



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADAS EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

“GESTIÓN DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LOS RESULTADOS  
FINANCIEROS DEL NEGOCIO AUTO SOLUCIONES CHAULIS DE LA  
CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA TUNGURAHUA DEL PERÍODO 2021 -  
2023”

**AUTORAS:**

CUNALATA QUINGAGUANO JENNY PATRICIA

IZA QUINATO A NORMA CLEOFE

**DIRECTOR:**

ECON. VILLACRÉS BORJA RENÉ M.

**PAR ACADEMICO:**

ECON. FIERRO BARRAGÁN SERGIO E.

ING. PAREDES CRUZ RENATO E.

**GUARANDA- ECUADOR**

**2024**

## **TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

GESTIÓN DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LOS RESULTADOS FINANCIEROS DEL NEGOCIO AUTO SOLUCIONES CHAULIS DE LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA TUNGURAHUA DEL PERÍODO 2021 -2023”

## AGRADECIMIENTO

Queremos manifestar nuestra sincera gratitud a Dios, cuya bendición ilumina continuamente nuestros caminos y protege nuestras vidas y las de nuestra familia, manteniéndonos siempre unidos.

Agradecemos profundamente al gerente y al personal del negocio Auto Soluciones Chaulis por confiar en nosotros y permitirnos realizar el proceso investigativo dentro de su negocio.

También extendemos nuestro agradecimiento a la Universidad Estatal de Bolívar, a la Facultad de Ciencias Administrativas y a nuestros profesores, quienes, con sus valiosos conocimientos, han contribuido a nuestro crecimiento profesional. Gracias a cada uno de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad.

Finalmente, expresamos nuestro más sincero agradecimiento al Econ. Villacrés Borja Rene Mesías, quien ha sido un colaborador fundamental durante todo este proceso. Su dirección, conocimiento, enseñanza y apoyo han sido esenciales para el desarrollo de este trabajo investigativo.

Jenny Cunalata y Norma Iza

## DEDICATÒRIA

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición siempre ilumina mis pasos y cuida mi vida y la de toda mi familia para estar siempre juntos. De igual manera mis agradecimientos a la Universidad Estatal de Bolívar, a toda la Facultad de Ciencias Administrativas, a mis profesores quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional para el futuro, gracias a cada una de ustedes por su paciencia, dedicatoria, apoyo incondicional y amistad.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento Econ. Villacrés Borja René Mesías, principal colaborador durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de esta tesis.

*Norma Iza*

Quiero manifestar mi sincera gratitud a Dios, cuya bendición ilumina continuamente nuestros caminos y protege nuestras vidas y a mi familia que siempre me han estado apoyando.

Agradezco profundamente al gerente y al personal del negocio Auto Soluciones Chaulis por permitirme realizar el proceso investigativo dentro de su negocio.

También agradezco a la Universidad Estatal de Bolívar, a la Facultad de Ciencias Administrativas y a nuestros profesores, quienes, con sus valiosos conocimientos, han contribuido a nuestro crecimiento profesional. Gracias a cada uno de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad.

Finalmente, expreso mi más sincero agradecimiento al Econ. René Mesías Villacrés Borja, quien ha sido un colaborador fundamental durante todo este proceso. Su dirección, conocimiento, enseñanza y apoyo han sido esenciales para el desarrollo de este trabajo investigativo.

*Jenny Cunalata*

### CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Econ. “*Villacrés Borja René Mesías*”, Econ. “*Fierro Barragán Sergio Enrique*”, y Ing. “*Paredes Cruz Renato Estuardo*”, en su orden Director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación “GESTIÓN DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LOS RESULTADOS FINANCIEROS DEL NEGOCIO AUTO SOLUCIONES CHAULIS DE LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA TUNGURAHUA DEL PERIODO 2021-2023” desarrollado por las señoritas Cunalata Quingaguano Jenny Patricia & Iza Quinatoa Norma Cleofe.

### CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Administración de Empresas**, por lo tanto, autorizamos su presentación y defensa.

Guaranda, 4 del 10 del 2024

  
Econ. René Mesías Villacrés Borja  
**Director**

  
Econ. Sergio Enrique  
Fierro Barragán  
**Par Académico**

  
Ing. Renato Estuardo  
Paredes Cruz  
**Par Académico**

## DERECHOS DE AUTOR

BIBLIOTECA  
GENERAL

## DERECHOS DE AUTOR

Nosotros Jenny Patricia Cunalata Quingaguano y Norma Cleofe Iza Quinatoa portadores de la Cédula de Identidad No 0250278082 y 1804948071 en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: *Gestión de ventas y su incidencia en los resultados financieros del negocio Auto Soluciones Chaulis de la ciudad de Ambato, provincia Tungurahua del período 2021 -2023, modalidad Proyecto de investigación*, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Los autores declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Jenny Patricia Cunalata Quingaguano

Norma Cleofe Iza Quinatoa

A handwritten signature in blue ink that reads 'Jenny Cunalata'.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Norma Cleofe Iza Quinatoa'.

Jenny Patricia Cunalata Quingaguano

Norma Cleofe Iza Quinatoa

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>DEDICATÒRIA</b> .....	<b>iv</b>
<b>CERTIFICADO DEL DIRECTOR Y PARES ACADEMICOS</b> .....	<b>v</b>
<b>DERECHOS DE AUTOR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b> .....	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>ix</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>xii</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>3</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>4</b>
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>5</b>
<b>FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO</b> .....	<b>5</b>
1.1. Descripción del Problema.....	<b>5</b>
1.2. Formulación del Problema.....	<b>6</b>
1.3. Preguntas de Investigación .....	<b>6</b>
1.4. Justificación .....	<b>7</b>
1.5. Objetivos: General y Específicos.....	<b>8</b>
<i>1.5.1. Objetivo General</i> .....	<b>8</b>
<i>1.5.2. Objetivos Específicos</i> .....	<b>8</b>
1.6. Hipótesis /Idea a defender.....	<b>9</b>
1.7. Variables .....	<b>9</b>
<i>1.7.1 Operacionalización de Variables</i> .....	<b>10</b>

<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>12</b>
MARCO TEÓRICO .....	12
2.1 Antecedentes.....	12
	<b>viii</b>
2.2. Marco Científico.....	19
2.2.1. <i>Gestión de ventas</i> .....	19
2.2.2. <i>Ventas</i> .....	19
2.3. Marco Conceptual.....	20
2.4. Marco Legal.....	21
2.5. Marco Geo Referencial.....	23
2.6. Georreferencial .....	24
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>25</b>
METODOLOGÍA.....	25
3.1. Tipo de Investigación.....	25
3.1.1. <i>Investigación descriptiva</i> .....	25
3.1.2. <i>Investigación bibliográfica</i> .....	25
3.1.3. <i>Investigación de campo</i> .....	25
3.2. Enfoque de la investigación .....	25
3.2.2. <i>Enfoque cualitativo</i> .....	25
3.3. Métodos de Investigación .....	26
3.3.1. <i>Método deductivo</i> .....	26
3.3.3. <i>Método Analítico</i> .....	26
3.3.2. <i>Método inductivo</i> .....	26
3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos .....	26
3.4.1. <i>Encuesta</i> .....	27
3.4.2. <i>Entrevista</i> .....	27
3.5. Universo, Población y Muestra.....	27
3.5.1. <i>Universo</i> .....	27
3.5.2. <i>Población</i> .....	27
3.5.3. <i>Muestra</i> .....	28

3.6. Procesamiento de la Información.....	28
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>30</b>
RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	30
	<b>ix</b>
4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados.....	30
4.1.1. Encuesta dirigida a los clientes.....	30
4.1.2. Encuesta dirigida a los trabajadores de Auto Soluciones Chaulis .....	42
<b>CAPITULO V .....</b>	<b>52</b>
PROPUESTA .....	52
5.1. Tema de la propuesta .....	52
5.2. Antecedentes .....	52
5.3. Justificación .....	53
5.4. Objetivos.....	53
5.4.1. <i>Objetivo General</i> .....	53
5.4.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....	53
5.5. MATRIZ FODA .....	54
5.5.1 <i>Matriz FODA cruzada</i> .....	57
5.6. Plan de acción para el Negocio Auto Soluciones Chaulis .....	60
5.7. Tasa de crecimiento .....	67
5.7.1 Fórmula.....	67
5.7.2. Tasa de Crecimiento, 2021-2022 del Negocio Auto Soluciones Chaulis.....	67
5.7.2. Tasa de Crecimiento del 2022-2023 .....	67
5.8. Resumen de la propuesta .....	68
CONCLUSIONES .....	70
RECOMENDACIONES.....	71
BIBLIOGRAFÍA .....	72

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Operacionalización de Variable Independiente</i> .....	10
<b>Tabla 2</b> <i>Operacionalización de Variable Dependiente</i> .....	11
<b>Tabla 3</b> <i>Género</i> .....	30
<b>Tabla 4</b> <i>Es cliente del negocio de auto Soluciones Chaulis</i> .....	31
<b>Tabla 5</b> <i>¿Qué tan fácil es llegar para ti al negocio Auto Soluciones Chaulis?</i> .....	32
<b>Tabla 6</b> <i>¿Qué servicios le llamo más la atención del negocio Auto soluciones Chaulis?</i> .....	33
<b>Tabla 7</b> <i>¿Encuentras la variedad de repuestos que necesitas en el negocio?.....</i>	34
<b>Tabla 8</b> <i>¿Alguna vez has tenido dificultades para encontrar un repuesto específico en nuestro negocio? .....</i>	35
<b>Tabla 9</b> <i>¿Cuál es tu opinión sobre nuestros precios en relación con los de otros proveedores? .....</i>	36
<b>Tabla 10</b> <i>¿Qué opinas de nuestras promociones y descuentos que ofrecemos? .....</i>	37
<b>Tabla 11</b> <i>¿Cómo evalúas la atención al cliente que recibiste en nuestro Negocio? ..</i>	38
<b>Tabla 12</b> <i>¿Crees que nuestros empleados fueron eficientes y bien informados sobre los productos y servicios? .....</i>	39
<b>Tabla 13</b> <i>¿Qué aspectos podríamos mejorar para ofrecer un servicio más satisfactorio? .....</i>	40
<b>Tabla 14</b> <i>¿Cómo se informó sobre los servicios que oferta el Negocio Auto Soluciones Chaulis.....</i>	41
<b>Tabla 15</b> <i>Ambiente de trabajo</i> .....	43
<b>Tabla 16</b> <i>Problema de infraestructura</i> .....	44
<b>Tabla 17</b> <i>Capacitación para servicio al cliente</i> .....	45
<b>Tabla 18</b> <i>Expectativa laboral</i> .....	46
<b>Tabla 19</b> <i>Aspiración</i> .....	47
<b>Tabla 20</b> <i>Conoce si el negocio cuenta con misión y visión</i> .....	48
<b>Tabla 21</b> <i>Dispuesto a mejorar disponibilidad</i> .....	49

<b>Tabla 22</b> <i>Implementación de un sistema de ventas</i> .....	50
<b>Tabla 23</b> <i>Mejoras con la implementación de un nuevo sistema de ventas</i> .....	51
<b>Tabla 24</b> Análisis horizontal de los productos más vendidos del período 21-23 .....	65

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Ubicación del negocio AUTO SOLUCIONES CHAULIS.....	24
<b>Figura 2:</b> Género .....	30
<b>Figura 3:</b> ¿Es cliente del negocio de auto Soluciones Chaulis? .....	31
<b>Figura4:</b> ¿Qué tan fácil es llegar para ti al negocio Auto Soluciones Chaulis? .....	32
<b>Figura5:</b> ¿Qué servicios le llamo más la atención del negocio Auto soluciones Chaulis? .....	33
<b>Figura6:</b> ¿Encuentras la variedad de repuestos que necesitas en el negocio?.....	34
<b>Figura7:</b> ¿Alguna vez has tenido dificultades para encontrar un repuesto específico en nuestro negocio?.....	35
<b>Figura8:</b> ¿Cuál es tu opinión sobre nuestros precios en relación con los de otros proveedores?.....	36
<b>Figura9:</b> ¿Qué opinas de nuestras promociones y descuentos que ofrecemos? .....	37
<b>Figura10:</b> ¿Cómo evalúas la atención al cliente que recibiste en nuestro Negocio? .....	38
<b>Figura11:</b> ¿Crees que nuestros empleados fueron eficientes y bien informados sobre los productos servicios?.....	39
<b>Figura12:</b> ¿Qué aspectos podríamos mejorar para ofrecer un servicio más satisfactorio?.....	40
<b>Figura13:</b> ¿Cómo se informó sobre los servicios que oferta el Negocio Auto Soluciones Chaulis? .....	41
<b>Figura 14:</b> Ambiente de trabajo .....	43
<b>Figura 15:</b> Problema de infraestructura.....	44
<b>Figura 16:</b> Capacitación para servicio al cliente .....	45
<b>Figura 17:</b> Expectativa laboral .....	46
<b>Figura 18:</b> Aspiración.....	47
<b>Figura 19:</b> Conoce si el negocio cuenta con misión y visión.....	48
<b>Figura 20:</b> Dispuesto a mejorar disponibilidad .....	49
<b>Figura 21:</b> Implementación de un sistema de ventas .....	50
<b>Figura 22:</b> Mejoras con la implementación de un nuevo sistema de ventas .....	51

**ÍNDICE DE ANEXOS**

<b>Anexo A</b> Cronograma Tentativo (Gantt) .....	75
<b>Anexo B</b> Presupuesto .....	77
<b>Anexo C</b> Entrevista .....	78
<b>Anexo D</b> Encuesta a clientes .....	80
<b>Anexo E</b> Encuesta a trabajadores .....	82
<b>Anexo F</b> Visitas al Negocio, Entrevista, Encuestas .....	84
<b>Anexo G</b> Carta de Aceptación de la Empresa.....	85
<b>Anexo H</b> Certificado de Turnitin .....	86
<b>Anexo I</b> Captura de Turnitin .....	87

## INTRODUCCIÓN

Este estudio se lleva a cabo con el objetivo de entender cómo la gestión de ventas impacta los resultados financieros del negocio Auto Soluciones Chaulis, ubicado en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. La gestión de ventas se define como el enfoque estratégico para planificar, coordinar y supervisar todas las actividades relacionadas con la comercialización de productos o servicios. Este proceso implica establecer metas de ventas claras, diseñar estrategias para alcanzarlas y gestionar el equipo de ventas. También abarca la fijación de precios, la implementación de tácticas promocionales y la administración de las relaciones con los clientes mediante sistemas. Además, incluye la captación de nuevos clientes, la formación continua del equipo de ventas y la evaluación del desempeño mediante indicadores clave. Su objetivo principal es maximizar los ingresos y mejorar la satisfacción del cliente, optimizando al mismo tiempo los recursos y procesos de venta. A continuación, se detallan los cuatro capítulos que conforman este estudio investigativo.

**El Capítulo I,** En el primer capítulo se define el tema de investigación y se presenta el planteamiento del problema a diferentes niveles (macro, meso y micro). También se detalla la justificación de la investigación, explicando las razones que motivan el estudio. Asimismo, se establecen los objetivos, las hipótesis, y se identifican tanto la variable dependiente como la independiente. Finalmente, se lleva a cabo la operacionalización de las variables.

**El Capítulo II,** En este capítulo se desarrolla el marco teórico, que incluye antecedentes investigativos relacionados con el control de inventarios y la rentabilidad. Se recopilan trabajos académicos y científicos publicados en diversas bases de datos de búsqueda científica. También se explican los conceptos y definiciones de las variables de investigación, obtenidos de distintos libros. Además, la investigación debe estar fundamentada en la base legal, por lo que se detallan las normativas y leyes pertinentes al tema. Finalmente, se incluye una descripción del lugar de la institución que será objeto del estudio.

**En el Capítulo III,** En este capítulo se detalla la metodología de la investigación, especificando el tipo de estudio, que en este caso es tanto descriptivo como explicativo. Se describen los métodos de investigación utilizados, incluyendo los métodos. Además, se explica el proceso de recolección de datos, se define el ámbito del estudio, se especifica el nivel o el período de la investigación, y se determina la población y la **muestra a analizar.**

**En el Capítulo IV:** En el capítulo cuatro se exponen los resultados mediante análisis descriptivos que permiten verificar las hipótesis planteadas. Además, se incluye una discusión detallada de los resultados obtenidos.

**En el Capítulo V:** En este capítulo se presenta la propuesta, que incluye el planteamiento de estrategias de inversión por destino. Se profundiza en las actividades del componente que aseguran una gestión eficaz de los riesgos, incluyendo políticas y procedimientos, así como aprobaciones, autorizaciones y verificaciones. Finalmente, se detallan las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio.

## RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo principal analizar la gestión de ventas y su incidencia en los resultados financieros del negocio Auto Soluciones Chaulis en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, durante el período 2021-2023. El negocio, dedicado a la venta de repuestos de autos, servicios de mecánica automotriz y lavado de vehículos, ha experimentado una variación en su comportamiento de ventas debido a diversos factores internos y externos.

Para llevar a cabo este análisis, se realizaron los siguientes objetivos específicos: en primer lugar, se efectuó un diagnóstico situacional del negocio, evaluando la infraestructura, los equipos y el entorno competitivo. En segundo lugar, se analizó el comportamiento histórico de las ventas tanto de los productos como de los servicios ofrecidos, considerando los factores que afectaron los resultados financieros en cada año del período estudiado.

El análisis reveló que Auto Soluciones Chaulis cuenta con fortalezas significativas, como la diversificación de servicios y un posicionamiento favorable en el mercado local. Sin embargo, también enfrenta desafíos relacionados con la falta de modernización de equipos, no cuenta con marketing digital y la dependencia de temporadas altas para mantener constantes ingresos.

Este trabajo concluye que, para mejorar la gestión de ventas y optimizar los resultados financieros, es necesario implementar estrategias, modernización de los equipos, mayor digitalización de los procesos de ventas, y desarrollar una estrategia de marketing que atraiga a nuevos clientes y fidelice a los actuales. Finalmente, la implementación de estas recomendaciones permitirá a Auto Soluciones Chaulis consolidarse como un negocio competitivo en el sector automotriz de la región.

**Palabras claves:** Gestión de ventas, Resultados financieros, Comportamiento de ventas, Análisis financiero, Estrategias de ventas.

## ABSTRACT

The main objective of this study is to analyze sales management and its impact on the financial results of the Auto Soluciones Chaulis business in the city of Ambato, province of Tungurahua, during the period 2021-2023. The business, dedicated to the sale of car parts, auto mechanic services and vehicle washes, has experienced a variation in its sales behavior due to various internal and external factors.

To carry out this analysis, the following specific objectives were carried out: first, a situational diagnosis of the business was carried out, evaluating the infrastructure, equipment and competitive environment. Secondly, the historical behavior of sales of both the products and services offered was analyzed, considering the factors that affected the financial results in each year of the period studied.

