



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA

INDOAMÉRICA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**“PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO DE VENTAS PARA
DISMINUIR LA INSATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA
ACERO CENTER DEL CANTÓN EL COCA PROVINCIA DE
ORELLANA”**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciatura en
Administración de Empresas.

Autora

María Amada Armijos Sarango

Tutor

Ing. Suarez Pérez Juan Carlos

AMBATO - ECUADOR

2022

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, María Amada Armijos Sarango, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “Propuesta de mejora del proceso de ventas para disminuir la insatisfacción del cliente en la empresa Acero Center del Cantón el Coca provincia de Orellana” como requisito para optar al grado de octavo semestre y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato a los 29 días del mes de julio de 2022 firmo conforme:

Autor: Armijos Sarango María Amada

Firma: 

Número de Cédula: 1712255742

Dirección: Bolívar 20-35 y, Guayaquil, Ambato 180103.

Correo Electrónico: marmijos5@indoamerica.edu.ec

Teléfono: 0994995840

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “Propuesta de mejora del proceso de ventas para disminuir la insatisfacción del cliente en la empresa Acero Center del Cantón el Coca provincia de Orellana” presentado por María Amada Armijos Sarango para optar por el Título Licenciatura en Administración de Empresas.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Ambato, 29 de julio del 2022

**JUAN CARLOS
SUAREZ
PEREZ**

Firmado digitalmente
por JUAN CARLOS
SUAREZ PEREZ
Fecha: 2022.08.05
00:45:23 -05'00'

.....
Ing. Suarez Pérez Juan Carlos

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de la carrera de Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos, personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora.

Ambato, 29 de julio del 2022.



María Amada Armijos Sarango

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “Propuesta de mejora del proceso de ventas para disminuir la insatisfacción del cliente en la empresa Acero Center del Cantón el Coca provincia de Orellana” previo a la obtención del Título de Armijos Sarango María Amada, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.



Firmado electrónicamente por:
**MARIO ALBERTO
MORENO MEJIA**

.....

Dr. Mario Moreno Mejía.

Examinador



Firmado electrónicamente por:
**PATRICIO
FABIAN BUCHELI
PONCE**

.....

Ing. Patricio Bucheli Ponce.

Examinador

DEDICATORIA

A mi amada familia y a Dios que son parte fundamental de mi progreso académico, son ellos quienes guían mi camino dándome la fortaleza que siempre necesito en cada nuevo reto que me propongo, a mis amigos y demás familiares que fueron parte de mi crecimiento académico.

AGRADECIMIENTO

Antes que todo a Dios quien en todo este caminar me dio la sabiduría en cada toma de decisiones que necesite para avanzar en este proyecto académico, muy especialmente doy gracias a mis padres por que sin el apoyo emocional que ellos me brindaron no hubiese podido llegar hasta este paso y formar parte de este gran proyecto, sin olvidarme por supuesto de mis tutores quienes fueron mi guía durante todo este trayecto.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

TEMA: “Propuesta de mejora del proceso de ventas para disminuir la insatisfacción del cliente en la empresa Acero Center del Cantón el Coca provincia de Orellana”

AUTOR: María Amada Armijos Sarango

TUTOR: Ing. Juan Carlos Suarez Pérez

RESUMEN EJECUTIVO

La propuesta de mejora en el proceso de ventas de la empresa Acero Center se analizó desde la necesidad de reducir los niveles de insatisfacción que mantienen gran parte de los clientes que posee la empresa, pues muchos de los clientes se van con la competencia debido a que el proceso de ventas de la empresa no es el adecuado, por esto es que la propuesta de mejora es la mejor alternativa que tiene la empresa para recuperar los clientes que de pronto han perdido por malas asesorías, por mal despacho o por demás componentes que en muchos de los casos son detonantes para las pérdidas que puede llegar a mantener la empresa durante un periodo de tiempo establecido.

Palabras claves: Propuesta de mejora, insatisfacción, empresa, clientes.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

THEME: "Proposal to improve the sales process to reduce customer dissatisfaction in the company Acero Center del Cantón el Coca province of Orellana"

AUTOR: María Amada Armijos Sarango

TUTOR: Ing. Juan Carlos Suarez Pérez

ABSTRAC

The proposal to improve the sales process of the company Acero Center was analyzed from the need to reduce the levels of dissatisfaction that a large part of the company's clients maintain, since many of the clients go with the competition because the company's sales process is not adequate, which is why the improvement proposal is the best alternative that the company has to recover customers who have suddenly lost due to bad advice, bad dispatch or other components that in Many of the cases are triggers for the losses that the company may sustain for a set period of time.

Keywords: Proposal for improvement, dissatisfaction, company, customers.

ÍNDICE GENERAL

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRAC	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
EL PROBLEMA	2
Micro contextualización	2
Análisis Crítico.....	5
Justificación	7
Objetivos	9
Objetivo General	9
Objetivos específicos.....	9
CAPÍTULO II	11
PROPUESTA.....	11
Título de la propuesta a implementarse	11
Objetivos	11
Objetivo General.....	11
Objetivo específico	11

Modelo operativo de ejecución de la propuesta	11
Modelo grafico.....	13
Modelo verbal	14
Modelo matemático	23
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	24
Conclusiones	24
Recomendaciones	25
BIBLIOGRAFÍA	26

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Árbol de problemas Acero Center	5
Gráfico 2. Modelo grafico Acero Center	13
Gráfico 3. FODA Acero Center	15

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Empresa Acero Center.	6
---	---

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ficha técnica del enfoque cualitativo.	8
Tabla 2. Presupuesto de mejora en el proceso de ventas Acero Center	17
Tabla 3. Modelo matemático, Acero Center	23

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación se fundamenta en la propuesta de mejora del proceso de ventas para disminuir la insatisfacción del cliente en la empresa Acero Center del Cantón el Coca provincia de Orellana.

Esta investigación consta de 2 capítulos; en el **Capítulo I** se expone la identificación del problema, contextualización, micro contextualización, análisis crítico, justificación, objetivo general, objetivo específico y en el segundo capítulo participa la propuesta, en esta indagación intervino la identificación de las razones usuales que se muestran dentro del proceso de ventas que lleva actualmente la empresa investigada, así mismo aquí se detalla las causas y efectos acorde a la estructuración del árbol de problemas.

