



**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:**

**NIVELES DE VENTAS EN LA PAPELERÍA “LA LIBRERÍA” DEL  
CANTÓN JUAN**

**EGRESADA:**

**ERIKA FERNANDA TORRES BENITEZ**

**TUTOR:**

**ING. FRANKLIN MORALES REYNA**

**AÑO:**

**2020**

## INTRODUCCION

La Papelería "La Librería" tiene sus inicios en 2012, donde su propietario, el Sr. Geovanny Castro, comenzó a vender material escolar en una vitrina frente a su casa, debido al increíble interés que tenía, vio la necesidad de abrir su tienda en un punto estratégico del Cantón Juján, Provincia del Guayas y esto lo logro a través de un crédito bancario. Se lo reconoce como una de las tiendas más antiguas ubica en esa parte. Se encuentra supervisado hasta la fecha por el Sr. Geovanny Castro y su esposa Katherine Jurado.

Este estudio de caso maneja los niveles de ventas de La Papelería "La Librería" del Cantón Jujan, Provincia de Guayas, los mismo que han disminuido por variables específicas, entre ellas la forma en que no cuenta con una imagen corporativa digna que atraiga la atención del cliente. De igual manera, no completa ningún tipo de publicidad, el espacio también es reducido excepcionalmente, ya que los clientes al ver la aglomeración de personas y que el espacio es pequeño y muy poco ventilado, prefieren ir a otra librería para asegurar lo que necesitan, por otro lado, la papelería no tiene acceso auxiliar al centro de distribución y esto incomoda a los clientes por el hecho de que el ingreso del producto se lo realiza por el lugar en el que se encuentran comprando.

Según el párrafo anterior, uno más de los temas que presenta la organización es la ausencia de iluminación, otra de sus debilidades es el horario de apertura el cual es a partir de las 8 de la mañana y numerosas madres de familia a la hora de dejar a sus hijos a clase las escuelas, colegios, etcétera, quieren comprar un artículo y la papelería al aun estar cerrada pierde ventas como consecuencia de esto los padres van a la competencia, otros de los problemas a detallar es que

entre la rotación del personal no existe un correcto control de las ventas, devoluciones o del nuevo stock y demás cambios ocurridos dentro del local provocando confusión entre los colaboradores. Uno de los puntos más fuertes es la competencia debido que estas con el paso del tiempo han ido incrementándose por el sector y aplicando nuevas estrategias de ventas con las cuales la papelería tiene que competir.

Este estudio de caso se identifica con la sublínea de investigación de Marketing y Comercialización, ya que gestiona los niveles de venta en la papelería "La Librería". Para la recolección de datos se utilizó el método inductivo ya que esta permitía la recolección de datos, mediante la ejecución de instrumentos, por ejemplo, encuestas y entrevistas que se hicieron de forma individual a los colaboradores y al propietario de la papelería "La Librería." del Cantón Jujan, Provincia del Guayas quienes colaboraron para la investigación de este estudio de caso.

Cuando se desglosaron los datos, se resolvió que La Papelería "La Librería" del Cantón Jujan, Provincia del Guayas no otorga beneficios a sus colaboradores, por ejemplo, seguro social, beneficios e incentivos, tampoco aplica técnicas que le permitan mantener la fidelidad de sus clientes, y no poseen un equipo de cómputo adecuado para el cálculo de los valores a cobrar que se realizan durante las ventas. Y no se prepara a los empleados sobre la manera correcta de atender a los clientes.

## DESARROLLO

La papelería “La Librería” cuya matriz está ubicada en la Cdla. Barrio Las Lomas S/N (Junto al colegio Teodoro Alvarado Garaicoa) del Cantón Jujan, provincia del Guayas se dedica exclusivamente a la venta de libros, artículos de oficina, papelería, esferos de todos los colores, mochilas, y todo lo que corresponde a útiles escolares por más de 5 años en dicho cantón; la cual era muy reconocida por ser uno de los primeros bazares en tener surtidas sus vitrinas en el cantón Jujan. En sus inicios el propietario de esta librería comenzó vendiendo útiles escolares en una vitrina afuera de su casa, ya luego realizó un crédito bancario y pudo abrir su primer local en el 2012.

