



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

**FACTORES QUE DETERMINAN LA EFICIENCIA EN EL PROCESO DE VENTA EN  
LA EMPRESA TECNO CAR JC SAS EN LA CIUDAD DE SINCELEJO**

**INTEGRANTES**

**DIANETH PERALTA TRUJILLO**

**LAURA FERNANDA MARTINEZ GONZALES**

**Nota Aprobatoria: 3.9**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE GRADO 3 - MODELOS DE INNOVACIÓN**

**SINCELEJO**

**2022A**

**FACTORES QUE DETERMINAN LA EFICIENCIA EN EL PROCESO DE VENTA EN  
LA EMPRESA TECNO CAR JC SAS EN LA CIUDAD DE SINCELEJO**

**INTEGRANTES**

**DIANETH PERALTA TRUJILLO**

**LAURA FERNANDA MARTINEZ GONZALES**

**PRESENTADO A:**

**DIANA ESTHER ALVAREZ CONTRERAS**

**Magister en Administración y Dirección de Empresas**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE GRADO 3 - MODELOS DE INNOVACIÓN**

**SINCELEJO**

**2022A**

**Factores que determinan la eficiencia en el proceso de venta en la empresa Tecno Car JC  
SAS en la ciudad de Sincelejo**

**Factors that determine the efficiency in the sales process in the company Tecno Car  
Jc Sas in the city of Sincelejo**

Dianeth Peralta Trujillo  
Laura Fernanda Martínez Gonzales

**Resumen**

La investigación en la empresa TECNO CAR JC SAS, con la finalidad de Determinar los factores que inciden en la eficiencia del proceso de ventas de la empresa prestadora de servicios automotriz TECNO CAR JC SAS en la ciudad de Sincelejo. El enfoque utilizado en esta investigación es el enfoque mixto, ya que, se considera importante aplicar técnicas en la investigación de carácter cualitativo y cuantitativo al momento de indagar sobre la problemática. Por medio de la investigación cuantitativa se desea obtener el porcentaje real de falencias que se presentan al momento de llevar a cabo el proceso de venta, resaltando de paso la idoneidad del personal que ejerce el proceso y el porcentaje en que afectan las problemáticas; mientras que la investigación cualitativa nos permitirá descubrir las posibles problemáticas que impactan en el proceso de venta y que no permite mantener la eficiencia. La población y muestra estuvo representada por 17 colaboradores y 27 clientes estos últimos seleccionados de manera aleatoria. Como instrumento se utilizo la encuesta de la investigación de Pérez (2017). La conclusión evidencia la falta de estrategias para la captación de nuevos clientes y capacitación al personal.

**Palabras clave:** Eficiencia, competitividad, venta, estrategias, marketing, capital intelectual.

## **Abstract**

Research in the company TECNO CAR JC SAS, in order to determine the factors that affect the efficiency of the sales process of the automotive service provider company TECNO CAR JC SAS in the city of Sincelejo. The approach used in this research is the mixed approach, since it is considered important to apply qualitative and quantitative research techniques when investigating the problem. Through quantitative research, it is desired to obtain the real percentage of shortcomings that occur at the time of carrying out the sales process, highlighting in passing the suitability of the personnel that exercises the process and the percentage in which they affect the problems; while qualitative research will allow us to discover the possible problems that impact the sales process and that do not allow efficiency to be maintained. The population and sample was represented by 17 collaborators and 27 clients, the latter selected randomly. The Pérez research survey (2017) was used as an instrument. The conclusion shows the lack of strategies to attract new clients and staff training.

*Keywords:* Efficiency, competitiveness, sales, strategies, marketing, intellectual capital.

## Introducción

La investigación Factores Que Determinan La Eficiencia En El Proceso De Venta En La Empresa Tecno CAR JC SAS En La Ciudad De Sincelejo, es fundamental hoy día, ya que el mercado es muy dinámico, producto de las diversas necesidades que surgen día a día en los demandantes, los cuales obligan a que las organizaciones reestructuren sus estrategias de publicidad o marketing, mejora en los procesos de producción, logística, talento humano, comercial, entre otras. Esto con la finalidad de poder adaptar sus productos y servicios a las exigencias del mercado para generar rentabilidad, reconocimiento y posicionamiento, resaltando el valor diferencial frente al resto de empresas que se encuentran dentro de la competencia.

En Colombia, las empresas se encuentran en una alerta de baja productividad, cada día las oportunidades económicas son muy limitadas, deduciendo que es un mínimo porcentaje de empresas las que pueden considerarse eficientes tal como lo engloba cualquier teoría o concepto. Según Fedesarrollo, la baja productividad y eficiencia en las organizaciones Colombianas obedece a un sin número de factores dentro de los cuales encontramos: la falta de control en los procesos de la producción, baja calidad, poco aprovechamiento del tiempo de producción, mala utilización de los equipos, falta de planificación en sus procesos, personal no adecuado, carencia de economías de escala, falta de control hacia los proveedores, todo esto basado en el PTP (Programa de transformación productiva) a través de un análisis realizado a muchas empresas. (Dinero, 2018), conllevando esto a bajos niveles de competitividad en el mercado, bajos ingresos y bajo crecimiento.

Esta investigación identificará cuáles son las estrategias más óptimas que permitan a la empresa realizar un proceso de venta eficiente, estas enfocadas a la publicidad, marketing, gestión del talento humano, tecnologías y comunicaciones que permita el buen desempeño de esta. Por consiguiente, se procederá a determinar factores que permitan un aumento de nivel de eficiencia por medio de un diagnóstico que permita identificar falencias que afectan la eficiencia en el proceso de venta, procediendo a determinar variables y al establecimiento de un plan de mejora.

