



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

OCTUBRE 2017 – MARZO 2018

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

INGENIERÍA COMERCIAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

NIVEL DE VENTAS DE LA CONSTRUCTORA GARCÍA SALTOS CIA. LTDA.

DE LA CIUDAD DE VENTANAS.

EGRESADA:

ILIANA ISABEL GUERRERO PLAZA

TUTORA:

ECON. CARLOTA VERA MÁRQUEZ MAE.

AÑO 2018

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
DESARROLLO	¡Error! Marcador no definido.
CONCLUSIONES	14
BIBLIOGRAFIA.....	15
ANEXOS.....	17
Anexo 1. Entrevista al gerente de la Empresa Constructora García Saltos Cia.	19
Anexo 2. Encuesta a los clientes de la Empresa Constructora García Saltos Cia.	21

INTRODUCCIÓN

Las empresas con el avance de la tecnología y la globalización a permitido que los administradores tomen decisiones, para incursionar en un mercado competitivo y complejo que permita posicionarse y mejorar sus niveles de ventas que se ven reflejados en la liquidez de la organización. En el Ecuador las empresas, grandes, medianas o pequeñas han implementado estrategias para elevar la participación en el mercado local, regional y nacional que a su vez se ven reflejados en los niveles de ventas, porque a través de este se determina la rentabilidad económica de la empresa.

La empresa constructora García Saltos Cía. Ltda. fue creada en el año 2012 con el objetivo de dar soluciones habitacionales al sector urbano y rural su gerente es la Lcda. Rosario Saltos, cuenta con 50 empleados y se encuentra ubicada en las calles José María Velasco Ibarra y 10 de noviembre en la ciudad de Ventanas, ha realizado más de 270 soluciones habitacionales mediante el sistema de contratación pública en convenio con el MIDUVI desde su creación en las provincias de Bolívar y Los Ríos, además a incursionado la construcción de viviendas en diferentes lugares de la región cinco, donde el cliente solicita; se construye y se vende; la problemática que surge es la poca aceptación en el mercado por falta de publicidad para dar a conocer el producto.

Se ofertan las viviendas en planos a largo plazo en convenio con el BIESS y la banca privada por lo que surge como problema ¿Cómo mejorar los niveles de ventas de la Constructora García Saltos Cía. Ltda. de la ciudad de Ventanas?

Cuyo objetivo es analizar el marketing y su incidencia en el nivel de ventas de la empresa constructora García Saltos Cía. Ltda. la idea a defender en el presente estudio es como el análisis del nivel de ventas influye en la rentabilidad de la constructora. La línea de investigación del presente caso de estudio es Modelo de Gestión Administrativa; el

tipo de investigación se centra en la investigación cualitativa porque se analizan los factores que inciden en las de ventas de la constructora García Saltos Cía. Ltda. de la ciudad de Ventanas.

Los métodos aplicados son: el método descriptivo porque se describen los factores que inciden en los niveles de ventas en relación al marketing utilizado; investigación documental que consiste en un análisis de la información escrita sobre ventas y marketing con el propósito de establecer relaciones, discrepancia que sustentan los diferentes autores; además el tipo de investigación sobre estudios de casos porque se analiza la situación de bajo nivel de ventas de la empresa constructora.

Los instrumentos de investigación utilizados son la entrevista dirigida al Ingeniero Diego García director de comercialización que dio como resultado que no aplican programas de marketing para que los planes de viviendas sean atractivos a los clientes y puedan venderse con mayor rotación; que las metas planteadas no se cumplen en su totalidad por factores económicos, falta de liderazgo en el mercado y por falta de capacitación al personal de ventas. Además, se aplicará una encuesta a los clientes de la empresa constructora García Saltos Cía. Ltda. por medio de un cuestionario.

DESARROLLO

Laura Fischer y Jorge Espejo, (2010) autores del libro “Mercadotecnia”, consideran que la venta es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen con “toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio”. Ambos autores señalan además, que es “en este punto (la venta), donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio” [5], mientras que Francisco Flores, (2014), sustenta que cuando se tiene las ventas del mismo, consiste en crear la necesidad en los clientes de comprar el producto para satisfacerla con el compromiso de que tanto el cliente como el vendedor sientan que se están colaborando mutuamente.

