



# **Plan de mejora de las ventas para la distribuidora CHICHE de Rio Gallegos Santa Cruz, en un plazo de dos años y medio**

Nombre y Apellido: Roxana Makarena Queipul Alvarez

DNI: 40388298

Profesor: Alejandro S. Vasquez

Carrera: Tecnicatura Universitaria en Administración

Materia: Seminario IV

Fecha de entrega: 02/12/2024

Año académico: 2024

## **Indicé:**

Introducción .....	1
Planteo del Problema.....	2
Justificación .....	3
Fundamentación .....	4
Objetivo general y objetivos específicos .....	5
Marco Metodológico.....	6
6.1 Metodología .....	6
6.2 Objetivos.....	6
6.3 Indicadores .....	7
6.4 Sujetos.....	8
6.5 Población.....	8
6.6 Muestra.....	8
6.7 Instrumentos .....	8
6.8 Interpretación de resultados.....	8
Marco teórico .....	10
7.1 Diagnóstico organizacional .....	10
7.2 Cambio organizacional.....	10
7.3 Plan de mejora.....	10
7.4 Ventas.....	11
7.5 Distribuidora.....	11
7.6 Cliente.....	11
7.7 Estrategia.....	11
7.8 Innovación.....	11
7.9 Innovaciones comerciales .....	12
7.10 Marketing digital .....	12
Propuestas y líneas de acción .....	13
Conclusiones .....	17
Bibliografía.....	18
Anexo .....	19

## Introducción

La empresa familiar con la que voy a realizar el trabajo de investigación es la Distribuidora Chiche, que se dedica a la comercialización de artículos descartables, de polietileno, de cotillón, repostería y de limpieza. El área de interés en la que se desarrollara el trabajo es en el sector de ventas, ya que se observa que su forma de comercialización se mantiene igual a lo largo de los años, esto quiere decir que no se han producidos cambios que incentiven a la innovación y que se ajusten a la realidad.

El tema se relaciona con la carrera porque planteo realizar un plan de mejora en el área de ventas que se ajuste a la realidad actual, para que esto sea posible voy a utilizar conceptos y formas de análisis que hemos adquirido en las diferentes asignaturas, algunos de ellos son:

**Cambio organizacional:** Es necesario porque permitirá al negocio competir con ventajas competitivas, que ya poseen otros negocios del mismo rubro, lo cual será muy beneficioso para incrementar las ventas.

**Resistencia al cambio:** Hay resistencia del dueño a cambiar o mejorar el área de ventas, porque considera que mantenerse así le ha funcionado a lo largo de los años.

**Diagnostico organizacional:** Se hará un estudio del entorno, de la competencia y del interior del negocio. Esto será posible a través de un análisis FODA y de las matrices.

## **Planteo del Problema**

El problema de la investigación es el siguiente: ¿La distribuidora Chiche necesita un cambio en la comercialización de los productos para adecuarse a la realidad actual o debe seguir con la estrategia de mantenerse igual que desde su nacimiento como negocio? ¿Si el plan de mejora se lleva a cabo que beneficios tendría?

El problema se manifiesta cuando frente a la competencia se encuentra en desventaja debido a que su sistema de ventas es tradicional, lo que quiere decir que es igual al que tenían hace diez años atrás, actualmente la mayoría de los negocios se manejan con las redes sociales y páginas web lo que les permite llegar a otros tipos de clientes y hacer ventas a través de estas herramientas. Esta situación puede afectar a sus ventas, a pesar que tenga clientes leales al negocio, debido a que muchas personas no saben de la existencia del negocio ya que tampoco se encuentra ubicado en un lugar céntrico de la ciudad, a su vez está perdiendo ventas que significarían un incremento en sus ganancias y más reconocimiento. En un caso más extremo, el negocio podría perder la batalla contra la competencia lo que provocaría su muerte, si no logra adaptarse al contexto actual. Se podría afirmar que la empresa debe considerar aspectos como las preferencias del consumidor, los avances de la tecnología, la competitividad y las nuevas tendencias del mercado.

## **Justificación**

La hipótesis de este plan es que: La implementación de las redes sociales incrementa las ventas y atrae a distintos tipos de clientes.

Este plan de mejora de ventas lo elegí porque la Distribuidora Chiche es el negocio familiar de una amiga y me pude percatar que a pesar que estuvieran en el rubro hace más de diez años no eran tan conocidos, en comparación con su competencia. Sus ventas son buenas porque los precios de sus productos son accesibles, pero estas pueden ser mucho mejor si se adecua al contexto actual, donde es de suma importancia la incorporación de las redes sociales para acercase a otro tipo de clientes.

## **Fundamentación**

El plan de mejora de ventas tiene como objetivo que la Distribuidora Chiche incremente sus ventas y a su vez el negocio se haga más conocido en la ciudad, a través de un plan que contiene varios objetivos específicos con su respectivo plazo de implementación. Estos objetivos fueron propuestos después del análisis que se llevó a cabo sobre el negocio a través de herramientas como las matrices, el análisis FODA y cuestionarios.

## **Objetivo general y objetivos específicos**

### Objetivo general:

Proponer para la Distribuidora Chiche un plan de mejora de las ventas adecuado al contexto actual, en un plazo de dos años y medio.

### Objetivos específicos:

-Identificar de la distribuidora sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a través de un análisis FODA, en un plazo de un mes.