El proceso metodológico recurrirá a la investigación mixta, donde los resultados se obtendrán a través de una encuesta, la cual se le aplicara a empleados de TECNO CAR JC SAS y a sus clientes más frecuentes, con la finalidad de comprobar de que esta carencia de eficiencia es producto de que los trabajadores al momento de involucrarse en la prestación del servicio y en el proceso de venta no tienen en cuenta las normas establecidas para el óptimo proceso, dentro de las cuales podemos resaltar la buena atención al cliente, la persuasión del cliente, poca utilización de estrategias de marketing y venta, entre otros factores relevantes.

## **1. Planteamiento del Problema**

### **1.1 Descripción del Problema**

Actualmente en el departamento de Sucre existen alrededor de 7.754 empresas, resaltando con su mayor valor la capital del departamento, Sincelejo con 4.891 empresas en donde el 7,5% corresponde a empresas de industria manufacturera. (Cámara de comercio de Sincelejo, 2017, p.4). Dichas empresas, actualmente no pueden ser consideradas competidores por las empresas de otros departamentos, ya que día a día la lucha es ardua para poder subsistir en el mercado, optando por un rendimiento retrogrado, donde la rentabilidad para el sustento es el foco principal.

La empresa TECNO CAR JC SAS en la ciudad de Sincelejo, es una empresa enfocada en la prestación de servicios automotriz como: Mecánica, latonería, pintura, electricidad aire acondicionado, mecatrónica, scanner y comercialización de repuestos. TECNO CAR JC SAS puede considerarse una organización que logra aportar al movimiento económico del sector servicio de la ciudad de Sincelejo, conduciendo a la mejora de la calidad de vida de un pequeño número de personas, pero a pesar de todo, sus niveles no son considerados buenos, ya que son muchas inconsistencias en la prestación de servicios, denotando como falencia en cierta medida a los empleados ya que muchos no contribuyen a la mejora o buen desarrollo del proceso dentro de los cuales podemos resaltar la buena atención al cliente, el buen aprovechamiento del tiempo, velocidad del servicio e inoportuno manejo de la información.

### **1.2 Pregunta problema**

Teniendo en cuenta que la empresa TECNO CAR JC SAS presenta inconsistencias en el proceso de ventas debido a falencias en sus empleados, que impide que TECNO CAR JC no logre alcanzar niveles de competitividad en el mercado ¿Qué estrategias se deben implementar para mejorar el índice de eficiencia del proceso de ventas que permita un mayor volumen en la demanda de los servicios y la satisfacción de los clientes?

## **2. Justificación**

La eficiencia en la prestación de un servicio es un aspecto clave para cualquier empresa, en el siglo XXI la eficiencia permite mantenernos en la vanguardia. Cualquier organización que opte siempre por lograr la eficiencia hará un óptimo uso de los recursos y planteará estrategias acertadas que permitan alcanzar lo que se ha trazado en el transcurrir de su ejercicio económico, eficiencia es cumplir con los objetivos, dando un uso racional, óptimo y adecuado de los recursos que se disponen (Rojas, Jaime y Valencia, 2017). Por lo que la eficiencia es el promotor de la competitividad, de la rentabilidad y del posicionamiento de cualquier empresa en cualquier mercado.

Se decide llevar a cabo este estudio e investigación acerca de los factores que se deben tener en cuenta para mejorar la eficiencia en el proceso de venta, ya que teniendo en cuenta la economía del departamento y la poca organización o estructuración adecuada con la que cuentan las empresas en la ciudad de Sincelejo, se puede establecer y/o evidenciar que no cuentan con un conocimiento mínimo sobre el rendimiento, es decir, de cómo aumentar o mejorar dicha organización. Lo cual permite evidenciar una alta posibilidad para el crecimiento y desarrollo.

Por tanto, los resultados de esta investigación permitirán brindarle a la empresa TECNO CAR JC SAS estrategias que pueden implementar para la mejora de los niveles de eficiencia desde el proceso de venta y no solo a dicha empresa, también puede servir como modelo a imitar por otras organizaciones.



### **3. Objetivos**

#### **3.1 Objetivo General**

Determinar los factores que inciden en la eficiencia del proceso de ventas de la empresa prestadora de servicios automotriz TECNO CAR JC SAS en la ciudad de Sincelejo.

#### **3.2 Objetivo específicos**

1. Diagnosticar el proceso de ventas de la empresa TECNO CAR JC SAS en los últimos dos años (2020-2021).
2. Identificar los factores que inciden en la eficiencia del proceso de venta en la empresa TECNO CAR JC SAS.
3. Establecer recomendaciones para mejorar el proceso de venta en TECNO CAR JC SAS para el logro de la eficiencia.

#### 4. Marco Teórico

El estudio sobre los factores que pueden determinar la eficiencia en una organización es un tema que ha buscado comprenderse a través de la historia desde diversos puntos de vistas. No obstante, para lograr identificar esos factores es necesario definir algunos conceptos considerados importantes en el tema de estudio, iniciando por el de producción. Producción según Méndez (2019), es considerado un complejo proceso que requiere de diferentes factores para poder llevar a cabo una serie de actividades. Es mediante la producción que obtenemos los diversos bienes y servicio, los cuales a las organizaciones les proporciona beneficios físicos y no físicos.

