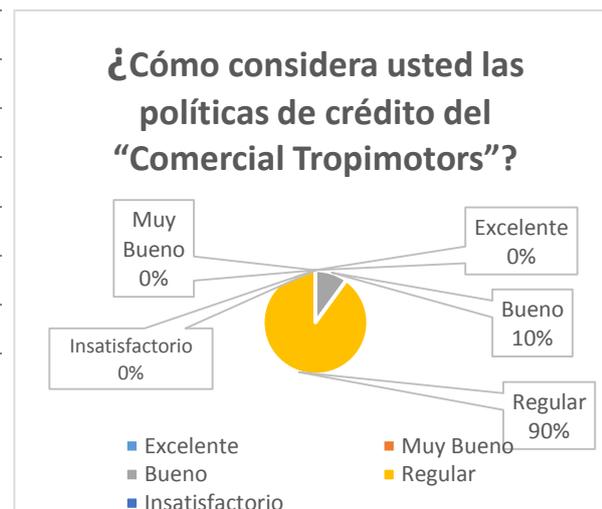


1) ¿Cómo considera usted las políticas de crédito del “Comercial Tropimotors”

CUADRO#1

GRAFICO#1

FRECUENCIA	ENCUESTA	PORCENTAJE
Excelente	0	0%
Muy Bueno	0	0%
Bueno	1	10%
Regular	9	90%
Insatisfactorio	0	0%
TOTAL	10	100%



FUENTE: Resultados de la Investigación

ELABORADO POR: Amaiquema Iván Moran Anderson 2020

ANÁLISIS

En cuanto a la pregunta sobre como considera usted las políticas de crédito del “Comercial Tropimotors”, el 90% de los encuestados consideran que son regulares, mientras que el 10% manifestó que las políticas de créditos son buenas.

2) ¿Las políticas de créditos influyen en su decisión para adquirir un producto?

CUADRO #2

GRAFICO #2

FRECUENCIA	ENCUESTA	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%



FUENTE: Resultados de la Investigación

ELABORADO POR: Amaiquema Iván Moran Anderson 2020

ANÁLISIS

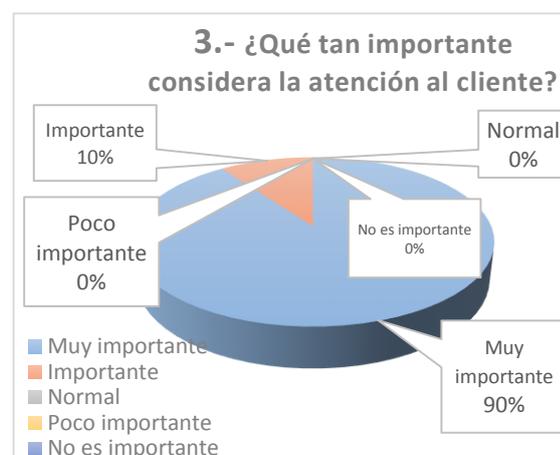
En cuanto a la pregunta establecida para los clientes sobre que, si las políticas de créditos influyen en su decisión para adquirir un producto, el 100% de los encuestados consideran que si influyen en su decisión de adquirir o no un producto.

3) ¿Qué tan importante considera la atención al cliente?

GRAFICO#3

FRECUENCIA	ENCUESTA	PORCENTAJE
Muy importante	9	90%
Importante	1	10%
Normal	0	0%
Poco importante	0	0%
No es importante	0	0%
TOTAL	10	100%

CUADRO#3



FUENTE: Resultados de la Investigación

ELABORADO POR: Amaiquema Iván Moran Anderson 2020

ANÁLISIS

Mediante la pregunta sobre Qué tan importante considera la atención al cliente, el 90% de los encuestados consideran que la atención al cliente es muy importante, mientras que el 10% de los encuestados indicaron que la atención al cliente es importante.

4) ¿Cómo usted califica la atención al cliente?

