

# ESCUELA DE POSGRADO NEWMAN

MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



**Formulación de una propuesta de mejora para el área  
comercial de la empresa Trescloud en la ciudad de Quito, año  
2021**

**Trabajo de Investigación  
para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en  
Administración de Negocios

**Autor:**

Bach. Tipán Duque, Jessica Nathaly

**Docente Guía:**

Mg. Leo Rossi, Ernesto Alessandro

**TACNA – PERÚ**

**2022**

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	3
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
ÍNDICE DE FIGURAS .....	9
DEDICATORIA.....	11
AGRADECIMIENTOS .....	12
RESUMEN.....	13
INTRODUCCIÓN.....	15
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DE ESTUDIO .....	17
1.1    Título del tema.....	17
1.2    Planteamiento del problema .....	17
1.3    Objetivos de la investigación .....	19
1.3.1    Objetivo general.....	19
1.3.2    Objetivos específicos .....	19
1.4    Metodología.....	19
1.4.1    Características.....	19
1.5    Justificación.....	20
1.5.1    Teórica.....	20
1.5.2    Metodológica.....	21
1.5.3    Práctica.....	22
1.6    Alcances y limitaciones .....	22
1.6.1    Geográfica .....	22
1.6.2    Sectorial.....	22

1.6.3 Organizacional.....	22
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO .....	23
2.1 Conceptualización de las variables o tópicos claves.....	23
2.1.1 Área comercial de una empresa .....	23
2.1.1.2 Funciones del área comercial.....	25
2.1.1.3 Factores de éxito del área comercial.....	26
2.1.1.4 Importancia del área comercial dentro de la empresa.....	28
2.1.1.5 Propuesta de mejora .....	29
2.1.1.6 Indicadores comerciales.....	31
2.1.1.7 Estrategia de mejora comercial .....	33
2.1.1.8 Marketing mix .....	34
2.1.1.9 Comercialización .....	38
2.1.1.10 Indicadores comerciales.....	38
2.1.1.11 Retención de clientes .....	39
2.1.1.12 Mecanismos de control .....	39
2.2 Importancia de la variable .....	39
2.3 Análisis comparativo.....	40
2.4 Análisis crítico .....	41
CAPITULO III MARCO REFERENCIAL .....	43
3.1 Reseña histórica de Trescloud .....	43
3.2 Filosofía organizacional.....	44
3.2.1 Objetivo.....	44

3.2.2	Misión .....	44
3.2.3	Visión .....	45
3.2.4	Valores.....	45
3.3	Diseño organizacional .....	46
3.4	Productos y servicios que ofrece Trescloud.....	49
3.5	Diagnostico organizacional.....	51
CAPITULO IV RESULTADOS .....		54
4.1	Diagnostico situacional.....	54
4.1.1	Análisis de la encuesta .....	55
4.1.1.1	Determinación de la muestra para la encuesta .....	56
4.1.1.2	Diseño del cuestionario .....	57
4.1.1.3	Resultados obtenidos del cuestionario.....	67
4.1.2	Análisis de la entrevista .....	69
4.1.2.1	Diseño de la guía de entrevista .....	70
4.1.2.2	Resultados obtenidos de la guía de entrevista.....	79
4.1.3	FODA de la empresa Trescloud.....	81
4.2	Propuesta de mejora para la empresa Trescloud.....	85
4.2.1	Direccionamiento de la propuesta de mejora.....	85
4.2.2	Objetivo general de la propuesta mejora .....	86
4.2.3	Objetivos específicos de la propuesta de mejora.....	86
4.2.4	Desarrollo de la propuesta de mejora .....	86
4.2.4.1	Desarrollo de la propuesta por medio de indicadores comerciales	88

4.3	Mecanismo de control .....	89
4.4	Costo y beneficio de la propuesta .....	90
CAPITULO V SUGERENCIAS .....		92
CONCLUSIONES .....		94
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....		96
ANEXOS DE LA INVESTIGACIÓN .....		100
□	Formato del cuestionario .....	100
□	Formato de la guía de entrevista .....	103
□	Fotografías de la empresa Trescloud .....	106

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1 Asesoría personalizada .....	57
Tabla 2 Eficiencia de los asesores comerciales .....	58
Tabla 3 Servicios de la empresa .....	59
Tabla 4 Información de promociones .....	60
Tabla 5 Frecuencia de uso de servicios .....	61
Tabla 6 Respuesta rápida.....	62
Tabla 7 Servicio al cliente.....	63
Tabla 8 Encuesta de satisfacción .....	64
Tabla 9 Información a los clientes .....	65
Tabla 10 Campañas de publicidad .....	66
Tabla 11 Objetivo de ventas .....	70
Tabla 12 Medición de desempeño de actividades.....	71
Tabla 13 Indicadores comerciales .....	72
Tabla 14 Estrategias comerciales.....	73
Tabla 15 Propuesta de mejora .....	74
Tabla 16 Uso de indicadores comerciales.....	75
Tabla 17 Resultados de estrategias comerciales .....	76
Tabla 18 Personal capacitado .....	77
Tabla 19 Capacitación al personal .....	78
Tabla 20 Beneficios de indicadores comerciales.....	79

Tabla 21 Fortalezas Trescloud .....	81
Tabla 22 Oportunidades Trescloud .....	82
Tabla 23 Debilidades Trescloud .....	83
Tabla 24 Amenazas Trescloud .....	84
Tabla 25 Funciones área comercial.....	86
Tabla 26 Propuesta con indicadores comerciales .....	88
Tabla 27 Mecanismos de control .....	89
Tabla 28 Costo económico de la propuesta .....	90



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Funciones del área comercial.....	26
Figura 2. Componentes del marketing mix .....	35
Figura 3. Ubicación geográfica de Trescloud .....	44
Figura 4. Valores de la empresa Trescloud .....	46
Figura 5. Estructura /organigrama organizacional .....	48
Figura 6. Logo de Odoos Ecuador .....	49
Figura 7. Facturas electrónicas en facturadeuna.....	50
Figura 8. Capacitación y talleres .....	51
Figura 9. Asesoría personalizada .....	57
Figura 10. Eficiencia de los asesores comerciales .....	58
Figura 11. Servicios de la empresa .....	59
Figura 12. Información de promociones .....	60
Figura 13. Frecuencia de uso de servicios .....	61
Figura 14. Respuesta rápida .....	62
Figura 15. Servicio al cliente.....	63
Figura 16. Encuesta de satisfacción.....	64
Figura 17. Información a los clientes .....	65
Figura 18. Información a los clientes .....	66
Figura 19. Objetivo de ventas.....	70
Figura 20. Medición de desempeño de actividades.....	71

Figura 21. Indicadores comerciales .....	72
Figura 22. Estrategias comerciales .....	73
Figura 23. Propuesta de mejora .....	74
Figura 24. Uso de indicadores comerciales.....	75
Figura25. Uso de indicadores comerciales.....	76
Figura26. Personal capacitado .....	77
Figura27. Capacitación al personal .....	78
Figura28. Beneficios de indicadores comerciales.....	79
Figura29. Página web de la empresa Trescloud .....	106
Figura30. Capacitación al personal del área comercial .....	106
Figura31. Servicios de asesorías especializadas .....	107
Figura32. Servicios de asesorías Odoos.....	107
Figura33. Servicios de asesorías en línea.....	107

## DEDICATORIA

Le dedico el resultado de este Trabajo de Investigación. Principalmente, a mi compañera de vida Daya, por tu paciencia, por tu comprensión, por tu ayuda y por estar al pie del cañón cuando sentía la batalla perdida. Realmente, ella conoce todo mi potencial y me brinda el equilibrio que necesito para conseguir todo lo que me propongo. ❤️

A mis padres Maribel y Ramiro, porque sin ellos no sería nada de lo que soy ahora, ya que me enseñaron a como ganármelo todo a pulso y constancia, sin olvidarme nunca de dónde vengo.

También, quiero dedicarle este trabajo a mi hermana Diana, porque quiero que vea reflejado en mi todo lo que puede cumplir y que a pesar de las adversidades siempre hay una recompensa que nos llena la vida de fuerza y alegría para seguir por más.

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por haberme dado la perseverancia de no desistir, a mi padres por el apoyo incondicional en todas mis decisiones, a mis abuelitos por sus bendiciones regadas en mí, a toda mi familia por su ánimos y alegría, a mi mejor amiga por sus consejos. Tengo un profundo agradecimiento tanto a la empresa donde laboro por darme todas las facilidades para poner en práctica mis estudios; como Escuela y mi Tutor Guía por su apoyo y orientación para lograr culminar mi Trabajo de Investigación. En especial, quiero agradecer eternamente a mi pareja y hermana, tengo la certeza que esta meta no la hubiese logrado sin ellas ya que han sido mi soporte y mi fuerte confiable donde recargar todas mis energías para no rendirme.

## RESUMEN

A través de la realización del presente proyecto investigativo se formuló una propuesta de mejora para el área comercial de la empresa Trescloud en la ciudad de Quito, misma que se dedica a la actividad informática del desarrollo de softwares para pequeñas y medianas empresas. La propuesta pretende solucionar los problemas relacionados con la disminución de la cartera comercial, asesorías no facturadas, la negligencia de los asesores comerciales o el elevado precios.

Para el desarrollo del trabajo académico se empleó el enfoque cuantitativo, la investigación de tipo descriptiva, exploratoria y bibliográfica-documental, mediante las cuales se recolectó los datos e información necesarios para determinar los aspectos que presentan problemas en el área comercial y que deben ser solucionados de manera inmediata y eficaz.

Con el análisis situacional y la información proporcionada por los indicadores comerciales, se determinó los aspectos que requieren mejoras dentro del área comercial de Trescloud, para lo cual se estableció y aplicó las acciones propuestas por la estrategia del marketing mix, con la finalidad de optimizar los procesos y actividades dentro de esta área de la organización, y así contribuir al crecimiento y posicionamiento de la empresa en el mercado nacional.

Los principales hallazgos de la propuesta de mejora establecida en el capítulo IV fue; que con el uso de los indicadores comerciales, con el fin de corregir y mejorar las dificultades que se presenta en el área actualmente, lo que permitiría a la empresa Trescloud, incrementar el rendimiento eficiencia y efectividad en su gestión comercial, la propuesta de mejora, se encuentra direccionada al área comercial de la empresa Trescloud, con la finalidad de incorporar en su gestión comercial el uso de indicadores comerciales que le permita mejorar su rendimiento y aprovechar las ventajas de los

mismos, para solucionar los presentes problemas del área y poder lograr las metas propuestas en las ventas de la empresa, logrando así la confianza de sus clientes y el reconocimiento de su marca empresarial, así como también mejorar la imagen ante sus competidores.

El área comercial de la empresa Trescloud, atraviesa por un bajo rendimiento de sus actividades, siendo su principal problema la disminución de su cartera de cliente, que en la actualidad a causa de la pandemia ha reducido considerablemente, afectado de gran manera el número de ventas de la empresa y con ello grandes pérdidas económicas.

Mediante las encuestas realizadas a los clientes, se ha identificado que sus inquietudes y malestares por el servicio comercial brindado, pues gran porcentaje de los clientes indican que los servicios de asesorías del área, no cumplen sus expectativas ni resuelven sus necesidades.

Los clientes encuestados, indican que el personal del área comercial no está debidamente capacitado para gestionar sus dudas y requerimientos, lo cual les genera malestar y pérdida de tiempo ya que no reciben una respuesta rápida e idónea cuando lo solicitan.

El diseño de la mejora para el área comercial de la empresa Trescloud está basado en, la implementación de estrategias que le permitan corregir los problemas que se suscitan en el área comercial actualmente, para lo cual se hace uso de los indicadores comerciales, cuya finalidad es, permitir a los colaboradores del área comercial, desarrollar las actividades de manera correcta y eficaz, con lo cual, se espera resultados positivos en la empresa.

## INTRODUCCIÓN

En un mundo cada vez más competitivo y complejo las empresas buscan automatizar y minimizar sus procesos organizacionales, por lo que día a día aumentan los programas informáticos que ofrecen agilizar las actividades administrativas, comerciales y financieras de la empresa. Trescloud es una empresa que provee asistencia informática, a través de un sistema de gestión empresarial ERP en Odoo, a través del cual se realizan las tareas relacionadas con comercio eléctrico, contabilidad, gestión de relaciones con el cliente, compras, entre otros.

Las empresas que ofrecen estos servicios informáticos deben monitorear y evaluar de manera periódica sus procesos, a fin de identificar problemas y falencias que se presentan en las diferentes áreas de la organización. Para ello se debe realizar un análisis situacional y diseñar un plan de mejora que permita establecer los objetivos, estrategias y acciones a seguir para optimizar dichas actividades.

La presente investigación establece la creación de una propuesta de mejora a aplicarse en el área comercial de la organización, ya que actualmente se ha detectado que la empresa a pesar de tener varios años en el mercado tecnológico de desarrollo de softwares atraviesa por una serie de problemas de índole comercial, entre los que destaca la disminución de su índice de ventas a causa de la pandemia de la COVID-19.

De acuerdo a lo manifestado la propuesta de mejora enfocada para el área comercial de la empresa Trescloud Cía. Ltda., de la ciudad de Quito desarrolló de la siguiente manera.

En el capítulo I, se establecen los aspectos relacionados con los antecedentes de la investigación, objetivo general y objetivos específicos, la metodología utilizada y los alcances y limitaciones del proyecto investigativo.

En el capítulo II, señalado como Marco Teórico se plantea el análisis de la investigación, la conceptualización, importancia de los modelos de las variables relacionadas con el tema de investigación, así como el análisis comparativo y crítico de las variables de estudio.

En el capítulo III, denominado como Marco Referencial se abordan los aspectos relacionados con la reseña histórica, filosofía y diseño organizacional del proyecto de investigación.

En el capítulo IV, descrito como Resultados se presentan los elementos relacionados al diagnóstico situacional de la empresa, para posteriormente proceder con la elaboración de la propuesta de mejora.

En el capítulo V, conceptualizado como Sugerencias se plantean las conclusiones y recomendaciones de la investigación, al igual que las referencias bibliográficas utilizadas en el desarrollo del estudio investigativo.



## **CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DE ESTUDIO**

### **1.1 Título del tema**

Formulación de una propuesta de mejora para el área comercial de la empresa Trescloud en la ciudad de Quito, año 2021.

### **1.2 Planteamiento del problema**

Trescloud es una empresa ecuatoriana con más de 9 años de experiencia en el mercado, fundada en el año 2012 su actividad está relacionada a la informática con el desarrollo de software, cuenta con un registro único de contribuyente (RUC): 1792366836001. Dentro de las actividades informáticas que realiza la empresa se encuentra, instalación de programas informáticos, excelencia en Odoos sistemas de gestión empresarial, desarrollo de ERP y sistemas financieros y contables.

La especialidad de la empresa Trescloud es la comercialización de Odoos en Ecuador, más conocido como Open ERP. Uno de sus principales objetivos es, brindar calidad y eficiencia del soporte técnico en sistemas para la administración financiera, por lo cual realiza capacitaciones constantes a su equipo de trabajo, creando fortaleza en su capital humano.

Cabe recalcar que la empresa ha crecido con el pasar de los años, tomando fuerza en sus actividades, gracias a sus constantes actualizaciones de servicios y mejoras del soporte técnico en sistemas financieros. La empresa requiere formular una propuesta de mejora para el área comercial, uno de los principales problemas que presenta la empresa a causa de la pandemia por la COVID-19 es la disminución de su cartera comercial, aún no se ha podido recuperar el total de su cartera de clientes, esto afecta notablemente los objetivos de las ventas establecidas en cuanto a los niveles deseados por la gerencia de la empresa.

Otro de los problemas que podemos destacar se presenta en el tema de asesorías no facturadas por negligencias de los asesores comerciales, no se realiza correctamente todas las asesorías requeridas por el cliente, esto provoca que la empresa no pueda generar ciertos cobros debido a que no se realiza la asesoría completa y lo que es más importante, genera cierta desconfianza e insatisfacción en los clientes finales de la empresa.

En cuanto a los vendedores la empresa cuenta con un total de 8 de ellos, cada uno con responsabilidades distintas, uno como Jefe de Canales de Distribución, otro es encargado de la Gerencia de Proyectos y seis encargados de la comercialización del software Odoov14, siendo este el servicio principal en el mercado, la falta de capacitación en el personal de ventas se puede mencionar como otra de la problemática del área ya que por partes de los vendedores no se cumplen las metas de ventas establecidas, lo que genera preocupación y mal estar en la Gerencia General de la empresa.

Debemos mencionar también que como parte de la problemática del área comercial de la empresa Trescloud, los proyectos que no se han podido llevar a cabo pese a ya estar cotizados y previamente pre aprobados, esto se debe netamente a que dentro de estos proyectos los precios establecidos por parte de la empresa eran muy altos, superando los precios de la competencia, por ello se perdieron varios proyectos a realizar.

Otro de los problemas suscitados está relacionado con la capacitación del personal, aunque la empresa tiene un asesor del software Odoov el cual les brinda información sobre las ventajas de sus productos, no se la utiliza de la manera correcta, lo que acarrea pérdidas económicas a la empresa.

### **1.3 Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Formular una propuesta de mejora para el área comercial de la empresa Trescloud en la ciudad de Quito año 2021

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Realizar el diagnóstico situacional en la empresa Trescloud en la ciudad de Quito, con la finalidad de conocer su estado actual en su mercado de acción.
- Diseñar una propuesta de mejora para el área comercial aplicando indicadores comerciales.
- Establecer los mecanismos de control para los objetivos y el cumplimiento de la propuesta de mejora en el área de comercialización de la empresa Trescloud.
- Determinar el costo y beneficio de la propuesta de mejora para el área de comercialización de la empresa Trescloud.

### **1.4 Metodología**

#### **1.4.1 Características**

El presente trabajo de investigación trata sobre una propuesta de mejora para el área comercial de la empresa Trescloud, misma que presta servicios informáticos con desarrollo de software en la ciudad de Quito. La investigación del estudio es descriptiva y exploratoria ya que se detalla a la empresa y la situación actual, la presente investigación es exploratoria, ya que facilita el planteamiento del problema, y permite realizar encuestas para determinar los resultados del diagnóstico que causan la problemática en el área de comercialización de la empresa.

Para culminar las herramientas utilizadas para la presente investigación serán

los indicadores comerciales, las encuestas y las entrevistas para entender la situación interna y externa actual de la empresa Trescloud frente a su problemática del área comercial.