El **Capítulo II**, se realiza posterior a la elaboración del árbol de problemas, en este se establece la propuesta que se tiene previsto implementar para mejorar el proceso de venta donde se incluyó el análisis FODA puesto que para saber hacia dónde se desea ir antes de se debe conocer de dónde se va a partir, además, se proponen la estrategias y alternativas de mejora de la problemática.

Finalmente, en base a todo el trabajo realizado se han obtenido las conclusiones y recomendaciones que se deben implementar dentro de la empresa una vez se implemente dicha propuesta de mejora.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Tema

“Propuesta de mejora del proceso de ventas para disminuir la insatisfacción del cliente en la empresa Acero Center del Cantón el Coca provincia de Orellana”

Micro contextualización

En el Ecuador las empresas preocupadas por sus márgenes de utilidad buscan generar diferentes estrategias de ventas mismas que ayudaran a los departamentos de venta a ser más solventes en sus ventas. Desde el inicio de la transacción comercial hasta la culminación de la misma, el departamento de ventas es de gran importancia para todas las empresas del Ecuador por ello se realizan estudios de ventas que después son analizados de manera general por los directivos de las empresas para la toma de decisiones, en pro de la salud económica de la empresa que dirigen (Organización Mundial del Comercio, 2022).

De forma global la problemática en las ventas de las empresas viene desde antiguos tiempos debido a que los individuos mantienen muchas exigencias y a las empresas les es complicado satisfacer la demanda de exigencias establecidas por los usuarios de sus empresas, esto no solo se da en el Ecuador sino alrededor de todo el mundo (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022).

“Esto es la realidad que actualmente se vive alrededor del mundo ya que más del 80% de las empresas no poseen procesos de venta establecidos” Las empresas a nivel mundial cometen un error en común que es tomar decisiones para incrementar las ventas y solo se enfocan en ello, buscan conseguir nuevos clientes, pero no buscan mantener la sostenibilidad de las ventas y es ahí donde uno se pregunta ¿Dónde quedan los clientes que ya tenía la empresa a quienes se les podría seguir ofertando los productos?

Uno de los mayores ingresos que usualmente son el sustento de las empresas se debe a la fidelización de sus clientes, lamentablemente esto no se logra debido a la falta de conocimiento de las necesidades de los clientes actuales, gustos y el no conocer los niveles de satisfacción, esto quiere decir, no se mantiene una métrica para lograr conocer las necesidades de los clientes para de esta forma poder generar mayores ingresos en ventas de productos (Organización Mundial del Comercio, 2022).

De forma microeconómica se puede visualizar como los procesos de ventas dentro de las empresas ecuatorianas han sido fuertemente afectados debido a la catástrofe mundial que azota desde principios del 2020 donde es notable como el Ecuador no puede recuperarse del todo ya que, debido a la pandemia del COVID-19 la economía se ve afectada alterando los procesos de ventas de las empresas radicadas dentro del país.

Tales son los motivos que actualmente la mayoría de empresas realizan un sin número de estrategias las cuales están enfocadas a la mejora en los procesos de ventas de las empresas o industrias dedicadas a este tipo de transacciones comerciales. La mejora en los procesos de ventas de las empresas ecuatorianas ayuda a las empresas a combatir los problemas de satisfacción de sus demandantes, como se conoce los individuos suelen ser muy exigentes al momento de realizar una compra, por ello, las empresas se ven en la necesidad de unirse a programas donde se realicen gestiones de procesos de ventas, mismos que les ayudaran a elevar sus márgenes de utilidad manteniendo satisfechos a sus demandantes.

En el cantón el Coca de la provincia de Orellana se toma como referencia la empresa Acero Center, quienes actualmente tienen inconvenientes considerables por la insatisfacción de sus clientes al realizar sus compras de acero en ella, ya que, no están conformes con el proceso de ventas, demoras en la atención, mal despacho, precios elevados son algunos de los aspectos mencionados por los clientes de esta empresa, es por ello que la empresa se ve en la necesidad de implementar una propuesta

de mejora en las ventas que ayude a disminuir los niveles de satisfacción de los clientes, pues son el pilar fundamental para el correcto funcionamiento de la empresa.

Se conoce que el crecimiento en el sector de ventas de la provincia de Orellana ha crecido alrededor de un 43% hasta febrero del año en curso, sin embargo, se presentan algunos inconvenientes en ciertas empresas del sector, y es por ello que, las empresas implementan estrategias en los procesos de ventas que los ayuden en la sostenibilidad de sus ventas (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022). Los altos y bajos en las ventas de la empresa Acero Center en muchos de los casos se da por el desempleo que se vive en la provincia, este es otro indicador que afecta de cierta forma a las empresas dedicadas a las ventas de materiales de construcción o bienes y servicios.

Acero Center es una empresa dedicada a la comercialización de materiales de acero teniendo como zona de acción el cantón el Coca y sus alrededores, el crecimiento de la competencia formal e informal, acompañada por el bajo nivel de la gestión del área de ventas a generado un gran problema dentro de la empresa y las incógnitas a resolver son; ¿Cuál es la solución? ¿Cómo se va a realizar?, ¿Qué se necesita para salir de esta situación?

Dentro de la empresa existen 3 áreas de gestión: Dirección, Administración, y Ventas, en la cual en la gestión del área de ventas se requiere implementar estrategias comerciales de marketing ya que existe un alto índice de insatisfacción por parte de los clientes de la misma. Hoy por hoy no hay una adecuada gestión del área de ventas, no se realiza actividades de manera ágil como requieren los clientes, no existe un control de las ventas, no se utiliza indicadores de posicionamiento y las devoluciones por errores de despacho son frecuentes (Robisco, 2017).