-Examinar el mercado donde se desempeña la distribuidora su entorno, la competencia y el interior del negocio a través de la elaboración de matrices, en un plazo de dos meses.

-Diseñar e implementar campañas promocionales que atraigan nuevos clientes y fomenten la lealtad de los existentes, en un plazo de tres meses.

-Sugerir una estrategia de marketing digital para atraer a otro tipo de clientes que contenga publicidad online, redes sociales y contenido relevante, en un plazo de dos meses.

## Marco Metodológico

### 6.1 Metodología

En el presente plan de mejora se utilizó el método científico, ya que me permitió obtener conocimientos sobre el rubro donde se desenvuelve la distribuidora de una manera estructurada y rigurosa a través de una serie de pasos que se deben seguir, el primero de ellos es la observación inicial donde identifique el problema específico por el cual estaba atravesando la distribuidora, el segundo paso es el planteamiento del problema donde formule las preguntas que guiaron mi investigación, el tercer paso es la formulación de hipótesis que fueron planteadas como posibles mejoras a los problemas identificados, el cuarto paso es el diseño de la investigación es necesario para probar la hipótesis, el quinto paso recolección y análisis de datos y el sexto paso es la conclusión .

El tipo de estudio del plan de mejora es el no experimental cuantitativo porque se realiza una observación pasiva, esto quiere decir sin manipular ninguna variable, a su vez el estudio se realiza sobre situaciones ya existentes, lo que permite tener flexibilidad en la recolección de datos. El método que utilice fue el descriptivo porque a través de una serie de análisis (FODA, matrices, encuestas, etc.) pude elaborar una descripción de cómo se desenvuelve la distribuidora en el rubro al cual pertenece, en el contexto actual, a su vez esto me permitió identificar cuáles eran sus fortalezas y debilidades frente a la competencia.

### 6.2 Objetivos

#### Objetivo general:

Proponer para la Distribuidora Chiche un plan de mejora de las ventas adecuado al contexto actual, en un plazo de dos años y medio.

#### Objetivos específicos:

1. Identificar de la distribuidora sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a través de un análisis FODA, en un plazo de un mes.
2. Examinar el mercado donde se desempeña la distribuidora su entorno, la competencia y el interior del negocio a través de la elaboración de matrices, en un plazo de dos meses.
3. Diseñar e implementar campañas promocionales que atraigan nuevos clientes y fomenten la lealtad de los existentes, en un plazo de tres meses.

4. Sugerir una estrategia de marketing digital para atraer a otro tipo de clientes que contenga publicidad online, redes sociales y contenido relevante, en un plazo de dos meses.

### **6.3 Indicadores**

1. Objetivo general:

Proponer para la Distribuidora Chiche un plan de mejora de las ventas adecuado al contexto actual, en un plazo de dos años y medio.

Indicador: Porcentaje del mercado total que representa la Distribuidora Chiche en comparación con sus competidores.

2. Objetivos específicos:

- Identificar de la distribuidora sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a través de un análisis FODA, en un plazo de un mes.

Indicador: La cantidad de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se encontraron en el análisis de la Distribuidora.

- Examinar el mercado donde se desempeña la distribuidora su entorno, la competencia y el interior del negocio a través de la elaboración de matrices, en un plazo de dos meses.

Indicador: Cantidad de fortalezas y debilidades externas e internas encontradas en el análisis de las matrices.

- Diseñar e implementar campañas promocionales que atraigan nuevos clientes y fomenten la lealtad de los existentes, en un plazo de tres meses.

Indicador: Número total de personas que han visto la campaña, incluyendo impresiones en redes sociales, anuncios y otros medios. Este indicador ayuda a evaluar la visibilidad de la campaña.

- Sugerir una estrategia de marketing digital para atraer a otro tipo de clientes que contenga publicidad online, redes sociales y contenido relevante, en un plazo de dos meses.

Indicador: Cantidad de personas que han visto las campañas publicitarias que se encuentran en línea y en las redes sociales de la distribuidora.

#### **6.4 Sujetos**

Se estudió a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche, sin distinción de género, ni profesión, de una edad superior a los 18 años y pertenecientes a la localidad de Rio Gallegos, provincia de Santa Cruz.

#### **6.5 Población**

Los sujetos que forman parte de la investigación fueron un total de 31 personas, potenciales clientes de la Distribuidora Chiche.

#### **6.6 Muestra**

Como la población es pequeña, ya que es de un total de 31 personas, la muestra es la misma cantidad.

#### **6.7 Instrumentos**

En el proceso de recolección de datos se utilizó un cuestionario con un total de ocho preguntas cerradas y dos preguntas abiertas, dicho cuestionario fue respondido por potenciales clientes de la Distribuidora Chiche, con la finalidad de obtener información sobre cómo se posiciona la distribuidora en el mercado de productos de cotillón, descartable y repostería en comparación con su competencia. A su vez obtener información sobre si es importante o no para los clientes las estrategias de marketing en redes sociales. También se utilizó el análisis de matrices para tener información sobre las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la distribuidora frente a su competencia.