The analysis revealed that Auto Soluciones Chaulis has significant strengths, such as the diversification of services and a favorable positioning in the local market. However, it also faces challenges related to the lack of equipment modernization, lack of digital marketing and dependence on peak seasons to maintain constant revenue.

It is necessary to implement strategies, modernize teams, greater digitization of sales processes, and develop a marketing strategy that attracts new customers and builds loyalty among current ones. Finally, the implementation of these recommendations will allow Auto Soluciones Chaulis to consolidate itself as a competitive business in the automotive sector in the region.

**Keywords:** Sales Management, Financial Results, Sales Behavior, Financial Analysis, Sales Strategies.

# CAPÍTULO I

## FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

### 1.1. Descripción del Problema

Auto Soluciones Chaulis comenzó sus actividades como una microempresa familiar en la ciudad de Ambato, ubicada en la Provincia de Tungurahua, en el año 2016. Se especializa en la venta al por menor de diversos repuestos automotrices para vehículos livianos, pesados y maquinaria agrícola. Desde principios de 2016, ha ampliado su oferta de repuestos.

Además, proporciona servicios de mecánica automotriz y lavado de vehículos

En los últimos años el negocio Auto soluciones Chaulis se ha mantenido dentro del mercado, sin embargo, tiene dificultades en: planificación de compras, registro de ventas, la contabilidad es manual, no cuenta con objetivos comerciales definidos, estrategias de marketing para la captación de clientes.

La planificación de compras es el proceso mediante el cual una organización identifica, evalúa y anticipa las necesidades de adquisición de bienes o servicios que son necesarios para su funcionamiento. Este proceso implica una serie de actividades que van desde el análisis de la demanda y la evaluación de proveedores hasta la determinación de presupuestos y la gestión del inventario.

El plan de ventas es una herramienta en donde se definen las ventas que se ejecutarán en un determinado período de tiempo esto en función de las características, del producto, la empresa y el mercado, ayuda a obtener los bienes y servicios necesarios en el momento adecuado, al precio correcto y con la calidad esperada, contribuyendo así al éxito y la eficiencia de sus operaciones.

La contabilidad manual es el procedimiento tradicional de registrar, clasificar y resumir las transacciones financieras de una organización manipulando, libros de contabilidad físicos, estos pueden ser: libros mayores, libros diarios y registros auxiliares, lo cual

nos sirve de guía para realizar todas las operaciones contables se realicen a mano, sin el uso de software o sistemas informáticos especializados.

## **1.2. Formulación del Problema**

¿De qué manera influye la gestión de ventas en los resultados financieros del negocio Auto soluciones Chaulis?

## **1.3. Preguntas de Investigación**

- a) ¿Las ventas han mantenido un descenso en los tres últimos años?
- b) ¿Cuál es el efecto de las campañas de marketing y promoción en la gestión de ventas de Auto soluciones Chaulis y cómo se traduce esto en los resultados financieros de la empresa?
- c) ¿Cómo ha respondido Auto soluciones Chaulis a las tendencias cambiantes del mercado y cómo ha afectado esto a su desempeño financiero en términos de ingresos y rentabilidad?
- d) ¿Cuál es el impacto de la capacitación y el desarrollo del equipo de ventas de Auto soluciones Chaulis en la efectividad de la gestión de ventas y en los resultados financieros de la empresa?
- e) ¿Cómo afecta la gestión de ventas en el Negocio Auto soluciones Chaulis durante el período 2021 al 2023?

#### **1.4. Justificación**

La presente investigación que se realizó es de gran importancia, ya que el tema principal habla sobre la gestión de ventas que es un componente crítico para el éxito financiero de cualquier negocio, especialmente en el sector de ventas de repuestos de vehículos, durante el período comprendido entre 2021 y 2023, la efectividad en la gestión de ventas tiene un impacto significativo en los estados financieros de la empresa.

Aquí se presenta una justificación detallada, las ventas de repuestos de vehículos constituyen la principal fuente de ingresos para el negocio, y el servicio de lavado, mecánica automotriz, una gestión de ventas eficiente puede aumentar los volúmenes de venta, lo que se traduce en mayores ingresos, durante el período mencionado, un enfoque estratégico en la gestión de ventas ha impulsado el crecimiento de los ingresos de manera consistente año tras año, la gestión de ventas impacta directamente en los ingresos por ventas.

Esta indagación permitió detectar claramente cuáles son las diferentes debilidades y anomalías que puede existir en la gestión de ventas, y su incidencia en los estados financieros, para lo cual se identificó soluciones a los diferentes problemas detectados y diagnosticados para obtener mejores ingresos, los mismos que generan utilidades de los diferentes productos, servicios que ofrece el negocio.

Un enfoque efectivo aumenta las ventas de repuestos de vehículos, ya sea mediante estrategias de marketing, desarrollo de relaciones con clientes existentes o identificación de nuevos segmentos de mercado lo que se traduce en un aumento de los ingresos reportados en los estados financieros.

Es de vital importancia, que la gestión de ventas influye en el margen de beneficio de cada venta. Estrategias como la fijación de precios, la gestión de inventario y las negociaciones con proveedores, afecta directamente la rentabilidad de cada transacción, un enfoque eficiente ayuda a mantener márgenes saludables y optimizar la rentabilidad, la gestión de ventas es fundamental para el éxito financiero a largo plazo de una empresa de venta de repuestos de vehículos, durante el período 2021-

2023, un enfoque estratégico en la gestión de ventas contribuye significativamente al crecimiento de los ingresos, la rentabilidad, la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente, lo cual se reflejarían en los estados financieros del negocio.

Los principales beneficiarios del trabajo de investigación son los propietarios y clientes, ya que obtuvieron acceso a información más detallada sobre los productos y servicios ofrecidos por el negocio.

La investigación concluyó con una propuesta para implementar un sistema de ventas, establecer objetivos y crear estrategias con el fin de mejorar la rentabilidad sobre la inversión y reducir la rentabilidad sobre el patrimonio de la empresa, el enfoque de la investigación se centró en estudiar la Gestión de Ventas y su impacto en los resultados financieros, un factor crucial, determina el éxito o fracaso de cualquier empresa, negocio en cualquier sector. Se analizó específicamente cómo esta variable afecta la rentabilidad de Auto soluciones Chaulis durante el período de 2021 a 2023.

## **1.5. Objetivos: General y Específicos**

### ***1.5.1. Objetivo General***

Diseñar estrategias para el mejoramiento de las ventas del negocio Auto Soluciones Chaulis de la ciudad de Ambato, provincia Tungurahua

### ***1.5.2. Objetivos Específicos***

- Analizar el comportamiento histórico de las ventas de los productos y servicios del negocio Auto Soluciones Chaulis de la ciudad de Ambato
- Definir estrategias para mejorar las ventas del negocio Auto Soluciones Chaulis de la ciudad de Ambato
- Establecer directrices para un plan de acción del negocio Auto Soluciones Chaulis de la ciudad de Ambato

### **1.6. Hipótesis /Idea a defender**

H1: La gestión de venta incide en los resultados financieros del Negocio

H2: La gestión financiera no incide en los resultados financieros del Negocio

### **1.7. Variables**

Variable independiente: Gestión de Ventas

Variable dependiente: Resultados financieros

### 1.7.1 Operacionalización de Variables

#### Operacionalización de variable independiente Gestión de Ventas

**Tabla 1**

*Operacionalización de Variable Independiente*

<b>Tipo de Variables</b>	<b>Variables</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnicas/Instrumentos</b>
Independiente	<i>Gestión de ventas</i>	La gestión de ventas abarca la contratación, capacitación, motivación y coordinación del equipo de ventas de una empresa.	Volúmenes de ventas Número de clientes Ingreso por ventas	Cantidad de ventas Número de clientes nuevos Ingreso total por venta Porcentaje de aumento en comparación con el período anterior	Encuesta y entrevista

*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024)*

## Operacionalización de variable dependiente Resultados Financieros

**Tabla 2**

*Operacionalización de Variable Dependiente*

Tipo de Variables	Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnicas/Instrumentos
Dependiente	<i>Resultados financieros</i>	<p>En estas columnas se Determina las cifras Que serán presentadas en el estado financiero Y estas son los resultados de sumar los asientos de recalificación de las cifras obtenidas en la balanza previa. (Fernández, 2015)</p>	<p>Ingresos netos</p> <p>Ganancia Bruta</p> <p>Rentabilidad</p> <p>Flujo de caja</p>	<p>Ingresos netos totales</p> <p>Ganancia bruta total</p> <p>Rentabilidad porcentual</p> <p>Flujo de caja disponible</p>	Encuesta y entrevista

*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024)*

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes

Esta investigación está fundamentada con información proveniente de diversos estudios, tales como artículos, proyectos de investigación y material informativo disponible en internet, relacionados con la gestión de ventas y la incidencia en los resultados financieros de un período de tiempo del 2021-2023. Esta información ha sido de gran importancia para llevar a cabo este proyecto de investigación “REGISTRO DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN EL ESTADO DE RESULTADOS DE LA EMPRESA JK REPUESTOS E.I.R.L”, **Autores:** Cano Silva, Diego Antonio, Cárdenas García, Brenda Stephany, Vargas Morales, Adriana Alejandra Año.2021, **Editorial.** Repositorio.ucv.edu.pe

#### **Problema:**

Para (Cano Silva, 2021) su principal problema es:

Muchas de las empresas se centran exclusivamente en el producto que venden, sin saber que piensa el cliente sobre el servicio. Las empresas enfocadas en el cliente han sabido distinguirse de sus competidores por la calidad de servicio, ganando la confianza y la lealtad de los clientes y, por tanto, buenos resultados comerciales. Jk Repuestos E.I.R.L, es una empresa peruana, enfocada en la compra y venta de repuestos automovilísticos, creada en el año 2011 con el fin de dar estricto cumplimiento a los contratos adquiridos con los clientes, manteniendo la calidad en productos y servicios. La empresa tiene dificultad con la planificación y venta, no cuenta con objetivos comerciales definidos, ni con una estrategia para la captación de clientes (Cano Silva, 2021).

El objetivo general planteado por (Cano Silva, 2021) es “Analizar los registros de ventas y su incidencia en los estados de resultados de la empresa JK Repuestos E.I.R.L.” (pág.7)

De la misma manera (Cano Silva, 2021) plantea los siguientes objetivos específicos

- a) Estudiar el registro de ventas de la empresa JK Repuestos E.I.R.L
- b) Proponer una estrategia de ventas y objetivos comerciales con metas definidas.
- c) Identificar cómo afecta el registro de ventas en los estados de resultados de la empresa. (pág. 7)

### **Concluye:**

Del análisis de registro de ventas, observamos que influye positivamente en la empresa JK Repuestos E.I.R.L, ya que hubo un incremento en las ganancias y aumentó su cartera de clientes, entre ellos tenemos al Sr Cesar Acuña, la Universidad Cesar Vallejo, entre otros, Concluimos, que la empresa no tiene establecido sus objetivos con metas definidas, por ello sería conveniente que la empresa plantee sus objetivos, Los estados financieros de los 2 últimos años de la empresa, observamos que obtuvieron mayores ganancias y ganaron clientes, para este año 2021 aun no podemos saber ya que aún no declaran a SUNAT. (pág. 17)

’LA GESTIÓN DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA CARTERA VENCIDA DE ALMACENES ARCOS, CIUDAD DE GUARANDA PROVINCIA BOLÍVAR AÑO 2023.’, **Autor.** Alexis Calero **Año.**2023, **Editorial.** Repositorio.ueb.edu.ec

### **Problema**

Para su (Calero, 2023) principal problema es

La ciudad de Guaranda, dentro del censo del INEC tiene una población de 55.374 el cual representa el 60.26% de toda la población Guarandeña, teniendo como principal fuente de ingresos económicos la agricultura y ganadería, con un 80% y obteniendo el primer lugar; en segundo lugar, el comercio con un 7.3%, manufactura con un 5.1%, construcción con un 3.7%, transporte con un 2.9% y establecimientos financieros con un 0.9%. La población económicamente activa (de los 18 a 64 años) del cantón es de; 38.697 personas según el último censo del año 2010, el cual del total de la población el 42,15% corresponde a la población femenina y el 53,18% a la población masculina dentro de la población económicamente activa de la ciudad. (CENSO, 2010)

Para la implementación del comercio dentro de nuevos emprendimientos en la población Guarandeña, el Ing. Armando coronel propietario de Almacenes Arcos

S.A; lanza al mercado del comercio; electrodomésticos, bienes muebles para el hogar y oficina; a fin de satisfacer las necesidades de muchos clientes que buscaban una atención personalizada; que durante algunos años ha contribuido en el desarrollo empresarial del cantón, atendiendo eficientemente la necesidad de los hogares guarandeños. (S.A, 1997)

Según los balances de Almacenes ARCOS S.A, existe evidencia de una inadecuada colocación de dinero, reflejando valores contables al año 2022, con una cartera vencida de \$30.000; que va influyendo directamente en la rentabilidad de la institución; causal de la debilidad de la gestión administrativa del almacén. La falta de la aplicación correcta de los procesos y procedimientos para la recuperación de 5 la cartera por parte del personal de cobranza ha provocado que el almacén tenga un alto índice de morosidad.

Motivo por el cual el almacén atraviesa una situación económica altamente peligrosa para la subsistencia de esta, ya que el indicador de morosidad supera los niveles propios del mismo, por tal se plantea el siguiente problema de investigación. Una de las principales causas de la baja demanda es que, el almacén no cuenta con la debida publicidad que le permita dar a conocer todos los servicios que ofrece, y así persuadir a los clientes en su decisión de compra, sin publicidad, lo que ha logrado es el desconocimiento del almacén y que no tenga un buen posicionamiento en el mercado.

Otra causa es que no cuenta con una página web propia de la sucursal, lo que ha provocado que el almacén no esté preparado para competir con los grandes almacenes que existe en el mercado de la ciudad, disminuyendo las ventas y afectando la rentabilidad de este. (pág. 4)

### **Objetivos:**

El objetivo general planteado por (Calero, 2023) es, " Conocer la proporción de la cartera vencida de los clientes de Almacenes Arcos ciudad de Guaranda Provincia Bolívar." (pág.7)

De la misma manera (Calero, 2023) como objetivos específicos se plantea lo siguientes:

- a) Realizar el diagnóstico del almacén sobre la situación actual que atraviesa y las repercusiones en la rentabilidad.

- b) Analizar la incidencia de la cartera vencida y la gestión de ventas.
- c) Plantear estrategias para la gestión de ventas y recuperar la cartera vencida de almacén Arcos S.A

**Concluye:**

Por último (Calero, 2023) concluyen con lo siguiente:

Después de realizar el diagnóstico al almacén se pudo evidenciar que atraviesa por altos índices de cartera vencida de los clientes ya que dejaron pasar por alto, desde años atrás a incrementado considerablemente perjudicando a la rentabilidad del mismo, perdiendo el posicionamiento en el mercado local, La incidencia en la cartera vencida se debe a los constantes retrasos y resistencia que cierto número de clientes mantienen en no realizar sus pagos a tiempo, debido a la situación económica que atraviesa el país y las familias como consecuencia del Covid-19 dado en años anteriores, indicador primordial en el deterioro de la cartera vencida, De acuerdo a la investigación realizada se determina que hay que elaborar diferentes estrategias para disminuir la cartera vencida que se da en el almacén ARCOS S.A ya que la misma pone en riesgo la rentabilidad de sus diferentes actividades que están al servicio de la sociedad guarandeña.(pág. 59)

LA IMPORTANCIA EN LA TOMA DE DECISIONES EN LA GESTIÓN DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LOS ESTADOS FINANCIEROS EN LA TIENDA LA CURALAO ATE LIMA EN LOS PERIODOS 2017 Y 2018”.”,

**Autor.** Manuel Eduardo Aranda Fernández **Año.**2021, **Editorial.** [repositorio.urp.edu.pe](http://repositorio.urp.edu.pe)

**Problema:**

Para (ARANDA, 2021) La actividad de las tiendas especializadas en electrodomésticos concentra el 49 por ciento de las ventas en este mercado nacional, según canales de comercialización, mientras que las tiendas por departamento y home center el 26 por ciento, las tiendas especializadas como Carsa, La Curacao, Elektra, Tiendas Efe e Hiraoka, poseen cerca de 240 locales a nivel nacional.

El mercado de electrodomésticos está segmentado en tres divisiones: línea blanca (refrigeradoras, lavadoras, cocinas, hornos microondas), línea marrón (equipos de audio y vídeo como equipos de sonido, MP3, MP4, televisores, DVD, filmadoras, etc.) y pequeños electrodomésticos (licuadoras, planchas, ollas arroceras, cafeteras,

aspiradoras, etc.), donde están sujetas a un comportamiento estacional, concentrándose básicamente en tres campañas: Día de la Madre (mayo), Fiestas Patrias (julio) y Navidad (diciembre), que es la más importante del año.

Los estados financieros son importantes para cada una de las actividades que realizan las tiendas especializadas en electrodomésticos para dar soluciones a los problemas, por medio de la lectura de los estados financieros presentados a los gerentes, clientes y empleados se pueden dar cuenta del desempeño del mercado de electrodomésticos.

La mayoría de las empresas en nuestro país tienen muchos problemas y esto sucede por las malas decisiones que toman los gerentes o responsables por no tener los estados financieros a mano y así puedan llevar a la empresa al manejo positivo de la misma todo a base de los estados financieros que tengan conocimiento al día los gerentes de tienda.

El Grupo EFEL tiene como brazo financiero a Financiera Efectivo SA como tal otorga principalmente créditos para financiar las compras de electrodomésticos a Conecto Retail SA que opera bajo las marcas tiendas Efe y tiendas La Curalao.

Los gerentes de Conecto Retail SA, al no conocer los estados financieros va a existir un mal manejo y desarrollo de las tiendas que tienen a cargo donde va a generar problemas en la falta de stock y de surtido de productos en la tienda y por ende la baja venta de mercadería por falta de stock. También si sumamos la falta de conocimiento para poder usar esta herramienta que son los estados financieros es por eso que el gerente de tienda tiene que tener conocimiento y saber la lectura de los estados financieros y así puedan realizar una buena gestión de ventas. La información tiene que ser rápida para que los gerentes de tienda puedan lograr sus objetivos en la empresa, es por eso nuestra investigación se basa a la importancia de los estados financieros que tiene los gerentes de tienda para la gestión de ventas en la Tienda La Curalao Ate Lima 2017 y 2018 tomando como objeto la importancia de los estados financieros de la empresa Conecto Retail SA. Financiera Efectivo y Tienda La Curalao Ate Lima.

