



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: “El modelo del ciclo de vida del producto desde una
perspectiva en las ventas del período 2016 – 2018 en el sector
calzado de la ciudad de Ambato”**

AUTORES:

Anthony Mauricio Robayo Lerma

Julio David Valverde Mieles

TUTOR: Dr. Juan Carlos Castro Analuiza, PHD.

AMBATO – ECUADOR

Octubre 2020



APROBACIÓN DEL TUTOR

Dr. Juan Carlos Castro Analuiza, Phd.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**El modelo del ciclo de vida del producto desde una perspectiva en las ventas del período 2016 – 2018 en el sector calzado de la ciudad de Ambato**” presentado por los señores **Anthony Mauricio Robayo Lerma** y **Julio David Valverde Mieles** 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, 07 de octubre 2020



Dr. Juan Carlos Castro Analuiza

C.I. 0201801768

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Anthony Mauricio Robayo Lerma** y **Julio David Valverde Miele**, 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.



Anthony Mauricio Robayo Lerma

C.I. 1754536272



Julio David Valverde Miele

C.I. 1803846409

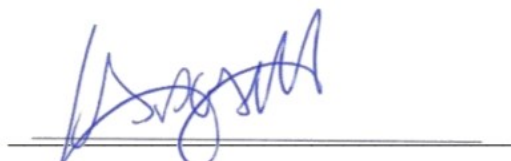
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

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.



Dr. PhD. Hernán Mauricio Quisimalin Santamaría

C.I. 180264380-8



Ing. Washington Marcelo Gallardo Medina MBA.

CI: 180341501-5

Ambato, 07 de octubre del 2020

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.



Anthony Mauricio Robayo Lerma

C.I. 1754536272



Julio David Valverde Mieleles

C.I. 1803846409

RESUMEN EJECUTIVO

Plasticaucho S.A es una empresa dedicada a la confección y comercialización de calzado, siendo una de las empresas de calzado más grandes de la provincia de Tungurahua, satisfaciendo a su clientela bajo estrictos procesos de calidad, gracias a esto se reconoce a la empresa a nivel nacional bajo líneas de productos, zonas y canales comerciales.

Por esta razón, el siguiente trabajo de investigación hace hincapié en un modelo de crecimiento poblacional basado en el ciclo de vida del producto que respondió a un enfoque cuantitativo, no experimental de carácter longitudinal y alcance relacional, incluyéndose la descripción de los participantes, el diseño del estudio y el instrumento de evaluación se buscó matizar: 1) ubicar las líneas de productos según el CVP; 2) clasificar las zonas comerciales; 3) identificar la participación de los canales de distribución. Para el alcance de estos elementos se exploró el presupuesto de ventas (pares), estacionalidad (meses) y tasa de crecimiento del 10 por ciento.

Se utilizaron los informes de ventas de los años 2016, 2017 y 2018 para el desarrollo del modelo logístico de crecimiento poblacional, con esto se demostró la aprobación de la vida limitada de los productos y la estacionalidad de ventas con el cálculo del coeficiente Fisher con un resultado de: 0.08338, la cual ayudó a ubicar en qué etapa del CVP se sitúa cada línea, zona y canal comercial adjuntando la etapa de turbulencia en el estudio como énfasis para la toma de decisiones.

Después del estudio realizado en la empresa Plasticaucho S.A se sugiere que, en el calzado escolar, relax y deportivo se impulse la innovación de diseños con productos vanguardistas como exigencia del mercado y aplique nuevas estrategias de mercadeo para incrementar las ventas para evitar la declinación de productos con el tiempo.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO, CRECIMIENTO, DECLIVE, ECUACIÓN DE VERHULST, INTRODUCCIÓN, MADUREZ, TURBULENCIA.

ABSTRACT

Plasticaucho S.A is a company dedicated to the manufacture and commercialization of footwear, being one of the biggest footwear companies in the province of Tungurahua, satisfying its customers under strict quality processes, thanks to this the company is recognized at a national level under product lines, areas and commercial channels.

For this reason, the following research work emphasizes a model of population growth based on the life cycle of the product that responded to a quantitative approach, not an experimental one of longitudinal character and relational reach, including the description of the participants, the design of the study and the evaluation instrument. It was sought to nuance: 1) to locate the lines of products according to the CVP; 2) to classify the commercial zones; 3) to identify the participation of the distribution channels. To reach these elements, we explored the sales budget (pairs), seasonality (months) and the 10 percent growth rate.

The sales reports for the years 2016, 2017 and 2018 were used to develop the logistical model for population growth, thus demonstrating the approval of the limited life of the products and the seasonality of sales with the calculation of the Fisher coefficient with a result of: 0.08338, which helped to locate in which stage of the CVP each line, zone and commercial channel is located, attaching the stage of turbulence in the study as an emphasis for decision making.

After the study carried out in the company Plasticaucho S.A, it is suggested that in the school, relax and sports footwear, the innovation of designs with avant-garde products should be promoted as a market demand and new marketing strategies should be applied to increase sales to avoid the decline of products over time.

KEY WORDS: ACADEMIC ARTICLE, PRODUCT LIFE CYCLE, GROWTH, DECLINE, VERHULST EQUATION, INTRODUCTION, MATURITY, TURBULENCE

LINK DE PUBLICACIÓN EN REVISTA

<https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/REP/article/view/3191/2342>