Método de Casos

¡Voy a comprar este producto!

Por: Arturo Sotomayor Salas

Eduardo Gonzales estudió en la Universidad Nacional de San Agustín y egresó del programa de contabilidad en el año 2009. Se presentó a diferentes empresas, siendo aceptado en la compañía Aceros Arequipa.

Es soltero de treinta años y mantiene comunicación con algunos amigos, dando a conocer sus gustos y preferencias. A Eduardo le gusta mucho la música y podría pasar horas escuchando sus canciones preferidas.

Un día Eduardo decidió buscar un equipo algo pequeño para escuchar la música de su preferencia, yendo a diferentes tiendas formales situados en los diferentes edificios modernos y por varios intentos que hizo durante varios días, realmente no pudo comprarlo. De todas maneras se sentía motivado y siempre se había interesado por ese tema. Así, en una búsqueda casual, encontró que la motivación va unida a una fuerza interna, inherente a todos. Es la energía viva, como fuego, que direcciona las diferentes emociones y comportamientos. Cuando se emprende alguna empresa nos sentimos motivados, estamos dispuestos a ser creativos y apasionados. Tenemos la sensación de ser competitivos, de actuar con libertad, de mantener una paz armónica, sentir amor y ser productivos.

Buscaba algo no muy grande que pudiera satisfacer ese deseo y no sea muy costoso. Hasta que encontró lo que quería en una tienda de la primera cuadra de la calle Mercaderes.

Lo primero que llamó su atención al observar las vidrieras donde el producto se mostraba, era que no tenía un precio visible como si lo tenían otros. Un poco emocionado, preguntó a una persona cercana que parecía trabajar en la tienda y no

supo que contestar. Dijo con una expresión meditabunda que costaba unos doscientos nuevos soles aproximadamente, pero no estaba muy seguro. Frente a esa respuesta se quedó algo sorprendido, retirándose de inmediato mientras agradecía la deferencia.

Después de dos días volvió nuevamente. Buscó con mayor interés a una señorita vendedora para que informe sobre los precios. Estuvo atendido con una venia aparente y una ligera sonrisa, yendo hacia una computadora para averiguar los precios. Eduardo esperaba atento y dispuesto. Después, la señorita dio algunos precios de diferentes productos, así, mirando un producto en especial dijo: ¡Voy a comprar este producto!

Quien atendía buscó la llave para sacar el producto de una vitrina y Eduardo pensó que probablemente era el único que estaban vendiendo. ¿No hay más en el almacén? Preguntó. No hubo respuesta alguna. Un silencio invadió el ambiente mientras hacía intentos con otra persona para enchufarlo. Comprendió que querían probarlo. Usaron un USB para ello e indicaron que no tenían un CD para escuchar en ese momento. Notaba que no estaban dispuestos para aceptar el pedido y no hicieron nada para satisfacer la demanda potencial. Increíblemente tuvo que irse de nuevo, con las manos vacías.

Ya en su casa, Eduardo pensó como una posibilidad, buscar el producto en alguna tienda informal donde a veces venden cosas de contrabando, aunque se preguntaba si estaba actuando realmente bien.

NOTA DE ENSEÑANZA

¡Voy a comprar este producto!

Por: Arturo Sotomayor Salas

NOTA DE ENSEÑANZA
TÍTULO DEL CASO: ¡VOY A COMPRAR ESTE PRODUCTO!
1.- PROEMIO A Eduardo Gonzales le gusta la música. Siendo egresado de la universidad y como contador, siente mayor motivación y energía en su trabajo como en su casa, cuando se pone a escuchar la música de su preferencia. Como Arequipa va creciendo en el aspecto comercial, decidió buscar un equipo de música no muy grande y que no cueste mucho. Así, se propuso ir a diferentes tiendas de los malls conocidos y después de preguntar por algunos, encontró lo que quería en la primera cuadra de la calle Mercaderes. Después de ir dos veces y en días diferentes a la misma tienda con la intención de comprar, realmente no pudo ser atendido como esperaba y finalmente tuvo que irse sin el producto. Aunque se preguntó luego en casa, si podría tener otra opción si buscaba el producto en tiendas informales, que lo venden de contrabando.
2.- ÁREA ESPECÍFICA DE INTERÉS Es posible considerar las siguientes áreas: • Recursos Humanos • Marketing • Economía general, empresa • Finanzas
3.- OBJETIVOS GENERALES 1. Que el estudiante analice la importancia de la motivación personal. 2. Que el estudiante considere el papel que deben cumplir los vendedores. 3. Comprender la importancia de los departamentos vinculados a la

comercialización y las ventas.

4. Conocer los efectos multiplicadores que la comercialización tienen en el crecimiento y finanzas de una compañía.
5. Saber que comprar en negocios informales y de contrabando, no beneficia a la economía en general.

4.- ACTIVIDADES A REALIZAR

En grupos de hasta 5 personas, se debe comentar el caso. (10 a 15 minutos)

Cada grupo debe tomar en cuenta la mejor opción y escribir en una hoja aparte sus conclusiones. (10 a 15 minutos)

Cada grupo expone la idea principal. (10 a 15 minutos)

El profesor que hace de moderador, comenta de manera general sobre cuál serían los beneficios de escoger una u otra opción. (5 a 10 minutos)

Finalmente, hay comentarios finales de los estudiantes. (5 a 10 minutos)

5.- PREGUNTAS A PLANTEAR A LOS ESTUDIANTES EN UNA PLENARIA

- ¿Qué entender por motivación?
- ¿Hay motivación interna? ¿Cómo se manifiesta?
- ¿Hay motivación externa? ¿De que forma influye?
- ¿Cómo se manifiesta el deseo de satisfacer una necesidad?
- ¿Qué funciones deben cumplir los vendedores?
- ¿Cómo influyen las ventas en el desarrollo y las finanzas de la empresa?
- ¿Diferencias entre una empresa formal e informal?
- ¿Qué actitud deben tener los consumidores frente a una empresa formal e informal?

CRONOLOGÍA DE LA PLENARIA

1.- Discusión general en grupos: 15 a 20 minutos

2.- Comentar en la plenaria las preguntas planteadas que sean más relevantes: 15 minutos.

3.- Comentario final y general: 5 minutos

6.- USO DE LA PIZARRA Hacer la anotación si surge una pregunta diferente y hacer el comentario. Anotar algunas palabras técnicas derivadas de la actividad.
7.- EPILOGO Aunque el señor Eduardo Gonzales había pensado en buscar el producto en tiendas informales y se dirigió hacia ellas, finalmente pensó que no era lo más adecuado. Como única opción consideró esperar un poco para volver a buscar el producto que deseaba.