CUADRO#4

FRECUENCIA	ENCUESTA	PORCENTAJE
Excelente	0	0%
Muy Bueno	0	0%
Bueno	7	70%
Regular	3	30%
Insatisfactorio	0	0%
TOTAL	10	100%

GRAFICO#4



FUENTE: Resultados de la Investigación

ELABORADO POR:

Amaiquema Iván Moran Anderson 2020

ANÁLISIS

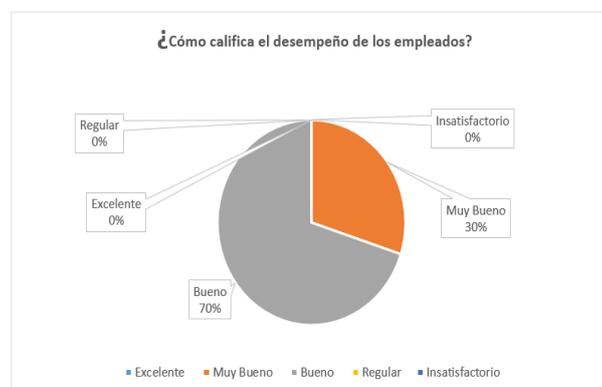
En cuanto a la pregunta sobre como califican la atención al cliente de los empleados del comercial Tropimotors, el 70% de los encuestados consideran que la atención del cliente es buena, mientras que el 30% de los encuestados indicaron que la atención al cliente es regular.

5) ¿Cómo califica el desempeño de los empleados?

CUADRO#5

FRECUENCIA	ENCUESTA	PORCENTAJE
Excelente	0	0%
Muy Bueno	3	30%
Bueno	7	70%
Regular	0	0%
Insatisfactorio	0	0%
TOTAL	10	100%

GRAFICO#5



FUENTE: Resultados de la Investigación

ELABORADO POR: Amaiquema Iván Moran Anderson 2020

ANÁLISIS

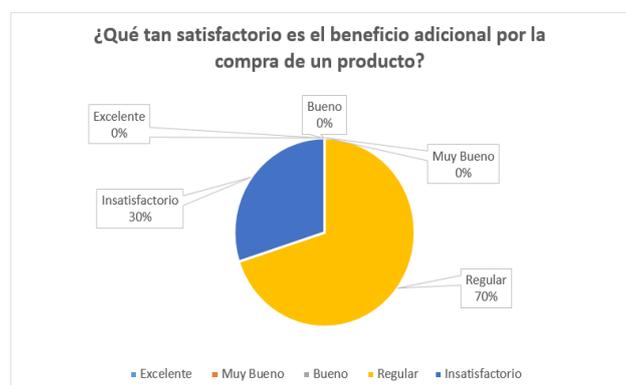
En cuanto a la pregunta sobre como califican el desempeño de los empleados del comercial Tropimotors, el 30% de los encuestados consideran que el desempeño de los colaboradores del local es muy bueno, mientras que el 70% de los encuestados indicaron que el desempeño de los colaboradores es bueno.

6) ¿Qué tan satisfactorio es el beneficio adicional por la compra de un producto?

CUADRO#6

FRECUENCIA	ENCUESTA	PORCENTAJE
Muy satisfecho	0	0%
Satisfecho	0	0%
Poco satisfecho	7	70%
Insatisfecho	3	30%
TOTAL	10	100%

GRAFICO#6



FUENTE: Resultados de la Investigación

ELABORADO POR: Amaiquema Iván Moran Anderson 2020

ANÁLISIS

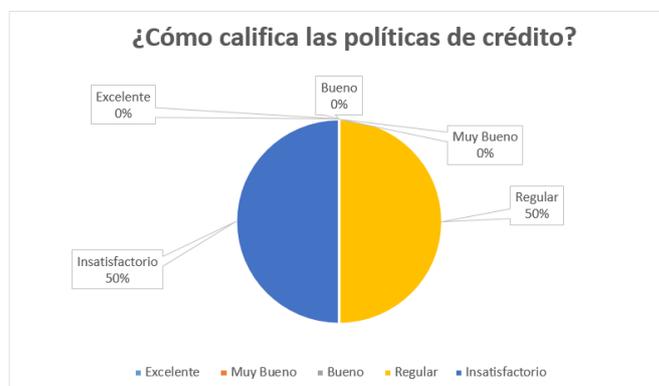
Respecto a la pregunta sobre qué tan satisfactorio es el beneficio adicional por la compra de un producto en el comercial Tropimotrs, el 70% de las personas encuestadas consideraron que es poco satisfactorio, mientras que el 30% de los encuestados respondieron que están insatisfecho.

7) ¿Cómo califica las políticas de crédito?