Sin embargo, para que una organización pueda recibir beneficios consecuentes de su producción o prestación de servicio, debe incurrir en la eficiencia, no es deseo desconocido el de muchas organizaciones al anhelar el hecho de poder contar con un personal altamente calificado en todos los procesos en los que debe incurrir el ejercicio económico de la empresa, los cuales hagan un uso óptimo de los recursos en cuanto a tiempo y cantidad para la obtención de un producto o la prestación de un servicio; pero lamentablemente no siempre las organizaciones logran contar con un personal así, tampoco con las herramientas o estrategias adecuadas, la gran mayoría de veces es porque, tanto empleados como directivos no logran relacionarse con la terminología de eficiencia, pasa totalmente desapercibida y por ende, es poca la posibilidad de tener en cuenta todo lo que ella positivamente consigo arraiga para cualquier empresa. Para Sandoval (2018), la eficiencia está relacionada con organizar, conocer la importancia de la información y el procesamiento adecuado de la misma en un orden óptimo para el logro de los objetivos (parr.3).

Para García (2017), la eficiencia es el vínculo armonioso que logra darse en la cantidad de recursos empleados y los óptimos resultados obtenidos. (parr.1). Es decir, que somos eficientes si logramos las metas con la más mínima cantidad de recursos o con la misma cantidad destinada para lograr el objetivo. Y, es aquí, donde se puede establecer que la eficiencia es de vital importancia para una organización, es con ella que se consigue el máximo rendimiento para lograr satisfacer las demandas que se presentan en el mercado y los mejores beneficios, lo cual es el eje principal y primordial para toda empresa, tal como lo cita Manene (2013), el objetivo de cualquier

empresa es el fin de lucro, seguidamente de proveer a los consumidor de un bien que este necesita, dice necesitar, o le hicieron creer que necesita (parr.43).

Para Máxima (2019) la eficiencia permite medir la capacidad productiva de una empresa, tomando en cuenta elementos como tiempo, esfuerzos, capital humano y calidad. (parr.7). Es decir, que la eficiencia no hace referencia a que solamente se debe ser óptimo con los factores básicos como lo son: Tierra, trabajo, capital y energía; si no, también con los factores ya mencionados. Esto a las organizaciones le permitirán obtener mayores ganancias, ser más apetecidas en el mercado, aumentar el volumen de producción, menores costos, entre otros beneficios. Por tanto, para lograr ser eficientes y obtener ventajas se requiere de un personal idóneo, que pueda cumplir con pautas que permitan llegar a la eficiencia.

Gómez (2015) afirmo que la eficiencia es la capacidad de comprometer a los empleados con el propósito de la organización, mediante procesos de formación y desarrollo que la hacen más atractiva e innovadora. Por tal razón, se requiere que se ponga total atención en el personal, las herramientas y estrategias que conforma la organización, donde cada vez que se requiera deberá ser inspeccionado por sus superiores para verificar que no presente ningún tipo de falencia y en el caso de presentarla, ser capacitado o cubrir las necesidades que estos presenten.

La capacitación como la herramienta que incrementa el desempeño de los empleados y potencia la productividad; añadiendo que es de vital importancia porque contribuye al desarrollo de los colaboradores tanto a nivel personal como profesional (Díaz, 2016). Por tal razón es necesario que los directivos de las organizaciones se enfoquen en una búsqueda permanente de métodos o estrategias que refuercen o mejoren las habilidades, destrezas o actitudes, así como el conocimiento de los empleados para que puedan ser eficientes en el proceso al cual han sido asignados dentro de la organización.

También se cree que es necesario que la organización cuente con las herramientas adecuadas, la tecnología necesaria, un lugar que cumpla con dignas condiciones; Así como un buen clima organizacional para no incurrir negativamente en el desarrollo de las labores de los trabajadores y se puedan ejercer óptimamente los servicios, tal como lo cita:

Rojas (2017), donde afirma que las relaciones son importantes para tener una jornada laboral que se caracterice por la motivación y productividad. Otro artículo evidencia que el clima laboral influye directamente en la productividad y satisfacción del empleado, un buen clima laboral permite aprovechar el potencial de los empleados y aumentar la eficiencia, la calidad del trabajo y se alcancen los objetivos propuestos (Dueñas, 2015).

Por tanto, para que la eficiencia en una organización pueda darse en su totalidad se requiere de muchas pautas o de que se cumplan muchos requerimientos, para Álvarez (2016) se requiere de las 5s: Organización, orden, limpieza, estandarización, Disciplina. También se recomienda para que una empresa sea eficiente lo siguiente: Proporcionar información segura y disponible, automatizar los procesos, la subcontratación de TI, reducir al mínimo el número de reuniones, promover la comunicación abierta, definir metas que sean posibles y se puedan medir, así como actualizar la tecnología (Pacheco, 2017). Para otros autores se requiere de establecer objetivos que sean alcanzables, definir los roles y las actividades que se van a desarrollar en la organización, implementar reuniones limitadas es decir solo con el personal que sea necesario en ese momento, brindar y recibir todos los comentarios posibles, la aplicación del modelo kaizen bajo un solo sistema de comunicación valorar y apreciar el trabajo realizado por los empleados, implementar la tecnología adecuada, fomentar la idea de asumir riesgos y brindar libertad junto a autonomía (Riquelme, 2018).

## **5. Metodología**

### **5.1 Enfoque metodológico**

Se debe realizar una investigación sobre los factores determinantes que incurren en la ineficiencia del proceso de venta, por tanto, el enfoque que se utilizara, es el enfoque mixto, debido a que se llega a estimar importante, la aplicación de técnicas a la investigación de carácter cualitativo y cuantitativo al momento de investigar el problema, con la finalidad de poder obtener unos resultados más completos (QuestionPro, 2022).

