



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA
PROCESO DE TITULACIÓN
NOVIEMBRE 2021 – ABRIL 2022
EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA
PRUEBA PRÁCTICA
LICENCIADO EN COMERCIO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMERCIO

TEMA:

**NIVELES DE VENTAS EN EL COMERCIAL “LEÓN” DEL CANTÓN
SIMÓN BOLÍVAR**

EGRESADA:

PAMELA MARJORIE LEÓN MATO

TUTOR:

ING. WENDY OCAMPO ULLOA

AÑO:

2022

CONTENIDO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
JUSTIFICACIÓN.....	5
OBJETIVOS.....	6
LINEA DE INVESTIGACIÓN.....	7
MARCO CONCEPTUAL.....	8
MARCO METODOLÓGICO.....	18
RESULTADOS.....	19
DISCUSIÓN.....	21
CONCLUSIÓN.....	23
RECOMENDACIONES.....	24
Bibliografía.....	25

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El comercial “León” tuvo sus inicios en el año 2001, donde su propietario el Señor Telmo León, empezó con una tiendita afuera de su casa, por el extraordinario interés que tenía se vio en la necesidad de abrir su primera tienda y tuvo la opción de hacerlo mediante un crédito bancario y lo encontró en el Cantón Simón Bolívar, Provincia de Guayas. Destaca por ser uno de los principales puntos de apertura de la zona. Trabajó con entusiasmo y para el 2018, con un esfuerzo increíble, abrió una sucursal ubicada en la Avenida Panamericana en el Recinto Tres Postes. Hasta el momento sigue siendo reglamentado por el señor Telmo León, cónyuge e hijos.

Este estudio de caso maneja los niveles de venta de la Comercial "León" del Cantón Simón Bolívar, Provincia del Guayas, los mismos que han disminuido por factores explícitos, entre ellos el hecho de que no cuenta con un cuadro corporativo digno de elogio que dibuje en la consideración del cliente. De igual forma, no termina ningún tipo de exposición, el espacio también se reduce asombrosamente, ya que, a los clientes, al ver la aglomeración de personas y que el espacio es pequeño y mal ventilado, les gusta ir a un comercial más para asegurarse lo que necesitan, por otra parte, el material de escritura no tiene acceso auxiliar a la comunidad de transporte y esto molesta a los clientes debido a la forma en que se realiza la sección del artículo donde están comprando.

Allí, el nivel de transacciones se ha visto disminuido en el período de enero de 2016 a diciembre de 2019; Han aparecido nuevos vecinos y, aunque no ha sido difícil para el comercial atraerlos y destacarse como parte del acuerdo, lo que ha sido arriesgado es retenerlos. En 2020, el comercial tenía una cantidad extremadamente grande de clientes habituales, que por regla general ya no vienen a la tienda. El estudio de caso se situará para hacer un examen de clientes constantes y casuales para rastrear factores que ayuden a responder a la consulta:

¿Por qué han bajado tanto las ventas en el comercial "León"?

JUSTIFICACIÓN

Este estudio de caso maneja los niveles de ventas del Comercial "León" del Cantón Simón Bolívar, Provincia de Guayas, los mismo que han disminuido por variables específicas, entre ellos el hecho de que no tiene una imagen corporativa digna de elogio que llame la atención del cliente. De igual forma, no termina de hacer ningún tipo de publicidad, el espacio también se ve especialmente disminuido, ya que, a los clientes, al ver la aglomeración de personas y que el espacio es pequeño y mal ventilado, les gusta mucho ir a un comercial más a comprar lo que necesitan, Por otro lado, la papelería no tiene acceso auxiliar a la red de transporte y esto molesta a los clientes por la forma en que se realiza el paso del artículo por donde lo compran.

Según el apartado anterior, uno de los mayores problemas que presenta la asociación es la falta de iluminación, otra de sus carencias es el horario de apertura, que empieza a las 8 de la mañana y varias mamás llevan a sus hijos a clase a los colegios. , universidades, etc., necesitan comprar algo y la empresa, a pesar de que está cerrada, pierde tratos debido a esto, los guardianes van a la oposición, otras cuestiones para ser esenciales es que entre la rotación de personal hay no existe un correcto control de las transacciones, devoluciones o stock nuevo y los diferentes cambios que suceden dentro del local generando revuelo entre los trabajadores.

Probablemente el directo más fundado es la oposición debida a estos después de un tiempo de haber estado expandiéndose en el área y aplicando nuevas técnicas comerciales con las que debe lidiar el material de escritura. Este trabajo intenta retratar las agrupaciones cuyas inclinaciones pueden no estar siendo satisfechas y reconocer tales inclinaciones para los datos de la organización.

