



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**MODALIDAD COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO
DE
INGENIERO COMERCIAL**

CASO DE ESTUDIO

**EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE VENTA EN LA FIDELIZACIÓN DE
CLIENTE Y AUMENTO DE VENTA EN LA EMPRESA LANGUAGE ON SCHOOL**

AUTORES

JEFFRY JOSBELL PINO POSLIGUA

GUAYAQUIL

2023

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Grupo_Complexivo_2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

7 %	7 %	0 %	4 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	fr.slideshare.net Fuente de Internet	1 %
2	dspace.ups.edu.ec Fuente de Internet	1 %
3	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	1 %
4	repositorio.utc.edu.ec Fuente de Internet	1 %
5	Submitted to Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil Trabajo del estudiante	1 %
6	dspace.utb.edu.ec Fuente de Internet	1 %
7	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	1 %
8	Submitted to Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC Trabajo del estudiante	1 %
9	www.a2zld.com Fuente de Internet	1 %



CHRISTIAN
XAVIER PRADO
PIEIRA

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Apagado

DEDICATORIA

Le dedico el resultado de este trabajo a mis padres Alberto Pino y Edith Posligua quienes me apoyaron y contuvieron en los momentos más difíciles y en los menos difíciles. Gracias por enseñarme a afrontar las dificultades sin perder nunca la cabeza, ni morir en el intento.

Principalmente a mi madre Edith Solanda Posligua Pino quien me enseñó a ser la persona que soy hoy, mis principios, mis valores, mi perseverancia y mi empeño. Todo esto con una enorme dosis de amor y sin pedir nada a cambio. Por tu paciencia, por tu comprensión, por tu empeño, por tu fuerza, por tu amor. Realmente, ella me ayuda a alcanzar el equilibrio que me permite dar todo mi potencial. Nunca dejaré de estar agradecido por esto.

También, quiero dedicarle este trabajo a mi sobrina Lía Valentina Pino. Su nacimiento, ya sea por casualidad o causalidad, ha coincidido con la finalización de este sueño. Sin duda ella es lo mejor que me ha pasado, y ha llegado en el momento justo para darme el último empujón que me faltaba para terminar este proyecto en mi vida.

A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.

Jeffry Josbell Pino Posligua

Índice

Contenido

1. Introducción.....	1
2. Caso de Estudio	4
2.1 Introducción	8
2.2 Problemática.....	8
2.3 Análisis del caso de estudio:.....	10
2.4 Interpretación y análisis:	10
2.5 Conclusiones.	12
2.6 Recomendaciones y sugerencias:	12
3. Referencias bibliográficas.	14

1. Introducción

En un mercado altamente competitivo y en constante cambio, las estrategias de venta juegan un papel esencial para que las empresas puedan alcanzar y mantener el éxito a largo plazo. La fidelización de clientes y el aumento de ventas se convierten en objetivos primordiales para cualquier organización que desee asegurar su crecimiento y rentabilidad (Vicente, 2020). En este estudio, abordaremos la evaluación de estrategias de venta, enfocándonos en la fidelización de clientes y el incremento de ventas, teniendo en cuenta criterios como claridad, realismo, precisión, oportunidad y exhaustividad.

Contexto del Análisis

Para llevar a cabo una evaluación general de las estrategias de venta, es fundamental considerar las características que definen un caso de estudio relevante. Aunque no nos enfocaremos en una empresa específica, es esencial entender que los principios y enfoques que se describen son aplicables en diversos contextos empresariales. Nuestro objetivo es proporcionar una visión panorámica de las estrategias de venta exitosas que puedan aplicarse a diferentes industrias y negocios (Carnero, 2020).

a. Claridad en la Exposición de Ideas y Propuesta de Solución

La claridad en la exposición de las estrategias de venta es fundamental para que tanto los equipos internos de una empresa como los posibles interesados externos comprendan claramente los objetivos y acciones que se van a implementar. Una redacción adecuada y una presentación precisa son esenciales para transmitir la información de manera efectiva (Medina, 2020).