En la actualidad la empresa García Saltos presenta diferentes problemas debido a los bajos niveles de ventas que se han suscitado en los últimos años, lo que evidencia falencia en la gestión de la compañía, la misma que tiene repercusión en el departamento comercial, y por ende en las utilidades de la empresa, situación que apremia a una institución de carácter MiPymes en un mercado tan difícil como es la construcción, el mismo que normalmente es dominado por grandes compañías de origen nacional y extranjero.

Las empresas consideradas como Mipymes que se dediquen a satisfacer necesidades son instituciones productivas y competitivas que mejoran el entorno social y generan riqueza, la importancia de realizar un estudio sobre la problemática que aqueja la institución sometida a estudio, Cleri, (2007) en su obra el Libro de la Pymes, asegura: “Las Pymes se vuelven sistemas creadores de valor económico cuando desarrollan dinámicas productivas y competitivas que les permitan enriquecer su contexto conectando

a las personas con los mercados, en los cuales se encuentran los recursos requeridos para satisfacer sus necesidades, a la vez que se enriquecen en el proceso”

En la empresa de construcción existen problemas en la gestión de la propietaria, directores de marketing y ventas, debido a que no realizan estrategias corporativas para incrementar las ventas de la compañía, consideran que el marketing no servirá de mucho para el problema que presenta la institución, todo esto acompañado del miedo que posee la gestión en tomar decisiones de inversión, lo que denota una falta de confianza y capacidad en los aspectos mencionados anteriormente, Ena Ventura (2012), en su obra afirma: “La gestión administrativa es imprescindible en todas las empresas, independientemente del sector productivo al que pertenece”.

La compañía presenta el problema de despedir frecuentemente a los agentes de ventas de la constructora, debido a que la empresa establece una meta de ventas a cumplir y en muchas ocasiones el asesor de ventas no logra el objetivo planteado; dicha situación es consecuencia de la ineficiente gestión de la empresa, particularmente en el área de ventas, esto puede llegar a ser causa de un inadecuado estudio de mercado y de una ausente base de datos con el que sea posible interactuar.

La empresa García Saltos Cía. Ltda. no proporciona a sus empleados y especialmente a los integrantes del departamento de marketing y ventas capacitaciones profesionales, que permita mejorar las capacidades personales e institucionales de cada uno de ellos, debido a que formar parte de una empresa dedicada a la construcción y ventas de inmuebles debe estar en constante aprendizaje de estrategias de marketing para la venta de viviendas, dichas acciones deben permitir saber cuál es la necesidad de un cliente y así aumentar su grado de satisfacción, todo esto debe ser concebido bajo un extenso

conocimiento del mercado y del producto a ofrecer, donde se debe enfatizar la importancia de una gestión orientada mediante un plan de marketing.

La administración de la empresa constructora García Saltos Cía. Ltda. debe concientizar la importancia de aumentar su participación en el mercado mediante la diversificación en los tipos de ventas que la empresa ejecuta, actualmente la empresa realiza un solo tipo de venta que es el método directo con el cliente, que con el paso del tiempo no resulta suficiente para el incremento del volumen de ventas de la compañía.

La dependencia de la compañía sobre las ofertas de construcciones del sector público, ha provocado repercusiones en los niveles de ventas, debido a la crisis económica que atraviesa el país, teniendo como consecuencias la disminución de oportunidades de adjudicar contratos provenientes del estado, dicho esto se demuestra la ausencia de alianzas estratégicas y una falencia en el tema comercial propio de la organización, el no contar con un sistema de comercialización y ventas no se podrá incrementar una participación de mercado y por ende la rentabilidad de la empresa.

El problema del bajo nivel de ventas en la empresa constructora García Saltos Cía. Ltda. ha provocado el recorte del personal que labora en la institución y por ende esto causa que en la realización de una obra el número de trabajadores sea menor, lo que provoca que el desarrollo de una construcción conlleve mayor tiempo para su culminación, dicha situación afecta directamente en la calidad del servicio que ofrece la empresa. Cuatrecasas (2012), define la calidad: “Como el conjunto de características que posee un producto o servicio obtenido en un sistema productivo, así como la capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario”.

La empresa constructora a lo largo de su vida institucional tiene un promedio anual de soluciones habitacionales aproximado de 50 construcciones, debido a la oferta estatal del plan de vivienda del MIDUVI que estaba en pleno apogeo, actualmente el mercado del sector público no genera oportunidades de negocios suficientes para empresas constructoras, por lo que la entidad objeto de estudio se encuentra en problemas de rentabilidad, debido a que solo se direccionaba a un solo mercado meta.

