



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

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**NOVIEMBRE 2020 – MAYO 2021**

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

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

**TEMA:**

**GESTIÓN DE VENTAS EN CENTERTECH-PC**

**EGRESADO:**

**YULEISY STEFANIA ARMIJO BRAVO**

**TUTOR:**

**ING. FRANKLIN MORALES REYNA MAE.**

**AÑO 2021**

## INDICE

INTRODUCCIÓN .....	3
DESARROLLO.....	<b>5</b>
CONCLUSIONES.....	18
BIBLIOGRAFÍA .....	19
ANEXO 1. ENCUESTA .....	22
ANEXO 2. ENTREVISTA.....	25
ANEXO 3. CARTA DE AUTORIZACION.....	27

## INTRODUCCIÓN

La empresa “CenterTech-PC” está ubicada en la provincia de los Ríos, Cantón Montalvo en las calles Av. Guillermo Baquerizo y Av. Velasco Ibarra tiene 9 años de trayectoria en el mercado dedicándose a la venta al por menor de equipos de telecomunicaciones, laptops, celulares, accesorios periféricos, también ofrece servicios de reparación y mantenimiento. Actualmente, la empresa "CenterTech-PC" se distingue de su competencia por brindar soporte técnico no solo para las personas que hayan adquirido los equipos en la empresa, sino también para quienes lo hayan adquirido en otro lugar, también se ha implementado llevar el servicio a domicilio para atender las necesidades del cliente, ofreciéndoles así confianza y seguridad. CenterTech-PC cuenta con un número de trabajadores de 4 personas, cada uno de ellos tiene asignada una tarea específica, dividida de la siguiente manera, dos personas se encargan de brindar atención al cliente, las otras dos personas se encargan de brindar servicios técnicos, su labor en específico es de dar a conocer al cliente que problema se le presenta con su máquina.

El presente caso de estudio se lo realiza con el objetivo de conocer los problemas concernientes sobre la gestión de ventas en la empresa “CenterTech-PC” en el Cantón Montalvo, para analizar las razones por la cual presenta disminución en las ventas, alguno de los factores son la falta de capacitación al personal sobre los productos ofertantes, el incumplimiento de proveedores, no llevar un control de sus inventarios, falta de publicidad, todas estas razones conducen a que sus objetivos anuales, no se cumplan como lo había establecido el gerente propietario.

Se aplicó el método cualitativo debido a que se recopila y analiza la información sobre la gestión de ventas y los factores causantes del bajo nivel de ventas de la empresa. Se realizó un análisis del desenvolvimiento de los empleados, para identificar los problemas aplicando la técnica de encuestas dirigida a los empleados y entrevista al gerente propietario de CenterTech-PC ya que nos ayudara a obtener información valida que contribuya en el desarrollo del caso de estudio, se resalta que esta encuesta y entrevista fueron realizadas virtualmente debido a la situación sanitaria que atraviesa el país.

La presente investigación se desarrolló bajo la Sublínea de investigación para la carrera de Ingeniería Comercial, Marketing y Comercialización, para llevar a cabo el proceso administrativo, analizarlo y de esta manera poder mejorar y cumplir con los objetivos establecidos.

## DESARROLLO

CenterTech-PC es un establecimiento autorizado, su principal actividad comercial es la venta y reparación de equipos de cómputos al por menor, ubicado en las calles Av. Guillermo Baquerizo y Av. Velasco Ibarra en el Cantón Montalvo. Este local presenta un descenso en su nivel de ventas lo cual genera una disminución en sus ingresos, por este motivo es importante conocer sobre la gestión de ventas debido a que permitirá analizar e implementar estrategias.

Una de las decisiones que opta por tomar una organización antes de ofrecer sus productos al mercado, es vender sus productos es determinar la estructura y la dimensión de su fuerza de ventas, condicionada por los factores como el tamaño de la empresa, la facturación que espera lograr, la estrategia de crecimiento, la capacitación de los empleados y los objetivos marcados etc. (Velez Heredia , 2020, pág. 9).

La venta es de vital importancia para la empresa por lo que los trabajadores buscan persuadir al cliente, presentándoles la propuesta de valor de una manera atractiva. Al escuchar características comerciales de inmediato, se basa en la relación que se establece entre la empresa y el cliente, es decir la relación de intercambio, principal actividad para fortalecer esta función es la gestión de ventas de este proceso se obtiene los recursos económicos, las estrategias para aumentar las ventas y de esta manera alcanzar las metas.