#### **6.8 Interpretación de resultados**

De acuerdo con la recopilación y análisis de la información a través de los instrumentos empleados como cuestionarios y matrices, se puede observar que el 48,4% de los encuestados no conocían la Distribuidora Chiche y la mayoría de personas que si la conocen es porque viven cerca del barrio o por recomendación, lo que manifiesta el escaso uso de las redes sociales para atraer clientes ya que la mayoría de los encuestados que conocen el negocio no fue gracias a estas. Igualmente, el 96,8% respondieron que consideran a las redes sociales como un pilar fundamental para los negocios en materia de marketing y ventas de productos, esto se relaciona con la respuesta del 93,5% sobre que si siguen cuentas de negocios para enterarse de las ofertas y promociones que estos publican en sus redes sociales, a su vez el 93,5% de los encuestados suelen comprar productos de manera online. Lo que demuestra que el problema planteado es real en el negocio,

la distribuidora necesita un cambio en la comercialización de los productos para ajustarse al contexto actual, ya que no está haciendo uso de las plataformas digitales como herramienta importante para las ventas lo que significa una desventaja competitiva y una pérdida en las posibles ganancias. A si mismo algunas de las preguntas del cuestionario estaban orientadas a dos objetivos específicos del plan, que son diseñar e implementar campañas promocionales y sugerir una estrategia de marketing digital, gracias a las respuestas obtenidas dichos objetivos si se pueden llegar a cumplir exitosamente. Por lo tanto, se puede afirmar que el plan de mejora de ventas para la distribuidora si es factible porque a pesar que la matriz arrogo que la empresa se encuentra estable en términos de ganancias tiene debilidades frente a la competencia a lo que se refiere a modernización (adecuarse al contexto actual) y el reconocimiento de los clientes, implementar el plan significaría un incremento en las ventas, ampliar su base de clientes y competir a la par con los otros negocios del mismo rubro.

La Distribuidora Chiche se encuentra preparada para afrontar el plan de mejora, no solo en términos monetarios sino también por su ubicación estratégica, su experiencia en el mercado, sus precios accesibles y el talento humano que posee, permitiría que la implementación del plan no fuera tan traumática para el negocio y el proceso de adaptación seria rápido. Se espera que en un plazo de dos años y medio la distribuidora haya mejorado sus ventas y esté en sintonía con la realidad actual.

(Ver anexo, gráficos de las encuestas, matriz del perfil de oportunidades y amenazas, matriz de perfil de capacidad interna de la compañía, matriz de evaluación de factores externos, matriz de evaluación de factores internos y matriz del perfil competitivo, páginas 114-118)

## Marco teórico

Antes de comenzar con la elaboración del plan de mejora en el área de ventas, es importante definir una serie de conceptos que se desarrollaran a lo largo de este trabajo, con el respaldo de información que hemos estado desarrollando a lo largo de la cursada y de otras fuentes de internet.

### 7.1 Diagnóstico organizacional

**Definición:** Tomando en cuenta al autor Ponce, A. R (1944) podemos definir al diagnóstico organizacional como el proceso analítico por medio del cual se identifica la situación real de la organización, con el fin de detectar y solucionar los problemas o inconvenientes que se estén presentando en un momento determinado y establecer las tácticas y estrategias para optimizar los recursos técnicos y humanos, los procesos de producción a nivel interno y externo de la organización. En otras palabras, se puede afirmar que gracias al diagnóstico podemos identificar los problemas que aquejan a la organización y a su vez nos permite encontrar la solución más adecuada para resolverlos.

### 7.2 Cambio organizacional

**Definición de cambio:** Según la definición de Fresco J. Carlos (2005) el cambio es el pasaje de un estado de cosas a otro diferente. Es toda modificación a lo existente. Es un quiebre de expectativas.

**En la organización:** Siguiendo con el autor Fresco J. Carlos (2005) este afirma que para realizar el cambio en una organización es necesario incursionar previamente en un proceso de transformación mental, tanto del empresario como del público objeto de cambio.

En base a estas definiciones puedo afirmar que el cambio organizacional es el proceso por el cual una organización pasa de un estado a otro, pero para que esto sea posible es necesario tener en cuenta no solo la transformación mental del empresario, sino también a los empleados, el contexto y el tiempo que va a llevar atravesar este cambio.

### 7.3 Plan de mejora

**Definición:** Un plan de mejora según Nancy Rodrigues es un documento que contiene información, tácticas y tareas para optimizar los procesos en una empresa, a fin de impulsar su rendimiento. Se desarrolla con un enfoque sistemático y

estructurado para lograr cambios efectivos que llevan a alcanzar los objetivos y promover una continua evolución. En otras palabras, un plan de mejora tiene como finalidad lograr que la organización funcione de una manera más eficiente en comparación de cómo lo venía haciendo, buscando la mejor manera de mantenerse en el mercado actual.

#### **7.4 Ventas**

**Definición:** Según la definición de Guillermo Westreicher las ventas son el intercambio de un bien o servicio a cambio de una contraprestación económica. Es la principal fuente de ingresos para las empresas, permitiéndoles continuar y expandir sus operaciones. A su vez son esenciales para la economía, movilizándolo el intercambio de bienes y servicios importantes para el desarrollo y bienestar social.

#### **7.5 Distribuidora**

**Definición:** Según la definición de la RAE (Real Académica Española) la distribuidora es una empresa que se dedica a la distribución de productos comerciales.

#### **7.6 Cliente**

**Definición:** Desde el aporte de Myriam Quiroa se puede definir al cliente como cualquier persona o entidad que decide comprar un bien o servicio ofrecido por alguna empresa, que puede ser para el uso personal o para el uso de otros.

