



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

CARRERA: TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**ESTUDIO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN EL
DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA “FARMASERVICIO
S.A.” UBICADA EN GUAYAQUIL.**

AUTOR:

ANTHONY JOSUE AGUILAR REYES

TUTORA:

PH. D ROSA ROXANA CHIQUITO CHILAN

GUAYAQUIL – ECUADOR

2018

DEDICATORIA

Dedico con amor este proyecto a DIOS por darme la sabiduría y fortaleza para lograr esto.

A mi padre Walter Aguilar y mi madre Monica Reyes por brindarme siempre su apoyo.

A mis amigos Basilio y Patricio por los consejos para que terminé mi carrera.

Y a mi familia en general que siempre me dio las mejores recomendaciones para poder lograr este objetivo.

Aguilar Reyes Anthony Josué

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme y guiarme durante todo mi camino y darme las fuerzas necesarias sobrepasar todos los impedimentos, gracias a su bendición he llegado tan lejos.

Al Instituto Tecnológico Bolivariano por brindarme y abrirme las puertas para poder llegar a formarme tanto académico como en valores para ser un gran profesional.

Y con gran aprecio agradezco a la Ph. D Roxana Chiquito por guiarme a la elaboración de este proyecto y siempre darme esa confianza para llegar a este logro que es la titulación.

Aguilar Reyes Anthony Josué



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“ESTUDIO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN EL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA “FARMASERVICIO S.A. ” UBICADA EN GUAYAQUIL”** y problema de investigación: **¿Cómo incide las falencias de la gestión administrativa del departamento de ventas en el cumplimiento del volumen de ventas de la empresa “FARMASERVICIO S.A. ” ubicada en Guayaquil en el período 2018?**, presentado por **Aguilar Reyes Anthony Josué** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresado:

Aguilar Reyes Anthony Josué

Tutora:

PhD. Chiquito Chilan Rosa Roxana

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Aguilar Reyes Anthony Josué en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **ESTUDIO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN EL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA “FARMASERVICIO S.A. ” UBICADA EN GUAYAQUIL**, de la modalidad de presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Aguilar Reyes Anthony Josué

Nombre y Apellidos del Autor

Firma

No. de cedula: 093152449-0

Nota: La presente cláusula de autorización, con el correspondiente reconocimiento de firma se adjuntará al original del trabajo de titulación como una página preliminar más.

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGO EN AMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**ESTUDIO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN EL DEPARTAMENTO
DE VENTAS DE LA EMPRESA “FARMASERVICIO S.A. ” UBICADA EN
GUAYAQUIL.**

Autor: Aguilar Reyes Anthony Josué

Tutora: Ph. D Chiquito Chilan Roxana

Resumen

Este estudio se refleja a la empresa Farmaservicio S.A. ubicada en Guayaquil en donde se visualizaron que estando en márgenes competitivos había falencias que delimitan su productividad debido a los constantes imprevistos internos que hacen que la gestión administrativa en el departamento de ventas se deteriore y genere mucho descontento. Es por esto que se utilizó una metodología descriptiva, correlacional y explicativa para detallar las cualidades relacionarlas y argumentar los hechos para poder implementar un plan de mejoras que ayude a generar más ingresos y una mejor atención al cliente para un proceso oportuno y una mejoría con el rendimiento de sus colaboradores y alcanzar el presupuesto planeado.

Ventas

Atención al cliente

Gestión Administrativa

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**ESTUDIO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN EL DEPARTAMENTO
DE VENTAS DE LA EMPRESA “FARMASERVICIO S.A. ” UBICADA EN
GUAYAQUIL.**

Autor: Aguilar Reyes Anthony Josué

Tutora: Ph. D Chiquito Chilan Roxana

Abstract

This study is reflected to the company Farmaservicio S.A. located in Guayaquil where it was visualized that being on competitive margins there were shortcomings that define their productivity due to the constant internal improvisations that cause the administrative management in the sales department to deteriorate and generate much discontent. That is why a descriptive, correlational and explanatory methodology was used to detail the qualities related and argue the facts to be able to implement an improvement plan that helps generate more revenue and better customer service for a timely process and an improvement with the performance of its employees and reach the planned budget.

Sales

customer support

administrative
management

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Portada.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de la aceptación del tutor.....	iv
Cláusula de autorización para la publicación de trabajos de titulación.....	v
Certificado de aceptación del CEGESCIT.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Índice general.....	ix
Índice de tablas.....	xii
Índice de gráficos.....	xiii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto.....	1
Situación conflicto.....	2
Formulación del problema.....	3
Delimitación del problema.....	3
Variables de la Investigación.....	3
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
Objetivos general.....	4
Objetivos específicos.....	4
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	4

CAPÍTULO II

MARCO TEÒRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes históricos.....	6
Antecedentes referenciales.....	7
FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	19
VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	23

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.....	26
TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	29
POBLACION.....	29
MUESTRA.....	30
TECNICAS E INSTRUMENTOS DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	31

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS...	37
Guía de Observación.....	37
Encuesta.....	38
PLAN DE MEJORAS.....	41
CONCLUSIONES.....	47
RECOMENDACIONES.....	48
BIBLIOGRAFÍA	49
ANEXOS	51

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Actividades Estratégicas.....	12
Gráfico 2: Organigrama.....	28
Gráfico 3: Proceso de venta actual.....	41
Gráfico 4: Proceso de venta mejorado.....	47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Trabajadores de la empresa Farmaservicio S.A.....	30
Tabla 2: Muestra.....	31
Tabla 3: FODA.....	34
Tabla 4: Análisis anual de ventas.....	36
Tabla 5. Cantidad.....	38
Tabla 6. Tiempo.....	38
Tabla 7. Queja.....	38
Tabla 8. Alcance.....	39
Tabla 9. Capacitación.....	39
Tabla 10. Fidelización.....	39
Tabla 11. Examinación.....	39
TABLA 12. Evaluación.....	40
TABLA 13. Impacto.....	40
TABLA 14. Sugerencia.....	40

CAPITULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

Cada día nos enfocamos en un referente muy competitivo en todos los aspectos empresariales, una de las mayores preocupaciones de las organizaciones es como se están llevando a cabo la realización de los procesos y en base a esto como se está logrando el alcance de los objetivos. En lo que determinamos a todo esto como parte de la gestión administrativa.

En este círculo del esfuerzo general donde la administración obtiene su significación más concreta y fundamental ya sea social, religiosa, política o económica, toda organización necesita de la administración para llevar a cabo sus fines.

La labor de cimentar una comunidad económicamente destacada; modelos sociales mejoradas y una conducción más adecuada, es el desafío de la gestión administrativa moderna.

Un inadecuado sistema de gestión administrativa conlleva a factores graves en el ámbito laboral, ya que al estar en un marco competitivo debemos cumplir con las metas establecidas en nuestro entorno.

El mayor de los factores en la que no se llega a cumplir con lo establecido es originado por una comunicación deficiente, debemos tener en claro que el cumplimiento de los objetivos de la institución se ve involucrado a una buena comunicación.

En etapas difíciles, donde se requiera un acaparamiento de recursos materiales y humanos para dirigir a cabo a “FARMASERVICIO S.A. ” empresa de gran proporción, la administración establece un rendimiento primordial para la realización de los objetivos.

En el cual la realización de los procesos y el alcance de los objetivos deben tener un margen mínimo de error, por eso hay que tomar medidas para poder ser mejor que la competencia y así alcanzar el cumplimiento de la planificación establecida desde el inicio de la empresa.

El control de la empresa está en la labor de una administración efectiva; en desmedida determinación y complacencia de muchos objetivos económicos, sociales y políticos recomfortados en la competencia del administrador.

Todo esto conlleva a que debemos tener un mayor control en nuestra gestión, por esto los indicadores son necesarios para la evaluación del desempeño y el alcance de los objetivos institucionales de la empresa porque con esto logramos medir tanto el rendimiento, los niveles de comunicación y motivación de los colaboradores.

En consecuencia en la empresa "FARMASERVICIO S.A." no se ve implementado bien nuestros indicadores, este es el motivo en que nuestra empresa no logra obtener los resultados esperados.

Al no contar con un agrupamiento de trabajadores aptos que genere valor en el cumplimiento de los objetivos institucionales de la empresa, se hace fundamental idear mecanismos capaces de identificar, seguir y guiar al recurso humano en el progreso laboral.

Todo esto da lugar a como se ve esto enlazado a las acciones, personas, intereses y fines que la empresa "FARMASERVICIO S.A." desea lograr en el proceso administrativo en cuanto a la planeación, organización, dirección y control de las actividades que quiere lograr para la organización.

Situación Conflicto

La empresa "FARMASERVICIO S.A." ubicada en Guayaquil debe seguir con los indicadores que se establecen para poder llegar a tener buenos resultados, pero para ello debemos tener un preciso seguimiento en nuestra gestión, en la cual en ese ámbito se han presentado muchas

falencias ya que al no concretar con la gestión indicada se complica en el cumplimiento de nuestros objetivos. Y se presenta de la siguiente manera:

- Mala coordinación en el proceso de gestión de los indicadores de la empresa.
- Falta de comunicación en el área para el cumplimiento de los objetivos.
- Falla en la evaluación de los procesos que realiza cada empleado en sus tareas asignadas.

Formulación del Problema

¿Cómo incide las falencias de la gestión administrativa del departamento de ventas en el cumplimiento del volumen de ventas de la empresa “FARMASERVICIO S.A.” ubicada en Guayaquil en el período 2018?

Delimitación del Problema

Campo: Administración de Empresas

Área: Operativa

Aspectos: Cumplimiento del volumen de ventas.

Tiempo: Período año 2018

Variable de la investigación

Variable Independiente

Gestión Administrativa.

Variable Dependiente

Volumen de ventas.

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Analizar la gestión administrativa en el departamento de ventas mediante indicadores de seguimiento para controlar el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente la gestión administrativa en el departamento de ventas en relación al cumplimiento del volumen de ventas.
- Diagnosticar el proceso actual de la gestión administrativa del departamento de ventas.
- Proponer mejoras a la gestión administrativa del departamento de ventas.

Justificación

El propósito de este proyecto es identificar las falencias dentro del proceso de gestión y así evaluar el resultado del cumplimiento de los objetivos institucionales de la empresa “FARMASERVICIO S.A. ”, para poder determinar las oportunidades de mejoras.

Una medición efectiva de acuerdo a los niveles de comunicación y al rendimiento del personal se vería con mejores resultados en la labor establecida en la empresa “FARMASERVICIO S.A. ”, con esto precisa contar con un talento humano motivado, capacitado y apropiado.

Mediante este estudio el departamento de ventas obtendrán mejores resultados dentro de la organización, en la cual se establecerá en el mercado dando una estabilidad en la organización, así poder obtener una gran rentabilidad de acuerdo a la gran demanda de clientes.