Por otro lado, si tenemos personal que no tiene conocimiento y no está capacitado en la lectura de los estados financieros no van a tener ideas claras a las decisiones

que deben de tomar esto crea problemas de baja de venta en las tiendas por varios factores solo por el desconocimiento de los estados financieros.

Después de haber descrito la problemática relacionada con el tema, a continuación, con fines metodológicos fue delimitada en los siguientes aspectos:

**Delimitación espacial:** El ámbito donde se desarrolló la investigación es en la tienda La Curalao que se dedica a la venta de electrodomésticos, que pertenece a las empresas del grupo EFEL que tiene como brazo financiero a Financiera Efectivo, como tal otorga principalmente créditos para financiar las compras de electrodomésticos a Conecto Retail que opera bajo las marcas Tiendas EFEL y La Curalao.

**Delimitación temporal:** tenemos que el periodo temporal es de los años 2018 y 2017

**Delimitación social:** Es el medio de documentación y sistema interno de ventas SAI donde se pudo ver información de ventas costos y participación de la tarjeta única ya que no cuenta con estados financieros siendo aplicado en la tienda La Curalao Ate Lima.

### **Objetivo:**

El objetivo general planteado por (ARANDA, 2021) ,es ‘ ‘ Determinar cómo influye la importancia de los estados financieros en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017’’(pág.3)

De la misma manera (ARANDA, 2021) como objetivos específicos se plantea lo siguiente:

- a) Identificar los puntos críticos en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017
- b) Aplicar las herramientas para la solución de los puntos críticos en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017(pág.4)

### **Conclusión:**

Por último (ARANDA, 2021) concluyen con lo siguiente.

Para poder tener el análisis de los estados financieros de la tienda se tuvo que recopilar información en el sistema SAI (sistema de ventas, stock y comisiones) de igual manera documentación de pagos de servicios públicos y servicios de tercero e información de correos, siendo de esta manera que se armó los estados de resultado de los años 2018 y 2017 ya que el gerente de tienda no cuenta con esta herramienta siendo incierta su gestión. Siendo sus resultados negativos en el ejercicio 2018 y 2017.

El gerente de tienda no tiene ningún conocimiento de la lectura y mucho menos del análisis de los estados financieros, ya que no cuentan con la herramienta de los estados financieros teniendo una gestión a la deriva con respecto a los resultados y rentabilidad de la tienda y esto es reflejado en los resultados negativos en los estados de resultado de la tienda del ejercicio de los años 2018 y 2017.

Todos los gerentes de tienda no cuentan con una herramienta que les permita revisar información al día y oportuna de los estados financieros y a la vez le sumamos el desconocimiento de la lectura y mucho menos el análisis de los estados financieros nos vemos con un problema en el estándar del mercado que deben tener los gerentes de tienda y trayendo problemas de rentabilidad de la empresa porque no se a desarrollar y crecer en su sector Retail. Siendo la gestión de la gerente de tienda incierta.

Con la utilización estas investigaciones similares a nuestro tema de investigación, podemos manifestar que la gestión de ventas es un tema ampliamente investigado en el ámbito empresarial, ya que tiene un impacto directo en la sostenibilidad y el crecimiento de las empresas, negocios.

Las ventas representan la principal fuente de ingresos para las empresas, negocios, y su adecuada planificación, ejecución y control son esenciales para alcanzar objetivos financieros y estratégicos.

La gestión de ventas nos ayuda en el negocio a mejorar las actividades como son las ventas de artículos de repuestos y servicios a ofrecer, y su incidencia en los estados financieros es significativa, ya que las ventas representan la principal fuente de ingreso, implementaremos estrategias que mejoren la gestión de ventas la cual

ayudara a obtener un impacto positivo en los estados financieros en el negocio AUTO SOLUCIONES CHAULIS.

## **2.2. Marco Científico**

### ***2.2.1. Gestión de ventas***

Para (Palacios, 2023) la gestión de ventas es el proceso de desarrollar una fuerza de ventas a través de la coordinación de estrategias y tácticas de venta más efectivas, las cuales permitan alcanzar los objetivos comerciales.

#### **2.2.1.1. Tipos De Gestión**

- a) **Gestión Estratégica:** es el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar las decisiones interfuncionales que permiten a la organización alcanzar sus objetivos. Ello implica integrar la administración, la mercadotecnia, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones, la investigación y el desarrollo y los sistemas computarizados de información para obtener el éxito de la organización. (Fred, 1997)
- b) **Gestión Administrativo:** “Es uno de los temas más importantes a la hora de tener un negocio ya que de ella va depender el éxito o fracaso de la empresa. En los años hay mucha competencia por lo tanto hay que retroalimentarse en cuanto al tema”. (LUIS, 2011)
- c) **Gestión Financiera:** “Se enfoca en la obtención y uso eficiente de los recursos financieros”. (GAIBOR, 2011)

### ***2.2.2. Ventas***

Para (Thompson, 2016) La venta es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen algo (productos, servicios u otros) en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen esta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo.

#### **2.2.2.1 Venta directa**

La venta directa se refiere a cuando una persona o empresa comercializa sus productos directamente a los consumidores, sin intermediarios. Esta clasificación se basa en la forma de realizar la transacción. Las ventas directas suelen tener lugar en entornos informales, como el hogar, la oficina o cualquier otro lugar que no sea una tienda tradicional.

### **2.2.9.1 Análisis Horizontal**

Esta es una herramienta que nos ayuda entender lo que sucede en las operaciones; en los párrafos siguientes se examinarán sus características y su aplicación en el proceso de análisis financiero.

### **2.2.9.2. Características de las tendencias porcentuales**

La aplicación esta herramienta ayudara a entender que ha pasado a través del tiempo (meses o años), comparando las tendencias que ha tenido las partidas relacionadas entre sí y que sus variaciones deben seguir un patrón ya sea en el mismo sentido o sentido opuesto pero que una dependa de la otra. Así, el análisis se forma un juicio en comparar las tendencias, identificar si son favorables o desfavorables, profundizar en las situaciones que así convengan para tomar decisiones en consecuencia. Lo importante de esta herramienta es determinar los cambios que tuvieron las partidas en el tiempo de análisis para diagnosticar si la operación es normal o si hay algo importante que deba profundizarse para tener suficiente información y tomar decisiones. En algunas situaciones del análisis debe tomarse encuentra no solo los porcentajes sino también las partidas en unidades monetarias porque algunas tendencias pueden tener variaciones importantes en los porcentajes, pero en dólares no pueden ser significativas (Morales, 2012).

## **2.3. Marco Conceptual**

**Gestión:** Cconjunto de acciones que los miembros de una institución realizan para hacer factibles los objetivos y metas establecidos en el proyecto educativo institucional y en el plan de mejoramiento (PIEDAD GONZÁLEZ MARTÍNEZ, 2015)

**Ventas:** Para (Ivan, 2016)es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen algo (productos, servicios u otros) en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen esta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo.

**Estrategia de venta:** Para (Madurga, 2022) estrategias de ventas se definen las acciones que contribuirán al crecimiento de la empresa para que ésta alcance la rentabilidad esperada.

**Marketing:** Para (Suay, 2015) el marketing consiste en un proceso en el que es necesario comprender las necesidades de los consumidores, y encontrar qué puede producir la empresa para satisfacerlas.

**Plan de ventas:** Para (Plan de ventas, 2023) es un documento en el que se estima las ventas de un negocio para un periodo determinado de tiempo. En esta herramienta se describen los objetivos comerciales, escenarios, características y desafíos que la empresa debe enfrentar para lograr las estimaciones.

**Producto:** Para (Campines, 2024) producto se refiere a cualquier bien, servicio o idea que una empresa ofrece y pone a disposición del mercado con el objetivo de satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores.

**Rentabilidad:** Para (De La Hoz Suárez, 2008) La rentabilidad representa uno de los objetivos que se traza toda empresa para conocer el rendimiento de lo invertido al realizar una serie de actividades en un determinado período de tiempo. Se puede definir, además, como el resultado de las decisiones que toma la administración de una empresa.

**Segmentación de mercado:** Para (Douglas, 2020) es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

**Resultados financieros:** Para (Enrique Bonsón, 2009) se contabilizan tanto los ingresos procedentes de participaciones en instrumentos de patrimonio como los originados por valores negociables y otros instrumentos financieros.

## 2.4. Marco Legal

Esta investigación como primera instancia está fundamentada legalmente en la Constitución Política del Ecuador con relación a las actividades turísticas que brindan ciertas instituciones.

**En el Artículo. 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

**Así También Artículo 324.-** El Estado garantizará la igualdad de derechos y oportunidades de mujeres y hombres en el acceso a la propiedad y en la toma de decisiones para la administración de la sociedad conyugal.

**Que en el Artículo 13.-** Infraestructura para centros de emprendimientos. - Con la finalidad de acompañar el desarrollo de emprendimientos, el ente rector de la gestión inmobiliaria del sector público brindará apoyo y facilitará instalaciones, infraestructuras o establecimientos disponibles a su cargo, mediante la suscripción de convenios, a los Gobiernos Autónomos Descentralizados e instituciones del gobierno central, para ser utilizados como centros de incubación gratuita para emprendedores.

**En el Artículo. 46.-** Reestructuración de Emprendimientos. Todo emprendedor, definido como tal en esta Ley, y que sea una persona jurídica bajo control de una Superintendencia, puede acogerse al procedimiento administrativo establecido en este capítulo, para facilitar un acuerdo con sus acreedores, a fin de reestructurar el emprendimiento, siempre que no hubiere sido declarada en disolución previamente.

**Así También Artículo. 303.-** La compañía en comandita por acciones existirá bajo una razón social que se formará con los nombres de uno o más socios solidariamente responsables, seguidos de las palabras “compañía en comandita” o su abreviatura.

**En el Artículo. 2.-** Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- a) La compañía en nombre colectivo;
- b) La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- c) La compañía de responsabilidad limitada;
- d) La compañía anónima; y,
- e) La compañía de economía mixta.

**Así también Artículo 5.-** Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

**Así también en el Artículo. 9.-** Las compañías u otras personas jurídicas que contrajeran en el Ecuador obligaciones que deban cumplirse en la República y no tuvieren quien las represente, serán consideradas como el deudor que se oculta y podrán ser representadas por un curador dativo, conforme al Art. 512 del Código Civil.

**Así también Artículo. 31.-** Los acreedores personales de un socio o accionistas durante la existencia de una compañía, podrán:

1. Solicitar la prohibición de transferir participaciones o acciones.
2. Embargar las acciones que le correspondan, las cuales podrán ser rematadas a valor de mercado, de conformidad con las disposiciones del Código de Procedimiento Civil.

Los derechos económicos inherentes a la calidad de accionista serán ejercidos por la persona en cuyo beneficio se dictó el embargo. No son susceptibles de embargo las cuotas o participaciones que correspondan al socio de una compañía de responsabilidad limitada en el capital social.

1. Embargar las utilidades que les correspondan previa deducción de lo que el socio o accionista adeudare por sus obligaciones sociales.

**Así también en el Artículo. 92.-** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.

Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

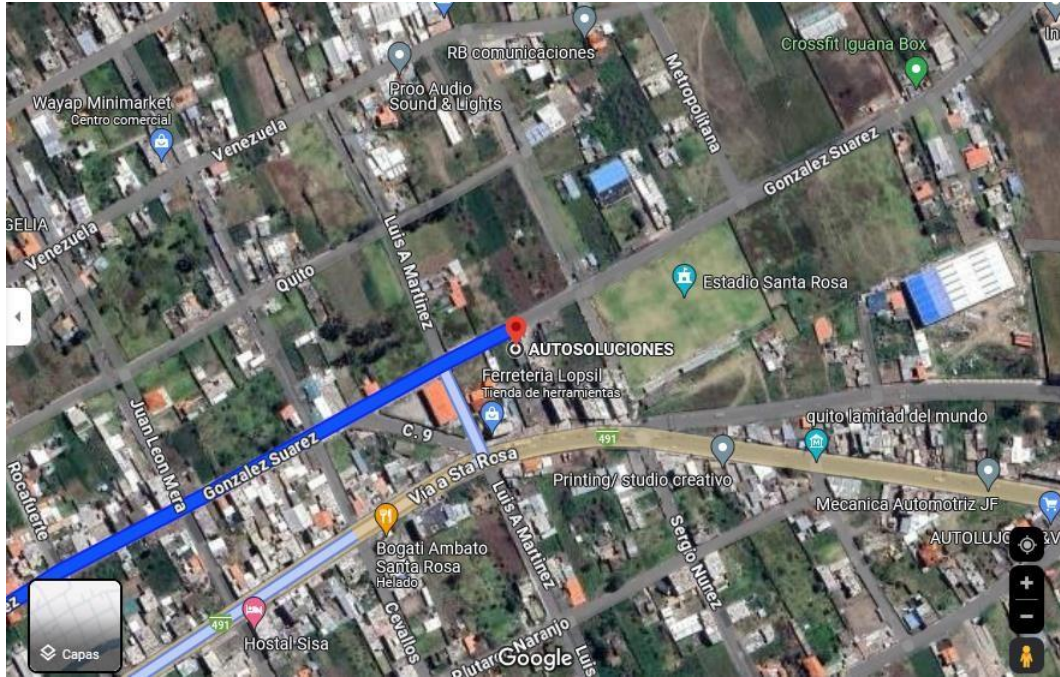
**Así también en el Artículo. 94.-** La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.

## **2.5. Marco Geo Referencial**

Este proyecto de investigación se llevará a cabo en el negocio AUTO SOLUCIONES CHAULIS ubicación en la ciudad de Ambato, Provincia Tungurahua, Parroquia Santa Rosa AV GONZALES ZUARES a 3 minutos del parque de Santa Rosa.

## 2.6. Georreferencial

**Figura 1:**  
Ubicación del negocio AUTO SOLUCIONES CHAULIS



*Nota:* Tomado de (Google Maps, 2024)

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### **3.1. Tipo de Investigación**

La selección de los tipos de investigación para este trabajo es fundamental, ya que facilitan la obtención de información pertinente y actualizada, lo cual fortalece la base de nuestra propuesta.

##### ***3.1.1. Investigación descriptiva***

Este tipo de investigación se enfocará en describir la población, situación o el fenómeno en el que se enfoca nuestra investigación. Lo que permitirá identificar los problemas que enfrenta el negocio AUTO SOLUCIONES CHAULIS y proponer soluciones potenciales.

##### ***3.1.2. Investigación bibliográfica***

Para llevar a cabo hemos revisado una variedad de recursos como libros, artículos científicos, tesis, fuentes de internet y datos oficiales. Estas fuentes proporcionan información relevante que sustenta nuestro estudio sobre el negocio AUTO SOLUCIONES CHAULIS.

##### ***3.1.3. Investigación de campo***

En esta investigación, recopilaremos datos reales, los cuales se obtendrán a través de encuestas las cuales serán aplicadas a los usuarios que poseen vehículos, y la entrevistas al Gerente propietario del negocio AUTO SOLUCIONES CHAULIS, esto se llevara a cabo con el objetivo de obtener información necesaria para nuestro proyecto de investigación.

#### **3.2. Enfoque de la investigación**

##### ***3.2.2. Enfoque cualitativo***

Según (Sampieri, 2014) “el enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación”.

Este enfoque cualitativo contribuyo a dar una visión más profunda sobre lo que está pasando en el negocio, para encontrar soluciones efectivas.

### **3.3. Métodos de Investigación**

#### ***3.3.1. Método deductivo***

Este método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, la aplicación universal y de comprobar la valides para aplicar a soluciones o hechos particulares (Augusto B. , 2006).

El método deductivo ayuda a realizar la propuesta de nuestra investigación basándose en teorías y principios generales, que lo aplicamos de forma específica en el negocio.

#### ***3.3.3. Método Analítico***

Este método es un proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual. (Bernal, Metodología de la Investigación, 2006)

El método analítico nos permitió estudiar detalladamente los componentes financieros y diagnosticar de manera completa la situación actual del negocio.

#### ***3.3.2. Método inductivo***

Con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formula conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría (Bernal, Metodología de la Investigación, 2006).

EL método inductivo ayudo en el ámbito del razonamiento y la investigación científica, para poder generar conclusiones generales del negocio.

### **3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos**

Las técnicas e instrumentos que serán utilizadas para el presente proyecto de investigación con el fin de recopilar datos son:

#### **3.4.1. Encuesta**

Es una de las técnicas de recolección de información más usada, a pesar de cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. La encuesta se fundamenta en un cuestionario conjunto de preguntas que preparan con el propósito de obtener información de las personas (Augusto B. C., Metodología de la Investigación, 2006).

Estas encuestas serán aplicadas a las familias que poseen vehículos y utilizan los servicios de lavado y mecánica automotriz en el negocio AUTO SOLUCIONES CHAULIS, con el fin de conocer su nivel de satisfacción y su opinión sobre las instalaciones y el ambiente.

#### **3.4.2. Entrevista**

Es una técnica orientada a establecer con acto directo con las personas que se considere fuente de información. (Augusto B. C., Metodologías de Investigación, 2006)

La entrevista es una técnica encaminada a establecer relación directo con la máxima autoridad del negocio AUTO SOLUCIONES CHAULIS, mismo que ocupa el cargo de Gerente propietario el Econ. CHAULIS CAPUZ MANUEL ANGEL, proporcionara información necesaria para realizar la investigación.

### **3.5. Universo, Población y Muestra**

En este proyecto de investigación, se encuestará al público interno y se llevará a cabo una entrevista con el gerente propietario del negocio AUTO SOLUCIONES CHAULIS.

#### **3.5.1. Universo**

El primer universo que trataremos será con la población de Ambato el cual cuenta con una población de 370.664 habitantes en la zona urbana y rural según el INEC 2022 que están reflejadas en la página oficial del Censo Ecuador. (INEC, 2022)

#### **3.5.2. Población**

Como población tendremos 72.514 usuarios que de la zona urbana y rural que poseen vehículos.

### 3.5.3. Muestra

Para calcular la fórmula de la muestra estaremos tomando en cuenta a los usuarios de la ciudad de Ambato que poseen vehículos que es de 72.514 habitantes. (Municipalidad de Ambato, 2021).

Según (Torres) la muestra se puede calcular con la siguiente ecuación:

#### Ecuación 1

*Cálculo de la muestra*

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

A continuación, se detalla la fórmula con la que se calculó la muestra:

- n = tamaño de la muestra
- N = tamaño de la población o Universo = 72.514
- Z = nivel de confianza = 1,96
- p = probabilidad de éxito 50% = 0.50
- q = probabilidad de fracaso 50% = 0.50
- e = margen de error 5% = 0.05

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$
$$n = \frac{72.514 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2 * (72.514 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$
$$n = \frac{69.642,4456}{182,2429}$$
$$n = 382$$

### 3.6. Procesamiento de la Información

Para el procesamiento de la información recopilada, se utilizaron dos programas: Microsoft Excel, para tabular los datos estadísticos obtenidos, y Microsoft Word, para redactar, editar y corregir el texto de nuestra investigación.