#### **7.7 Estrategia**

**Definición:** Según Peter Drucker (1954) la estrategia es un patrón de actividades que buscan alcanzar los objetivos de la organización. A su vez debe ser coherente y se tiene que poder adaptar a los cambios del entorno. Mientras que Michael Porter (1980) define a la estrategia como el nacimiento de una posición única y preciada para el mercado. Entonces se podría afirmar que la estrategia es un conjunto de actividades innovadoras que tienen como finalidad cumplir con los objetivos o metas de la organización.

#### **7.8 Innovación**

**Definición:** Según Andersen Consulting (1990) la innovación puede ser definida como una actividad orientada a la generación y a la aplicación de nuevos

conocimientos. Esto quiere decir que la innovación es la creación de una idea y su explotación.

### **7.9 Innovaciones comerciales**

**Definición:** Según Badawy, Michael K (1997) define a las innovaciones comerciales como aquellas que impactan sobre elementos del marketing, como la distribución, la publicidad y las aplicaciones del producto.

### **7.10 Marketing digital**

**Definición:** El autor Philip Kotler (2017) define al marketing digital como el uso estratégico de plataformas digitales para promocionar servicios y productos, a su vez establecer conexiones significativas con los clientes, adaptándose a los cambios constantes de las necesidades del mercado actual.

(Ver anexo, cuadro de marco teórico, página 119-120)

## Propuestas y líneas de acción

Plan de acción: “Mejorar las ventas de la Distribuidora Chiche de Rio Gallegos Santa Cruz, en un plazo de dos años”

### **Marco Referencial: Wonderplay Toys, Cámara Argentina de Comercio Electrónico.**

Rocío Alalu es la dueña de Wonderplay Toys una empresa argentina que se creó en el 2014, dedicada a la comercialización de juguetes de diseño, libres de género y libres de enchufes, que incluye lavadoras, cocinitas, parrillas entre otros accesorios, todos elaborados a base de madera. El 80% de sus ventas son a través de Instagram Shopping, directo a su tienda de e-commerce. (comercio electrónico). Incluso durante la pandemia del 2020 se cerró el local físico, pero se potencio la venta online a través de una estrategia de marketing digital, que consistía en promocionar los juguetes a través de stories de Instagram.

Según los datos ofrecidos por CACE (Cámara Argentina de Comercio Electrónico) nueve de cada diez argentinos ya compran o compraron una vez en su vida. A su vez durante el primer semestre de 2024 el 6% de los argentinos se incorporaron al canal online por primera vez. De estos nuevos compradores, el 28% pertenecen a AMBA (Área Metropolitana de Buenos Aires) y el 72% se encuentra en otras regiones del país. También si se compara con el comercio físico, éste registró bajas interanuales que van desde el 10% y el 17% hasta junio, mientras que los canales digitales mantuvieron su demanda en el mismo periodo, lo que demuestra que el comercio electrónico incentiva el consumo gracias a la variedad de oferta y su accesibilidad.

Este marco referencial demuestra la importancia de las plataformas digitales en la actualidad y como su incorporación en las empresas significa un aumento en las ventas. Esto quiere decir que la implementación del plan de mejora de ventas para la Distribuido Chiche puede ser factible.

#### **I. Diagnóstico FODA de la Distribuidora Chiche:**

Fortalezas:

- Ubicación estratégica.
- Buena atención al cliente.

- Alta rentabilidad.
- Personal capacitado en liderazgo, inteligencia emocional y facilidad en la palabra.
- Clientes fieles al negocio.
- Precios accesibles.

Oportunidades:

- Diversificación de proveedores.
- Cambios en la percepción del mercado.
- Crecimiento de ingresos.
- Acceso de capacitaciones que permitan ampliar el conocimiento.
- Aumento de la demanda de algún producto.
- Salida del mercado de algún competidor.
- Nuevas tecnologías.

Debilidades:

- En este momento no cuentan con los recursos necesarios para expandirse.
- Elevados costos unitarios.
- Concepto de marca poco potenciado.
- Escaso uso de las redes sociales.

Amenazas:

- Nuevos competidores.
- Los proveedores incrementan el valor de sus productos.
- Aumenta la comercialización a través de internet.
- Disminución de la lealtad de los clientes.

**II. Justificación:** Propongo un plan de mejora de ventas para la Distribuidora Chiche porque como se puede observar en el análisis FODA y en las encuestas realizadas, sus principales debilidades son que no pueden expandirse y el poco reconocimiento que tienen en el mercado, esto último debido al escaso uso de las redes sociales y de no tener una propia página web. Considero que mejorando estas debilidades se incrementarían las ventas en el negocio ya que se

llegaría a otro tipo de clientes y estaría compitiendo a la par con su principal competencia.

**III. Objetivos:** El objetivo principal del plan es incrementar las ventas de la distribuidora en un plazo de dos años y adecuar la comercialización de sus productos al contexto actual, donde las herramientas digitales juegan un papel importante en la venta y el marketing de bienes y servicios.

#### **IV. Actividades**

Actividad: Crear una página web propia de la distribuidora.

Producto que se va a obtener: Nuevos clientes que suelen comprar desde la comodidad de su casa.

Lo hará: Profesional de diseño gráfico y desarrollo web.

Actividad: Crear cuenta en Facebook e Instagram.