La Papelería desde sus inicios ha sido administrado por el Señor Geovanny Castro y esposa, esta microempresa está constituida como persona natural obligada a llevar contabilidad con RUC N° 1205118456001, hasta el momento se encuentra integrada por 5 personas. La papelería está al día en los pagos correspondientes a la ley, en cuanto a permisos y certificados que son obligatoriamente establecidos en su adquisición por el Estado. Además de esto la papelería se encuentra ubicada en un sector estratégico de la ciudad, cuenta con 2 unidades educativa a su alrededor la cual interviene como una de las fortalezas de la empresa.

El presente estudio de caso se lo hará en la papelería "La Librería" del Cantón Jujan, Provincia del Guayas, se enfocará en detallar los problemas que ha provocado que los niveles de ventas hayan disminuido, realizando un breve seguimiento de sus ejercicios día a día, igualmente numerosas objeciones de los clientes; basándonos en la definición de (Stratten & Kramer, 2015) los clientes pasan a través del embudo de su compañía, no se retiran a vivir en una isla desierta, vuelven al mundo. Comparten sus experiencias tanto positivas como negativas, y quienes lo escuchan aprecian su opinión más que cualquier anuncio o campaña.; con ello se ha incluido que

su método de atención a los clientes no sea la idónea debido a la falta de inspiración por parte de los dueños provocando que exista una ausencia de ellos por el impacto significativo al desempeño de los empleados y cómo se proyectan ante los clientes. A partir de la entrevista que se aplicó al Dueño de la Librería se resolvió que las ventas del año 2019 han disminuido mucho en contraste con el año 2018. Expresó que en el año vendió \$ 98,000.00. Para 2019 solo se venden \$ 54,000.00. Debido a la introducción de diferentes componentes, lo que impacta increíblemente este problema.

#### Ventas en promedio trimestral

<b>VENTAS TRIMESTRALES</b>	<b>AÑO 2018</b>	<b>AÑO 2019</b>	<b>DIFERENCIAL</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>
Enero – Marzo	8.000,00	2.000,00	6.000,00	-75,00%
Abril – Junio	35.000,00	15.000,00	20.000,00	-57,14%
Julio – Septiembre	40.000,00	25.000,00	15.000,00	-37,50%
Octubre – Diciembre	15.000,00	12.000,00	3.000,00	-20,00%
<b>Total</b>	<b>98.000,00</b>	<b>54.000,00</b>	<b>44.000,00</b>	

\*Datos proporcionados por el propietario de la Papelería "La Librería".

Elaborado por: Erika Torres Benitez.

Como se muestra en la Tabla sobre las ventas de la papelería "La Librería", las ventas trimestrales en los meses de enero a marzo un 75,00%, de abril a junio un 57,14%, de julio a septiembre un 37,50% y por último en los meses de octubre a diciembre 20% entre el año 2018 a 2019. Registrando una diferencia de 44,000.00, que se determina restando las ventas totales de 2018 versus las del año 2019.

El objetivo principal de este estudio de caso es determinar las razones por las que los niveles de ventas han disminuido en la papelería "La Librería" del Cantón Jujan, Provincia del Guayas, que ha sido influenciado en el último año. Además, se acumula que se espera que la

pésima consideración recibida por el cliente y la ausencia de inspiración que los compañeros de equipo tienen de sus supervisores lo hagan, ya que esto les impide tener la opción de completar sus ejercicios regularmente y brindar una gran ayuda a los clientes. Del mismo modo, por qué no completan ningún tipo de promoción y por qué causas esto no ha tenido la opción de diferenciarse de la oposición que tiene breve espacio en el mercado escolar.