Se ha mencionado que la empresa constructora García Saltos Cía. tenía un promedio de construcciones aproximado de 50 soluciones habitacionales, sin embargo, en la actualidad registra solo un contrato de venta de 20 viviendas y servicios de saneamientos en los diferentes cantones de la provincia, cuyo contratante es el MIDUVI, en otras palabras, el sector público, esta información evidencia la disminución en las ventas de la empresa.

Entre los principales factores para que una empresa constructora se encuentre en problemas que le resulta difícil de resolver es una inadecuada administración y por ende falta de estrategias administrativas, financieras y de marketing, las cuales tienen incidencias directas en la fuerza de las ventas de una empresa, lo que ocasiona inconvenientes que le permita llegar al éxito, Kotler & Armstrong (2013), en su libro Fundamentos de Marketing determinan que la “fuerza de ventas de la empresa crea y comunica valor para el cliente a través de interacciones personales” (p.88)

El no poder mantenerse de una forma competitiva dentro del mercado laboral con rendimientos óptimos y con capacidad de afrontar cambios inesperados en el sector de la construcción es muestra de que la empresa no realizó una planificación estratégica que permita la presencia de un plan de contingencia ante sucesos inesperados.

Los contratos de ventas son indispensables para que la empresa constructora García Saltos pueda mejorar su situación económica, teniendo presente que la empresa incursiona en un mercado dominado por grandes empresas constructoras nacionales e internacionales, por tal razón se necesita la implementación de una planificación estratégica sigilosa que permita establecer estrategias que ayuden al posicionamiento de la compañía.

De acuerdo a los resultados obtenidos en los instrumentos de investigación aplicados a la Constructora García Saltos y clientes de la compañía, se puede evidenciar que la raíz de los problemas se debe a una deficiente gestión, seguida de una serie de malas decisiones, originadas por lo cambiante que es el mercado inmobiliario, y no estar a la vanguardia de procesos productivos que permita convertir a la empresa en una compañía que pueda generar competitividad en el mundo laboral, en la entrevista que se realizó al gerente de ventas Ingeniero Diego García dio como resultado que no aplican estrategias de marketing porque confían en la venta personal; mientras que en la encuesta realizada a los clientes de la empresa constructora dio como resultado que ellos esperaban mayor satisfacción en cuanto al producto realizado. Cann (2016), en la revista científica World Economic Forum, afirma que la competitividad es, “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país”.

La innovación en los procesos productivos en el sector de la construcción es de suma importancia para poder satisfacer las exigencias de los futuros clientes de la compañía; sin embargo, la compañía constructora García Saltos solo prioriza edificar soluciones habitacionales si el debido estudio socioeconómico de los diferentes estratos sociales, lo que imposibilita saber cuáles son las prioridades o inquietudes de un cliente que desee adquirir una vivienda.

La implementación de un plan de marketing basado en un exhaustivo estudio de mercado, en el cual se puedan identificar oportunidades nuevas de incursionar en nuevos sectores, a través de estrategias especializadas y acciones priorizadas a mejorar la calidad del servicio prestado en función de la necesidades y comodidades de los clientes, es el único camino que puede permitir que la empresa de construcción García Saltos Cía. Ltda. mejore su volumen de ventas a través de la oferta de un servicio de construcción de calidad. Philip Kloter, (2006) el plan de marketing es un documento escrito que resume lo que el especialista de marketing ha aprendido sobre el mercado, que indica como la empresa pretende alcanzar sus objetivos de marketing y que facilita, dirige y coordina los esfuerzos de marketing” (p.7)

La calidad es un factor importante que los consumidores toman en cuenta cada vez más con el afán de adquirir un bien o un servicio, la empresa constructora García Saltos no utiliza medios de difusión de sus productos para dar a conocer como construye, que productos utiliza y como es el resultado final en sus proyectos de viviendas, por tal motivo se debe de tener una nueva visión de lo que es el marketing para las empresas, no solo es tener vendedores sino ayudar con otros medios a la difusión de lo que la empresa hace y además de la responsabilidad empresarial que esta tiene en el país, Monferre (2013), en su obra “Fundamentos de Marketing” afirma: “El marketing un proceso social y de gestión, a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos u otras entidades con valor para los otros”. (p.16)