Producto que se va a obtener: Nuevos clientes y reconocimiento en el rubro.

Lo hará: Empleado de la distribuidora.

Actividad: Subir imágenes de los productos con sus respectivos precios a la página web y en las redes sociales.

Producto que se va a obtener: Nuevos clientes e incremento de las ventas.

Lo hará: Empleado de la distribuidora.

Actividad: Realizar promociones y poner en oferta ciertos productos.

Producto que se va a obtener: Mantener a los fieles clientes y atraer a nuevos e incremento de las ventas.

Lo hará: Dueño de la distribuidora.

#### **V. Recursos**

1) Crear una página web, el talento humano necesario es el conocimiento sobre el diseño de páginas web. Los recursos materiales que se necesita son una Computadora con acceso a internet y que tenga instalado programas de diseño web (ej Adobe Dreamweaver, Wix, etc) y los recursos financieros provienen del capital del dueño invertido en el negocio.

2) Crear cuentas en Facebook e Instagram, el talento humano necesario es tener manejo de redes sociales. El recurso material que se necesitan es un celular con acceso a internet y el recurso financiero proviene del capital del dueño invertido en el negocio.

3) Subir imágenes de los productos con sus respectivos precios a la página web y en las redes sociales. El talento humano necesario es el manejo de redes sociales. Los recursos materiales que se necesitan son un celular o computadora con acceso a internet. El recurso financiero proviene del capital del dueño invertido en el negocio.

4) Realizar promociones y poner en oferta ciertos productos, el talento humano necesario es conocimiento sobre el inventario existente en la distribuidora y conocer el costo de los productos. Los recursos materiales que se necesitan son productos que se incluirán en las promociones y en las ofertas. El recurso financiero proviene del capital del dueño invertido en el negocio.

## **VI. Potencialidades del contexto**

1) En la distribuidora hay una empleada que se encuentra estudiando comunicación social, eso quiere decir que tiene conocimientos sobre publicidad y posee habilidades sociales. Es necesario que ella esté dispuesta a brindar sus conocimientos al negocio.

2) Equipos electrónicos con acceso a internet, es necesario utilizar los equipos para llevar a cabo las actividades propuestas. Es importante tener el permiso del dueño y que los equipos estén actualizados.

3) Oficina desocupada, se puede utilizar este espacio como oficina de marketing. Es necesario el permiso del dueño y acondicionar la oficina.

## **VII. Actividades**

Las actividades se llevarán a cabo en el siguiente tiempo establecido:

La actividad N°1 tendrá una duración de 15 días, comenzará el 5 de enero y finalizará el 20 de febrero.

La actividad N°2 tendrá una duración de 17 días, comenzará el 21 de enero y finalizará el 7 de febrero.

La actividad N°3 tendrá una duración de 10 días, comenzará el 8 de febrero y finalizará el 18 de febrero.

La actividad N°4 tendrá una duración de 25 días, comenzará el 19 de febrero y finalizará el 15 de marzo.

(Ver anexo, diagrama de Gantt, página 121)

## **Conclusiones**

En este trabajo se propuso para la Distribuidora Chiche un plan de mejora de las ventas adecuado al contexto actual, en un plazo de dos años y medio. Lo más importante de esta propuesta de plan de mejora fue la factibilidad del mismo, porque es viable y posible su realización. Lo que permitió llegar a dicha factibilidad fueron los cuestionarios realizados a los potenciales clientes y los recursos disponibles que tiene la distribuidora, porque a través de dichos cuestionarios se obtuvo información del negocio sobre su posicionamiento en el mercado, la escasa utilización de las plataformas digitales, la importancia de las redes sociales en las ventas y las expectativas que tienen los clientes sobre la distribuidora en cuestiones de accesibilidad, mientras que los recursos disponibles demuestran que el negocio puede afrontar el gasto que conlleva el plan en términos monetarios y de infraestructura.

La dificultad en la propuesta del plan es su implementación en la distribuidora porque es imprescindible la predisposición del dueño a efectuar los cambios necesarios y que comprenda que dichos cambios son importantes para competir en igualdad de condiciones que los otros negocios del mismo rubro.

A pesar de los desafíos que puede llevar la implementación del plan los beneficios son altamente superiores a las dificultades que se pueden presentar en un inicio. Por eso es importante el compromiso del dueño y de los empleados para llevar a adelante los cambios y de esta forma cumplir con los objetivos propuestos y obtener ganancias de ellos.

## Bibliografía

Andersen Consulting (1990). La fábrica del futuro: Calidad, flexibilidad y gestión industrial.

Argentina.gob.ar (25 de junio del 2020). *PyMEs argentinas que realizaron una transformación digital*. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/pymes-argentinas-que-realizaron-una-transformacion-digital>

Badawy, Michael K. (1997). Temas de gestión de la innovación para científicos e ingenieros. Fundación COTEC para la innovación tecnológica. Madrid.

Cámara Argentina de Comercio Electrónico (2024). *Estadísticas de Comercio Electrónico*. <https://cace.org.ar/estadisticas/>

Drucker, P.F. (1954). *The practice of management*. Harper & Row.

Fresco J. Carlos. IMR (2005). *El proceso de transformación y cambio en las organizaciones*. Argentina. 1º Edición Buenos Aires. Cap IV.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2018). *Marketing 4.0: Transforma tu estrategia para atraer el consumidor digital*. LID Editorial Empresarial.