OBJETIVOS

General

- Determinar las razones de la disminución de las ventas y haga una evaluación cuidadosa de cada uno de los factores que conducen a las transacciones.

Específicos

- Investigar lo que está pasando en el comercial a nivel normativo y funcional.
- Investigar y evaluar las secuelas del uso del instrumento para decidir las causas del abatimiento en operaciones y mantenimiento de clientes.
- Presentar las metodologías de avance que se espera lleguen a la sección objetivo.

LINEA DE INVESTIGACIÓN

Este análisis contextual está relacionado con la sublínea de investigación Marketing y Comercialización, ya que se trata de los niveles de venta en el Comercial “León”. Para el relevamiento de información se utilizó la estrategia inductiva ya que permitió el relevamiento de información, a través de la ejecución de instrumentos, por ejemplo, encuestas y entrevista que se realizaron de manera independiente a los compañeros y al propietario del Comercial “León” del Simón Bolívar. Cantón, Provincia del Guayas quienes colaboraron para la investigación de este estudio de caso.

MARCO CONCEPTUAL

El Comercial “León” cuya matriz se ubica en las calles 12 de Octubre y Jaime Roldos (Junto a la escuela Teodoro Wolf) del Cantón Simón Bolívar, región del Guayas se compromete únicamente a la oferta de insumos hortofrutícolas, insumos alimenticios de primera necesidad, material de escritura, bolígrafos de todos los tonos, morrales y todo lo que se compare con material escolar para mayores de 15 años en dicho cantón; que se destacó por ser uno de los principales puntos de carga de sus ventanas en el cantón Simón Bolívar. En sus inicios, el dueño de este negocio empezó vendiendo comida a menor costo en un puesto afuera de su casa, y luego sacó un adelanto bancario y tuvo la opción de abrir su primera tienda en 2001.

El negocio desde sus inicios ha sido tutelado por el señor Telmo León y cónyuge, esta microempresa se constituye como persona natural característica espera llevar contabilidad con RUC No. 1200969077001, que hasta el momento está conformada por 5 personas naturales. El negocio es de última generación en los plazos con respecto a la ley, en cuanto a licencias y testamentos que son necesariamente asentados en su obtención por el Estado. Además, el material de escritura se encuentra ubicado en una zona esencial de la ciudad, cuenta con 2 instructivos a su alrededor que median como uno de los activos de la organización y se encuentra entre los 3 mejores arreglos comerciales del cantón.

La presente investigación de contexto se realizará en el Comercial “León” del Cantón Simón Bolívar, Provincia del Guayas, se centrará en enumerar los aspectos que han provocado que los niveles de negocio hayan disminuido, realizando un breve desarrollo paso a paso de sus actividades, igualmente varias quejas de clientes; Con base en el significado de (Stratten & Kramer, 2017) los clientes pasan por el canal de tu organización, no se resignan a vivir en un lugar

remoto, regresan al mundo. Comparten sus encuentros tanto positivos como negativos, y a los miembros de su audiencia les gusta su perspectiva más que cualquier promoción o misión.; a esto se ha incorporado que su técnica de atención al cliente no es la idónea por la falta de motivación respecto de los propietarios, haciendo que su inasistencia se deba al efecto crítico en la exhibición de los trabajadores y en cómo se proyectan ante los clientes.

El objetivo principal de esta investigación contextual es determinar las motivaciones detrás de por qué los niveles de transacciones han disminuido en el negocio "León", Provincia del Guayas, que se ha visto afectado recientemente. Además, se acumula la desafortunada idea del cliente y la falta de motivación que tienen los compañeros por parte de sus jefes, ya que esto les impide tener la opción de terminar sus actividades de forma constante y dar un gran apoyo. a los clientes Del mismo modo, por qué no completan ningún tipo de avance y por qué no ha tenido la opción de separarse de la resistencia que tiene un espacio corto en el mercado escolar.

Otro tema es que el negocio no tiene un rótulo que llame la atención del cliente, solo tiene dos o tres letras pintadas en el frente que dice "Comercial León" y con banderitas adosadas a la masa de sus proveedores propulsando las diferentes cosas que venden. ofrecen en varias marcas; Como dice en detalle (Leach, Llorente, Marmolejo, & Pérez, 2018) en su libro de normas básicas de las carreras en materia financiera y empresarial, "la marca de una fundación reconoce los locales comerciales abiertos a las personas en general y los reconoce de otros previstos para fines indistinguibles o ejercicios comparativos" (p. 114); Este elemento de no tener un rótulo llamativo influye en la escritura de tratos materiales, ya que uno de los elementos fundamentales para el mejor funcionamiento de una asociación es una imagen justa, un rótulo con letras colosales, tonos llamativos y suficientemente brillante.