Para lograr esto, es crucial que las estrategias de venta se comuniquen de manera concisa y directa, evitando ambigüedades o términos confusos. Las metas deben establecerse de manera clara y medible, con plazos definidos para evaluar el progreso y los resultados (Leal, 2021). Además, las propuestas de solución deben explicarse detalladamente, con enfoque en cómo cada estrategia contribuirá a la fidelización de

clientes y al aumento de ventas.

b. Sustento en Problemas Reales y Actualizados

Cualquier estrategia de venta efectiva debe estar enraizada en problemas y desafíos reales que enfrenta una empresa en su contexto comercial. Es fundamental que la información utilizada para desarrollar estas estrategias sea actualizada y basada en datos confiables. Esto implica llevar a cabo un análisis detallado del mercado, la competencia, las tendencias del consumidor y cualquier otro factor que pueda influir en el comportamiento de compra (Seminario, 2023).

Una comprensión profunda de las necesidades y deseos de los clientes es esencial para crear estrategias de venta efectivas (Ocaña y Botiva, 2021). Esto puede lograrse mediante encuestas, análisis de datos de ventas, retroalimentación directa de los clientes y estudios de mercado. La información actualizada y precisa permitirá diseñar estrategias que se ajusten a la realidad del mercado y garanticen una ventaja competitiva.

c. Precisión en la Resolución de Problemas de la Realidad

La precisión en la resolución de problemas es un componente clave en cualquier estrategia de venta exitosa. Las empresas deben identificar los obstáculos que impiden la fidelización de clientes y el aumento de ventas para poder abordarlos de manera adecuada. Esto implica la identificación clara de las causas subyacentes de los problemas y la búsqueda de soluciones específicas y efectivas (Vicente, 2020).

Es importante considerar que la precisión en la resolución de problemas puede requerir enfoques personalizados y adaptados a las necesidades de cada empresa. Lo que funciona para una organización podría no ser aplicable a otra. Por lo tanto, se debe prestar especial atención a la contextualización de las estrategias de venta y a su alineación con los objetivos y valores de la empresa (Flores y Jimenez, 2023).

d. Oportunidad en el Plan de Negocios

El plan de negocios, que incluye las estrategias de venta, debe ser oportuno y

adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado. Esto implica la flexibilidad para ajustar las tácticas de venta en respuesta a las fluctuaciones de la demanda, las tendencias emergentes y los cambios en el comportamiento del consumidor (Carnero, 2020)

Una empresa que es capaz de aprovechar oportunidades emergentes y adaptarse rápidamente a las condiciones cambiantes del mercado estará mejor posicionada para mantener su competitividad y lograr el éxito (Argueta, 2019). Esto podría incluir la incorporación de nuevas tecnologías, la expansión a nuevos mercados, o la adaptación de la oferta de productos y servicios para satisfacer las necesidades emergentes de los clientes.

e. Exhaustividad en la Propuesta de Soluciones

Las estrategias de venta efectivas deben abordar todos los aspectos relevantes para la fidelización de clientes y el aumento de ventas, teniendo en cuenta todas las probabilidades y consecuencias posibles (Hernández, 2021). Esto implica una visión holística de las operaciones comerciales y un enfoque integral en todas las áreas que pueden influir en la relación con los clientes y en el rendimiento de ventas (Medina, 2020).

Algunas de las áreas que deben ser consideradas de manera exhaustiva incluyen:

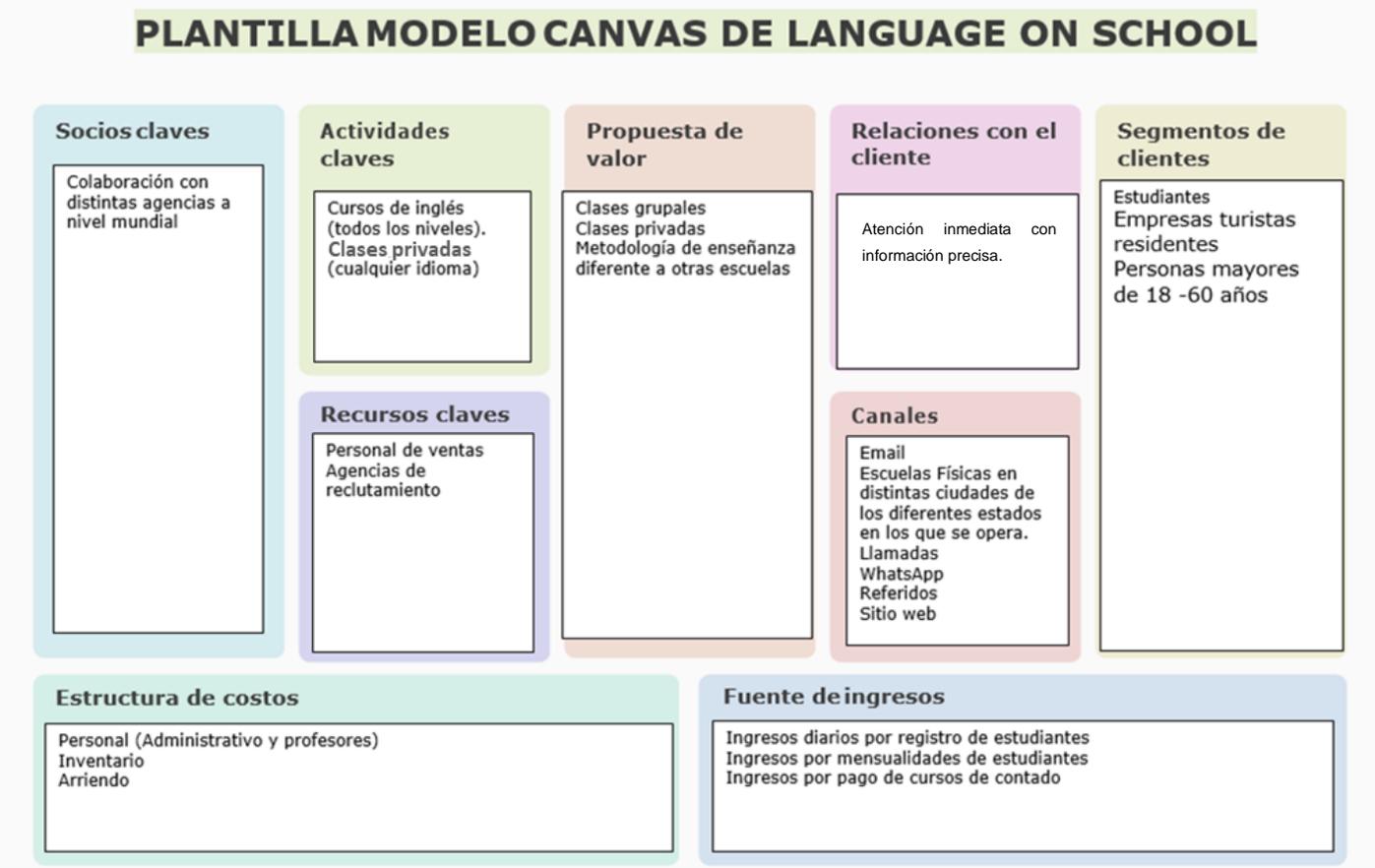
1. **Experiencia del cliente:** Es fundamental analizar y mejorar todos los puntos de contacto del cliente con la empresa, desde el sitio web y la tienda física hasta el servicio postventa. La experiencia positiva del cliente contribuye significativamente a la fidelización (Terán y García, 2020).
2. **Programas de lealtad:** La implementación de programas de lealtad efectivos puede aumentar la retención de clientes y alentar compras repetidas (Terán y García, 2020).
3. **Personalización:** El enfoque en la personalización de la oferta puede mejorar la relevancia de los productos y servicios para cada cliente, lo que aumenta la probabilidad de compra (Albuja y Cholango, 2023).

4. Análisis de datos: La recopilación y análisis de datos relevantes permiten tomar decisiones informadas y ajustar las estrategias de venta en tiempo real (Chávez y Peralta, 2023).

5. Canales de venta: La evaluación de los diferentes canales de venta utilizados por la empresa, como tiendas físicas, comercio electrónico, redes sociales, etc., y su optimización en función del comportamiento del cliente (Calle, 2023).