El establecimiento cuenta con dos personas que se encargan de brindar atención al cliente por lo tanto ellos son los encargados de convencer al cliente de que realice su compra, se ha presentado una disminución en las ventas, debido a que estas dos personas no cuentan con la experiencia suficiente, para poder desenvolverse dentro de su área, ya que al momento

de contratarlos, no recibieron alguna capacitación sobre los productos que se ofertan, muchos de los clientes para poder adquirir algún equipo de cómputo y muchas veces no se sienten seguros de porque producto optar, como consumidor empiezan a realizar preguntas sobre cuál es la mejor marca, cuanto posee en memoria RAM, disco duro, etc. Por lo tanto, se necesita conocer toda esta información para poder ofrecer una variedad de opciones y captar la atención del cliente, conservar el interés, y convencerlo de realizar su compra.

Un servicio deficiente es la forma más rápida y eficaz para perder clientes o no lograr conseguir nuevos. CenterTech-PC, no solo se dedica a proporcionar productos para su equipo informático, sino también es responsable de proporcionar servicios técnicos para todo tipo de computadoras, ofrecer un buen servicio de mantenimiento lo ha mantenido en el mercado, pero con el paso del tiempo la competencia ha incrementado y la situación sanitaria que está atravesando el país lo ha llevado añadir el servicio a domicilio.

De los antes mencionado se deduce que las personas que están encargadas de la atención al cliente, presentan inconvenientes debido a que se ofrece servicio técnico, muchas veces a ellos les toca desenvolverse dentro de esta área, ya que las otras dos personas que se encargan de esto, no se encuentran en el local, esto genera que cuando llega un cliente con problemas de reparación o mantenimiento de su equipo de cómputo, hay que brindarle el servicio, ya que muchos de los clientes desean soluciones rápidas y no desean esperar, todas estas situaciones influyen en que no se presente una imagen, confiable del empleado y de la empresa causando insatisfacción en el cliente.

La atención del cliente engloba todas las actividades de la empresa que gestiona la interacción con los clientes por lo tanto debe cumplir con dos objetivos fundamentales: la relación directa con sus clientes y el análisis de su comportamiento para detectar los puntos que precisan mejoras, la atención de las reclamaciones de los clientes y la búsqueda de soluciones y compensación por los incumplimientos en su caso. (Fernandez, 2013, p.5).

Se plantea analizar, la forma en qué se está prestando el servicio al cliente de soporte técnico, de computadoras y como específicos, la percepción del servicio que se brinda, así como las causas que generan insatisfacción del servicio recibido, utilizar instrumentos para medir la insatisfacción de los clientes o usuarios. Según (Laza, 2018, p. 8) “En este caso se pretende analizar la manera en que se lleva a cabo un proceso de ventas y así poder obtener datos exactos sobre sus preocupaciones, necesidades de consumo dudas y hasta recomendaciones que puedan surgir”. El trabajador encargado de brindar atención al cliente, tiene que resolver los problemas y ayudar en la toma de decisiones del cliente, la capacidad de comunicarse con claridad para determinar lo que realmente necesitan.

Según (Laza, 2019, pág. 11) “Brindar atención al cliente consiste en ofrecer los servicios que una determinada organización o empresa, como su nombre lo indica ofrece a sus consumidores”. Toda organización conoce que el cliente es la pieza fundamental para el éxito de una empresa. El trabajador debe encargarse de hacer sentir al cliente cómodo, satisfecho, comprender las necesidades, emitir emociones positivas, brindado respuestas optimas asegurándose que el cliente haya cumplido las expectativas que tiene en relación al producto y servicio.

Al momento de no conocer sobre la gestión de ventas, se está también omitiendo un tema importante que es establecer objetivos de las ventas, estos deben estar enlazados a la situación real que está pasando el mercado, no se debe establecer metas tan altas, ni tan bajas, deben ser objetivos comerciales, que se ajusten a sus registros de ventas, al desempeño que presenta la competencia, y de esta manera evitar el estancamiento del establecimiento, es importante comprometer a los empleados con el cumplimiento de los objetivos para así mejorar la situación de rentabilidad del establecimiento.

