



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

PROCESO DE TITULACIÓN

DICIEMBRE 2021 – ABRIL 2022

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRACTICA

LICENCIATURA EN COMERCIO

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
COMERCIO**

TEMA:

Gestión de Ventas en el Comercial Teresita del Cantón Montalvo

EGRESADO:

Jaime Ivan Gaibor Guayano

TUTOR:

ING. Juli Yojana Gaibor Gaibor

AÑO 2022

INTRODUCCIÓN

Comercial Teresita es una comercial situada en el Cantón Montalvo, provincia de los Ríos en la Av. 10 de agosto y Malecón, con ya 12 años en el mercado de la localidad, se dedica a la compra y venta de productos básicos para el hogar, además de alimentos y demás artículos de primera necesidad además de ser multifuncional en proveer de productos escolares como papeles, lápices, bolígrafos y demás, es escogida para el estudio de caso basado en el tema “Gestión de Ventas en el Comercial Teresita del Cantón Montalvo”, Como propósito de analizar la caída de las ventas que se ha generado estos últimos años y que ha generado mucho impacto afectando desde los ingresos hasta la eliminación de algunos productos dentro del negocio.

El objetivo de este caso de estudio es analizar la disminución de las ventas lo cual ocasionó la reducción de ingresos, el aumento de gastos, eliminación y reducción de ciertos artículos además del trabajo del personal y el propietario. la presente investigación se encuentra sujeta hacia la línea de investigación “Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control” y bajo la sublínea de investigación de la carrera: Marketing y comercialización.

La Gestión de ventas es primordial para el buen funcionamiento y direccionamiento enfocado hacia el local, es por eso que se ha considerado al Comercial Teresita el análisis de la Gestión de sus ventas, tomando en cuenta las ventas e egresos generados en los últimos año, asimismo el liderazgo que maneja el propietario hacia los vendedores y como sus acciones influyen de manera negativa dentro y fuera del entorno hacia la atención que los clientes reciben por parte de los vendedores.

Para poder obtener una mejor lectura del negocio, se realizó entrevista al propietario del Comercial en base a la gestión de ventas, la publicidad y la imagen, su manejo en el área de ventas y control de stock, el control de los movimientos hacia los proveedores, el marketing digital. Así mismo se aplicó encuesta a los vendedores que actualmente siguen dentro del negocio, va enfocada a la atención hacia el cliente, la comunicación y los horarios de turno,

la distribución de tareas. Estos puntos son clave para poder comprender la situación del negocio en cuanto a sus ingresos, el control de productos y su rotación además del desempeño de cada uno de los trabajadores que laboran dentro del área de ventas como también al área de inventario.

En este presente trabajo de investigación se utilizó el método descriptivo además de usar la observación, con el énfasis de analizar la información obtenida de la empresa y que ayude a entender el manejo de las ventas dentro del local, el uso del marketing digital, la forma de vender de manera tradicional, el control de los productos en stock, la innovación en cuanto a la publicidad, el trato hacia los vendedores y la percepción hacia los consumidores.

Se demostró que el negocio presenta una falta de liderazgo por parte del propietario, lo que resulta en la deficiencia por parte de los vendedores, que van desde las distracciones hasta el tiempo de llegada hacia el Comercial, esa ausencia se nota también en la actitud por parte de ellos, provocando malos tratos hacia los clientes y que ellos no vuelvan de nuevo al establecimiento dando como resultado la pérdida de clientela y la mala imagen provocado por los trabajadores.

DESARROLLO

Comercial Teresita es un comercial situado en el Cantón Montalvo Provincia de los Ríos en la Av. 10 de agosto y malecón, destinada a la compra y venta de productos de primera necesidad, además de ser multifuncional, proporcionando servicios tales como pago de servicios telefónicos, venta de productos para estudiantes, transacciones y operaciones del banco guayaquil a través de mi vecino, El comercial Teresita con más de 12 años en el mercado con la razón social a cargo de Edgar Fernando Recalde Villegas con el Ruc 1202807440001 actualmente activo en actividad económica. El tipo de contribuyente es persona natural, no está obligado a llevar contabilidad. El negocio tiene como objetivo brindar a los clientes productos de primera necesidad a buen precio en relación al mercado, además de ser multifunciones, cubriendo operaciones bancarias tales como deposito, retiro, transferencia y pago de ciertos servicios.

La Gestión de ventas es una transición que conlleva al manejo de técnicas, coordinación a las actividades que el negocio tenga. Si bien ciertos negocios manejan las ventas de una forma más tradicional, varias empresas u locales tienen un manejo mucho más moderno en relación a las ventas. (Artal, 2017, págs. 40-41).