Esto se ve relacionado a que la mejoría de esta empresa se vea desarrollada a beneficio de nuestros productos, servicios, clientes y trabajadores, y estos hayan generado un valor adicional a nuestra imagen.

Con esto se logra crear más fuentes de trabajo y obtener aún más ingresos para hacer crecer a la compañía, por tanto se estipula que generaremos más ingreso a la administración pública y cooperaremos al desarrollo económico del país.

Todo esto se logra obteniendo información relevante en la mejoría de los procesos, en que este instrumento ayudara a otras empresas en sus investigaciones a obtener las posibles soluciones de acuerdo a su determinación.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

FUNDAMENTACION TEORICA

Antecedentes Históricos

Historia de la Gestión

A los principios de la humanidad el hombre ha utilizado las habilidades de gestión para sus necesidades utilizando instrumentos como lanzas, piedras, barro, plantas medicinales etc., llevando a actuar a que los humanos de esa época sobrevivan (800 A.C.) para poder desarrollar su talento y guía para alimentarse, construir chozas en las cuales se puedan resguardar y cuidar.

La gestión empresarial comienza su expansión en el transcurso del siglo XX dando inicio en su colocación en el sector público y militar, luego obtendría un auge en las áreas de comercio y derecho administrativo, su aplicación en la gestión empresarial da comienzo en el año de 1920 obteniendo así los modelos de división de trabajo, años más tarde en 1970 comienza a colocarse en los mercados.

Su afirmación no es precisa de ¿Cómo? ¿Cuándo? y ¿Dónde? Trascendió la gestión empresarial, pero muchos cronistas dan su afirmación que la gestión y la administración de los recursos de la organización como una ciencia actual, da sus inicios a finales del siglo XIX y principios del XX.

Historia de la administración

Según Chiavenato Idalberto (1985) la historia de la administración es reciente. En el curso de toda la historia de la humanidad, la administración se desarrolló con una lentitud impresionante. Sin embargo a partir del siglo XX, es que surgió y estalló en un desarrollo de notable auge e innovación. Una de las razones de esto es que hoy en día, la sociedad

típica de los países desarrollados es una sociedad pluralista de organizaciones, donde la mayor parte de las obligaciones sociales (como la producción de bienes o servicios en general) se confía en las organizaciones.

La administración por parte se ha mostrado más en las diversificaciones militares, indica que un filósofo chino cuyo nombre fue Zunt Su explica sobre los niveles jerárquicos que se debían ejercer en la guerra para una notable organización en la que distinguían con el alto mando y de sus responsabilidades. Se tiene en referencia que muchos años después se da la explicación que hasta en la guerra de Napoleón (1769 – 1821), se les otorgaba una responsabilidad mayor a los generales con su ejército los cuales tenían la obligación de proteger y abarcar la mayor parte del campo de batalla esto se daba con guerras de menor magnitud. En cambio con las guerras que se daban a un mayor alcance se les asignaba a los comandos de operaciones de manera exigente principios de organización planeación y control centralizados, de igualdad o parecidos a las operaciones descentralizadas. Dicho de otro modo, se llevó de un mando centralizado a la ejecución de la descentralización.

Antecedentes referenciales

Gestión

El término gestión deriva del latín *gestio*. Esta expresión hace mención a la administración de recursos, esto sea dentro de una organización pública o privada, para lograr los objetivos planteados de la empresa. Para lograr estos resultados con mayor eficiencia se selecciona a una o más personas capacitadas dentro de la organización para dirigir los proyectos de los colaboradores para obtener el rendimiento adecuado, es que de otro modo no podrían ser obtenidos.

Definición de administración

Según Agustín Reyes Ponce (2004): “Es el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de estructurar y manejar un organismo social.”

¿Qué es el liderazgo?

Según María Teresa Palomo Vadillo (2010) son muchas las investigaciones que han pretendido clarificar el concepto de liderazgo, sin embargo tal y como señalaba Bennis a finales de la década de los cincuenta “De entre todas las áreas oscuras y confusas en psicología social, la del liderazgo lucha indudablemente por alcanzar el primer puesto. Probablemente sea el liderazgo más que cualquier otro tópico en ciencias sociales, el tema que más se ha escrito, pero sobre el que menos se conoce....” (Bennis, 1959, pp. 259-260), resumen que igualmente refleja la situación actual.

El liderazgo al ser una de las fuentes muy poco de conocer, es el que más importancia tiene porque con esto podemos determinar el éxito de la organización, debemos de recalcar que al no tener o ser deficiente de este principal factor es la causa de que muchas organización fracasen, porque el líder demuestra la influencia a los demás del valor de trabajo para lograr el éxito.

Definición de análisis de gestión administrativa

Según Joswaldi Gomez Velásquez (2012) define a la gestión administrativa como el examen de la estructura administrativa o de sus componentes, para evaluar el grado de eficiencia y eficacia, con la cual se están cumpliendo las funciones fundamentales de la Ciencia Administrativa, como son: la planificación, organización, dirección, y control de los objetivos trazados por la empresa, para corregir las deficiencias que pudieran existir, conforme a procedimientos encuadrados dentro de las normas y políticas de la verdadera administración. (Ruíz Roa 2007: 5)

Competencias de gestión administrativa

Al indicar competencias hacemos referencias al cumplimiento de los objetivos trazados de la empresa esto conduce a la planificación, organización del trabajo, asignación de tareas a la personas adecuadas, y coordinar las tareas del trabajo.

Estas competencias son las siguientes:

- **Dirigir Personas**

Para poder dirigir una cantidad de personas el líder debe conocer las obligaciones de cada empleado y así poder analizar las falencias de otros, esto permite que se pueda ayudar a capacitar a los consiguientes, por lo tanto un líder debe estar en todo movimiento y no ser un simple observador, es más, debe desarrollar actividades juntos con sus colaboradores y así demostrarles que se puede lograr hacer las cosas de una manera mejor, debe motivar e incentivar a los trabajadores a tener un mejor realización de sus tareas en el área que se desempeñen , responder cuando ellos lo requieran esto promoverá a obtener relaciones positivas y satisfactorias en la comunicación interna de la organización de manera efectiva.

- **Gestión de los Recursos.**

Esto es demasiado notable, un líder debe tener la cualidad y capacidad de enfrentar las preguntas relativas a la gestión de recursos. Podría decirse,

A los recursos tangibles:

- Recursos económicos
- Recursos humanos
- Áreas de trabajo
- Equipos. etc.

A los recursos intangibles:

- El capital humano
- Estructura organizativa
- Relaciones de los proveedores y clientes
- Imagen de la empresa
- Conocimiento tecnológico, etc.

- **Competencias Técnicas**

Un líder al tener competencias técnicas maneja un índole de mejoras para la empresa, al dar a conocer sus capacidades y haber abarcado en los vericuetos de la organización, esto da resultados de efectividad no solo en cuestión de competencias técnicas, sino del saber las actividades que actualmente sus colabores están realizando, y tener la fortuna de ya haber pasado por ese proceso y conocerlos muy bien.

Finalidad de la Gestión Administrativa

Según Agustín Reyes Ponce (2004) la administración busca en forma directa precisamente la obtención de los resultados de máxima eficiencia en la coordinación, y solo a través de ella, se refiere a la máxima eficiencia o aprovechamiento de los recursos materiales.

Importancia de la Gestión Administrativa del Departamento de Ventas

El trabajo de edificar una comunidad económicamente mejor, es el desafío de la gestión administrativa actual y moderna.

La verificación de las empresas tiene el cargo de una administración efectiva, en gran magnitud de análisis y solución de todos los objetivos a cargo de la competencia del administrador.

Por eso el Administrador en su gestión administrativa de ventas involucra al personal de ventas incluyendo el reclutamiento, entrenamiento y la

motivación de este mismo, llegando a una intervención de la evaluación del desempeño así poder tomar medidas y rectificar lo que se considere pertinente. El administrador debe incluirse en las estrategias de la empresa, como la planeación y dirección del programa de marketing, para poder interpretar los rendimientos y determinar las mejoras que serían necesarias.

En la que se puede demostrar que la efectividad y la productividad de un equipo de ventas podrá elevar su nivel, de mejor factibilidad es obteniendo un mejor proceso de ventas que el de nuestro competidor principal.

Importancia de un Análisis de Gestión Administrativa

Según Joswaldi Gomez Velásquez (2012) su importancia es que cumple un rol fundamental al realizar un examen y evaluación analítica, crítica, sistemática e independiente de las actividades y responsabilidades de la Administración General de las unidades empresariales, siendo de advertir que no constituye un sustituto de esa Administración. El crecimiento de la empresa es continuo lo cual significa que los parámetros de evaluación aplicados en un ejercicio económico anterior, es posible que no se adecuen en igual dimensión en el ejercicio económico en curso. (Ruiz Roa 1995: 33)

Área estratégica de ventas

Se refiere a la interconexión de las actividades y los objetivos de la empresa, esto se refiere a la estructura de trabajo en la cual defina a las responsabilidades funciones objetivos y tareas de los colaboradores en la que se complementan unas con otras en una serie de niveles jerárquicos.

Las funciones estratégicas son las que asimismo tratan de conocer mejor a los clientes potenciales y reales, midiendo su deseo de compra, del cual la sumatoria apropiada incorporada y seleccionada, detalla cuantitativa y cualitativamente una demanda del mercado. Además dependiendo de los clientes, se debe indagar como ofrecer el mejor servicio (cantidad, lugar,

tiempo, comodidad) y como los vendedores pueden dirigirse y comunicar óptimamente con ellos.

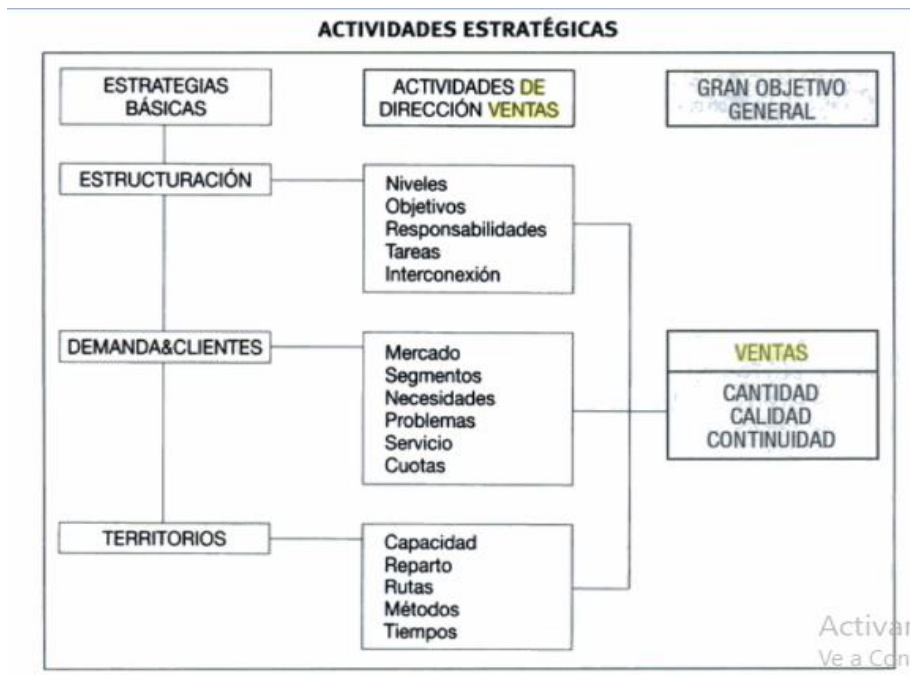


GRAFICO N 1. Actividades Estratégicas
 Autor: Manuel Artal

Control de la Gestión

El Control de gestión es un desarrollo que ayuda a dirigir a la gestión empresarial entorno a los objetivos de la empresa y que sirve como una herramienta de evaluación.

