



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de artículo académico previo a la obtención del Título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Análisis de efectos empáticos en el desempeño efectivo del vendedor del sector comercial”

AUTORES:

José Joel Toaza Caisaguano

Edwin Gonzalo Yugcha Aysabucha

TUTOR: Ing. Manuel Roberto Soria Carrillo, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Marzo 2021



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Manuel Roberto Soria Carrillo, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Análisis de efectos empáticos en el desempeño efectivo del vendedor del sector comercial**” presentado por el señor **José Joel Toaza Caisaguano y Edwin Gonzalo Yugcha Aysabucha** para optar por el título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 09 de marzo del 2021

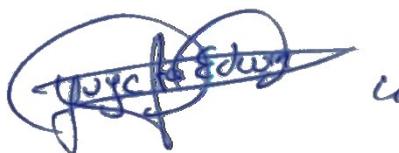
Ing. Manuel Roberto Soria Carrillo, Mg.
C.I. 1801499607

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **José Joel Toaza Caisaguano** y **Edwin Gonzalo Yugcha Aysabucha**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



José Joel Toaza Caisaguano
C.I. 180428123-4



Edwin Gonzalo Yugcha Aysabucha
C.I. 180341027-1

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Ing. César Andrés Guerrero Velastegui, Mg.

C.I. 1803101243

Ing. Arturo Fernando Montenegro Ramírez, Mg.

C.I. 1803845385

Ambato, 09 de marzo del 2021

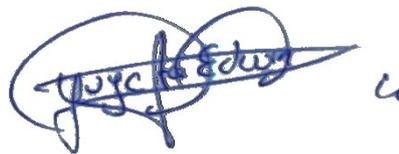
DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro artículo académico con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autor.



José Joel Toaza Caisaguano
C.I. 180428123-4



Edwin Gonzalo Yugcha Aysabucha
C.I. 180341027-1

RESUMEN EJECUTIVO

Este artículo académico presenta un análisis de efectos empáticos en el desempeño efectivo del vendedor del sector comercial que en la actualidad muchas empresas enfrentan diversos inconvenientes en la actividad comercial que hacen que el trato con los clientes se vea afectada, uno de estos aspectos es la falta de empatía de los vendedores que son los encargados de realizar el proceso de venta.

El objetivo de este estudio es analizar los factores que confluyen en los efectos empáticos que están presentes en los vendedores de las empresas, disminuyendo muchas de las veces un desempeño adecuado, conllevando a que la relación con los clientes se vea afectada.

Se realizó una investigación cualitativa mediante revisión literaria encontrando lineamientos que permiten medir los factores empáticos presentes en los vendedores, para la recolección de datos se lo hizo mediante la encuesta, el instrumento utilizado fue el cuestionario del cociente de empatía presentado por Cohen y Wheelwright.

Los resultados arrojados del estudio indicó que los vendedores se encuentran en un nivel empatía medio, así también que las mujeres tienden a desempeñarse empáticamente mejor en las ventas, se logró constatar que los vendedores son empáticos en el momento de la venta.

Así la propuesta es fomentar en las organizaciones se realicen continuamente charlas, capacitaciones y demás actividades que fomenten una adecuada relación efectiva entre vendedores y clientes. La creación de valor con un enfoque de asesoría personalizada que ayude a los vendedores.

PALABRAS CLAVE: ARTÍCULO ACADÉMICO, EFECTOS EMPÁTICOS, DESEMPEÑO DEL VENDEDOR, SECTOR COMERCIAL

ABSTRACT

This academic article presents an analysis of the empathic effects on the effective performance of the salesperson in the commercial sector, empathy of the salespeople who are in charge of carrying out the sales process.

The objective of this study is to analyze the factors that converge in the empathic effects that are present in the salespeople of the companies, often decreasing an adequate performance, leading to the relationship with customers being affected.

A qualitative research was carried out by means of a literary review, finding guidelines that allow measuring the empathic factors present in the sellers, for the data collection it was done through the survey, the instrument used was the empathy quotient questionnaire presented by Cohen and Wheelwright.

The results of the study indicate that sellers are at a medium level of empathy, as well as that women tend to perform better empathically in sales, it was found that sellers are empathic at the time of sale.

Thus, the proposal is to encourage organizations to continually carry out talks, trainings and other activities that promote an adequate effective relationship between vendors and customers. The creation of value with a personalized advisory approach that helps sellers.

KEY WORDS: ACADEMIC ARTICLE, EMPATHIC EFFECTS, SELLER PERFORMANCE, COMMERCIAL SECTOR

LINK DEL ARTÍCULO ACADÉMICO PUBLICADO

[https://www.593dp.com/index.php/593 Digital Publisher/article/view/354](https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/354)