Según (Martinez & Zumel, 2016, pág. 2)“ . Encontraremos empresas y organizaciones que exista un gran departamento comercial y, dentro de este, un departamento de ventas”. Otro de los problemas que se presenta es que los empleados de CenterTech-PC- PC carecen de conocimientos sobre cómo aplicar los procesos de gestión de ventas, esto ocasiona efectos negativos para el local, debido a que el trabajador no logra establecer una relación con el cliente e ir más allá de solo concretar una venta, cada consumidor tiene una necesidad o preferencia distinta y hay que ofrecerle un servicio que solucione sus problemas.

Las personas que laboran dentro del establecimiento carecen de conocimientos, sobre las características de los productos que se oferta y el servicio, prospección del mercado, seguimiento de ventas, resulta difícil para los empleados de CenterTech-PC resolver las dudas de ciertos clientes todos estos factores provocan que no se pueda llegar al consumidor, ya que no le brinda soluciones optimas, sobre el servicio que recibe.

Es inmensa la desventaja para el negocio, si el comerciante no lleva un control adecuado de todas las líneas de productos, no podrá ofrecer un buen servicio al consumidor permitiendo precisamente que el comprador quede insatisfecho y ocasionando la pérdida de clientes futuros. Según (Escudero Serrano , 2019, pág. 9) “Una línea de productos es un grupo

de artículos relacionados entre sí que se ofrecen a la venta. La creación de líneas de productos implica ofrecer varios artículos relacionados entre sí pero que se pueden vender de forma individual”.

CenterTech-PC se distingue de su competencia, por brindar un buen servicio técnico, es por esto que el gerente propietario al no capacitar, a cada uno de sus empleados para que puedan desenvolverse en cualquier área que se les establece, trae como consecuencia la poca motivación, empatía, no se detecta a tiempo que es lo que se necesita, la competencia no los sentirá como una amenaza, ya que la empresa no cuenta con un personal competitivo.

Como se puede observar, si los trabajadores no reciben capacitaciones constantes, no se les orienta sobre las tareas que se deben cumplir, afectara gravemente en el desempeño comercial, pueden llegar a originar un ambiente laboral tenso, conflictivo, esto causara que el empleado experimente un rendimiento laboral deficiente y un aumento de estrés laboral, tarde en darle solución a la problemática que está presentando el cliente, por ende, esto presentara una reducción en los ingresos del negocio.

El entorno laboral es lo primordial para que los empleados de CenterTech-PC puedan desenvolverse eficientemente dentro de su área de trabajo asignada, para esto los empleados deben sentirse satisfechos con su espacio de trabajo, se debe establecer responsabilidades, fomentando el trabajo en equipo, un buen clima laboral, causara el cumplimiento de las metas, se evitara conflictos, todos estos aspectos mejora la calidad del trabajo.

En este sentido consideramos que el clima laboral se refiere a la forma en que los miembros de una organización describan su entorno o ambiente de trabajo, a través de un sinnúmero de relaciones vinculadas con el individuo, el trabajo en equipo y la propia empresa. Es importante recalcar la naturaleza descriptiva del clima, al tener en cuenta que se trata de una descripción del mundo laboral según la percepción del empleado y no tanto de una evaluación, pues en esta naturaleza descriptiva y no evaluativa es donde reside fundamentalmente la distinción entre clima laboral (descripción) y satisfacción en el trabajo (Martinez Borda, 2016, pág. 20).

Las consecuencias de un mal clima laboral en CenterTech-PC, hace que los trabajadores tomen actitudes negativas, se genera estrés, existan conflictos dentro del lugar de trabajo, ocasionan muchas veces discusiones entre los empleados, esto origina que el rendimiento de los trabajadores baje totalmente, todo esto se evita ofreciendo todos los recursos para un mejor desarrollo del trabajo y ofreciendo recompensas por el buen cumplimiento de su labor diaria.

Es necesario tener motivado a los trabajadores porque ellos son los que conectan directamente con el cliente, es decir son una pieza clave dentro de la empresa, por lo tanto, ellos deben tener esa confianza, libertad de poder desenvolverse en sus actividades. Los trabajadores de CenterTech-PC indican que no reciben ningún incentivo por parte de su jefe, por las horas extras que realizan, o por brindar un buen servicio.