Con las técnicas empleadas de la entrevista y la encuesta se pretende recabar información sobre la gestión de ventas y su incidencia en los estados financieros, en el negocio Auto soluciones Chaulis, evaluando el conocimiento por parte del personal capacitado en ventas, administración y si lo ponen en práctica, asimismo

se busca obtener la opinión de los clientes para obtener un mejor conocimiento de la investigación y poder fortalecer la gestión de ventas.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

##### 4.1.1. Encuesta dirigida a los clientes

##### Pregunta 1 Género

Tabla 3

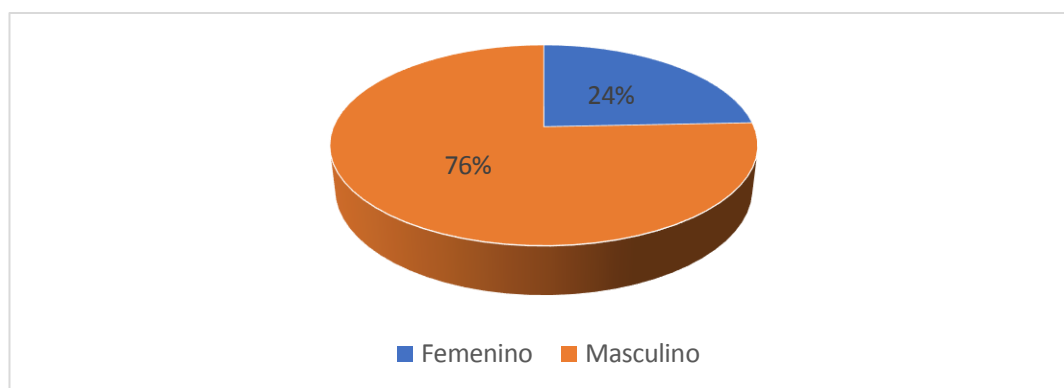
Género

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	93	24%
Masculino	289	76%
Total	382	100%

Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

Figura 2:

Género



Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

**Análisis e Interpretación:** Los datos presentados en la pregunta 1 revelan la distribución de género dentro de un grupo de 382 usuarios, del total el 76 % son hombres (289 personas) y el 24% son mujeres (93 personas). Estos porcentajes indican que los hombres representan una mayoría en esta muestra, en esta distribución podría reflejar ciertas tendencias o preferencias dentro del mercado.

## Pregunta 2 ¿Es cliente del Negocio Auto Soluciones Chaulis de la Ciudad de Ambato?

Tabla 4

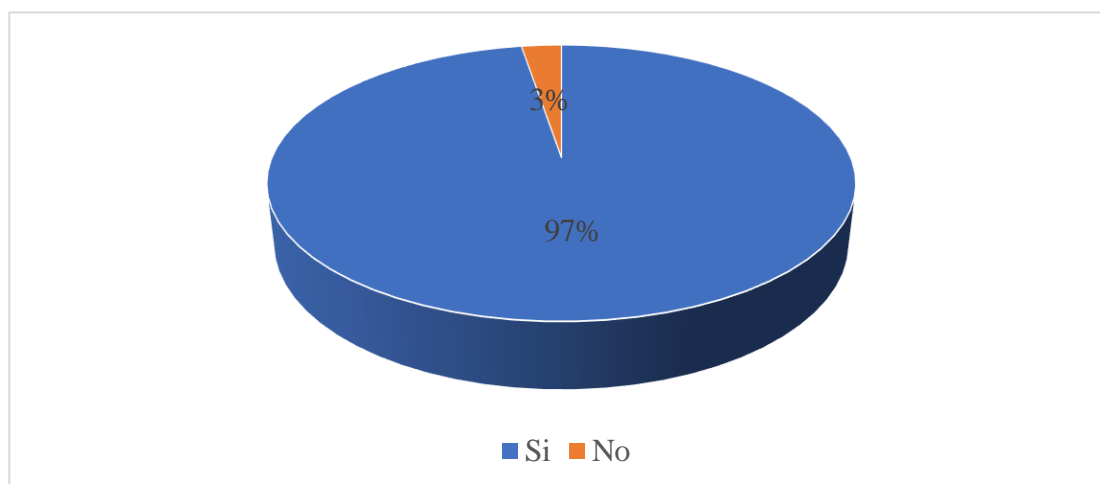
*Es cliente del negocio de auto Soluciones Chaulis*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	372	97%
No	10	3%
Total	382	100%

*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

Figura 3:

*¿Es cliente del negocio de auto Soluciones Chaulis?*



*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Análisis e Interpretación:** El 97% (372 personas), encuestadas son clientes de Auto Soluciones Chaulis este porcentaje es alto, lo que indica una fuerte presencia de mercado y un buen reconocimiento del negocio, dentro de la ciudad de Ambato, mientras que el 3%, (10 personas) no son clientes.

### Pregunta 3. ¿Qué tan fácil es llegar para ti al negocio Auto Soluciones Chaulis?

Tabla 5

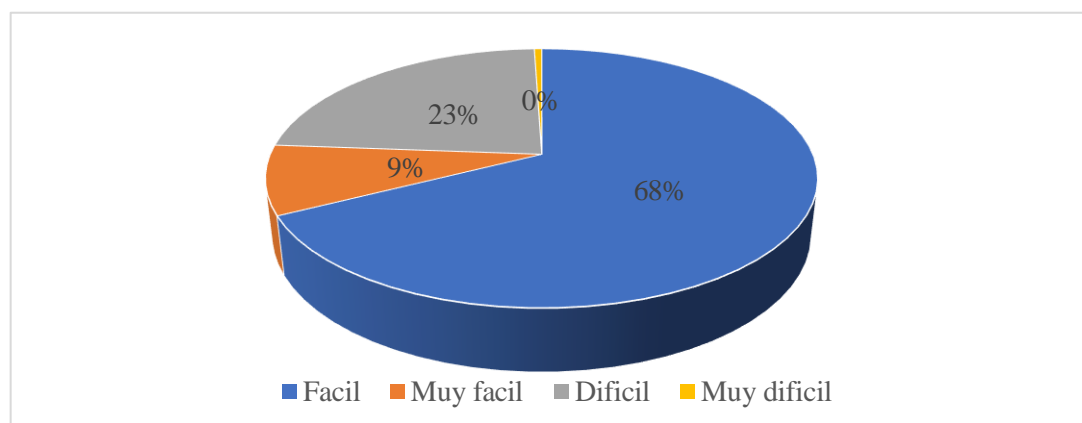
¿Qué tan fácil es llegar para ti al negocio Auto Soluciones Chaulis?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Fácil	258	68%
Muy Fácil	33	9%
Difícil	89	23%
Muy Difícil	2	1%
Total	382	100%

Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

Figura4:

¿Qué tan fácil es llegar para ti al negocio Auto Soluciones Chaulis?



Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

**Análisis e Interpretación:** Una gran parte de los encuestados manifiestan que el 68%, (258 personas), distinguen que llegar al negocio es fácil, lo que sugiere que la ubicación, señalización, y accesibilidad son adecuadas para una gran parte de los clientes, mientras que el 23%, (89 personas), encuentra problemas para llegar, mientras que un cuarto de los clientes tiene dificultades para acceder al negocio, lo que podría impactar negativamente la frecuencia de visitas.

#### Pregunta 4 ¿Qué servicios le llamo más la atención del negocio Auto soluciones Chaulis?

Tabla 6

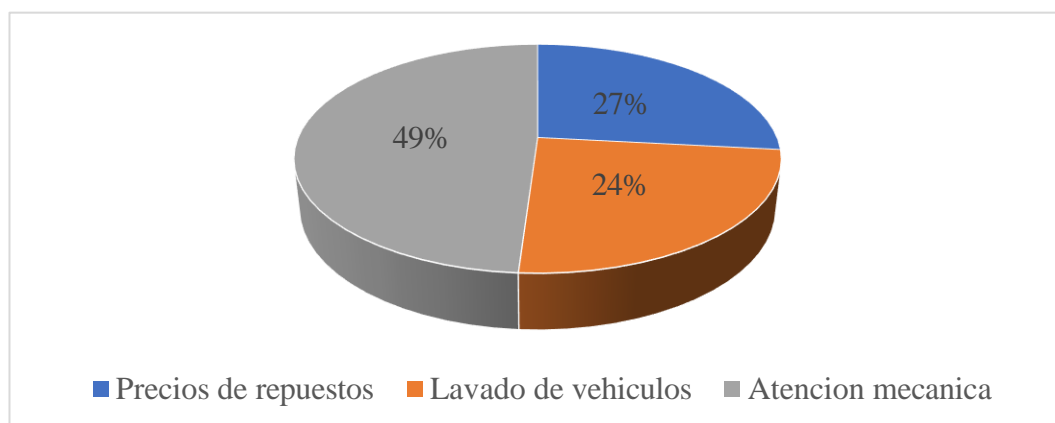
¿Qué servicios le llamo más la atención del negocio Auto soluciones Chaulis?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Precios de Repuestos	102	27%
Lavado de Vehículos	93	24%
Atención Mecánica	187	49%
Total	382	100%

Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

Figura5:

¿Qué servicios le llamo más la atención del negocio Auto soluciones Chaulis?



Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

**Análisis e Interpretación:** El 49%, (187 personas ) manifiestan que visitan el negocio por la atención mecánica lo que nos indica claramente que es el servicio más atractivo para la mitad de los encuestados, ya que observan a Auto Soluciones Chaulis como un lugar confiable y competente para realizar el mantenimiento y reparación de vehículos, mientras que el 27% de los encuestados considera que los precios de repuestos son un factor importante, y el servicio menos mencionado, el lavado de vehículos atrae a un 24% de los encuestados, lo que puede deberse a la conveniencia de obtener múltiples servicios en un solo lugar.

### Pregunta 5. ¿Encuentras la variedad de repuestos que necesitas en el negocio?

Tabla 7

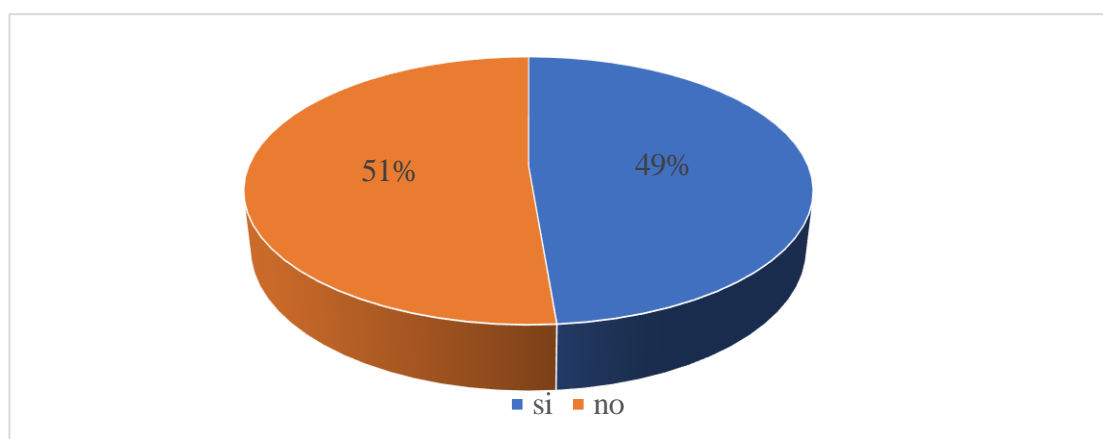
¿Encuentras la variedad de repuestos que necesitas en el negocio?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	186	49%
No	196	51%
Total	382	100%

Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

Figura6:

¿Encuentras la variedad de repuestos que necesitas en el negocio?



Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

**Análisis e Interpretación:** El 51% de los clientes de Auto Soluciones Chaulis no encuentra la variedad de repuestos que necesita, lo que representa una oportunidad clara para mejorar al enfocarse en optimizar el inventario, fortalecer la cadena de suministro y mejorar la comunicación con los clientes, el negocio debe eliminar esta debilidad para convertirse en una fortaleza, mientras que el 49% manifiesta que si encuentra la variedad de repuestos.

**Pregunta 6. ¿Alguna vez has tenido dificultades para encontrar un repuesto específico en nuestro negocio?**

**Tabla 8**

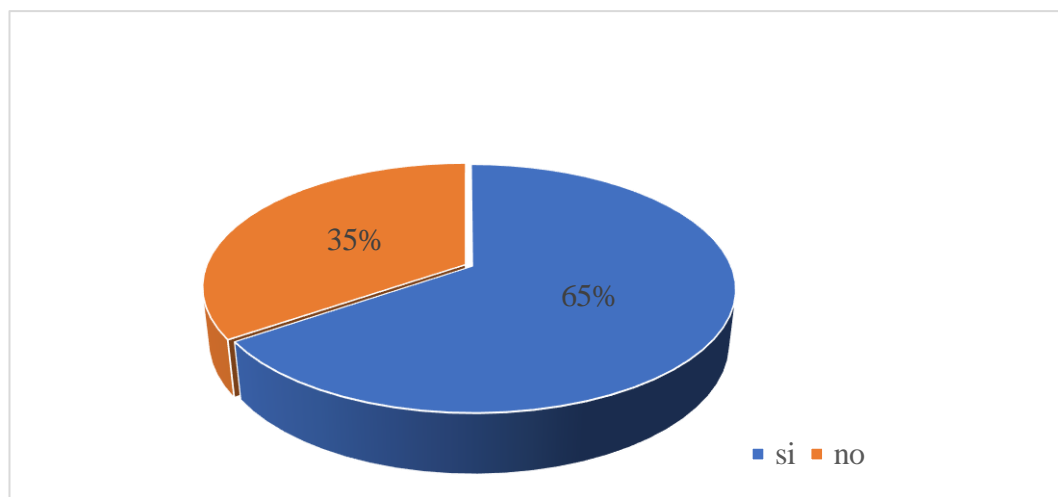
*¿Alguna vez has tenido dificultades para encontrar un repuesto específico en nuestro negocio?*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	250	65%
No	132	35%
Total	382	100%

*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Figura7:**

*¿Alguna vez has tenido dificultades para encontrar un repuesto específico en nuestro negocio?*



*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Análisis e Interpretación:** Una significativa mayoría del 65% de los encuestados reporta haber tenido dificultades para encontrar repuestos específicos lo que puede afectar negativamente la experiencia del cliente, y su percepción del negocio, mientras que el 35% de los clientes no ha experimentado dificultades para encontrar los repuestos que necesita.

**Pregunta 7 ¿Cuál es tu opinión sobre nuestros precios en relación con los de otros proveedores?**

**Tabla 9**

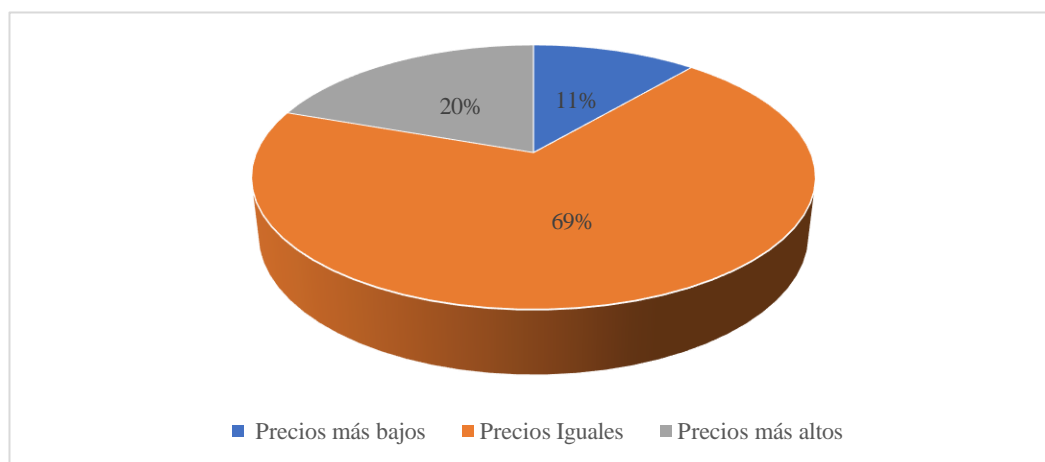
*¿Cuál es tu opinión sobre nuestros precios en relación con los de otros proveedores?*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Precios Más Bajos	43	11%
Precios Iguales	264	69%
Precios Más Altos	75	20%
Total	382	100%

*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Figura 8:**

*¿Cuál es tu opinión sobre nuestros precios en relación con los de otros proveedores?*



*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Análisis e Interpretación:** La mayoría de los clientes 69% considera que los precios de Auto Soluciones Chaulis son similares a los de otros proveedores, lo que indica que el negocio está posicionado para competir por el precio, mientras que el 20% de los clientes percibe que los precios son más altos que los de la competencia, sin embargo, el 11% de los clientes percibe que los precios son más bajos, lo que indica que la empresa tiene un margen limitado de clientes que la consideran una opción económica.

### Pregunta 8 ¿Qué opinas de nuestras promociones y descuentos que ofrecemos?

Tabla 10

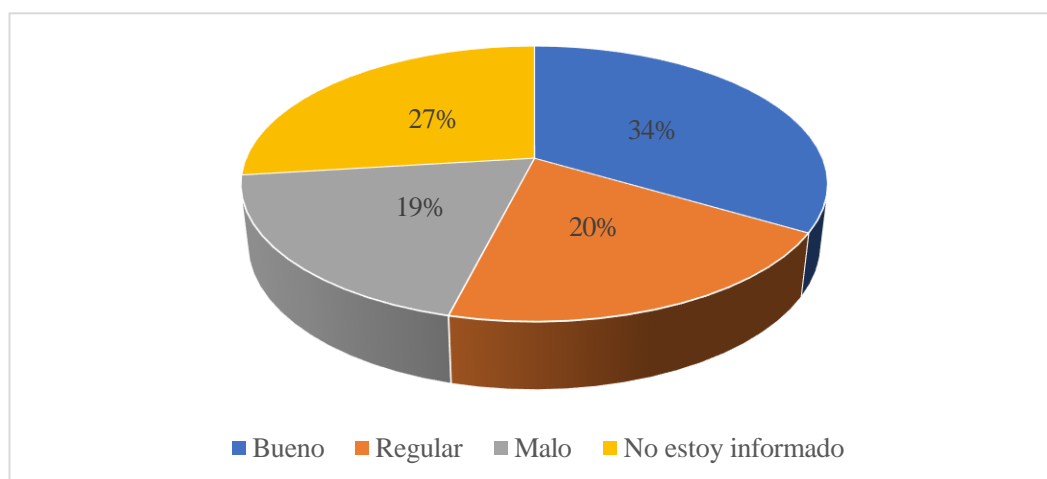
¿Qué opinas de nuestras promociones y descuentos que ofrecemos?