Otro problema es que la papelería no tiene un letrero que llame la atención del cliente, solo tiene un par de letras pequeñas pintadas en el divisor frontal que dice “La librería” y con pancartas adheridas a la pared de sus proveedores adelantando los diversos artículos que ofrecen en las diferentes marcas; como lo detallan (Leach, Llorente, Marmolejo, & Pérez, 2016) en su libro de introducción al derecho para los grados de economía y empresa “el rótulo de un establecimiento sirve para identificar los locales comerciales abiertos al público y distinguirlos de otros destinados a actividades idénticas o similares” (pág. 114); este factor de no tener un rotulo llamativo incide en las ventas de la papelería, ya que uno de los componentes esenciales para el mejor funcionamiento posible de una organización es una imagen decente, un cartel con letras enormes, tonalidades llamativas y suficientemente brillante.

Con respecto a sus asociados, no extienden una imagen decente de la papelería ya que no tienen un uniforme que los distinga que tienen un lugar en esta organización de pequeña escala; como es definido por (Sanchez & Pintado , 2009) “la imagen corporativa es actualmente uno de los elementos más importantes que las compañías tienen a su disposición para hacer comprender a sus públicos quienes son, a que se dedican y en que se diferencian de la competencia” pág. 17); esto se pone en manifiesto que dado que la presencia de la papelería se refleja también en sus socios, ya que brindan a los clientes un aspecto positivo del mismo y producen un aire de

habilidad pulida entre los colegas. También es un método de promoción que permite a los clientes percibir rápida y eficazmente en qué librería trabaja dicho compañero.

Además, la papelería no tiene ningún tipo de publicidad y hoy tenemos medios, por ejemplo, redes interpersonales, en el cantón hay personas comprometidas con la promoción a través de una página inmediata en Facebook, y hay una radio de barrio, pero por ninguno de estos medios de comunicación, se hace referencia al bazar para difundir sus artículos; según (Gómez, 2017) nos da a conocer que la publicidad convierte el producto-objeto en producto-signo, es decir que el consumidos compra no por lo que es en si el producto, sino por lo que representa.(...) La publicidad se encarga, en nuestra sociedad, de decirnos que comprar, donde pasar las vacaciones, a quien votar, como ser más feliz o sentirte un triunfador, que hacer para mejorar nuestras relaciones o de qué manera conquistar a nuestra pareja.; provocando un declive en comparación con la competencia que usan estos medios con la finalidad de que los ayude a vender más.

Por otra parte, la disminución del espacio influye en las ventas; según palabras de (García, 2015) “Una empresa requiere de una serie de dotaciones y servicios para desarrollar su actividad, así como facilitar el acceso de los clientes al negocio, no contar con un espacio amplio puede limitar las posibilidades de evolucionar adecuadamente el negocio.” (pág. 93), ya que los clientes cuando ven que el lugar está ocupado por otros les gusta ir a otro bazar para esquivar el inconveniente de enjambrar lo que los impulsa a ser empujados y a ser sumamente pequeños y hay que considerar que la ausencia de ventilación disminuye adicionalmente la cantidad de clientes para el local ya que estas dos razones se complementan para ahuyentar a los compradores y normalmente no tiene todos los elementos importantes para el comprador, esto

ocurre en su mayor parte en los períodos de inicio de clases ya que el individuo necesita descubrir todas las cosas mencionadas en su lista escolar en un solo lugar.

Otra desventaja de la papelería es que no tiene un acceso opcional al centro de distribución, y cuando aparecen los proveedores, el producto se ingresa por un lugar similar donde están los clientes y sin importar la forma en que se disminuya el espacio, esto les genera decepción ya que se sienten obstaculizados a la hora de comprar por esta circunstancia. Esta organización no vacía los artículos al caer la noche, ya que los clientes son los principales que se sienten incómodos cuando realizan sus compras; basados en la definición de (Pulido Lería, 2018) “resulta de obligado cumplimiento a la hora de diseñar una bodega minimizar al máximo posible las barreras arquitectónicas del espacio facilitando el acceso a trabajadores o clientes con limitaciones en la movilidad”.; esta organización no vacía los artículos durante la noche, ya que los clientes son los principales que se sienten incómodos cuando realizan sus compras.