La utilización de los dos métodos cuantitativo y cualitativo, permitirá una eficiente investigación, debido a que, utiliza la solidez de ambas y minimiza sus debilidades, considerando que, la combinación de estos dos métodos permitirá la integración optima, con la finalidad de obtener una "fotografía" más completa del fenómeno (Sánchez, 2013). Por consiguiente, el tipo de investigación para llevar a cabo el estudio, es la investigación cualitativa y cuantitativa. Mediante la investigación cuantitativa, se buscará obtener el porcentaje real de trabajadores que no logran estar en la condición idónea para llevar a cabo el proceso de venta, permitirá verificar de igual manera el porcentaje del personal que si cuenta con la idoneidad al momento de llevar a cabo las labores asignadas, mientras que la cualitativa nos permitirá descubrir las posibles problemáticas que impactan a los trabajadores y no les permiten mantener un servicio de venta eficiente.

### **5.2 Diseño**

La presente investigación es de tipo descriptivo, en donde se detallará o especificara cuales son los factores que determinan la eficiencia en el proceso de venta, es un estudio de valores, percepciones, gustos y preferencias de clientes internos y externos del taller TECNO CAR JC SAS. El estudio descriptivo es utilizado como un tipo de metodología a aplicar para deducir un bien o circunstancia que se esté presentando; se aplica describiendo todas sus dimensiones, en este caso se busca centrarnos en datos que describan la situación tal y como es.

### 5.3 Población y muestra

La población total en la empresa es de 18 empleados y para poder determinar a qué cantidad de personas de TECNO CAR JC SAS se les aplicará las encuestas, se recurrirá a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

Donde:

N= Población (número total de trabajadores=18)

Z= Nivel de confianza (95% o 1.96)

p= Probabilidad de éxito (70%)

q= Probabilidad de fracaso (30%)

d= Error de estimación. (5%)

$$n = \frac{18 \times (1.96)^2 \times 0.7 \times 0.3}{(0.05)^2 \times (18 - 1) + (1.96)^2 \times 0.7 \times 0.3}$$

$$n = \frac{14,521248}{0,849236}$$

$$n = 17 \text{ trabajadores}$$

Por consiguiente, se opta por redondear el valor a un número exacto, en este caso (4).

Por tanto, 17 trabajadores de la empresa **TECNO CAR JC SAS** serán sometidos a realizar la encuesta. En donde se busca analizar e interpretar los datos para verificar que posiblemente el personal de la empresa no logra mantener un proceso eficiente en la atención al cliente y en el proceso de venta. Como mencionamos en el planteamiento del problema, estas encuestas, permitirán corroborar la hipótesis, es decir, permitirán verificar que la carencia de eficiencia, es producto de la falta de conocimiento de los trabajadores en relación con el proceso de venta y técnicas relacionadas a la atención al cliente, debido a que, se considera que no logran tener en

cuenta las normas establecidas, dentro de las cuales podemos resaltar: las buenas prácticas del proceso comercial, las medidas necesarias para el trato a los clientes y el indicador de tiempo entre un procedimiento y otro.

#### **5.4 Validación del instrumento**

La presente investigación utilizo como referente una herramienta de investigación de Pérez Bailón, Cecilia (2017), La cual tenía como propósito establecer una propuesta de mejora en el proceso de ventas de un producto, así mismo se elaboró el presente instrumento considerando el objetivo general de la investigación plasmada. Teniendo en cuenta que se tomó de una investigación referente se da por aprobado y avalado este instrumento.

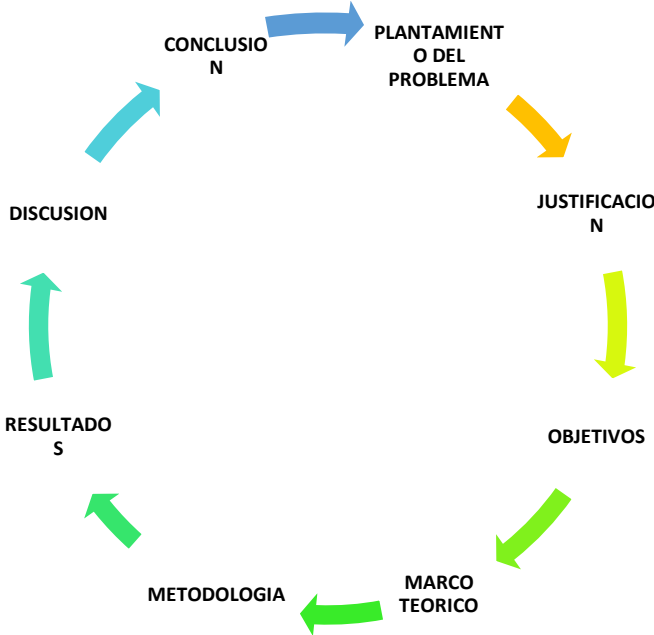
#### **5.5 Fases de la investigación**

La aplicación de las encuestas a los empleados y a los clientes será llevada a cabo durante 6 días. En el día 1 los empleados serán sometidos a la encuesta que se les ha asignado, se ha destinado un tiempo de 10 minutos por cada colaborador a encuestar. Del día 2 al día 6 las encuestas serán aplicadas a todos los clientes que lleguen a TECNO CAR JC SAS a solicitar los servicios. Luego de terminadas las encuestas se estableció el día 7 para organizar y tabular toda la información. El día 8 será el día para graficar la información y proceder al respectivo análisis que nos permita establecer una discusión acerca del tema donde se puedan plantear sugerencias que permitan la mejora de la eficiencia del proceso de venta.