Opciones	frecuencia	Porcentaje
Bueno	128	34%
Regular	78	20%
Malo	73	19%
No estoy informado	103	27%
Total	382	100%

Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

Figura9:

¿Qué opinas de nuestras promociones y descuentos que ofrecemos?



Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

**Análisis e Interpretación:** El 34% de los encuestados considera que las promociones y descuentos son buenos lo que indica que una gran parte de los clientes está satisfecha con las ofertas actuales y las considera valiosas mientras que el 27% clientes no están informados sobre las promociones y descuentos, lo cual representa una oportunidad para mejorar la comunicación y el marketing de las promociones, sin embargo, existen opciones como regular, malo donde ay que mejorar para poder tener una fidelización de clientes.

### Pregunta 9 ¿Cómo evalúas la atención al cliente que recibiste en nuestro Negocio?

Tabla 11

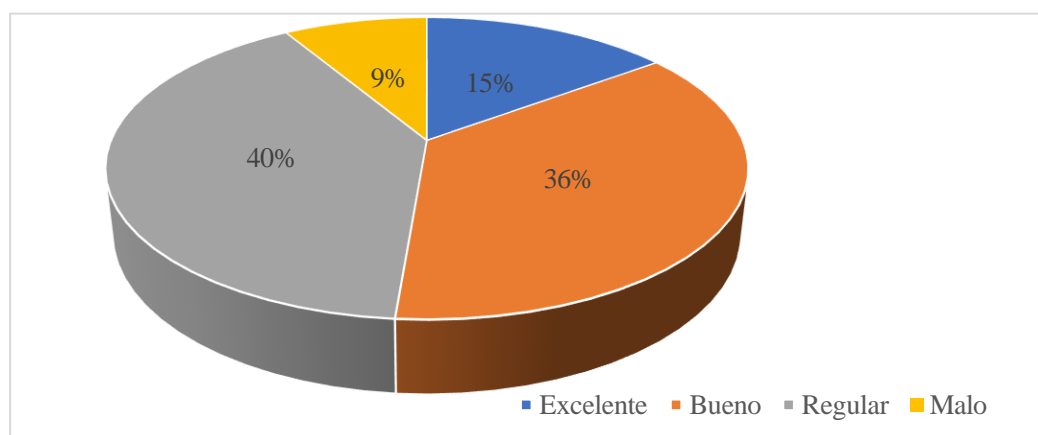
¿Cómo evalúas la atención al cliente que recibiste en nuestro Negocio?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	57	15%
Bueno	139	36%
Regular	153	40%
Malo	33	9%
Total	382	100%

Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

Figura10:

¿Cómo evalúas la atención al cliente que recibiste en nuestro Negocio?



Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

**Análisis e Interpretación:** Gran parte de los encuestados correspondientes al 40% considera que la atención al cliente es positiva, el 36% dieron una calificación buena esto sugiere que más de la mitad de los clientes están contentos con la atención recibida, sin embargo, existen opciones como regular, malo donde se puede resaltar una oportunidad para mejorar y elevar su experiencia.

**Pregunta 10 ¿Crees que nuestros empleados fueron eficientes y bien informados sobre los productos y servicios?**

**Tabla 12**

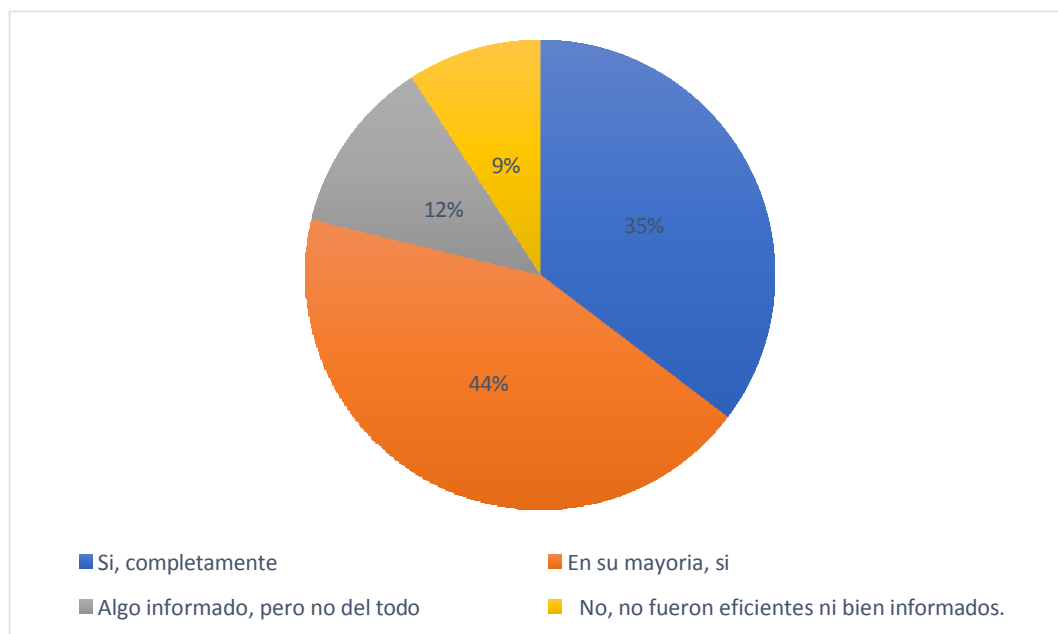
*¿Crees que nuestros empleados fueron eficientes y bien informados sobre los productos y servicios?*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si, completamente	135	35%
En su mayoría, si	166	43%
Algo informado, pero no del todo	46	12%
No, no fueron eficientes ni bien informados.	35	9%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Figura 11:**

*¿Crees que nuestros empleados fueron eficientes y bien informados sobre los productos servicios?*



*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Análisis e Interpretación:** Como se puede evidenciar que el 35% de los clientes creen que los empleados fueron completamente eficientes y bien informados, mientras que un 44% considera que en su mayoría sí lo fueron. Ya que se puede observar que una gran parte de los clientes está satisfecha con la atención recibida en términos de eficiencia y conocimiento, en tanto que los de menor porcentaje indican que pueden implementar programas de capacitación continua.

**Pregunta 11. ¿Qué aspectos podríamos mejorar para ofrecer un servicio más satisfactorio?**

**Tabla 13**

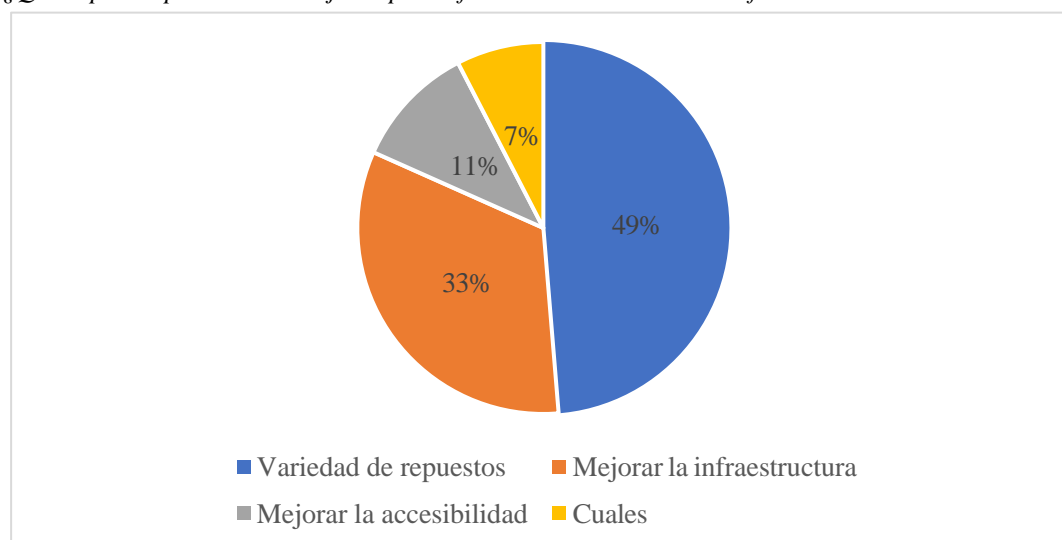
*¿Qué aspectos podríamos mejorar para ofrecer un servicio más satisfactorio?*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Variedad de repuestos	186	49%
Mejorar la infraestructura	126	33%
Mejorar la accesibilidad	41	11%
Cuales	29	8%
Total	382	100%

*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Figura 12:**

*¿Qué aspectos podríamos mejorar para ofrecer un servicio más satisfactorio?*



*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Análisis e Interpretación:** Según las personas encuestadas que han visitado Auto Soluciones Chaulis mencionan que se puede mejorar en disponibilidad limitada de repuestos, lo cual puede presentar una barrera significativa para la satisfacción del cliente, ya que afecta directamente su capacidad para mantener y reparar sus vehículos de manera eficiente, el 33% manifiesta que debe mejorar la infraestructura y por último manifiestan que ay que mejorar la accesibilidad al negocio.

## Pregunta 12 ¿Cómo se informó sobre los servicios que oferta el Negocio Auto Soluciones Chaulis?

**Tabla 14**

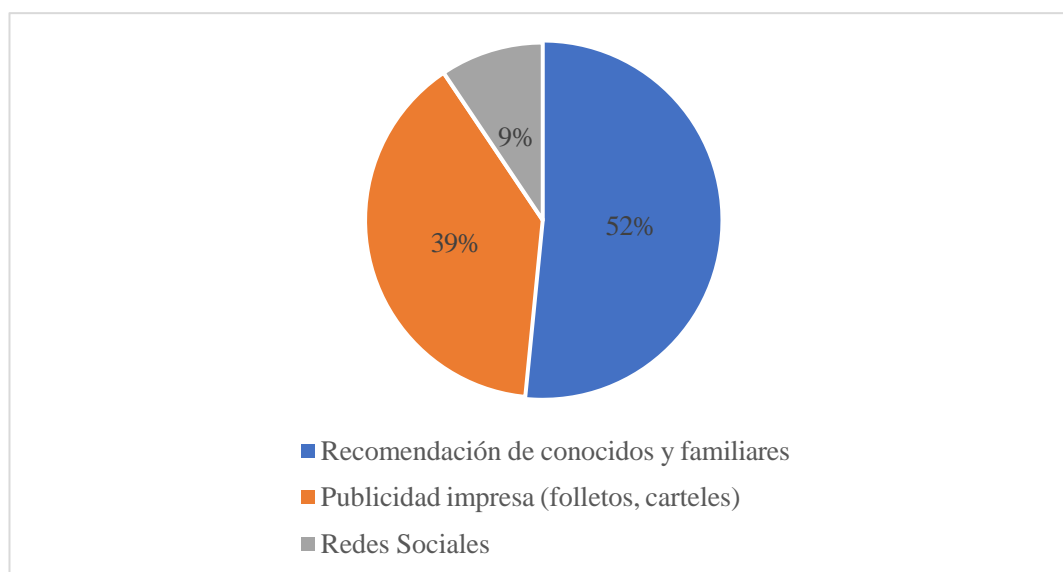
*¿Cómo se informó sobre los servicios que oferta el Negocio Auto Soluciones Chaulis*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Recomendación de conocidos y familiares	197	52%
Publicidad impresa (folletos, carteles)	149	39%
Redes Sociales	36	9%
Total	382	100%

*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Figura13:**

*¿Cómo se informó sobre los servicios que oferta el Negocio Auto Soluciones Chaulis?*



*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Análisis e Interpretación:** La mayoría de los encuestados (52%) se informa sobre Auto Soluciones Chaulis a través de recomendaciones de conocidos, familiares, amigos de boca en boca lo que indica que los que visitaron el negocio tuvieron una experiencia positiva, 39% de los clientes se informa a través de publicidad impresa, como folletos y carteles, mientras que la mínima parte del 9% manifiesta que conoce el servicio por redes sociales.

#### ***4.1.2. Encuesta dirigida a los trabajadores de Auto Soluciones Chaulis***

##### **1. ¿Cuál es su salario en Auto Soluciones Chaulis?**

En esta pregunta se evidencia que los trabajadores del lavado de automóviles reciben el sueldo básico mientras que el mecánico automotriz percibe el sueldo de 500 más las comisiones, ya que Auto Soluciones Chaulis es un negocio dedicado a la venta de artículos de repuestos de vehículos, lavado, y servicio de mecánica automotriz.

- Contadora: Gana 500
- Mecánico: Gana 600 incluyendo las comisiones por los vehículos que repare.
- Ayudante1: Gana 460
- Ayudante2: Gana 460
- Ayudante3: Gana 460

## 2. ¿Cómo describirías el ambiente de trabajo en el negocio?

Tabla 15

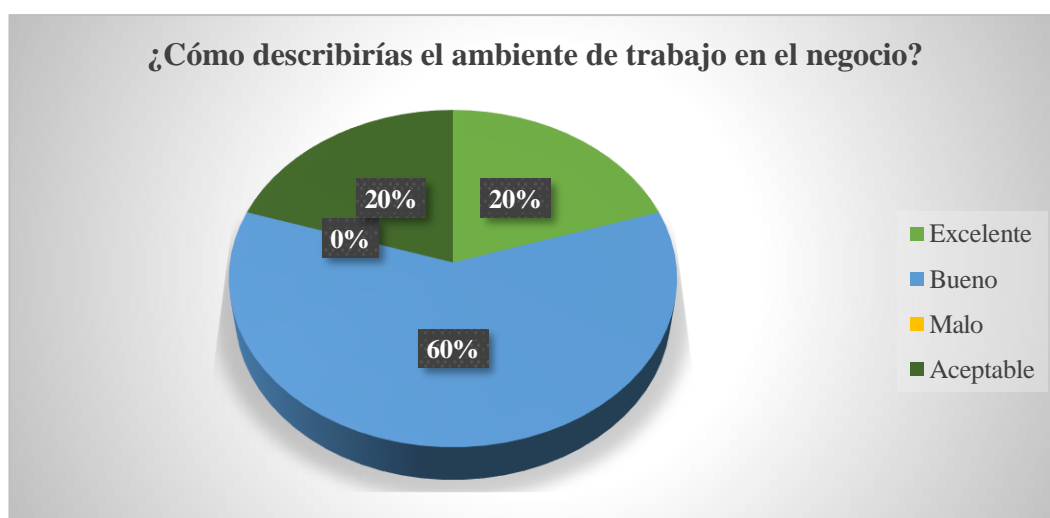
*Ambiente de trabajo*

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Excelente	1	20%
Bueno	3	60%
Malo	0	0%
Aceptable	1	20%
Total	5	100%

*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Figura 14:**

*Ambiente de trabajo*



*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Análisis e Interpretación:** En esta pregunta se puede evidenciar que el 80% de los encuestados considera que el ambiente de trabajo es positivo, con un 20% calificándolo como excelente y un 60% como bueno, lo que indica que la mayoría de los empleados está satisfecha con el entorno laboral, lo cual es un indicador eficiente para la productividad y el compromiso de los trabajadores.

### 3. ¿Usted conoce si el negocio enfrenta actualmente algún problema (infraestructura, servicios, ventas, otros)?

Tabla 16

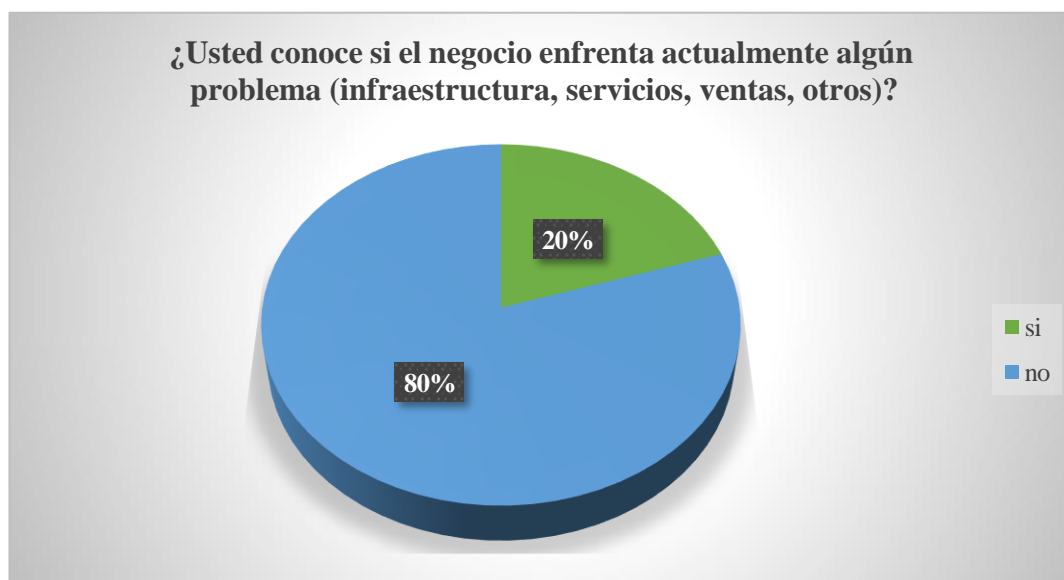
Problema de infraestructura

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	20%
No	4	80%
Total	5	100%

Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

Figura 15:

Problema de infraestructura



Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

**Análisis e Interpretación:** En esta pregunta da a entender que el 80% del personal no percibe que el negocio esté enfrentando problemas importantes, mientras que el 20% manifiesta que existen problemas en el negocio, la cual sugiere que, en términos generales, la administración del negocio se percibe como estable, con pocos desafíos aparentes en áreas clave como infraestructura, servicios o ventas.

#### 4. ¿Has recibido suficiente capacitación para brindar una excelente atención al cliente?

Tabla 17

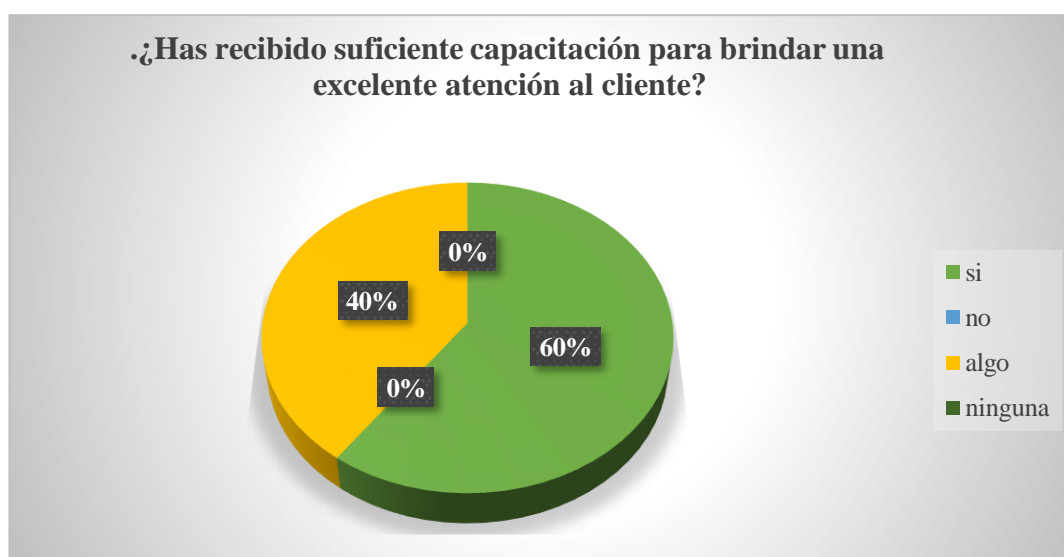
Capacitación para servicio al cliente

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	60%
No	0	0%
Algo	2	40%
Ninguna	0	0%
Total	5	100%

Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

Figura 16:

Capacitación para servicio al cliente



Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

**Análisis e Interpretación:** Como se puede evidenciar 3 personas considera que ha recibido suficiente capacitación para ofrecer una excelente atención al cliente, mientras que 2 personas manifiestan que han recibido algo de capacitación, ningún empleado ha respondido que no ha recibido capacitación, lo cual es un buen indicador para el negocio.