La ausencia de iluminación influye adicionalmente en los clientes; teniendo en cuenta la definición de (Marín, 2016) “la iluminación de un punto de venta permite una correcta visualización de todos los elementos, así como la posibilidad de resaltar y crear efectos visuales sobre aquellos bienes y servicios que resulten más atractivos.” (pág. 35); en este sentido, es un impedimento para la organización, ya que un spot atrae más atención cuando tiene una gran iluminación y suficiente espacio para que los clientes entren y salgan sin molestias y este problema hace que los clientes sean más incómodos. clientes cuando el día es radiante.

Los diferentes problemas que presenta esta organización es que el horario de atención al cliente es de 8:00 a.m. a 7:00 p.m.; según el argumento de (Morales, 2018) “el horario de atención al público debe ser ajustado y adecuado para ofrecer una buena atención al cliente, debe realizarse un máximo aprovechamiento de los recursos, a la adaptación a la afluencia de los



clientes.”( págs. 116-117); lo cual es un obstáculo extraordinario para ella que se ocupe de estos horarios de atención, ya que cabe destacar que numerosos individuos en el momento en que van a dejar a sus hijos a clase, colegio, etc., quieren adquirir algún tipo de estos artículos que ofrece la papelería ya que todos son escolares, por lo que la organización pierde ventas hacia el comienzo de hoy, ya que es cuando los tutores compran regularmente cualquier tipo de estos artículos y en el momento en que el local abre ya los estudiantes han ingresado al colegio.

Este local tiene rotación de personal ya que obreros específicos trabajan de lunes a viernes y los sábados y domingos van a otras personas y este cambio se realiza cada semana por socios rotativos. Este cambio de personal crea ciertas cargas para la organización a la luz del hecho de que el transporte de los artículos de los proveedores no tiene un día cuidadoso para aparecer en los almacenes de la organización; según (Alcaide, 2015) “para obtener la calidad del servicio hay que mejorar la producción del personal y reducir la rotación del personal” (pág. 22); esto crea una desventaja por lo tanto que los socios que faltan en esos días no están familiarizados con respecto al tipo de artículo con el que el elemento tiene alrededor en ese momento.

El desarrollo de la rivalidad es uno de los peligros para la papelería “La Librería" ya que últimamente, para ser explícito 3 años antes, se han expandido más librerías a su alrededor y sin embargo “La Librería” lideraba en las ventas de útiles escolares. Según (Van den Berghe, 2016). “Para que la empresa pueda competir con ventajas debe: conocer el mercado y el producto, identificar el tipo de competencia, formar o reformar la organización, evaluar y comprobar lo realizado con lo planeado y reaccionar rápidamente ante los hechos (...)”

La oposición ha actualizado la utilización de Visas para hacer el surtido individual y así pueden conceder sus cuotas hasta por 2 meses, incluyendo la utilización de alistados de ventas o instrumentos modernizados que animan elaborados por los representantes, luego nuevamente la

papelería "La Librería" Juega realizar este trabajo físicamente, que requiere tiempo. Según (Rivas, 2016) menciona que “el funcionamiento de la cajas y equipos de cobro y pagos es muy fácil y cómodo, tanto para los propios comerciantes como para los clientes y usuarios de productos y servicios”.

La Papelería “La Librería” aún no cuenta con una programación de control de stock, esto incentivaría la correcta solicitud y organización de inventarios, este es un factor principal que además influye en la exhibición de las organizaciones y beneficios. Esa es la razón por la que tener una programación particular para el control de existencias beneficiaría extraordinariamente a la papelería, ya que la cantidad actual se conocería con precisión y los artículos tratados por la papelería serían muy reconocidos.