De seguir así el futuro de la empresa seguirá siendo el mismo, obtener bajos ingresos, demostrando que no existe un manejo de la parte comercial y administrativa dentro de la empresa. La poca gestión en el área de ventas, generará que Acero Center no obtenga más ventas que en meses anteriores y que su nombre no sea muy conocido

por la calidad y la rapidez de atención a sus clientes. El seguimiento de las ventas diarias realizado da como resultado el reflejo de las dificultades y demoras para cumplir con el pago de los proveedores, optando por el endeudamiento bancario. Si esto tiene continuidad, pueden generar problemas de liquidez, al punto de un cierre temporal o definido por falta de pago, no sólo a los proveedores sino a los trabajadores. La implementación de mejora en el proceso de ventas para la empresa, ayudará a la mejora de la gestión de ventas, progresando en la toma de decisiones de la Directiva de Acero Center, teniendo un mejor control de las ventas en todo momento de la transacción comercial, desde su cotización hasta el momento del despacho, posicionando la empresa, mejorando las ventas, la calidad y rapidez, obteniendo como resultado una mejor gestión por parte del departamento de ventas (Oliva, 2020).

Análisis Crítico

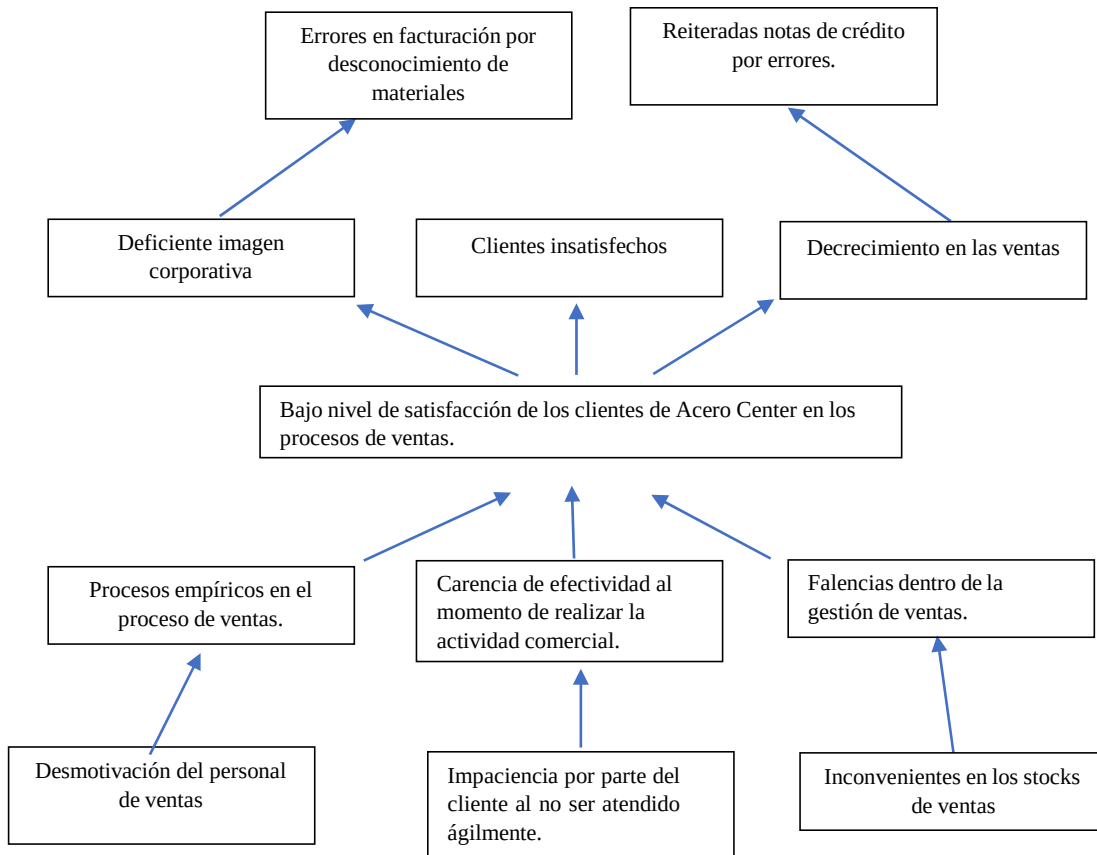


Gráfico 1. Árbol de problemas Acero Center



Ilustración 1. Empresa Acero Center.

Fuente: (Acero Center)

La problemática dentro de los procesos de ventas de Acero Center radica también en que no existe un departamento de ventas que establezca procesos de ventas que mantengan el margen de satisfacción que requieren los demandantes de la empresa, ya que, si esto estuviera de forma estipulada, los empleados seguirían y se regirían a los parámetros previamente establecidos en la empresa.

Otro aspecto que afecta el proceso de ventas es que los empleados no se encuentran en constantes capacitaciones por parte de los ofertantes de la empresa para de esta forma mantenerse actualizados en base a los materiales que oferta la empresa a sus clientes para poder estar preparados para responder cualquier pregunta elaborada por los clientes al momento de llegar realizar alguna cotización hasta llegar al final de la transacción y salir satisfechos con los productos despachados.

Justificación

En esta investigación se espera lograr mejorar los procesos de ventas de los materiales distribuidos y comercializados por “Acero Center” con la mejor calidad en el servicio para de esa manera poder satisfacer de manera eficiente las exigencias de los clientes y contrarrestar la insatisfacción que existe a la actualidad y así poder ser considerada una empresa con la cual competir debido a la confiabilidad y calidad que se ofrece, mejorando la organización e imagen de la misma. En consecuencia, se presentan grandes oportunidades para que la empresa incremente sus ventas, para lo cual será necesario la planeación estratégica de procesos de ventas establecidos, que permitirá expandir su mercado con nuevos potenciales clientes los cuales conocerán un nivel de satisfacción diferente al acostumbrado.

Con esta tesis se pretende ayudar a tener una mejor gestión del área de ventas en la empresa “Acero Center”, la cual se empezó encontrando el problema en que la microempresa tiene falencias, luego de ello se aplican las estrategias de ventas, para conseguir una mejor gestión en el proceso de ventas, por medio de las mejoras del posicionamiento de la empresa, el nivel de ventas, reducción de las devoluciones y mejorar la retención de los clientes, dado que sus estrategias de ventas son nulas y con esas mejoras la empresa puede llegar a aumentar sus ventas en materiales de calidad dando soluciones a las construcciones de la localidad y sus alrededores.