## 5. ¿Cuáles son tus expectativas laborales trabajando en Auto Soluciones Chaulis?

**Tabla 18**

*Expectativa laboral*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Crecimiento y desarrollo profesional	2	40%
Estabilidad laboral y seguridad	0	0%
Mejora en el salario y beneficios	2	40%
Un ambiente de trabajo positivo y colaborativo	0	0%
Oportunidades de capacitación y aprendizaje	1	20%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Figura 17:**

*Expectativa laboral*



*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Análisis e Interpretación:** Como se puede evidenciar los empleados están orientados en el crecimiento profesional y la mejora de salarios y beneficios, lo que indica que el equipo está buscando oportunidades para avanzar en su carrera y mejorar su situación financiera. El negocio puede capitalizar estas expectativas ofreciendo más programas de desarrollo y revisando su política salarial para mantener la satisfacción de los empleados a largo plazo.

## 6. ¿Cuál es tu aspiración principal en tu trabajo actual?

Tabla 19

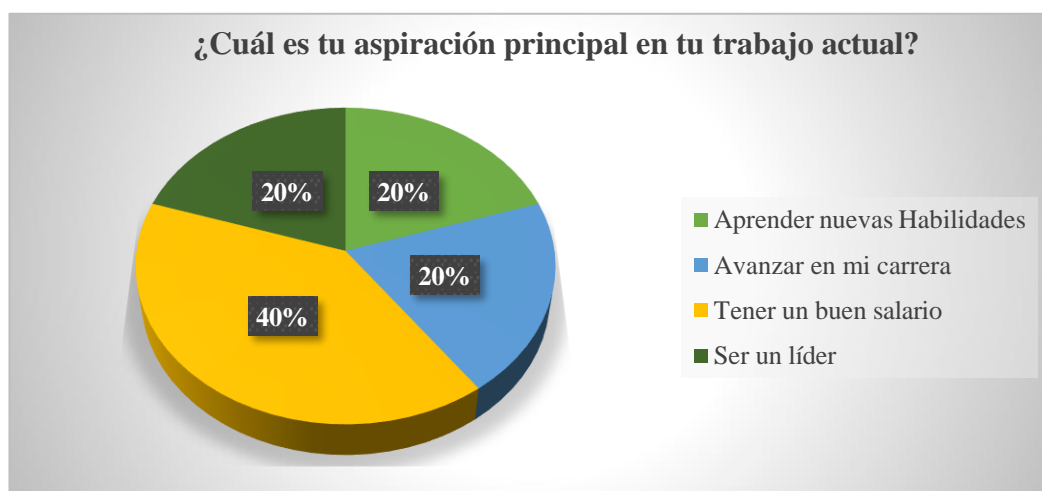
Aspiración

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Aprender nuevas Habilidades	1	20%
Avanzar en mi carrera	1	20%
Tener un buen salario	2	40%
Ser un líder	1	20%
Total	5	100%

Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

Figura 18:

Aspiración



Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

**Análisis e Interpretación:** Las principales aspiraciones de los empleados en Auto Soluciones Chaulis están centradas en obtener un buen salario, pero también existe un interés importante en avanzar en la carrera, desarrollar habilidades de liderazgo, y aprender nuevas habilidades. Para mantener motivado al equipo, la empresa debería considerar equilibrar la mejora salarial con oportunidades de desarrollo profesional y formación.

## 7. ¿Conoce usted si el negocio Auto Soluciones Chaulis cuenta con misión y visión?

**Tabla 20**

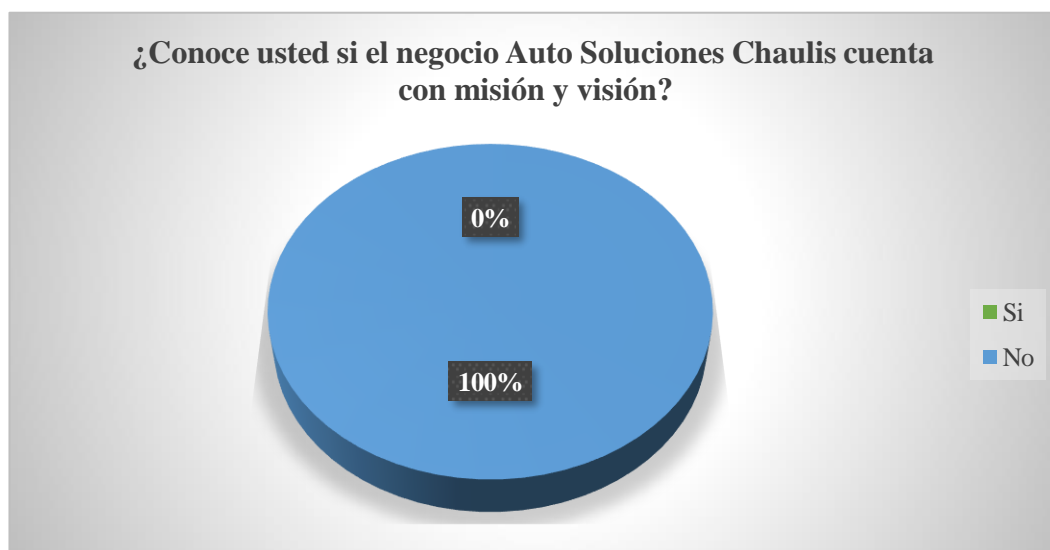
*Conoce si el negocio cuenta con misión y visión*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	5	100%
Total	5	100%

*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Figura 19:**

*Conoce si el negocio cuenta con misión y visión*



*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Análisis e Interpretación:** Como se puede evidenciar que todas las personas indican que la empresa no tiene una misión y visión formalmente establecidas, lo que implica falta de comunicación interna o la ausencia de estos elementos clave dentro de la estructura organizacional de la empresa.

## 8. ¿Usted estaría dispuesto a mejorar la productividad del negocio Auto Soluciones Chaulis?

Tabla 21

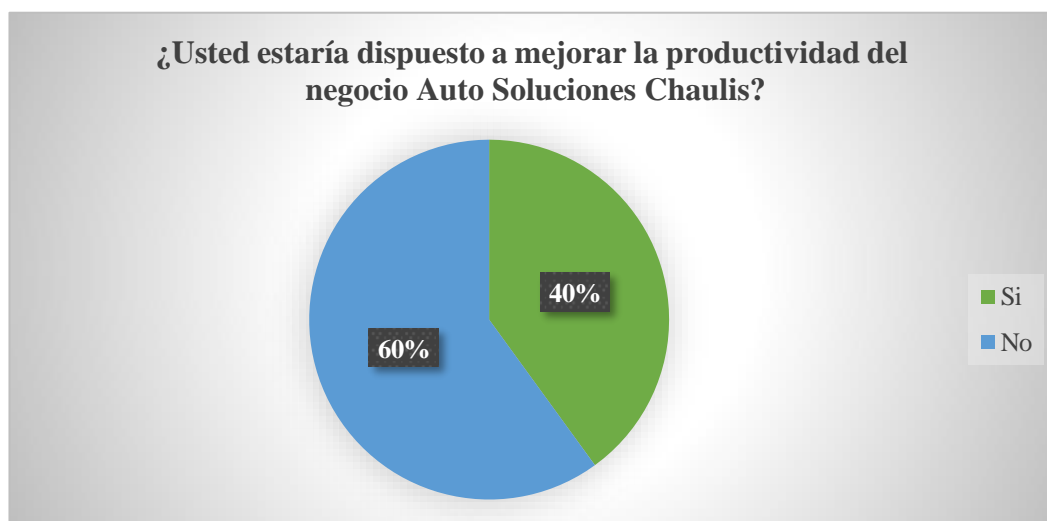
*Dispuesto a mejorar disponibilidad*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	40%
No	3	60%
Total	5	100%

*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

Figura 20:

*Dispuesto a mejorar disponibilidad*



*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Análisis e Interpretación:** Como se puede evidenciar 60% personas encuestadas no está dispuesta a colaborar en el mejoramiento de la productividad, este dato sugiere la necesidad de investigar las razones de la falta de interés, como posibles problemas en la cultura organizacional, falta de motivación o incentivos, mientras con un 40% están después a mejorar las ventas.

## 9. ¿Crees que Auto Soluciones Chaulis debería implementar un sistema de ventas actualizado?

Tabla 22

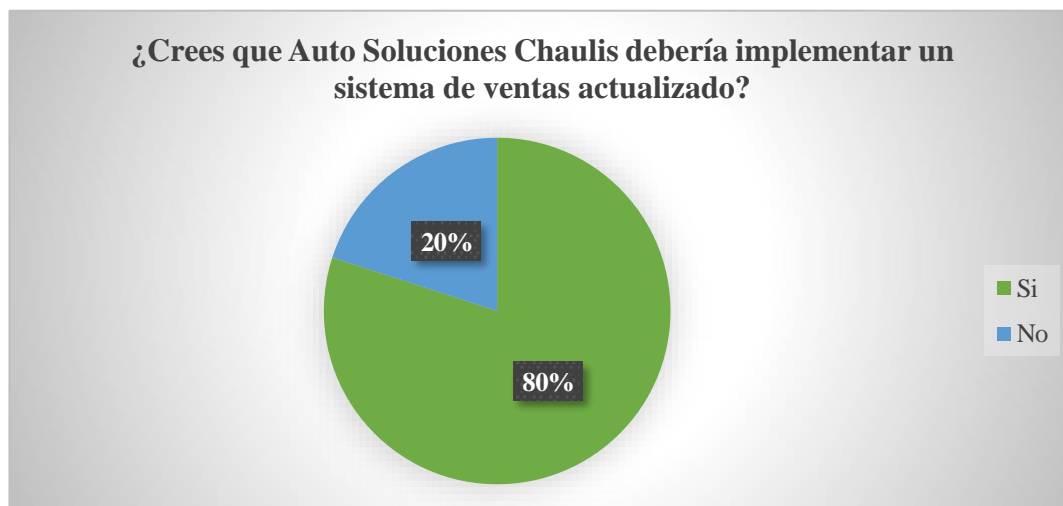
Implementación de un sistema de ventas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80%
No	1	20%
Total	5	100%

Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

Figura 21:

Implementación de un sistema de ventas



Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).

**Análisis e Interpretación:** Como se puede evidenciar el 80% está de acuerdo en que es necesario modernizar el sistema de ventas, lo cual indica que perciben beneficios importantes en mejorar la infraestructura de ventas, mientras que el 20% es en desacuerdo lo que implica que no están familiarizadas con las ventajas tecnológicas de un sistema moderno.

**10. ¿Usted considera que la implementación de un sistema de ventas mejorado tendría un impacto positivo en el negocio?**

**Tabla 23**

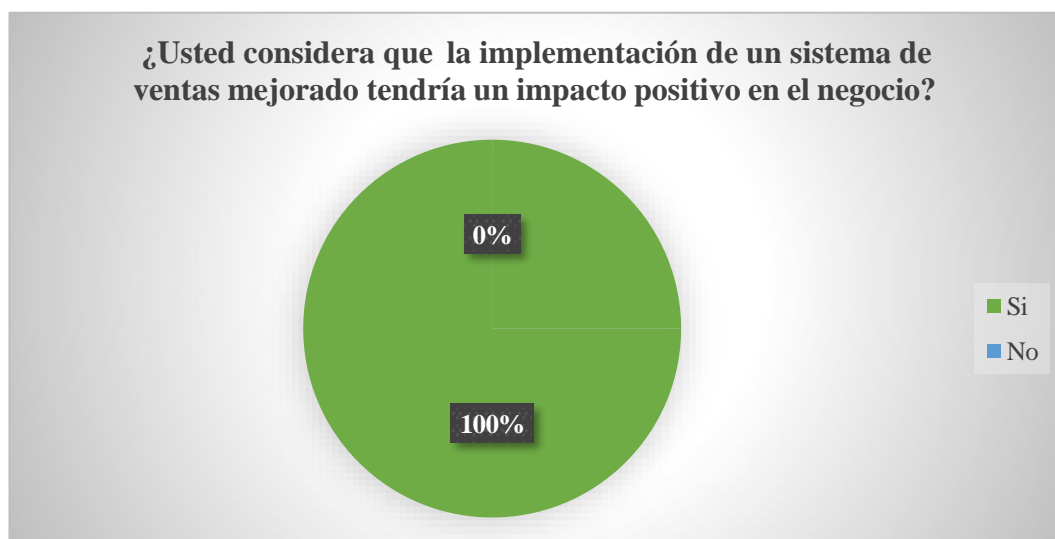
*Mejoras con la implementación de un nuevo sistema de ventas*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
Total	5	100%

*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Figura 22:**

*Mejoras con la implementación de un nuevo sistema de ventas*



*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

**Análisis e Interpretación:** Se puede evidenciar que el 100% de las personas encuestadas están de acuerdo en que la implementación de un nuevo sistema de ventas tendrá un impacto positivo con la visión del negocio que ayudará a poseer más ventas.

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1. Tema de la propuesta**

Estrategias para el mejoramiento de ventas del negocio Auto Soluciones Chaulis de la ciudad de Ambato, provincia Tungurahua

#### **5.2. Antecedentes**

Auto Soluciones Chaulis, ubicado en la ciudad de Ambato, ha sido objeto de un diagnóstico mediante la aplicación de encuestas a los clientes y colaboradores del negocio, sus resultados revelaron que, el 49% de los clientes manifiestan que visitan el negocio por la atención mecánica, sin embargo, el 40% mencionó que la atención al cliente en Auto Soluciones Chaulis es regular. Además, el 52% de los clientes han llegado al negocio a través de recomendaciones de conocidos, familiares y amigos, mientras que, por medio de redes sociales únicamente un 9%, esto debido a publicaciones de grupos ya que el negocio no cuenta con páginas oficiales en algunas redes sociales.

En cuanto al personal, el negocio cuenta con cinco colaboradores y las opiniones entre ellos están divididas respecto a la capacitación recibida en atención al cliente, además, el 40% ha indicado que su principal expectativa laboral es el crecimiento y desarrollo profesional. A pesar de esta percepción, Auto Soluciones Chaulis ha invertido una mínima parte en la formación técnica de su equipo de mecánicos, garantizando que estén debidamente capacitados en su área de trabajo, esto se evidencia debido a que los empleados indican valorar la oportunidad de crecimiento profesional, los beneficios económicos mediante comisiones, y el aprendizaje que obtienen a través de la capacitación.

En 2020, Auto Soluciones Chaulis expandió su oferta de servicios, incluyendo lavado y mecánica, en respuesta a la demanda de soluciones integrales para el mantenimiento vehicular. No obstante, el negocio enfrenta desafíos en términos de

ventas y en la falta de estrategias efectivas de marketing para atraer nuevos clientes. La dependencia de la recomendación boca a boca y la limitada utilización de plataformas digitales para promocionar sus servicios representan áreas clave de oportunidad para mejorar su competitividad y crecimiento en el mercado.

### **5.3. Justificación**

La presente propuesta para mejorar las ventas de Auto Soluciones Chaulis busca abordar los desafíos que actualmente enfrenta el negocio en un mercado competitivo, ya que, el bajo impacto de la publicidad digital limita el crecimiento y la atracción de nuevos clientes.

El entorno comercial actual exige que los negocios adopten estrategias de marketing y así aprovechar las plataformas digitales para posicionar sus servicios y productos de manera más amplia y eficiente. Por ello, implementar estrategias de ventas más actuales y capacitación del personal en atención al cliente y técnicas de venta es necesario para asegurar la competitividad en el mercado de Auto Soluciones Chaulis, además de estar influyendo en la experiencia del cliente y en la retención de consumidores.

Los principales beneficiarios de esta propuesta son tanto el negocio Auto Soluciones Chaulis como sus colaboradores y clientes, el negocio se beneficiará al aumentar su competitividad y mejorar sus ingresos mediante la implementación de estrategias de marketing digital, lo que permitirá atraer un mayor número de clientes, por otra parte, los empleados recibirán capacitación en atención al cliente y ventas, lo que mejorará su desempeño laboral y les ofrecerá más oportunidades de crecimiento profesional y, finalmente los clientes se beneficiarán de una mejor experiencia de servicio, lo que incrementará su satisfacción y fidelidad.

### **5.4. Objetivos**

#### ***5.4.1. Objetivo General***

Diseñar estrategias para el mejoramiento de las ventas del negocio Auto Soluciones Chaulis de la ciudad de Ambato, provincia Tungurahua

#### ***5.4.2. Objetivos Específicos***

- Analizar el comportamiento histórico de las ventas de los productos y servicios del negocio Auto Soluciones Chaulis de la ciudad de Ambato.

- Definir estrategias para mejorar las ventas del negocio Auto Soluciones Chaulis de la ciudad de Ambato.
- Establecer directrices para un plan de acción del negocio Auto Soluciones Chaulis de la ciudad de Ambato.