La gestión de ventas dentro del local es deficiente, ya que no cuenta con un manejo amplio de los inventarios, es limitado y no se puede dar un incremento en relación a la cantidad y optar por nuevas de productos, a pesar de disponer algunos artículos a disposición habrá cierto tipo de clientes que querrá algún producto nuevo y que no se disponga o no lo tengamos en percha, esta ausencia se debe a que el propietario maneja la información de los pedidos junto a los proveedores que habitualmente pasan por el local, al no querer innovar el stock da como resultado la no venta de ciertos productos y el desplazamiento de ciertos consumidores a otros lugares cercanos.

Según Carlos (2017) explica que:

El liderazgo es la clave al momento de dirigir y coordinar el negocio, ya que se trabaja con los grupos de trabajo dentro de la empresa para poder llegar a un objetivo en común, el trabajo de manera colectiva dentro del entorno junto a la colaboración mutua, seguidamente con un líder capaz de poder manejar las situaciones que se le presente al negocio.

El Comercial Teresita no tiene un buen manejo de liderazgo, a pesar de que el propietario está en cada compra de los productos a los proveedores, en la recepción de los clientes y algunas actividades, no trabaja de manera participativa junto con los demás, ya que no sabe escuchar a veces, no tiene el perfil de un líder nato por la falta de manejo en las decisiones, actividades, además de la delegación de ciertas tareas, también el poco entendimiento hacia los vendedores, ya que es una persona introvertida y callada, lo cual trata de trabajar por sí solo sin involucrar a los demás lo cual hace ver que no tiene cierta confianza hacia los trabajadores.

El marketing digital es una habilidad enfocada al mercado y a la difusión de medios electrónicos destinado para alguna empresa o negocio, los usuarios de internet pueden visualizar dicho contenido en algún video o sitio encontrando ofertas, promociones, días de descuentos, nuevos productos por temporada, sorteos, entre otros. (Habyb, 2017).

El Comercial Teresita no cuenta con un marketing digital, esto hace que el negocio no tenga una visualización más allá de su entorno, ya que dispone de una página de Facebook pero solo tiene una corta información hacia el negocio, además no cuenta con publicidad relevante mas no muestra sus productos y los servicios que se realizan en ella, esta situación lleva algo de tiempo ya que el propietario solo se enfoca más en vender mas no implementar este tipo de herramienta como son las redes sociales y los espacios publicitarios.

La capacitación es el ejercicio que va de la mano con las capacidades de una persona en cuanto a su habilidad y la rapidez con la que comprende la información recibida de alguna charla o actividad, esto contribuye a los conocimientos hacia un trabajador o directamente al grupo de algún departamento. (Ana F, 2017)..

En lo que va de los últimos años los trabajadores del comercial no recibieron capacitaciones en base a sus funciones y puestos de trabajo, dado del poco compromiso de los vendedores ante tales actividades como lo son charlas, talleres y actividades en grupo, ante la falta de liderazgo por parte del propietario en no aplicarles alguna sanción o suspensión por no asistir a estas actividades simplemente o no van o se inventan alguna excusa con el propósito de no asistir, dando como resultado la ineficiencia en ciertas tareas como es la recepción de pedidos ya que la persona que se ubica en bodega no contabiliza bien el número de productos pedidos por parte del propietario.

Según Pablo (2017) Explica que:

El control de inventarios es la supervisión y el manejo de distintos artículos catalogándolos de acuerdo a su función, tamaño y marca. esto con el fin de mantener una rigurosa vigilancia hacia el stock y bodega que trabajan en conjunto, dando como aporte el giro constante de los productos que dispone en almacén. (págs. 2-3).

Uno de los inconvenientes que no se he tomado en cuenta dentro del negocio es el manejo de inventarios, ya que siempre no hay una buena coordinación entre las personas que trabajan dentro de aquella área, ya que se presentaba ciertos errores en cuanto a los productos que se disponía o los que no se tenía dentro del stock, esto provoco la perdida de ciertos artículos que perecían ya que no se le daba una rotación o visualización hacia los clientes y por ende generó una subida en el gasto afectando la gestión de los productos además de la perdida de productos por su mala distribución.

La comunicación interna trata de un ejercicio en relación el crecimiento y el orden de mantener las relaciones laborales de manera positiva, para así poder trabajar de manera productiva sin que haya una alteración o desorden por parte del equipo, esto se trabaja con ciertos implementos y técnicas para elevar la moral y promover el trabajo colectivo para poder llegar a cumplir los objetivos que la empresa se plantea. (Rom, 2019).