Por lo tanto, es necesario que “Acero Center” aplique nuevas estrategias dentro de sus procesos de ventas para así elevar sus niveles de satisfacción en los clientes, como por ejemplo establecerse fases dentro de la transacción comercial, ofrecer promociones a sus clientes, incrementar el número de ventas, brindar diferenciación en sus materiales y servicios personalizados como el servicio de fletes, entre otros factores que ayudaran a que los materiales ofrecidos por la empresa se posicionen en el mercado y sean reconocidos además de que la empresa se dará a conocer por los altos márgenes de satisfacción que pueden llegar a tener los clientes de “Acero Center”.

Esta investigación, se enfoca en la implementación de estrategias en los procesos de ventas lo cual tiene un gran valor, esencial para el éxito de la empresa, porque depende de una implementación muy bien organizada de estrategias de los procesos de ventas, lo que mejorará la gestión de la empresa y creará el incrementando del nivel de ventas de los materiales varios de la empresa, realizando un buen seguimiento y control de la gestión que realizan los colaboradores de la empresa ya que todas las estrategias de marketing que se va implementar son medibles. ¿A quién beneficia esto? La dirección de la empresa, colaboradores y clientes, con una visión más amplia de posicionamiento en el mercado con calidad y confiabilidad, crearán soporte al cliente para la empresa y materiales de construcción, con crecimiento global a nivel empresarial.

Tabla 1. Ficha técnica del enfoque cualitativo.

Población	3 personas
Muestra	3
Nivel de confianza	100%
Margen de error	0%
Entrevistas aplicadas	3

Elaborado por: La autora

- **Justificación Práctica**

El resultado de la investigación muestra una aplicación concreta y puede mostrar resultados tanto en corto como en largo plazo, así mismo el resultado de la investigación ayudará a mejorar los sistemas y procedimientos de la empresa, esta propuesta también muestra que el resultado de la investigación si ayudará a resolver problemas que mantiene la empresa dentro de su organización y como finalidad el resultado de la investigación será una respuesta o solución a problemas concretos administrativos, contables o económicos, que al aplicarla permitirán mejorar la situación actual que vive la empresa “Acero Center” ya que esta propuesta tendrá resultados distintos a los que anteriormente se llegaron a obtener.

- **Relevancia Social**

Esta propuesta beneficia a la sociedad del cantón el Coca debido a que los demandantes tendrán mayor confiabilidad en los materiales que necesiten comprar para la construcción o mejoramientos de sus viviendas, teniendo la plena confianza que Acero Center cuidara de sus finanzas ofreciéndoles los mejores materiales y los mejores servicios a sus clientes.

- **Conveniencia**

Esta investigación es de gran utilidad para futuras investigaciones dentro de otras empresas dedicadas a la venta de bienes o servicios, debido a que con dicha propuesta de mejora en el proceso de ventas, los niveles de insatisfacción de los clientes bajara y las empresas crecerán de forma considerable en sus actividades ya que se establecerá un proceso secuencial para realizar la actividad comercial desde su inicio hasta el final de la misma de una forma positiva tanto para la empresa como para sus clientes, donde es de gran utilidad mantener un departamento de ventas que vele por la buena toma de decisiones en base a las normas que establezca la empresa en pro de la maximización de su utilidad, asegurando el crecimiento y el desarrollo de la empresa.

Objetivos

Objetivo General

Establecer una propuesta de mejora del proceso de ventas para disminuir la insatisfacción del cliente en la empresa Acero Center del Cantón el Coca provincia de Orellana.

Objetivos específicos

- Establecer un proceso de ventas estructurado con pasos a seguir para que los niveles de satisfacción se eleven.

- Dar a conocer a la empresa cuales serian los pasos a seguir para poder establecer la propuesta de mejora en los procesos de ventas.
- Implementar una propuesta de mejora de procesos en el proceso de ventas de Acero Center.

CAPÍTULO II

PROPUESTA

Título de la propuesta a implementarse

“Propuesta de mejora del proceso de ventas para disminuir la insatisfacción del cliente en la empresa Acero Center del Cantón el Coca provincia de Orellana”

Objetivos

Objetivo General

Dar mejora en el proceso de ventas ya establecido por la empresa, implementando estrategias que ayuden disminuir los niveles de insatisfacción en los clientes.

Objetivo específico

- Conocer el proceso que se lleva a cabo desde la primera interacción con los clientes de Acero Center, para diseñar una metodología de atención al cliente.
- Diseñar pasos a seguir dentro del proceso de atención a los clientes previo a la venta hasta la finalización de la transacción comercial.
- Dar seguimiento a la propuesta de mejora constatando que se la esté implementando y verificando que los márgenes de insatisfacción bajen.

Modelo operativo de ejecución de la propuesta

En este punto de la propuesta se establecerá un sistema de vigilancia donde los gerentes de la empresa deberán constatar que los colaboradores estén cumpliendo con los pasos a seguir dentro. A lo largo de la historia aprendemos que el implementar una propuesta de mejora no es más que gestionar la acción ya realizada por una empresa donde los resultados no están siendo favorables para los intereses de la empresa, esta propuesta puede ser escrito de forma resumida y clara donde se debe constatar como el asesor comercial no ha llegado a interpretar el mercado en el que se desarrolla y como

éste pretende acaparar el mismo, elaborando diferentes objetivos que prevé cumplir a cabalidad para asegurar el posicionamiento de su empresa dentro del mercado económico (López, 2020).

Acero Center es una empresa que se encuentra ubicada en la localidad de la provincia de Orellana, ubicada en un sector estratégico, brindando a los habitantes los mejores materiales para las construcciones y trabajos que deseen desempeñar, con el paso del tiempo la confiabilidad de Acero center se ha visto afectada en gran magnitud, muchos clientes optan por la competencia puesto que indican que en Acero Center no encuentran el nivel de satisfacción al que están acostumbrados.

