

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Gestión Comercial

APLICACIÓN DE INDICADORES DE RENDIMIENTO EN LA GESTIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA RAPIPRODUCTS S.A.C TRUJILLO, LA LIBERTAD

Trabajo de suficiencia profesional para optar el título
profesional de:

Licenciada en Administración y Gestión Comercial

Autor:

Donna Patricia Cecilia Varela Diaz

Asesor:

Mg. Ronald Guevara Pérez
<https://orcid.org/0000-0003-2064-2126>

Trujillo - Perú

INFORME DE SIMILITUD

Suficiencia profesional

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	4%
2	Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC Trabajo del estudiante	1%
3	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	1%
4	Submitted to Universidad Andrés Bello Trabajo del estudiante	1%
5	Andrés Felipe Palacios Morocho, Danny Christian Barbery Montoya. "Diseño de un modelo de gestión aplicado a una PYME en el sector eléctrico", Religación. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 2023 Publicación	1%

Tabla de contenidos

INFORME DE SIMILITUD.....	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO.....	4
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN EJECUTIVO	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	9
1.1. Experiencia laboral.....	9
1.2. Año de la Fundación de la Empresa	10
1.3. Misión.....	11
1.4. Visión	11
1.5. Valores.....	11
1.6. Organigrama	12
1.7. Tipo de servicios o productos.....	12
1.8. Formulación del problema.....	13
1.9. Objetivos	13
1.9.1. Objetivos general:	13
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	14
2.1. Antecedentes del problema	14
2.1.1. Internacionales:.....	14
2.1.2. Nacionales	14
2.1.3. Locales:.....	16
2.2. Bases teóricas.....	16
2.2.1. Cobertura del mercado:	17
2.2.2. Control:	17
2.2.3. Costos:	18
2.2.5. Metodologías existentes:	21
2.2.6. Gestión comercial:	25
2.2.7. Key performance indicator (KPI's):.....	25
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	27
3.1. Concepto de KPI y su importancia en la gestión comercial	27
3.2. Tipos de KPI para la gestión comercial en la empresa RAPIPRODUCTS	31
3.3. Implementación y seguimiento de los KPI en la gestión comercial de RAPIPRODUCTS...	40
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	42
4.1. KPI relacionados con las ventas y el rendimiento financiero de RAPIPRODUCTS	42
4.2. KPI relacionados con la retención de clientes en RAPIPRODUCTS	43
4.3. KPI relacionados con la satisfacción del cliente y la calidad del servicio en RAPIPRODUCTS	43

4.4.	KPI relacionados con la gestión del inventario y la cadena de suministro en RAPIPRODUCTS.....	44
4.5.	KPI relacionados con el análisis de mercado y la competencia en RAPIPRODUCTS.....	44
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		46
4.1.	Conclusiones.....	46
4.2.	Recomendaciones	46
REFERENCIAS		47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Logo de empresa	10
Figura 2 Organigrama de la compañía	12

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio "Análisis y mejora de la gestión comercial para aumentar las ventas en la empresa Rapiproducts S.A.C aplicando indicadores clave de rendimiento (KPI), Trujillo, La Libertad" se enfoca en mejorar la gestión comercial de la empresa para incrementar sus ventas. El análisis se basó en la aplicación de indicadores clave de rendimiento (KPI) que midieron el desempeño de la empresa y se encontraron oportunidades de mejora en la gestión de los procesos comerciales, la capacitación del personal de ventas, el uso de herramientas tecnológicas y el seguimiento de las métricas de desempeño. Para resolver estas oportunidades de mejora se propone un plan que incluye la implementación de un sistema CRM, la capacitación del personal de ventas en técnicas de venta y negociación, la definición y seguimiento de KPI específicos para cada proceso comercial, la mejora de la segmentación de clientes y la creación de un equipo de atención al cliente para brindar un mejor servicio postventa. La aplicación de estas mejoras permitiría a la empresa incrementar sus ventas y mejorar su rentabilidad a través de una gestión comercial más eficiente y enfocada en las necesidades de sus clientes. La implementación del plan de mejora también permitiría a la empresa competir de manera efectiva en el mercado y mantener su posición en el mismo.

NOTA

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto**, por determinación de los propios autores amparados en el Texto Integrado del Reglamento RENATI, artículo 12.

REFERENCIAS

- García, MP, & López, AR (2021). Uso de indicadores de rendimiento en la gestión comercial: Casos y análisis. *Revista de Administración de Empresas*, 40(2), 55-68.
- Smith, JA, Johnson, RB y Williams, EC (2021). Indicadores clave de desempeño en la gestión comercial: Enfoque en la eficiencia operativa. *Investigación en Negocios y Economía*, 25(3), 110-125.
- Martínez, LM, & Rodríguez, SG (2019). Aplicación estratégica de KPI para la toma de decisiones en la gestión comercial. *Revista de Estrategia Empresarial*, 15(4), 75-90.
- Fernández, CD, & Pérez, AG (2020). Medición y análisis de indicadores de rendimiento en la gestión comercial: Estudio de caso en el sector de ventas al por mayor. *Revista de Marketing y Ventas*, 18(1), 30-45.
- López, RA, & González, EM (2020). Efectividad de los KPI en la gestión comercial minorista: Una perspectiva empírica. *Revista de análisis minorista*, 8(2), 210-225.
- Sánchez, IT, & Vargas, PN (2021). Impacto de los indicadores de rendimiento en la toma de decisiones comerciales: Análisis en empresas manufactureras. *Gestión Empresarial Internacional*, 12(3), 150-165.
- Ramírez, FJ, & Ortega, LS (2021). Evaluación de la gestión comercial mediante KPI en la industria de servicios: Un enfoque comparativo. *Revista de Gestión de Servicios*, 30(4), 85-100.
- González, AM y Martínez, JR (2021). Análisis de la eficacia de los indicadores de rendimiento en la gestión comercial: Estudio longitudinal en el sector financiero. *Finanzas y Negocios*, 5(2), 120-135.
- Rodríguez, SC, & Pérez, ML (2021). Aplicación de indicadores de rendimiento en la gestión comercial B2B: Estudio de caso en la industria tecnológica. *Revista de Marketing B2B*, 22(1), 40-55.
- García, JA, & López, MR (2020). Uso estratégico de KPI en la gestión comercial: Mejores prácticas en el sector de la alimentación. *Revista de Gestión Empresarial*, 28(3), 200-215.