El actual pensamiento de control de gestión promedia su aplicación por igual en la planificación y en el control, y precisa de una instrucción estratégica que tenga la habilidad de entendimiento a sus aspectos más operativos.

Para efectuar un beneficioso control de la gestión de una empresa, se deben tener en cuenta tres funciones principales:

- Cuál será el propósito y la misión de la empresa definiendo notoriamente sus objetivos.
- Preparación del personal de la empresa para que trabaje con eficacia a través del reciclaje y de la formación permanente.

- Identificar, mejorando o corrigiendo los impactos de los cambios sociales que logran afectar a la organización, considerando sus efectos y adecuarlos convenientemente al objetivo y misión de la organización.

No obstante estos principales trabajos se analizan con importante determinación en temas posteriores, puesto que destacamos aquí que la función de la gestión exige al administrador de la empresa cualidades excepcionales.

Podemos avalar que, la gestión de los Recursos Humanos tiene una labor muy importante en la estrategia de la empresa, mucho más importante del que ha realizado habitualmente.

1. La gestión, se vincula fuertemente con la naturaleza cambiante del entorno de las organizaciones, sobre todo, los cambios tecnológicos.
2. La gestión, en todo momento deberá concentrarse en las personas, sea cual fuere la magnitud de la empresa.
3. La gestión, debe estar al tanto de los cambios que se puedan producir en la empresa, utilizando todos los elementos para responder a dichos cambios, en beneficio de sus clientes y de la sociedad en general.

Control del Equipo de Vendedores

En el presente, esta proporcionadamente aprobado que el control se ejerza en la fuerza de ventas, lo que permite calificar el nivel de desempeño de los objetivos, de forma cualitativa y cuantitativa. Toda organización tiene su planeación y meta a conseguir, es ahí donde se establece la administración de forma primordial para poder disputar con superioridad en un mercado altamente competitivo. La planificación de ventas, es una de las funciones más significativas de la organización, porque abarca el proceso de supervisión de una forma consistente en:

- Planificarlos.
- Fijar los objetivos
- Situar actividades de métodos de control

Según Rafael Muñiz (2017) indica que Nuestros objetivos deben ser; Mensurables, en el sentido de que podamos medir su progreso; Alcanzables, con unas probabilidades razonables de llegar a ellos; Motivadores, es decir, con una clara razón para conseguirlos; Temporales, deben alcanzarse en un plazo de tiempo determinado, y Específicos, de manera que podamos ver claramente lo que podamos conseguir.

Según Rafael Muñiz (2017) nos dice que para ser eficaces en la tarea de seguimiento y evaluación del equipo de ventas, se cuenta con una serie de herramientas que nos ayudan a conseguir este objetivo. En la actualidad, con las nuevas tecnologías, los vendedores llevan soportes informáticos capaces de darnos una exhaustiva información de nuestros clientes y mercado, lo que redundará en una mayor competitividad. Por ello nos valdremos del siguiente material logístico que en soporte informático o papel necesitamos utilizar:

Fichas de clientes: En que el vendedor recoge los siguientes datos:

- Datos del cliente y su clasificación.
- Frecuencia de la visita.
- Fecha de la última visita realizada.
- Volumen de pedidos previstos para este año.
- La gama de productos que trabaja.
- Cómo y en qué cantidad trabaja con la competencia.
- Observaciones.

Esto nos permitirá evaluar:

- El tiempo transcurrido desde la última visita.
- La rotación del producto en ese tiempo.
- El comportamiento de nuestro producto en ese periodo.
- Tendencias del mercado.
- Etcétera.

Indicadores de Gestión

Un indicador de gestión es la manifestación cuantitativa de la práctica y cumplimiento de un proceso, en que su capacidad al ser relacionada con cualquier grado en mención, logra estar mostrando una derivación tras la cual se cogen gesticulaciones preventivas o correctivas según se sugiere el caso.

Los indicadores de gestión tienen como fundamento principal de controlar y dirigir el cumplimiento indispensable para la obtención de los objetivos de la empresa.

Los indicadores sirven como una manera fundamental de re informar un procedimiento, de controlar la progresión o la realización de un plan y de los objetivos estratégicos, etc. Y son fundamentales porque al tener una solución rápida o en un corto lapso de tiempo, podemos determinar las acciones adecuadas sin aplazamientos y en forma oportuna.

Tener un control prolongado de todos los indicadores no es tan indispensable, esto no quiere decir que no son importantes, si no darle prioridad a los que abarquen de forma general en el alcance de objetivos de la empresa. La cantidad de indicadores va a derivar a la magnitud del negocio y sus necesidades específicas.

Beneficios De Los Indicadores De Gestión

Dentro de los derivados rendimientos que gesta una empresa se lleva a cabo un sistema de indicadores de gestión, que son los siguientes:

- **Satisfacción del Cliente:** va en función en el grado que la satisfacción del cliente sea en forma primordial en la organización, de esta forma será comunicado a los colaboradores y se ajustara las estrategias con los indicadores de gestión de manera que el personal se conduzca en tal sentido.
- **Monitoreo del proceso:** El progreso consecuente se da de forma factible si se aplica un seguimiento detallado a cada una de las actividades del proceso.
- **Benchmarking:** por medio del Benchmarking se pueden medir los procesos, los productos, las actividades y equipararlos con otras organizaciones con el fin de optimizar su proceso traspasando fronteras y conociendo su ámbito.
- **Gerencia del Cambio:** Un correcto método de medición permitirá conocer a los individuos su contribución en las metas empresariales y cuáles son los resultados que fundamentan la aseveración de que lo está haciendo de forma adecuada.

Indicadores de Desempeño de la Fuerza de Ventas

Entre las mediciones de desempeño tenemos dos tipos de indicadores cualitativos y cuantitativos.

Según Eduardo Martinez (2010) podemos obtener los siguientes indicadores cuantitativos:

- ✓ **Cumplimiento de la cuota de ventas:** este indicador mide el porcentaje en que el vendedor cumplió con la cuota de ventas que se le había asignado al inicio de un periodo

- ✓ **Razón de frecuencia de las visitas:** se calcula al dividir el número de visitas de ventas que se hace en un segmento de clientes, entre la cantidad de clientes existentes en ese segmento. Esto tiene la finalidad de dirigir los esfuerzos de venta de los representantes hacia los clientes que generan mayor rentabilidad para la empresa
- ✓ **Visitas de ventas por día:** aun cuando no necesariamente al realizar más visitas se obtengan más ventas, muchos gerentes de ventas utilizan esta información con el propósito de controlar el tiempo destinado a las visitas de ventas, además de llevar un registro de las ventas planeadas y no planeadas. Esto puede ser un indicador de la capacidad del vendedor para administrar su tiempo y su territorio.
- ✓ **Porcentaje de devoluciones de producto:** algunas empresas, dependiendo del tipo de producto que se trate, consideran como un indicador importante el porcentaje de productos devueltos por parte del cliente. Esto se calcula dividiendo la cantidad de productos devueltos entre el total de productos que ya habían sido colocados en un pedido del cliente (este indicador puede ser en dólares o en unidades).

Según Eduardo Martínez (2010) podemos obtener los siguientes indicadores cualitativos:

- ✓ **Actividades relacionadas con las ventas:**
 - Seguimientos: utilización de folletos promocionales, seguimiento realizado a las cuentas actuales y potenciales
 - Forma de relacionarse con los clientes
 - Preparación de los informes y presentación oportuna de los mismos
- ✓ **Habilidades de venta:**
 - Conocimiento de la empresa y sus políticas.

- Conocimiento de los productos y de los clientes.
- Forma de implementar las técnicas de venta.
- Habilidades de comunicación.
- Retroalimentación de los clientes.

✓ **Características personales:**

Entusiasmo, cooperación, motivación, cuidado de la propiedad de la empresa, apariencia, esfuerzos para el mejoramiento personal, paciencia, puntualidad, iniciativa, potencial para la administración de ventas, comportamiento ético y moral.

Mejoramiento Continuo

Es ponderada una estrategia para la supervivencia empresarial en que mejoran la calidad y la productividad.

Laborar con la ideología de mejoramiento continuo posibilita alcanzar beneficios como:

- Mejoramiento en calidad
- Competitividad a futuro.
- Mejor disponibilidad y confiabilidad de cada uno de los equipos
- Estandarización
- Alta productividad
- Servicios de preventa y posventa a los clientes.

Además hay disminución en:

- Tiempos de respuesta de los clientes.
- Costos unitarios
- Inventarios.
- Tiempos de diseño por estandarización y procesos definidos.

FUNDAMENTACION LEGAL

El presente trabajo tiene fundamentación legal que derivan de algunos organismos reguladores y se verificaran en los siguientes artículos:

Ley que Regula el Funcionamiento de las Empresas privadas de Salud y Medicina Prepagada

Art. 1.- Las empresas de salud y medicina prepagada, son sociedades constituidas en el territorio nacional y que en virtud del pago de cotizaciones o aportaciones individuales, otorgan a sus afiliados el financiamiento para el servicio de salud y atención médica en general. La presente Ley regula la organización y funcionamiento de las empresas privadas de salud y medicina prepagada que financian la prestación de servicios de salud y, garantiza los derechos y obligaciones de los afiliados a estas empresas.

Art. 4.- Los servicios que ofertan las empresas de salud y medicina prepagada privadas, deberán ser prestados por sociedades anónimas, nacionales o extranjeras. Su objeto social será el financiamiento de los servicios de salud y medicina y tendrá un capital pagado mínimo de ochenta mil (80.000) UVC`S cuya aportación y pago se regirá por la Ley de Compañías vigente. El permiso de funcionamiento de las empresas de salud y medicina prepagada, será concedido por el Ministerio de Salud Pública.