Uno de los factores a resaltar en la problemática es el poco nivel de asertividad al momento de tomar decisiones a la interna de la compañía, como es el caso de no detectar o entender que cuando las ventas bajan la forma de administrar de la empresa también debe de cambiar y de igual forma debe suceder cuando se presenta el entorno contrario, una inadecuada administración provoca que la empresa no pueda mostrar sus mejores

armas y obtener rendimientos que le permitan ser competitivos en el mundo laboral. Ramírez & Ramírez (2016) asegura “Que la administración es una actividad humana por medio de la cual las personas procuran obtener unos resultados al ejecutar los procesos de planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar” (pág. 4).

Además, una de las situaciones que más se denota en la investigación realizada a la empresa objeto de estudio es la poca preocupación de estar a la vanguardia de la tecnología, en temas referente al marketing, publicidad, y procesos productivos los mismos que son indispensables para fortalecer una imagen corporativa, Pintado & Sanchez (2013), afirma: Imagen corporativa es una evocación o representación mental que conforma cada individuo, formada por un cumulo de atributos referentes a la compañía, cada uno de esos atributos puede variar, y puede coincidir o no con la combinación de atributos ideal de dicho individuo.

Actualmente la empresa Constructora García Saltos no cuenta con una página web, teniendo en cuenta que es una herramienta necesaria para la interacción de la compañía con clientes potenciales, en virtud de lo mencionado se puede deducir que la empresa destinada a prestar servicios de construcción no posee estrategias de innovación en temas publicitarios, solo posee una página en la red social de facebook, donde promociona sus servicios de construcción y ventas de inmuebles.

El utilizar como medio publicitario una red social como facebook es una estrategia que cada día se convierte en una herramienta obsoleta debido a que no se consigue los clientes que realmente compren una vivienda, de manera que de 500 personas que brinden un like a la publicación de la compañía solo 1 o 2 personas facturan la compra de una vivienda.

El gran reto de una empresa constructora es atraer clientes, algo que no realiza de buena forma la compañía García Saltos, y para ello se debe realizar e implementar estrategias especializadas de marketing, para lograr aumentar el nivel de ventas de la empresa y un mayor posicionamiento en el mercado, entendiendo en esa forma que no solo se debe innovar en los procesos productivos, también se necesita un buen plan de marketing, acompañada de una buena administración del talento humano y recursos financieros, que permita a la empresa obtener un nivel más competitivo.

Acciones como la de no ejecutar estrategias de mercadeo o financieras es una clara muestra de un plan de marketing ausente, en el cual la compañía no genera respuestas que den solución al déficit en el volumen de ventas, ocasionado por un débil estudio de mercado que permita una segmentación de los clientes potenciales a los que la empresa debe dirigirse y así poder dejar la dependencia de contratos públicos para las construcciones de viviendas.

La empresa constructora García Saltos al no realizar investigaciones de marketing continuos, no conoce de los gustos y preferencias cambiantes de los clientes potenciales y actuales, específicamente en el sector de la construcción, las personas con el pasar del tiempo desean adquirir viviendas con nuevos modelos y construidos con materiales acorde a la época en la que se vive.

Dentro de los resultados de la investigación aplicado al gerente de la compañía se encontró con la novedad de que no poseen un documento escrito donde se determine el segmento de mercado a incursionar, estrategias de marketing, cuotas de ventas, etc, todo lo mencionado denota la ausencia de un plan de marketing formalmente estructurado, el cual permita promocionar sus productos en el mercado.

La constructora García Saltos en su afán de mejorar sus ventas que cada vez son menores, se dedicó a la construcción de viviendas en sectores donde creyó que era necesario, sin tomar en cuenta un estudio pormenorizado de las variables que afectaban el mercado al que se dirigía, por tal motivo cayó en procesos de baja liquidez al no poder concretar las ventas necesarias.

El valor de las oportunidades es muy variable; sin embargo, alberga gran incertidumbre. Por lo tanto, es útil identificar un conjunto de oportunidades y después elegir un subconjunto para su desarrollo posterior, de las cuales sólo unas cuantas llegarán a buen puerto. Este proceso puede verse como un torneo de innovación en el que sólo las mejores ideas triunfan.