Las fases de esta investigación se verán plasmada en la Figura 1.

**Figura 1**

*Fases De La Investigación*



Fuente: Elaboración propia, 2022



## 5.6 Operacionalización de variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de variables*

Variable s	Definición	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Factores de eficiencia	Sánchez (2018) define la eficiencia como un fenómeno ampliamente estudiado en el ámbito económico. Hace referencia a la necesidad de menores asignaciones de factores para la producción de un determinado nivel de bienes y servicios (parr.1)	Internas.	Tiempo de espera. PQRS. Aprendizaje del empleados Reclutamiento Conocimiento del empleado. Uso del tiempo.	Encuesta.
Proceso de venta	El proceso de ventas consiste en el conjunto de fases o etapas que atraviesa una compañía desde el trabajo de marketing, es decir, desde la prospección del cliente, hasta que se efectúa la venta del producto o servicio (Docusing, 2012, parr.5).	Internas.	Clientes adquiridos por día. Volumen de venta. Personal idóneo. PQRS. Nivel de satisfacción de los clientes.	Encuesta.

Fuente: Elaboración propia 2022.

## 6. Recolección y Tabulación de Resultados

En el presente párrafo se permite conocer el estado actual en lo referente a la eficiencia en la atención al cliente y en el proceso de venta de los empleados.

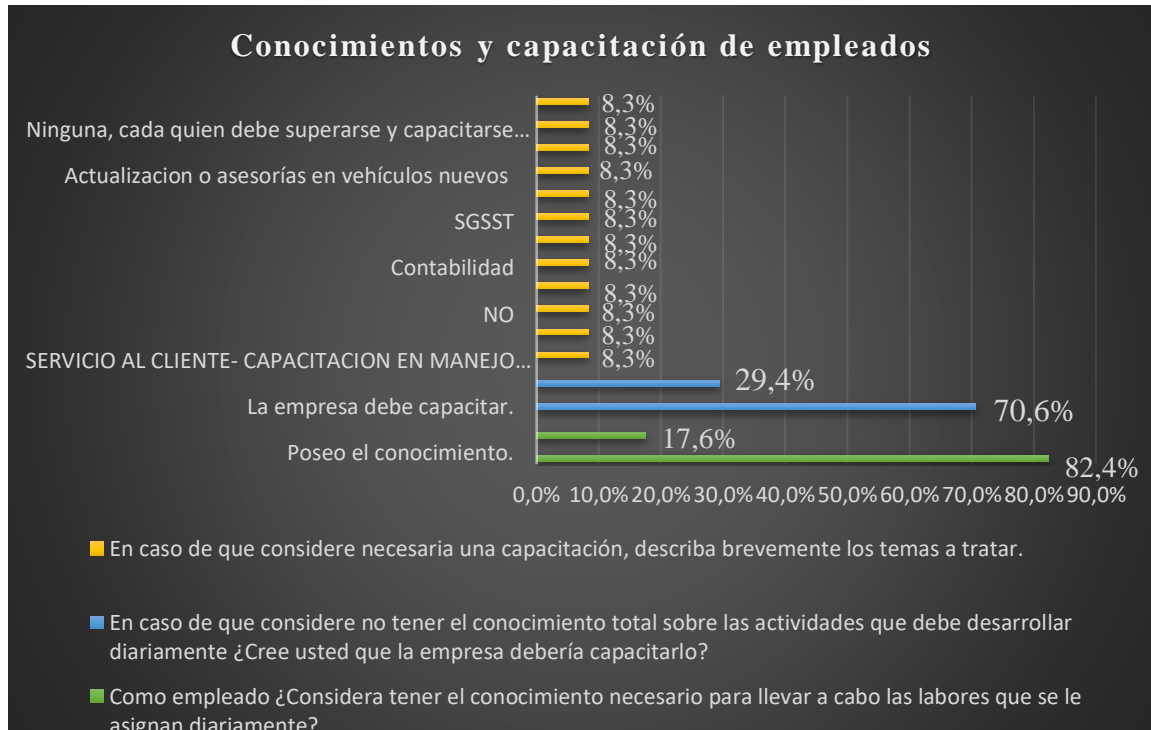
En el primer momento se hace la valoración que dieron los empleados en cuanto a sus conocimientos sobre actividades que deben desarrollar diariamente, sobre el proceso de ventas dentro de la empresa, sus capacidades de conocimientos y habilidades tecnológicas.

Las respuestas dadas por las muestras fueron tabuladas por medio de una tabla electrónica, aplicando procedimientos estadísticos que permitieron presentar los resultados en porcentajes. Se presenta los resultados de la encuesta N°1 aplicada a los empleados. **Véase anexo.**

## Resultado de la encuesta 1. Aplicada a empleados

Figura 2.