Reglamento de Control Y Funcionamiento de los Establecimientos Farmacéuticos - Del Funcionamiento de las Farmacias

Art. 24.- Las personas que atiendan el expendio de medicamentos en las farmacias deberán haber completado el bachillerato como mínimo y haber realizado un curso especial de capacitación en el manejo de medicamentos, dictado por las direcciones provinciales de salud, luego de

lo cual estas les otorgarán el correspondiente carné que les faculta para el desempeño de esta actividad.

Art. 25.- La Dirección Provincial de Salud respectiva, elaborará el calendario de turnos para las farmacias, el que es de obligatorio cumplimiento. Las farmacias de turno atenderán durante las veinticuatro horas del día, siete días consecutivos. Las farmacias que no estén de turno atenderán al público mínimo doce horas diarias ininterrumpidas, de lunes a viernes y para atender en sábados, domingos y feriados deberán comunicar a la Dirección Provincial de Salud correspondiente, señalando el horario de atención.

Art. 26.- En las farmacias no se despacharán recetas ilegibles, que no sean claras, estén alteradas o en clave. Despachada una receta en ningún caso se podrá devolverla o repetir su preparación.

Art. 27.- Las recetas en las que se prescriban sustancias estupefacientes y psicotrópicas o medicamentos que las contengan, serán prescritas de conformidad con lo establecido en la ley y sus respectivos reglamentos. Las recetas magistrales y oficinales serán archivadas cronológicamente de acuerdo con su despacho y se conservarán por el lapso de un año. Para el despacho de una receta que contenga una fórmula magistral se la copiará textualmente, adhiriéndola al envase, juntamente con la indicación médica, el nombre del profesional que la prescribió, su uso, el nombre del profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico que la preparó.

ISO (“International Organization for Standardization”, **en inglés**).
“Organización Internacional de Normalización”

Es una organización que fomenta normas de estandarización de comercio, propiedades e industrias en todo el mundo.

**La normativa ISO 9000 Sistemas de gestión de la calidad —
Fundamentos y vocabulario**

1. Esta Norma Internacional describe los conceptos y los principios fundamentales de la gestión de la calidad que son universalmente aplicables a:
 - 1.1. las organizaciones que buscan el éxito sostenido por medio de la implementación de un sistema de gestión de la calidad;
 - 1.2. los clientes que buscan la confianza en la capacidad de una organización para proporcionar regularmente productos y servicios conformes a sus requisitos;
 - 1.3. las organizaciones que buscan la confianza en su cadena de suministro en que sus requisitos para los productos y servicios se cumplirán;
 - 1.4. las organizaciones y las partes interesadas que buscan mejorar la comunicación mediante el entendimiento común del vocabulario utilizado en la gestión de la calidad
2. Conceptos fundamentales y principios de la gestión de la calidad
 - 2.1. Generalidades

Esta Norma Internacional proporciona a la organización la capacidad de cumplir los retos presentados, actualmente se caracteriza por el cambio acelerado, la globalización de los mercados, los recursos limitados y la aparición del conocimiento como un recurso principal. El impacto de la calidad se extiende más allá de la satisfacción del cliente: puede tener además un impacto directo en la reputación de la organización. Esta Norma Internacional está proporcionando conceptos y principios fundamentales para utilizar en el desarrollo de un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC).

La normativa Iso 9001 Sistemas de gestión de la calidad — Requisitos

Esta Norma Internacional especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad cuando una organización:

- a) necesita demostrar su capacidad para proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables, y
- b) aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora del sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.

En esta Norma Internacional, los términos “producto” o “servicio” se aplican únicamente a productos y servicios destinados a un cliente o solicitados por él.

VARIABLES DE LA INVESTIGACION

➤ Variable Independiente

Gestión administrativa del departamento de ventas

Es el conjunto de labores que se realiza para el cumplimiento de las estrategias u objetivos comerciales de la empresa de forma eficiente y sobre de forma eficaz, en que se utilizan las funciones de la administración que son la planificación, organización, dirección, coordinación y control, lo que facilita los procesos de seguimiento y cierre de las oportunidades de negocio.

➤ Variable Dependiente

Volumen de Ventas

Este término que se menciona es a la estimación de bienes y servicios por una institución determinada, teniendo en consideración el lapso de tiempo delimitado para ese estudio.

Generalmente, volumen de ventas es la cantidad líquida de las transacciones correspondientes de las empresas u otras corporaciones, durante un definido periodo de tiempo.

DEFINICIONES CONCEPTUALES

✓ **Capital humano.-**

Remite a la calidad de formación y experiencia de los trabajadores para el cumplimiento de sus funciones, en que este se ve involucrado a la generación de valor en que su aporte es considerado en un mercado determinado.

✓ **Dirección.-**

Es la supervisión de las actividades diarias de los trabajadores que el administrador debe tomar en cuenta, para poder identificar como se están realizando los trabajos y poder evaluar el alcance de los objetivos.

✓ **Eficiencia**

Según Idalberto Chiavenato (2007) es una medida normativa de la utilización de los recursos en los procesos. Se refiere a la mejor forma de hacer o realizar las cosas, a fin de que los recursos se apliquen de la forma más racional posible. La eficiencia se preocupa de los medios, métodos y procedimientos más indicados que sean debidamente planeados y organizados, a fin de asegurar la utilización óptima de los recursos disponibles.

✓ **Eficacia**

Según Idalberto Chiavenato (2007) es una medida normativa del logro de resultados. La eficacia de una organización se refiere a su capacidad de satisfacer una necesidad de la sociedad mediante los productos que proporciona y así alcanzar los objetivos previstos.

✓ **Estructura organizacional**

Es la distribución del trabajo de forma jerárquica en que cada colaborador asume y de esta se espera que cumpla con la mayor eficiencia posible.

✓ **Objetivos**

Los objetivos institucionales son metas implantadas por el presidente y sus ejecutivos al inicio de la organización, los objetivos pueden ir variando dependiendo de cómo la empresa va creciendo en el mercado y estos sean medibles en términos de éxito, cada objetivo debe ser detallado y concreto para que los colaboradores puedan medir su eficacia.

Los objetivos reales u metas empresariales son mucho más clara al objetivo institucional de la organización, ya que esta muestra su desarrollo principal en las tareas de la organización. Los cuales deben ser medidos en eficiencia.

Cuantitativos: ventas – participación del mercado. Etc.

Cualitativos: Imagen de la empresa – ambiente laboral. Etc.

✓ **Organización**

Según Agustín Reyes Ponce (2005) “es la estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados.”

✓ **Planificación**

Se determina como el desarrollo de proyectar un futuro anhelado, tomando en consideración la condición actual de los factores internos y externos que logran intervenir en el cumplimiento de los objetivos.

✓ **Marketing**

Según Kotler y Armstrong (2012) el marketing es la administración de relaciones redituables con el cliente. El objetivo del marketing consiste en crear valor para los clientes y obtener valor de ellos a cambio. La meta doble del marketing consiste en atraer a nuevos clientes prometiéndoles

un valor superior y mantener y hacer crecer a los clientes actuales satisfaciendo sus necesidades.

✓ **Proceso de gestión**

Es el conjunto de actividades que las empresas realizan para conseguir alcanzar los objetivos y los resultados designados dentro de la planificación empresarial.

✓ **Recursos económicos**

Se define como un medio específico en que se debe utilizar los bienes y servicios para satisfacer las necesidades de la actividad comercial de una organización.

✓ **Recursos Humanos**

Se refiere a la utilización de las capacidades mentales y físicas de una persona para el desarrollo eficaz y eficiente de un trabajo dentro de una empresa. El recurso humano como área de trabajo es la que se encarga al reclutamiento, selección, contratación, capacitación y administración del personal en su permanencia dentro de la empresa o institución.

✓ **Sistema de gestión**

Es también llamada como funciones de la administración, en la que se ve involucrada la planificación, organización, dirección, coordinación y control de las actividades para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

✓ **Expresión peculiar**

Es un término inventado o ficticio que no se encuentra en el idioma castellano u otros. Por ejemplo: "ITALMAR", "GENERALI", etc. Todo título debe comprender una expresión peculiar que reconozca a la compañía.

CAPITULO III

METODOLOGIA

Presentación de La Empresa

Grupo Disfor, es un grupo de distribuidoras farmacéuticas aliadas con un solo propósito, contribuir al servicio de la salud y bienestar de la comunidad.

Este grupo empresarial cuenta con 15 locales sectorizados a lo largo y ancho de la ciudad de Guayaquil, entre ella la DISTRIBUIDORA FARMACEUTICA FARMASERVICIO S.A. con una amplia variedad de productos en diferentes líneas como: medicinas, productos para la mujer y el hombre, productos para bebés, prenatal, de cuidado personal, entre otros.

Sus productos cuentan con la prioridad de pasar por un riguroso proceso de calidad, todos cuentan con su sello y garantía de calidad, dándole así seguridad en su salud.

Se encarga de centralizar la búsqueda, identificación, evaluación, gestión y seguimiento en todos los productos del proceso de calidad en el área farmacéutica.

Misión

Desde el 1ero. De mayo de 1993, nuestra misión ha tenido dos pilares fundamentales para nuestros clientes; salud y economía, siendo estos los principales elementos de nuestra misión.

Visión

Crecer aún más, llegar con nuestra filosofía de trabajo y servicio a todo el territorio ecuatoriano, esforzándonos hasta convertirnos en el grupo de distribuidoras aliadas de mayor reconocimiento por parte del mercado consumidor nacional y turístico.

Valores

Su valor más importante es la responsabilidad.

El profesionalismo de cada uno de sus asesores farmacéuticos es la garantía de que su salud este en buenas manos.

Proveedores

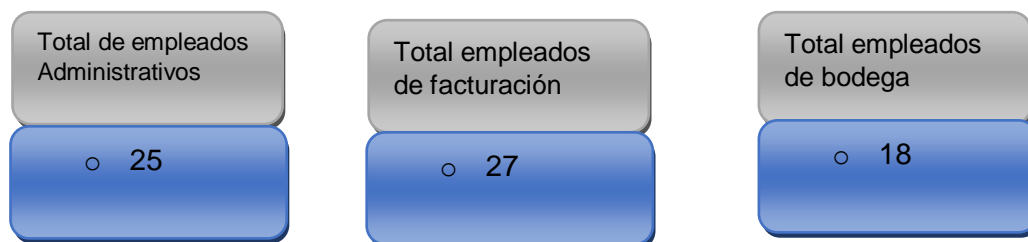
Todos nuestros proveedores son importantes entre ellos:

- Boehringer Ingelheim
- Genomma lab
- Nestle
- Difare
- Danivet
- Farmalight
- Rocnarf
- Ecuaquimica
- Weir
- Bayer
- Carvagu
- La santé
- Jospharm
- H.G, entre otros

Clientes

Entre sus clientes tienen aquellas farmacéuticas que desean abastecerse, y ellos actúan como principal actor de compra, y las personas que deseen comprar cualquier medicamento para su uso indispensable.

Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional en FARMASERVICIOS S.A.