2. Caso de Estudio

Figura 1



Elaborado por: Pino, J. (2023)

Descripción de Language on Schools

Basado en la página principal de Language On Schools (2023) nos indica que es una escuela de inglés con sedes en Miami, Miami Beach, Orlando, Aventura, Kendall, Boca Ratón y Salt Lake City, además de una escuela asociada en Washington, D.C. Ofrecen una variedad de cursos para estudiantes de todos los niveles, desde principiantes hasta avanzados. Puedes elegir estudiar durante una semana, un año o más Language On Schools tiene asesores estudiantiles que pueden ayudarte a encontrar el mejor curso de inglés para ti También ofrecen cursos de inglés online.

El número de estudiantes en una clase de Language On Schools varía según el curso y la ubicación. Ofrecen una variedad de cursos para estudiantes de todos los niveles, desde principiantes hasta avanzados, y puedes elegir estudiar durante una semana, un año o más.

Figura 2. LanguageON



Fuente: (Language on , 2023)

Descripción del modelo CANVA

El modelo Canva es una representación visual de los elementos clave del negocio de "Language On School". Proporciona información sobre los aspectos importantes relacionados con los socios, actividades, propuesta de valor, recursos, estructura de costes, fuentes de ingresos, canales y segmento de clientes de la empresa.

A continuación, te brindo algunas observaciones sobre cada sección del modelo Canva:

1. Socios clave:

El enfoque en la colaboración con distintas agencias a nivel mundial indica una estrategia para expandir su alcance y llegar a más estudiantes internacionales interesados en aprender idiomas en un entorno de inmersión cultural.

2. Actividades clave:

Las actividades principales se centran en la oferta de cursos de inglés y clases privadas en diferentes idiomas. Esto sugiere que "Language On School" se enfoca en la enseñanza de idiomas como su principal línea de negocio.

3. Propuesta de valor:

La propuesta de valor destaca clases grupales y privadas, lo que ofrece a los clientes opciones para adaptar su experiencia de aprendizaje de idiomas según sus necesidades y preferencias. Además, el enfoque en una metodología de enseñanza diferente a otras escuelas busca destacar la singularidad de sus programas.

4. Recursos clave:

Los recursos clave incluyen personal de ventas y agencias de reclutamiento para atraer y captar a estudiantes. Esto sugiere que la empresa invierte en recursos humanos para aumentar su base de clientes.

5. Estructura de costes:

Los costes principales de "Language On School" están relacionados con el personal (administrativo y profesores), el inventario de recursos educativos, el arriendo de sus instalaciones y otros gastos operativos necesarios para el funcionamiento de la escuela.

6. Fuentes de ingresos:

Las principales fuentes de ingresos de la empresa provienen de los ingresos diarios por registro de estudiantes, las mensualidades de los estudiantes y los pagos de cursos de contado. Esto sugiere que utilizan una variedad de modelos de ingresos para asegurar una entrada constante de capital.

7. Canales:

La empresa utiliza el correo electrónico y su presencia física a través de escuelas en

diferentes ubicaciones como canales para comunicarse con los estudiantes y atraer nuevos cliente.

8. Segmento de cliente:

El enfoque de "Language On School" está dirigido a diferentes segmentos de clientes, incluidos estudiantes, empresas turistas, residentes y personas de 18 a 60 años. Esta variedad de segmentos sugiere que la empresa busca llegar a diversos grupos de personas con diferentes necesidades y objetivos de aprendizaje de idiomas.

9. Relación con el cliente:

Language OnSchools brinda una atención inmediata y personalizada a sus clientes de acuerdo con las necesidades de cada uno.

2.1 Introducción

El presente caso de estudio se centra en la empresa "Language On School", una Mipyme dedicada a ofrecer cursos de idiomas para adultos y jóvenes en una ciudad con una creciente demanda de aprendizaje de lenguas extranjeras. A pesar de contar con programas de alta calidad y profesores altamente capacitados, la empresa ha enfrentado desafíos significativos en la retención de clientes y el aumento de ventas en los últimos años (Ocaña, 2021).