## **1.5 Justificación**

### **1.5.1 Teórica**

El presente trabajo de investigación se justifica, debido a que determinando el impacto de una propuesta de mejora para el área de comercial de la empresa Trescloud que presta servicios informáticos con el desarrollo de software y comercialización de ERP en la ciudad de Quito, ayudaría a incrementar las ventas y comercialización de sus servicios, favoreciendo a sus ingresos económicos, generando beneficio para la empresa, y mejorar su imagen corporativa frente a sus competidores y sus potenciales clientes.

Actualmente por motivo de la pandemia de la COVID-19 las empresas se han visto afectadas y motivadas a realizar cambios con el fin de sobrellevar la crisis económica que se vive, para ello deben realizar estrategias comerciales innovadoras y acorde con la nueva normalidad ante la pandemia. La presente investigación está orientada a la mejora del área comercial de la empresa Trescloud, mediante los indicadores de comercialización y ventas, los beneficios que se pretende alcanzar mediante estos indicadores son:

- **Indicadores clave de rendimiento o KPI**

Estos indicadores son métricas que ayudan a la empresa a verificar la eficacia y desempeño de sus ventas, al realizar el análisis se puede determinar cuáles son las estrategias que están funcionando y cuáles son las que no dan resultados.

- **Costo por Lead (CPL)**

Por medio del costo por lead podemos saber la rentabilidad de las campañas realizadas para generar más ventas, y asignar un monto económico por cada ventaja de la campaña.

- **MQL (comercialización de clientes potenciales calificados)**

Mediante este indicador se puede determinar clientes potenciales para la empresa, realizar el respectivo seguimiento y contacto para ofertar los productos o servicios y concretar las ventas.

- **Retención de clientes**

La efectividad de la empresa mide la retención de clientes y asegura a los mismo por un largo plazo, este es un indicador es fundamental para la imagen de la empresa y el servicio brindado.

- **Ingresos de ventas**

Con este indicador podemos determinar proyecciones de crecimiento en la empresa, Haciendo un seguimiento de éxito por sus ventas, de la misma forma se puede realizar seguimientos personalizados en el desarrollo de objetivos.

### **1.5.2 Metodológica**

El presente trabajo de investigación es de tipo descriptivo, ya que se realiza un análisis basado en datos históricos relevantes durante el periodo de estudio, la verificación de la cartera de clientes, así también como los costos de ventas. A su vez, es de tipo documental, ya que se estudia información de fuentes públicas y oficiales de la industria de la industria informática. Asimismo, se utilizaría el método exploratorio, por medio de entrevistas y encuestas que se realizarían a los colaboradores del área comercial, lo que permitirá identificar sus necesidades y

requerimientos.

En cuanto a las técnicas de investigación que se aplicarían en el presente estudio, se encuentran las encuestas, entrevistas y el trabajo documental. La información obtenida sería de ayuda para elaborar las recomendaciones que serán determinadas una vez que hayan sido identificadas las debilidades y oportunidades dentro del área.

### **1.5.3 Práctica**

Las conclusiones obtenidas mediante esta propuesta de mejora del área de comercialización de la empresa Trescloud, la cual presta servicios informáticos mediante el desarrollo de software en la ciudad de Quito, se convierte en fuente de consulta importante para las demás empresas del sector informático que ofrecen servicio de desarrollo de software como por ejemplo; la instalación de programas informáticos, Excelencia en el software Odoos sistemas de gestión empresarial, desarrollo de ERP y sistemas financieros y contables.

## **1.6 Alcances y limitaciones**

### **1.6.1 Geográfica**

La ciudad de Quito – Ecuador.

### **1.6.2 Sectorial**

Sector Informático - tecnológico.

### **1.6.3 Organizacional**

La empresa Trescloud en la ciudad de Quito año 2021.

## **CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Conceptualización de las variables o tópicos claves**

El desarrollo teórico de la presente investigación que tiene por título Formulación de una propuesta de mejora para el área comercial de la empresa Trescloud en la ciudad de Quito, año 2021, emplea para su construcción la búsqueda bibliográfica-documental, mediante la cual se analizan y establecen los tópicos relacionados con la definición y funciones del área comercial dentro de una empresa, los factores que interviene para lo lograr el éxito comercial, así como la importancia de la misma dentro de la organización. Se aborda la propuesta de mejora como herramienta para mejorar los problemas identificados en el área comercial, la estrategia del marketing mix desarrollada en base a las 4P (producto, precio, plaza y promoción). Se detallan los apartados referentes a la importancia de la variable de estudio, el análisis comparativo y crítico.

#### **2.1.1 Área comercial de una empresa**

El área o departamento comercial de una empresa u organización según manifiestan Aristizábal, L., Rojas, D., Rengifo, I., Núñez, J & Osorio, S (2017) se define como una función de vital importancia para su crecimiento y desarrollo “ya que es la responsable directa de las relaciones con los clientes y de la consecución de los objetivos de venta que son la fuente principal de ingresos de la empresa” (Aristizabal et al., 2017, p. 32).

Por su parte el autor Torres (2018) asevera que el área comercial dentro de una organización es: “El departamento de la empresa que tiene como principal objetivo maximizar el valor para el usuario o consumidor y buscar la satisfacción plena de este con el fin de elevar la rentabilidad de la empresa por el incremento de su participación en el mercado” (Torres C. , 2018, p. 10).

En base a lo manifestado se entiende entonces que el área comercial es parte de la empresa que se encarga de llevar a cabo las actividades orientadas a mejorar y otorgarle un valor extra a un determinado bien o servicio para satisfacer las diferentes necesidades y requerimientos del cliente o consumidor, a fin de que la empresa adquiera una mayor margen de ganancias y utilidades dadas por el porcentaje de ventas del producto.

Desde otra perspectiva el área comercial es aquella parte de la organización que se dedica a las actividades de comercialización que de acuerdo a Ugarte citado por Ponce, M. (2017) es:

El conjunto de acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios, La comercialización se define como los productos y servicios obtenidos por la empresa, bien sea por producción propia o mediante la adquisición, esta se dirige hacia un mercado donde serán adquiridos por sus futuros competidores (Ponce, 2017, p. 14).

Se infiere que el área de comercialización es el responsable directo de la adquisición de bienes o servicios que posteriormente serán comercializados directa o indirectamente, con la finalidad de ser distribuidos a los clientes para satisfacer una determinada necesidad. El departamento comercial atiende las relaciones con los clientes y se encarga de que la empresa cumpla los objetivos y metas de venta.

El área comercial ocupa un lugar primordial en la estructura organizacional de la empresa, ya que se encarga de la ejecución de la gestión comercial, en donde se encuentran todas las tareas dirigidas a posicionar, promocionar, ofertar y vender un bien o servicios en el mercado, para lo cual se requiere del trabajo conjunto de todo el equipo comercial y de la colaboración de los demás departamentos de la organización.



### 2.1.1.2 Funciones del área comercial

Las funciones del área comercial engloban una serie de actividades que son ejecutadas para lograr que el producto que oferta la empresa llegue a su destino final (consumidor). Entre las principales funciones se menciona las siguientes:

- **Planificación y control:** consiste en determinar en el momento preciso las acciones a seguir (planificación) para luego revisar (controlar) que cada uno de los procesos comerciales previamente establecidos se cumplan de la manera correcta. De esta función se encarga por lo general el jefe y director comercial de la empresa.
- **Estudio de mercado:** se lo realiza para obtener información relevante referente al bien o servicio que la empresa oferte en el mercado, de esta investigación dependen las decisiones y líneas de acción que la empresa y el área implementen para difundir y promocionar el producto. Durante este proceso se emplean diversas técnicas e instrumentos de recolección de datos e información que son aplicados a los consumidores y potenciales clientes.
- **Promoción y publicidad del producto:** mediante el diseño y aplicación de estrategias de marketing se da a conocer el producto a las personas de la comunidad nacional e inclusive internacional, a través de esta actividad se pretenden diferenciar el bien o servicio del que ofrece la competencia y así incrementar el índice de ventas.
- **Ventas:** es la operación más importante del área comercial, ya que se encarga de organizar la directa e indirecta del producto, y a través de esta la empresa obtiene los ingresos económicos con lo que puede solventar los gastos financieros y administrativos de la organización.

Figura 1. Funciones del área comercial



Fuente: UTEL (2014)

En este punto es necesario aclarar que tradicionalmente el área comercial era concebida únicamente como la encargada de las ventas de los productos que comercializaba la empresa, no obstante, hoy en día esta área ha evolucionado en términos administrativos y funcionales, ya que actualmente se encarga de realizar estudios comerciales, de las actividades de compra-venta, publicidad o marketing, y demás procesos comerciales que se requieren para la distribuir los bienes o servicios a la población.

### 2.1.1.3 Factores de éxito del área comercial

- **Equipo de ventas**

Dentro del área comercial el equipo de ventas desempeña un papel importante, por lo que para obtener un adecuado rendimiento del mismo es fundamental que el grupo tenga un excelente nivel de formación, que se capacite ya que como asevera Torres (2014) una correcta preparación al equipo de ventas permitirá que el mismo

tenga conocimiento de: la empresa, es decir, de su objetivos, metas y filosofía de ventas; del producto con sus características, funcionalidades y beneficios; técnicas y estrategias de ventas, lo que implica conocer a sus clientes potenciales, procesos de venta y servicio al cliente; del mercado en el que se promociona y ofrece el bien o servicio con la finalidad de mejorar su posición.

Para coordinar y planificar todos estos aspectos relacionados con el equipo de ventas, es imprescindible el trabajo del gerente del área comercial, ya que el éxito del departamento está en que éste pueda dirigir y trabajar en equipo, para delegar, administrar, planificar, organizar y supervisar los proyectos, programas y actividades encaminadas a cumplir con los objetivos comerciales. El gerente comercial debe prepararse constantemente sobre las tendencias económicas y de comercio para ayudar al personal a su cargo y desempeñar sus funciones de la manera correcta.

- **Orientación comercial**

Es importante que la empresa u organización adopte una orientación comercial en todos los aspectos, por lo que debe diseñar políticas e incentivos comerciales que se aplique y desarrollen en las actividades de negociaciones entre los clientes y la organización, es decir, en la actualidad la actividad comercial se ha vuelto más exigente debido a las crecientes demandas de los clientes, por lo que las empresas se han visto en la necesidad de implementar nuevas estrategias para lograr la fidelización de los mismos, que contribuya al crecimiento y posicionamiento de la empresa en los mercados nacionales e internacionales.

- **Herramientas tecnológicas**

Para cumplir a cabalidad y de manera adecuada con las actividades y funciones establecidas en el área comercial, se debe utilizar diversas herramientas tecnológicas que ayuden al desarrollo y ejecución de tareas de mayor complejidad que faciliten en trabajo del equipo comercial y agilice el proceso. Entre estos programas se pueden destacar los programas ERP, Software CRM y algunas aplicaciones para dispositivos móviles.

#### **2.1.1.4 Importancia del área comercial dentro de la empresa**

El trabajo del área comercial en las empresas implica la realización de las operaciones y actividades necesarias para hacer que el bien o servicio llegue al consumidor, de ahí la importancia de que esta área pueda negociar, establecer relaciones con clientes y pueda concretar los procesos de compra y venta. Al respecto Londoño, J. (2017) afirma:

Es imprescindible para desarrollar un canal o medio más atractivo por el cual la empresa puede dar a conocer su producto o servicio para que se logre llegar al consumidor final, el área comercial debe hacer un análisis, recopilar data pasada, una investigación de mercados que le permita identificar cuál o cuáles serán los puntos de partida para comunicarse como marca al target final (Londoño, 2017, pp. 9-10).

Según lo establecido, el área comercial no es sólo un departamento más de la organización, sino que por el contrario constituye el punto de partida, de unión o conexión necesario para el desarrollo de la empresa: Por lo que actualmente se hace indispensable que toda entidad cuente con un área o departamento comercial, debido a que es fundamental contar con estrategias y herramientas que permitan promocionar y posicionar un bien o servicio en el mercado comercial.

Con esta área la empresa dispondrá de la oportunidad de contar con profesionales que colaboren en la creación de ideas innovadoras y creativas que llamen la atención de los consumidores, pero sobre que se mantenga actualizado en cuanto a la demandas y requerimientos de los clientes, así como de las innovaciones y cambios de los productos para trabajar en ellos con calidez y eficacia.

#### **2.1.1.5 Propuesta de mejora**

De acuerdo a Proaño, D., Gisbert, V., & Pérez, E. (2017) la propuesta o plan de mejora se concibe como:

Un proceso que se utiliza para alcanzar la calidad total y la excelencia de las organizaciones de manera progresiva, para así obtener resultados eficientes y eficaces. El punto clave del plan de mejora es conseguir una relación entre los procesos y el personal generando una sinergia que contribuyan al progreso constante (Proaño et al., 2017, p. 52).

Una propuesta de mejora continua constituye una herramienta de gran relevancia para las empresas que requieren mejorar sus procesos organizativos, que son implementados mediante la aplicación de una serie de estrategias y actividades con la finalidad de optimizar cada una de sus funciones y contribuir a su crecimiento en el mercado comercial. Para llevar a cabo este proceso organizacional es importante definir el área o departamento a mejorar, determinando los problemas o debilidades a solucionar en base al trabajo conjunto de los miembros que forman parte de esa área empresarial.

Para la realización de la propuesta de mejora Pedro et al (2005) manifiestan

que el mismo es el resultado “de un proceso previo de diagnóstico de una unidad, que recoge y formaliza los objetivos de mejora y las correspondientes actuaciones dirigidas a fortalecer los puntos fuertes y resolver los débiles, de manera priorizada y temporalizada” (Pedró et al., 2005, p. 11).

Para diseñar un plan de mejora según lo que plantea la Universidad Miguel Hernández (2017) es conveniente determinar el área a mejorar, definir los objetivos que se pretenden lograr con su aplicación, elaborar las actividades a desarrollar y posteriormente realizar un control y seguimiento de cada una de estas actividades, es decir, el diseño de un plan de mejora sigue una serie de pasos que se detallan:

- **Determinar el área de mejora:** consiste en realizar un análisis diagnóstico del área o aspecto organizativo a mejora, para ello se pueden aplicar distintas herramientas e instrumentos como el análisis FODA, controles internos, entre otros. El diagnóstico realizado debe ser lo más objetivo y detallado posible a fin de establecer los puntos a solucionar.
- **Analizar los datos e información:** esta fase es de gran importancia, debido a que mientras mejor se conozca el problema del área a mejorar, más fácil será la toma de decisiones y el establecimiento de las acciones a seguir e implementar en la empresa.
- **Definición de objetivos:** luego de haber determinado el área a mejorar, las causas y consecuencias se procede a establecer los objetivos que se desean conseguir una vez solucionado y optimizado los procesos organizativos dentro del departamento de la empresa. La formulación de los objetivos debe ser clara y específica, realizable y estar acorde a la situación organizacional.
- **Establecer las actividades de mejora:** este paso se basa en diseñar las

acciones encaminadas a mejorar los problemas identificados en el área de la empresa y al cumplimiento de los objetivos propuestos. Para la elaboración de las actividades es necesario contar con la asesoría y apoyo de un profesional experto en el área en cuestión.

- **Diseñar la planificación:** consiste en elaborar un plan donde consten las actividades a realizar, el tiempo de duración, los recursos necesarios, las restricciones y posibilidades de ejecutarlo.

Para realizar la propuesta de mejora del área comercial de Trescloud, es importante seguir los pasos ya señalados, en base a la identificación de las metodologías y herramientas que mejor se adapten a la situación de la empresa y que se puedan aplicar para conseguir la optimización de los procesos que se desarrollan y están a cargo del área mencionada.

#### **2.1.1.6 Indicadores comerciales**

Para la elaboración del plan de mejora del área o comercial o de cualquier otra área de la empresa, requiere del uso y aplicación de los indicadores de gestión, que de acuerdo a Yfarraguerri referenciado por Restrepo, M., & Restrepo N. (2017):

Constituyen una herramienta para medir el impacto y para concretar resultados, para obtener retroalimentación, realizar revisiones y correcciones. El uso de los indicadores forma parte de un sistema de control que incluye también un sistema de evaluación y medición de los resultados (Restrepo & Restrepo, 2017, p. 13).

Con base a lo manifestado se entiende que los indicadores de gestión permiten establecer si las acciones realizadas en una determinada área de la empresa se

están ejecutando acorde a los objetivos departamentales. Los indicadores comerciales constituyen herramientas que permiten medir y evaluar de manera objetiva el desempeño de las actividades llevadas a cabo dentro del área comercial, es decir, los indicadores aplicados al área comercial permiten comprobar si las estrategias utilizadas comercializar determinado bien o servicio están funcionando en base a lo establecido.

Con los resultados arrojados por los indicadores comerciales se pueden determinar los procesos o actividades que presentan problemas y cuáles son esos tipos de inconvenientes, que serán analizados de manera minuciosa por los expertos en el área para solucionarlos o mejorarlos. Al existir una gran variedad de indicadores comerciales es importante determinar aquellos que son de utilidad para el área, ya que de sus resultados depende las posteriores acciones que se implementaran en el departamento comercial.

- **Indicador de Costo Lead (CPL):** es una métrica que determina la cantidad de dinero que la empresa ha invertido en publicidad para captar la atención de los clientes potenciales. Este indicador permite definir el presupuesto que la organización debe destinar al marketing del producto, así como decidir si aumentarlo o disminuirlo en función de los resultados obtenidos y del presupuesto general de la empresa. El cálculo del CPL se realiza dividiendo la inversión en marketing por la cantidad de leads generada.
- **Indicador de comercialización de clientes potenciales calificados (MQL):** por medio de este indicador se puede conocer los clientes potenciales para



formar parte del proceso de comercialización del producto, esto mediante la aplicación de formularios, llamadas telefónicas, o visitas de campo para conocer cuáles son las características de las personas que podrían ser parte de los compradores o consumidores permanentes.

- **Indicador de retención de clientes:** permite medir el índice de fidelidad que los clientes tienen hacia la empresa en un determinado tiempo, este medidor analiza la capacidad que tienen las organizaciones para retener o mantener a sus clientes: Los resultados de este indicador pueden mostrar una tasa alta, lo que indicaría que los clientes son fieles al negocio y siempre realizan sus compras en el mismo lugar, o una tasa baja, que evidenciaría que los clientes rara vez regresan a la empresa.
- **Indicador de ingreso de ventas:** es un indicador que facilita conocer la evolución de las ventas de la empresa. Esto mediante el análisis de varios datos, a través de los cuáles se pueden realizar proyecciones y tendencias del incremento o disminución de las ventas. Por medio de esos resultados el área comercial puede conocer la situación real del departamento y de ser el caso favorece la aplicación e implementación de estrategias e instrumentos para aumentarlas.

Los indicadores comerciales a aplicarse pueden ser individuales o grupales, mismos que deben ser establecidos en relación a los objetivos propuestos y de los profesionales que tienen a su cargo el desarrollo de los procesos y actividades comerciales, por lo que estos deben adecuarse y adaptarse a las necesidades.