Esto motivó a los gerentes de la empresa a permitir que los estudiantes sugieran a la empresa una propuesta de mejora para el proceso de ventas de la empresa, pues es ahí donde se presentan grandes problemáticas, el personal de la empresa carece de capacitaciones y por ello no pueden dar solución o respuesta a las inquietudes que pueden presentar los clientes.

Por ello entre las estrategias que se pretenden implementar a la empresa dentro de la propuesta de mejora tenemos:

- Atención inmediata.
- Planificación dentro de la venta.
- Asesoramiento personalizado en base a la necesidad del cliente.
- Interacción mutua.
- Costos competitivos.
- Atracción publicitaria.
- Soluciones inmediatas ante las problemáticas que se lleguen a presentar dentro del proceso de ventas.

La implementación de esta propuesta de mejora en el proceso de ventas de Acero Center prevé mantener en ella estrategias que ayudaran a reducir los niveles de insatisfacción de su clientela, generando nuevas expectativas en los clientes y así

atrayendo a nuevos clientes que depositaran su confianza en los materiales que comercializa la empresa.

- **Modelo grafico**

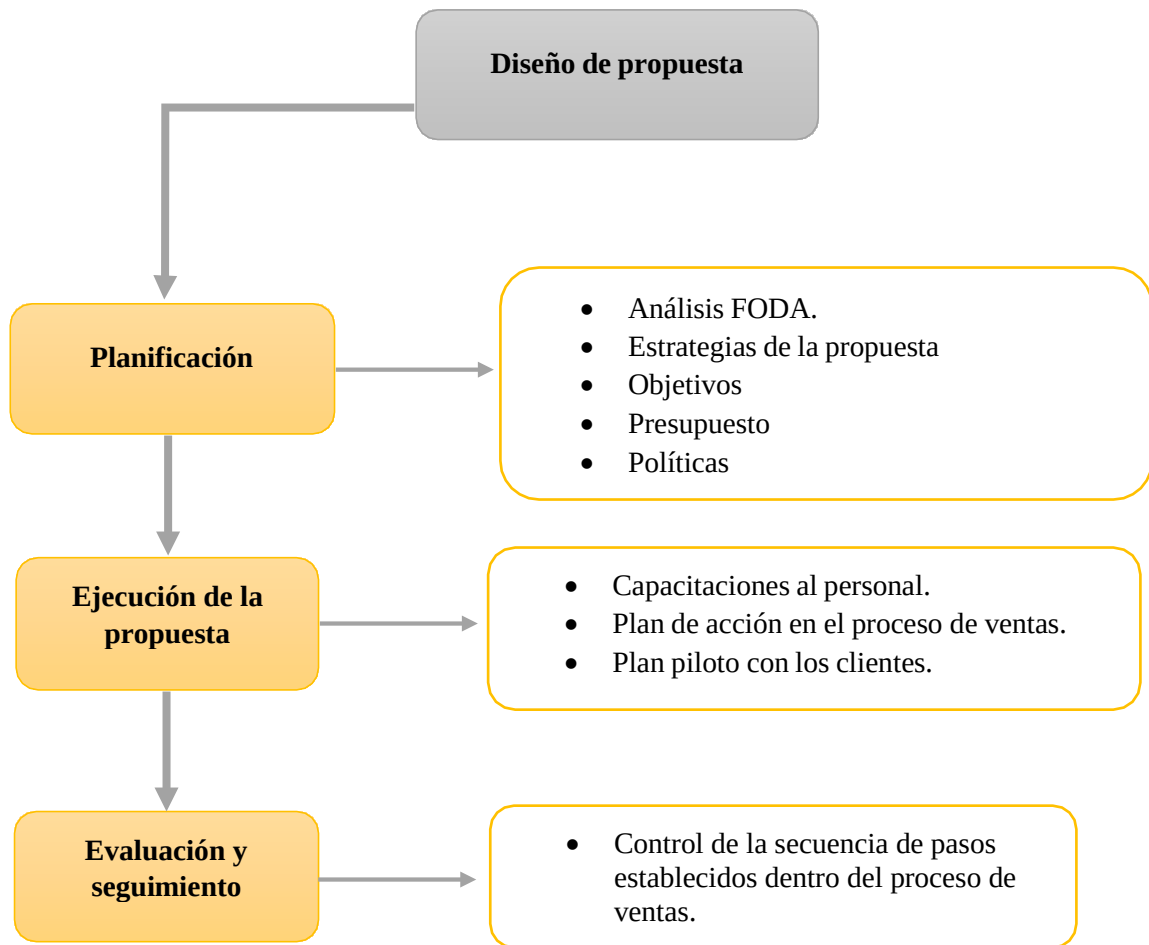


Gráfico 2. Modelo grafico Acero Center.

En el presente modelo gráfico se presenta el diseño de la propuesta de mejora en el proceso de ventas para disminuir la insatisfacción del cliente en la empresa Acero Center del Cantón el Coca provincia de Orellana. Las herramientas que se van aplicar en el proceso del esquema de la propuesta y a la vez nos permita alcanzar una solución factible al problema suscitado en la propuesta planteada con anterioridad.

- **Modelo verbal**

El análisis del modelo verbal o la elaboración de la misma se da con el fin de determinar los principales componentes del modelo, el esquema principal conceptualiza la metodología del análisis orientado en los objetivos de una manera muy simple y su metodología establece una identificación de los principales sustantivos presentes en el modelo de forma descriptiva se plantea el diseño de la propuesta de mejora en el proceso de ventas para disminuir la insatisfacción del cliente en la empresa Acero Center del Cantón el Coca provincia de Orellana.

- a. Planificación**

- **FODA**

El análisis FODA, es una herramienta de gran utilidad para saber cómo se debe elaborar una planificación o una propuesta acerca de alguna problemática establecida, pues es ahí donde la empresa puede realizar un análisis interno que le permitirá conocer la realidad de la gestión que está desempeñando su empresa en las actividades que ésta realiza.

Este análisis muestra las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, luego de realizar dicho análisis se podrán asignar los pasos a seguir dentro de la propuesta para mejorar los pasos en el proceso de ventas, fomentando mejoras en su competitividad.