Otro punto que afecto al negocio es la falta de comunicación por parte de los vendedores que trabajan dentro del comercial, ante la reducción temporal del presupuesto ahora solo se dispone de 10 trabajadores, de los cuales 4 trabajan

en la atención de clientes junto a ventas y el restante se ubica en el stock junto a la bodega, esto ocasiono problemas en la coordinación hacia la rotación de ellos, ya que no tenían una comunicación entre el grupo por lo tanto ciertos vendedores tomaba el puesto de otro sin antes ver la delegación de cada uno de ellos y su horario, por ende la atención a los clientes no era rápida a tal punto de optar por irse a otro negocio cercano lo cual afecto a la disminución de clientes.

Según Marcelo (2021) Explica que:

El estudio de ventas es un sondeo que realiza las empresas con el fin de comprender varios puntos como el número de clientes, preferencias y gustos, aparición de nuevos artículos y renovación de inventario. Esto ayuda a entender por completo la realidad del negocio en cuanto al aspecto comercial basado en los aspectos cuantitativos como cualitativos. (págs. 62-63).

El Comercial desde algunos años no realizo de manera correcta un sondeo de ventas, ya que estos últimos años, los ingresos cada vez son menores debido a que algunos clientes quieren ver nuevos productos dentro del lugar, con ello y la aparición de nuevos negocios los clientes optaron por ellos ya que si disponían de artículos que su local no tenia, debido a esto el número de clientes se redujo y por ende los ingresos también generado por la falta de renovación en cuanto a almacén provocado por el poco estudio hacia las ventas y la poca atención a los gustos del consumidor.

El control del personal es la vigilancia hacia el funcionamiento de los trabajadores, la eficiencia es el punto clave para poder dar una mayor lectura dentro de la empresa, esto con el fin de ver el manejo a nivel individual y a nivel colectivo para tomar acciones claras y realizar los respectivos correctivos que buscan reducir el retraso del trabajo y el cumplimiento de las tareas propuestas. (Frank, 2021).

Uno de los problemas que el Comercial Teresita está atravesando es la falta de control al personal, debido a que los vendedores y demás empleados trabajen de manera desorganizada, llegando ciertas horas tarde al local. la deficiencia en la atención y trato al cliente, la lentitud en el traslado de la mercadería de la bodega hacia el negocio para su debida organización, mostrando el poco interés que le tienen al trabajo y como el propietario no es

una persona que pueda estar en todos lados no tiene a una persona de confianza o delegada que pueda aportar con el control y desempeño de cada uno de ellos con el fin de tomar acciones para poder mejorar el funcionamiento en cada uno de ellos y que sean un aporte más al negocio.

La publicidad es un elemento clave de un negocio, partiendo de una premisa a un mensaje corto que enfoca a una sola cosa, el producto a vender, es la aplicación metodológica con la finalidad de generar algún impacto o atención a una persona o varios grupos, esto es un generador económico ya que la empresa convierte de un producto físico a algo que llamara y atraerá miradas para que quieran adquirir aquel artículo. (Begoña Gomerz, 2017).

El Comercial en estos últimos años tuvo un poco llegada de clientes debido a la falta de publicidad, ya que antes lo realizaban en los periódicos y en la radio pero justo el año antepasado el propietario decidió quitarlo ante la implementación de un letrero de mediano tamaño, sin considerar otras opciones como la difusión en medios electrónicos, la creación de una página en Facebook, Instagram o un Bot de atención en WhatsApp o a su vez hablar con ciertas influencias de la zona para que tenga una mayor atención hacia las personas y así llamar la atención de las personas.

Según Mariya (2018) Explica que:

El Inbound marketing como su nombre lo indica es una destreza en cual involucra la atención y la atracción a través de las técnicas tanto marketing como publicidad con la finalidad de ganar pocos clientes, pero potenciales que atraigan al negocio, esto con el propósito de entender sus necesidades y finalmente se convierta en un cliente más en calidad del servicio que se le brinda. (págs. 10-11).

El negocio en lo que fue los últimos años no hubo alguna aplicación o implementación de estrategias de marketing a comparación de otros negocios que aplicaron y ejecutaron ciertas activaciones de manera actualizada trabajando junto a las ventas virtuales, generando así la entrada de clientes hacia el internet, ya que al no contar con estrategias de mercado o el avance tecnológico tienden a llevar un retroceso comparando al ámbito actual,

provocando la ausencia de clientes y la falta de decisiones para poder cubrir otros espacios como son los medios digitales.

Según Mar (2017) Explica que:

El marketing promocional es un método en el cual su objetivo es tratar de llegar al comprador, es crucial al momento de tener competidores potenciales que optan por realizar este tipo de estrategias, ya que buscan como sea a la persona tratando de llamar la atención mediante promociones especiales, descuentos de temporada, entre otros. (pág. 63).

La ejecución del marketing de promociones depende de la temporada que se atraviese en el tiempo, ya que son cambios relativos al momento de las transiciones que dan el aumento de visualización de la publicidad hacia el consumidor (pág. 64).