## 5.5. MATRIZ FODA

Es una herramienta con la que se genera estrategias luego de hacer análisis cruzado entre los factores del ambiente externo (amenazas y oportunidades) y los factores del ambiente interno (fortalezas y debilidades). (Daniel, 2004)

La sigla **FODA** significa:

**F (Fortalezas):** Son los puntos fuertes de la organización

**O (Oportunidades):** Factores externos de la organización que puede aprovechar para mejorar crecimiento en el mercado.

**D (Debilidades):** Son puntos débiles internos de la organización que pueden impedir el logro de sus objetivos.

**A (Amenazas):** Factores externos que pueden poner en riesgo la posición del negocio.

<b>MATRIZ F O D A</b>			
<b>F</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>D</b>	<b>Debilidades</b>
<b>F1</b>	Personales capacitados para ofrecer un buen servicio	D1	Falta de presencia en redes sociales
<b>F2</b>	Variedad de servicios: lavado, mecánica y venta de repuesto automotrices	D2	Contabilidad manual.
<b>F3</b>	Equipo de trabajo experimentado	D3	Registro de ventas manual
<b>F4</b>	Buenas relaciones con proveedores.	D4	Limitada captación de clientes
<b>F5</b>	Conocimiento del mercado local	D5	Débil Capacitación en atención al cliente
<b>F6</b>	Diversificación de productos y servicios.	D6	Planificación de compras ineficiente.
<b>F7</b>	Ubicación estratégica	D7	Falta de estrategias de marketing
<b>F8</b>	Variedades de productos	D8	Insuficiente stock de repuestos
<b>F9</b>	Equipos automatizados	D9	Espacio físico reducido
<b>F10</b>	Escasa rotación de personal	D10	Dependencia de proveedores
<b>O</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>A</b>	<b>Amenazas</b>
<b>O1</b>	Plataformas digitales para marketing	A1	Cambio de precios en los proveedores
<b>O2</b>	Capacitaciones en atención al cliente para mejorar el servicio	A2	Riesgo de pérdida de clientes
<b>O3</b>	Crecimiento del Mercado Automotriz	A3	Competencia Intensa: Competidores establecidos que ofrecen precios y servicios similares
<b>O4</b>	Incremento de la demanda de servicios de mecánica y lavado.	A4	Crisis Económica
<b>O5</b>	Alianzas estratégicas con negocios complementarios.	A5	Problemas de suministro de materiales
<b>O6</b>	Posibilidad de expandirse a nuevos mercados.	A6	Avances Tecnológicos: Innovaciones en la industria
<b>O7</b>	Aumento de la demanda de autos usados	A7	Entrada de tiendas en línea

Elaborado por. (Cunalata & Iza, 2024).

**Explicación**

Este análisis FODA ayuda a identificar las áreas críticas para enfocar la gestión de ventas, al aprovechar las fortalezas y oportunidades, en el negocio Auto Soluciones Chaulis puede mejorar su rentabilidad y adaptarse mejor a las amenazas y debilidades.

### 5.5.1 Matriz FODA cruzada

La Matriz FODA Cruzada es una herramienta estratégica que ayuda a las organizaciones a identificar y analizar la relación entre sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	F1. Personales capacitados para ofrecer un buen servicio	D1. Falta de presencia en redes sociales
	F2. Variedad de servicios: lavado, mecánica y venta de repuesto automotrices.	D2. Contabilidad manual.
	F3. Equipo de trabajo experimentado.	D3. Registro de ventas manual
	F4. Buenas relaciones con proveedores.	D4. Limitada captación de clientes
	F5. Conocimiento del mercado local	D5. Débil Capacitación en atención al cliente
	F6. Diversificación de productos y servicios.	D6. Planificación de compras ineficiente
	F7. Ubicación estratégica	D7. Falta de estrategias de marketing

	F8. Variedades de productos	D8. Insuficiente stock de repuestos
	F9. Equipos automatizados	D9. Espacio físico reducido
	F10. Escasa rotación de personal.	D10. Dependencia de proveedores
	<b>ESTRATEGIAS F-O</b>	<b>ESTRATEGIAS D-O</b>
O1. Plataformas digitales para marketing	F1, O2 Estrategia: Utilizar las habilidades del personal capacitado para crear contenido informativo, en redes sociales y plataformas digitales.	D1, O1 Estrategia: Promocionar productos de alta demanda y reactivar los productos de bajo rendimiento.
O2. Capacitaciones en atención al cliente para mejorar el servicio	F2, O4 Estrategia: Ampliar la promoción, mejorar la infraestructura para aprovechar el crecimiento de la demanda de servicios de mecánica y lavado.	D5, O2 Estrategia: Establecer capacitaciones en atención al cliente para fortalecer las habilidades del equipo, lo que mejorará la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.
O3. Crecimiento del Mercado Automotriz		
O4. Incremento de la demanda de servicios de mecánica y lavado.		
O5. Alianzas estratégicas con negocios complementarios.		
O6. Posibilidad de expandirse a nuevos mercados.		
O7. Aumento de la demanda de autos usados		

A1. Cambio de precios en los proveedores	F4, A1, A5 Estrategia: Aprovechar las buenas relaciones con los proveedores para negociar contratos a largo plazo que aseguren precios más estables y un suministro confiable de materiales.	D2, D3, A4 Estrategia: Implementar sistemas automatizados de contabilidad y registro de ventas.
A2. Riesgo de pérdida de clientes		
A3. Competencia Intensa: Competidores establecidos que ofrecen precios y servicios similares.		
A4. Crisis Económica		
A5. Problemas de suministro de materiales		
A6. Avances Tecnológicos: Innovaciones en la industria.		
A7. Entrada de tiendas en línea		
	F2, F6, A3 Estrategia: Desarrollar y promover servicios diferenciados o personalizados, que brinden valor agregado en comparación con los competidores.	D8, D10, A5, A6 Estrategia: Desarrollar una mejor planificación de compras y gestión de inventarios para mantener un stock adecuado.

Elaborado por. (Cunalata & Iza, 2024).

### 5.6. Plan de acción para el Negocio Auto Soluciones Chaulis

Objetivo Estratégico	Objetivo	Estrategia	Indicador	Actividades	Presupuesto	Responsable	Tiempo
Ampliar la variedad de repuestos mediante acuerdos con nuevos proveedores, priorizando los productos más solicitados	Crear contratos a largo plazo con los principales proveedores para garantizar precios estables y un suministro confiable de materiales	Aprovechar las buenas relaciones con los proveedores para negociar contratos a largo plazo que aseguren precios más estables y un suministro confiable de materiales.	Ajustar acuerdos a tiempo con al menos el 80% de los proveedores principales	Estudio de proveedores clave Identificar y evaluar a los proveedores más importantes en términos de volumen Ejecutar reuniones con proveedores para establecer acuerdos con precios fijos y condiciones estable	\$300 para viajes	Gerente de compras	2 meses
	Total				\$300		
	Realizar un sistema eficiente de gestión de compras e inventarios que asegure un stock adecuado	Elaborar una mejor planificación de compras y gestión de inventarios para mantener un stock adecuado.	Optimización de tiempos de mantenimiento.	Realizar un análisis de las necesidades históricas y futuras para determinar niveles óptimos de stock	\$200	Gerente de compras	1 meses
	Total				\$200		
	Personalizar los servicios que atiendan la necesidad	Desarrollar y promover	Satisfacción del cliente para	Investigación de mercado	\$100	Equipo de Marketing	1 meses

	específica del cliente, aumentando la fidelización y atrayendo nuevos segmentos del mercado.	servicios diferenciados o personalizados, que ofrezcan valor agregado en comparación con los competidores.	Lograr una calificación satisfactoria	Identificar las necesidades y preferencias de los clientes a través de encuestas y análisis de tendencias locales	\$200		
Total					\$300		
Desarrollar campañas publicitarias atractivas y accesibles, tanto en redes sociales, tienda física, para promover las promociones y servicios complementarios.	Agrandar la visibilidad del negocio en redes sociales y plataformas digitales	Utilizar las habilidades del personal capacitado para crear contenido informativo, en redes sociales y plataformas digitales.	Incremento del 30% en la publicidad a través de impresiones y seguidores	Instaurar un calendario con temas relevantes.	\$20	Equipo de Marketing	6 mes
				Diseñar y publicar posts informativos y atractivos (videos, infografías, blogs).	\$300		
	Total					\$320	
	Incrementar las ventas totales en un 20% en 2023	Promocionar productos de alta demanda y reactivar los productos de bajo rendimiento.	Crecimiento porcentual en ventas totales.	Diseñar y lanzar promociones en redes sociales.	\$500	Equipo de marketing y ventas	6 meses
				Ofrecer descuentos a clientes frecuentes y talleres.	\$100		

				Analizar productos con alta rueda para priorizarlos en campañas.	\$100		
Total					\$700		
	Incrementar la captación de clientes y fortalecer la posición de la empresa como una solución integral de servicios automotrices en el mercado local	Aumentar la promoción, optimizar la infraestructura para aprovechar el crecimiento de la demanda de servicios de mecánica y lavado.	Incremento de ventas	Mejora de infraestructura	\$7.000	Gerente de operaciones	10 meses
				Adquisición de equipos modernos para mecánica y lavado.	\$10.000		
Total					\$17.000		
Capacitar al personal en atención al cliente y fomentar su motivación con incentivos económicos y oportunidades de	Capacitar al personal en conocimiento técnico y ventas	Instituir capacitaciones en atención al cliente que fortalecerán las habilidades del equipo, y mejorará la calidad del servicio y satisfacción del cliente.	Número de empleados capacitados (100% del personal).	Contratar expertos en productos automotrices.	\$1.000	Recursos humanos	1 mes
				Realizar talleres mensuales sobre características y beneficios de los productos.	\$500		
					\$50		

desarrollo profesional.				Implementar simulaciones de ventas con atención personalizada				
Total					\$1.550			
	Optimizar la gestión del inventario	Implementar sistemas automatizados de contabilidad y registro de ventas.	Reducir exceso y faltantes	Comprar o contratar software.	\$300	Gerente de compras y encargado de inventarios	6 mes	
				Capacitar al personal para usar el sistema.	\$100			
				Establecer tiempos de entrega rápidos. Negociar con proveedores para	\$60			
Total					\$460			
Total, plan de acción					\$20.830,00			

Elaborado por. (Cunalata & Iza, 2024).

## **Explicación**

Plan de Acción de Auto Soluciones Chaulis se ha estructurado abordando tres áreas clave como ampliar la variedad de repuestos de vehículos, desarrollar campañas publicitarias, capacitaciones a los trabajadores, en donde se destacan las estrategias para aumentar la visibilidad online mediante contenido atractivo, con un presupuesto moderado de 20830,00 dólares, en la cual estableceremos promociones y descuentos que busca incrementar las ventas en un 20%, mientras que la inversión en infraestructura de 7,000 dólares, con lo que se pretende fortalecer los servicios de mecánica y lavado.

La capacitación del personal mejorará la atención al cliente, favoreciendo la fidelización. Se concluye que el plan es sólido, con objetivos medibles y recursos asignados adecuadamente, aunque se recomienda un seguimiento periódico para ajustar estrategias según los resultados.

**Tabla 24**

Análisis horizontal de los productos más vendidos del período 21-23

<b>Categoría</b>	<b>Producto</b>	<b>2021</b>		<b>2022</b>		<b>2023</b>
Motor	Filtros de aceite	11311,05	29%	14612,12	14%	16710,18
	Bujías	2996	0%	3003	8%	3251
	Pistones	895	12%	998	0%	1001
	Correas de distribución	3001,15	34%	4012	13%	4523
Sistema de freno	Pastillas de freno	3218	24%	3999	-20%	3215
	Discos de freno	985	2%	1003	45%	1456
	Líquido de frenos	4976	1%	5002	10%	5482
	Embragues	5889,02	2%	6000	7%	6423
	Cajas de cambio	1993	5%	2101	10%	2312
Sistema de Suspensión	Amortiguadores	1001	5%	1054	-5%	1002
	Resortes	789	-10%	709	13%	801
	Rótulas	786	-23%	606	1%	611
Sistema Eléctrico	Alternadores	316	50%	475	6%	502
	Baterías	6981,1	-90%	701	964%	7456
	Fusibles	898	10%	985	2%	1005
	Bombillos (faros, luces interiores)	426	14%	485	4%	503,58
Sistema de Escape	Silenciadores	302	19%	359	12%	401
	Catalizadores	185	6%	196	6%	208
Sistema de Refrigeración	Radiadores	1952	2%	2000	0%	2009
	Termostatos	1896	3%	1958	3%	\$2.010
	Ventiladores de radiador	398	23%	489	7%	525
Sistema de Combustible	Filtros de combustible	3145	27%	4001	3%	4125
	Bombas de combustible	1892	12%	2110	0%	2115
	Inyectores de combustible	1005	4%	1045	4%	1087

Sistema de Dirección	Cremalleras	25	60%	40	26%	50,5
	Bombas de dirección asistida	85	15%	98	-11%	87,15
Carrocería y Exterior	Parachoques	225	-54%	103	1843%	2001
	Espejos retrovisores	100	-2%	98	5%	103
	Guardafangos	285	9%	312	35%	421
TOTAL		59977,32	1%	60576,12	21%	73419,41

Elaborado por. (Cunalata & Iza, 2024).

### **Explicación**

En base a la tabla 25 se observa que el crecimiento global del negocio Auto Soluciones Chaulis alcanzó un crecimiento del 1% en los años 2021-2022, mientras que en los años 2022-2023 obtuvo un crecimiento del 21%, manifestando una recuperación notable en la mayoría de las categorías.

La tabla evidencia un crecimiento global del mercado y muestra productos con alto potencial que deben priorizarse, sin embargo, identifica áreas problemáticas que requieren atención para evadir pérdidas y optimizar los recursos.

Con ello hemos identificado áreas de mayor y menor rendimiento, y así proponer estrategias adecuadas para mejorar las ventas en los años siguientes.

## **5.7. Tasa de crecimiento**

### **5.7.1 Fórmula**

Tasa Crecimiento = Valor final / Valor Inicial -1

### **5.7.2. Tasa de Crecimiento, 2021-2022 del Negocio Auto Soluciones Chaulis**

#### **Datos**

- El valor final (2022) es 60,576.12
- El valor inicial (2021) es 59,977.32

#### **Cálculo**

Tasa Crecimiento =  $60576,12 / 59977,32 - 1$

Tasa Crecimiento = 1%

#### **Explicación**

El negocio Auto Soluciones Chaulis alcanzo un crecimiento del 1% lo cual representa un incremento leve en el período analizado, mismo resultado esta influenciado a diversos factores como falta de capacitación en ventas, publicidad, stock, al abordar estos componentes, el negocio debe centrarse en bases sólidas para un crecimiento sostenido y significativo, fortaleciendo la posición del negocio en un mercado competitivo.

### **5.7.2. Tasa de Crecimiento del 2022-2023**

Tasa Crecimiento =  $73419,41/60576,12-1$

Tasa Crecimiento = 21%

#### **Explicación**

A través de este cálculo se puede evidenciar un incremento notable del 21% entre los períodos 2022-2023, lo que indica un desempeño positivo del negocio, este crecimiento se debió, ha mejoras en la disponibilidad de productos en los tiempos de entrega, ajustes en las estrategias de ventas, mayor demanda del mercado, mejoras en publicidad, sin embargo, es fundamental analizar si este aumento es sostenible a largo plazo o si responde a factores extraordinarios, para mantenerse competitivo.

## 5.8. Resumen de la propuesta

La presente propuesta se basó en el análisis de las ventas y preferencias de los clientes, en ella se establece tres objetivos estratégicos para mejorar el rendimiento comercial y competitividad del negocio Auto Soluciones Chaulis.

A través del análisis de los productos más vendidos, como filtros y aceites de motor, de los servicios más demandados, se implementaron promociones y descuentos dirigidos a fidelizar a los clientes actuales y atraer nuevos, además, se propone combinaciones de estos productos con servicios complementarios, como el lavado express, para incentivar mayores ventas, específicamente se prevé un aumento del 20% en ventas al mes en relación a los productos y servicios más vendidos.

Así mismo, se propone desarrollar un taller de capacitación en atención al cliente y ventas para el personal, lo que mejorará la experiencia del cliente y la eficiencia en el servicio, también se incluye el diseño de un programa de marketing digital enfocado en aumentar la visibilidad del negocio en redes sociales mediante la creación de contenido visual y la actualización continua. De esta manera, se prevé un incremento en las ventas y una mejora en la imagen del negocio, lo que permitirá captar nuevos clientes y consolidar la relación con los actuales.

Estrategias a implementar en el negocio Auto Soluciones Chaulis utilizar las habilidades del personal capacitado para crear contenido informativo, redes sociales y plataformas digitales, lo cual permitirá atraer nuevos clientes, mostrar la calidad del servicio y captar la atención de un público más amplio, aumentando la visibilidad del negocio y destacar en el mercado.

Ampliar la promoción y mejorar la infraestructura para aprovechar el crecimiento de la demanda de servicios de mecánica y lavado.

Promocionar productos de alta demanda y reactivar los productos de bajo rendimiento.

Aprovechar las buenas relaciones con los proveedores para negociar contratos a largo plazo que aseguren precios más estables y un suministro confiable de materiales

Establecer capacitaciones en atención al cliente para fortalecer las habilidades del equipo, lo que mejorará la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Implementar sistemas automatizados de contabilidad y registro de ventas para reducir costos operativos y mejorar la eficiencia en la gestión del negocio

Desarrollar y promover servicios diferenciados o personalizados, que ofrezcan valor agregado en comparación con los competidores.

Tener una mejor planificación de compras y gestión de inventarios para mantener un stock adecuado y reducir la mano de obra, para elaborar tecnológicamente el mantenimiento de vehículos.

## CONCLUSIONES

- El estudio de mercado que se realizó en Auto Soluciones Chaulis revelan aspectos clave a mejorar siendo estos, la limitada variedad de repuestos, mejorar la infraestructura, desarrollar campañas promocionales atractivas y fortalecer las estrategias de marketing para captar y retener clientes, logrando así un impacto positivo en la rentabilidad del negocio
- El análisis histórico del comportamiento de las ventas de Auto Soluciones Chaulis revela patrones clave que influyen en el desempeño del negocio como son las ventas de productos, repuestos tienden a cambiar según la demanda estacional, mientras que los servicios mecánica automotriz y lavado de vehículos muestran comportamientos más constantes pero sensibles a factores como promociones, calidad del servicio y la fidelización de clientes.
- Las estrategias diseñadas para el mejoramiento de las ventas en Auto Soluciones Chaulis abordan áreas clave como la falta de stock, modernización tecnológica, fortalecimiento de atención al cliente y la implementación de campañas de marketing efectivas, mismas acciones que están orientadas a satisfacer las demandas del mercado, mejorar la experiencia del cliente y aumentar la competitividad del negocio.

## RECOMENDACIONES

- Para mejorar los aspectos identificados, se recomienda que Auto Soluciones Chaulis implemente un plan de acción enfocado en tres áreas principales. Primero, ampliar la variedad de repuestos mediante acuerdos con nuevos proveedores, priorizando los productos más solicitados. Segundo, desarrollar campañas publicitarias atractivas y accesibles, tanto en redes sociales como en la tienda física, para promover las promociones y servicios complementarios. Tercero, capacitar al personal en atención al cliente y fomentar su motivación con incentivos económicos y oportunidades de desarrollo profesional.
- Analizar el comportamiento histórico de las ventas, para implementar un sistema de gestión de ventas que permita el seguimiento de datos históricos de manera sistemática, es fundamental revisar los registros de ventas mensuales y anuales, segmentados por productos (repuestos) y servicios (mecánica y lavado).
- Priorizar la implementación de un sistema de gestión de ventas que permita optimizar los procesos de inventario y ventas, ya que esto resolverá problemas inmediatos como la falta de repuestos específicos y la modernización del sistema de ventas, siendo esencial desarrollar una estrategia de marketing digital para promocionar de forma efectiva las ofertas y diferenciarse de la competencia.