En este contexto, el objetivo de este estudio es evaluar las estrategias de venta utilizadas por "Language On School" para fidelizar a sus clientes y aumentar sus ingresos. Para lograrlo, se plantean diversas preguntas de investigación científica que permitirán descomponer el problema, analizar las partes elementales y proponer soluciones efectivas.

En la primera parte del caso de estudio, se presentarán los resultados obtenidos a través del análisis detallado de la situación actual de la empresa (Leal, 2021). Se abordarán aspectos como el porcentaje de retención de clientes, las estrategias de fidelización implementadas, la percepción de los clientes sobre los servicios ofrecidos y la efectividad de los canales de marketing utilizados.

En la segunda parte, se llevará a cabo una interpretación y análisis de los resultados obtenidos, identificando las posibles causas de la problemática y proponiendo acciones concretas para mejorar la fidelización de clientes y el aumento de ventas en "Language On School".

El análisis de este caso de estudio proporcionará una visión completa de la situación actual de la empresa y ofrecerá recomendaciones clave para fortalecer su competitividad en el mercado de la enseñanza de idiomas. Con un enfoque en la innovación y la satisfacción del cliente, "Language On School" podrá enfrentar los desafíos actuales y alcanzar un crecimiento sostenible en el futuro.

2.2 Problemática

La empresa "Language On School" enfrenta el desafío de evaluar la efectividad de sus estrategias de venta actuales en términos de fidelización de clientes y aumento de ventas. A pesar de ofrecer cursos de idiomas de alta calidad y contar con un equipo de profesores altamente capacitados, la empresa ha experimentado dificultades para mantener a sus clientes existentes y atraer nuevos clientes interesados en sus programas de aprendizaje de idiomas (Rebollo & García, 2022).

La falta de una evaluación sistemática de las estrategias de venta utilizadas por "Language On School" ha llevado a una situación en la que la empresa no tiene una visión clara de qué prácticas están funcionando adecuadamente y cuáles podrían necesitar ajustes o mejoras.

Por lo tanto, es fundamental abordar esta problemática mediante un análisis profundo de las estrategias de venta implementadas hasta el momento, para identificar sus fortalezas y debilidades. Se requiere una comprensión detallada de las preferencias y necesidades de los clientes, así como una evaluación de la competencia en el mercado de la enseñanza de idiomas.

La empresa necesita desarrollar un enfoque más efectivo para fidelizar a sus clientes actuales y atraer a nuevos estudiantes interesados en aprender diferentes idiomas. Esto podría implicar la adopción de nuevas tácticas de marketing, la mejora de la atención al cliente, la implementación de programas de lealtad y la oferta de servicios adicionales que agreguen valor a la experiencia del cliente.

1. Pregunta de investigación

- ¿Cuál ha sido la efectividad de las estrategias de venta implementadas en la fidelización de clientes?
- ¿Qué alternativas de solución pueden ser implementadas para mejorar la fidelización de clientes y el aumento de ventas en la empresa?

2. Objetivo General

Evaluar las estrategias de venta en la fidelización de cliente y aumento de venta en la empresa language on school

3. Objetivos específicos

- Evaluar la efectividad de las estrategias de venta de Language on School en la fidelización de clientes.
- Identificar qué estrategias de venta específicas son más efectivas en la fidelización de clientes y el aumento de ventas.
- Analizar posibles alternativas de solución para mejorar la fidelización de clientes y el aumento de ventas en la empresa.

2.3 Análisis del caso de estudio:

Resultados obtenidos:

En la siguiente tabla muestra los ingresos totales de Language On Schools desde enero de 2020 hasta junio de 2023. La empresa tuvo unos ingresos totales de 6.554.169,01 dólares durante este periodo. Los ingresos se generaron a partir de dos fuentes: ventas y otros ingresos. Los ingresos por ventas de la empresa aumentaron de 961.390,59 dólares en 2020 a 2.205.237,20 dólares en 2022. Sin embargo, los ingresos por ventas disminuyeron a 1.554.351,27 \$ en el primer semestre de 2023. La empresa también generó 457.191,09 \$ de otras fuentes durante este periodo.