#### **2.1.1.7 Estrategia de mejora comercial**

Se entiende por estrategia comercial al conjunto de procesos y acciones que

se implementan en una empresa para promocionar un determinado producto o incrementar el índice de ventas en el mercado. La finalidad de seguir una estrategia comercial es mejorar la ventaja competitiva y aumentar la rentabilidad económica y financiera de la organización. Para llevar a cabo las mejoras del área comercial deben analizarse las diferentes estrategias de marketing que mejor se adapten al contexto y necesidades de la empresa.

Para determinar y establecer qué tipo de estrategias se debe implementar en el área comercial de la empresa, lo primero que se debe realizar es tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- **Conocer las necesidades y requerimientos del cliente:** este aspecto es fundamental, ya que conocer cuáles son las demandas de los clientes se convierte en una oportunidad para elaborar o mejorar el bien o servicio que comercializa la empresa.
- **Conocer a la competencia:** conlleva saber qué es lo que las empresas u organizaciones competidoras están realizando con sus productos: características, beneficios, utilidades, de qué manera se los promociona, cómo se los distribuye o a qué precios se los comercializa.

#### 2.1.1.8 Marketing mix

De acuerdo a Peñaloza citado por Figueroa, Tóala, & Quiñonez, (2020) se refieren al marketing mix como que:

Esta oferta está conformada, desde el punto de vista mercadotécnico, por un conjunto de variables controlables por la empresa, denominadas comúnmente

mezcla de mercadotecnia o, en su expresión en inglés, marketing mix, a saber: producto (product), distribución (distribution), comunicación (communication) y precio (price). (Figuroa et al., 2020, p. 315).

Se concibe al marketing mix como una herramienta que emplea cuatros elementos de la mercadotecnia, y que son utilizados para cumplir con los objetivos comerciales, ya que permite que la empresa otorgue un valor adicional al bien o servicio que oferta, y así determinar las decisiones más asertivas referente al producto y proceso de comercialización.

- **4P del marketing mix**

Al ser el marketing mix una forma de integrar los cuatro elementos del marketing o 4P que según Feijoo, Guerrero, & García, (2018) son:

Figura 2. Componentes del marketing mix



Fuente: Fraga (2021)

- **Producto**

Se define como el bien o servicio que la empresa pretende introducir al mercado para comercializarlo entre la población, con el objetivo de satisfacer sus necesidades. Para que un producto sea considerado competitivo deben cumplir con las siguientes políticas:

- Que la calidad esté acorde a las últimas innovaciones tecnológicas y

empresariales.

- Debe poseer características que lo diferencie de los productos de la competencia.
- La función o propósito con el que fue elaborado.
- Debe tener una marca, envase o modelo llamativo que llame la atención del consumidor.

- **Precio**

Es una variable del marketing que hace referencia al valor o cantidad de dinero al que se va a vender u ofertar el bien o servicio. Para fijar el precio del producto es importante que este sea relativo a los costos de producción, comercialización y distribución, por lo que esa cantidad no deberá exceder estos gastos, ya que si al cliente le parece demasiado costoso el producto lo más probable es que no lo adquiera y la empresa pierda y disminuya el margen de ventas.

- **Plaza**

Se refiere al proceso y mecanismos de colocación del producto en manos del consumidor final, por lo que implica todas las actividades desde que el producto sale de planta de producción hasta que llega al consumidor. Este aspecto también hace referencia a los distintos canales de distribución y a los lugares donde se comercializará el bien o servicio, ya que mientras más lugares, más fácil será la ubicación y venta del producto. Estos canales se clasifican de la siguiente manera:

- **Canal directo:** implica que el producto va directo desde el fabricante hasta el consumidor o cliente, sin que intervenga una tercera persona o también

conocido como intermediario.

- **Canales cortos:** son aquellos por los que el producto pasa por un intermediario quien lo distribuye a los consumidores finales.
- **Canales largos:** a través de estos los fabricantes venden los productos a distribuidores mayoristas, quienes a su vez los entregan a los vendedores minoristas. Hay que tener en cuenta que mientras más largo el canal más costoso será el bien o servicio.

- **Promoción**

Conlleva la utilización de las estrategias y herramientas que se emplean para dar a conocer el bien o servicio a un determinado mercado, este proceso incluye las actividades de:

- **Publicidad:** consiste en la utilización de diversas estrategias, medios y herramientas que la empresa desarrolla o que adquiere mediante contratación de una empresa especializada para promocionar e informar a los consumidores sobre el producto que ofrece la organización.
- **Promoción de ventas:** implica la ejecución de ciertas acciones encaminadas a mejorar el índice de ventas en un tiempo determinado.
- **Relaciones públicas:** se basa en las estrategias de comunicación principalmente verbal que se emplean para establecer acuerdos o negociaciones con los clientes, proveedores y población en general, y así acordar algunos aspectos como: cantidad de productos a vender, precio, formas de pago, lugar de destino, entre otros.

Con la aplicación de las estrategias de marketing mix se pretende comprender

la psicología del cliente o consumidor, y así determinar los problemas referentes a cualquiera de sus elementos sean analizados y solucionados de la mejor manera y en el menor tiempo posible, siempre con el objetivo final de consolidar el bien o servicio en los mercados locales, nacionales e internacionales.

#### **2.1.1.9 Comercialización**

Según el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, (2018) define a la comercialización como: El conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor, a través de un mercado determinado. Es un mecanismo de coordinación para las transferencias e intercambios que realizan los diferentes agentes que participan en una cadena productiva (El mercado y la comercialización. Manual 5, 2018, p. 5). La comercialización son todas las actividades que se puedan realizar con el fin de facilitar las ventas de bienes y servicios, utilizando estrategias claves y concisas para llegar al cliente.

#### **2.1.1.10 Indicadores comerciales**

De acuerdo a Business School EAE, (2021): Para saber qué son indicadores comerciales hay que atender a su definición. Los KPI son un instrumento que facilita la medición del desempeño. Gracias a estos indicadores es posible comprender cómo está funcionando la organización, un departamento, una campaña o un producto (Business School EAE, 2021, pág. 3).

Por medio de los indicadores comerciales podemos verificar el funcionamiento de la empresa. Estos indicadores son métricas que ayudan a la empresa a verificar la eficacia y desempeño de sus ventas, al realizar el análisis se puede determinar cuáles son las estrategias que están funcionando y cuáles son las que no dan resultados, y

buscar la solución.

#### **2.1.1.11 Retención de clientes**

Según lo plantea el autor Martínez (2015) la retención de clientes es: la estrategia organizacional directa de captación continua del cliente cuando este quiere hacer una huida a otra empresa por diversos factores. Es en este punto donde la retención de clientes adquiere importancia en un mundo tan competitivo y clientes cada vez con mayor completitud en la satisfacción de sus necesidades, donde las compañías tienen el reto de su fidelización con planes de contingencia flexibles (Martínez, 2015, p. 4).

Cuando el servicio de una empresa es de calidad los clientes vuelven, el buen servicio es un método para garantizar la fidelidad de los clientes y por ende su retención en la empresa la retención de los clientes es únicamente la satisfacción de sus necesidades por parte de la empresa.

#### **2.1.1.12 Mecanismos de control**

De acuerdo al autor Hernández (2017) los mecanismos de control se definen “como el conjunto de planes, métodos, principios, parámetros y normas de verificación y evaluación de un sistema, se utilizan para motivar, supervisar, medir y sancionar las acciones de los gestores y los empleados” (Hernández, 2017, p. 112), es decir, mediante los mecanismos de control se plantea la supervisión constantes de los procesos y funciones que se llevan a cabo en las áreas de la organización.

## **2.2 Importancia de la variable**

En investigación científica según lo que manifiesta García, F., Hernández, C. & Rodríguez, J. (2018) la variable es un concepto, que muestran o representan las

características, elementos o factores de un hecho, aspecto o fenómeno de la realidad. A través del desarrollo teórico de la(s) variable(s) se da sentido, comprueban o rechazan las hipótesis o preguntas planteadas en el proyecto académico.

Se deduce que la importancia del tópico del área comercial en la presente investigación radica en que con su construcción la misma dentro de la empresa tiene dos funciones fundamentales que son: primero satisfacer las necesidades de los clientes, y la segunda incrementar la participación de la organización en el mercado ya sea local, nacional e internacional, para ello se requiere de una adecuada organización con los demás departamentos de la empresa, así como el establecimiento de una estrategia comercial clara y objetiva.

Por esta razón con la realización del presente trabajo investigativo se pretende diseñar y aplicar una propuesta de mejora para el área comercial, a través de la cual se identifique las amenazas y debilidades que se presentan en los procesos ejecutados dentro de esta área que se solucionen, optimicen y agilicen las actividades relacionadas con la adquisición de los bienes o servicios, ventas, servicio al cliente, estudios de mercado y demás aspectos de índole comercial que contribuyan al crecimiento de la empresa.

Asimismo, con el presente proyecto se podrá obtener un documento teórico de apoyo y consulta para futuras investigaciones que se interesen por la problemática de del área comercial, a través de la cual se presenten los principales aspectos en relación a la temática de estudio, entre las que constan los factores claves para el desarrollo de esta área de la empresa, así como los pasos que se deben seguir para aplicar la propuesta de mejora.

### **2.3 Análisis comparativo**

Para desarrollar la investigación respecto a la propuesta de mejora del área



comercial de la empresa Trescloud, se procede a tomar como ejemplo y comparación el enfoque presentado por el trabajo académico elaborado en el año 2017 titulado Plan de mejoramiento para el área comercial de la empresa Fusiopulpas, misma que presenta algunas teorías para conseguir la fidelización de los clientes, mediante la aplicación de las estrategias planteadas por la teoría de las 4C, que se basa en el análisis del contenido, contexto, conexión y comunidad, que son necesarios para favorecer la permanencia del cliente con la empresa.

De lo expuesto se infiere que tanto la presente investigación como la de referencia pretenden mejorar los procesos del área comercial de una empresa, no obstante, la primera se diferencia por abarcar la mayoría de aspectos de esta área o al menos aquellos que muestran problemas, mientras que la segunda se centra en mejorar el aspecto de la fidelización o conexión del cliente con la organización que ofrece el bien o servicio. Otro aspecto que diferencia a ambos proyectos es que utilizan diferentes estrategias de marketing, mismas que dependen del contexto y necesidades de cada empresa.

## **2.4 Análisis crítico**

El proyecto investigativo surge de la necesidad de solucionar los problemas suscitados en el área comercial de la empresa entre los que constan la disminución de la cartera comercial agudizada sobre todo en la pandemia a causa de la COVID-19, la negligencia de los asesores comerciales y el elevado precio de su producto (software Odoo), esto con la finalidad de contribuir al crecimiento y posicionamiento de la empresa en el mercado ecuatoriano.

Por este motivo se entiende al área comercial como un departamento de vital importancia en la organización, ya que a través del mismo se llevan a cabo las actividades de planificación, organización, seguimiento y control de las ventas de los

productos tecnológicos que ofrece la empresa, la atención y asesoría a los clientes, y demás procesos comerciales que permiten el ingreso de los recursos económicos que son indispensables para que la misma siga en funcionamiento.

Por lo manifestado con la propuesta de mejora se espera desarrollar y aplicar en el área comercial la estrategia de marketing seleccionada, con el objetivo principal de solucionar cada uno de los problemas previamente identificados en el departamento de la empresa. Par esto es necesario diseñar un plan que contenga los problemas, estrategias, y acciones de control de cada una de las actividades, mismo que debe ser revisado periódicamente, ya que la realidad y contexto organizativo cambia constantemente.

## CAPITULO III MARCO REFERENCIAL

### 3.1 Reseña histórica de Trescloud

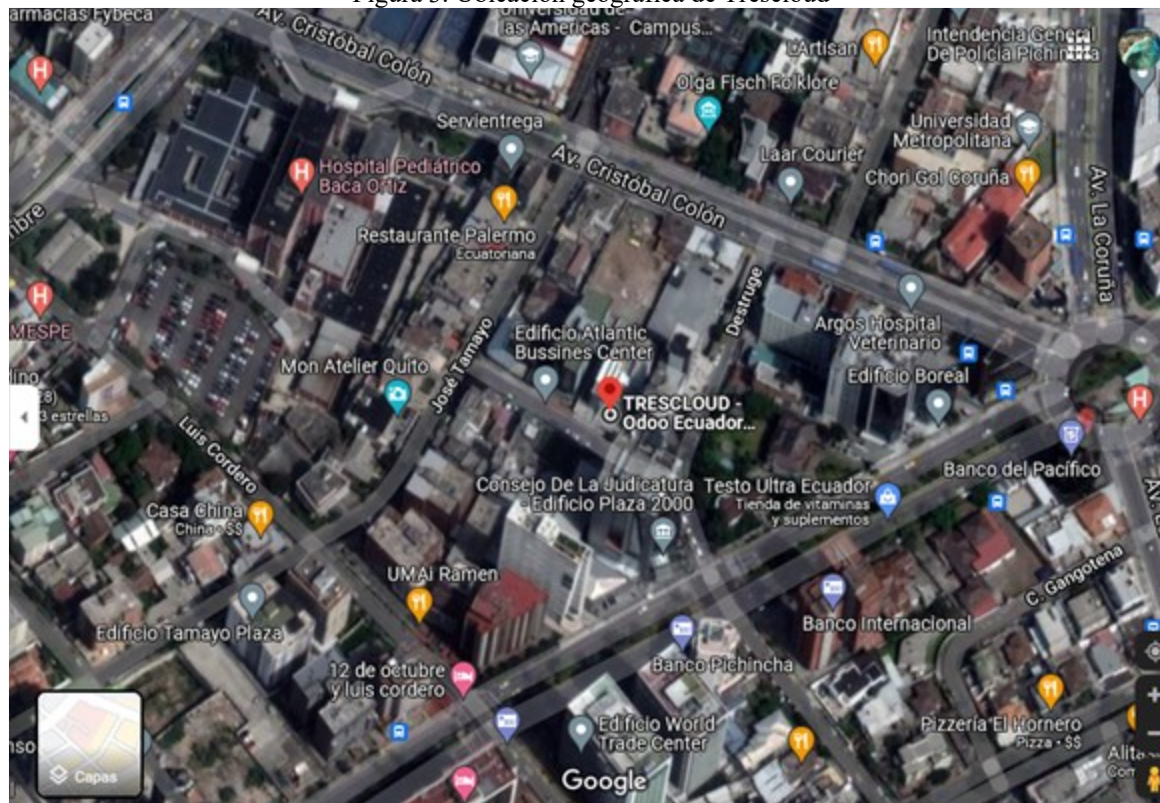
Trescloud Cía. Ltda., es una organización ecuatoriana creada en la ciudad de Quito, el 26 de marzo del 2012. Se la identifica con el RUC N° 1792366836001. La empresa se dedica a las actividades referentes a los sistemas informáticos sobre todo a la localización en Ecuador del programa Odoo, así como al desarrollo de softwares empresariales especializados para cada tipo de empresa u organización. Se encarga también del diseño de programa para facturación electrónica, gateways de pagos nacionales y páginas web.

La empresa nace con el objetivo de innovar en el mundo informático sobre todo en los aspectos relativos al soporte técnico de los sistemas financieros y administrativos, mediante la adquisición e implementación de un sistema de calidad para la gestión empresarial o ERP en Odoo, que durante todos los años de existencia en el mercado ecuatoriano ha desarrollado varios programas aplicados en todo el territorio nacional.

Para lograr con lo manifestado según consta en Trescloud (2021) la empresa forma parte de la Corporación MachangaraSoft, que es una organización especializada en los sistemas tecnológicos informáticos que reúne a varias empresas dedicadas al desarrollo de softwares conformado un Centro de Desarrollo Tecnológico de gran nivel competitivo a nivel nacional.

Actualmente se localiza en las calles Francisco Salazar E10-59 y José Tamayo, en el Edificio Virtú, piso 4.

Figura 3. Ubicación geográfica de Trescloud



Fuente: Google Maps (2021)

## 3.2 Filosofía organizacional

### 3.2.1 Objetivo

Trescloud es una organización compuesta por un equipo de personas que tiene como objetivo primordial mejorar la calidad de vida de los trabajadores de las áreas administrativas y financieras, mediante la oferta de productos disruptivos. Los productos informáticos están diseñados para utilizarse por pequeñas y medianas empresas que desean optimizar sus actividades y mejorar su desempeño empresarial.

### 3.2.2 Misión

Diseñar e implementar un sistema innovador y completo de gestión empresarial (ERP), a través de la utilización de modernos sistemas tecnológicos en Open ERP y Odoo, que estén acorde a las normativas y leyes ecuatorianas, para lo cual se basa en el uso de metodologías y herramientas de gestión de proyectos, uniones estratégicas con otras empresas del sector informático, y de un recurso humano

altamente especializado, que promueva y favorezca el crecimiento y desarrollo empresarial de sus clientes.

### 3.2.3 Visión

Constituirse para el año 2022 como una empresa líder en Odo, posicionándose como una empresa proveedora de sistemas tecnológicos de alta calidad que permitan a sus clientes realizar sus procesos y actividades de manera eficaz y eficiente. Pretende también desarrollar proyectos de esta índole para empresas de por lo menos cinco países de América Latina.

### 3.2.4 Valores

Los valores dentro de una organización permiten guiar y normar el comportamiento de cada uno de los miembros del equipo de trabajo de la empresa, a su vez permite el correcto desempeño de cada una de sus funciones. De tal manera los valores que caracterizan a Trescloud Cía. Ltda., son los siguientes:

- **Ética:** comprende la aplicación de normas y principios que evidencian la cultura organizacional de la empresa, que guían el accionar de cada uno de los integrantes de la organización.
- **Responsabilidad:** es un compromiso que asume la empresa tanto a nivel externo como interno, que permite el cumplimiento de metas y objetivos organizacionales, ya que del correcto y adecuado desempeño de las funciones de cada persona depende el éxito de la empresa.
- **Profesionalismo:** se refiere a la constancia, dedicación y entrega que cada miembro de la empresa imprime en las funciones que se encuentran a su cargo.
- **Colaboración:** se fundamenta en el trabajo en equipo, mediante el cual los trabajadores comparten ideas, experiencias y opiniones respecto a un

determinado aspecto de la empresa, con la finalidad de mejorar su rendimiento.

- **Honestidad:** implica desarrollar los procesos organizaciones dentro de los términos de la verdad, lealtad, confiabilidad y sinceridad, que ayuden a la ejecución adecuada de cada una de las actividades de la empresa.