La empresa constructora García Saltos no debe dejar pasar las oportunidades que ofrece el mercado por no realizar una investigación de mercados y de referencia de sus posibles clientes a los cuales dirigir sus esfuerzos de marketing con la esperanza de una compra efectiva en uno de sus proyectos.

Muchas empresas estiman que el marketing en internet sólo implica a aquellas empresas que se dedican al comercio electrónico o cuentan con una oferta de productos o servicios susceptibles de venderse por internet. Debemos ser conscientes de que cada vez más personas pasan más tiempo en internet, utilizando dicho medio como única fuente de información global.

Toda idea que se desea implementar debe estar plasmada en un plan de marketing en la constructora García Saltos, en los proyectos realizados no se ha elaborado, tan solo se han llevado a cabo los diseños de construcción de la obra y partes técnicas mas no lo concerniente a la parte de comercialización y ventas de la empresa.

CONCLUSIONES

La empresa constructora García Saltos Cía. Ltda. pierde oportunidades para vender sus viviendas por no tener definido un plan de marketing para la empresa, sus posibles clientes no conocen con detalle que les puede ofrecer la empresa debido a que el personal de ventas no conoce que estrategias utilizar para poder acceder a los clientes mejor que la competencia.

En la empresa no existe el debido procedimiento o políticas administrativas que permitan la medición periódica del volumen de ventas, además solo se dedica a tratar de conseguir contratos públicos y no realiza la búsqueda de nuevos clientes, lo que denota que no cuenta con una estructura detallada y ordenada que pueda ayudar al proceso de tomas de decisiones ante situaciones inesperadas dentro de un mercado tan cambiante como es el inmobiliario.

En la empresa constructora García Saltos Cía. Ltda. existen problemas serios en su gestión que incide directamente en el nivel de ventas de la empresa, no cuenta con una planificación administrativa que ayude a la institución a lograr una mejor participación en el mercado, debido a que no se realiza los esfuerzos necesarios para poder llegar a nuevos clientes y por ende mejorar el volumen de ventas , según los resultados de la investigación realizada, la empresa no realiza estudios pormenorizados del estatus económicos, preferencias o necesidades de clientes potenciales, lo que demuestra que no aplica estrategias o acciones de marketing que permita aumentar la cuota de mercado o explorar nuevos nichos comerciales.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Alcaide, J., Bermues, S., & Diaz, E. (2013). *Marketing y Pymes* (Primera Edición ed.).

Madrid: Marketingypymesebook.

Barker, M., Barker, D., Bormann, N., & Neher, K. (2015). *Marketing para medios*

sociales (Primera edición ed.). México: Cengage Learning Editores, S.A. de

C.V.

Camaras, C. y. (2015). *Marketing digital para Pymes* (Primera Edición ed.). España:

Camaras castilla y león.

Cann, O. (12 de Octubre de 2016). *¿Qué es la competitividad?* Obtenido de World

Economic Forum : [https://www.weforum.org/es/agenda/2016/10/que-es-la-](https://www.weforum.org/es/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/)

[competitividad/](https://www.weforum.org/es/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/)

Cleri, C. (2007). El Libro de Las Pymes. En C. Cleri, *El Libro de Las Pymes* (pág. 34).

Mexico: Ediciones Granica.

Cuatrecasas, L. (2012). *Gestion de la Calidad Total*. Madrid: Ediciones dias de Santos.

Czincota, M., & Ronkainen, I. (2014). *Marketing intenacional* (Décima edición ed.).

México: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.

Ena Ventura, B. (2012). *OPERACIONES ADMINISTRATIVAS RECURSOS HUMANOS*

GM. Madrid: Editorial Paraninfo.

Kiziryan, M. (13 de Octubre de 2016). *Rentabilidad*. Obtenido de economipedia:

<http://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>

- Kotler y Keller. (2016). *Dirección de Marketing* (Decimoquinta Edición ed.). México: Pearson Educación.
- Lambin, J. (2014). *Dirección de marketing* (Primera edición ed.). México: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Monferre, D. (2013). *Fundamentos de marketing* (Primera Edición ed.). Barcelona: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Pintado, M. T., & Sanchez, J. (2013). *Imagen corporativa : influencia en la gestión empresarial*. Madrid: ESIC Editorial.
- Ramos, J. (2013). *Email marketing* (Primera edición ed.). México: Smashwords.
- SAC, C. A. (06 de 02 de 2018). *Centro Castel Monte*. Obtenido de <http://centrocastelmonte.com/la-calidad-de-un-producto-o-servicio.html>
- Salinas, J., Gándara, J., & Alonso, A. (2013). *Empresa e iniciativa emprendedora* (Primera edición ed.). España: McGraw-Hill Interamericana de España, S.L.
- Schnarch, A. (2013). *Marketing para pymes* (Primera edición ed.). México: Alfaomega grupo editor s.a. de c.v.
- Ulrich, K., & Eppinger, S. (2013). *Diseño y desarrollo de productos* (Quinta edición ed.). México: The McGraw-Hill Companies,.