En cuanto a los socios, no amplían una imagen agradable del negocio ya que no tienen un uniforme que les reconozca que tienen un lugar en esta asociación de escala limitada; como lo caracteriza (Sanchez & Pintado , 2017) “la imagen corporativa es hoy en día muy posiblemente el principal componente que las organizaciones tienen a su alcance para hacer comprender a su público cuál es su identidad, su especialidad y en qué se diferencian de la oposición” págs. 17); Esto se hace evidente ya que la presencia del material de escritura también se refleja en sus socios, ya que brindan a los clientes una parte positiva del mismo y crean una actitud de habilidad limpia entre los socios. Además, una técnica de avance permite a los clientes ver de forma rápida y real en qué librería trabaja ese socio.

Es más, la empresa no tiene ningún tipo de exposición y hoy tenemos implica, por ejemplo, organizaciones relacionales, en el cantón hay personas que se dedican a la promoción a través de una página puntual en Facebook, y hay una radio local, pero para ninguno de estos fuentes de noticias aluden al mercado para difundir sus artículos; Según (Gómez, 2017), nos ilumina que la publicidad cambia sobre el objeto ítem a signo ítem, o al menos, el comprador no compra por lo que es el ítem, sino por lo que representa.(...) Publicidad está en control, en nuestro público en general, de dejarnos saber qué comprar, dónde pasar momentos especiales del año, a favor de quién decidir, cómo ser más alegres o sentirnos vencedores, cómo trabajar en nuestras conexiones o cómo prevalecer sobre nuestro cómplice; provocando una decadencia en contraste con la oposición que utiliza estos medios para ayudarles a vender más.

Por otra parte, la disminución en las ofertas de impactos espaciales; Según las expresiones de (García, 2019) “Una organización requiere una progresión de arreglos y gestiones para fomentar su movimiento, así como trabajar con la entrada de clientes a la empresa, no contar con un espacio enorme puede restringir los posibles resultados de desarrollar lo suficiente el negocio." (p. 93), ya

que los clientes, cuando ven que el lugar está ocupado por otros, como para irse a otro lado para alejarse del peso de amasar, que los empuja a ser empujados y a ser pequeños, y es importante tener en cuenta que la escasez de Ventilación también disminuye la cantidad de clientes para el local ya que estas dos razones se complementan para ahuyentar a los compradores y normalmente no cuenta con todos los componentes importantes para el comprador.

Otro impedimento de la empresa es que no tiene un acceso discrecional a la comunidad de difusión, y cuando los proveedores se presentan, el artículo se coloca en un lugar similar donde están los clientes y sin importar cómo se reduce el espacio, este produce desilusión ya que se sienten obstaculizados a la hora de comprar por esta situación. Este negocio no anula las cosas al anochecer, ya que los clientes son los principales que se sienten incómodos cuando realizan sus compras; en vista del significado de (Pulido Lería, 2018) “es obligatorio en la planificación de un almacén limitar los obstáculos compositivos del espacio tanto como razonablemente se pueda esperar, trabajando con la entrada de trabajadores o clientes con limitaciones de versatilidad.”; esta asociación no anula las cosas a corto plazo, ya que los clientes son los principales que se sienten incómodos al comprar.

La escasez de iluminación también afecta a los clientes; considerando el significado de (Marín, 2017) “la iluminación de un local comercial permite una correcta percepción de la relativa multitud de componentes, así como la posibilidad de destacar y realizar visualizaciones especiales sobre aquellas labores y productos que resultan más atractivos”. (pág. 35); En este sentido, es un obstáculo para la asociación, ya que un lugar llama más la atención cuando tiene una iluminación increíble y el espacio adecuado para que los clientes entren y salgan sin influencias perturbadoras, y este tema hace que los clientes se sientan más descentrados. clientes cuando el día es espléndido.

Las diversas cuestiones que presenta esta asociación es que el horario de atención al cliente es de 8:00 am a 5:00 pm. a las 19:00 horas; De acuerdo con el argumento de (Morales, 2018) “se debe cambiar el horario de atención al público y ser satisfactorio para brindar una gran atención al cliente, se debe extremar la utilización de los activos, variación a la avalancha de clientes.” (pp. 116-117) ; lo cual es un impedimento fenomenal para ella para administrar estos horarios de apertura, ya que debe tenerse en cuenta que muchas personas en el momento en que llevarán a sus hijos a la clase, la escuela, etc., necesitan adquirir algún tipo de estas cosas que el negocio ofertas, por lo que la asociación pierde ofertas al comienzo de hoy, ya que ese es el punto en el que los guías compran habitualmente cualquier tipo de estos artículos y cuando la tienda abre, los estudiantes ya han ingresado a la escuela.