CUADRO#7

FRECUENCIA	ENCUESTA	PORCENTAJE
Excelente	0	0%
Muy Bueno	0	0%
Bueno	0	0%
Regular	5	50%
Insatisfactorio	5	50%
TOTAL	10	100%

GRAFICO#7



FUENTE: Resultados de la Investigación

ELABORADO POR: Amaiquema Iván Moran Anderson 2020

ANÁLISIS

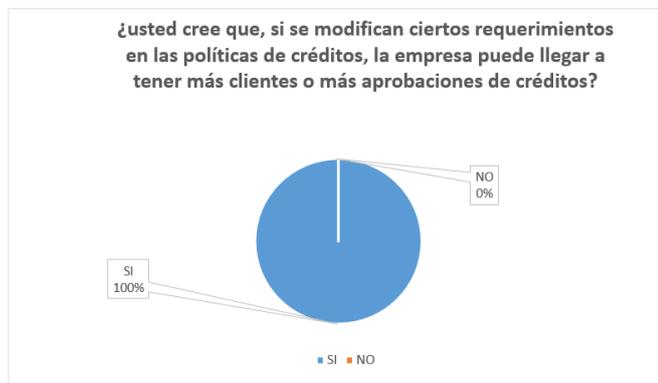
Según la pregunta sobre como los clientes califican las políticas de crédito del comercial Tropimotrs, el 50% de los encuestados califican a las políticas de créditos como regulares, mientras que el 50% restante considera que son insatisfactorias.

- 8) **¿Usted cree que, si se modifican ciertos requerimientos en las políticas de créditos, la empresa puede llegar a tener más clientes o más aprobaciones de créditos?**

CUADRO#8

FRECUENCIA	ENCUESTA	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

GRAFICO#8



FUENTE: Resultados de la Investigación

ELABORADO POR: Amaiquema Iván Moran Anderson 2020

ANÁLISIS

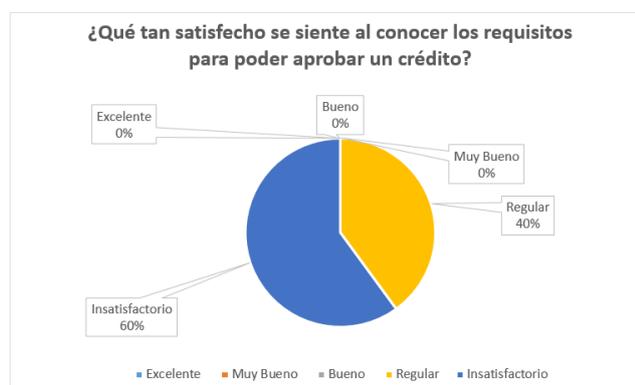
En cuanto a la pregunta si se se modifican ciertos requerimientos en las políticas de créditos, la empresa puede llegar a tener más clientes, el 100% de los encuestados consideran que si tendrían más clientes.

- 9) **¿Qué tan satisfecho se siente al conocer los requisitos para poder aprobar un crédito?**

CUADRO#9

FRECUENCIA	ENCUESTA	PORCENTAJE
Muy satisfecho	0	0%
Satisfecho	0	0%
Poco satisfecho	4	40%
Insatisfecho	6	60%
TOTAL	10	100%

GRAFICO#9



FUENTE: Resultados de la Investigación

ELABORADO POR: Amaiquema Iván Moran Anderson 2020

ANÁLISIS

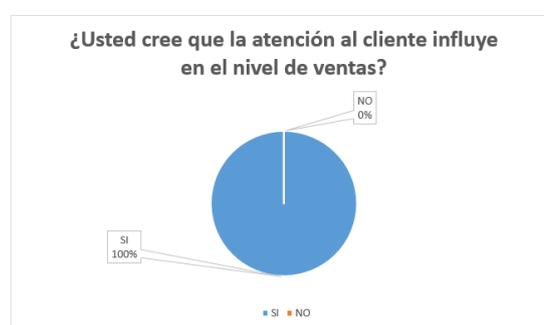
Mediante la pregunta formulada a los clientes de Tropimotrs sobre qué tan satisfecho se siente conocer los requisitos para poder aprobar un crédito, el 40% de los encuestados consideran que es poco satisfactorio, y el 60% de los encuestados indicaron que los requisitos para poder aprobar un crédito son insatisfactorios.

10) ¿Usted cree que la atención al cliente influye en el nivel de ventas?

CUADRO#10

FRECUENCIA	ENCUESTA	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

GRAFICO#10



FUENTE: Resultados de la Investigación

ELABORADO POR: Amaiquema Iván Moran Anderson 2020

ANÁLISIS

En cuanto a la pregunta realizada, que, si la atención al cliente influye en el nivel de ventas de la empresa, el 100% de los encuestados consideran que la atención al cliente sí influye en el nivel de venta de la empresa.