FARMASERVICIO S.A.
ORGANIGRAMA



Fuente: Empresa FARMASERVICIO S.A.

GRAFICO N 2.

Tipos de Investigación

La metodología de investigación es una guía para la producción de nuevos conocimientos y se constituye como una herramienta básica para los profesionales en diferentes ciencias, en que esto juega un papel importante teórico-operacional ya que su labor es utilizar métodos y técnicas para la realización a las labores vinculadas a la investigación.

Según Carlos Sabino (1992) enfoca que el diseño de la investigación se ocupa precisamente de esa tarea: su objeto es proporcionar un modelo de verificación que permita contrastar hechos con teorías, y su forma es la de una estrategia o plan general que determina las operaciones necesarias para hacerlo.

La **Investigación descriptiva** busca detallar las cualidades y las características de un hecho que se plantea a un análisis. Es útil para señalar con exactitud los ángulos o dimensiones de un hecho o situación

La **investigación correlacional** Su objetivo es percibir la relación o grado de vinculación que exista entre dos o más conceptos, el acontecimiento de conocer que dos conceptos o variables se enlazan contribuye cierta información explicativa en lo que define que tiene un valor explicativo.

La **investigación explicativa** Está orientado a argumentar por las causas de los sucesos y fenómenos físicos o sociales. Se maneja en descifrar por qué se produce un fenómeno y en qué índole se evidencia, Se encuentra más estructurado que los demás seguimientos además de que dota un sentido de discernimiento del fenómeno a que hace mención.

POBLACION

Según Sampieri, Collado y Baptista (2010) indica que una vez que se ha definido cuál será la unidad de análisis, se procede a delimitar la población que va a ser estudiada y sobre la cual se pretende generalizar los resultados. Así, una población es el conjunto de todos los casos que

concuerdan con una serie de especificaciones (Selltiz et al., 1980). Una deficiencia que se presenta en algunos trabajos de investigación es que no describen lo suficiente las características de la población o consideran que la muestra la representa de manera automática. Es preferible entonces establecer con claridad las características de la población, con la finalidad de delimitar cuáles serán los parámetros de muestras.

Dentro del fenómeno a investigar se consta de los siguientes colaboradores, que abarcan en la empresa Farmaservicio S.A.:

Ítem	Informantes	Población
1	Administrativos	25
2	Bodega	18
3	Facturación	27
TOTAL:		70

TABLA 1. Trabajadores de la empresa Farmaservicio S.A.
Autor: Anthony Aguilar

MUESTRA

Según (Sampieri, Collado y Baptista, 2010) nos dice que la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. Con frecuencia leemos y escuchamos hablar de muestra representativa, muestra al azar, muestra aleatoria, como si con los simples términos se pudiera dar más seriedad a los resultados. En realidad, pocas veces es posible medir a toda la población, por lo que obtenemos o seleccionamos una muestra y, desde luego, se pretende que este subconjunto sea un reflejo fiel del conjunto de la población.

Muestra intencional

Se realiza cuando el indagador elige individuos específicos dentro de la población al aplicar un estudio peculiar o de un proyecto de investigación.

Dentro de la investigación realizada se tomara una muestra intencional de la empresa Farmaservicio S.A. para su respectivo proceso de estudio en que se tomará a 15 personas de facturación en que se determinara el proceso de mejora de la empresa Farmaservicio S.A.

Ítem	Estrato	Muestra
1	Facturadores	15
TOTAL:		15

TABLA 2. Muestra.
Autor: Anthony Aguilar

Técnicas e Instrumentos del tipo de Investigación

Hoy en día, en investigación científica hay diversidad de instrumentos y técnicas hacia la recolección de datos en la labor de área de un determinado estudio. Conforme con el método y el tipo de investigación a efectuar, se usa varias técnicas.

Las técnicas que se utilizaran para la recolección de datos de esta propuesta serán las siguientes:

Observación sistemática

Encuesta

FODA

Método de la Observación

Este método obtención de datos consiste en la exploración sistemática, legítima y verídica, a través de un conjunto de categorías y subcategorías.

La observación radica en aprender a decidir eso que tratamos analizar. Suele mencionarse que "Saber observar es saber seleccionar".

La observación científica "posee la habilidad de especificar y explicar la conducta, al obtener información idónea y fidedignas referentes a comportamientos, sucesos y circunstancias justamente identificadas e incluidas en un marco teórico.

- La observación sistemática: técnica que junta información de algo sin cambiarlo con el propósito de tener conclusiones e intentan asociar el mensaje a partir de algunos criterios fijados con anterioridad o partiendo de esos apuntes. Necesita categorizar sucesos, conductas y / o hechos que se han de observar.

¿Qué se Observa?

A partir de los datos verificados en esta investigación lo que observamos es la dificultad que tenemos en el proceso, en que se demora mucho tiempo en la parte que se realiza un despacho a un cliente, y causa muchas anomalías de acuerdo a que se deja de atender al comprador actual, para así llegar a entregar los productos a la persona anteriormente atendida, ya que esto deriva a hacer una verificación minuciosa de cada producto que se entrega.

Otro determinante que se examina es la falta de personal en los boquetes donde se verifican los productos a entregar, en que la rotación de personal nuevo causa muchas más dificultades en el momento de sacar mercadería para realizar una entrega.

Un punto específico es el estudio en que comprobamos cuáles son los factores en que no se logra alcanzar la meta en la organización en que se va a realizar un examen minucioso de las causas que delimitan a poder conseguir lo presupuestado.

Encuesta

Es un método de investigación y compilación de antecedentes usada a fin de lograr a indagar personas acerca de diferentes temas, sin cambiar el entorno donde se adquiere los datos.

La información es recopilada empleando la técnica de forma estandarizada a cada persona, por ello se realizan las mismas interrogantes para prevenir criterios transversales que lograrían influenciar en la conclusión del análisis o investigación.

¿A Quiénes se Realiza la Encuesta?

El propósito de la encuesta no es detallar los entes específicos quienes, por circunstancias, son parte de la muestra, salvo a adquirir una forma compuesta a la población.

En las que en esta investigación serán los facturadores de la empresa FARMASERVICIO S.A. Para así revisar y analizar las anomalías que generan dificultades a la institución debido a lo cual no llega a su objetivo mensual de venta.

Objetivo de la Encuesta

Realizar una evaluación del proceso de ventas para identificar cuáles son los factores que influyen en las actividades de los facturadores de la empresa FARMASERVICIO S.A., y así determinar las mejoras en el proceso de ventas.

FODA

FODA es el análisis de la situación de una organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, igual como señala sus abreviaturas de la palabra y, de esta forma planear una estrategia para el futuro.

	Fortalezas	Debilidades
FODA	<ul style="list-style-type: none"> -Conocimiento en el mercado farmacéutico. -Impulsadores y grupo fuerte de ventas. -Gran variedad de mercadería en productos farmacéuticos. -Reconocimiento de grandes proveedores. -Apropiada atención al cliente propaga lealtad del comprador. 	<ul style="list-style-type: none"> -Conformidad con el proceso vigente. -Desmotivación del personal. -Renuncias voluntarias desmesuradas. -Carencia de utilización de las TIC's que muestren beneficios de las promociones de productos hacia al cliente.
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<ul style="list-style-type: none"> - Abastecimiento a pequeñas farmacias. - Adecuado proyecto de medicación continua para los usuarios. - Empresa reconocida a nivel de toda la provincia del Guayas. 	Fortalecer aún más de conocimiento al equipo laboral para obtener un grupo competitivo con la mayor capacidad de atención.	Organizar capacitaciones de procesos en base a TIC's a todos los colaboradores para obtener resultados mensurables con los consumidores.
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> -Crecimiento de competidores abarcando una gran zona del mercado. -No se muestra un proceso de mejoramiento a la posición presente de la empresa. -Crisis económica. 	Establecer locales en lugares estratégicos para fortalecer y así aprovechar las herramientas para poder obtener un mejor posicionamiento y generar enriquecimiento a la producción del país.	Establecer un mecanismo adecuado de sueldos y salarios de acuerdo a los niveles de profesionalismo y desempeño de los trabajadores para obtener un mejor desarrollo productivo.

TABLA 3. FODA

Elaborado por: Anthony Aguilar

Proceso de Venta Actual de la Empresa FARMASERVICIO S.A.