Los clientes se dedican adicionalmente a este estudio de caso ya que son la explicación y el principal motivo del giro de los hechos y desarrollo de la organización, por lo que, dado que ha existido una completa satisfacción, se convierten en voceros sugeridos de la organización y, en consecuencia, atraer nuevos clientes. Pero en el caso de que esta no sea la situación, emiten un supuesto contrario sobre la contraprestación entregada en el momento de realizar la compra.

En cualquier caso, por esta situación, los clientes están aquí y allá decepcionados con la consideración dada por el personal de la papelería “La Librería”, ya que cuando acuden al local se requiere cierta inversión para atender al cliente, en todo caso, debemos percibir que el cliente de forma constante, se le debe dar una consideración aceptable y, si es importante, que sea rápida y precisa; como hace mención (Alcaide, 2015). “La calidad del servicio de la empresa está entendida como una manera de orientarse hacia una mejor atención al cliente de tal forma que la organización pudiera conocer si efectivamente el cliente está recibiendo el servicio que esperaba recibir” (págs. 20-21); sin duda, si la atención al cliente es aceptable, los clientes volverán a

comprar constantemente, sin embargo, este no es muchas veces el caso debido que ciertos de sus colaboradores no muestran el empeño necesario para agradar al cliente en la atención.

Otra explicación que angustia a los clientes es que la papelería “La Librería” regularmente no tiene todos los artículos vitales para el comprador, esto sucede en su mayor parte al comienzo de las temporadas educativas, ya que el individuo necesita descubrir todas las cosas mencionadas en su escuela destacada en un punto; según (Carrasco & García, 2018) “la elección de los artículos que conforman la oferta comercial de un establecimiento es la clave en la gestión del surtido. Esta elección debe ir ligada al objetivo final de obtener la máxima rentabilidad global del negocio” (pág. 56); esto desmoraliza al cliente de visitar otro lugar para obtener los artículos que faltan. Es un inconveniente para la organización ya que pierde ventas al no tener un alcance de elementos dispuestos en sus instalaciones.

En este inicio de clases fue muy diferente en comparación con otros años la llegada de un virus a nivel mundial ha perjudicado extremadamente en la economía sin embargo a comparación de años anteriores la papelería no pudo ofrecer ningún tipo de promoción para mantener la confiabilidad de sus clientes habituales; según lo detalla (Fernández & Fernández, 2017) “Los programas de fidelización consisten en facilitar al cliente una tarjeta de la propia empresa; en cada compra que se realiza se obtienen unos puntos, que son canjeables por descuentos en futuras compras o productos que salen gratis”(pág. 225); por otro lado, diferentes librerías competidoras pusieron sus anuncios en la fachada de la tienda con los avances que ofrecían sobre sus artículos e impulsaron a las personas que compraron sus artículos allí con regalos sorpresa.. En esta línea, el cliente no se siente satisfecho al realizar una compra cuando ve que la organización no piensa en mantener a los clientes firmes.

Por otra parte, la oposición ejecuta procedimientos de ofertas; basándonos en la definición de (Carrasco & García, 2018) “los carteles son parte fundamental de la publicidad en el punto de venta ya que éstos impulsarán las ventas al dar a conocer las características del productos, ofertas y promociones vigentes, igualmente sirven para comunicar datos prácticos para el cliente” (pág. 104); con el fin de que los clientes que adquieren sus facturas superiores a \$50 obtienen una rebaja como una característica de la inspiración hacia el cliente, ya que esto nunca ha sucedido en la papelería “La Librería”, no ofrece avances ni límites. a los compradores.

Los trabajadores también están inundados en este tema, ya que no se sienten contentos con la consideración que les dan sus intercambios, ¿cómo? Como no cuentan con ahorros estandarizados, vale la pena mencionar que esto es una inspiración para la fuerza laboral ya que pueden obtener beneficios a través de él tanto por y para su familia. Por otra parte, con el horario comercial mencionado anteriormente, parece que se quedan en el trabajo más tiempo del requerido, lo que no se paga a sus trabajadores y esto los lleva a no invertir toda su energía y ejecución al atender al cliente. Según palabras de (Lonti, 2018) “el empleado debe contar con un seguro social, sueldo básico y pagos adicionales, bonificaciones y gratificaciones pagados a fin de año y de temporada o por desempeño del trabajador”.