Figura 4. Valores de la empresa Trescloud



Elaboración propia

Los valores que rigen a la empresa Trescloud favorecen el adecuado desempeño de cada uno de los procesos y acciones que se desarrollan en la organización, ya que constituyen pilares sobre los cuales se guía el accionar de cada uno de sus miembros, y que están orientados a la consecución de las metas y objetivos de la empresa, promoviendo el éxito, crecimiento y posicionamiento de la mismos en el mercado nacional e internacional.

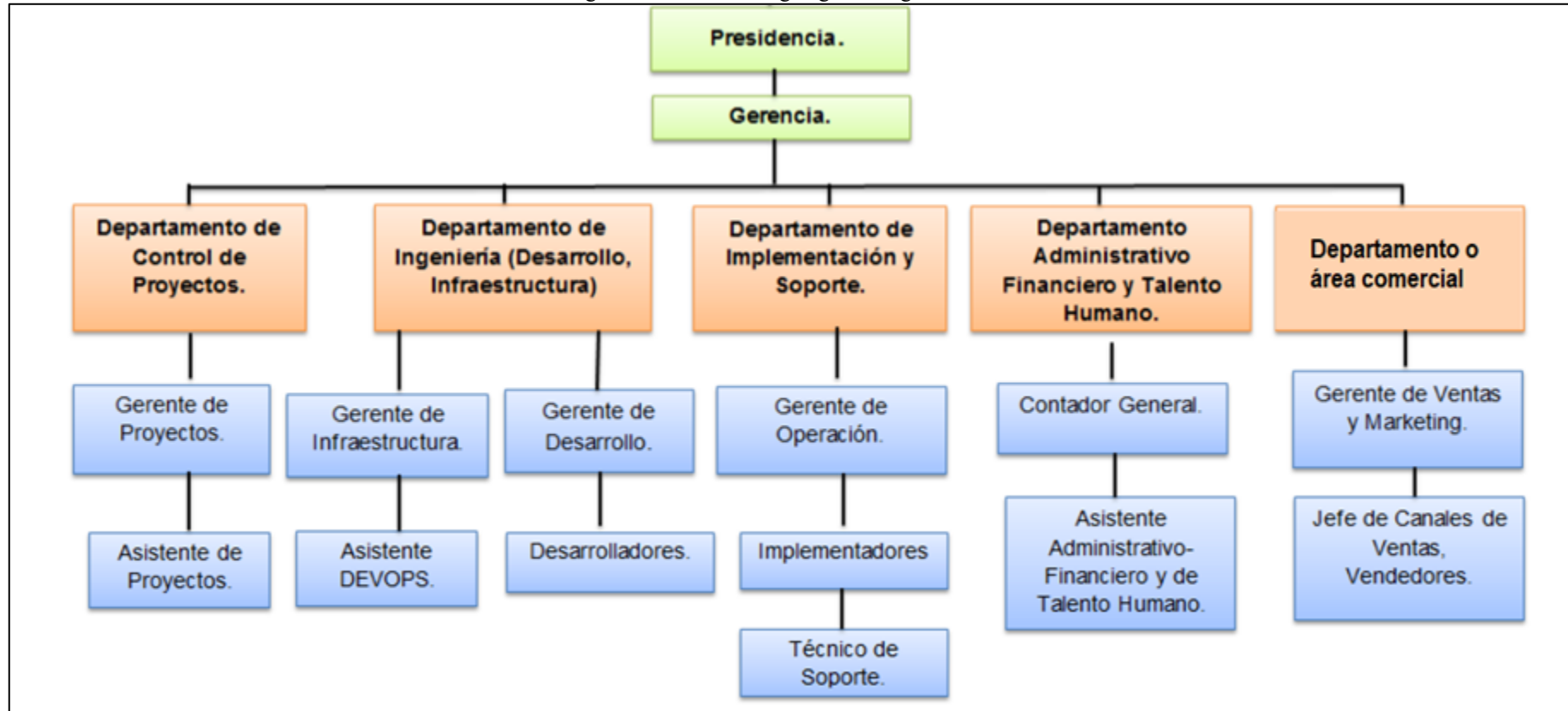
### 3.3 Diseño organizacional

El diseño organizacional de una empresa u organización se fundamenta bajo su estructura organizacional, que a su vez se evidencia mediante su representación

gráfica, al que se le denomina como organigrama, y que de acuerdo a Enrique Benjamín citado por Bastidas, V. (2018) es: la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestra la composición de las unidades administrativas que la integran, sus relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, línea de autoridad, supervisión y asesoría (Bastidas, 2018, p. 26).

Se deduce que el organigrama organizacional es parte de la estructura formal de una organización, que muestra la conexión y funcionalidad entre los diferentes departamentos de una empresa, lo que lo convierte en un instrumento de vital importancia, ya que permite definir cada una de las funciones que se han de llevar a cabo para lograr el éxito empresarial. La estructura organización de Trescloud Cía. Ltda., se organiza tal como se muestra en la *figura 5*.

Figura 5. Estructura /organigrama organizacional



Fuente: Gonzáles &amp; Rúaes (2020)



### 3.4 Productos y servicios que ofrece Trescloud

La empresa, según lo que consta en su página oficial Trescloud (2021) ofrece a las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas los siguientes productos y servicios informáticos:

- **ODOO ERP:** comprende “un conjunto completo de módulos comerciales que incluye gestión de relaciones con el cliente (CRM), comercio electrónico, contabilidad, fabricación, compras, gestión financiera y más” (Trescloud Cía. Ltda., 2021, p. 1).

Para el caso de Ecuador la empresa ha desarrollado la localización de Odoo Ecuador Enterprise, para que el mismo esté acorde a la legislación del país.

Figura 6. Logo de Odoo Ecuador



Fuente: Trescloud (2021)

- **Servicios Trescloud:** se basa en el desarrollo de módulos que se adapten a los requerimientos de los negocios de sus clientes, que son realizados por profesionales en las áreas del ERP, también se ocupa del mantenimiento de los servidores y la migración del programa a otras versiones más recientes.
- **Solución Facturadeuna:** permite el manejo de las empresas a través de su sistema en línea de manera más rápida y eficaz permitiéndoles desarrollar las actividades de:

- Facturación electrónica
- E- commerce o comercio electrónico
- Recursos Humanos

Figura 7. Facturas electrónicas en facturadeuna

Cliente	Fecha factura	Número	Tipo de documento	Comercial	Fecha vencimiento	Documento origen	Base IVA 0%	Base grava IVA	Valor IVA	Total	Importe adeudado	Estad
CONSUMIDOR FINAL [9999999999999999]	01/06/2019	001-002-000000004	[18] Factura de Venta	Jose	01/06/2019		\$ 0.00	\$ 150.00	\$ 18.00	\$ 168.00	\$ 0.00	Page
Aseguradora del sur [0190123626001]	01/06/2019	001-002-000000003	[18] Factura de Venta	Jose	01/06/2019		\$ 0.00	\$ 450.00	\$ 54.00	\$ 504.00	\$ 0.00	Page
							0.00	600.00	72.00	672.00	0.00	

Fuete: Trescloud (2019)

- **Asesoría especializada:** brinda a sus clientes la opción de agendar una cita con los especialistas para conocer todo sobre el Odoo ERP.
- **Trescloud Comunidad:** se basa en la organización y realización de capacitaciones continuas, mismas que son desarrollados por expertos en cada temática con la finalidad de proporcionar conocimientos sólidos, científicos y objetivos a la comunidad, entre las que constan:
  - Eventos
  - Cursos y talleres

Figura 8. Capacitación y talleres



Fuente: Trescloud (2021)

### 3.5 Diagnostico organizacional

Para el diseño de la propuesta de mejora en el área comercial de la empresa Trescloud, se parte de los resultados de diagnóstico situacional de la organización, cuyos resultados están dados por el análisis FODA o DAFO, en el que se detallan los fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades detectadas dentro del departamento comercial de la empresa Trescloud.

La empresa Trescloud tiene más de 9 años en el mercado, brindando servicios tecnológicos a las empresas, que les permita minimizar el tiempo en la gestión que realiza, lo cual aporta de manera importante a la productividad de la cada empresa, de tal manera que los años de experiencia en el mercado es su mayor fortaleza.

Otra de sus principales fortalezas, es la comercialización de Odoo en Ecuador, pues esta herramienta es considerada el mejor software en gestión empresarial, que permite realizar una mejor administración de la empresa, garantizando resultados favorables para el desarrollo de las actividades empresariales.

Como punto principal dentro de las oportuna des de la empresa Trescloud se puede mencionar, el mercado poco desarrollado en el país, pues a pesar de vivir en

una época donde la tecnología es base fundamental para los negocios, y pese a gran aporte y ventaja que representa el uso de la tecnología informática que comercializa la empresa no es muy frecuente, por ello, se presenta como una oportunidad, puesto que el mercado puede expandirse y crecer con gran facilidad.

Con el paso de los años la innovación de proyectos es indispensable para cualquier empresa, para mantenerse actualizado en el mercado empresarial, por ello la empresa Trescloud, realiza constantes lanzamientos de proyectos e innovaciones en los servicios que comercializa, por lo cual, se centra en el crecimiento y demanda de nuevas tecnologías que faciliten la gestión empresarial cada vez con mayor eficiencia en los procesos.

Mediante el análisis de las debilidades de la empresa Trescloud se puede mencionar como una de las debilidades de la empresa, la falta de campañas publicitarias, la inadecuada o falta de publicidad de los servicios que brinda la empresa, afecta de manera importante la comercialización de los servicios y productos que oferta la empresa, pues en la actualidad la publicidad de todo negocio es un papel fundamental para el crecimiento de sus ventas la estrategia publicitaria debe ser primordial en todo proceso de comercialización.

Como parte de las debilidades de la empresa se puede mencionar también los bajos recursos humanos en la empresa, pues para el área comercial de la empresa Trescloud, el número de asesores comerciales o vendedores, no es el suficiente para poder brindar el óptimo servicio y asesoría que deben recibir los clientes de la empresa, dicho sea de paso la falta de personal en esta área es uno de sus principales problemas en la actualidad, por lo cual le ha visualizado una disminución de venta, generan pérdidas económicas para la empresa y una mala imagen ante los clientes debido a que no se brinda un servicio óptimo.

En el mundo empresarial sin importar la actividad a la que se dedique la empresa siempre existirá competencia por parte de otras empresas que se dediquen a la misma industria, por ello como amenaza principal se encuentra la competencia, pues existen empresas que comercializan los mismos servicios, pero a menor costo, por lo cual en muchas ocasiones los clientes van a preferir los servicios que ofrezcan un costo más conveniente.

Ante esta amenaza la empresa Trescloud busca comercializar sus servicios a costo que se encuentre acorde a la competencia y que beneficien al cliente, logrando llamar la atención del cliente, y a su vez competir con las empresas de su mismo giro de negocios.

La crisis e inestabilidad económica del país es otra de las amenazas para la empresa Trescloud, pues la inestabilidad económica del país repercute en la gestión de las empresas, por ello en muchas ocasiones las empresas prescinden de los servicios tecnológicos por falta de estabilidad económica que se da en las empresas a raíz de la crisis económica que vive el país.

## CAPITULO IV RESULTADOS

### 4.1 Diagnostico situacional

La empresa Trescloud es una empresa ecuatoriana con más de 9 años en el mercado, enfocada en el área informática, donde la comercialización de Odoó en Ecuador es su principal especialidad, como organización empresarial sus objetivos es, brindar calidad y eficiencia del soporte técnico en sistemas para la administración financiera, por lo cual realiza capacitaciones constantes a su equipo de trabajo, creando fortaleza en su capital humano.

Dentro del diagnóstico situacional podemos mencionar el estado interno y externo actual de la empresa Trescloud misma que a causa de la crisis sanitaria que se vive por la pandemia del Coronavirus, ha sufrido serias afectaciones en el área comercial, donde, los procesos comerciales que se mantienen dentro de la empresa y la gestión de los mismo, carecen de resultados ante la retención o fidelización de los clientes, lo cual desencadena en, un bajo nivel de ventas, pérdidas económicas y por ende el incumplimiento de objetivos esperados por la gerencia de la empresa.

La disminución de la cartera comercial de clientes es, su principal problema en la actualidad, pues debido a la crisis económica, el número de clientes que mantenía la empresa da disminuido considerablemente, pese a los esfuerzos realizados aún no se ha podido recuperar el total de su cartera de clientes, adicional a esto el área comercial presenta otras dificultades en sus actividades tales como, negligencia por parte de los asesores comerciales con las asesorías a los clientes, la falta de capacitación al personal de ventas, costos elevados en comparación a la competencia, entre otros, dichos problemas presentados en el área comercial genera pérdidas económicas para la empresa.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal, formular una propuesta de mejora para el área comercial de la empresa Trescloud en la ciudad de Quito año 2021, que le permita corregir y mejorar las falencias que se presenta en su proceso de comercialización, manteniendo una estrategia de negocio que permite identificar y analizar mejor los lineamientos estratégicos a seguir para lograr las metas esperadas por los gerentes de la empresa, logrando así la competencia directa y obteniendo una mayor ventaja competitiva.

Dentro del diagnóstico situacional de la empresa Trescloud otro de los problemas que presenta la empresa, es la falta de capacitación a sus colaboradores del área, esto ocasiona que los clientes no reciban una asesoría adecuada, por lo cual en muchos de los casos optan por no adquirir los productos, debido a la falta de información de los mismos.

A causa de la problemática que se vive actualmente en el área de comercialización de la empresa Trescloud, refleja pérdidas económicas para la empresa, por lo cual, el objetivo de la presente propuesta de mejora, es poder detener estas pérdidas y mejorar las actividades y procesos del área, con el fin de lograr un mejor resultado e incrementar la rentabilidad de la comercialización de los productos de la empresa.

#### **4.1.1 Análisis de la encuesta**

La encuesta elaborada se encuentra enfocada en el estudio de 10 preguntas cerradas de opción múltiple, para facilitar el entendimiento de las mismas y que la encuestada comprenda de mejor manera y no tenga problemas al contestar las preguntas realizadas. El levantamiento de información para la presente propuesta de mejora para el área de comercialización de la empresa Trescloud, será realizado desde los meses de noviembre y diciembre del 2021. El modelo de la encuesta se puede encontrar en el anexo de este estudio.

#### 4.1.1.1 Determinación de la muestra para la encuesta

Para la realización de la presente encuesta se determinó en desarrollarlas a 30 clientes de la empresa, tomando ese número a los clientes principales de la empresa que se encuentran dentro del Distrito Metropolitano de Quito, para que sea de más comodidad para las tesis en poder desplazarse a las empresas de los clientes para poder solicitar se nos ayude con las preguntas de las encuestas, es de considerar que la empresa tiene aproximadamente 190 clientes corporativos en todo el país, pero se realizará una encuesta por conveniencia de las autoras y se tomara como muestra al total de clientes que se encuentran ubicados en la urbe quiteña como se lo había manifestado con anterioridad, ya que por facilidad de movilidad será más practico que se encueste solo a los clientes ubicados en Quito.

Para la aplicación de la encuesta se tomará en cuenta, a los clientes frecuentes de la empresa Trescloud, mismo que asciende a un total de 30 clientes, a quienes se le consultara acerca de los servicios que recibe por parte de la empresa, con la finalidad de entender cuáles son las quejas o problemas que presenta el cliente, y a su vez comprender las necesidades de los mismo y mediante estos resultados elaborar estrategias que puedan mejorar el área comercial de la empresa. Entre los principales clientes de la empresa resaltan los siguientes;

- *Aditmaq*
- *Awa Nutrition*
- *Distribuidora Multi Pruss*
- *Capeipi*
- *Salinerito*
- *Aguila Importaciones*
- *Serca*



#### 4.1.1.2 Diseño del cuestionario

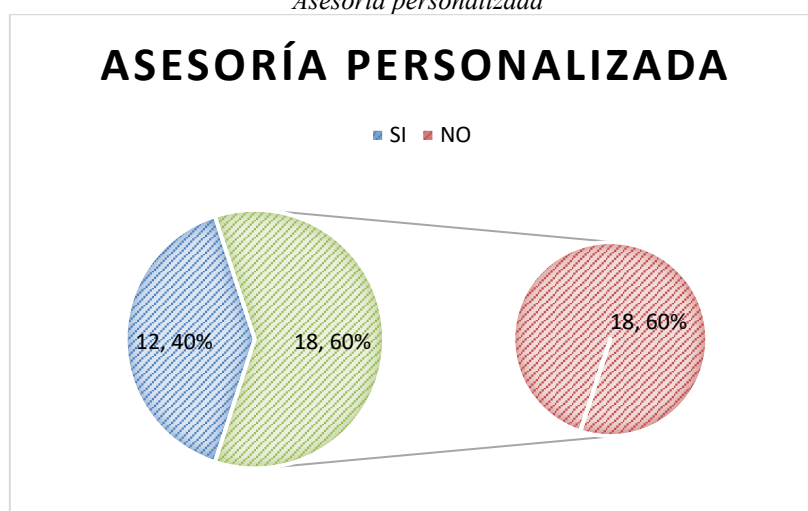
1. ¿Puede mencionar si la empresa Trescloud, le brinda asesorías personalizadas con la información de sus productos?

Tabla 1  
*Asesoría personalizada*

<i>PREGUNTA 1</i>		
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Si</b>	12	40%
<b>No</b>	18	60%
<b>TOTAL</b>	30	100%

Elaborado por la autora

Figura 9.  
*Asesoría personalizada*



Elaborado por la autora

En la encuesta realizada a los clientes de la empresa Trescloud, da como resultado que el 60% de los encuestados, concuerdan que no reciben las asesorías personalizadas, mientras el 40% indican que si lo reciben.

2. ¿En su experiencia como cliente, puede indicar si los asesores comerciales están capacitados y solventas todas sus dudas acerca de los servicios tecnológicos que brinda la empresa?

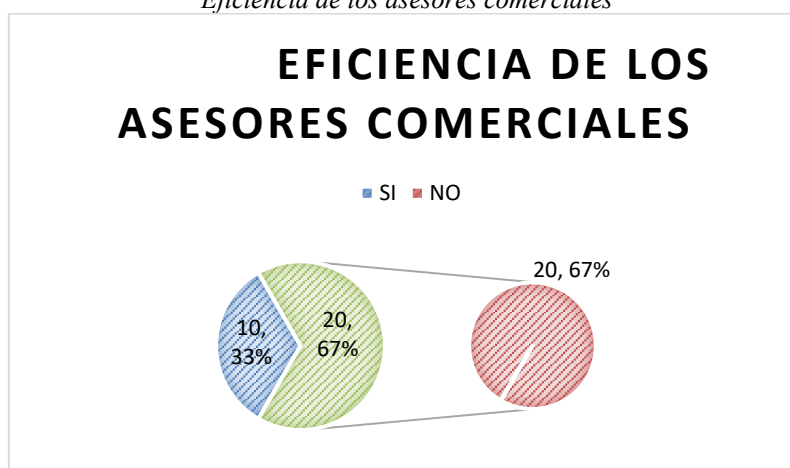
Tabla 2  
*Eficiencia de los asesores comerciales*

**PREGUNTA 2**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Si</b>	10	33%
<b>No</b>	20	67%
<b>TOTAL</b>	30	100%

Elaborado por la autora

Figura 10.  
*Eficiencia de los asesores comerciales*



Elaborado por la autora

Mediante la encuesta realizada, el 67% de los encuestado indican que la eficiencia y conocimiento de los asesores comerciales no solventan todos sus requerimientos, mientras el 33% indican que si lo hace.