### Conocimiento y capacitación de empleados.

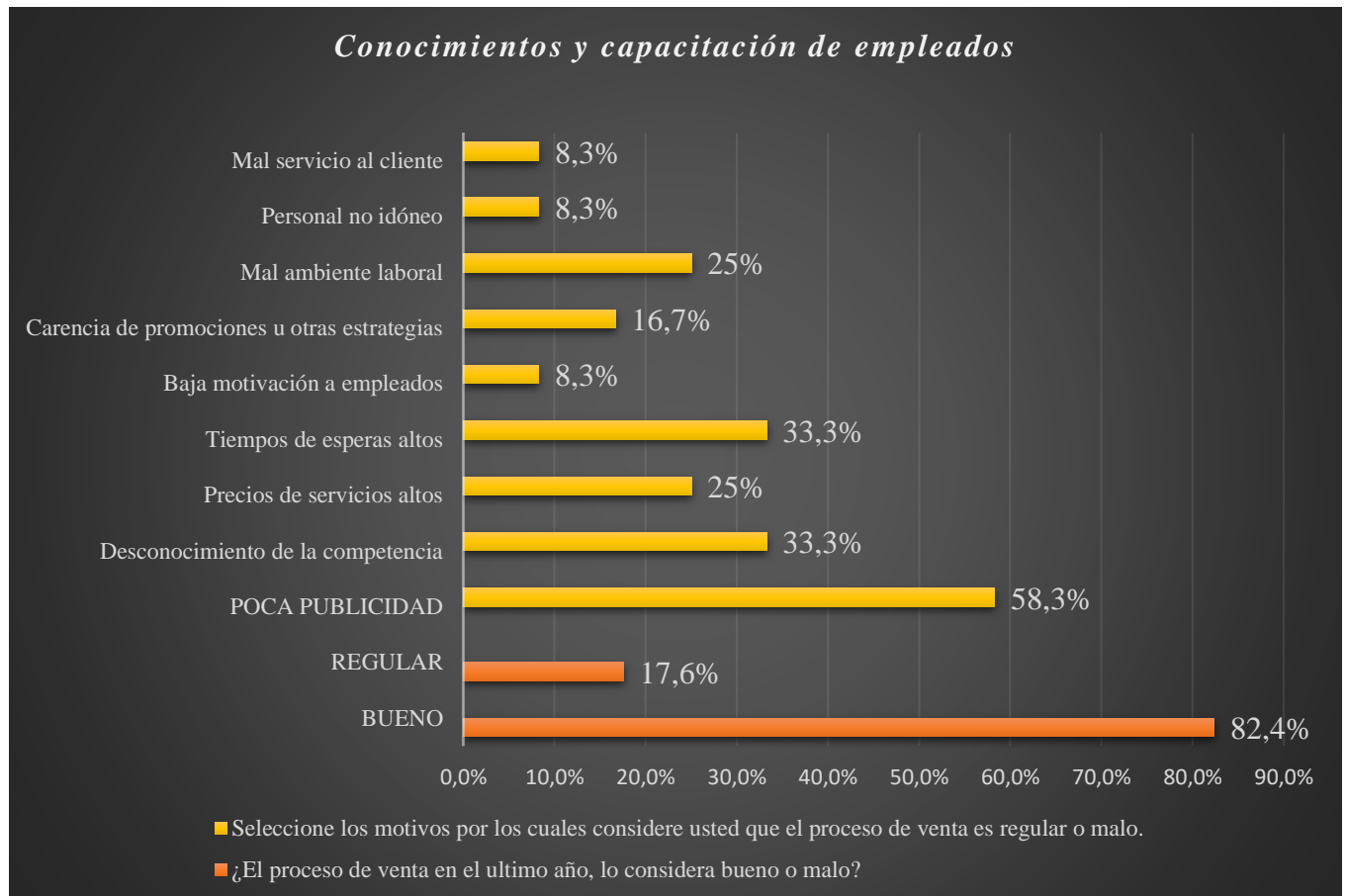


Fuente: Elaboración propia, 2022.

Esta gráfica muestra como los empleados se consideran que poseen el conocimiento necesario en sus labores diarias con un porcentaje de 82,4%, sin dejar de lado que el 70,6% considera que sería bueno que la empresa le brinde capacitación, y que en el caso que la empresa considere capacitaciones los temas a tratar serían los siguientes: servicio al cliente, capacitación en manejo de nuevas tecnologías, SGSST, actualización o asesorías en vehículos nuevos, ir día a día con nuevas tecnologías.

**Figura 3.**

**Conocimiento y capacitación de empleados.**



Fuente: Elaboración propia, 2022.