Según Dyson (2004), *“el análisis FODA (también conocida como DOFA, FODA, MAFE en español y SWOT en inglés) es una de las técnicas más empleadas en la planeación estratégica, en especial para la determinación de la posición estratégica de la empresa”*. Para saber dónde vamos es importante conocer de dónde venimos y como se encuentra la empresa actualmente por ello se ha realizado el análisis FODA de la empresa Acero Center.

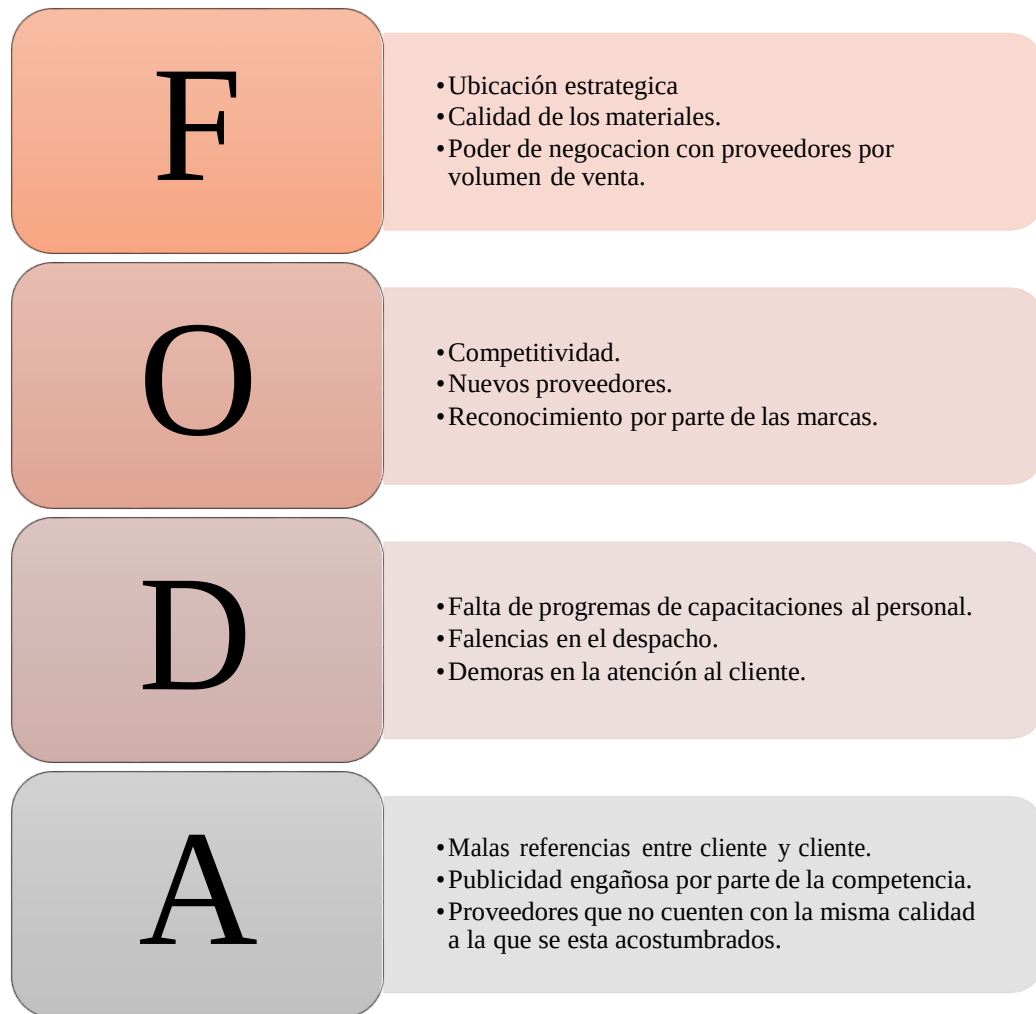


Gráfico 3. FODA Acero Center.

- **Estrategias de la propuesta**

Dentro de las estrategias que se pretenden desarrollar podemos enlistar las más relevantes:

- Elaboración de espacios publicitarios promocionales dentro de las diferentes plataformas digitales que mantiene la empresa.
- Mejoramiento en los plazos de entrega establecidos buscando la satisfacción de los consumidores.
- Orden contable dentro de la organización de la empresa para brindar mayor credibilidad y satisfacción a la clientela.

- Capacitar constantemente al personal para que este tenga el conocimiento necesario para poder responder cualquier inquietud que puedan llegar a tener los clientes.

- **Objetivos**

- Objetivo General**

Reducir de forma considerable los niveles de insatisfacción que poseen actualmente los clientes de la empresa Acero Center, ubicada en el cantón el Coca de la provincia de Orellana.

- Objetivos específicos**

- Capacitar al personal para que tenga mayor conocimiento de los materiales que se comercializan en Acero Center.
- Diseñar e implementar mejoras que ayuden a que el proceso de ventas alcance las expectativas de los clientes.
- Brindar asesorías a los clientes de los materiales que deben adquirir para sus diferentes necesidades, logrando captar la atención de ese cliente, que llevara satisfacción y buenas recomendaciones a futuros clientes.

- **Presupuesto**

El presupuesto que se tiene previsto para la implementación de la propuesta de mejora en el proceso de ventas es básico por parte de los estudiantes, pero se cuenta con el apoyo de los directivos de la empresa quienes inyectaran el flujo de efectivo que se necesitara para nuevas estrategias que mantendrán dicha propuesta con la sostenibilidad que se necesite.

Tabla 2. Presupuesto de mejora en el proceso de ventas Acero Center.

Servicio	Costo Mensual	
Capacitaciones al personal de atención al cliente	\$	40,00
Publicidad en plataformas digitales que atraerán a nuevos clientes.	\$	20,00
Charlas a clientes en base a como se desarrollan las actividades en Acero Center.	\$	20,00
Tarjetas de presentación y volantes*100	\$	20,00
Asesorías en despacho.	\$	30,00
Impulsaciones que atraerán a todo aquel que va pasando por el sector.	\$	25,00
Implementación del servicio de entrega.	\$	250,00
Total	\$	305,00

- **Políticas**

Los empleados tendrán políticas que cumplir, pues es importante que una vez establecido el proceso de ventas los colaboradores de la empresa los cumplan de forma precedida, esto enriquecerá el proceso de ventas y ayudara que todos los clientes reciban en mismo nivel de satisfacción.