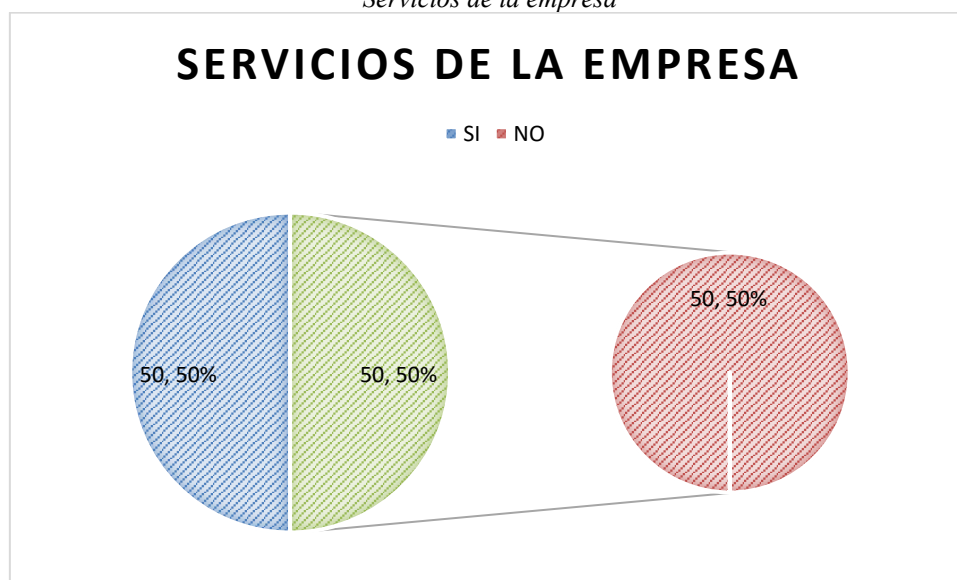
### 3. ¿Conoce usted sobre todos los servicios que ofrece la empresa Trescloud?

Tabla 3  
*Servicios de la empresa*

<b>PREGUNTA 3</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Si</b>	15	50%
<b>No</b>	15	50%
<b>TOTAL</b>	30	100%

Elaborado por la autora

Figura 11.  
*Servicios de la empresa*



Elaborado por la autora

En la encuesta realizada podemos determinar que el 50% de los encuestados mencionan tener conocimiento de los servicios que ofrece la empresa y el otro 50% indica que no conoce de todos los servicios que brinda la empresa Trescloud.

4. ¿Recibe usted información de los productos o promociones por parte de la empresa?

Tabla 4

*Información de promociones***PREGUNTA 4**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	9	30%
No	21	70%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Elaborado por la autora

Figura 12.  
*Información de promociones*



Elaborado por la autora

El 70% de los encuestados, respondieron que no reciben información de las promociones que tiene la empresa, mientras que el 30% de los clientes encuestados mencionaron que si reciben información con los productos y promociones de la empresa Trescloud.

5. ¿Con que frecuencia utiliza los servicios de la empresa Trescloud?

Tabla 5

*Frecuencia de uso de servicios*

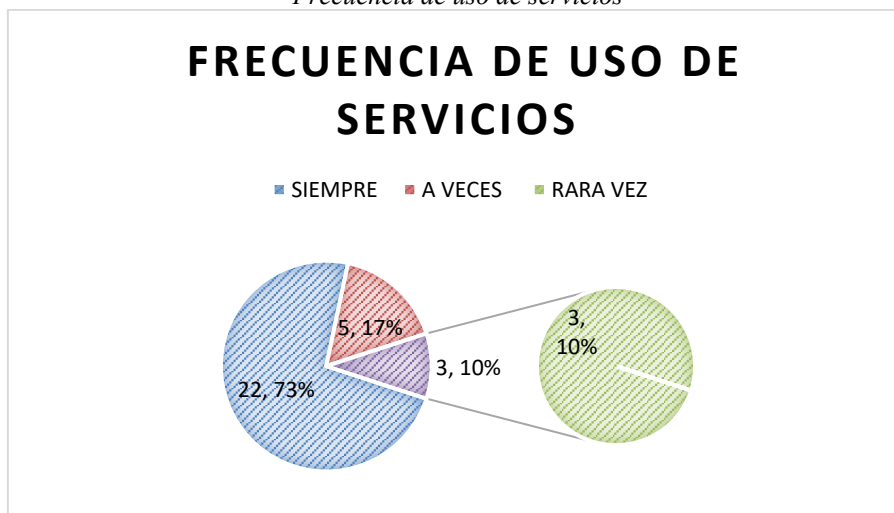
**PREGUNTA 5**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Siempre</b>	19	73%
<b>A veces</b>	6	17%
<b>Rara vez</b>	5	10%
<b>TOTAL</b>	30	100%

Elaborado por la autora

Figura 13.

*Frecuencia de uso de servicios*



Elaborado por la autora

Los clientes de la empresa Trescloud, en la encuesta realizada mencionan que 73% hace uso frecuente de los servicios de la empresa, el 17% lo usa a veces y el 10% indica que hace uso de los servicios rara vez, es decir, en muy pocas ocasiones.

6. ¿Ha recibido respuesta rápida por parte del asesor cuando presenta problemas o

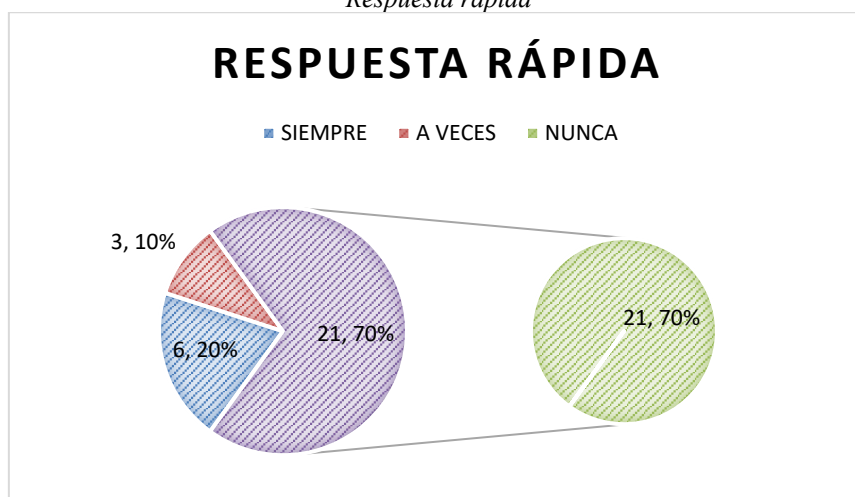
dificultades con los productos o servicios de la empresa?

Tabla 6  
*Respuesta rápida*

<b>PREGUNTA 6</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Siempre</b>	19	20%
<b>A veces</b>	6	10%
<b>Nunca</b>	5	70%
<b>TOTAL</b>	30	100%

Elaborado por la autora

Figura 14.  
*Respuesta rápida*



Elaborado por la autora

Con los resultados de la encuesta, los clientes manifestaron que el 70% no recibe una respuesta rápida cuando se le presenta algún problema, el 20% indica que si recibe una respuesta rápida por parte de los asesores y el 10% de los encuestados indica que muy pocas veces reciben la respuesta rápida a sus requerimientos.

7. ¿Puede mencionar si la atención por parte de los asesores comerciales es cordial?

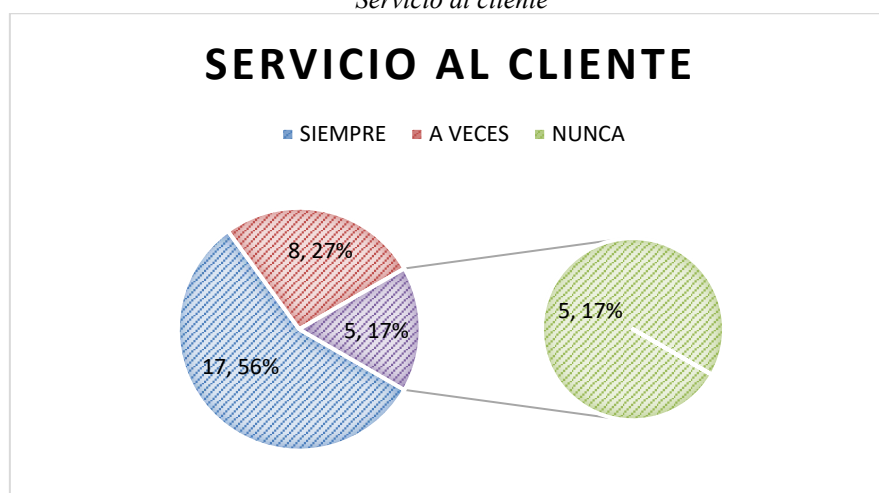
Tabla 7  
*Servicio al cliente*

**PREGUNTA 7**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Siempre</b>	17	76%
<b>A veces</b>	8	13%
<b>Nunca</b>	5	11%
<b>TOTAL</b>	30	100%

Elaborado por la autora

Figura 15.  
*Servicio al cliente*



Elaborado por la autora

Por medio de la encuesta realizada, los clientes de la empresa Trescloud mencionaron que el 56% si considera que reciben una buena atención por parte de los asesores, mientras el 27% indica que no reciben con frecuencia una buena asesoría, y el 17% dice que no reciben la atención adecuado por parte de los asesores

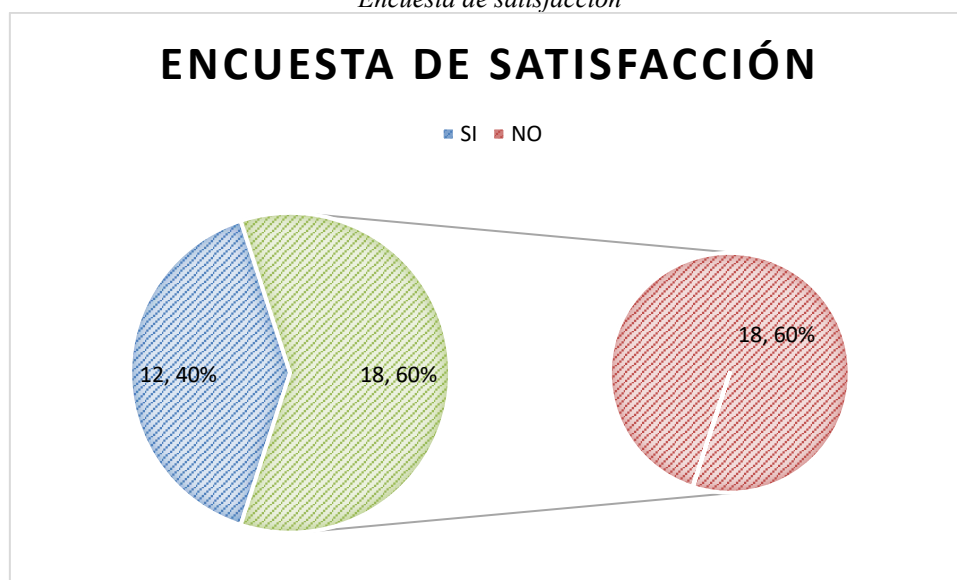
8. ¿Le han realizado encuestas de satisfacción por parte de la empresa Trescloud?

Tabla 8  
Encuesta de satisfacción

<b>PREGUNTA 8</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Si</b>	12	40%
<b>No</b>	18	60%
<b>TOTAL</b>	30	100%

Elaborado por la autora

Figura 16.  
Encuesta de satisfacción



Elaborado por la autora

En los resultados de la encuesta realizada a los clientes de la empresa Trescloud, manifiestan que el 40% indica que si le han realizado encuestas de satisfacción y el 60% menciona que no les han realizado encuestas de satisfacción.

9. ¿Le gustaría recibir más información acerca de los beneficios de los productos y



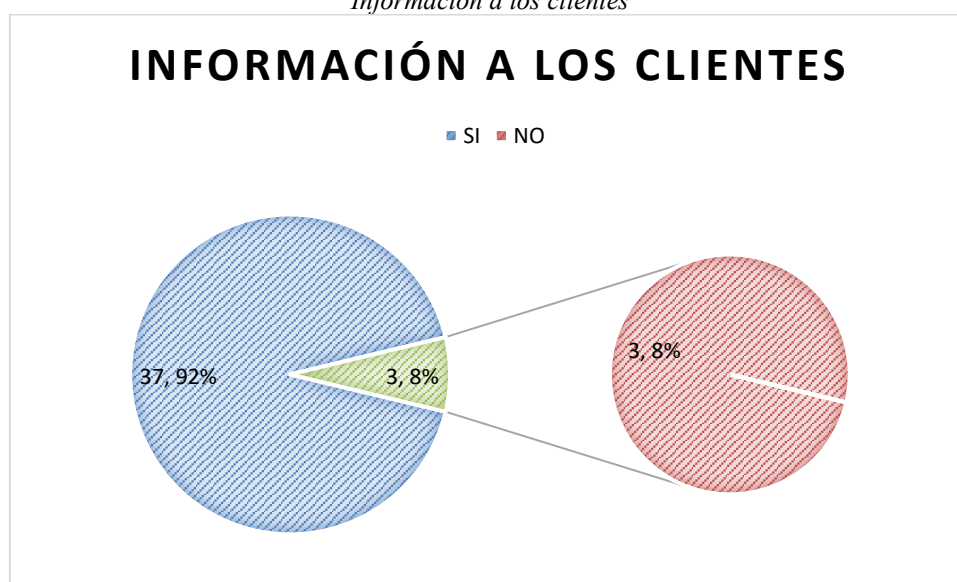
servicios de la empresa Trescloud?

Tabla 9  
Información a los clientes

<b>PREGUNTA 9</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Si</b>	37	92%
<b>No</b>	3	8%
<b>TOTAL</b>	30	100%

Elaborado por la autora

Figura 17.  
Información a los clientes



Elaborado por la autora

Con los resultados de las encuestas realizada el 92% de los encuestados concuerdan que si les gustaría recibir información sobre los productos, servicios y promociones de la empresa, mientras el 8% indican que no desean recibir información.

**10.** ¿Conoce o ha escuchado acerca de campañas de publicidad de la empresa Trescloud?

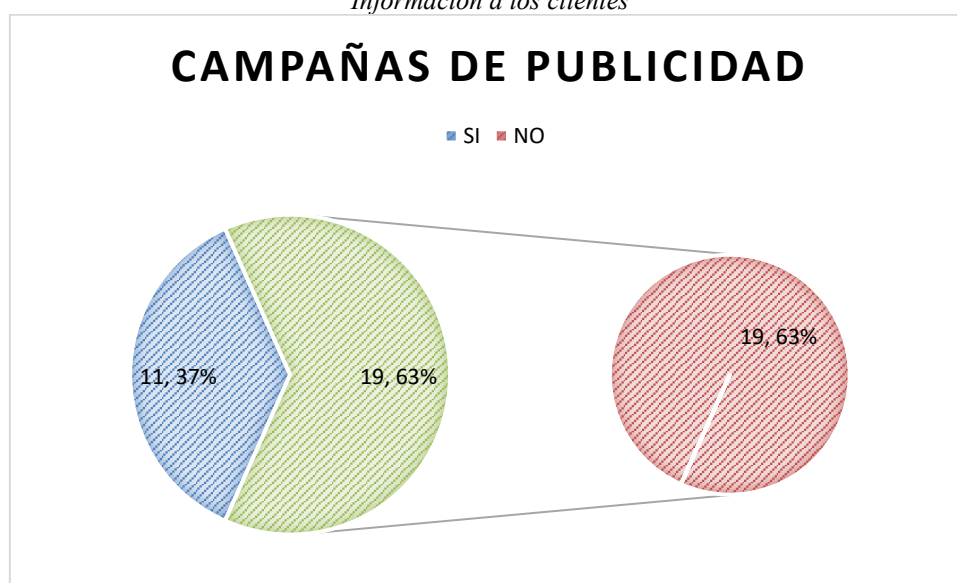
Tabla 10  
*Campañas de publicidad*

**PREGUNTA 10**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Si</b>	11	53%
<b>No</b>	19	47%
<b>TOTAL</b>	30	100%

Elaborado por la autora

Figura18.  
*Información a los clientes*



Elaborado por la autora

Con los resultados de la encuesta realizada el 37% de los encuestados mencionan que si conocen acerca de las campañas de publicidad de la empresa y el 63% mencionan que no conocen sobre las campañas de publicidad de la empresa Trescloud.

#### **4.1.1.3 Resultados obtenidos del cuestionario**

Mediante los resultados obtenidos en el cuestionario realizado a 30 clientes frecuentes de la empresa Trescloud en la ciudad de Quito, se puede manifestar lo siguiente:

El área comercial de la empresa Trescloud atraviesa por un bajo rendimiento de sus actividades, siendo su principal problema la disminución de su cartera de cliente, que en la actualidad a causa de la pandemia ha reducido considerablemente, afectado de gran manera el número de ventas de la empresa y con ello grandes pérdidas económicas.

Los clientes encuestados manifiestan sus inquietudes y malestares por el servicio comercial brindado, pues gran porcentaje de los clientes indican que los servicios de asesorías del área, no cumplen sus expectativas ni resuelven sus necesidades.

Los clientes encuestados indican que el personal del área comercial no está debidamente capacitado para gestionar sus dudas y requerimientos, lo cual les genera malestar y pérdida de tiempo, ya que no reciben una respuesta rápida e idónea cuando lo solicitan.

Según los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los clientes frecuentes de la empresa se puede evidenciar que la empresa Trescloud carece de campañas de publicidad y planes de promociones, los clientes manifestaron que sería importante que la empresa les haga llegar más información sobre los servicios que la empresa brinda, sus beneficios, ventajas, y las promociones a las cuales ellos puedan acceder, llamar la atención de los clientes hacia sus servicios.