Ponce, A. R. (1944). *Diagnostico Organizacional* (6º Edición). México: Alfomega.

Porter, M.E. (1980). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de industrias y competidores*. Free Press.

Quiroa, M. (9/02/2024). Cliente: Qué es y cuál es su importancia. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>

Real Academia Española. (s.f.). *Distribuidora*. En *Diccionario de la lengua española* (23.ª ed.). Recuperado el 14 de diciembre de 2024, de <https://www.rae.es/diccionario-estudiante/distribuidor>

Rodrigues, N. (23/04/2020). Cómo elaborar un plan de mejora en 7 pasos. *Hubspot*. <https://blog.hubspot.es/>

Westreicher G. (15/05/2023). Ventas: Qué son, aproximaciones y evolución. *Economipedia*. <https://economipedia.com/>

## Anexo

### Preguntas del cuestionario:

1. ¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?  
Si  
No
2. Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?
3. Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:  
Distribuidora Chiche  
Zoco  
Ossil  
Otro
4. ¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?  
Si  
No
5. Justifique su respuesta anterior:
6. ¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?  
Si  
No
7. ¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?  
SI  
No
8. ¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?  
SI  
No
9. ¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?  
Muy importante  
Importante  
Poco importante

10. ¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

Gran variedad de productos

Precios accesibles

Ubicación céntrica

Buena atención

Respuestas:

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

- Si
- No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

Por medio de del desarrollo de un trabajo práctico

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

- Distribuidora Chiche
- ZOCO
- Ossil
- Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

- Si
- No

Justifique su respuesta anterior:

Si ya que sería un medio más rápido de comunicación y vincular el producto más rápido con el cliente

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

- Si
- No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

- Si
- No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

- Si
- No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

Por conocidos

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

- Distribuidora Chiche
- ZOCO
- Ossil
- Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

- Si
- No

Justifique su respuesta anterior:

Permiten visualizar mejor lo productos y ver la variedad que hay

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

- Si
- No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

- Si
- No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

- Si
- No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

Caminando

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

- Distribuidora Chiche
- ZOCO
- Ossil
- Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

- Si
- No

Justifique su respuesta anterior:

Las redes sociales son el nuevo foco para incrementar las ventas ya que todos estamos detrás de una pantalla y nos llega la información para todos en la comodidad de nuestra casa.

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

- Si
- No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

- Si
- No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

Se encuentra cerca de donde vivo.

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

---

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

---

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

Es importante el uso de las redes sociales en los emprendimientos dado que potencia las ventas y el reconocimiento del mismo.

---

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

Por un conocido

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

Actualmente las redes sociales forman una parte importante en la rutina diaria de las personas, siendo un medio importante de difusión de información

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Sí
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

Hace un par de años comencé con un emprendimiento junto a unas amigas, y terminé dando con ese lugar cuando estaba en busca de algunos locales con productos de calidad y buen precio.

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

Aunque los locales tengan tiempo y sean relativamente conocidos dentro de las comunidades, la publicidad en diferentes plataformas siempre ayuda a llegar a más personas y por ende a más posibles clientes.

---

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Sí
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

Vivo en el mismo barrio que la Distribuidora Chiche

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

Últimamente las redes sociales ayudan mucha en la difusión de ventas

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

Redes sociales

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

---

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

---

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

Todos usamos redes

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Sí
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

---

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

Por qué llegaría a más gente.

---

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

---

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

Las redes son importantes porque es una manera de dar a conocer el negocio y eso aumenta las ventas

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

---

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

Te enteras de todas las novedades

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

---

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

---

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Sí
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

---

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

Por ser medio de difusión masiva y gran alcance de importante presencia en publicidad.

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

Lo conocí a través de una amiga, que me llevo a comprar ahi

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

Si, es crucial porque en la actualidad se utiliza mucho las redes sociales

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

REcomendado

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

Nos permite estar informados.

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

---

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

---

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

Por mi trabajo

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

Ahora de tiempo en ver que mercadería se encuentra en qué lugar y tomar decisiones más rápido y no dar vueltas

---

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

---

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

Si, amplia la cartera de clientes

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

Por Facebook

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

Porque vemos las ofertas y las variedades de artículos

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

---

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

Mediante las redes sociales puedes conocer la existencia de comercios que no conoces

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

---

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

---

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Sí
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

.....

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

.....

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

Por conocidos

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

---

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Sí
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

---

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

Actualmente el mundo comercial gita en torno a las redes y muchas veces depende de eso

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

---

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

La publicidad en redes sociales permite conocer los locales ya que uno puede visualizar los productos que ofrece sin tener que ir al local, por ejemplo.

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Sí
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

---

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

---

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

---

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

A traves de ellas se llega a mas gente

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

Por una amiga

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

En el día de hoy se suele utilizar más el marketing digital y la mejor manera de poder publicarlo y llegar a un público más amplio es a través de redes sociales, ya que cuenta con el reposteo de publicaciones y es mayor la difusión e interacciones con la misma a comparación de los clasificados de antes por ejemplo.

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

# Evaluación del posicionamiento en el mercado

Destinado a potenciales clientes de la Distribuidora Chiche

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

Si

No

Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo conoció la distribuidora?