La desmotivación podría presentar un gran problema para el establecimiento, ya que el trabajador no se sentirá comprometido con el local, no tendrá ganas de aprender ,sobre el desenvolvimiento en las áreas causando así un bajo rendimiento en su desempeño, afectando de manera directa en la comunicación que este establezca con el cliente ya que no mostrara interés para brindarle una solución, ocasionando así que el usuario no se sienta convencido del servicio o producto llevándolo a tomar la decisión, de tal vez no volver adquirir los productos o servicios que se oferta.

Según (Martinez Guillen , 2012, pág. 22) “El empleado es un pilar fundamental en la organización ya que este tiende a cumplir con las responsabilidades establecidas de su trabajo y este a su vez centra su esfuerzo en sus propias necesidades personales y empresariales” Tener un empleado que no se sienta motivado, trae consigo efectos como el bajo nivel de compromiso, causa que el empleado piense hasta en renunciar, ya que siente que no crece profesionalmente, todos estos aspectos afectan negativamente a la empresa.

Es importante la motivación en los trabajadores para lograr incrementar los niveles de productividad, el trabajador es el cliente interno de una organización por lo tanto este debe estar en constante capacitación, permitir que estos crezcan y amplíen sus conocimientos, desarrollen habilidades profesionales, reconocer el desempeño que tienen dentro de sus puestos laborales, es la manera de conseguir el éxito de la empresa.

La comunicación y el compromiso en equipo es muy importante, ya que hace que el empleado se sienta motivado, reconocer cuando este ofrece un buen servicio técnico, cuando logra la venta de algún equipo de cómputo, ofrecerle flexibilidad en los horarios, ya que así cumplirá al máximo con las tareas asignadas hará que transmita una imagen de compromiso

y responsabilidad con el cliente, y no solo proyectara el interés que se tiene si no también, poderle ayudar a resolver el problema existente, darle la potestad a el que opine, sobre posibles soluciones y se sienta familiarizado al momento de tomar en cuenta su opinión para poder resolver ciertos inconvenientes que se presenten dentro del establecimiento.

Los empleados deben mostrar interés ante la serie de problemáticas que presenta el cliente, brindarle soluciones rápidas, para así crear vínculos comunicativos, el cliente se debe sentir satisfecho con las características del producto y el servicio técnico ofrecido. Por consiguiente, si el empleado no logra persuadir al cliente, este no dudara en no adquirir los servicios y productos, causando una frustración en el llevándolo, a dar una opinión poco favorable para la reputación del negocio.

Por este motivo se busca que el servicio de mantenimiento y los productos que se ofrece en el local logren satisfacer las necesidades del cliente, para así de esta manera fidelizar al consumidor y este a su vez ayude, haciendo publicidad de boca en boca, es decir darse a conocer en el mercado por medio de las recomendaciones de otros clientes, ya que este tendrá como prueba que el servicio es garantizado y si podrá solventar sus problemas.

Otro de los problemas es que los empleados de CenterTech-PC sienten la sobrecarga de trabajo debido a que sus horarios se extienden más de lo normal, ya que tienen que atender situaciones fuera de los horarios establecidos como, por ejemplo, les toca brindar el servicio a domicilio esto sucede ya cuando ellos terminan con su jornada de labores, esto también genera una gran molestia en ellos ya que no se establece un horario en específico para brindar este servicio.

La sobrecarga inicia en el trabajo, pues se exige mucho a una persona para que realice las tareas designadas y se le ofrece un periodo corto de tiempo para llevar a cabo sus pendientes, además de que las herramientas que se les proporciona, no siempre son las más eficientes (Caballero, 2019, pág. 7).

De lo señalado anteriormente el no llevar un control de las horas que ha trabajado cada uno de sus empleados, y cómo han sido estas repartidas ocasionando que uno tenga más tareas que la otra persona a lo largo de su jornada, esto hace que exista una sobrecarga de trabajo para cualquiera de los empleados, es importante analizar estas situaciones para implementar medidas que mejoren el rendimiento del trabajador.

Otro punto que se cree importante y por la cual disminuye las ventas, es la competencia que CenterTech-PC tiene, centrándose en que también existen establecimientos que se dedican a ofrecer la misma línea de productos y servicios técnicos, identificar cuáles son los principales competidores permitirá que se establezcan estrategias, recursos de manera adecuada, para así evitar la pérdida de clientes ofreciéndoles una propuesta de valor que lo haga distinto a los demás.