Uno de las situaciones que el Comercial está atravesando es la falta de promociones y rebajas hacia varios artículos del negocio con el fin de hacerle frente a la competencia que últimamente se ha intensificado. Esto ha provocado que ciertos clientes al mirar con buenos ojos ciertas promociones que otros locales estén ofertando van directo a ellos, al no implementarlo termina afectando a los ingresos ya que el producto no se acaba por completo y se opta por aplazar los pedidos a su vez deshacerse de otros, esto debido a una mala gestión de marketing junto a la ausencia de ciertas estrategias de mercadotecnia.

El Stock es el almacenamiento de una gama de productos que adquiere la empresa a algún proveedor, partiendo hacia un solo objetivo que es cumplir con aquella satisfacción hacia el cliente, lo importante para una empresa es la renovación y ampliación del stock para poder cubrir en momentos necesarios ante la falta de artículos para cubrir ciertas necesidades. (Sergi, 2018).

Otro de los problemas que está atravesando al Comercial es falta de ampliación del stock, refiriéndose a la falta de productos en cierto momento, esto afecta cuando hay días de temporada, ya que al tener un stock además de

limitado algo corto, no se puede tener un abastecimiento amplio aparte de que el producto se termina rápidamente no podemos disponer de más ya que el propietario no aumenta el número de artículos cuando realiza los pedidos, esto hace que en días donde pasa algún evento o acto social no dispongamos de aquellos artículos y por consecuencia el cliente se marchara a otro negocio cercano para poder comprar aquel producto que necesita.

Según Gorka (2017) Explica que:

El análisis de postura es un sondeo en la cual da a conocer cuáles son aquellos deseos o ausencia que desea satisfacerse el consumidor, productos novedosos, asimismo de encontrar el valor del usuario a lo cual radica trabaja el marketing, fortaleciendo al negocio dándole resultados a partir de la medición de los clientes en cuanto a sus gustos además de varios puntos como el manejo hacia ellos. (pág. 11).

La determinación de la postura es el punto que trabaja junto a los procesos de ventas, con el fin de determinar el valor de aquel producto hacia los clientes, considerando ciertos puntos como la observación, el número de clientes además de los gustos en grupos. (pág. 12).

El Comercial no cuenta con una actualización hacia algunos artículos, ya que algunos clientes preguntan ciertas veces por algún producto de cierta marca que no disponemos, es importante escuchar las opiniones de los clientes ya que cada uno es diferente, sin embargo, el propietario no ha querido tomar un cambio ya que siente algo de miedo a razón de que el producto no tenga el impacto esperado o que solo se venda en cierto tiempo y se quede en el almacén.

Según Hildemaro (2018) menciona que:

El compromiso laboral es el trabajo colectivo de cada uno de los integrantes de alguna empresa o de un negocio de cualquier índole, demostrando su actitud y desempeño al momento de laborar ya que a medida de la calificación del rendimiento se vería reflejado la eficiencia del negocio, en relación a mostrar la unión de cada uno sin desmeritar al gerente o al propietario.

A lo largo de los últimos años, los trabajadores del Comercial han perdido la eficiencia en el trabajo, ya que su desempeño fue bajando a medida que el propietario era flexible con ellos, esto provocó varios problemas en relación al servicio y atención al cliente. Desde no ser paciente a algunos que son de tercera edad que demoran en pagar o pedir algo hasta el uso del teléfono móvil en cada momento, esto hizo que los clientes se sientan inconformes en cómo les brinda la atención hacia ellos además de la actitud, esto es el reflejo de un personal que no tiene valores ni el respeto al negocio

El proceso de ventas son una serie de pasos a seguir para poder concretarse una venta segura sin necesidad de arriesgarse ante el consumidor, esto va de acuerdo a la transición del desarrollo de la venta hasta que se concluya o se deje por no terminada. (Quiroa, 2022).

Para tener más información acerca de la Gestión de ventas se optó en usar la entrevista al propietario para poder tener una lectura mucho acerca del funcionamiento del negocio en general, esto con el propósito de recabar más información al respecto.

Además de usar un cuadro estadístico comparando la baja en las ventas de acuerdo a las decisiones que el propietario ha tomado últimamente para poder controlar el presupuesto del Comercial, todo con el fin de mostrar como una falta de Gestión pudo contribuir en la reducción de las ventas además de los vendedores que no toman algo más de empeño en mejorar su actitud y la falta de control en algunas zonas lo cual muestra el descuido del dueño.