Esto además le negocia a la organización que sus niveles de negocio bajen y lleguen a un ingreso neto bajo, a la luz del hecho de que hay un cambio de visita de profesores en ella y las razones obviamente se reflejan ya que no tienen las ventajas según la ley, hay abuso en la jornada laboral ya que los largos tramos de actividad son de lunes a domingo, trabajan más de 8 horas diarias, y sin embargo los representantes aún no obtienen la compensación fundamental que el Estado indica, esto los desalienta y dejar su trabajo en un momento presente, por lo general, puede ver personal nuevo todo el tiempo y mucho más cuando se trata de períodos de

sección a clases, ya que los tutores compran sus registros escolares, pero esto es solo por un par de meses y luego los termina.

Por otra parte, los socios adicionalmente se sienten decepcionados a la luz del hecho de que no hay un individuo que encabece la estructura jerárquica, aceptar órdenes de trabajo del Jefe y su esposa es irritante para los representantes y hay cambios en los ejercicios con frecuencia, se dice. si el individuo está colgando material y aparece un cliente, suspenden su acción y lo envían a atenderlo; según (Cano, 2019) “las buenas relaciones humanas no solo afectan al proceso de selección de candidatos sino que también se debe reconocer el valor de las mismas procurando dar un trato justo y equitativo creando un buen clima laboral ofreciendo justas compensaciones” (pág. 39); en relación a el texto cuando eso pasa tienen que dejar lo que están haciendo e ir a atender, hay personal que habitualmente se hacen los ocupados y no realiza ningún trabajo debido que no consideran que se esté llevando un trato razonable.

Esta organización no cuenta con una persona que realice el procedimiento de evaluación particular del candidato a una ocupación en atención al cliente, solicitando lo esencial; basándonos en la definición de (Alles, 2016) la selección de personal se refiere al conjunto de procedimientos orientados a evaluar las capacidades de los candidatos y luego elegir a aquellos que presenten mayor posibilidad de adaptarse al puesto disponible y desempeñarse exitosamente en él” (pág. 34); esto se nota en que el encargado al no solicitar la debida documentación de cualquier experiencia o cursos tomados, con el objetivo de que tenga una presentación digna en su movimiento laboral, esto presenta cargas para la papelería ya que el individuo no tiene la información adecuada y fundamental para la suficiente atención al cliente.

Al aplicar los procedimientos de recolección de información (encuestas) a los representantes de la Papelería “La Librería” del Cantón Jujan se puede apreciar muy bien que de

las 5 personas revisadas, el 60% manifiesta que no tienen ningún tipo de beneficio para ellos mismos o sus familias, por ejemplo, seguros sociales, recompensas, vacaciones pagadas, compensaciones, entre otros; de los cuales no obtienen ninguno de estos de su Jefe, prestando poca atención al tiempo que han estado trabajando allí y esto les hace sentirse desmotivados cuando trabajan.

De manera similar, el 100% de las personas encuestadas consideran que actualizar las técnicas para la confiabilidad del cliente es un método que las organizaciones deberían necesitar para mantener a sus clientes y, por lo tanto, esto atrae a nuevos clientes. Además, esta razón de existir se da a través de la correspondencia, los clientes que se sienten satisfechos envían su entusiasmo a otros posibles clientes. Es más, esto se convierte así en una exposición aberrante que hacen los clientes para adelantar la papelería “La Librería” del Cantón Jujan, Provincia del Guayas.

De la misma manera, se considera que la desmotivación de los trabajadores ocurre ya que ellos, como supervisores, no brindan beneficios, por ejemplo, al tener ahorros administrados por el gobierno, no reciben el pago fundamental establecido por el Estado ecuatoriano, ni se les pagan las horas adicionales que trabajan, ni tienen vacaciones en ocasiones, así mismo no reciben recompensas de fin de año o por incentivos. Todo esto hace que se sientan debilitados y se vayan por el momento y se puede ver personal nuevo todo el tiempo.