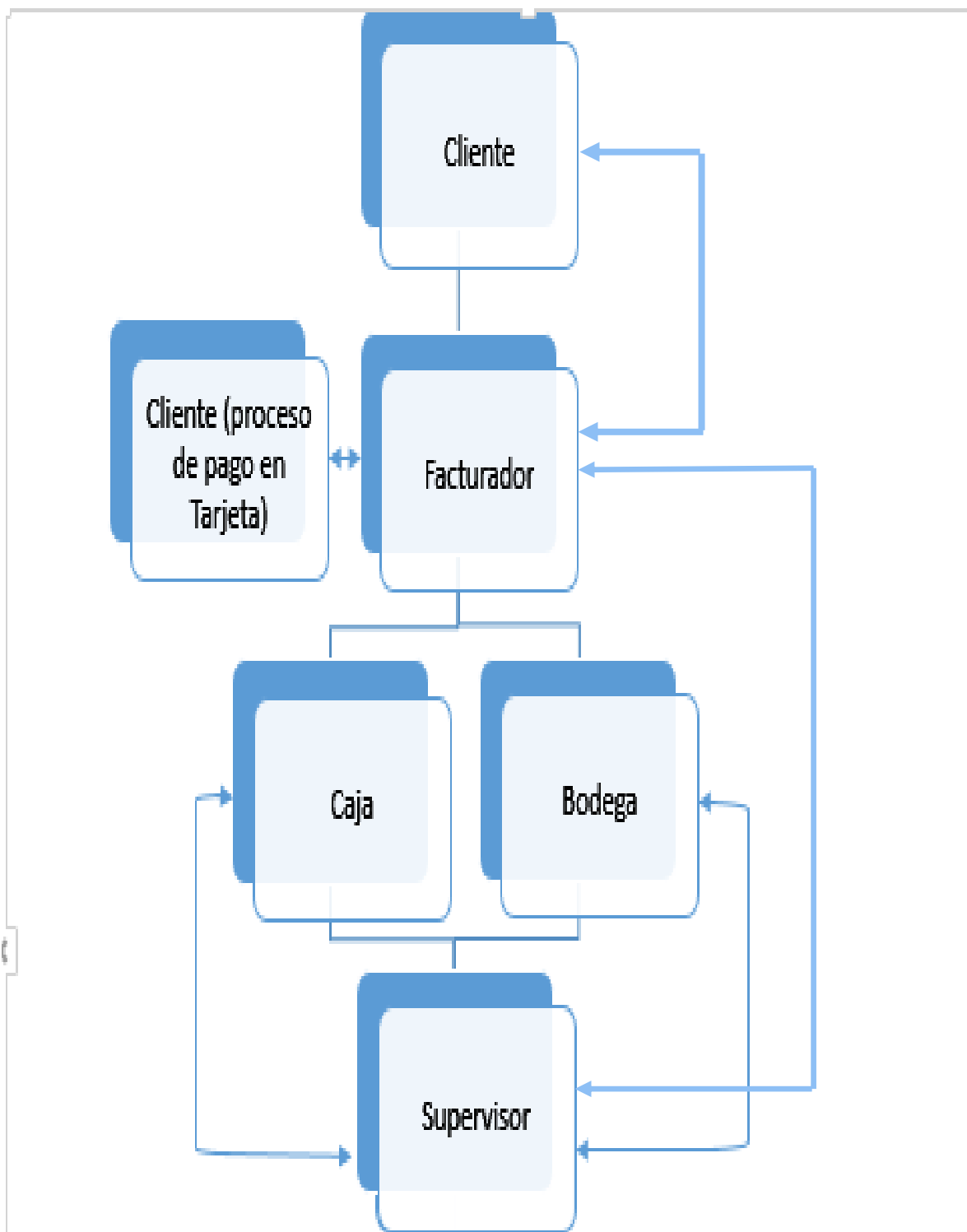


GRAFICO N 3. Proceso de venta actual.
Elaborado por: Anthony Aguilar

Análisis de ventas

AÑO 2018		
MES	META	EJECUTADO
ENERO	\$ 2.260.000,00	\$ 1.650.736,89
FEBRERO	\$ 2.260.000,00	\$ 1.785.493,35
MARZO	\$ 2.260.000,00	\$ 1.563.466,12
ABRIL	\$ 2.260.000,00	\$ 1.694.832,42
MAYO	\$ 2.260.000,00	\$ 1.563.746,67
JUNIO	\$ 2.260.000,00	\$ 1.678.386,50
JULIO	\$ 2.260.000,00	\$ 1.577.627,89
AGOSTO	\$ 2.260.000,00	\$ 1.674.587,92
SEPTIEMBRE	\$ 2.260.000,00	\$ 1.584.278,63
OCTUBRE	\$ 2.260.000,00	\$ 1.865.772,22
NOVIEMBRE	\$ 2.260.000,00	\$ 1.623.746,17
DICIEMBRE	\$ 2.260.000,00	\$ 1.746.398,86
	\$27.120.000,00	\$20.009.073,64

TABLA 4. Análisis anual de ventas.
Elaborado por: Anthony Aguilar

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

Dado a la aplicación de los métodos efectuados en el fenómeno a tratar, la cual otorgará datos relevantes de acuerdo a la investigación requerida, mostrará las evidencias de las técnicas y procedimientos que se han querido investigar de una manera concreta y verídica.

Interpretación de los Resultados de la Guía de Observación

Al momento de la aplicación de esta técnica en el área de facturación se observó que se generan ventas en casi un rango de tiempo determinado tanto en los turnos de la mañana y tarde en que se vio que si hay una atención oportuna, pero existe inconformidad del cliente durante el proceso de venta en que se detalla lo observado.

Existe una demora en el tiempo de despacho en lo que afecta en el momento de generar más demanda, esto se debe a las renunciadas voluntarias desmesuradas e inexperiencia de los boqueteros recién contratados que son los encargados de sacar los productos e incluso al mal manejo de distribución de inventarios.

También se observó que durante el proceso de la atención en que un asesor termina de anotar de forma sistémica los productos solicitados de un cliente, el asesor abarca a otro comprador y se deja en espera al anterior, una vez que el supervisor revisa los productos realiza a entregar al asesor la factura del ultimo cliente para que entregue lo solicitado, en este procedimiento se deja de asistir al consumidor actual para poder realizar la entrega al cliente pasado, esto muestra una queja del comprador actual que se ve comprometido por la falta de atención.

Se ven involucrado otros factores que igualmente ralentizan los procesos como la revisión adecuada y oportuna del inventario en que esto se ve afectado por la carencia de colaboradores en el área de bodega porque

de acuerdo al generar una venta en pocas ocasiones el sistema no comprende con el producto en existencia.

Otra circunstancia que se puede acatar es que examinando el análisis de ventas se termina de decretar que en ningún mes se alcanza a llegar a la meta presupuestada, comprobando que durante el año solo se logró 73.78% de las ventas planteadas cual determina que obtenemos una perdida 26.22% durante el período.

Interpretación de resultados de las encuestas

Con esta técnica implementada en el área de facturación de Farmaservicio S.A. podemos verificar e identificar las incógnitas para determinar la problemática y obtener las respectivas conclusiones.

1. ¿Cuántos clientes usted atiende al día?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
10	5	33%
20	7	47%
Más de 20	3	20%
Total	15	100%

TABLA 5. Cantidad.

Elaborado por: Anthony Aguilar

2. ¿Cuánto se demora en un tiempo prolongado atendiendo a un cliente?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
2 - 5 min	3	20%
6 - 10 min	8	53%
Más de 10 min	4	27%
Total	15	100%

TABLA 6. Tiempo.

Elaborado por: Anthony Aguilar

3. ¿Cuántos clientes muestran inconformidad al día?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1	3	20%
2	3	20%
Más de 3	9	60%

TABLA 7. Queja.

Elaborado por: Anthony Aguilar

4. ¿A qué porcentaje de ventas planteadas, alcanza?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
50% - 60%	6	40%
70% - 80%	5	33%
90% - 100%	4	27%
Total	15	100%

TABLA 8. Alcance.

Elaborado por: Anthony Aguilar

5. ¿Durante que período piensa usted que recibe retroalimentación de los productos para mejorar su desempeño laboral?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	3	20%
Trimestral	11	73%
Semestral	1	7%
Total	15	100%

TABLA 9. Capacitación.

Elaborado por: Anthony Aguilar

6. ¿Qué hace usted para obtener una fidelización con el cliente?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Mejora su atención haciéndola más personalizada	10	67%
Gestiona su venta dando solo productos de promoción	5	33%
Total	15	100%

TABLA 10. Fidelización.

Elaborado por: Anthony Aguilar

7. ¿Qué nivel de captación de cliente genera los productos promocionales?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Alto	7	47%
Medio	6	40%
Bajo	2	13%
Total	15	100%

TABLA 11. Examinación.

Elaborado por: Anthony Aguilar

8. ¿Cómo califica usted el sistema con el que realiza su trabajo?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	6	40%
Regular	7	47%
Malo	2	13%
Total	15	100%

TABLA 12. Evaluación.

Elaborado por: Anthony Aguilar

9. Seleccione entre los siguientes, ¿Cuáles son los factores que influirían al no llegar a su meta?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Demora en el proceso de entrega	7	47%
Desabastecimiento de perchas	3	20%
Falta de motivación	5	33%
Total	15	100%

TABLA 13. Impacto.

Elaborado por: Anthony Aguilar

10. Señale entre las siguientes opciones, ¿Cómo se mejoraría su proceso de ventas?

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Implementando un área de despacho	8	54%
Aumentando el personal	5	33%
Promocionando productos de menor rotación	2	13%

TABLA 14. Sugerencia.

Elaborado por: Anthony Aguilar

El 80% de los encuestados atiende entre 10 y 20 personas al día, en que un 73% genera una gestión de demora en su atención de 2-10 min, esto radica que durante ese período un 60% de interrogados indica que más de 3 clientes muestran su inconformidad en el día.

El 73% de facturadores muestra que las transacciones individuales que generan solo logran un alcance de 50%-80% de venta presupuestada, buscando un mejoramiento en su desempeño el mismo 73% señala que recibe retroalimentación de forma trimestral.

Se observa que el 67% de colaboradores utiliza como mejor estrategia de fidelización con el cliente es haciendo que su atención sea más

personalizada, se verifica también por un 87% de indagados que los productos promocionales generan un nivel medio-alto en captación de clientes y este mismo 87% califica al sistema de facturación entre bueno-regular para poder realizar su labor.

Un factor importante también se acota es que 33% se queja por la falta de motivación porque ya no se les otorga incentivos. Entre otra de las mayores influencias que determina el 47% de encuestados es que señalan que existe mucha demora en el proceso de entrega, examinando un 54% de sondeados fija que implementado un área de despacho y un 33% delimita que aumentando el personal se puede buscar una solución.

La propuesta busca ejercer y mantener una atención oportuna y rápida hacia el cliente, obteniendo la mejoría que se plantea para la gestión administrativa en el departamento de ventas y así poder proyectarnos al presupuesto con un mejoramiento en la atención al cliente, esto se logra implementando un área de despacho para evitar los cuellos de botella que se generan al momento de realizar una entrega y coordinar para que los factores de mal abastecimiento nos lleguen de forma oportuna para realizar la gestión de una manera adecuada, también ejercer acuerdos para darle salida a los productos de menor rotación logrando este hecho con un proceso de evaluación a los facturadores para que puedan ejercer su labor con mucho criterio ofreciendo variedad de productos.

PLAN DE MEJORAS

Es un conjunto de medidas de cambio que se toman en una organización para mejorar su rendimiento. Los progresos tienen que ser sistemáticos, no improvisadas ni al azar. Deben proyectarse atentamente, conducir a la destreza y comprobar sus resultados. Una vez llevado a cabo la evaluación, el ente valorado comprende las primordiales fortalezas y debilidades en vínculo al ámbito que lo rodea. La esencia radica en el reconocimiento de las zonas de avances considerando que, para eso se tienen que mejorar las debilidades auxiliándose en las principales

fortalezas. El próximo paso corresponde a elegir las posibles opciones de mejora para, entonces, favorecer las más idóneas.

¿Qué técnica se utilizara?

Se propone la utilización de técnicas que facilitarán la determinación de las acciones de mejora a llevar a cabo para superar las debilidades. En la que en esta investigación se utilizara la 5W2H.

¿Qué es 5W2H?

Es un instrumento de administración que por medio de 7 interrogantes que nos faculta realizar un plan de acción de modo sistemático y estructurado. Su utilización es fácil y logra efectuarse individual o en grupo.

5W2H: What, Why, When, Where, Who, How y How much

Metodología 5W2H: Cómo se hace

Evidentemente la forma de empleo del 5W 2H es sencilla, encaja en desaparecer interrogantes (si las hay) demostrando cómo se realiza un plan con 5W2H, esto se hace especificando cada cuestionamiento.

WHAT – ¿QUÉ?: Lo que se va a desempeñar.

WHY – ¿POR QUÉ?: el motivo por la cual se desea ejecutar lo enunciado.

WHEN – ¿CUÁNDO? En qué instante se va a desempeñar lo manifestado. No basta con tener el punto de partida, también es necesario cuándo estimamos se verá culminado el plan de acción, esto, teniendo en cuenta los riesgos que se afrontan.

WHERE – ¿DÓNDE? En qué parte o lugar se va a efectuar.