Tabla 1

Resultados de la entrevista aplicada a Edgar Fernando Recalde Villegas. propietario del Comercial Teresita

Orden	Preguntas	Datos relevantes encontrados
1	¿Cómo se encuentra las ventas dentro del negocio en la actualidad?	Bastante baja la verdad, se está retomando el negocio a pesar de ello.
2	¿En qué momento exacto disminuyo las ventas?	Fue en la aparición de la pandemia además de la mala gestión de ventas.
3	¿En los últimos años cual fue el manejo en relación a las ventas dentro del negocio?	Fue a la baja por la falta de espacio publicitario y la modernización de las ventas.
4	¿Cuáles son los problemas que se presentan dentro de los inventarios?	Poca rotación de algunos productos además del rechazo hacia otros.
5	¿Cómo se encuentra la situación financiera del negocio?	Se encuentra relativamente baja además de no poder cubrir ciertos gastos.
6	¿Cuáles fueron los motivos que se han presentado ante la disminución de las ventas?	Aparte de la pandemia también son los negocios informales, la ausencia del control de almacén.
7	¿Ha pensado en incursionar en el marketing digital?	La verdad me llama mucho la atención, aunque no tengo mucho conocimiento de ello.

Fuente: Entrevista realizada al propietario del Comercial Teresita
Elaborado por: Jaime Ivan Gaibor Guayano.

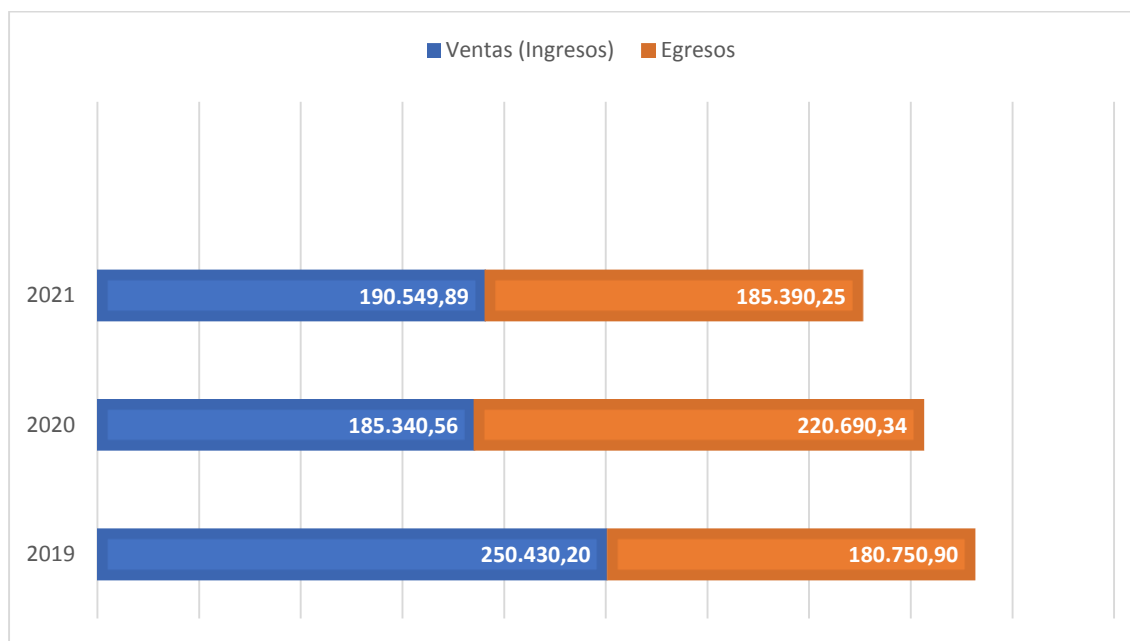
Esta entrevista se la realizó directamente con el propietario del Comercial Teresita, a lo cual detalló múltiples situaciones como la caída de las ventas, la falta de pagos hacia los proveedores, las diferencias entre el personal y la actitud de ellos al momento de realizar alguna venta, a su vez su manera de dirección y enfoque hacia lo tradicional, ya que no tiene algún soporte o medio electrónico que ayude a su negocio en relación con la publicidad, esto con el fin de comprender la situación que se suscita dentro del local.

Enfatizó mucho acerca de las ventas modernas, ya que lleva varios años incursionando en el Comercial sin que haya ese tipo de modernización, no le resulta favorable al ya que el no posee conocimiento o no sabe mucho acerca del tema, se le hace complicado además de que el presupuesto está acorde a la situación que el negocio está pasando, por ende no toma el arriesgo de incursionar en ese tipo de marketing además de que lo ve innecesario, con el hecho que venda es suficiente sin necesidad de llevar todo a lo moderno.

También se mencionó sobre la gestión dentro del almacén, lo cual se ha vuelto más ineficiente últimamente debido a ciertas diferencias entre algunos trabajadores dentro de esa área, esto ha dado efecto a que los productos no se dé una rotación continua, al contrario, es lenta además de no ser completa sino solo en partes, ya que no hay una comunicación con los vendedores, esto hace que los movimientos de la mercadería no sean rápidos y que esta acción termine pagando los clientes.