Otro de los puntos importantes que se obtiene como resultado de la encuesta realizada es que los clientes de la empresa Trescloud, considera necesario la implementación de encuestas de satisfacción y el debido seguimiento de postventa, pues es importante conocer cuál fue la experiencia que vivió el cliente al ser atendido por los asesores comerciales, si solventaron sus necesidades y requerimientos, si la atención brindada fue la adecuada, y más aún sus satisfacción con el servicio que adquiere de la empresa.

Como resultado de la encuesta realizada el mayor porcentaje de clientes encuestados indican que hacen uso de los servicios que presta la empresa Trescloud, con frecuencia, esto es un punto a favor de la empresa, por ello, es importante tomar en consideración los resultados obtenidos en la presente encuesta, con la finalidad de mejorar el área de comercialización, satisfacer las necesidades de los clientes y garantizar su fidelización con la empresa, logrando mantener e incrementar el número de cartera de clientes.

#### 4.1.2 Análisis de la entrevista

La entrevista está compuesta por 10 preguntas cerradas de elección múltiple, esto con la finalidad de que el entrevistado no presente inconvenientes a la hora de seleccionar la respuesta y obtener una respuesta clara y concisa para el diagnóstico de la entrevista.

El motivo principal, por el cual se realiza la presente entrevista, es para determinar, cuáles son los problemas que se presentan en el área comercial de la empresa Trescloud en la ciudad de Quito, con la finalidad de, tomar medidas de corrección ante la problemática que presenten, por medio de la elaboración de una propuesta de mejora.

La entrevista esta enfoca a los colaboradores involucrados en el área comercial, además se tomara en consideración al gerente general y asistente financiero de la empresa, quienes tienen participación indirecta del área, esto con el fin de entender el problema que se presenta con la disminución de la cartera de clientes y el bajo rendimiento en las ventas, lo cual es su principal problema, se tomará en cuenta sus opiniones y perspectiva de la problemática, la entrevista será realizada a, 10 colaboradores de la empresa, cuyos puestos de trabajo son los siguientes:

- Gerente General
- Gerente de Ventas y Marketing
- Asistente financiero
- Jefe de canales de venta
- Vendedores (6)

#### 4.1.2.1 Diseño de la guía de entrevista

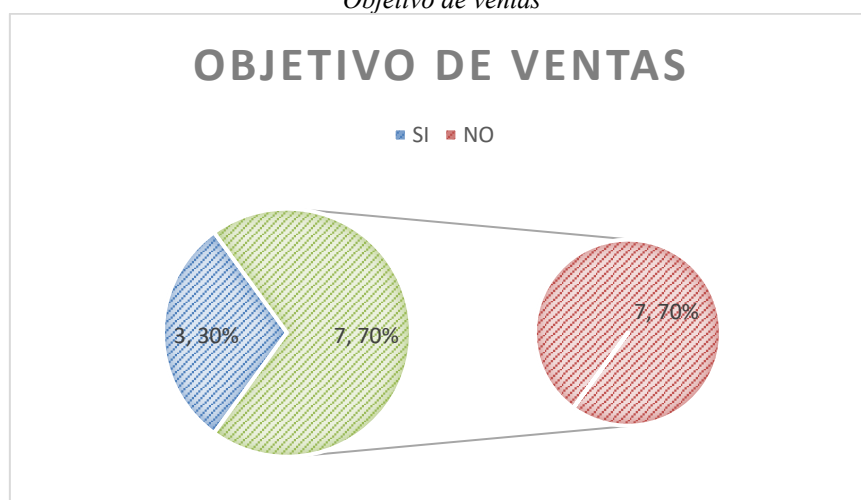
##### 1. ¿Puede mencionar si los objetivos de ventas se cumplen según lo estipulado?

Tabla 11  
*Objetivo de ventas*

<i>PREGUNTA 1</i>		
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	3	30%
No	7	70%
<b>TOTAL</b>	10	100%

Elaborado por la autora

Figura 19.  
*Objetivo de ventas*



Elaborado por la autora

Mediante la entrevista realizada a los colaboradores de la empresa Trescloud, se obtiene como resultado que el 70% de los entrevistados concuerdan en que no se cumplen los objetivos de ventas, mientras el 30% indican que si se cumplen.

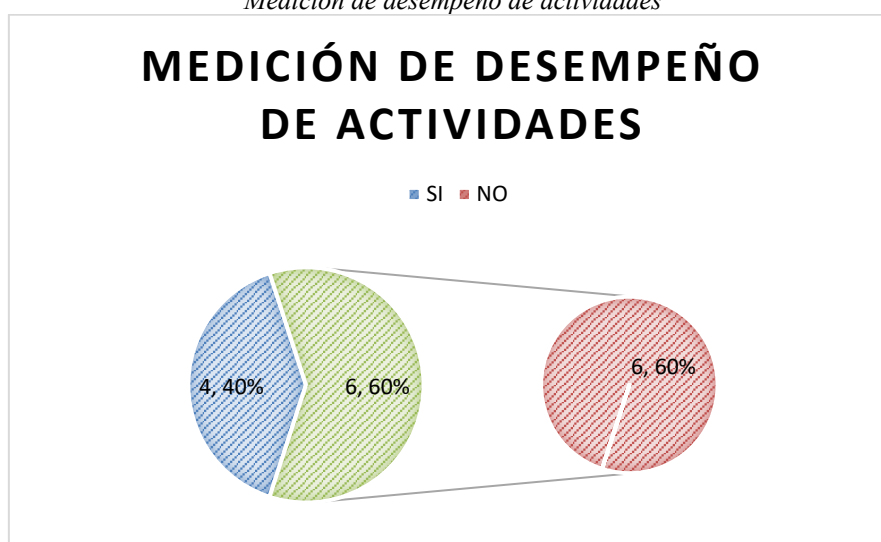
## 2. ¿Realizan medición de desempeño de la actividad del área comercial?

Tabla 12  
Medición de desempeño de actividades

<b>PREGUNTA 2</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Si</b>	4	40%
<b>No</b>	6	60%
<b>TOTAL</b>	10	100%

Elaborado por la autora

Figura 20.  
Medición de desempeño de actividades



Elaborado por la autora

Como resultado de la entrevista el 60% de los colaboradores entrevistados indican que no se realizan mediciones de desempeño de actividad y el 40% de los colaboradores mencionan que si realizan la medición de desempeño de actividades.

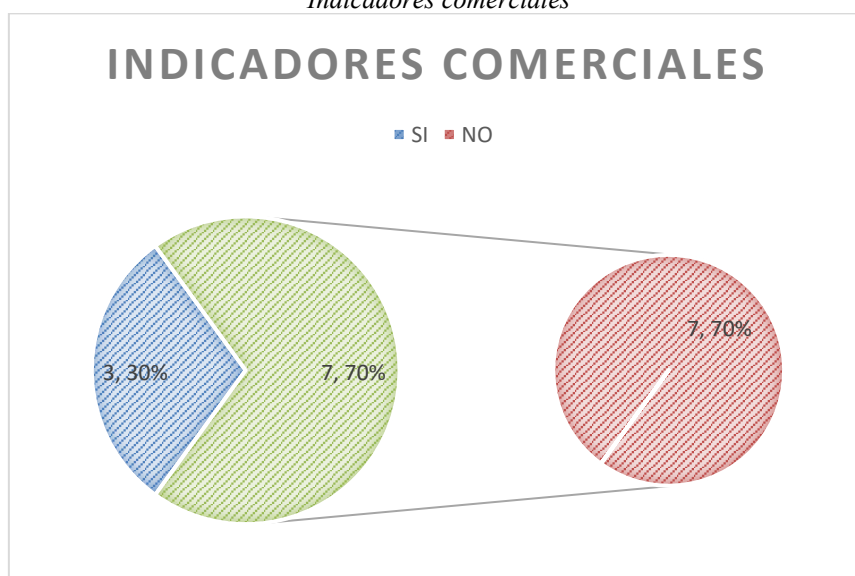
### 3. ¿Sabe usted que son y para qué sirven los indicadores comerciales?

Tabla 13  
*Indicadores comerciales*

<b>PREGUNTA 3</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Si</b>	3	30%
<b>No</b>	7	70%
<b>TOTAL</b>	10	100%

Elaborado por la autora

Figura 21.  
*Indicadores comerciales*



Elaborado por la autora

Mediante el resultado de la entrevista realizada, los colaboradores de la empresa Trescloud indican que el 70% de entrevistados no tiene conocimiento de que son y para qué sirven los indicadores comerciales, mientras el 30% mencionan que si tienen conocimiento de que son los indicadores comerciales.



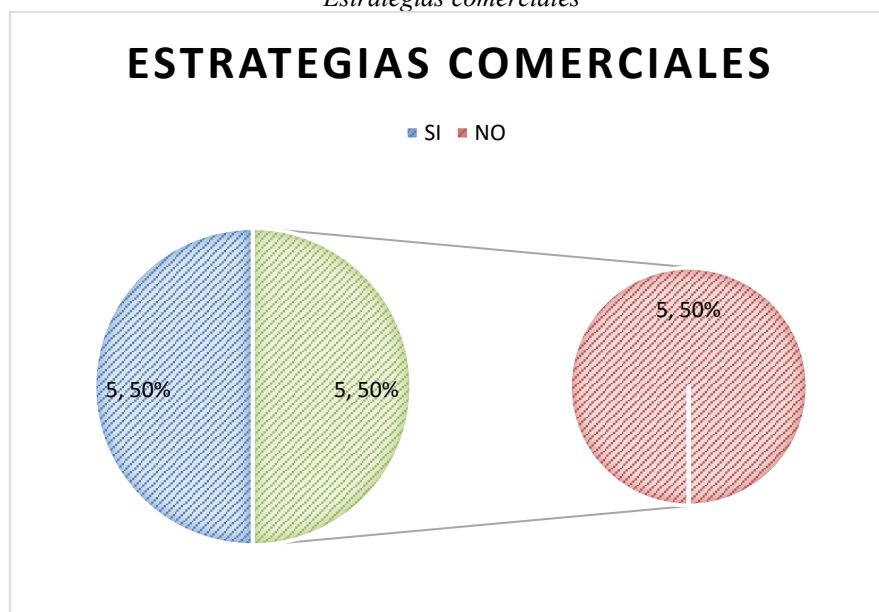
#### 4. ¿Sabe cuáles son las estrategias comerciales de la empresa

Tabla 14  
*Estrategias comerciales*

<i>PREGUNTA 4</i>		
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	50%
No	5	50%
<b>TOTAL</b>	10	100%

Elaborado por la autora

Figura 22.  
*Estrategias comerciales*



Elaborado por la autora

Mediante la entrevista realizada a los colaboradores, se tiene como resultado que el 50% de los entrevistados mencionan que si tiene conocimiento de las estrategias comerciales de la empresa, mientras, el 50% indica que no tiene conocimiento acerca de las estrategias de la empresa.

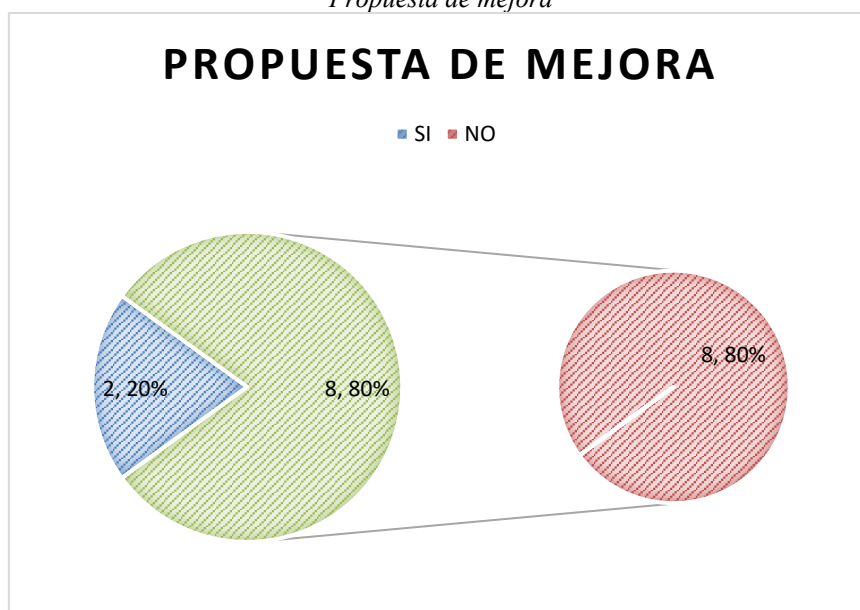
5. ¿Considera que es necesario implementar una propuesta de mejora para el área?

Tabla 15  
Propuesta de mejora

<b>PREGUNTA 5</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Si</b>	2	20%
<b>No</b>	8	80%
<b>TOTAL</b>	10	100%

Elaborado por la autora

Figura 23.  
Propuesta de mejora



Elaborado por la autora

Con la entrevista realizada a los colaboradores de la empresa Trescloud, se obtiene como resultado que el 80% de los entrevistados concuerdan en que si es importante implementar una propuesta de mejora para el área comercial, mientras el 20% mencionan que no es necesaria una propuesta de mejora.

6. ¿La empresa hace uso de indicadores comerciales que le permitan medir el

desempeño de las actividades comerciales?

Tabla 16

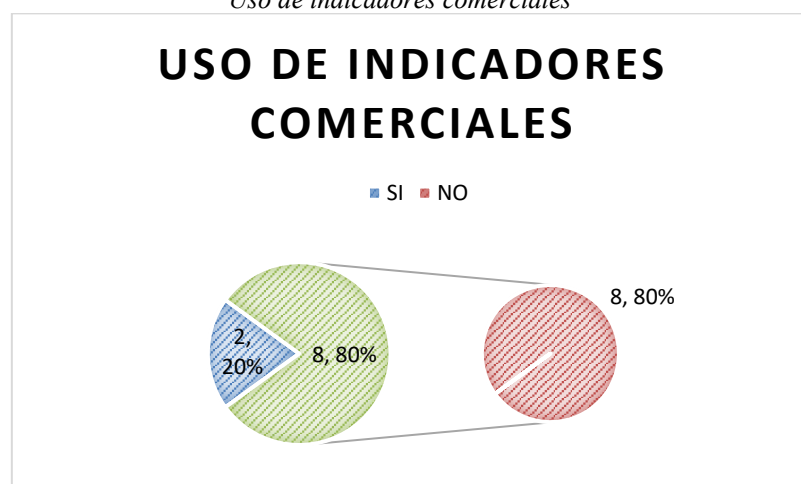
*Uso de indicadores comerciales*

**PREGUNTA 6**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	2	20%
No	8	80%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaborado por la autora

Figura 24.  
*Uso de indicadores comerciales*



Elaborado por la autora

Con la entrevista realizada a los colaboradores de la empresa Trescloud, se obtiene como resultado que el 80% de los entrevistados mencionan que la empresa no hace uso de indicadores comerciales que le permita medir el rendimiento de las actividades del área comercial, mientras el 20% indica que si hacen uso de los indicadores comerciales.

7. ¿Las estrategias comerciales que actualmente tiene la empresa, brindan los resultados esperados?

Tabla 17  
*Resultados de estrategias comerciales*

**PREGUNTA 7**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	40%
No	6	60%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaborado por la autora

Figura25.  
*Uso de indicadores comerciales*



Elaborado por la autora

Mediante la entrevista realizada los colaboradores, se tiene como resultado que el 60% de los entrevistados mencionan que las estrategias comerciales de la empresa no generan los resultados que se esperan, mientras el 40% de los entrevistados mencionan que las estrategias comerciales si generan los resultados planteados.

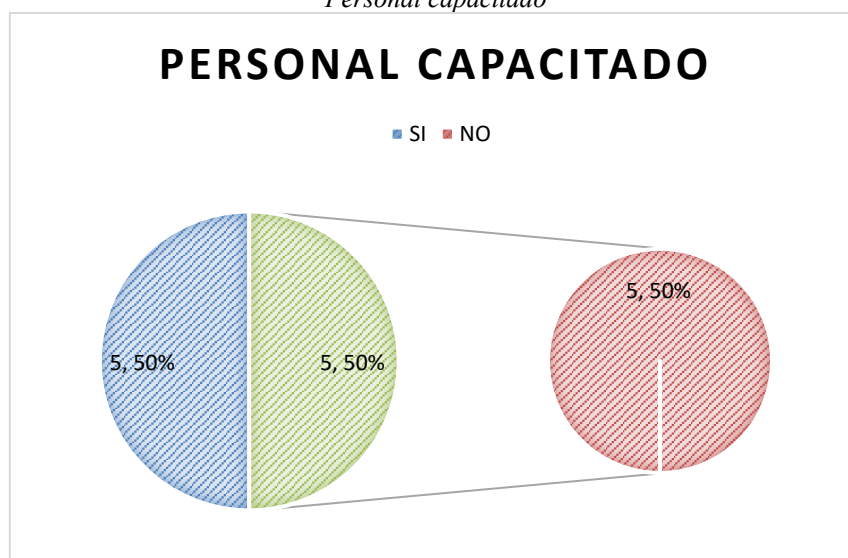
8. ¿Cree usted que el personal de ventas, está calificado y debidamente capacitado para sus actividades?

Tabla 18  
*Personal capacitado*

<b>PREGUNTA 8</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Si</b>	5	50%
<b>No</b>	5	50%
<b>TOTAL</b>	10	100%

Elaborado por la autora

Figura26.  
*Personal capacitado*



Elaborado por la autora

Con los resultados de la entrevista realizada el 50% de los entrevistados consideran que el personal de ventas no se encuentra debidamente capacitado para las actividades que realiza, mientras el 50% indican que si se encuentra capacitados para la realización de sus actividades.

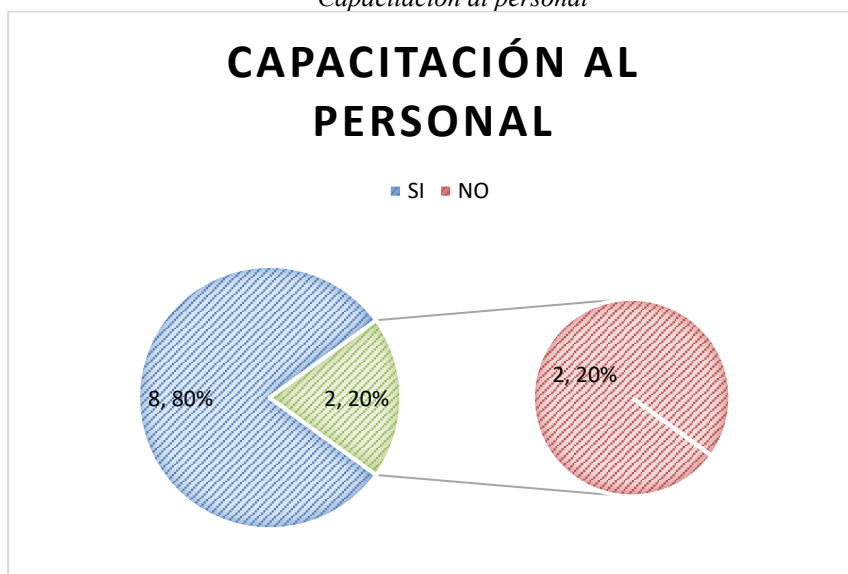
9. ¿Considera importante capacitar a los colaboradores del área comercial?