Un bien es comercializado por distintas empresas. Esta cumple la misma función para el cliente, al margen de quien lo produzca, pero si presenta características distintas según la empresa que lo produzca. Dicha diferencia otorga a cada empresa una diferencia y por lo tanto el poder del monopolio, pero al mismo tiempo los obliga a competir entre sí. Cada empresa busca diferencia a su

producto del de los demás y cuanto más éxito tenga más poder de monopolio obtendrá. (Fisico Muñoz , 2019, pág. 14)

El mercado es muy cambiante y en él se encuentran nuevos retos, cada vez hay más locales que se dedican a ofertar los productos y servicios similares, donde ellos buscan implementar estrategias para poder captar la atención del cliente, el gerente propietario busca innovar y mejorar constantemente para conservar y atraer clientes. Se enfrentan a un mercado cada vez más fuerte, al dar a conocer los procesos de gestión de ventas, se puede garantizar, que cada estrategia que se implemente dentro del local lo hará distintivo de su competencia.

Otro de los problemas que radica en CenterTech-PC es la falta de marketing, los motivos principales por los cuales no se implementan estrategias del marketing, es la falta de conocimiento por el personal encargado, ya que esta es la principal herramienta para mantener informado al cliente sobre productos o servicios que ofrece el establecimiento, esta es muy necesaria porque ayuda a darse a conocer en el mercado y distinguirse de su competencia.

CenterTech-PC cuenta con una página de internet el problema radica en que esta no la gestionan constantemente y se está desperdiciando una gran herramienta ya que este medio de internet sirve para atraer una gran cantidad de público, es decir hay tiempos donde no se publica los trabajos que este realiza ya sea reparación de laptops, formateo de computadoras, instalación de programas, revisión de impresoras, no se especifica cada uno de estos puntos mencionados, el cliente muchas veces ha comentado que no sabía que se ofrece ciertos servicios o que no cuenta con alguna red social y es por ese motivo no sabía de la existencia del local.

Un concepto fundamental del marketing es que las organizaciones sobreviven y prosperan al satisfacer las necesidades y deseos de los clientes. empresarial que debe hacer compatible a la empresa con los deseos de los clientes. Este proceso de emparejamiento tiene lugar en lo que se llama “entorno de marketing” e implica las decisiones que toma la empresa respecto tanto al marketing estratégico como al táctico (Aramendia, 2019, pág. 13).

No ejecutar un plan de marketing, no ha permitido establecer metas claras, conocer cuáles son sus posibles clientes, conocer la evolución y las tendencias que se presenta en el mercado esto genera que en el establecimiento exista un decaimiento de la demanda y por lo tanto hay un descenso en las ventas y por consiguiente afecta de manera directa al establecimiento. Como ya se mencionó no aplicar las estrategias de marketing, ocasiona que exista un descenso en el nivel de ventas, estas estrategias deben ser aplicadas para dar a conocer los servicios de reparación y mantenimiento, para que el cliente opte por adquirir sus servicios y productos.

Otros de los inconvenientes que se presenta directamente en el establecimiento, y que incide en las ventas, es el incumplimiento de los proveedores al momento de entregar la mercadería, ya que de él depende que se entregue la mercadería a tiempo, esto trae consigo insatisfacción, molestia con los clientes del establecimiento, debido a que muchas veces este no cumple con la fecha de entrega de la mercadería. Esto generara que el cliente no dude en cambiarse de establecimiento, ya que existe una gran competencia en el mercado que ofrecen productos de la misma línea.

Todas las empresas necesitan a su vez de otras personas para que las suministren de todas aquellas materias primas, servicios o bienes que les son necesario para obtener el producto final que venden a sus clientes. Ninguna realiza todo el sistema productivo de forma autosuficiente, ya que el resultado final no sería el adecuado bien en termino de calidad- precio o en términos de realización o entrega (Nogueras, 2017, pág. 9).

Como establecimiento es muy importante el cumplimiento de los proveedores ya que se CenterTech-PC se caracteriza por brindar accesorios de cómputos(piezas) a precios accesibles para el cliente, en la fecha que él lo establece y a más de esto se encarga de ofrecer el mantenimiento completamente gratis, cuando los accesorios son adquiridos en el local, pero la falta de cumplimiento del proveedor, ha causado que muchas veces no se entreguen los equipos de cómputo a tiempo.