Por último se enfatizó en el poco compromiso que tienen ciertos trabajadores al momento de realizar ciertas charlas y reuniones con el equipo, a pesar de no ser muchas siempre se debe de resaltar los problemas de cada uno y tomar soluciones para poder resolver aquel conflicto entre ellos, la falta de actitud y de trabajo se refleja en como los productos no son revisados a veces a tal punto de ver su estado de vencimiento cuando el cliente lo esté comprando y que haya pasado dando a mostrar el poco control hacia los productos que disponemos en el comercial.

Ventas totales del Comercial Teresita (Comparativa de ingresos y egresos)



Fuente: Gráfica brindada por el propietario del Comercial Teresita

Elaborado por: Jaime Ivan Gaibor Guayano

En lo que respecta a la gráfica, en los últimos años se generaron ciertos problemas los cuales eran menores de lo que ven, desde la transición en 2019, las ventas fueron favorables, sin embargo en el año 2020 se hizo más visible los problemas de gestión en cuanto a las ventas, ya que en la llegada de la pandemia y las restricciones, también se mostró la falta de manejo hacia el stock, la ausencia de espacio o de algún fondo publicitario que contribuya con el aumento de imagen, la relación de los trabajadores y ciertas diferencias entre ellos ya que no hay un buen manejo en cuanto a la eficiencia con su trabajo, además del cambio en la forma de ventas, ya que el propietario siempre he tenido un enfoque más conservador y por su desconocimiento no aplica al marketing digital. Ya en el año 2021 se comenzó a reestablecer los ingresos, pero aun así estas situaciones ya eran más visibles ante los ojos del propio propietario.

Resultados de la entrevista aplicada hacia los vendedores que laboran dentro del Comercial Teresita del Cantón Montalvo.

Tabla 2

Gestión de Ventas dentro del Comercial.

Opciones	Frecuencia	%
Estoy de acuerdo	3	30%
Un poco de acuerdo	0	0%
Indeciso	0	0%
Algo en desacuerdo	0	0%
No estoy de acuerdo	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a los vendedores del Comercial Teresita.

Elaborado por: Jaime Ivan Gaibor Guayano

Los datos arrojaron que un 70% de los vendedores no están de acuerdo a la gestión de ventas que realizó el negocio, ya que hubo problemas como el despido de ciertos vendedores y la mala distribución de los productos hacia bodega, ya que hubo una reducción en cuanto a los pedidos de algunos artículos que no se pudieron vender por falta de movimientos dentro del almacén. termino siendo un gasto que provoco varias reducciones dentro del local dando como resultado la reducción del presupuesto anual como a su vez la limitación de algunos servicios por el tema aforo y el horario corto de atención.

Esto se precisó más en la poca visibilidad del negocio teniendo en cuanto que su tamaña y espacio es considerable pero a su vez hay falta de publicidad dentro de ella, ya que ahora hay más negocios cercanos a la zona y que aparte de ser pequeños disponen de los mismos productos a un precio un poco bajo, esto hace que los clientes tomen dirección a ellos y que el local sufra de al ausencia de cierta clientela que acudía en el lugar además de la ausencia de medidas de control en stock sin tener un orden establecido de los artículos y su manera de distribución, ya que no hay buena supervisión ante ciertos datos como el vencimiento del articulo y estado del mismo.

Tabla 3

Aplicación del Marketing Digital

Opciones	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	7	60%
De acuerdo	0	0%
Indeciso	0	0%
En desacuerdo	3	40%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta realizada a los vendedores del Comercial Teresita.

Elaborado por: Jaime Ivan Gaibor Guayano

Esto arroja que; un 70%, se muestra de acuerdo ante la falta de aplicación directa a las ventas modernas y el 30% que está en desacuerdo, teniendo en cuanto la edad del personal ya que la mayoría es gente joven y ciertas personas tienen una edad un poquito más avanzada, mostrando algo de desacuerdo a esta pregunta el propietario tiene un manejo distinto y algo más clásico, enfocando directamente a la implementación e innovación de las ventas, formas de publicidad y mejoramiento dentro del almacén.

El tema digital ha sido una ausencia dentro del local, ya que como negocio no tiene un espacio o fondo publicitario en relación a alguna página web o fan page para que tenga mayor reconocimiento dentro de su locación. Es un gasto considerable teniendo en cuenta que algunos negocios también tienen sus páginas para poder mostrar algunos de sus productos además de los servicios que ofrecen, pero en el Comercial no tiene algo similar ya que solo van directamente a lo que son las ventas en su forma tradicional, el manejo de cambio puede cambiar dependiendo de la aceptación del dueño y de cada uno de los trabajadores

Tabla 4

Control de los productos

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	0	0%
Generalmente	2	20%
Ocasionalmente	3	30%
Raramente	5	50%
Nunca	0	0%
Total	4	100%

Fuente: entrevista realizada a los vendedores del Comercial Teresita

Elaborado por: Jaime Ivan Gaïbor Guayano.