## BIBLIOGRAFÍA

- ARANDA, F. M. (2021). LA IMPORTANCIA EN LA TOMA DE DECISIONES EN LA GESTIÓN DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LOS ESTADOS FINANCIEROS EN LA TIENDA LA CURALAO ATE LIMA EN LOS PERIODOS 2017 Y 2018 Contador Publico UNIVERSIDAD RICARDO PALMA. 2021. Lima-Perú, Perú. Obtenido de [https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/4012/CONT-T030\\_02646343\\_T%20%20ARANDA%20FERNANDEZ%20MANUEL%20EDUARDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/4012/CONT-T030_02646343_T%20%20ARANDA%20FERNANDEZ%20MANUEL%20EDUARDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Augusto, B. (2006). Metodología de la Investigación. México: ISBN970-26-0645-4.
- Augusto, B. C. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: ISBN970-26-0645-4.
- Augusto, B. C. (2006). *Metodologías de Investigación*. México: ISBN970-26-0645-4.
- Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: ISBN970-260645-4.
- Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: ISBN970-26-0645-4.
- Calero, A. (2023). *LA GESTIÓN DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA CARTERA VENCIDA DE ALMACENES ARCOS, CIUDAD DE GUARANDA PROVINCIA BOLÍVAR AÑO 2023*. Guaranda, Ecuador. Recuperado el 31 de Mayo de 2024, de <https://dspace.ueb.edu.ec/bitstream/123456789/5799/1/TESIS%20CALERO%20BERMEO%20ALEXIS%20RODRIGO.pdf>
- Campines, B. F. (2024). El Producto y sus Atributos como Factores Fundamentales de las Estrategias de Marketing. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/9511>
- Cano Silva, D. A. (2021). *“REGISTRO DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN EL ESTADO DE RESULTADOS DE LA EMPRESA JK REPUESTOS E.I.R.L Titulo de Monografía, Universidad César Vallejo*. Obtenido de <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-cesar-vallejo/contabilidad-financiera/registro-de-ventas-y-su-incidencia-en-el-estado-de-resultados-de-la-empresa-jk-repuestos/63100542>
- De La Hoz Suárez, B. &. (2008). Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. *Scielo*. Recuperado el 4 de Junio de 2024, de [https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182008000100008#:~:text=La%20rentabilidad%20representa%20uno%20de,1a%20administraci%C3%B3n%20de%20una%20empresa.](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182008000100008#:~:text=La%20rentabilidad%20representa%20uno%20de,1a%20administraci%C3%B3n%20de%20una%20empresa.)
- Douglas, S. (31 de Agosto de 2020). Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-segmentacion-mercados/>
- Enrique Bonsón, V. C. (2009). *Análisis de estados financieros*. Madrid (España, Madrid (España: ISBN: 9788483225967. Recuperado el 4 de Junio de 2024, de [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25720w/Analisis\\_de\\_Estados\\_Financieros\\_compressed.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25720w/Analisis_de_Estados_Financieros_compressed.pdf)
- Fernández, J. M. (2015). *Contabilidad Financiera*. México: ISBN: 978-60007-438-618-9. Recuperado el 4 de Junio de 2024
- Fred, D. (1997). En *Conceptos de Administración Estratégica* (pág. 3). México: Prentice Hall.
- GAIBOR, L. H. (2011). Obtenido de [https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2039/3/Benavides\\_Gaibor\\_Luis\\_Hernan.pdf](https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2039/3/Benavides_Gaibor_Luis_Hernan.pdf)

- Google Maps. (2024). Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/AUTOSOLUCIONES/@-1.2794966,-78.6624735,17z/data=!3m1!4m6!3m5!1s0x91d3793c9117b537:0xaea283a955e59142!8m2!3d-1.2794966!4d-78.6598986!16s%2Fg%2F11gn1k19xp?entry=ttu>
- HERNAN, B. G. (2011). *GESTION, LIDERAZGO Y VALORES EN LA ADMINISTRACIÓN DE LA UNIDAD EDUCATIVA "SAN JUAN DE BUCAY" DEL CANTON GENERAL ANTONIO ELIZALDE ( BUCAY). DURANTE PERIODO 2010-2011.* Obtenido de [https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2039/3/Benavides\\_Gaibor\\_Luis\\_Hernan.pdf](https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2039/3/Benavides_Gaibor_Luis_Hernan.pdf)
- Hernández, S. R. (2014). *Metodología de la investigación*. México, México: ISBN: 978-1-4562-2396-0. Recuperado el 3 de Junio de 2024, de <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista- Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- (2022). *INEC*. Obtenido de INEC: <https://censoecuador.ecudatanalytics.com/>
- Ivan, T. (Octubre de 2016). *promonegocios*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm>
- LUIS, H. B. (2011). Obtenido de [https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2039/3/Benavides\\_Gaibor\\_Luis\\_Hernan.pdf](https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2039/3/Benavides_Gaibor_Luis_Hernan.pdf)
- Madurga, L. J. (30 de Agosto de 2022). *Semrush*. Obtenido de <https://es.semrush.com/blog/estrategia-ventas-superar-competencia/>
- Morales, L. R. (2012). En *Análisis de los estados Financieros* (pág. 142). México: ISBN:978-607-15-0739-6.
- Municipalidad de Ambato*. (2021). Obtenido de Municipalidad de Ambato: <https://ambato.gob.ec/la-municipalidad-de-ambato-matricula-72-514-vehiculos-en-el-2021/>
- Palacios, D. (2023). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/gestion-de-ventas>
- PIEDAD GONZÁLEZ MARTÍNEZ, N. D. (2015). *EVOLUCIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN EDUCATIVA A PARTIR DEL SURGIMIENTO DEL CONCEPTO DE GESTIÓN EDUCATIVA. 2015*. Recuperado el 2 de Junio de 2024, de <https://repositorio.ucm.edu.co/bitstream/10839/1025/1/Piedad%20Gonzalez%20Martinez.pdf>
- Plan de ventas. (24 de Marzo de 2023). Obtenido de <https://sendpulse.com/latam/support/glossary/sales-plan#:~:text=El%20plan%20de%20ventas%20de,enfrentar%20para%20lograr%20las%20estimaciones.>
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de investigación*. México, México: ISBN: 978-1-4562-2396-0.
- Suay, P. (14 de Octubre de 2015). Obtenido de <https://blog.uchceu.es/marketing/que-es-el-marketing/#:~:text=John%20A.,producir%20la%20empresa%20para%20satisfacerlas.>
- Thompson, I. (Octubre de 2016). *promonegocios.net*. Obtenido de [promonegocios.net: https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm](https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm)

Torres, M. (s.f.). *TAMAÑO DE UNA MUESTRA PARA UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO* (moodlelandivar.url.edu.gt/ ed.). Recuperado el 16 de 8 de 2023, de [http://moodlelandivar.url.edu.gt/url/oa/fi/ProbabilidadEstadistica/URL\\_02\\_BAS02%20DETERMINACION%20TAMA%C3%91O%20MUESTRA.pdf](http://moodlelandivar.url.edu.gt/url/oa/fi/ProbabilidadEstadistica/URL_02_BAS02%20DETERMINACION%20TAMA%C3%91O%20MUESTRA.pdf)

**Anexo A**

*Cronograma Tentativo (Gantt)*

N.	Actividad	Mes	Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre Enero						
		Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
<b>1</b>	<b>FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO</b>																																
2	Tema		■																														
3	Descripción del problema			■																													
4	Formulación del problema			■																													
5	Preguntas de investigación			■																													
6	Justificación				■																												
7	Objetivos: General y Específicos		■		■																												
<b>8</b>	<b>MARCO TEORÍCO</b>																																
9	Antecedentes				■																												
10	Científico					■																											
11	Conceptual						■																										
12	Legal							■																									
13	Georreferencial								■																								
<b>14</b>	<b>METODOLOGÍA</b>																																
15	Tipo de investigación									■																							



**Anexo B***Presupuesto*

<b>Detalles</b>	<b>Costos</b>
Impresiones	\$ 65,00
Anillado	\$ 40,00
Internet	\$ 25,00
Copias	\$ 30,00
Pasajes de transporte público	\$ 50,00
Papel Resma	\$ 20,00
CD	\$ 10,00
Computadora	\$ 600,00
Empastados	\$ 50,00
Alimento	\$ 35,00
Libros	\$ 60,00
Esferos, lápices, grapas	\$ 20,00
<b>Total</b>	<b>\$1.005,00</b>

*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

## Anexo C

### Entrevista

#### Entrevista realizada al Propietario del Negocio Auto Soluciones Chaulis



**Nombre del Entrevistado:** Econ. Chaulis Capuz Manuel Ángel

**Cargo:** Gerente Propietario del Negocio Auto Soluciones Chaulis

**Tabla 25**

*Entrevista realizada al Gerente propietario del Negocio Auto Soluciones Chaulis*

<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>
¿Cuenta con estrategia de ventas actual en negocio?	Actualmente el negocio no cuenta con un sistema de ventas modernos se maneja manualmente con el programa en Excel
¿Cómo han evolucionado las cifras de ventas anuales de 2021 a 2023?	En el negocio tuvo una caída en ventas en 2022, pero en 2023 no solo logró recuperar el terreno perdido, sino también superó ligeramente las cifras de 2021
¿Qué productos o servicios han sido los más vendidos en este período?	Entre los productos más vendidos tenemos los cambios de aceites, filtros, seguidos por refrigerantes que han tenido y ventas significativas para el negocio.
¿Qué métodos de ventas se han utilizado y cuál ha sido su efectividad?	El negocio ha optado por realizar ventas a través de personal en tienda, donde los clientes visitan el local para comprar directamente.
¿Usted ha tenido problemas con los clientes por sus servicios?	A veces se ha tenido retrasos en la entrega de repuestos.
¿Su negocio tiene establecida la misión y	El negocio no tiene establecida su

---

visión?	misión, visión.
¿Le gustaría implementar herramientas de gestión y seguimiento de ventas en su negocio?	Si, ya que tener un seguimiento de ventas en tu negocio de repuestos podría ser una gran ventaja para optimizar operaciones, mejorar la toma de decisiones y aumentar la rentabilidad.

---

*Elaborado por (Cunalata & Iza, 2024).*

## Anexo D

Encuesta a clientes



**Universidad Estatal de Bolívar**  
**Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e**  
**Informática Carrera de Administración de Empresas**



**Objetivo:** Mejorar la experiencia del cliente a través de la gestión de ventas del negocio, mediante una encuesta dirigida a los clientes que visitan Auto Soluciones Chaulis en la ciudad de Ambato.

### Genero

- Hombre
- Mujer

### PREGUNTAS

- 1. ¿Es cliente del Negocio Auto Soluciones Chaulis de la Ciudad de Ambato?**
  - Si
  - No
  
- 2. ¿Qué tan fácil es llegar para ti al negocio Auto Soluciones Chaulis?**
  - Fácil
  - Muy fácil
  - Difícil
  - Muy difícil
  
- 3. ¿Qué servicios le llamo más la atención del negocio Auto soluciones Chaulis?**
  - Precios de repuestos
  - Lavado de vehículos
  - Atención mecánica
  
- 4. ¿Encuentras la variedad de repuestos que necesitas en el negocio?**
  - Si
  - No
  
- 5. ¿Alguna vez has tenido dificultades para encontrar un repuesto específico en nuestro negocio?**
  - Si
  - No

**6. ¿Cuál es tu opinión sobre nuestros precios en relación con los de otros proveedores?**

- Precios más bajos
- Precios Iguales
- Precios más altos

**7. ¿Qué opinas de nuestras promociones y descuentos que ofrecemos?**

- Bueno
- Regular
- Malo
- No estoy informado

**8. ¿Cómo evalúas la atención al cliente que recibiste en nuestro Negocio?**

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

**9. ¿Crees que nuestros empleados fueron eficientes y bien informados sobre los productos?**

- Sí, completamente.
- En su mayoría, sí.
- Algo informados, pero no del todo.
- No, no fueron eficientes ni bien informados.

**10. ¿Qué aspectos podríamos mejorar para ofrecer un servicio más satisfactorio?**

- Variedad de repuestos
- Mejora la infraestructura
- Mejora la accesibilidad
- Cuales \_\_\_\_\_

**11. ¿Cómo se informó sobre los servicios que oferta el Negocio Auto Soluciones Chaulis?**

- Recomendación de conocidos o familiares
- Publicidad impresa (folletos, carteles, revistas etc.)
- Redes sociales

## Anexo E

### Encuesta a trabajadores



**Universidad Estatal de Bolívar**  
**Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e**  
**Informática Carrera de Administración de Empresas**



### Encuesta de los trabajadores

**Objetivo:** Examinar el estado actual de la gestión en Auto Soluciones Chaulis, en la ciudad de Ambato, con el propósito de proponer mejoras en la gestión de ventas y evaluar su impacto en los resultados financieros.

## PREGUNTAS

**1. ¿Cuál es su salario en Auto Soluciones Chaulis?**

-----  
-----  
-----

**2. ¿Cómo describirías el ambiente de trabajo en el negocio?**

- Excelente
- Bueno
- Malo
- Aceptable

**3. ¿Usted conoce si el negocio enfrenta actualmente algún problema (infraestructura, servicios, ventas, otros)?**

- Sí
- No

**4. ¿Has recibido suficiente capacitación para brindar una excelente atención al cliente?**

- Sí
- No
- Algo
- Ninguna

**5. ¿Cuáles son tus expectativas laborales trabajando en Auto Soluciones Chaulis?**

- Crecimiento y desarrollo profesional
- Estabilidad laboral y seguridad
- Mejora en el salario y beneficios
- Un ambiente de trabajo positivo y colaborativo
- Oportunidades de capacitación y aprendizaje

**6. ¿Cuál es tu aspiración principal en tu trabajo actual?**

- Aprender nuevas Habilidades
- Avanzar en mi carrera
- Tener un buen salario
- Ser un líder

**7. ¿Conoce usted si el negocio Auto Soluciones Chaulis cuenta con misión y visión?**

- Si
- No

**8. ¿Usted estaría dispuesto a mejorar la productividad del negocio Auto Soluciones Chaulis?**

- Si
- No

**9. ¿Crees que Auto Soluciones Chaulis debería implementar un sistema de ventas actualizado?**

- Si
- No

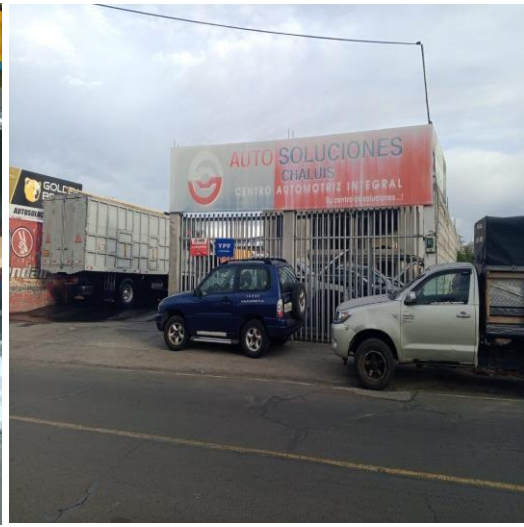
**10. ¿Usted considera que la implementación de un sistema de ventas mejorado tendría un impacto positivo en el negocio?**

- Si
- No

**Anexo F**

*Visitas al Negocio, Entrevista, Encuestas*

**Entrevista**



**Encuesta**



**Anexo G**

*Carta de Aceptación de la Empresa*

**Carta de Aceptación**

Guaranda 21 de marzo del 2024.

Señores: Jenny Patricia Cunalata Quingaguano, Norma Cleofe Iza Quinatoa

**ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**Cordial Saludo:**

Por este medio yo Econ. Chaulis Capuz Manuel Angel me complace notificarle la aceptación del proyecto a llevarse a cabo con la srt: Jenny Patricia Cunalata Quingaguano, Norma Cleofe Iza Quinatoa a partir del inicio del proyecto, hasta la fecha de culminación como inicio en la presentación del proyecto la srt: Norma Cleofe Iza Quinatoa y la srt. Jenny Patricia Cunalata Quingaguano están a cargo de las particularidades del proyecto a utilizarse en su lavandería.

Estoy segura de que la culminación de este proyecto se llevara a cabo bajo las condiciones y características estipuladas en la convocatoria.

Atentamente,

  
  
Econ. Chaulis Capuz Manuel Angel

## Anexo H

### Certificado de Turnitin



UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS,  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
E INFORMÁTICA

Guaranda, 09 de 12 del 2024

### CERTIFICADO

A petición de la/las parte/s interesada/s:

Que, los estudiantes **Jenny Patricia Cunalata Quingaguano** y **Norma Cleofe Iza Quinatoa** presentaron su Trabajo de Integración Curricular titulado: **“GESTIÓN DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LOS RESULTADOS FINANCIEROS DEL NEGOCIO AUTO SOLUCIONES CHAULIS DE LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA TUNGURAHUA DEL PERIODO 2021 -2023”**. para el respectivo análisis TURNITIN, el mismo que refleja un 4% de plagio que se considera pertinente dentro de los parámetros establecidos en el reglamento de la Unidad de Integración Curricular de la Universidad.

Es todo cuanto puedo informar para los fines pertinentes.

Atentamente

ECON. RENÉ MESÍAS VILLACRÉS BORJA  
DIRECTOR

**Anexo I**

Captura de Turnitin



# Jenny Patricia Cunalata Quingaguano

## TESIS FINAL IZA-CUNALTA.pdf

- tesis
- My Files
- Universidad Estatal de Bolívar

### Detalles del documento

Identificador de la entrega  
trn:oid::3117:413366213

98 Páginas

Fecha de entrega  
6 dic 2024, 12:53 p.m. GMT-5

17,652 Palabras

Fecha de descarga  
8 dic 2024, 4:08 p.m. GMT-5

105,930 Caracteres

Nombre de archivo  
TESIS FINAL IZA-CUNALTA.pdf

Tamaño de archivo  
1.9 MB

*le PffmB*  
0200858702



## 4% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

### Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 8 palabras)
- Trabajos entregados
- Fuentes de Internet

### Fuentes principales

- 0% Fuentes de Internet
- 4% Publicaciones
- 0% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

### Marcas de integridad

#### N.º de alerta de integridad para revisión

- Texto oculto**  
200 caracteres sospechosos en N.º de páginas  
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

*Ec. Pffm/B*  
*0200 85 8702*