Este lugar tiene turno de persona ya que los trabajadores explícitos trabajan de lunes a viernes y los sábados y domingos van a otros y este cambio se hace constantemente por cómplices de pivote. Esta diferencia en el personal hace pesos específicos para la asociación teniendo en cuenta que el vehículo de los artículos de los proveedores no tiene un día prudente para aparecer en los almacenes de la asociación; según (Alcaide, 2018) “para conseguir la naturaleza de la ayuda, es importante trabajar en el desarrollo de la facultad y disminuir el turno de la facultad” (p. 22); esto dificulta pues que los cómplices desaparecidos en esos días sean inexpertos con respecto a la clase de cosas que la cosa tiene alrededor en ese momento.

La mejora de la competencia es uno de los riesgos de la empresa "León" ya que recientemente, para ser claros 3 años antes, se han extendido más anuncios a su alrededor, pero luego la empresa impulsó ofertas de útiles escolares y mejoras para niños. la zona de cultivo. Según (Van den Berghe, 2018). “Para que la organización tenga la opción de rivalizar en beneficios, debe: conocer el mercado y el rubro, reconocer el tipo de concurso, estructurar o cambiar la asociación, evaluar

y confirmar cómo se ha organizado la gestión y responder rápidamente a las realidades actuales (..)"

La resistencia a refrescado el uso de Visas para crear la variedad única y, por lo tanto, pueden permitir sus cantidades por hasta 2 meses, incluido el uso de acuerdos combinados o instrumentos actualizados que animan a los agentes, por supuesto, el "León". negocio Juega este trabajo genuinamente, lo que lleva tiempo. Como indica (Rivas, 2017) especifica que “la actividad de los contenedores y ferretería de surtido y abono es sumamente sencilla y agradable, tanto para los propios cargadores como para los clientes y clientes de artículos y administraciones”.

La empresa “León” en la actualidad no cuenta con un plan de control de existencias, esto favorecería la correcta solicitud y asociación de inventarios, este es un elemento primordial que también incide en la presentación de asociaciones y ventajas. Esa es la justificación de por qué tener un cronograma específico para el control de stock ayudaría extraordinariamente al vendedor, ya que se conocería exactamente la cantidad actual.

Los clientes también se dedican a esta investigación contextual ya que son el esclarecimiento y la principal justificación para el desarrollo y avance de la asociación, por lo que, dado que se ha cumplido, se convierten en voceros recomendados de la asociación. además, atraiga nuevos clientes. En todo caso, si no es esto lo que ocurre, emiten una presunción contraria sobre el pensamiento transmitido a la hora de realizar la compra.

No obstante, por la presente circunstancia, los clientes se encuentran en gran medida frustrados con la idea dada por el personal del negocio “León”, ya que cuando acuden al local se espera que un emprendimiento específico atienda al cliente, sin embargo, debemos velar por que el cliente parta de una premisa fiable, se le debe dar una reflexión satisfactoria y, suponiendo significativo,

ser inmediato y preciso; como se referencia (Alcaide, 2018). "La naturaleza de la administración de la organización se percibe como un enfoque para organizarse hacia una mejor asistencia al cliente para que la asociación pueda saber si el cliente realmente está recibiendo la ayuda que esperaba recibir" (págs. 20-21); Sin duda, en caso de que la atención al cliente sea satisfactoria, los clientes volverán a comprar continuamente, sin embargo, esto no suele ser así ya que una parte de sus compañeros no demuestra el trabajo fundamental para satisfacer al cliente en la atención.

Otra aclaración que molesta a los usuarios es que la empresa "León" siempre no cuenta con todo lo indispensable para el comprador, esto ocurre generalmente hacia el inicio de las temporadas educativas, ya que las singulares necesidades de encontrar todo lo mencionado en su escuela destacada en un momento determinado; Según (Carrasco & García, 2018) "la decisión de las cosas que componen la propuesta empresarial de una fundación es la forma de tratar con la agrupación. Esta decisión debe estar conectada con un objetivo definitivo de adquirir la mayor productividad en general del negocio" (p. 56); esto disuade al cliente de ir a otro lugar a buscar las cosas que faltan. Es una carga para la asociación ya que pierde tratos al no tener un alcance de componentes organizado en sus oficinas.