De acuerdo a la tabla, la mitad de los trabajadores con el 50% reconocen que de vez en cuando realizan controles al almacén, 30% que ciertas veces se hace los controles y que el 20% lo hace ya un poco más seguido, esto demuestra el manejo y el desempeño de algunos por temas de comunicación y falta de trabajo de equipo, tampoco hay una persona delegada para poder dar con la observación y control de los productos para poder dar un reporte al propietario para que él tome la decisión de ello.

Por el otro lado, ,al momento de realizar el debido traslado de la mercadería no se contabiliza de manera ordenada, esto hace que ciertos productos se queden estáticos y no se terminen registrando, este tipo de situaciones los maneja las personas encargadas de esa área pero su trabajo se ha vuelto deficiente y que termine afectando al negocio con la poca transición de los productos hacia el Comercial además de la reducción de los pedidos por que algunos artículos se caducaron y ya no están aptos para su comercialización.

CONCLUSIONES

Es importante contar con una buena y optima gestión de ventas teniendo múltiples alternativas para mejorar los procesos de ventas, mejorando el espacio de los procesos de la gestión para poder tener un rendimiento optimo y que cada actividad no se vea afectada mejorando las planificaciones dentro del negocio como a su vez la amplitud de la zona de almacén y sus actividades en compañía del grupo de trabajo fortaleciendo al equipo hacia estas situaciones.

Una mejor planificación y un mayor control hacia los procesos en las ventas da garantía a mejores ingresos y mayor volumen de clientes, fortaleciendo al negocio mejorando puntos como el tiempo de distribución de los productos, mayor rotación de artículos, mayor control de los productos además de la verificación de su estado con el fin de garantizar una venta segura y sin mayor riesgo hacia el cliente además de ser paciente con los consumidores.

Es importante el punto de vista del cliente ya que el es la parte fundamental dentro del local, por eso se debe brindar las facilidades hacia el para que pueda realizar una compra segura además de aclarar las dudas que el tenga en relación a su compra o a su servicio de pago que realizo hacia el Comercial.

Un Comercial debe brindar un buen servicio, satisfaciendo esa necesidad del cliente, dándole las mayores facilidades hacia el producto que desea comprar, brindándole atención hacia alguna duda que tenga y que pueda realizar su compra de manera efectiva sin ningún problema o impedimento, además de ser eficaces dentro del área de almacén para dar mayor visibilidad de todos los productos que el Comercial Teresita tenga a su disposición.

Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA

- Ana, F. O. (2017). *El impacto de la capacitacion*. Mexico: UNID. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=RNRJDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es>
- Artal, C. M. (2017). *Direccion de Ventas*. Madrid, España: ESIC EDITORIAL. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=5KM2DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es>
- Begoña, G. N. (2017). *Fundamentos de la publicidad*. Madrid, España: ESIC EDITORIAL.
- Branco, M. (2017). *Desigualdad Mundial* (1ra Electronica ed.). (H. C. Mariana, & E. H. Gerardo, Trads.) Mexico Df, Mexico : Dewey.
- Carlos, C. V. (2017). *Liderazgo*. España: ELEARNT S.L. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=EG12DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es>
- Carmen, L. A. (2018). *Direccion y estrategias de ventas e intermediacion comercial*. España: TUTOR FORMACION.
- Dennys, T. C. (2020). Bioseguridad y Emergencia Sanitaria para las Pymes locales. *Reincomunicar*, 10.
- Frank, H. (2021). *Guia de personal paea hoteles y restaurantes* . Alemania .
- Gorka, Z. A. (2017). *Marketing y Ventas*. España: EARNING S.L.
- Habyb, S. (2017). *MARKETING DIGITAL*. Indonesia: Ibukku. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=kR3EDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es>
- Hildemaro, I. (2018). *Piramide de la felicidad laboral*. Mexico: METAS EDICIONES.
- Luis, J. J. (2019 de 2019). Estrategia mejora en el proceso de atraccion y mantenimiento de clientes potenciales, mediante el uso de contenidos basados en experiencias de gamificacion . *Guillermo de Ockham*, 7.
- Mar, S. I. (2017). *Marketing y promocion en el punto de vemta*. Madrid, España: SEP C.L.
- Marcelo, P. V. (2021). QUE SUCEDE SI ERES PARTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS MYPES SUCRE DURANTE EL COVID 19. *Investigacion y negocios*. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, Bolivia, Chuquisaca Sucre.
- Mariya, S. (2018). *Estrategias de fidelizacion de clientes a traves del internet*. España: EARNING S.L.
- Medina Garcia , V., Navarrete Lopez , A., & Ospina Usaquen , M. (2020). Modelo de integracion de tecnologia financiera y mercadeo digital apoyado en la gestion del conocimiento. *Revista Iberica de Sistemas e Tecnologia de la infoirmacion*.