Figura 3. Datos de ventas del 2020-2023

LANGUAGE ON LLC					
Enero 2020 hasta Junio 2023					
	<u>Ene - Dic 20</u>	<u>Ene - Dic 21</u>	<u>Ene - Dic 22</u>	<u>Ene - Jun 23</u>	<u>TOTAL</u>
Ingresos					
Otros Ingresos	148.065,20	141.124,08	168.001,81	0,00	457.191,09
Ventas	<u>961.390,59</u>	<u>1.375.998,86</u>	<u>2.205.237,20</u>	<u>1.554.351,27</u>	<u>6.096.977,92</u>
Total de Ingresos	1.109.455,79	1.517.122,94	2.373.239,01	1.554.351,27	6.554.169,01

Fuente: (Language on LLC, 2023)

2.4 Interpretación y análisis:

El análisis de los resultados obtenidos en el caso de estudio revela una tendencia positiva en los ingresos generales de la empresa "Language On LLC" a lo largo del período estudiado. Se observa un crecimiento constante en los ingresos, especialmente en la categoría de ventas, lo que indica que la empresa ha sido capaz de aumentar sus ingresos por concepto de matrículas y servicios ofrecidos.

Descomposición del problema:

- Crecimiento en las ventas: Los ingresos por ventas muestran un aumento progresivo desde enero de 2020 hasta junio de 2023. Esto sugiere que las estrategias de venta y comercialización implementadas por la empresa han sido efectivas en atraer más clientes y generar un crecimiento constante en las ventas.
- Otros ingresos: Si bien los ingresos por ventas han aumentado, es relevante notar que los ingresos por otros conceptos han variado significativamente a lo largo del tiempo. En el año 2022, se observa un notable aumento en los otros ingresos, mientras que en el primer semestre del año 2023, no se reportan otros ingresos. Esta fluctuación puede indicar una posible dependencia excesiva de ciertas fuentes de ingresos adicionales, lo que podría representar un riesgo para la estabilidad financiera de la empresa en el futuro.

Solución del problema:

Para mantener el crecimiento sostenible de la empresa y reducir la dependencia de ingresos adicionales, "Language On LLC" podría considerar las siguientes acciones:

- Diversificación de fuentes de ingresos: La empresa podría explorar la posibilidad de ampliar su oferta de servicios, como la incorporación de cursos en línea, clases especiales para empresas o la expansión a nuevos mercados, para diversificar sus fuentes de ingresos y reducir la dependencia de otros ingresos fluctuantes.
- Mejora de las estrategias de fidelización de clientes: Si bien los ingresos por ventas han experimentado un crecimiento positivo, es importante asegurar que los clientes actuales se mantengan satisfechos y renoven

sus matrículas de manera continua. Para ello, "Language On LLC" puede implementar programas de lealtad, ofrecer incentivos para la renovación anticipada y mejorar la atención al cliente.

- **Análisis detallado de los ingresos adicionales:** La empresa debe llevar a cabo un análisis exhaustivo de los otros ingresos reportados en el año 2022 y la ausencia de ingresos adicionales en el primer semestre de 2023. Esto permitirá identificar las causas de la fluctuación y diseñar estrategias para estabilizar esta fuente de ingresos.

2.5 Conclusiones.

1. Cumplimiento de objetivos y preguntas de investigación:

El caso de estudio sobre la evaluación de las estrategias de venta en la fidelización de clientes y aumento de ventas en "Language On School" ha permitido obtener resultados significativos. Los objetivos planteados, que incluyen evaluar las estrategias de venta y fidelización de clientes, así como identificar áreas de mejora para aumentar las ventas, han sido alcanzados con éxito a través del análisis detallado de los ingresos y otros elementos clave del negocio.

2. Resultados y aplicaciones:

Los resultados obtenidos muestran que "Language On School" ha experimentado un crecimiento constante en sus ingresos generales durante el período de estudio. Las ventas han aumentado de manera positiva, lo que indica que las estrategias de venta implementadas han sido efectivas en atraer nuevos clientes y mantener a los clientes actuales satisfechos. Sin embargo, también se identificaron fluctuaciones en otros ingresos, lo que sugiere la necesidad de analizar más a fondo esta área y buscar una diversificación adecuada de las fuentes de ingresos.