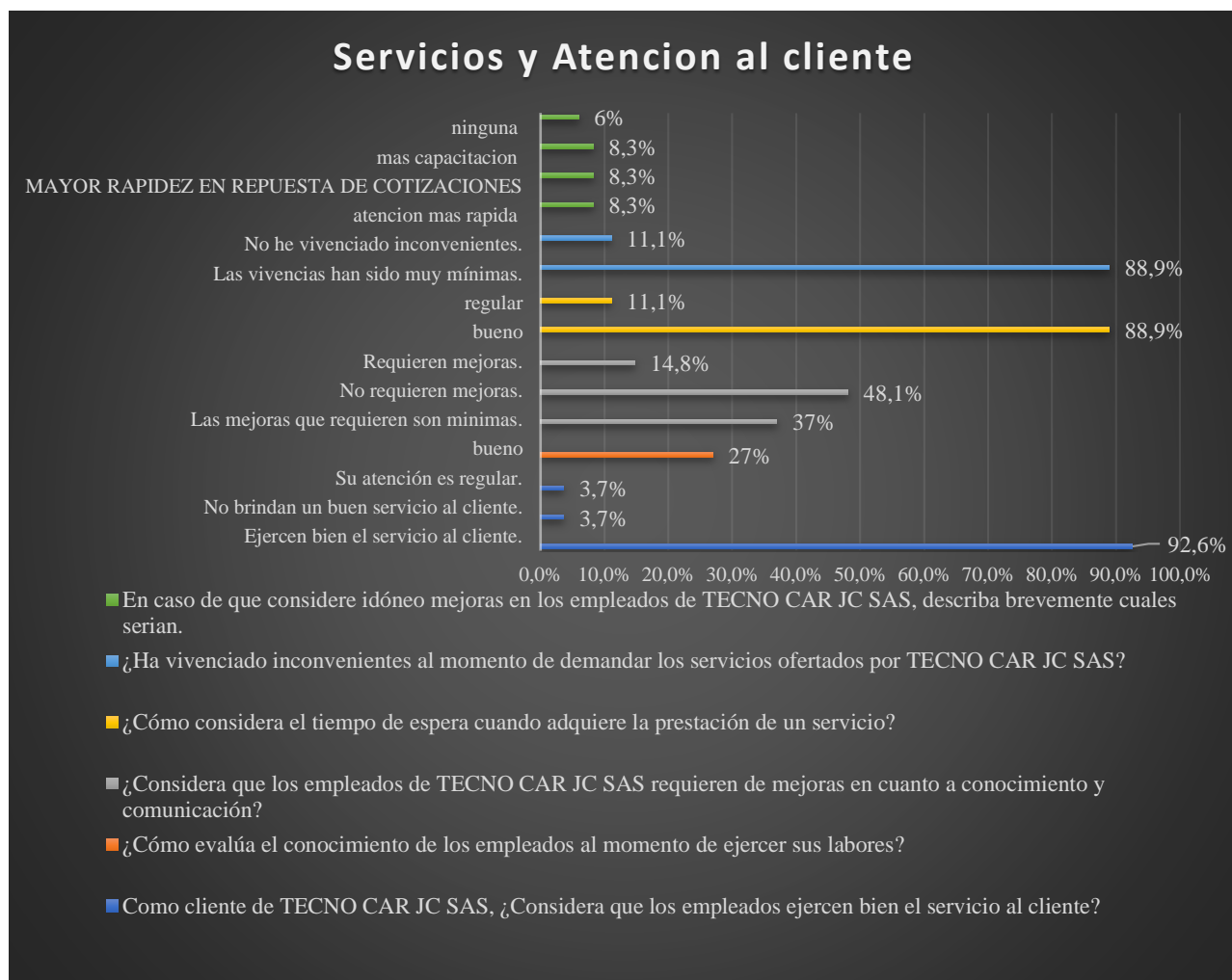
Esta gráfica muestra como los empleados consideran las ventas en los últimos años considerándose que fueron buenas mostrando un porcentaje de 82,4%, sin dejar de lado que ellos recomiendan que para mejorar el proceso de ventas y captar la atención de los clientes se debe realizar estrategias de más publicidad, conocer más sobre las competencias, y la carencia de pocas promociones por parte de la empresa.

Para la segunda parte, se aplica una encuesta a 27 clientes de la empresa, el instrumento indaga acerca de la percepción para obtener datos respecto a sus servicios, atención al cliente y mirar sus expectativas por la empresa.

Se presenta los resultados de la encuesta N° 2 aplicada a los clientes. Véase anexo.

**Figura 4.**

***Servicios y atención al cliente.***



Fuente: Elaboración propia, 2022

En esta gráfica muestra como los clientes consideran que ejercen los servicios, los empleados de TECNO CAR JC SAS, indicando un porcentaje positivo de un 92,6%, cabe mencionar que esto es una ventaja para la empresa, considerando que los empleados la mejora que requieren son mínimas con un porcentaje de 37%, por otro lado, consideran que los empleados deben tener una mayor rapidez al momento de requerirse una cotización.

**Figura 5.**

**Servicios y atención al cliente.**



Fuente: Elaboración propia, 2022.

Esta gráfica muestra como lo clientes consideran que el portafolio de TECNO CAR JC SAS es bueno indicando un porcentaje de un 96,3% con esto encontramos un descubrimiento significativo para la empresa, ya que un lanzamiento periódico de nuevos servicios y productos es la clave para el crecimiento de la empresa. Por otro lado, muestra que la empresa debe agilizar más los procedimientos de cotizaciones, y agilizar un poco más el tiempo de espera de cada cliente, con un porcentaje de 8,3%.

## **Discusión**

Esta investigación buscó identificar cuáles eran las estrategias más óptimas que permitirían a la empresa realizar un proceso de venta eficiente, estas enfocadas a la publicidad, marketing, gestión del talento humano, tecnologías y comunicaciones lo cual nos permita el buen desempeño de esta. Por consiguiente, se procederá a determinar factores que permitan un aumento de nivel de eficiencia por medio de un diagnóstico y discusión que permita identificar falencias que se obtuvieron en la eficiencia en el proceso de venta, procediendo a determinar variables encontradas en dicha investigación.

Al diagnosticar el proceso de ventas de la empresa TECNO CAR JC SAS en los últimos dos años (2020-2021), el diseño implementado implica que es imposible no distinguir el nivel competitivo entre nuestra empresa y las otras a nivel local. Por lo tanto, para los cálculos se habría una sobreestimación de la misma, además, como las estimaciones se hicieron sobre otras empresas y la nuestra, también dentro de nuestra organización como ya se mencionó, sino que también por un componente de la muestra.

Encontramos que en el segundo objetivo al identificar los factores que inciden en la eficiencia del proceso de venta en la empresa TECNO CAR JC SAS, podemos señalar que esta no se cumple. De acuerdo con los resultados obtenidos no se encontró una asociación estadísticamente significativa entre las habilidades relacionadas con la proyección de ventas. Por otro lado, si comparamos los resultados con los encontrados en estudios realizados con nuestra muestra, podemos ver que dichos resultados están dentro de los límites de otros estudios similares. El método del porcentaje que se implementa es el de ventas, es decir, un método simple para desarrollar un estado de resultados. Pronostica las ventas y expresa los diversos rubros del estado de resultados como porcentajes de las ventas proyectadas. Los porcentajes usados corresponden a los porcentajes de ventas de los rubros de los años anteriores mencionados en lo anterior.