- Neil, R. (2018). Social Selling: El arte de vender en entornos sociales. En *Social Selling: El arte de vender en entornos sociales* (1ra Edición ed., págs. 19-20). Madrid: Bubok Publishing S.I.
- Pablo, M. C. (2017). *Gestión de inventarios*. Arganda del Rey, España: Paraninfo S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Ml5lDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es>
- Quiroa, M. (2 de Marzo de 2022). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/proceso-de-venta.html>
- Rom, R. J. (2019). *Guía fundamental para la comunicación interna*. Barcelona, España: Sonia Poch .
- Sergi, F. (2018). *Gestión de existencias en el almacén*. Valencia, España: Lerbank.

ANEXOS

ANEXO 1. Porcentaje de Urkund



Document Information

Analyzed document	GAIBOR GUAYANO JAIME IVAN.docx (D131424097)
Submitted	2022-03-24T17:39:00.0000000
Submitted by	
Submitter email	jgaibor@fafi.utb.edu.ec
Similarity	0%
Analysis address	ygaibor.utb@analysis.orkund.com

Sources included in the report

ANEXO 2. AUTORIZACION DE LA EMPRESA

Babahoyo, 14 de marzo del 2022


Sr
Edgar Fernando Recalde Villegas
PROPIETARIO DEL COMERCIAL TERESITA
En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: **JAIME IVAN GAIBOR GUAYANO**, con cédula de identidad **120813152-2**, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática, Carrera de Ingeniería Comercial/ Comercio, matriculado(a) en el proceso de titulación periodo Noviembre 2021 – Abril 2022, 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 EL COMERCIAL TERESITA DEL CANTON MONTALVO** el cual es requisito indispensable para poder titularme.

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


Muy atentamente


Jaime Ivan Gaibor Guayano
1208131522

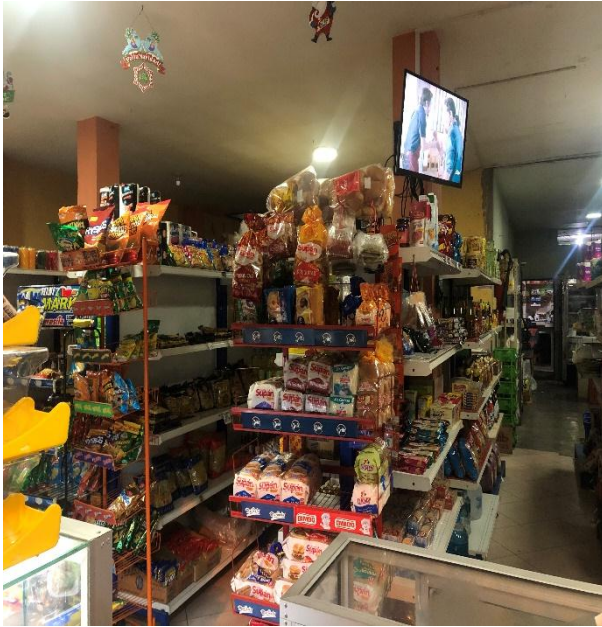
"TERESITA"

1448

MONTALVO - LOS RÍOS - ECUADOR

Autorizado Por

120280744-0
0994325120


ANEXO 3. FOTOS DE LA ENTREVISTA (EVIDENCIA)





ANEXO 4. REGISTRO DEL CONTRIBUYENTE

SRI en Línea - Consulta de RUC

https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/SriRucWeb/ConsultaRuc/Consultas/consultaRuc



 > [RUC](#) > [Consulta](#)



Consulta de RUC

RUC
1202807440001

Razón social
RECALDE VILLEGAS EDGAR FERNANDO

Estado contribuyente en el RUC
ACTIVO

Nombre comercial

Actividad económica principal

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
21/09/2010	29/03/2017		

[Ocultar establecimientos](#)

Establecimiento matriz:

Lista de establecimientos - 1 registro

No. establecimiento	Nombre comercial	Ubicación de establecimiento	Estado del establecimiento
001		LOS RIOS / MONTALVO / MONTALVO / 10 DE AGOSTO S/N Y MALECON Y FRANCISCO ARRAIBI	ABIERTO

[Nueva consulta](#)

Privacidad - Términos