En este comienzo de clases fue completamente diferente en comparación con otros años, la aparición de una infección a nivel mundial ha perjudicado mucho a la economía, sin embargo, en comparación con años anteriores, la empresa no podía ofrecer ningún tipo de avance para mantenerse al día con la calidad inquebrantable de sus clientes regular; como se define (Fernández & Fernández, 2017) "Los programas de dedicación consisten en entregarle al cliente una tarjeta de la propia organización; con cada compra realizada se obtienen focos, que pueden ser canjeados por límites en futuras compras o artículos que son gratuitos" (p. .225); Por otro lado, las librerías exclusivas de los competidores pusieron sus promociones en la fachada de la tienda con los

avances que presentaban en sus artículos y ayudaron a las personas que compraron sus artículos allí con regalos sorpresa. En esta línea, el cliente no se siente realizado a la hora de realizar una compra cuando ve que la asociación no se plantea mantener una clientela sólida.

Por otra parte, la resistencia ejecuta estrategias de oferta; De acuerdo con el significado de (Carrasco & García, 2018) “los banners son una parte fundamental de la publicidad en el punto de venta ya que respaldan las transacciones al dar a conocer las características de los artículos, las ofertas y los avances actuales, además brindan información valiosa para el cliente ” (pág. 104); en conjunto que los clientes que compran sus pedidos a más de \$50 adquieren una rebaja como rasgo de motivación hacia el cliente, ya que esto nunca ha ocurrido en el Comercial “León”, no ofrece adelantos ni puntos de corte. a los compradores.

Los trabajadores también están abrumados en este tema, ya que no se contentan con el pensamiento que les da su oficio, ¿cómo? Al no contar con fondos de reserva normalizados, vale la pena enfocarse en que esta es una motivación para la fuerza laboral ya que a través de ella pueden obtener beneficios tanto para y por sus seres queridos. Por otra parte, con el horario comercial mencionado anteriormente, parece ser que están más tiempo del requerido, y eso significa que sus trabajadores no son pagados y esto los lleva a no poner toda su energía y ejecución en servir al cliente. En expresiones de (Lonti, 2018) “el representante debe tener el auxilio de retiro federal, la compensación fundamental y las cuotas extras, premios y propinas pagadas hacia el final del año y la temporada o para la exhibición del trabajador”.

Esto además regatea a la asociación que sus niveles de negocio bajan y llegan a una baja ganancia global, y las razones se reflejan claramente ya que no disfrutan de los beneficios que marca la ley, hay maltrato en la jornada de trabajo ya que los plazos prolongados de movimiento

son de lunes a domingo, trabajan más de 8 horas diarias, pero luego los agentes en realidad no cobran la remuneración crucial que muestra el Estado, esto los disuade y encuentran empleo en otro lugar en un segundo corriente, por regla general, Pueden ver nuevo personal insuperable y mucho más cuando se trata de períodos de espacio para clases, ya que los mentores compran sus registros escolares, pero esto es solo por dos o tres meses y luego los termina.

Por otra parte, los cómplices están aún más desanimados considerando que no hay una persona en el punto más alto de la estructura de varios niveles, tolerando órdenes de trabajo del jefe y su media naranja está molestando a los agentes y hay cambios en las prácticas habitualmente. se dice eso. en caso de que el particular esté publicando material y se presente un cliente, suspenden su actividad y lo envían a atenderlo; Según (Cano, 2019) “las buenas relaciones humanas influyen en el proceso de determinación del competidor, pero igualmente se debe percibir su valor, procurando dar un trato justo e imparcial, estableciendo un lugar de trabajo digno, ofreciendo una remuneración justa” (p. 39); Al igual que el texto, cuando eso sucede, deben dejar lo que están haciendo e incorporarse, hay empleados que generalmente dicen estar ocupados y no realizan ningún trabajo porque no consideran que se les esté dando un trato adecuado.

Esta asociación no tiene un individuo que juega el método de evaluación específico del aspirante a una ocupación de asistencia al cliente, mencionando el fundamental; Con base en el significado de (Alles, 2017) la elección del profesorado alude a la disposición de técnicas encaminadas a evaluar las capacidades de los competidores y luego elegir a las personas que presentan mayores posibilidades de adaptarse al puesto accesible y desempeñarse eficazmente en él” (p.3-4); esto debe ser visible en la forma en que el individuo en control, al no mencionar la documentación adecuada de alguna experiencia o cursos tomados, totalmente empeñado en tener un buen desempeño en el desarrollo de su trabajo, esto presenta problemas para el material de

redacción ya que el individuo no cuenta con los datos satisfactorios y fundamentales para una adecuada atención al cliente.

De igual manera, se considera que la desmotivación de los trabajadores se da porque ellos como patronos no dan beneficios, por ejemplo, al tener fondos de inversión tutelados por la autoridad pública, no reciben la cuota esencial que les da el Estado ecuatoriano, ni son remunerados por las horas extras que trabajan, ni tienen escapadas cada cierto tiempo, ni obtienen premios de fin de año ni fuerzas motivadoras. Esto hace que se sientan impotentes y se vayan hasta nuevo aviso y puedes ver personal nuevo constantemente.