WHO – ¿QUIÉN? La persona, entidad, grupo, etc. que se somete a desempeñarlo. Es el consciente de la ejecución. Cualquier proyecto sin un doliente, está destinado a frustrarse. En el momento en que la responsabilidad de una acción se desempeña sobre una sola persona y

no sobre un grupo, existen muchas posibilidades de que esa actividad se alcance, a fin de cuentas, ante un infortunio efecto la responsabilidad dividida duele menos que la individual.

HOW – ¿CÓMO? De qué modo se va a ejecutar, qué métodos se va a aplicar, cómo aspiras lograr el objetivo. Un «cómo» puede ser por ejemplo el desglose de actividades del «qué».

HOW MUCH – ¿CUÁNTO?: Cuánto va a valer. ¿Dificultad, angustia? ¿Tiempo y dinero más bien? De forma natural esto se aplica después del «cómo», puesto que este avance es más claro si se especifica «cuánto» por cada una de las actividades del plan de acción.

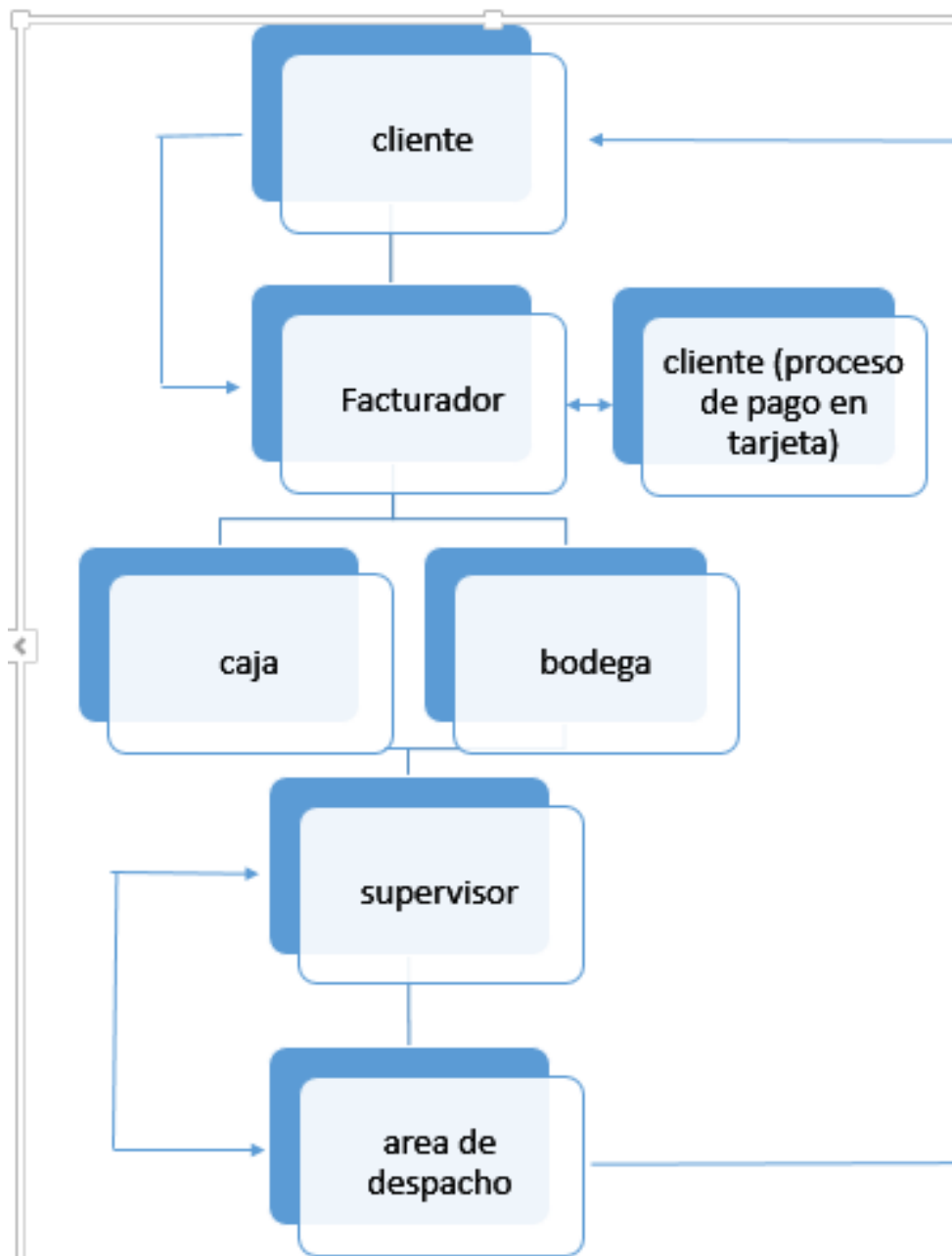


GRAFICO 4. Proceso de venta mejorado.
Elaborado por: Anthony Aguilar

PLAN DE MEJORAS

Objetivo: Mejorar la gestión administrativa en el departamento de ventas en la empresa FARMASERVICIO S.A.	Meta:					Recursos:	
	Situación actual: Dificultades dentro de la gestión del proceso en el departamento de ventas.					Humanos:	Supervisor punto FARMASERVICIO S.A. Supervisor General. Jefe Bodega
	Situación deseada: Mejorar la gestión dentro del departamento de ventas aumentando el nivel de atención al cliente y así lograr las metas establecidas.						Materiales:
Fecha de inicio: 01 de Enero de 2018							
Fecha límite: 31 de Diciembre de 2018							
N°	¿Qué?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Quién?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Cuánto?
1	Implementar un área de entrega	1. Son las mejoras que abarcaran en el rendimiento de atención al cliente. 2. Se evitara los minutos de desatención de un cliente para la entrega de otro pedido.	Otorgando un espacio de 1,30 metros en el área de facturación	° Supervisor punto FARMASERVICIO S.A. ° Supervisor General	2° semestre del 2019	Facturación	\$1.500
2	Implementar acciones de mejoramiento continuo teniendo como referente la evaluación	Son las acciones que permiten mediante su ejecución el alcance de las metas planeadas.	1. Mediante el seguimiento, control y evaluación de los procesos. 2. Fortaleciendo el conocimiento en las capacitaciones con pruebas. 3. Preparando al personal con técnicas y tácticas de ventas.	° Supervisor punto FARMASERVICIO S.A. ° Supervisor General	Todo el año	Facturación	\$1.000

3	Aumentar el personal de despacho	<p>1. Porque se podrá evitar el cuello de botella, en que los pedidos no fluctúan en su determinado tiempo.</p> <p>2. Se obtendrá en cuenta los productos de menor rotación para poder darle solución oportuna.</p>	<p>1. Contratando personal.</p> <p>2. Dándole la oportunidad a los bodegueros que pasaron por la sucesión de percheo y ayuden a la colaboración del proceso de chequeo de mercadería.</p> <p>3. Asignando a dos bodegueros en cada boquete solo a que se dediquen a sacar los pedidos.</p> <p>4. Mejorando el desabastecimiento de perchas y control de inventario.</p>	<p>° Supervisor punto FARMASERVICIO S.A.</p> <p>° Supervisor General.</p> <p>° Jefe Bodega</p>	Todo el año	Facturación. Bodega.	\$4.500
4	Gestionar nuevamente el plan de incentivos	Se tendrá al personal motivado con ganas de cumplir con el presupuesto asignado.	<p>1. Coordinando una vez más con los laboratorios para cumplir con sus cuotas asignadas.</p> <p>2. Ofreciendo un alcance de metas propias de la empresa otorgando una bonificación adicional o incidiendo en la comodidad del trabajador.</p>	<p>° Gerente Comercial.</p> <p>° Supervisor punto FARMASERVICIO S.A.</p> <p>° Supervisor General.</p>	Todo el año	Facturación.	\$15.750

CONCLUSION

Una vez ejecutado el análisis se puede identificar que por un proceso no adecuado, el área de facturación no logra alcanzar los presupuestos de ventas otorgados en la organización, esto se debe a las irregularidades que el área frecuenta muy seguido. En ella se puede verificar que las molestias causadas hacia el comprador es que lo dejan de atender por realizar una entrega

La falta de personal afecta a que se tenga un mejor rendimiento al momento de generar más productividad lo que genera muchas ralentizaciones en el proceso ya que no obtienen un control adecuado de inventario y demora al momento de sacar los productos facturados eso genera demasiado malestar con el cliente.

Al utilizar los métodos que se describen en este trabajo conseguirán reestablecer la situación del proceso actual del departamento de ventas y así llegar a cumplir con lo que la empresa propone en su gestión, obteniendo la mejoría y la versatilidad para desempeñar los procesos de forma adecuada, con esto buscan un rendimiento elevado de los colaboradores logrando los niveles más altos de desarrollo productivo que la organización necesita.

RECOMENDACIÓN

Poner en marcha las mejoras que se generan en esta propuesta para lograr los objetivos institucionales y específicos que la organización requiere para obtener un mayor desempeño.

Implementar un análisis que determine porque se generan las renunciaciones voluntarias de forma desmesurada en que se ve afectada la farmacéutica en consecuencia de quedar con muy pocos colaboradores.

Realizar un estudio en el que verifique cuales son las causas del cual se produce esto de forma muy controversial, para poder darle una solución en que la organización Farmaservicio S.A. no tenga que realizar su gestión de forma improvisada y pueda lograr tener una tranquilidad al momento de generar mayor producción.

Bibliografía

AGUSTIN REYES PONCE (2004): "Administración de Empresas Teoría y Práctica" PRIMERA PARTE, Mexico, D.F. EDITORIAL LIMUSA, S.A. DE C.V. GRUPO NORIEGA EDITORES.

AGUSTIN REYES PONCE (2005): "Administración de Empresas Teoría y Práctica" SEGUNDA PARTE, Mexico, D.F. EDITORIAL LIMUSA, S.A. DE C.V. GRUPO NORIEGA EDITORES.

ANDERSON, R. E., HAIR, J. F. & BUSH, A. J. (2007): "Administración de ventas" 2° EDICION, México, EDITORIAL MC GRAW HILL.

ANTONIO CESAR AMARU (2009): "Fundamentos de Administración Teoría general y proceso administrativo" 1° EDICION, Naucalpan de Juarez, Mexico, PEARSON EDUCACION DE MEXICO, S.A. DE C.V.

CARLOS SABINO (1992): "El Proceso de Investigación", Caracas, Venezuela, EDITORIAL PANAPO.

FRANCISCO LOBATO, MARGARITA DE LA MATA Y SOLEDAD RODRIGUEZ (2010): "Gestión Administrativa Operaciones Administrativas de Compra –Venta", Madrid, España, MAC MILLAN IBERIA S.A.

IDALBERTO CHIAVENATO. REIMPRESION (2007): "Administración de Recursos Humanos El Capital Humano de las Organizaciones"; México, EDITORIAL MC GRAW HILL.