ANEXOS

ULTIMA VENTA PROPORCIANDA POR EL SECTOR PUBLICO

Sistema Oficial de Contratación Pública

Miércoles 6 de Junio del 2018 08:51 [\[Ingresar al Sistema \]](#)

» **Resumen de Adjudicación a Proveedores**

[Regresar](#)

Proceso de Adjudicación

Entidad Contratante	MIDUVI LOS RIOS
Objeto de Proceso de Contratación	CONSTRUCCION DE 20 VIVIENDAS NUEVAS, 04 ACCESIBILIDADES, 22 SANEAMIENTOS, Y 01 MEJORAMIENTOS UBICADOS EN VARIOS CANTONES DE LA PROVINCIA DE LOS RIOS, PROYECTO DENOMINADO MANUELA ESPEJO
Código	MC-MLR-004-2017
Tipo de Compra	Obra
Tipo de Contratación	Menor Cuantía
Tipo de Adjudicación	Total

Detalle: Bien/Obra/Servicio

Categoria	Bien/Obra/Servicio	Cant.	Unidad Medida	Precio Ref. Unitarios	SubTotal
541110011	SERVICIOS DE CONSTRUCCION (INCLUIDAS LAS OBRAS NUEVAS, AMPLIACIONES, REFORMAS Y RENOVACION) EN EDIFICIOS RESIDENCIALES DE UNO O DOS VIVIENDAS. [Revisar Pliego]	1	Unidad	USD 162,269.00	USD 162,269.00
Total:					USD 162,269.00

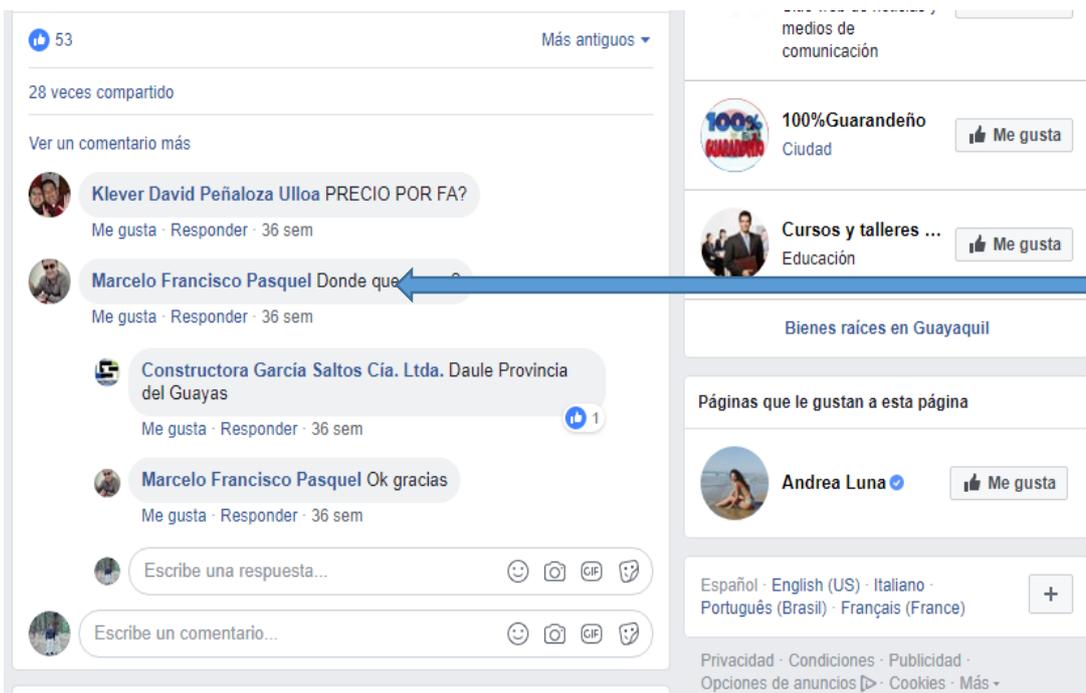
Parámetros de Evaluación

Parámetro	Porcentaje
Equipo Propuesto	
Personal Técnico	
Experiencia General	
Experiencia Específica	
Experiencia Personal Técnico	
Participación Nacional	
Mypes Nacionales	
Mypes Participación Local	
Metodología y Cronograma	