El gerente también siente que, para separarse de la resistencia en el futuro, ejecutará avances, límites y publicidad para atraer la atención de los clientes. Teniendo en cuenta que en la actualidad no hace ninguna de estas metodologías, en cuanto a avances y límites, ha tenido la opción de entender que la oposición pone las ofertas, avances o límites que tendrá fuera de sus locales comerciales y esto requiere la Pensado en los clientes que gustan de ir a la oposición e incrementar la confiabilidad en el negocio.

MARCO METODOLÓGICO

Este es un examen exploratorio y distinto ya que pretende determinar las propiedades de una forma de comportarse advertida, sin ser una prueba o revisión causal: no se controlarán factores a la hora de propiciar la revisión; solo se estimarán los elementos actuales. Así, diferentes propósitos como rastrear conexiones o controlar resultados para dar sentido a estas formas de comportarse o encontrar situaciones electivas superan la motivación detrás de este levantamiento estadístico.

Técnica cuantitativa: Pretende calibrar las perspectivas que el cliente comunicará; su impedimento intrínseco radica en la supervisión (deliberada) de los encuestados sobre la aparición de convicciones y mentalidades específicas. El motivo del examen de los datos y la conversación de los resultados es Descriptivo. De esta manera, las medidas de conjetura se utilizan para hacer especulaciones de la población. El resumen está totalmente centrado en los socios de la empresa "León", ya que son ellos en particular los que nos pueden proporcionar datos directos sobre la consideración, sus ventajas sociales y además los impulsos que obtienen de su jefe.

Técnica cualitativa: En completa diferenciación con la reunión organizada, las reuniones subjetivas son adaptables y dinámicas. Las reuniones subjetivas se han descrito como no directivas, no estructuradas, no estandarizadas y abiertas. Utilizamos la articulación "entrevista" para aludir a esta técnica de examen subjetivo, el interrogador espera en este tipo de entrevista un trabajo de instrumento más que de autoridad. La reunión se hará únicamente con el propietario de la empresa "León", ya que es el único responsable y autorizado para tratarles de negocios de última hora.

RESULTADOS

Al aplicar las técnicas de recolección de datos (estudios) a los agentes de Comercial León” del Cantón Simón Bolívar, se suele ver muy bien que de los 5 individuos evaluados, el 60% expresa que no tiene ningún tipo de ventaja para sí o para sus familias, por ejemplo, jubilación respaldada por el gobierno, premios, escapadas pagadas, remuneración, entre otros; de los cuales no obtienen nada de esto de su Jefe, sin importar cuánto tiempo han estado funcionando allí y esto les causa sentirse desmotivados cuando trabajan.

Además, el 100 por ciento de los encuestados considera que las estrategias de actualización para la calidad constante del cliente es una técnica que las asociaciones deben tener para mantener a sus clientes y, en consecuencia, esto atrae a nuevos clientes. Asimismo, esta justificación de la presencia se da a través de la correspondencia, los clientes que se sienten realizados envían su energía a otros posibles clientes. Además, esto en consecuencia se convierte en una presentación atípica que realizan los clientes para impulsar el Comercial “León” del Cantón Simón Bolívar, Provincia del Guayas.

De igual forma, se considera que la desmotivación de los trabajadores se da ya que ellos como patronos nos brindan beneficios, por ejemplo, al tener fondos de reserva tutelados por la autoridad pública, no reciben la cuota esencial dispuesta por el gobierno ecuatoriano. Estado, ni les pagan las horas extras que trabajan, ni tienen escapadas de vez en cuando, ni reciben premios o incentivos de fin de año. Esto hace que se sientan frágiles y se vayan para el presente y puedes ver personal nuevo constantemente.

El gerente también cree que, para separarse de la resistencia en el futuro, ejecutará avances, límites y publicidad para atraer la atención de los clientes. Teniendo en cuenta que en la actualidad

no cumple ninguna de estas estrategias, en cuanto a avances y límites, ha tenido la opción de entender que la oposición pone las ofertas, avances o límites que tendrá fuera de sus locales comerciales y esto requiere la Pensé en los clientes a los que les gusta ir a la oposición y aumentar la dedicación en estos lugares.

DISCUSIÓN

De los 5 trabajadores revisados, 4 de ellos tuvieron la opción de decir que no obtuvieron ningún tipo de ventaja de la tienda “León”. Cabe señalar que la prosperidad de los trabajadores se ha convertido en un dispositivo esencial para las organizaciones. Esto se debe a que las organizaciones siempre son más conscientes de que la satisfacción personal, la reducción del estrés y el equilibrio entre actividades serias y divertidas son fundamentales para aumentar la utilidad y la dedicación de los empleados.