En el tercer objetivo específico el establecer recomendaciones para mejorar el proceso de venta en TECNO CAR JC SAS para el logro de la eficiencia. Es decir que el estado de resultados es la planificación de utilidades que se basan en la eficiencia del proceso de ventas de la empresa

prestadora de servicio automotriz que él se hizo proyectar en cada año de esta manera se puede ver la posición financiera en general de la empresa u negocio. Para la empresa Tecno Car JC SAS es de gran importancia tener en cuenta lo siguiente prestar atención a los estados financieros como es el estado de resultado y el balance general proyectados o pronosticados para cada año. Es decir que la finalidad de este proyecto nos lleva a que tanto los clientes como sus trabajadores se encuentran en total disposición de ser capacitados para así mejorar y optimizar el trabajo.



## **Conclusión**

Podemos concluir que no se aplican estrategias para la captación de nuevos clientes, siendo necesario diseñar un proceso nuevo que incluya actividades para realizar posventas y así seguir brindando un adecuado servicio a los clientes, con la implementación de un nuevo proceso de ventas se permitirá mejorar la relación con los clientes y las ventas mejorarían puesto que se ha comprobado que el proyecto es viable financieramente.

Por otro lado, se ha podido detectar la buena relación con los clientes a través de los resultados obtenidos, la implementación de una herramienta para el seguimiento de los clientes y el desarrollo de nuevos productos tecnológicos permitirán mejorar estos aspectos.

El nuevo proceso deberá anticiparse a las necesidades de los clientes, y el mejoramiento de este mismo logrará captar la atención de más clientes que permitiría incrementar el monto de ventas que hayan disminuido los últimos años y por ende lograr un mejoramiento de rentabilidad.

## Anexos

La presente escala busca evaluar e interpretar los datos para verificar que posiblemente el personal de la empresa no logra mantener un proceso eficiente en la atención al cliente y en el proceso de venta.

### ENCUESTA TECNO CAR JC SAS

Esta encuesta debe ser aplicada a los empleados que laboran en la empresa TECNO CAR JC SAS con la finalidad de poder determinar los factores que inciden en un ineficiente proceso de venta.

#### \*Obligatorio

1. Como empleado ¿Considera tener el conocimiento necesario para llevar a cabo las labores que se le asignan diariamente? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Poseo el conocimiento.  
 Mi conocimiento es mínimo.  
 No poseo el conocimiento.

2. En caso de que considere no tener el conocimiento total sobre las actividades que debe desarrollar diariamente ¿Cree usted que la empresa debería capacitarlo? \*

*Marca solo un óvalo.*

- La empresa debe capacitar.  
 La empresa no debe capacitar.

3. En caso de que considere necesaria una capacitación, describa brevemente los temas a tratar.

4. ¿El proceso de venta en el último año, lo considera bueno o malo? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Bueno.  
 Regular.  
 Malo.

5. Seleccione los motivos por los cuales considere usted que el proceso de venta es regular o malo.

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Poca publicidad.  Baja motivación a empleados.  Personal no idóneo.  
 Mal ambiente laboral.  Mal servicio al cliente.  Carencia de promociones u otras estrategias  
 Desconocimiento de la competencia  Tiempos de esperas altos.  Salarios bajos

## TECNO CAR JC SAS

Esta encuesta está dirigida a los clientes que demandan los servicios ofertados por TECNO CAR JC SAS en la ciudad de Sincelejo con la finalidad de conocer su grado de satisfacción. Todos los campos son obligatorios ya que se requieren datos completos para la obtención de resultado exactos.

### *\*Obligatorio*

1. Como cliente de TECNO CAR JC SAS, ¿Considera que los empleados ejercen bien el servicio \*al cliente?

*Marca solo un óvalo.*

- Ejercen bien el servicio al cliente.  
 Su atención es regular.  
 No brindan un buen servicio al cliente.

2. ¿Cómo evalúa el conocimiento de los empleados al momento de ejercer sus labores? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Bueno.  
 Regular.  
 Malo.

3. ¿Considera que los empleados de TECNO CAR JC SAS requieren de mejoras en cuanto a conocimiento y comunicación? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Requieren mejoras.  
 Las mejoras que requieren son mínimas.  
 No requieren mejoras.

4. En caso de que considere idóneo mejoras en los empleados de TECNO CAR JC SAS, describá brevemente cuales serían.

5. ¿Cómo considera el tiempo de espera cuando adquiere la prestación de un servicio?

- Bueno.  
 Malo.  
 Regular

6. En caso de que considere que los tiempos de esperas cuando adquiere la prestación de un servicio son regulares o malos, describa brevemente los motivos que lo conducen a seleccionar esas opciones.

7. ¿Ha vivenciado inconvenientes al momento de demandar los servicios ofertados por TECNO \*CAR JC SAS?

*Marca solo un óvalo.*

- He vivenciado inconvenientes.
- Las vivencias han sido muy mínimas.No he
- vivenciado inconvenientes.

8. En caso de haber vivenciado inconvenientes al momento de optar por los servicios ofertadospor TECNO CAR JC SAS, describalos brevemente.

---

9. ¿Cómo considera el portafolio de servicios de TECNO CAR JC SAS? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Bueno.
- Regular.
- Malo.

10. ¿Considera idóneo los medios de comunicación que utiliza TECNO CAR JC SAS para promocionarse y dar a conocer sus eventualidades?

*Marca solo un óvalo.*

- Medios de comunicación idóneos. Medios de
- comunicación no idóneos.