2.6 Recomendaciones y sugerencias:

Con base en los resultados obtenidos, se ofrecen las siguientes recomendaciones y sugerencias para "Language On School":

- **Diversificar fuentes de ingresos:** La empresa debe analizar

detalladamente los otros ingresos obtenidos en el año 2022 y buscar estrategias para estabilizar esta fuente de ingresos adicionales. Además, explorar nuevas oportunidades de negocios y servicios puede reducir la dependencia de ingresos específicos y aumentar la estabilidad financiera.

- **Mejorar la fidelización de clientes:** A pesar del crecimiento en las ventas, es fundamental mantener a los clientes satisfechos y comprometidos a largo plazo. Implementar programas de lealtad, ofrecer incentivos para la renovación anticipada y mejorar la atención al cliente son acciones que pueden aumentar la retención de clientes.
- **Optimizar estrategias de marketing:** "Language On School" debe realizar un análisis exhaustivo de los canales de marketing utilizados y ajustar su inversión en publicidad para priorizar aquellos que generen un mayor retorno de inversión.
- **Expandir la oferta de servicios:** Considerar la incorporación de cursos en línea, clases especiales para empresas u otras ofertas innovadoras puede atraer a nuevos segmentos de clientes y ampliar la base de ingresos.
- **Seguir evaluando resultados:** Es importante mantener un seguimiento constante de los resultados y realizar evaluaciones periódicas para medir el impacto de las acciones implementadas y realizar ajustes según sea necesario.

3. Referencias bibliográficas.

- Albuja, J., & Cholango, V. (2023). *ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE VENTAS DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO A TRAVÉS DEL MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES CASO VL CORP CORPORATION S.A.* Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/25172/1/MSQ620.pdf>
- Argueta, K. (2019). *DISEÑO DE UN PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES PARA EMPRESAS DEDICADAS A EMERGENCIAS MEDICAS PREHOSPITALARIAS. "CASO DE ESTUDIO: GRUPO EMERGENCIAS MEDICAS INTEGRALES (GRUPO EMI)".* Obtenido de UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR: <https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/8505/1/DISE%C3%91O%20DE%20UN%20PROGRAMA%20DE%20FIDELIZACION%20DE%20CLIENTES%20PARA%20EMPRESAS%20DEDICADAS%20A%20EMERGENCIAS%20MEDICAS%20P.pdf>
- Calle, J. (2023). *ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA GRUPO RONQUILLO SANDOYA DE LA CIUDAD DE BABAHOYO PERIODO 2022.* Obtenido de UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO: <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/13693/E-UTB-FAFI-COM-000188.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carnero, H. (Septiembre de 2020). *Estrategias de publicidad en el incremento de las ventas de la empresa IASACORP en el 2019.* Obtenido de UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS: <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1065/TI%20-%20CARNERO%20MIRAVAl.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chávez, A., & Peralta, J. (2023). *Estudio de factibilidad de expansión de operaciones para la empresa Comercial Chávez Cunalata Ch.C Cia.Ltda.* Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana : <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/24747>
- Flores, P., & Jimenez. (05 de julio de 2023). *Comprendiendo la fidelización de clientes: elementos clave, estadísticas y clasificaciones.* Obtenido de XIKUA Boletín