Muchas veces ocurre que el proveedor no se percata y hace llegar productos, piezas completamente distintas a las que se necesita, hay que tener cuidado con este punto ya que la calidad es fundamental en cualquier organización. La situación que atraviesa el país ha complicado que el propietario pueda conseguir nuevos proveedores, trayendo como consecuencia que no se cumpla con los tiempos de entrega de mercadería, esto hace que se ponga en riesgo el conservar los clientes.

Otros de los problemas es que CenterTech-PC- Pc no cuenta con un sistema para llevar el control de inventarios y esto ocasiona que no se lleve un control de la entrada y salida de productos del local y no se sabe si algún producto es faltante o no. Según (Coalla, 2017, pág. 4) “El inventario físico se realiza periódicamente sobre la mercancía y los bienes materiales para conocer las existencias físicas contables de que disponemos”.

Según (Fernandez, 2017) “Un correcto desarrollo y gestión del inventario pasa por analizar el equilibrio que debe existir entre la disponibilidad del producto y la existencia del mismo en el almacén”. El establecimiento debe disponer de mercadería suficiente para satisfacer el interés del cliente. Si este local no lleva un control del inventario. Podría ocurrir la pérdida de clientes importantes, influyendo posteriormente en el desarrollo del establecimiento.

Por este punto es importante saber con qué mercadería se cuenta, ya que al no percatarse de la inexistencia de algunos productos puede llevar a la baja de precios, para así fomentar el regreso de clientes que no están de acuerdo en la espera de pedidos pendientes, empujándolos así a ser clientes de la competencia, y por consiguiente se baja el nivel de rentabilidad del establecimiento. Es muy importante analizar las ventas, ya que de esta depende si el inventario crece o disminuye, y verificar que los objetivos financieros establecidos por el gerente propietario no se vean afectados ante la falta o exceso de inventario.

## CONCLUSIONES

Al desarrollar el caso de estudio se llegó a evidenciar factores negativos que influyen en el decrecimiento de las ventas en la empresa CenterTech-PC se pudo constatar que no se aplican procesos de gestión de ventas, no se establecen metas, las personas que se encargan de la atención al cliente no reciben capacitaciones sobre las características de los equipos de cómputos y accesorios periféricos, que se venden en el local, es por este motivo que ellos no logran convencer al cliente de adquirir el producto , por la falta de conocimiento, la cual causa insatisfacción en el cliente, al no poder responder ante sus necesidades.

Se constató que la falta de publicidad, le trae consigo una gran desventaja, ya que cada vez existe más competencia, dando como resultado un impacto negativo en la efectividad del marketing, causando que la demanda de los productos ofertantes tenga un descenso.

También se ha detectado que el empleado no presenta algún interés en lograr vender, entablar algún vínculo con el cliente ya que no reciben ningún tipo de motivación, causando así el bajo rendimiento, no se han implementado estrategias para captar la atención del cliente y diferenciarlo de su competencia, esto causa que no se logre cumplir con los objetivos comerciales y por lo tanto reincidir en que no se obtenga la rentabilidad que la empresa requiere.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aramendia, G. Z. (2019). *Marketing Estrategico*. España: Elearning S.L. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=r3XIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=marketing+estrategico&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiT9tnnvIbvAhU2RzABHZ-KCxwQ6AEwAHoECAQQAg#v=onepage&q&f=false>
- Caballero, L. (2019). *Sobrecarga mental*. Catalina zapata. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=s90IEAAAQBAJ&pg=PT28&dq=sobre+carga+de+trabajos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjchYeivIjvAhV9TTABHeNbBPMQ6AEwA3oECAkQAg#v=onepage&q=sobre%20carga%20de%20trabajos&f=false>
- Coalla, P. P. (2017). *Gestion de Inventarios UF0476*. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Ml5IDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+del+inventario&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiyw7vLhIbvAhXmRTABHfi3DqYQ6AEwAXoECAYQAg#v=onepage&q&f=false>
- Escudero Serrano, M. (2019). Gestion de Compras. En E. S. Jose, *Gestion de Compras* (pág. 9). Madrid: Edicion lavel. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=0HuYDwAAQBAJ&pg=PA136&dq=linea+de+productos+2019&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjpp9LL3oPvAhWyp1kKHXA dC2wQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=linea%20de%20productos%202019&f=false>
- Fernandez, A. C. (2017). *UF0476: Gestion de Inventarios*. Malaga: IC Editorial. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=Dw9aDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+inventarios&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjF\\_MO3w4HvAhUin-AKHQwdDTQQ6AEwAHoECAQQAg#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=Dw9aDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+inventarios&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjF_MO3w4HvAhUin-AKHQwdDTQQ6AEwAHoECAQQAg#v=onepage&q&f=false)
- Fisico Muñoz, M. d. (2019). Economia. En M. d. Fisico Muñoz, *Economia* (pág. 14). editex. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=x7yUDwAAQBAJ&pg=PA140&dq=competencia+de+empresas+2019&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjZ4qzw2eXvAhVESzABHek7AEMQ6AEwAXoECAkQAg#v=onepage&q=competencia%20de%20empresas%202019&f=false>
- Laza, C. A. (2018). Gestion de la fuerza de ventas y equipos comerciales. En C. A. Laza, *Gestion de la fuerza de ventas y equipos comerciales*. (pág. 10). Logroño : Tutor Formacion. Recuperado el 23 de febrero de 2021, de <https://books.google.com.ec/books?id=Zs18DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq>