Empresa

- Realizar seguimiento a los colaboradores constatando que cumplan con las funciones de la empresa a cabalidad.
- Evaluar durante determinados plazos el accionar de los empleados para con los clientes.
- Fomentar nuevas estrategias que mejores el proceso de ventas.

- Evaluación o Estructuración de estrategias dentro de los procesos de ventas que no estén dando los resultados previstos.

Empleados

- Participar activamente de todas las capacitaciones que establezca la empresa.
- Mantenerse dentro de las políticas de la empresa en cada proceso a implementar.
- Dar seguridad y respaldo a los clientes en las inquietudes que puedan llegar a presentar.

b. Ejecución de la propuesta

• Capacitaciones al personal

Dentro de la implementación de la propuesta de mejora en el plan de ventas se tiene previsto mantener al personal en constante capacitación, mejorando con ello la productividad dentro de las actividades de la empresa, pues un personal capacitado es un personal que muestra confianza a la clientela durante el proceso de ventas, mejorando los niveles de satisfacción de los clientes que mantiene la empresa.

Dentro de las capacitaciones realizadas por la empresa al personal es importante revisar paulatinamente estos aspectos que ayudaran en el cumplimiento e implementación de las nuevas estrategias en los procesos de ventas que sean aprendidos dentro de las capacitaciones.

- Implementación
- Seguimiento
- Evaluación
- Estructuración en caso que se deba hacer modificaciones.

• Plan de acción en el proceso de ventas

Dentro de este plan de acción se planea de forma estratégica indagar en el procedimiento de las ventas que se realizara, se implementará los diferentes pasos

que llevarán a que la transacción sea exitosa desde la primera interacción entre los consumidores y los vendedores. Este plan es una estrategia para saber cómo se desarrollaría el proceso de ventas de manera permanente y como esto podría afectar de manera positiva o de manera negativa a la empresa.

Se pretende que los procesos de ventas de la empresa Acero Center se realicen de forma parametrizada, siguiendo una secuencia de pasos que le brinden seguridad y confiabilidad a los clientes y así asegurar el reconocimiento positivo de la empresa ante los clientes (Stanton, 2005).

Dentro del plan de acción de ventas es importante que se tengan sub estrategias como:

- Publicidad continua en plataformas digitales.
- Técnicas de mercadeo e interacción entre asesor y cliente.
- Técnica del producto adicional.
- Plus dentro del proceso de ventas como el implemento de la movilización de los materiales.

- **Plan piloto con los clientes.**

Una vez acordados los parámetros de la propuesta de mejora en el plan de ventas se establecerá un determinado número de clientes que serán expuestos a una prueba interna por parte de la empresa, con estos clientes se implementará la propuesta dentro de su proceso de ventas para visualizar si la transacción llega a su fin de manera positiva para ambos negociante y a su vez se podrá constatar que los intermediarios están realizando una buena gestión para alcanzar las metas establecidas en ventas y en márgenes de satisfacción.

El proceso de venta se llevará a cabo en base a 8 procesos que se detallan a continuación:

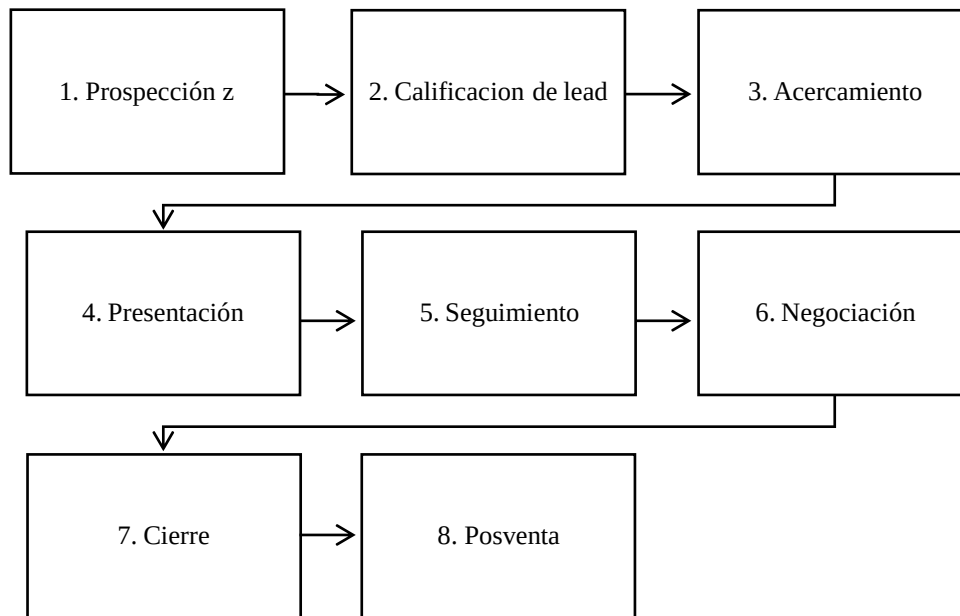


Figura 1. Etapas del proceso de venta

1. Prospección

En primer lugar, está la prospección, para lo cual, los vendedores de la empresa deben:

- Investigar al prospecto.
- Identificar a quienes toman las decisiones de compra.
- Entender los KPI (indicadores)
- Relacionarse con los prospectos.

2. Calificación del lead (prospecto)

Es una etapa que consiste en dividir las bases de datos según la relevancia de cada prospecto o cliente potencial, es decir, determinar a aquellos que presenten más intenciones de comprar el producto o servicio. La calificación pasa por los siguientes puntos:

- Visitante
- Lead

- MQL (Marketing qualified lead)
- Sales Accepted Lead (SAL)
- Sales qualified lead

3. *Acercamiento*

Puede darse en dos fases:

- Pre acercamiento: la antesala de la venta, el vendedor debe conocer al consumidor y tener bien claros los objetivos a alcanzar.
- Segunda fase: lograr una buena impresión, obtener el interés del cliente.
- Crear interés por el producto
- Presentar la propuesta

4. *Presentación*

Es la etapa en la que se tiene contacto directo con el cliente, es determinante mostrar credibilidad, confianza y seguridad.