Las ventajas sociales influyen significativamente en la imagen de la organización y la convierten en un objetivo de interés para los futuros representantes. Asimismo, cabe señalar que estas ventajas reducen la rotación de la fuerza laboral, lo cual es vital para que una organización adquiera la mayor ventaja que le otorga la experiencia de un trabajador en una empresa a largo plazo.

Mientras tanto, les preguntamos si se sienten impulsados mientras se ocupan de sus responsabilidades y lo abordaron de vez en cuando, ya que no hay motivaciones o el abuso los desmotiva con frecuencia. Hay muchos exámenes que afirman que los trabajadores estimulados son sustancialmente más útiles, y es innegable que las ventajas sociales no solo generan mayor responsabilidad, sino que también incrementan la inspiración de los trabajadores.

El objetivo principal es examinar de arriba a abajo la valoración de los clientes, creando datos que permitan medir la valoración de los clientes, el nivel de naturaleza del artículo o gestión, las inclinaciones de compra y el examen de la oposición. Los clientes satisfechos regresan, sugieren artículos, dejan encuestas positivas y tal vez compren más de ahora en adelante. Son el componente inequívoco en el progreso de una organización, sin embargo, sus requisitos y la oposición para

cumplirlos se amplían continuamente. Una organización trae a la mesa algo para sus clientes para mantenerse al día con su cumplimiento. De esta forma, es fundamental comprobar de vez en cuando cómo se sienten con respecto a los artículos o gestiones, ya que principalmente las personas que conocen la disposición de los clientes hacia la organización realmente querrán cumplirlas más adelante. La revisión de la lealtad del consumidor es un ejemplo de estudio estadístico.

La promoción es la principal correspondencia que tendrás con tus clientes, es fundamental tener trazado cuál es el público al que debes aventurarte para convertirlos en tus clientes. La publicidad ofrece un medio increíble para completar un esfuerzo de marcado. A través de esto, es factible hacer una visión positiva de una organización o trabajar sobre una imagen negativa. El objetivo es situar la marca como la mejor opción para artículos y administraciones relacionadas.

CONCLUSIÓN

De haber realizado este estudio de caso, en general se establecerá que los niveles de venta en el Comercial “León” de la Provincia Simón Bolívar del Guayas han disminuido por el hecho de que tanto el negocio como sus socios no cuentan con un carácter social. imagen. feria que llama la atención de los clientes, además tienen poco espacio, no tienen entrada directa al almacén, eso incomoda a los clientes Además, se pudo constatar a través de esta investigación contextual, que los niveles de venta han disminuido por la forma en que la resistencia se extiende constantemente, y estos traen consigo nuevas metodologías tanto para retener a sus clientes como para apropiarse del acecho, incrementar nueva base de clientes y hacerse ver; Asimismo, existe la desmotivación de los asociados a la hora de hacer negocios ya que no se encuentran en un ambiente agradable de trabajo ni ven el trabajo y esfuerzo que realizan dentro de Comercial "León".

Este estudio de caso permitió exhibir diversas partes que han incidido en la caída de los niveles de venta en el Comercial “León” del Cantón Simón Bolívar, Provincia del Guayas, ya que no tiene ningún tipo de avance, cualquiera que sea la forma en que lo haga. es avanzado. tienes en la actualidad. Los medios de comunicación por correspondencia, por ejemplo, TV, radio y asociaciones relacionales en las que la promoción es gratuita y vista por muchas personas; En el cantón Simón Bolívar hay personas que se dedican a publicitar a través de una página rápida en Facebook, y hay una emisora de radio cerca, pero ninguno de estos medios se acerca al negocio, ni publicita las cosas que ofrece.

RECOMENDACIONES

- Realizar una investigación exploratoria de las organizaciones en el área para fragmentar a los clientes comerciales potenciales y ofrecer propuestas de arreglos para apropiar útiles escolares a cada establecimiento, para adquirir una amplia base de compradores y un ingreso constante que se mantenga al día. de ventaja buscada por la organización.
- Explotar las cualidades internas del comercial en cuanto a administración y producto para considerar la posibilidad de incursionar por completo en nuevas organizaciones (mientras se continúa en la actual) en las que dichas cualidades dan una ventaja mucho más notable.
- Además, complete una investigación punto por punto de los activos y capacidades para comprobar si se satisfacen las necesidades fundamentales de estas nuevas organizaciones potenciales. Esto para dar nuevas formas de desarrollo al negocio, que no estén conectadas con el impedimento de espacio que ya acecha.

Bibliografía

- Alcaide, J. C. (2018). *Los 100 errores de la experiencia de cliente*. España: esic editorial.
- Alles, M. (2017). *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. (2019). *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. (2018). *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. (2017). *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. (2017). *Los Medios de pagos en la venta*. España: Certia Editorial.