El Jefe también piensa en que para diferenciarse de la oposición más adelante, ejecutará promociones, descuentos y publicidad para atraer la atención de los clientes. Dado que en la actualidad no realiza ninguno de estos trámites, en cuanto a promociones y descuentos, ha tenido la opción de entender que la competencia coloca al exterior de sus locales comerciales las

ofertas, promociones o descuentos que tendrán y esto llama la consideración de los clientes a los que les gusta acudir a la competencia y aumentar la fidelidad en estas diferentes papelerías.

## CONCLUSIONES

A raíz de haber realizado este estudio de caso, se tiende a resolver que los niveles de negocio en la papelería "La Librería" del Cantón Jujan, Provincia del Guayas han disminuido ante el hecho de que tanto la papelería como sus asociados no cuentan con imagen corporativa decente que llama la atención de los clientes, también tienen un poco de espacio, no tienen acceso directo a la bodega, eso incomoda a los clientes. Adicionalmente, era concebible decidir a través de este estudio de caso, que los niveles de venta han disminuido debido a la forma en que la oposición se expande cada día, y estos llevan consigo nuevos procedimientos tanto para retener a sus clientes como para tomar posesión en el mercado, incrementar nueva base de clientes y ser percibido; Asimismo, está la desmotivación de los compañeros a la hora de hacer los tratos ya que no se encuentran en un lugar de trabajo digno ni perciben el trabajo y esfuerzo que realizan dentro de la papelería "La Librería".

Este estudio de caso permitió evidenciar distintos componentes que han incidido en la caída de los niveles de operaciones en la papelería "La Librería" del Cantón Jujan, Provincia de Guayas, ya que no cuenta con ningún tipo de promoción, independientemente de la forma en que se tenga en estos días. Los medios de comunicación por correspondencia, por ejemplo, la televisión, la radio y las organizaciones interpersonales en las que la publicidad es gratuita y vista por numerosas personas; En el cantón Jujan hay personas comprometidas con dar

publicidad a través de una página inmediata en Facebook, y hay una transmisión de radio cercana, pero ninguno de estos medios da aviso al bazar, ni anuncia los artículos que ofrece.

### **Bibliografía**

- Alcaide, J. C. (2015). *Los 100 errores de la experiencia de cliente*. España: esic editorial.
- Alles, M. (2016). *Selección por competencias*. Buenos Aires: granica.
- Cano, I. (2019). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Editex.
- Carrasco, S., & García, E. (2018). *Gestión de productos y promociones en el punto de venta*. Madrid, España: copyright 2018 ediciones paraninfo s.a.
- Fernández, D., & Fernández, E. (2017). *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente*. Madrid, España: copyright 2017 ediciones paraninfo s.a.
- García, E. (2015). *Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio*. España: Ediciones Nobel S.A.
- Gómez, B. (2017). *Fundamentos de la Publicidad*. Madrid: esic editorial.
- Leach, B., Llorente, I., Marmolejo, I., & Pérez, A. (2016). *Introducción al derecho para los grados de economía y empresa*. España: PRENSAS DE LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA.
- Lonti, Z. (2018). *Panorama de las Administraciones Públicas 2017*. Madrid: instituto nacional de administración pública.
- Marín, M. B. (2016). *Escaparatismo y diseños de espacios comerciales*. Madrid, España: copyright 2016 ediciones paraninfo s.a.



Morales, M. (2018). *Servicios de información turística*. Madrid, España: Copyright 2018 ediciones paraninfo s.a.

Pulido Lería, C. (2018). *Gestión de bodegas en restauración*. innovación y cualificación s.l.

Rivas, P. B. (2016). *Los Medios de pagos en la venta*. España: Certia Editorial .