5. *Seguimiento*

Para dar seguimiento a los clientes en una de las etapas del proceso de compras se debe:

- Identificar correctamente el público objetivo.
- Las plataformas o medios en los que están los clientes.
- Estar cerca del cliente por medios tradicionales o digitales.
- Contratar sistemas para dar seguimiento.

6. *Negociación*

Para la negociación es vital:

- Preparar un guion flexible.
- Ser un buen oyente.

- Manejar objeciones
- Saber manejar las emociones.
- Saber alejarse.

7. Cierre

Para lograr cerrar una venta, se debe:

- Mantener una mentalidad vendedora.
- Conocer al cliente y sus necesidades da una oportunidad más grande de cerrar la venta.
- Planificar la venta, no improvisar.
- Estructurar el plan de ventas y visitas.

8. Pos venta.

La importancia de la pos venta, es que permite fidelizar a los clientes y dotarles de la información necesaria a las empresas, para tomar decisiones sobre la gestión del recurso humano.

- Elaborar bases de datos.
- CRM, etc.

c. Evaluación y seguimiento (Control)

Una vez establecido los pasos a seguir dentro del proceso de ventas es de gran utilidad que la empresa controle que dicha gestión se está cumpliendo a cabalidad por todos los empleados, si llegase a existir un empleado que incumpliera esto afecta de manera negativa a la propuesta que se esté implementando y no ayudaría a reducir los niveles de insatisfacción.

Recordando que la finalidad de la propuesta tiene como objetivo reducir los niveles de insatisfacción de los clientes, por ello es necesario mejorar el proceso de ventas y la empresa tiene la obligación de velar por el bienestar empresarial y por qué sus clientes salgan satisfechos al realizar una compra de sus materiales y a su

vez este regrese por que mantenga la mejor de las impresiones en base a la calidad y al servicio en el proceso de ventas que mantenga la empresa.

Modelo matemático

Tabla 3. Modelo matemático, Acero Center.

Fase	Responsable	Tiempo	Valor
Planificación	Gerencia y Asesores	2 meses	\$ 500
Ejecución de la propuesta	Áreas Funcionales	6 meses	\$ 800
Evaluación y seguimiento	Gerente General	2 meses	\$450
Total			\$ 1.750,00

Elaborado por: La Autora.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- En Acero Center es notable como Acero center ha perdido la confiabilidad y el posicionamiento que tenía anteriormente, pues en la actualidad los procesos de ventas que realiza la empresa son procesos empíricos pues su personal no está totalmente capacitado para realizar un proceso de ventas estructurado.
- Con la Implementación de la propuesta de mejora en los procesos de ventas de Acero Center se ha permitido elaborar esta propuesta de mejora en el proceso de ventas para que los colaboradores mantengan un proceso metodológico de pasos a seguir durante la actividad comercial, esto quiere decir que ellos deberán cumplir a cabalidad los pasos que se establecen dentro de dicho procedimiento.
- Se debe dar seguimiento a la propuesta implementada, verificando que los parámetros se estén cumpliendo a cabalidad, así mismo dentro de las asesorías a los clientes de los materiales que deben adquirir para sus diferentes necesidades se debe lograr captar la atención de cada uno de ellos pues son estos clientes quienes se llevarán la satisfacción que la empresa desea otorgar y así atraerán mayor clientela, pues brindarán reconocimiento ante futuros clientes que llegaran a la empresa para obtener los beneficios que actualmente brinda la empresa.

Recomendaciones

- Establecido un proceso de venta en Acero Center se debe ser constantes en las capacitaciones al personal de la empresa, pues ellos deben estar preparados para responder y resolver cualquier inquietud que mantengan los futuros clientes de la empresa, pues un personal capacitado es un personal que inspira confianza y esto generara que los clientes se mantengan en la empresa.
- Cuando se logre Implementar la propuesta de mejora de procesos en el proceso de ventas de Acero Center se deben mantener en constante aprendizaje, pues el mundo globalizado en el que vivimos es cambiante por ello se debe estar en constante preparación adaptándose a los cambios del mercado financiero donde nos desenvolvemos.
- Es importante que la empresa establezca un seguimiento a la propuesta implementada, verificando que los parámetros se estén cumpliendo dentro de los plazos establecidos por la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- DYSON, R. G. (2004). Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick. *European journal of operational research*, 152(3), 631-640. doi:10.1016/S0377-2217(03)00062-6
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022). *Ecuador Cifras*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonales/Orellana/Fasciculo_Orellana.pdf
- López, F. (2020). *MEDAC, Instituto Oficial de Formación Profesional*. Obtenido de ¿Qué es y cómo se estructura un plan de marketing?: <https://medac.es/blogs/comercio-y-marketing/que-es-y-como-se-estructura-un-plan-de-marketing>
- Oliva, B. &. (2020). Obtenido de Propuesta de mejora en el proceso de ventas de la empresa Productos Razzeto & Nestorovic SAC.
- Organización Mundial del Comercio. (2022). *Organización Mundial del Comercio*. Obtenido de Estadísticas del comercio internacional: https://www.wto.org/spanish/news_s/news21_s/stat_20dec21_s.htm
- Robisco, D. D. (29 de Mayo de 2017). *InformaciónParaLaAcción.com*. Obtenido de Cinco puntos a mejorar en el proceso de ventas: <https://informacionparalaaccion.com/5-puntos-a-mejorar-en-el-proceso-de-venta/>
- Significados. (2022). *Significados.com*. Obtenido de "Presupuesto": <https://www.significados.com/presupuesto/#:~:text=Un%20presupuesto%20es%20una%20previsi%C3%B3n,%2C%20empresas%2C%20organizaciones%20o%20pa%C3%ADses.>
- Silva, D. d. (07 de Mayo de 2017). *Zendesk*. Obtenido de Que hacer cuando un cliente no esta satisfecho: <https://www.zendesk.com.mx/blog/insatisfaccion-del-cliente/>
- Stanton, E. y. (2005). *Fundamentos de Marketing*.