Tabla 19  
*Capacitación al personal*

<b>PREGUNTA 9</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Si</b>	8	80%
<b>No</b>	2	20%
<b>TOTAL</b>	10	100%

Elaborado por la autora

Figura27.  
*Capacitación al personal*



Elaborado por la autora

Como resultado de la entrevista realizada a los colaboradores de la empresa Trescloud el 80% de los entrevistados coinciden en que es importante capacitar a los colaboradores del área comercial y el 20% menciona que no consideran necesario capacitar al personal del área comercial.

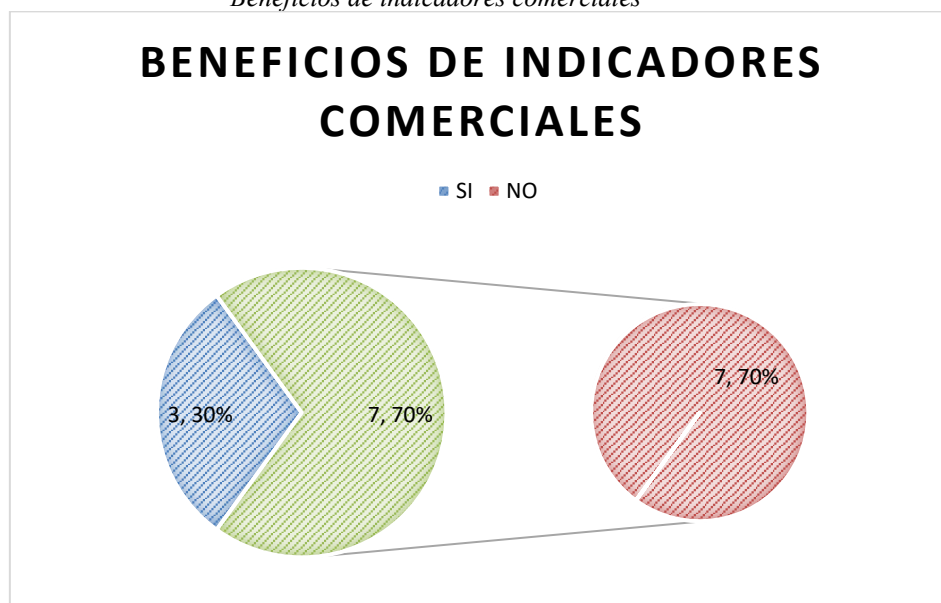
## 10. ¿Conoce los beneficios del uso de indicadores comerciales en la gestión del área?

Tabla 20  
*Beneficios de indicadores comerciales*

<b>PREGUNTA 10</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Si</b>	3	30%
<b>No</b>	7	70%
<b>TOTAL</b>	10	100%

Elaborado por la autora

Figura28.  
*Beneficios de indicadores comerciales*



Elaborado por la autora

Por medio de los resultados obtenidos en la entrevista realizada el 70% de los colaboradores no conoce el beneficio de los indicadores comerciales en la gestión empresarial y el 30% indica que si conoce de los beneficios de los indicadores comerciales.

### 4.1.2.2 Resultados obtenidos de la guía de entrevista

Mediante la entrevista realizada a los colaboradores del área comercial,

asistente financiero y gerente general de la empresa Trescloud, se obtuvo como resultado lo siguiente:

El análisis de los resultados de la entrevista formulada indica que los colaboradores de la empresa Trescloud coinciden en que la disminución de clientes a causa de la pandemia que se vive, afecta de manera importante las ventas de la empresa, por ello indican que las metas establecidas por la gerencia de ventas, no se logra cumplir, lo cual genera un bajo rendimiento en la productividad de los vendedores y pérdidas económicas para la empresa.

Los colaboradores de la empresa Trescloud también concuerdan en que la falta de estrategias comerciales efectivas en el área, trae consecuencias negativas para la gestión comercial, debido a que los resultados obtenidos en el área no son los establecidos, por ello, es importante elaborar nuevas estrategias que ayuden a incrementar las ventas de la empresa.

Otro de los temas en que los colaboradores de la empresa concuerdan en los resultados de la entrevista es en que la empresa o cuenta con indicadores comerciales que les permita medir la eficiencia de las actividades que se realizan en el área comercial, por lo cual no se da seguimiento y solución adecuado a los procesos que están generando dificultades para cumplir las metas propuestas.

Los colaboradores de la empresa mencionan que es importante implementar una propuesta de mejora en el área comercial que le permita, recuperar la cartera de cliente, aumentar el margen de ventas, y controlar las actividades que se realizan en el área para lograr un buen rendimiento productivo, cumplir las metas establecidas y eliminar las pérdidas económicas para la empresa.



### 4.1.3 FODA de la empresa Trescloud

Tabla 21  
*Fortalezas Trescloud*

<b>FORTALEZAS DE LA EMPRESA TRECLOUD</b>	
1	Años de experiencia en el mercado tecnológico para la gestión de negocios.
2	Asesoría y consultoría especializada
3	Comercialización de Odoo en Ecuador
4	Uso y aplicación de tecnología eficaz para la gestión empresarial

Elaborado por la autora

La empresa Trescloud tiene más de 9 años en el mercado brindando servicios tecnológicos a las empresas, que les permita minimizar el tiempo en la gestión que realiza, lo cual aporta de manera importante a la productividad de la cada empresa que los años de experiencia en el mercado es su mayor fortaleza.

Otra de sus principales fortalezas es la comercialización de Odoo en Ecuador, pues esta herramienta es considerada el mejor software en gestión empresarial, que permite realizar una mejor administración de la empresa, garantizando resultados favorables para el desarrollo de las actividades empresariales.

Tabla 22  
*Oportunidades Trescloud*

---

<b>OPORTUNIDADES DE LA EMPRESA TRESLOUD</b>	
1	Mercado poco desarrollado en el país
2	Innovación en proyectos
3	Crecimiento y demanda de la tecnología en empresas
4	Adaptación a las nuevas tendencias tecnológicas

---

Elaborado por la autora

Como punto principal dentro de las oportunidades de la empresa Trescloud se puede mencionar, el mercado poco desarrollado en el país, pues a pesar de vivir en una época donde la tecnología es base fundamental para los negocios, y pese a gran aporte y ventaja que representa el uso de la tecnología informática que comercializa la empresa no es muy frecuente, por ello, se presenta como una oportunidad, puesto que el mercado puede expandirse y crecer con gran facilidad.

Con el paso de los años, la innovación de proyectos es indispensable para cualquier empresa, para mantenerse actualizado en el mercado empresarial, por ello la empresa Trescloud, realiza constantes lanzamientos de proyectos e innovaciones en los servicios que comercializa, por lo cual, se centra en el crecimiento y demanda de nuevas tecnologías que faciliten la gestión empresarial cada vez con mayor eficiencia en los procesos.

Tabla 23  
*Debilidades Trescloud*

<b>DEBILIDADES DE LA EMPRESA TRESCLOUD</b>	
1	Falta de una adecuada campaña publicitaria
2	Concepto de marca poco potenciado
3	Recursos humanos limitados
4	Costos elevados

Elaborado por la autora

Mediante el análisis de las debilidades de la empresa Trescloud se puede mencionar como una de las debilidades de la empresa la falta de campañas publicitarias, la inadecuada o falta de publicidad de los servicios que brinda la empresa, afecta de manera importante la comercialización de los servicios y productos que oferta la empresa, pues en la actualidad la publicidad de todo negocio es un papel fundamental para el crecimiento de sus ventas por ello la estrategia publicitaria debe ser primordial en todo proceso de comercialización.

Como parte de las debilidades de la empresa se puede mencionar también los bajos recursos humanos en la empresa, pues para el área comercial de la empresa Trescloud, el número de asesores comerciales o vendedores, no es el suficiente para poder brindar el óptimo servicio y asesoría que deben recibir los clientes de la empresa, dicho sea de paso la falta de personal en esta área es uno de sus principales problemas en la actualidad por lo cual le ha visualizado una disminución de venta, generan pérdidas económicas para la empresa y una mala imagen ante los clientes debido a que no se brinda un servicio óptimo.

Tabla 24  
*Amenazas Trescloud*

<b>AMENAZAS DE LA EMPRESA TRESCLOUD</b>	
<b>1</b>	La competencia
<b>2</b>	La crisis económica a causa de la COVID-19
<b>3</b>	Mercado poco flexible o receptivo
<b>4</b>	Baja de precios en el mercado

Elaborado por la autora

En el mundo empresarial sin importar la actividad a la que se dedique la empresa siempre existirá competencia por parte de otras empresas que se dediquen a la misma industria por ello como amenaza principal se encuentra la competencia, pues existen empresas que comercializan los mismos servicios, pero a menor costo, por lo cual en muchas ocasiones los clientes van a preferir los servicios que ofrezcan un costo más conveniente.

Ante esta amenaza la empresa Trescloud busca comercializar sus servicios a costo que se encuentre acorde a la competencia y que beneficien al cliente, logrando llamar la atención del cliente y a su vez competir con las empresas de su mismo giro de negocios.

La crisis e inestabilidad económica del país es otra de las amenazas para la empresa Trescloud, pues la inestabilidad económica del país repercute en la gestión de las empresas por ello en muchas ocasiones las empresas prescinden de los servicios tecnológicos por falta de estabilidad económica que se da en las empresas a raíz de la crisis económica que vive el país.

## **4.2 Propuesta de mejora para la empresa Trescloud**

Una vez realizado el diagnóstico situacional de la empresa Trescloud se puede determinar que el principal problema que se presenta dentro de la empresa es en el área comercial razón por la cual la empresa presenta una disminución en su cartera de clientes siendo este el mayor de sus problemas el mismo que afecta de manera directa al área y por ende genera más problemas como son la falta de cumplimiento de objetivos en las ventas, dificultad y baja asesoría a los clientes por parte de los asesores comerciales, problemas en la facturación de asesorías, falta de capacitación a los asesores de venta, sobre precio en nuevos proyectos, mal uso y aprovechamiento de las herramientas para la gestión.

Por esta razón es recomendable la formulación de una propuesta de mejora para el área comercial con el uso de los indicadores comerciales, con el fin de corregir y mejorar las dificultades que se presenta en el área actualmente lo que permitiría a la empresa Trescloud incrementar el rendimiento eficiencia y efectividad en su gestión comercial.

### **4.2.1 Direccionamiento de la propuesta de mejora**

La presente propuesta de mejora se encuentra direccionada al área comercial de la empresa Trescloud, con la finalidad de incorporar en su gestión comercial el uso de indicadores comerciales que le permita mejorar su rendimiento y aprovechar las ventajas de los mismos, para solucionar los presentes problemas del área y poder lograr las metas propuestas en las ventas de la empresa, logrando así la confianza de sus clientes y el reconocimiento de su marca empresarial, así como también mejorar la imagen ante sus competidores.

#### 4.2.2 Objetivo general de la propuesta mejora

Realizar la formulación de una propuesta de mejora para el área comercial de la empresa Trescloud en la ciudad de Quito, año 2021.

#### 4.2.3 Objetivos específicos de la propuesta de mejora

- Direccionar y controlar el área comercial de la empresa Trescloud, mediante indicadores comerciales, para incrementar su rentabilidad
- Recuperar e incrementar la cartera de clientes de la empresa Trescloud
- Brindar asesorías óptimas y oportunas a los clientes
- Aumentar y capacitar al personal del área

#### 4.2.4 Desarrollo de la propuesta de mejora

Para el desarrollo de la propuesta de mejora del área comercial de la empresa Trescloud, se tomará en consideración las funciones del área, mencionando el objetivo de cada función y el personal a cargo responsable del funcionamiento y control de cada una de ellas.

Tabla 25  
*Funciones área comercial*

FUNCIONES DEL AREA COMERCIAL		
FUNCION	OBJETVO	RESPONSABLE
Planeación y control	Determinar el momento preciso las acciones a seguir, para luego revisar que cada uno de los procesos comerciales previamente establecidos se cumpla de la manera correcta.	Gerente de ventas y marketing
Estudio de mercado	Recopilar información relevante referente al bien o servicio que la empresa oferte en el mercado, para difundir y promocionar el producto. Se emplea técnicas e instrumentos de recolección de datos e información que son aplicados a los consumidores y potenciales clientes. Dar a conocer el producto a los potenciales clientes.	Jefe de canales de venta

---

Promoción y publicidad del producto	Diferenciar el producto o servicio de la competencia y así incrementar el índice de ventas.	Gerente de ventas y marketing
Ventas	Organizar la venta directa e indirecta del producto o servicio.	Jefe de canales de venta Asesores comerciales

---

Elaborado por la autora

El área comercial de la empresa Trescloud se encarga del desarrollo de las actividades relacionada con, las ventas de los productos y servicios de la empresa, esta área actualmente presenta problemas para lograr sus metas propuestas pues se presentan varios problemas en la gestión comercial como, la disminución de la cartera de clientes, el bajo rendimiento en ventas, deficiencia en las asesorías brindadas, y falta de conocimiento o uso de herramientas por parte de los asesores comerciales.

Se pretende elaborar una propuesta de mejora que permita que la empresa logre subsanar la problemática que se vive en el área comercial garantizando el correcto desarrollo de la gestión comercial, el cumplimiento de objetivos y sobre todo la adecuada y eficaz atención a los clientes de la empresa.

#### 4.2.4.1 Desarrollo de la propuesta por medio de indicadores comerciales

Tabla 26  
Propuesta con indicadores comerciales

DESARROLLO DE LA PROPUESTA POR MEDIO DE INDICADORES COMERCIALES		
INDICADOR COMERCIAL	OBJETIVO	RESPONSABLE
<b>Costo Lead (CPL)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medir y definir el presupuesto de inversión para la publicidad de los productos o servicio.</li> <li>• Determinar la cantidad monetaria que ha invertido la empresa en publicidad, para captar clientes.</li> <li>• Verificar los resultados obtenidos en la publicidad y analizar si es necesario aumentar o disminuir los costos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente de ventas y Marketing</li> <li>• Asistente financiero</li> </ul>
<b>Comercialización de clientes potenciales calificados (MQL)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recopilar información acerca del cliente potencial</li> <li>• Brindar asesoría, para despejar dudas.</li> <li>• Informar sobre las ventajas de los productos o servicios.</li> <li>• Dar seguimiento a sus necesidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jefe de canales de Ventas</li> <li>• Vendedores</li> </ul>
<b>Retención de clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar campañas de marketing para la fidelización de clientes.</li> <li>• Verificar la eficacia y resultado de las campañas</li> <li>• Brindar un servicio de calidad</li> <li>• Personalizar atención, enviar oferta y promociones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente de ventas y Marketing</li> <li>• Jefe de canales de Ventas</li> </ul>
<b>Rentabilidad Neta de Ventas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar el monto de venta mensual</li> <li>• Llevar un control detallado del flujo de ventas</li> <li>• Medir y constatar el cumplimiento de los objetivos de venta</li> <li>• Incentivar a los vendedores, para mejores resultados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente de ventas y Marketing</li> <li>• Jefe de canales de Ventas</li> </ul>
<b>Recuperación Cuentas por Cobrar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar las cuentas vencidas</li> <li>• Contactarse con los clientes para establecer un convenio de pago</li> <li>• Dar seguimiento continuo al proceso, hasta el cobro total de los montos vencidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistente financiero</li> </ul>
<b>Eficiencia de atención de reclamos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Receptar quejas y reclamos de los clientes</li> <li>• Brindar solución rápida a los problemas</li> <li>• Analizar sugerencias o posibles soluciones por parte del cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente de ventas y Marketing</li> <li>• Jefe de canales de Ventas</li> </ul>
<b>Satisfacción final del consumidor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar encuestas de satisfacción al cliente.</li> <li>• Analizar la tasa de abandono de clientes.</li> <li>• Brindar facilidades de compras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente de ventas y Marketing</li> <li>• Jefe de canales de Ventas</li> </ul>
<b>Indicador ROE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer estrategias comerciales claras.</li> <li>• Medir la eficacia de las estrategias comerciales.</li> <li>• Controlar el proceso y cumplimiento de las estrategias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente de ventas y Marketing</li> <li>• Jefe de canales de Ventas</li> </ul>
<b>Recuperación de cartera de clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar una lista de tasa de abandono de clientes</li> <li>• Realizar llamadas personalizadas, para identificar la causa de abandono</li> <li>• Ofrecer nuevos beneficios.</li> <li>• Garantizar los productos y servicios para sus necesidades</li> <li>• Brindar facilidades de pago en sus compras</li> <li>• Información constante de los productos o servicios, ventajas y facilidades.</li> <li>• Brindar asesorías personalizadas para su personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente de ventas y Marketing</li> <li>• Jefe de canales de Ventas</li> <li>• Asistente financiero</li> </ul>



### 4.3 Mecanismo de control

Tabla 27  
Mecanismos de control

ESTRATEGIA DE MEJORA	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INDICADOR COMERCIAL
Desarrollar estrategias que permita la recuperación de la cartera de clientes y lograr su fidelización con la empresa.	Atención personalizada al cliente	Realizar llamadas personalizadas, para identificar la causa de abandono Ofrecer nuevos beneficios. Garantizar los productos y servicios para sus necesidades Brindar asesorías personalizadas para su personal.	Inicio de actividades 04/11/2022  Culminación de actividades 23/12/2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente de ventas y Marketing</li> <li>Jefe de canales de Ventas</li> </ul>	Indicador de Recuperación de cartera de clientes.
Incrementar el número de nuevos clientes en la empresa Trescloud	Campaña de publicidad	Recopilar información acerca del cliente potencial Brindar asesoría, para despejar dudas. Informar sobre las ventajas de los productos o servicios. Dar seguimiento a sus necesidades	Inicio de actividades 20/11/2022 Culminación de actividades Periodo indefinido	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jefe de canales de Ventas</li> <li>Vendedores</li> </ul>	Indicador de Comercialización de clientes potenciales calificados (MQL)
Elaborar y mantener estrategias comerciales adecuadas para el cumplimiento de metas	Realizar estrategias que generen resultados positivos para el área	Establecer estrategias comerciales claras. Medir la eficacia de las estrategias comerciales. Controlar el proceso y cumplimiento de las estrategias	Inicio de actividades 10/11/2022 Culminación de actividades 20/12/2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente de ventas y Marketing</li> <li>Jefe de canales de Ventas</li> </ul>	Indicador ROE
Verificar y mejorar la satisfacción del servicio brindada a los clientes.	Elaborar encuestas de satisfacción y sugerencias	Realizar encuestas de satisfacción al cliente. Analizar la tasa de abandono de clientes. Brindar facilidades de compras.	Inicio de actividades 15/11/2022 Culminación de actividades Periodo indefinido	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente de ventas y Marketing</li> <li>Jefe de canales de Ventas</li> </ul>	Indicador de satisfacción final del consumidor
Aumentar el margen de venta de la empresa y cumplir los objetivos.	Establecer promociones constantes y llamativas para el cliente.	Incrementar el monto de venta mensual Llevar un control detallado del flujo de ventas Medir y constatar el cumplimiento de los objetivos de venta Incentivar a los vendedores, para mejores resultados	Inicio de actividades 12/11/2022 Culminación de actividades 23/12/2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerente de ventas y Marketing</li> <li>Jefe de canales de Ventas</li> </ul>	Rentabilidad Neta de Ventas

Elaborado por la autora

#### 4.4 Costo y beneficio de la propuesta

Mediante el presente trabajo de investigación se ha terminada la elaboración de una propuesta de mejora para el área comercial de la empresa Trescloud, la misma que se enfoca en resolver los problemas que presenta actualmente con la disminución de clientes y por ende también la reducción de venta, por ello en el presente estudio se establece la implementación de estrategias que eliminen y mejores la problemática actual del área, esto mediante el uso de los indicadores comerciales que permitirá medir el rendimiento de las actividades y control el correcto funcionamiento del área comercial.