Sanchez , J., & Pintado , T. (2009). *Imagen Corporativa: Influencia en la gestión empresarial*. Madrid: ESIC Editorial.

Stratten, S., & Kramer, A. (2015). *Deje de vender y conectese con los clientes*. Canada: Patria S.A de C.V.

Van den Berghe, É. (2016). *Gestión Gerencial y Empresarial Aplicada al siglo XXI*. Bogotá: ecoe ediciones.

**A**

**N**

**E**

**X**

**O**

**S**



**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**ANEXO 1: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TRABAJADORES DE LA PAPELERIA “LA LIBRERÍA”**

Objetivo: Reunir los datos suficientes por parte de los trabajadores de la papelería “La Librería” para el uso correcto y la investigación del estudio de caso.

1) ¿Qué beneficio recibe por parte de su jefe?

Bonos

Remuneraciones

Seguro Social

Ninguna

2) ¿Se siente motivado al momento de atender al cliente?

Siempre

Frecuentemente

A veces

Rara vez

Nunca

3) ¿Cree usted que al aplicar promociones ayudaría a fidelizar a los clientes?

Sí

No

4) ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes al momento de realizar las compras?



**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

Excelente

Muy Buena

Buena

Mala

Regular

5) ¿Cree usted que le falta publicidad a la papelería?

Sí

No



**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**ANEXO 2: ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO DE LA PAPELERIA “LA LIBRERÍA”.**

Objetivo: Reunir los datos suficientes por parte del propietario de la papelería “La Librería” para el uso correcto y la investigación del estudio de caso.

1) ¿Cuánto tiempo lleva funcionando la papelería?

---

---

2) ¿A qué se deben las bajas venta de la papelería?

---

---

3) ¿Qué estrategias usted adopta para abordar objeciones de los clientes?

---

---

4) ¿Por qué existe exceso de rotación de personal?

---

---




5) ¿En qué temporadas las ventas son mas bajas?

---

---

ANEXO 3

FACTURA QUE MANEJA LA PAPELERÍA “LA LIBRERÍA”

 **CASTRO ZAMBRANO GEOVANNY SALOMON**    
**LA LIBRERÍA**  
*Venta al por Mayor de Artículos de Bazar en General, Actividades de Publicación de Programas Informáticos Comerciales (No Personalizados): Sistemas Operativos, Aplicaciones Comerciales y otras Aplicaciones, Venta al por Menor de Artículos de Papelería como Lápices, Bolígrafos, Papel, Etcétera, Artículos de Oficinas y Programas Informáticos no Personalizados en Establecimientos Especializados y Actividades de Capacitación en Informática*  
Dir.: Cda. Barrio Las Lomas S/N (Junto al Colegio Teodoro Alvarado Garaicoa) - Cel.: 0990224020  
Email: gcastrozambrano@hotmail.com Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan) - Guayas - Ecuador  
R.U.C.: 1205118456001 **FACTURA** 001-001- 000000852  
**N° Aut. SRI. 1125206256**  
Fecha de Autorización 25-07-2019

Sr.(es) \_\_\_\_\_  
RUC/CI: \_\_\_\_\_ Fecha de Emisión: \_\_\_\_\_  
Dirección: \_\_\_\_\_  
G. de Remisión: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

CANT.	DESCRIPCION	V. / Unit.	V. / Total

## ANEXO 4

### DATOS JURIDICOS DE LA PAPELERÍA

**SRI** en línea Inicio sesión

#### Consulta de RUC

RUC: 1205118456001      Razón social: CASTRO ZAMBRANO GEOVANNY SALOMON

Estado contribuyente en el RUC: **ACTIVO**      Nombre comercial: LA LIBRERIA

**Actividad económica principal:** G47610301 VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE PAPELERÍA COMO LÁPICES, BOLÍGRAFOS, PAPEL, ETCÉTERA, EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.

Tipo contribuyente	Clase contribuyente	Obligado a llevar contabilidad
PERSONA NATURAL	OTROS	NO

Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
21/02/2013	26/06/2018		