De paso por la calle

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

Distribuidora Chiche

ZOCO

Ossil

Otro

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

Si

No

Justifique su respuesta anterior:

Si, son importantes debido a la rapidez con la que se llega a la gente

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

Si

No

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

Si

No

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

- Si
- No

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

- Muy Importante
- Importante
- Poco importante

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?

- Gran variedad de productos
- Buena atención
- Precios accesibles
- Ubicación céntrica

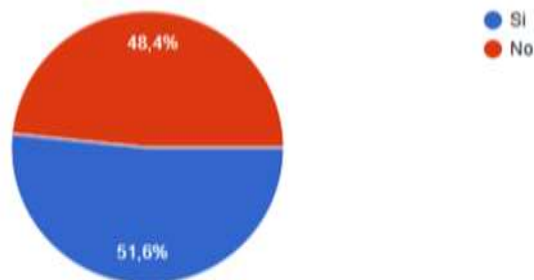
Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

**Google** Formularios

## Gráficos:

¿Usted conoce la Distribuidora Chiche?

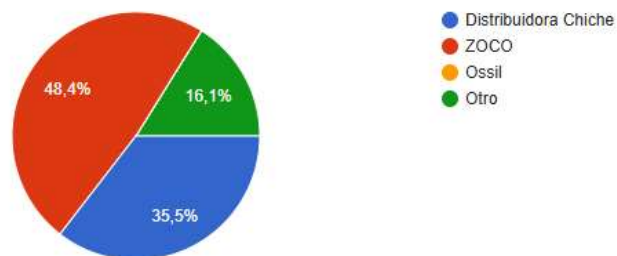
31 respuestas



Pregunta nº1, gráfico nº1.

Cuándo necesita comprar algún artículo de cotillón, descartable o de repostería a cuál de los siguientes negocios recurre:

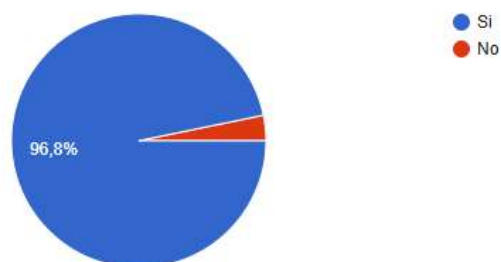
31 respuestas



Pregunta nº3, gráfico nº2.

¿Actualmente considera que las redes sociales son un pilar importante en la publicidad de los negocios y por ende igualmente en las ventas?

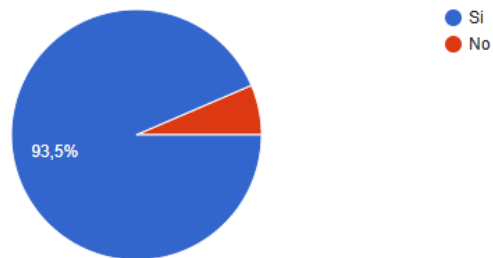
31 respuestas



Pregunta nº4, gráfico nº3.

¿Suele seguir en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc.) perfiles de negocios?

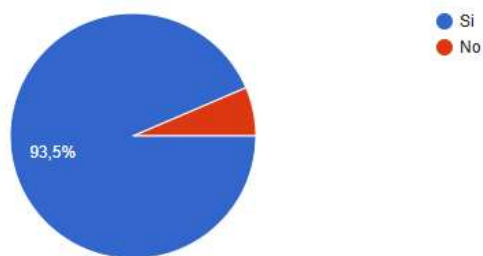
31 respuestas



*Pregunta nº6, gráfico nº4.*

¿Usted cuando ve ofertas o promociones en las redes sociales sobre algún producto suele ir al negocio a comprarlas?

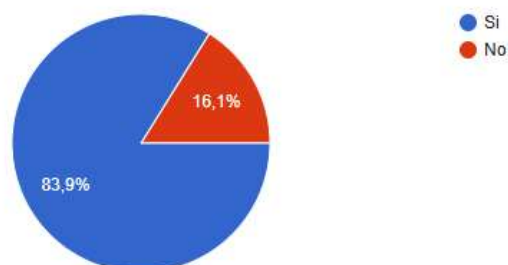
31 respuestas



*Pregunta nº7, gráfico nº5.*

¿Suele comprar productos a través de páginas web o Marketplace?

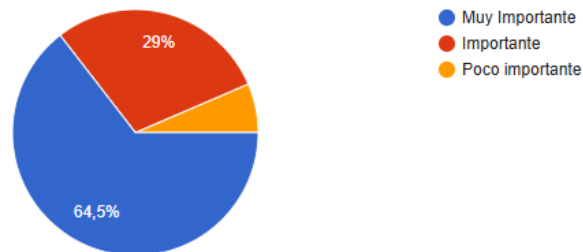
31 respuestas



*Pregunta nº8, gráfico nº6.*

¿Qué tan importante es para usted que la Distribuidora Chiche utilice herramientas digitales en su estrategia de marketing?

31 respuestas

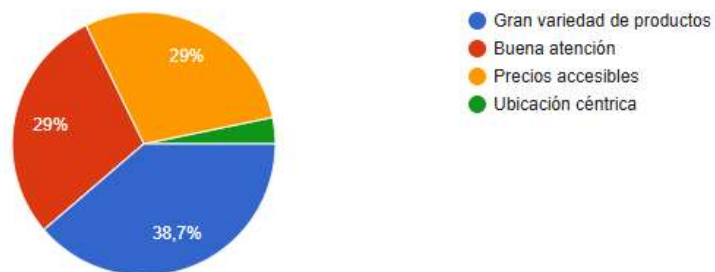


Pregunta nº9, gráfico nº 7.