Resumen de Evaluaciones

Proveedor	Producto	Equipo Propuesto	Personal Técnico	Experiencia General	Experiencia Específica	Experiencia Personal Técnico	Participación Nacional	Mypes Nacionales	Mypes Participación Local	Metodología y Cronograma
CONSTRUCTORA GARCIA SALTOS CIA. LTDA. 1891735428001	SERVICIOS DE CONSTRUCCION (INCLUIDAS LAS OBRAS NUEVAS, AMPLIACIONES, REFORMAS Y RENOVACION) EN EDIFICIOS RESIDENCIALES DE UNO O DOS VIVIENDAS	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple	No cumple	No cumple	Cumple	Cumple

ÚNICO MEDIO PUBLICITARIO DE LA COMPAÑÍA



NO ES UNA HERRAMIENTA QUE AYUDE SUSTANCIALMENTE A LA EMPRESA EN SU NIVEL DE VENTAS

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista al gerente de la Empresa Constructora García Saltos Cía. Ltda.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

**ENCUESTA DIRIGIDA AL GERENTE DE LA EMPRESA CONSTRUCTORA GARCÍA
SALTOS CIA. LTDA.**

1. ¿En qué año inicia operaciones?

2012

2. ¿Cuáles fueron sus estrategias?

la venta personal

3. ¿Qué tanto cree usted que ha logrado sus metas?

40%

4. ¿considera que le ha afectado de alguna manera la globalización y la entrada de empresas grandes?

si

5. ¿Cómo inició el manejo de la empresa en el ámbito administrativo?

como todas las personas que inician un negocio novatos y sin definir estrategias

6. ¿Cuándo considera necesario invertir en tecnología?

queremos hacerlo pero no hemos tenido muchos ingresos para invertir

7. ¿Qué armas cree que tiene ante tantos cambios tecnológicos, económicos y en el mercado?

no lo hemos pensado aun

8. ¿Qué importancia tiene para usted el recurso humano, lo capacita?

Es importante para que la empresa esté conectado con el personal de ventas si hemos pensado en capacitarlo

9. ¿Qué importancia tiene para usted el área de marketing, la empresa cuenta con un plan?

no lo he pensado , y la empresa no cuenta con un plan

10. ¿Considera usted que tiene baja rotación en comparación con otras compañías de la misma actividad?

Sí

Anexo 2. Encuesta a los clientes de la Empresa Constructora García Saltos Cía. Ltda.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA CONSTRUCTORA GARCÍA
 SALTOS CÍA. LTDA.**

Pregunta 1: ¿Cuál es su grado de satisfacción general con la Empresa Constructora García Saltos Cía.?

- Completamente satisfecho
- Satisfecho
- Insatisfecho
- Completamente insatisfecho

Pregunta 2. En comparación con otras constructoras, ¿Cómo considera a la Empresa Constructora García Saltos Cía.?

- Mucho mejor
- Algo mejor
- Más o menos igual
- Algo peor
- Mucho peor
- No lo se

Pregunta 3. ¿Utilizaría usted a la Empresa Constructora García Saltos Cía. como constructora de nuevo?

- Seguro que si
- Probablemente si
- Puede que si, puede que
- Probablemente no
- Seguro que no

Pregunta 4 ¿Recomendaría usted la Empresa Constructora García Saltos Cía. a otras personas?

Si

Probablemente si

No estoy seguro

Probablemente no

No

Pregunta 5 ¿La Empresa Constructora García Saltos Cía. le ofrece servicios competitivos?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

Pregunta 6. ¿El Servicio al cliente de la Empresa Constructora García Saltos Cía. atiende bien a las necesidades del cliente?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

Pregunta 7. Basándose en su propia experiencia con el sector de la construcción, ¿buscaría usted a otra empresa para servicios similares?

Es muy probable

Es probable

No es probable

Es muy improbable