=gestion+de+ventas+2018&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj4tKb6goHvAhWro1kKHVkmBgUQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=gestion%20de%20ventas%202018&f=false

- Laza, C. A. (2019). Gestion de la atencion al cliente. En C. A. aza, *Gestion de la atencion al cliente* (pág. 11). Tutor Formacion. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=F2-\\_DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=atencion+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj65ZWF84XvAhX-RjABHTmhBE4Q6AEwAXoECAMQA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=F2-_DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=atencion+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj65ZWF84XvAhX-RjABHTmhBE4Q6AEwAXoECAMQA#v=onepage&q&f=false)
- Martinez Borda, J. M. (2016). Gestion estrategica del clima laboral. En M. B. Maria, *Gestion estrategica del clima laboral* (pág. 7). Madrid: Edicion Digital: Marzo 2016. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=7ICxCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=ambiente+laboral+2016&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj4n\\_HZ74fvAhUhpFkKHYeKB74Q6AEwAHoECAMQA#v=onepage&q=ambiente%20laboral%202016&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=7ICxCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=ambiente+laboral+2016&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj4n_HZ74fvAhUhpFkKHYeKB74Q6AEwAHoECAMQA#v=onepage&q=ambiente%20laboral%202016&f=false)
- Martinez Guillen , M. (2012). Motivacion. En M. d. Martinez Guillen, *Motivacion* (pág. 22). Madrid: Ediciones Diaz de Santos. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=EsOztllFaxgC&printsec=frontcover&dq=motivacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi2vaKulbrvAhU5SzABHVIFDHEQ6AEwAHoECAYQA#v=onepage&q&f=false>
- Martinez, A., & Zumel, C. (2016). Organizacion de equipos de ventas. En C. Z. Aurora Martinez Martinez, *Organizacion de equipos de ventas* (pág. 2). España: Ediciones Carmen Carmona. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=C3o3DAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+ventas+2016&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi2laKJioTvAhXBuVkkHeIJAKIQ6AEwA3oECAIQAg#v=onepage&q=gestion%20de%20ventas%202016&f=false>
- Molina Monterrico , A. (6 de octubre de 2015). *Apuntes Empresariales*. Obtenido de Apuntes Empresariales: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/10/gestion-por-competencias-cuales-son-los-tipos-competencias-dentro-organizacion/>
- Napolitano, G. (2018). Motivacion en el Ambito Laboral. En G. Napolitano, *Motivacion en el Ambito Laboral* (pág. 6). Mexico : Babelcube . Obtenido de Motivacion en el Ambito Laboral

Nogueras, J. D. (2017). *Gestion de proveedores. COML0210*. Malaga: Ic Editorial .