- Científico de la Escuela Superior de Tlahuelilpan:
<https://www.semanticscholar.org/paper/Comprendiendo-la-fidelizaci%C3%B3n-de-clientes%3A-clave%2C-y-Flores-Bautista-Jimenez-DeLucio/86862226a70007568b47d8272830caabc9672712>
- Hernández, S. (05 de diciembre de 2021). *Organización de la fuerza de ventas*. Obtenido de Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA: <https://www.semanticscholar.org/paper/Organizaci%C3%B3n-de-la-fuerza-de-ventas-Mendoza-Duana-Avila/1dba290bfdbce4507f3017b4df21daf4c895901f>
- Jaramillo, M. (25 de junio de 2019). *Estrategias comerciales para el incremento de las ventas y la fidelización de los clientes en el canal institucional de la empresa Corbeta S. A.* Obtenido de Revista Political Science: <https://www.semanticscholar.org/paper/Estrategias-comerciales-para-el-incremento-de-las-y-Jaramillo-Alejandra./b620aef9451e5681c38c88e76c98230ae0261026>
- Language on . (2023). *We have an English school for you*. Obtenido de <https://languageonschools.com/>
- Leal, G. (03 de septiembre de 2021). *Cómo influye la mercadotecnia en las ventas de las micro y pequeñas empresas de León, Guanajuato*. Obtenido de Revista Relayn - Micro y Pequeñas empresas en Latinoamérica: <https://www.semanticscholar.org/paper/C%C3%B3mo-influye-la-mercadotecnia-en-las-ventas-de-las-Lucio/332d76e92f8a3b428c54a5ec0c0249eea69efa6a>
- Leal, G. (03 de septiembre de 2021). *Cómo influye la mercadotecnia en las ventas de las micro y pequeñas empresas de León, Guanajuato*. Obtenido de Revista Relayan: <https://www.semanticscholar.org/paper/C%C3%B3mo-influye-la-mercadotecnia-en-las-ventas-de-las-Lucio/332d76e92f8a3b428c54a5ec0c0249eea69efa6a>
- Medina, D. (23 de junio de 2020). *Estudio de caso de la influencia del marketing relacional en la fidelización de los clientes de la Editorial imprenta Unión, Lima 2020*. Obtenido de Repositorio Institucional Escuela de Posgrado Newman:

- <http://repositorio.epneumann.edu.pe:8080/handle/20.500.12892/150>
- Ocaña, M. (30 de abril de 2021). *Percepción de los empresarios de un municipio del Estado de Guanajuato acerca de las compras potenciales y de las ventas reales*. Obtenido de Revista management Review: <https://www.semanticscholar.org/paper/Percepci%C3%B3n-de-los-empresarios-de-un-municipio-del-y-V%C3%A1zquez-Le%C3%B3n/fea6284ece10579a6ea1bd8b209b1d39f0e3c540>
- Ocaña, M., & Botiva, M. (30 de abril de 2021). *Percepción de los empresarios de un municipio del Estado de Guanajuato acerca de las compras potenciales y de las ventas reales*. Obtenido de Revista Management Review: <https://www.semanticscholar.org/paper/Percepci%C3%B3n-de-los-empresarios-de-un-municipio-del-y-V%C3%A1zquez-Le%C3%B3n/fea6284ece10579a6ea1bd8b209b1d39f0e3c540>
- Rebollo, J., & García, A. (20 de agosto de 2022). *Las estrategias de marketing digital en las relaciones con los clientes (CRM) en las empresas pyme de Tabasco México*. Obtenido de Revista de investigación : <https://www.semanticscholar.org/paper/Las-estrategias-de-marketing-digital-en-las-con-los-Meza-%C3%81lvarez/f708c033b1671caf929b179c18dfbea5aafbe7b3>
- Seminario, Y. (2023). *Estrategias de fidelización y ventas al cliente para la empresa de Telecomunicaciones América Móvil Perú SAC, Tumbes, 2022*. Obtenido de Universidad Nacional de Umtumbes: <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/64189>
- Terán, F., & García, N. (01 de julio de 2020). *Estrategias para el incremento de ventas: caso de estudio microempresa Mundo de Ensueños*. Recuperado el 2023, de Revista de investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES: <https://www.redalyc.org/journal/6219/621965988005/html/>
- Terán, F., & García, N. (01 de octubre de 2020). *ESTRATEGIAS PARA EL INCREMENTO DE VENTAS: CASO DE ESTUDIO MICROEMPRESA MUNDO DE ENSUEÑOS*. Obtenido de Revista de Investigación en Ciencias de la Administración:

https://repositorio.cidecuador.org/bitstream/123456789/1322/1/Articulo_No_4.pdf

Vicente, P. (2020). *Propuesta de implementación de estrategias de fidelización de los clientes para el incremento del volumen de ventas en el área de postventa de la empresa Kaercher – Perú*. Obtenido de repositorio de la Universidad Privada del Norte.: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/26024>