Sanchez , J., & Pintado , T. (2017). *Imagen Corporativa: Influencia en la gestión empresarial*.
Madrid: ESIC Editorial.

Stratten, S., & Kramer, A. (2017). *Deje de vender y conectese con los clientes*. Canada: Patria S.A
de C.V.

Van den Berghe, É. (2018). *Gestión Gerencial y Empresarial Aplicada al siglo XXI*. Bogotá: ecoe
ediciones.

A

N

E

X

O

S

Babahoyo, 15 de marzo del 2022

Sr.

Telmo Juan Leon Mora

PROPIETARIO DEL COMERCIAL "LEON"

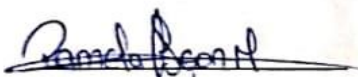
En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: **LEON MATO PAMELA MARJORIE**, con cédula de identidad **120634136-2**, 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 **NIVELES DE VENTAS EN EL COMERCIAL "LEON" DEL CANTON SIMON BOLIVAR** el cual es requisito indispensable para poder titularme.

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

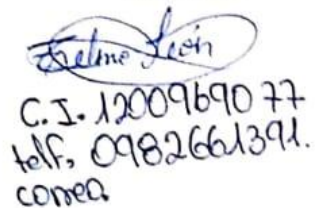
Muy atentamente



Pamela Marjorie Leon Mato

C.I. 120634136-2

Autorizado.
18/03/2022
16H30



C.I. 12009690 77
telf. 0982661391.
comea



Document Information

Analyzed document	LEON MATO PAMELA-NIVELES DE VENTA.docx (D131103925)
Submitted	2022-03-21T22:21:00.0000000
Submitted by	
Submitter email	pleon362@fafi.utb.edu.ec
Similarity	1%
Analysis address	wocampo.utb@analysis.orkund.com

Sources included in the report

	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO /	
	Reyes_Gurumendi_Daysi_Yelena_Ingenieria_Comercial_2020.docx	
SA	Document Reyes_Gurumendi_Daysi_Yelena_Ingenieria_Comercial_2020.docx (D62723408)	 1
	Submitted by: yelena-97reyes@hotmail.com	
	Receiver: unidaddetitulacionfafi.utb@analysis.orkund.com	

ANEXO 1: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TRABAJADORES DEL COMERCIAL “LEÓN”

Objetivo: Reunir los datos suficientes por parte de los trabajadores del Comercial “León” 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?

Excelente

Muy Buena

Buena

Mala

Regular

5) ¿Cree usted que le falta publicidad al comercial?

Sí

No

ANEXO 2: ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO DEL COMERCIAL “LEÓN”.

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

1) ¿Cuánto tiempo lleva funcionando el comercial?

2) ¿A qué se deben las bajas venta del comercial?

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 más bajas?



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

Consulta de RUC

RUC

1200969077001

Razón social

LEON MORA TELMO JUAN

Estado contribuyente en el RUC

ACTIVO

Nombre comercial

Actividad económica principal

VENTA AL POR MAYOR DE DIVERSOS PRODUCTOS SIN ESPECIALIZACIÓN.

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

Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
15/11/2001	16/11/2018		14/11/2012

Mostrar establecimientos

Nueva consulta

LEON MORA TELMO JUAN

Venta al por Mayor de Diversos Productos sin Especialización

Dir.: Calle Simón Bolívar # 105 y 12 de Octubre - Cel.: 0982661391

Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan) - Guayas - Ecuador

-: CONTRIBUYENTE REGIMEN MICROEMPRESAS :-
R.U.C.: 1200969077001

FACTURA

N°. Aut. SRI.
1129024264

001-001-

000000311

Fecha de Autorización 10-11-2021

Sr.(es): _____

RUC/CI: _____

Dirección: _____

Fecha: _____ Guía de Remisión: _____

Cant.	DESCRIPCION	V./Unit.	V./Total

FORMA DE PAGO			Sub-Total	12% \$.
EFFECTIVO	TARJETA DE CREDITO O DEBITO		Sub-Total	0% \$.
DINERO ELECTRONICO	OTROS		Descuento	\$.
Válido para su Emisión hasta 10-11-2022			Sub-Total	\$.
			IVA	12% \$.
			Total	→ \$.
			Recibí Conforme Entregue Conforme	

FAUSTO EDUARDO BRAVO LARCO / Imprenta y Encuadernación "MODERNA" / Aut. 7934
Telf.: 2731435 / R.U.C. 1203131196001 / 1 B 1x1 / 000000301 - 000000400 / Babahoyo - Los Ríos
ORIGINAL = ADQUIRIENTE COPIA = EMISOR