Obtenido de

[https://books.google.com.ec/books?id=EQ9aDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+proveedores&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwih4eS45o\\_vAhWmVTABHZPpAdkQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=EQ9aDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+proveedores&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwih4eS45o_vAhWmVTABHZPpAdkQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q&f=false)

Velez Heredia , C. (2020). Gestion de Ventas, marketing directo y utilizacion de redes sociales en la gestion comercial. En C. Velez Heredia, *Gestion de Ventas, marketing directo y utilizacion de redes sociales en la gestion comercial* (pág. 9). España:

Editorial Elearning. Obtenido de

<https://books.google.com.ec/books?id=vSLtDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+ventas&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj0sbPM8LrvAhUkszEKHQIBD3AQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q&f=false>

## ANEXOS



### ANEXO 1: ENCUESTA APLICADA A LOS TRABAJADORES DEL ESTABLECIMIENTO CENTERTECH-PC.



**OBJETIVO:** INDICAR LA MANERA EN QUE INFLUYE LA GESTIÓN DE VENTAS  
EN CENTERTECH-PC.

1. ¿Usted conoce el término de gestión de ventas?
  - Sí (    )
  - No (    )
  
2. ¿El establecimiento donde usted labora ofrece alguna motivación o beneficio económico?
  - Muy Frecuentemente (    )
  - Frecuentemente (    )
  - Ocasionalmente (    )
  - Nunca (    )
  
3. ¿Les ofrecen capacitaciones sobre como ofrecer el servicio técnico y los productos ofertantes?
  - Muy Frecuentemente (    )
  - Frecuentemente (    )
  - Ocasionalmente (    )
  - Nunca (    )
  
4. ¿Cree usted que se debe repartir las tareas laborales equitativamente?
  - Sí (    )
  - No (    )

5. ¿Considera que un ambiente laboral tenso podría bajar su rendimiento?

- Totalmente de acuerdo ( )
- De Acuerdo ( )
- En Desacuerdo ( )
- Totalmente en desacuerdo ( )

6. ¿Cree que al mejorar la atención al cliente ellos se sentirán satisfechos con el servicio adquirido y mejorara el rendimiento de la empresa?

- Totalmente de acuerdo ( )
- De Acuerdo ( )
- En Desacuerdo ( )
- Totalmente en desacuerdo ( )

7. ¿Considera que se debe implementar estrategias de marketing para captar nuevos clientes?

- Muy importante ( )
- Importante ( )
- De poca importancia ( )
- Sin importancia ( )

8. ¿Usted cree importante implementar un sistema para llevar el control de mercadería y así evitar hacer esperar al cliente?

- Sí ( )
- No ( )

9. ¿Considera usted que, al obtener información sobre la gestión de ventas, los procesos de ventas, se cumplirá los objetivos establecidos y el nivel de ventas mejorará?

- Totalmente de acuerdo ( )
- De Acuerdo ( )
- En Desacuerdo ( )
- Totalmente en desacuerdo ( )



## **ANEXO 2: ENTREVISTA AL GERENTE PROPIETARIO DE CENTERTECH-PC.**

**OBJETIVO: INDICAR LA MANERA EN QUE INFLUYE LA GESTIÓN DE VENTAS EN CENTERTECH-PC.**



1. ¿Cree usted que sus empleados poseen los conocimientos sobre gestión de ventas?
2. ¿Usted cree que es importante capacitar al personal sobre los productos y servicios técnicos ofrecidos?
3. ¿Cree que es importante brindarles motivación a los empleados?
4. ¿Se siente satisfecho con el desempeño de sus empleados?
5. ¿Usted considera que la sobrecarga de trabajo, afecta al clima laboral de su establecimiento?
6. ¿Considera usted como propietario del establecimiento que el incumplimiento de proveedores, hace que retrase la entrega de los equipos periféricos y por lo tanto genera molestia o la pérdida del cliente?

7. ¿Cree usted que capacitar a los empleados sobre gestión de ventas podrá permitirles cumplir con los objetivos ventas?



**Anexo 3. CARTA DE APROBACIÓN PARA REALIZAR EL CASO DE ESTUDIO GESTIÓN DE VENTAS EN CENTERTECH-PC.**



Babahoyo, 11 de enero del 2021

Sr.

Luis Jhonatan Paredes Tacle.

**Gerente Propietario de CenterTech-PC**

En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: **ARMIJO BRAVO YULEISY STEFANIA**, con cédula de identidad 125025759-7, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de Ingeniería Comercial, matriculado en el proceso de titulación periodo Noviembre 2020 – abril 2021, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda otorgarme el permiso respectivo para realizar mi Caso de estudio denominado **GESTION DE VENTAS EN LA EMPRESA CENTERTECH-PC**, el cual es requisito indispensable para poder titularme.

Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecido(a).

Muy atentamente.

  
 Yuleisy Stefania Armijo Bravo  
 125025759-7