IDALBERTO CHIAVENATO. REIMPRESION (2007): "Introducción a la Teoría General de la Administración"; México, EDITORIAL MC GRAW HILL.

LEY QUE REGULA LAS EMPRESAS PRIVADAS DE SALUD Y MEDICINA PREPAGADA Registro Oficial 12 de 26-ago.-1998

KOTLER PHILIP Y ARMSTRONG GARY (2012): "Fundamentos de Marketing" 14° EDICION, México, PEARSON EDUCACIÓN.

MANUEL ARTAL CASTELLS (2012): "Dirección de Ventas Organización del Departamento de Ventas y Gestión de Vendedores", Madrid, ESIC EDITORIAL.

MARIA DEL CARMEN MARTINEZ GUILLEN (2013): "La Gestion Empresarial Equilibrando Objetivos y Valores", Madrid, España, EDICIONES DIAZ DE SANTOS, S.A.

MARIA TERESA PALOMO VADILLO (2010): "Liderazgo y Motivación de Equipos de Trabajo", Madrid, España, ANORMI S.I.

NORMAS INTERNACIONALES ISO (2018) Registro Oficial Ultima Actualización.

PEDRO RUBIO DOMINGUEZ (2008): "Introducción a la Gestión Empresarial Fundamentos Teóricos y Aplicaciones Prácticas", Madrid, España, INSTITUTO EUROPEO DE GESTIÓN EMPRESARIAL.

REGLAMENTO DE CONTROL Y FUNCIONAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS FARMACÉUTICOS.

ROBERTO HERNANDEZ SAMPIERI, CARLOS FERNANDEZ COLLADO, MARIA DEL PILAR BAPTISTA LUCIO (2010) "Metodología de la investigación" 5° EDICION, México, EDITORIAL MC GRAW HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

TESIS, CAMPOS ENCALADA SEGUNDO FERNANDO, LOZA CHAVEZ PEDRO MANOLO (2011): "Incidencia de la Gestión Administrativa de la Biblioteca Municipal Pedro Moncayo de la Ciudad de Ibarra en Mejora de la Calidad de Servicios y Atención de los Usuarios", UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE.

TESIS, GÓMEZ VELASQUEZ JOSWALDI (2012): "Soluciones Gerenciales a Partir de un Análisis de Gestión Administrativa (AGAD) Departamento de Administración Ambulatorio Urbano Tipo III", BRASIL CUMANÁ, ESTADO SUCRE.

TESIS, MARÍA AUXILIADORA GUIZADO ZÚÑIGA (2016): "Propuesta de Mejora del Proceso de Organización y Automatización de los Títulos Habilitantes de Transporte Público de la Comisión de Tránsito del Ecuador", INSTITUTO TECNOLÓGICO BOLIVARIANO.

TESIS, MARIANITA PAZMIÑO BARBOTO (2011): "Desarrollo de Indicadores de Gestión en el Mejoramiento Continuo de los Procesos", INSTITUTO TECNOLÓGICO BOLIVARIANO.

Anexos

GUIA DE OBSERVACION

NOMBRE DE LA EMPRESA	FARMASERVICIO S.A.
NOMBRE DEL OBSERVADOR	Anthony Aguilar Reyes

Objetivo: Observar y analizar el proceso de venta en la empresa FARMASERVICIO S.A.

N°	ASPECTOS A EVALUAR	SI	NO	POCOS	OBSERVACIONES
1	MUESTRAN INCONFORMIDAD LOS CLIENTES			X	Durante el proceso de entrega de un producto se deja de atender al cliente actual para realizar un despacho al cliente anterior. También existe retraso en el momento de entrega.
2	RECIBEN CAPACITACIONES CONSTANTES	X			
3	REVISAN LA CADUCIDAD DE LOS PRODUCTOS			X	La carencia de trabajadores en la bodega de acuerdo a los turnos establecidos no permite un control adecuado de inventario, en la que solo se gestiona un día a la semana.
4	VERIFICAN LOS CAMBIOS Y PRODUCTOS DE LOS CLIENTES DE FORMA ADECUADA	X			
5	LLEGAN AL PRESUPUESTO DE VENTAS LOS FACTURADORES			X	El gran acaparamiento de competidores interviene en el alcance de la meta propuesta y los factores de una mala distribución de inventario.
6	ATIENDEN A LOS CLIENTE DE FORMA OPORTUNA	X			
7	MANEJAN UN INVENTARIO VARIADO PARA LA VENTA	X			
8	MEJORAN SU ATENCION HACIA EL CLIENTE	X			
9	GESTIONA UN PROCESO DE DESPACHO RAPIDO		X		La falta y el mal manejo del personal e inexperiencia de los boqueteros influyen en el momento de sacar un pedido. Esto se debe a que las renuncias voluntarias son mayores en esa área.

Encuesta del proceso de ventas

Objetivo: Realizar una evaluación del proceso de ventas para identificar cuáles son los factores que influyen en las actividades de los facturadores de la empresa FARMASERVICIO S.A., y así determinar las mejoras en el proceso de ventas.

1. ¿Cuántos clientes usted atiende al día?

- 10
- 20
- Más de 20

2. ¿Cuánto se demora en un tiempo prolongado atendiendo a un cliente?

- 2 - 5 min.
- 6 - 10 min.
- Más de 10 min

3. ¿Cuántos clientes muestran incorfomidad al día?

- 1
- 2
- Más 3

4. ¿A qué porcentajes de ventas planteadas, alcanza?

- 50% - 60%
- 70% - 80%
- 90% - 100%

- 5. ¿Durante que período piensa usted que recibe retroalimentación de los productos para mejorar su desempeño laboral?**
- Mensual
 - Trimestral
 - Semestral
- 6. ¿Qué hace usted para obtener una fidelización con el cliente?**
- Mejora su atención haciéndola más personalizada
 - Gestiona su venta dando solo productos de promoción
- 7. ¿Qué nivel de captación de clientes genera los productos promocionales?**
- Alto
 - Medio
 - Bajo
- 8. ¿Cómo califica usted el sistema con el que realiza su trabajo?**
- Bueno
 - Regular
 - Malo
- 9. Selecciones entre los siguientes, ¿Cuáles son los factores que influirían al no llegar a su meta?**
- Demora en el proceso de entrega
 - Desabastecimiento de perchas
 - Falta de motivación
- 10. Señale entre las siguientes opciones, ¿Cómo se mejoraría su proceso de ventas?**
- Implementando un área de despacho
 - Aumentando el personal
 - Promocionando productos de menor rotación



Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“ESTUDIO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN EL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA “FARMASERVICIO S.A. ” UBICADA EN GUAYAQUIL”** y problema de investigación: **¿Cómo incide las falencias de la gestión administrativa del departamento de ventas en el cumplimiento del volumen de ventas de la empresa “FARMASERVICIO S.A. ” ubicada en Guayaquil en el período 2018?,** presentado por **Aguilar Reyes Anthony Josué** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Anthony Aguilar R.
Egresado:

Aguilar Reyes Anthony Josué

Roxana Chiquito
Tutora:

PhD. Chiquito Chilan Rosa Roxana

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN



Yo, Aguilar Reyes Anthony Josué en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **ESTUDIO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN EL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA "FARMASERVICIO S.A." UBICADA EN GUAYAQUIL**, de la modalidad de presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Aguilar Reyes Anthony Josué

Anthony Aguilar J.

Nombre y Apellidos del Autor

Firma

No. de cedula: 093152449-0

Nota: La presente cláusula de autorización, con el correspondiente reconocimiento de firma se adjuntará al original del trabajo de titulación como una página preliminar más.

Dr. Jaime Pazmiño Palacios, Msc.
NOTARIO SÉPTIMO DEL
CANTÓN GUAYAQUIL

REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN



CÉDULA DE CIUDADANIA N. 093152449-0
APELLIDOS Y NOMBRES AGUILAR REYES ANTHONY JOSUE
LUGAR DE NACIMIENTO GUAYAS
GUAYAQUIL BOLIVAR /SAGRARIO/
FECHA DE NACIMIENTO 1994-09-17
NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO M
ESTADO CIVIL SOLTERO



INSTRUCCION BACHILLERATO PROFESIÓN / OCUPACIÓN ESTUDIANTE

V33331222

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE AGUILAR BOZA WALTER GUILLERMO
APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE REYES VELASQUEZ MONICA RUTH

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN GUAYAQUIL 2013-02-20

FECHA DE EXPIRACION 2023-02-20



[Signature]

Anthony Aguilár R.

DIRECTOR GENERAL

FIRMA DEL CEDULADO

000794385

CERTIFICADO DE VOTACIÓN

24 - MARZO - 2019



0001 M

0001 - 269

0931524490

AGUILAR REYES ANTHONY JOSUE



PROVINCIA: GUAYAS
CANTÓN: GUAYAQUIL
CIRCUNSCRIPCIÓN: 3
PARROQUIA: GARCIA MORENO
ZONA: 1

ELECCIONES SECCIONALES Y CPCCS

2019

CIUDADANO/O:

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGO EN EL PROCESO ELECTORAL 2019

E. PRESIDENTE DE LA JRV

[Signature]
NOTARIO SÉPTIMO DEL CANTÓN GUAYAQUIL

CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 0931524490

Nombres del ciudadano: AGUILAR REYES ANTHONY OSWALDO

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL
(SAGRARIO)

Fecha de nacimiento: 17 DE SEPTIEMBRE DE 1994

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: HOMBRE

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: AGUILAR BOZA WALTER GUILLERMO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: REYES VELASQUEZ MONICA RUTH

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 7 DE DICIEMBRE DE 2013

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 20 DE NOVIEMBRE DE 2019

Emisor: LISSETTE DE LOS ANGELES BOHORQUEZ SOLORZANO - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 7 -
GUAYAS - GUAYAQUIL



Anthony Aguilar R.

Dr. Jaime T. Pazmiño Palacios, Msc.
NOTARIO SÉPTIMO DEL
CANTÓN GUAYAQUIL

N° de certificado: 195-278-32671



195-278-32671

Lcdo. Vicente Taiano G.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente





Factura: 001-003-000014219



20190901007D00608

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901007D00608

Ante mí, NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS de la NOTARÍA SÉPTIMA , comparece(n) ANTHONY JOSUE AGUILAR REYES portador(a) de CÉDULA 0931524490 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 20 DE NOVIEMBRE DEL 2019, (15:27).

Anthony Aguilar
ANTHONY JOSUE AGUILAR REYES
CÉDULA: 0931524490



Jaime Tommy Pazmiño Palacios

NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS
NOTARÍA SÉPTIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



Dr. Jaime T. Pazmiño Palacios, Msc.
NOTARIO SÉPTIMO
DEL CANTÓN GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**

RICHARD SAN LUCAS VAZGAS

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT



[Firma]

Firma