Para lo cual se establece un presupuesto de inversión que permitirá llevar a cabo las estrategias del plan de mejora para el área de comercialización de la empresa Trescloud de la ciudad de Quito.

Tabla 28  
*Costo económico de la propuesta*

<b>COSTO ECONÓMICO DE LA PROPUESTA DE MEJORA</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>COSTO</b>
Atención personalizada	\$1.000
Campañas de publicidad	\$2.000
Encuestas de satisfacción	\$1.200
Promociones	\$1.800
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$5.000</b>

Elaborado por la autora

Dentro de la propuesta de mejora establecida para mejorar la situación problemática de la empresa Trescloud, la empresa debe considerar cuatro estrategias principales dentro de sus procesos de comercialización, es decir, fundamentalmente la empresa debe realizar una atención personalizada de sus vendedores hacia sus clientes para generar fidelización y hacia los nuevos potenciales clientes, esta estrategia tiene un valor de \$1000,00 y esta desglosada en campañas y

capacitaciones sobre un trato correcto hacia los clientes de la empresa, en donde el área de Talento Humano gestionen trimestralmente cursos sobre la satisfacción y cierre de ventas a sus colaboradores, para que puedan tener conocimiento en cierres efectivos en sus venas.

Otra estrategia de mejora planteada es la realización de campañas de publicidad para poder incrementar la imagen y nombre de la empresa dentro del mercado ecuatoriano, esto debido a que el mercado ecuatoriano es un mercado muy competitivo para los servicios de software que ofrece la empresa objeto de esta investigación, esta estrategia tiene un valor de \$2000.00 en donde se realizarán campañas digitales de manera semestral, ese valor antes descrito es un valor semestral para que la empresa pueda gestionar una adecuada publicidad digital de su marca dentro del mercado ecuatoriano.

Otra estrategia de mejora que no se realiza actualmente en la empresa y se lo está proponiendo dentro de esta propuesta es la inclusión de encuestas de satisfacción hacia nuestros clientes, para que ellos puedan mediar la calidad de nuestro servicio comercial, estas mencionadas encuestas tienen una periodicidad de una cada semestre para poder identificar las nuevas necesidades de los clientes al igual que sus preferencias del mercado.

La última estrategia de mejora propuesta para el presente trabajo de investigación, trata sobre las promociones que la empresa Trescloud debe realizar para poder mejorar su posicionamiento dentro del mercado, en donde con una inversión de \$1800.00 dólares de promociones dentro de los paquetes y membresías de manera semestral para ofrecer por sorteos públicos a sus clientes y sean más atractivos los paquetes informáticos ofrecidos.

## CAPITULO V SUGERENCIAS

Se realiza como sugerencia principal a la empresa Trescloud de la ciudad de Quito, la implementación de la presente propuesta de mejora para el área comercial, misma que le permitirá realizar cambios importantes en su estrategia comercial y por ende obtener mejores resultados, tanto en el margen de ventas, el cual se incrementara de manera considerable, y en la debida capacitación a los colaboradores del área, esto con el fin de fortalecer sus conocimientos y poder brindar asesorías a los clientes con mejores resultados.

Luego del estudio realizado, se sugiere al área comercial de la empresa Trescloud, hacer uso de los indicadores comerciales en su gestión, ya que estos servirán como herramientas que les permitirá medir el rendimiento de cada actividad realizada, siendo esta la manera para identificar y validar si sus procesos comerciales están siendo los correctos para lograr las metas propuesta por parte de la gerencia comercial.

Al implementar el uso de indicadores comerciales en la gestión comercial, se puede lograr un control de las actividades realizadas, así como también se podrá lograr la recuperación de la cartera de clientes en la empresa, con lo cual el margen de ventas del área se incrementará, lo que evitará pérdidas económicas para la empresa, y ayudará a mejorar la imagen de la misma antes sus clientes y competidores.

Otra de la sugerencia para el área comercial es, el uso del indicador comercial de satisfacción final del consumidor, esto debido a que mediante este indicar se logra medir el nivel de satisfacción de los clientes y saber a ciencia cierta cuál es la opinión del cliente con respecto al servicio que recibió por parte de la empresa, tales como, la atención de los asesores, el manejo de conocimiento de los mismo, resolución de

dudas o problemas, entre otros, lo cual permite constatar que la gestión comercial cumpla con las necesidades y satisfacción de los clientes.

El uso del indicador Costo Lead (CPL) es otra de las sugerencias para la empresa en el área comercial, ya que este indicador le permitirá, medir y definir el presupuesto de inversión para la publicidad de los productos o servicios que ofrece la empresa es decir que podrá medir y verificar los resultados que se obtiene con la implementación de campañas publicitarias.

Se sugiere al área comercial de la empresa Trescloud, brindar asesorías óptimas y oportunas a los clientes, las asesorías adecuadas a los clientes, logran generar confianza hacia la empresa, pues un cliente satisfecho con la información y el servicio recibido por parte de la empresa, no dudara en seguir manteniendo relación con la empresa que le genera confianza y asesoría en todas sus dudas y requerimientos.

## CONCLUSIONES

Dentro del presente apartado se dará la finalización de los objetivos generales y específicos de la presente investigación desarrollados en el capítulo de resultados, en donde se muestra las conclusiones, a continuación se presentan las conclusiones para los objetivos de la presente investigación.

- La primera conclusión de la presente investigación trata sobre su objetivo principal en donde se concluye manifestando que mediante la formulación de la propuesta de mejora para el área comercial de la empresa Trescloud se ha demostrado que mediante la elaboración de una propuesta de mejora para el área comercial de la empresa Trescloud, la misma que se enfoca en resolver los problemas que presenta actualmente con la disminución de clientes y por ende también la reducción de venta, por ello en el presente estudio se establece la implementación de estrategias que eliminen y mejores la problemática actual del área, esto mediante el uso de los indicadores comerciales que permitirá medir el rendimiento de las actividades y control el correcto funcionamiento del área comercial.
- Mediante el diagnóstico situacional realizado en la empresa Trescloud en la ciudad de Quito, que ha sido resuelto con la finalidad de conocer su estado actual en su mercado de acción, podemos concluir que es importante la implementación de la propuesta de mejora para área comercial, ya que esta propuesta le permitirá controlar y resolver los problemas que presentan actualmente con la disminución de cartera de clientes y el bajo rendimiento en el cumplimiento de los objetivos de ventas, que son los principales problemas que se presentan en el área, a través del análisis realizado la empresa cuenta con la ventaja de años de experiencia en comercialización de Odoo, lo cual

incrementara el interés de los clientes.

- El diseño de la mejora para el área comercial de la empresa Trescloud está basado en, la implementación de estrategias que le permitan corregir los problemas que se suscitan en el área comercial actualmente, para lo cual se hace uso de los indicadores comerciales, cuya finalidad es, permitir a los colaboradores del área comercial, desarrollar las actividades de manera correcta y eficaz, con lo cual, se espera resultados positivos que permitan lograr el cumplimiento de los objetivos y metas planteadas en el área, y recuperar la confianza de los clientes, creando una buena imagen de la empresa.
- En modo de conclusión podemos indicar que el presente trabajo de investigación, determina los métodos de control para la propuesta de mejora del área comercial, los cuales están enfocados en el cumplimiento de los objetivos de la propuesta y serán controlados mediante el uso de indicadores comerciales, que le permitirán medir y verificar la eficacia y desempeño de las actividades del área comercial, haciendo énfasis en, el margen de ventas de la empresa y la adecuada gestión en el área.
- Como conclusión final el costo y beneficio de la propuesta, no representa una fuente de inversión para la empresa, ya que el costo de la misma tiene valores bajos y accesibles para el presupuesto de la empresa el beneficio que se obtendrá, ayudará a la empresa Trescloud a incrementar sus ventas, fidelizar a sus clientes, brindar un mejor servicio al cliente y aportará a mejorar la imagen de la empresa ante sus clientes y competidores.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aristizabal, L., Rojas, D., Rengifo, I., Núñez, J., & Osorio, S. (2017). Propuesta de plan de mejora en la empresa CMT Colombia SAS. Bogotá D.C.: Fundación Universitaria Ciencias de la Salud.
- Bastidas, V. (2018). La estructura organizacional y su relación con la calidad de servicio en centros de educación inicial. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Business School EAE. (11 de mayo de 2021). Qué son indicadores comerciales y cuáles son los ejemplos más importantes. Retrieved Agosto de 2021, from Business School EAE: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/que-son-indicadores-comerciales-y-cuales-son-los-ejemplos-mas-importantes/>
- Feijoo, I., Guerrero, J., & García, J. (2018). Marketing aplicado en el sector empresarial. Machala: Ediciones UTMACH.
- Figuroa, M., Toala, S., & Quiñonez, M. (2020). El Marketing Mix y su incidencia en el posicionamiento comercial de las Pymes. Polo de conocimiento, 5(12), 309-324.
- Fraga, M. (20 de abril de 2021). Las variables del marketing mix que debes conocer . InboundCycle: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-variables-del-marketing-mix-que-debes-conocer>
- García, F., Hernández, C., & Rodríguez, J. (2018). Importancia de las variables en el proceso de investigación. Humanidades, tecnología y ciencia(19), 1-8.



González, B., & Ruales, M. (2020). Evaluación y propuesta de mejora del sistema de control interno, de la empresa de información y servicios profesionales Trescloud Cía. Ltda. Cuenca: Universidad de Cuenca.

Google Maps. (13 de septiembre de 2021). Ubicación Trescloud - Odoos Ecuador - Sistemas Empresariales.  
<https://www.google.com.ec/maps/place/TRESCLOUD+-+Odoos+Ecuador+-+Sistemas+Empresariales/@-0.2037294,-78.486005,355m/data=!3m1!1e3!4m9!1m2!2m1!1sFrancisco+Salazar+E10-59+y+Jos%C3%A9+TamayoEdificio+Virtu.+Piso+4!3m5!1s0x91d59a83efc4f823:0x1f3bf86cd18fa9b!8m2>

Hernández, M. (2017). Sistemas de control de gestión y de medición del desempeño: conceptos básicos como marco para la investigación. *Ciencia y Sociedad*, 42(1), 111-124.

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2018). El mercado y la comercialización. Manual 5. San José: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

Londoño, J. (2017). Área comercial y competitividad de la empresa Sevenminds. Medellín: Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria.

Martínez, A. (2015). Buenas prácticas de retención de clientes y su aplicación en pequeños empresarios del barrio Colina Campestre de la ciudad de Bogotá. Bogotá, D.C.: Universidad Santo Tomás.

Pedro, F., Abad, F., Arboix, E., Chaves, M., Gimeno, S., Gómez, J., . . . Vilardell, I. (2005). Marco general para el establecimiento, el seguimiento y la revisión de

- los planes de mejora. Barcelona: Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya.
- Ponce, M. (2017). Diseño de un departamento comercial en la empresa Ecuánobel S.A. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Proaño, D., Gisbert, V., & Pérez, E. (2017). Metodología para elaborar un plan de mejora continua. 3C Empresa: investigación y pensamiento crítico, 50-56.
- Restrepo, M., & Restrepo, N. (2017). Importancia de los indicadores de gestión comercial para las empresas del sector inmobiliario. Medellín : Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria.
- Torres, C. (2018). Organización de procesos de venta. COMT0112. Antequera: IC Editorial.
- Torres, V. (2014). Administración de ventas. México D.F.: Grupo Editora Patria.
- Trescloud. (2019). Tutorial: Configuración para emitir facturas electrónicas en 10 minutos con facturadeuna.com | Odoo. Quito, Plchinchá, Ecuador.  
<https://doi.org/https://www.youtube.com/watch?v=hNIKgjaaRkA&t=483s>
- Trescloud Cía. Ltda. (13 de septiembre de 2021). Corporación Machangarasoft .  
<https://sistema.trescloud.com/page/alianzas>
- Trescloud Cía. Ltda. (13 de septiembre de 2021). ¿Qué es Odoo ERP? .  
<https://www.trescloud.com/conoce-sobre-odoo>
- Universidad Miguel Hernández. (2017). Planes de Mejora. Procedimiento para el diseño y seguimiento de los planes de mejora. Alicante: Universidad Miguel Hernández.

UTEL. (16 de enero de 2014). Definamos el concepto de trabajo comercial. Utel Blog:

<https://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/definamos-el-concepto-trabajo-comercial/>

## ANEXOS DE LA INVESTIGACIÓN

- **Formato del cuestionario**

**Encuesta de la empresa Trescloud de la ciudad de Quito.**

**Fecha de aplicación de la encuesta:** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Lea detenidamente, analice y responda las siguientes preguntas de la encuesta con la mayor sinceridad del caso, marque con una **X** su respuesta.

- 1 ¿Puede mencionar si la empresa Trescloud, le brinda asesorías personalizadas con la información de sus productos?

SI	NO

- 2 ¿En su experiencia como cliente, puede indicar si los asesores comerciales están capacitados y solventas todas sus dudas acerca de los servicios tecnológicos que brinda la empresa?

SI	NO

- 3 ¿Conoce usted sobre todos los servicios que ofrece la empresa Trescloud?

SI	NO

- 4 ¿Recibe usted información de los productos o promociones por parte de la empresa?

SI	NO

- 5 ¿Con que frecuencia utiliza los servicios de la empresa Trescloud?

SIEMPRE	A VECES	RARA VEZ

- 6 ¿Ha recibido respuesta rápida por parte del asesor cuando presenta problemas o dificultades con los productos o servicios de la empresa?

SIEMPRE	A VECES	NUNCA

- 7 ¿Puede mencionar si la atención por parte de los asesores comerciales es cordial?

SIEMPRE	A VECES	NUNCA

- 8 ¿Le han realizado encuestas de satisfacción por parte de la empresa Trescloud?

SI	NO

- 9 ¿Le gustaría recibir más información acerca de los beneficios de los productos y servicios de la empresa Trescloud?

SI	NO

- 10 ¿Conoce o ha escuchado acerca de campañas de publicidad de la empresa Trescloud?

SI	NO

- **Formato de la guía de entrevista**

**Entrevista a los colaboradores del área comercial de la empresa Trescloud de la ciudad de Quito.**

**Fecha de aplicación de la encuesta:** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Lea detenidamente, analice y responda las siguientes preguntas de la entrevista con la mayor sinceridad del caso, marque con una **X** su respuesta.

- 1** ¿Puede mencionar si los objetivos de ventas se cumplen según lo estipulado?

SI	NO

- 2** ¿Realizan medición de desempeño de la actividad del área comercial?

SI	NO

- 3** ¿Sabe usted que son y para qué sirven los indicadores comerciales?

SI	NO

- 4** ¿Sabe cuáles son las estrategias comerciales de la empresa?

SI	NO

- 5 ¿Considera que es necesario implementar una propuesta de mejora para el área?

SI	NO

- 6 ¿La empresa hace uso de indicadores comerciales que le permitan medir el desempeño de las actividades comerciales?

SI	NO

- 7 ¿Las estrategias comerciales que actualmente tiene la empresa, brindan los resultados esperados?

SI	NO

- 8 ¿cree usted que el personal de ventas, está calificado y debidamente capacitado para sus actividades?

SI	NO



9 ¿Considera importante capacitar a los colaboradores del área comercial?

SI	NO

10 ¿Conoce los beneficios del uso de indicadores comerciales en la gestión del área?

SI	NO

- **Fotografías de la empresa Trescloud**

Figura29.  
*Página web de la empresa Trescloud*



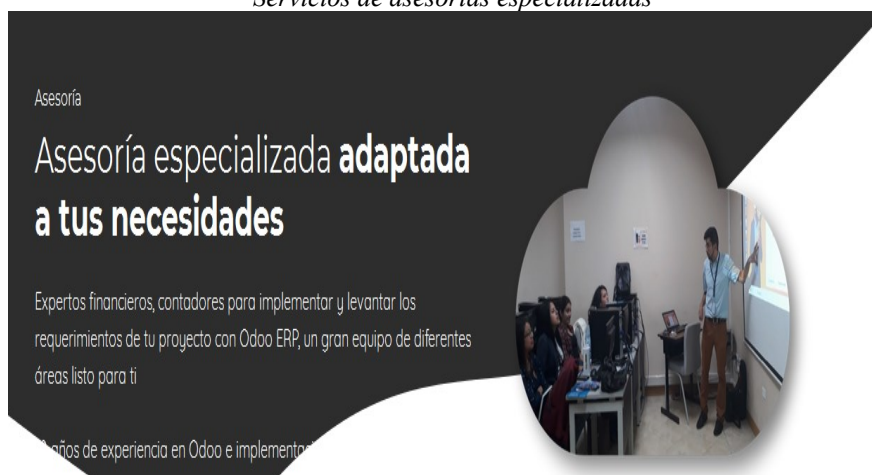
Elaborado por la autora

Figura30.  
*Capacitación al personal del área comercial*



Elaborado por la autora

Figura31.  
*Servicios de asesorías especializadas*



Elaborado por la autora

Figura32.  
*Servicios de asesorías Odoo*



Elaborado por la autora

Figura33.  
*Servicios de asesorías en línea*



Elaborado por la autora