¿Cuál de las siguientes características considera que es importante en su experiencia como cliente?



31 respuestas



Pregunta nº10, gráfico nº8.

Matriz del perfil de oportunidades y amenazas:

Calificación Factores	Grado Amenazas			Grado Oportunidades			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Económicos			■	■				■	
Políticos			■	■				■	
Sociales		■			■			■	
Tecnológicos			■	■				■	
Geográficos		■			■			■	
Competitivos		■			■			■	

Matriz de Perfil de Capacidad Interna de la compañía:

Calificación Capacidad	Grado			Grado			Impacto		
	Fortalezas			Debilidades					
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Directiva	■					■	■		
Competitiva		■			■			■	
Financiera		■			■			■	
Tecnológica			■		■			■	
Talento Humano	■					■	■		

Matriz de Evaluación de Factores Externos:

Factores Externos Claves	Ponderación	Calificación	Resultado Ponderado
<b>Oportunidades</b>		Entre 1 y 4	Ponde*calificación
Aumento de la demanda de un producto	1,00	4	4
Cambios en la percepción del mercado	0,00	3	0
Diversificación de proveedores	1,00	4	4
<b>Amenazas</b>			
Nuevos competidores	1,00	1	1
Problemas existentes con autoridades locales	0,00	2	0
Cambios en la conducta del consumidor	1,00	1	1
<b>Resultado ponderado</b>	<b>1,00</b>	<b>X</b>	<b>10</b>

Matriz de Evaluación de Factores Internos:

Factores Internos Claves	Ponderación	Calificación	Resultado Ponderado
<b>Fortalezas</b>		Entre 1 y 4	<u>Ponde*</u> calificación
Ubicación estratégica	1,00	4	4
Buena atención al cliente	1,00	4	4
Instalaciones modernas	0,00	3	0
<b>Debilidades</b>			
Escaso uso de redes sociales	1,00	1	1
Concepto de marca poco potenciado	0,00	2	0
Elevado costos unitarios	0,00	2	0
<b>Resultado ponderado</b>	<b>1,00</b>	<b>X</b>	<b>9</b>

Matriz de Perfil Competitivo:

Factores Clave del Éxito	Peso	Chiche		Zoco		Ossil	
		Calificación	Resultados	Calificación	Resultados	Calificación	Resultados
Ubicación Estratégica	0,00	3	0	4	0	3	0
Experiencia en el mercado	1,00	3	3	4	4	1	1
Utilización de redes sociales	0,00	1	0	3	0	3	0
Variedad de mercadería	1,00	3	3	4	4	2	2
Precios accesibles	1,00	4	4	2	2	4	4
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>10</b>		<b>10</b>		<b>7</b>

<b>Autores</b>	<b>Nombre del Libro, artículo, trabajo, página web, etc</b>	<b>Conceptos que trabaja el texto</b>	<b>Otra información que considera relevante</b>
Ponce, A.R	Diagnostico organizacional (6º edición).	Diagnostico organizacional.	Este contenido lo trabajamos en la materia de Administración General II.
Fresco J. Carlos	El proceso de transformación y cambio en las organizaciones.	Diagnostico organizacional, análisis FODA, matrices.	Este contenido lo trabajamos en la materia de Seminario III.
Fresco J. Carlos	El proceso de transformación y cambio en las organizaciones.	Cambio organizacional.	Este contenido lo trabajamos en la materia de Seminario III.
Nancy Rodrigues	Cómo elaborar un plan de mejora en 7 pasos. <a href="http://blog.hubspot.es">blog.hubspot.es</a>	Plan de mejora.	De este blog obtuve la información para la definición de plan de mejora.
Guillermo Westreicher	Ventas: Qué son, aproximaciones y evolución. <a href="http://economipedia.com">economipedia.com</a>	Ventas	De este blog obtuve la información para la definición de ventas.
RAE	Real Academia Española	Distribuidora	Del diccionario de la RAE obtuve la definición de distribuidora.
Myriam Quiroa	Cliente: Qué es y cuál es su importancia. <a href="http://Economipedia.com">Economipedia.com</a>	Cliente	De este blog obtuve la información para la definición de cliente.
Peter Drucker	The practiceof management	Estrategia	De este libro obtuve la información para la definición de estrategia.

Michael Porter	Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de industrias y competidores.	Estrategia	De este libro obtuve la información para la definición de estrategia.
Andersen Consulting	La fábrica del futuro: Calidad, flexibilidad y gestión industrial.	Innovación	Este contenido lo trabajamos en la materia de Administración General II.
Badawy Michael	Temas de gestión de la innovación para científicos e ingenieros.	Innovación comercial	Este contenido lo trabajamos en la materia de Administración General II.
Philip Kotler	Marketing 4.0: Transforma tu estrategia para atraer el consumidor digital.	Marketing digital	De este libro obtuve la información para la definición de marketing digital.

*Cuadro de marco teórico*

## Diagrama de Gantt

Actividades	Inicio	Duración en días	Final
Actividad N°1	5-ene	15	20-ene
Actividad N°2	21-ene	17	7-feb
Actividad N°3	8-feb	10	18-feb
Actividad N°4	19-feb	25	15-mar

