



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA.**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**AGOSTO 2021 – OCTUBRE 2021**

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN**

**CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TEMA:**

**COMO INCIDIÓ LA PANDEMIA DEL COVID-19 EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA**

**OROCASH DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EÑ PERIODO 2020**

**EGRESADO:**

**JESSICA KATHERINE MELENDEZ MARTILLO**

**TUTORA:**

**SUSANA MORAN RODRIGUEZ**

**AÑO 2021**

## **Resumen**

La pandemia del covid-19 afecto a todos los sectores comerciales, que integra la toma de decisiones de los consumidores provocando cambios a la hora de gestionar una compra, lo que ha conllevado el cierre de varios negocios.

Las ventas eran el principal indicador afectado dentro de las empresas por la pandemia, debido a la paralización de actividades mercantiles, la afectación económica a nivel nacional, es decir al poco flujo de dinero por la disminución de sueldos y despidos de empleados.

Sin embargo este fenómeno influyo en las organizaciones a introducirse de manera masiva en el mundo digital ayudando a mantener una atracción de clientes, siendo uno de los medios que ha generado la mayor influencia de ventas permitiendo que las empresas puedan mejorar sus rentabilidad y mayor adquisición de ventas, sirviendo además como medio de análisis de mercado con la finalidad de conocer las necesidades actuales como una de las principales herramienta para poder tener acceso a productos y servicios desde una aplicación por el miedo a contagiarse.

**Palabras claves:** ventas, déficit, mercado, flujo de dinero, liquidez.

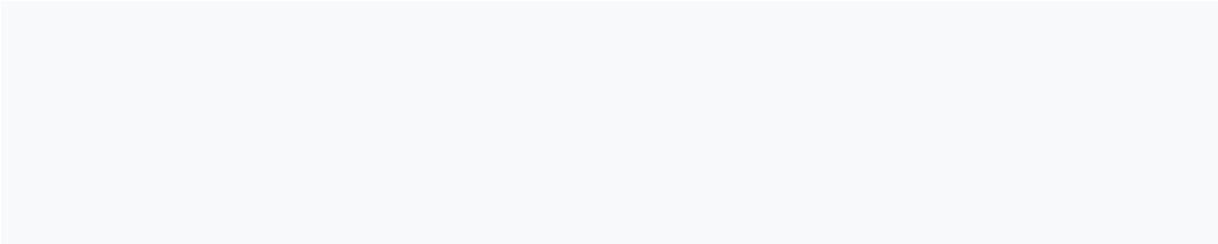
### **Abstract**

The covid-19 pandemic affected all commercial sectors, which integrates consumer decision-making, causing changes when managing a purchase, which has led to the closure of several businesses.

Sales were the main indicator affected within companies by the pandemic, due to the stoppage of commercial activities, the economic impact at the national level, that is to say, the little flow of money due to the decrease in salaries and dismissal of employees.

However, this phenomenon influenced organizations to enter the digital world en masse, helping to maintain customer attraction, being one of the means that has generated the greatest influence on sales, allowing companies to better their profitability and greater acquisition of sales, also serving as a means of market analysis in order to know current needs as one of the main tools to be able to access products and services from an application for fear of infection.

**Keywords:** sales, deficit, market, money flow, liquidity.



## **Introducción**

OROCASH es una organización que se fundó en el año 2008, su actividad comercial está sujeta a la compra y venta de joyas en metales como oro y plata, siendo la primera compañía en liderar las tendencias además de fijar precios justos para los usuarios, sin embargo con el paso de los años se convirtió no solo en una empresa comercializadora sino que además fabrica joyas a la vanguardia teniendo como visión satisfacer a los clientes haciéndolos lucir elegantes a través de preciosos detalles, liderando en un 90% del mercado nacional, es decir consta con 86 sucursales establecidas en el Ecuador.

La investigación tiene como objetivo conocer como la pandemia del covid-19 influyó en las ventas realizadas en el año 2020 teniendo como referencias las ventas del año anterior, partiendo desde el análisis del departamento de ventas a través del uso de estrategias implantadas para que dicho indicador no se vea afectado ante este fenómeno natural, que causó gran impacto en cada uno de los negocios establecidos en el país.

En el presente caso de estudio se utilizó como sublínea de investigación: Empresas e Instituciones Públicas y Privadas sujeta a la línea de: Gestión financiera, administrativa, tributaria y control, debido a que se analizara el desempeño de la agencia a través de las ventas obtenidas en el año 2020.

Para el estudio en desarrollo se utilizara el método bibliográfico, el cual permitirá sustentar las problemáticas encontradas a través de libros, revistas entre otros documentos teóricos de ayuda para la investigación, además se aplicara la investigación cualitativa que mediante

técnicas de investigación aplicadas nos permitirá desglosar e indagar mas en el tema haciendo uso del método inductivo con el fin de plasmar las ideas obtenidas durante la investigación.

Para el desarrollo de dicha investigación se utilizó como técnica de recopilación de datos la entrevista al administrador y colaboradores de la sucursal, mediante el cuestionario instrumento que nos generara información más clara a través de preguntas subjetivas, con el fin de obtener datos precisos que permita analizar y describir los factores que afectaron a las ventas en dicho periodo el cual ayudara a lograr desarrollar el objetivo establecido.

## Desarrollo

La empresa Oro Cash se encuentra direccionada bajo un grupo de comerciantes colombianos especializados en la compra y venta del metal precioso como es el oro permitiéndole un amplio giro de negocio en Ecuador, en la ciudad de Guayaquil la organización a nivel nacional posee 86 joyerías, ganando cada vez mayor posicionamiento, garantizando altos estándares de calidad, precio y normas internacionales para la demanda de los clientes.

El tema a abordar será en la ciudad de Guayaquil agencia matriz E01 ubicada en Chile 110 y 9 de Octubre, misma institución que posee 5 colaboradores distribuidos en 1 administrador, 1 vendedor sénior y 3 vendedores junior, al ser una agencia con poco personal de trabajo a demostrado que puede ser capaz de cumplir con los objetivos y metas de ventas pautas. Sin embargo durante la pandemia del covid-19 la organización tuvo cambios significativos en la administración y área contable, donde analizaremos cada uno de estos aspectos a continuación.

La empresa Orocash tiene como actividad comercial ofrecer al público una variedad de joyas como relojerías, pulseras, cadenas etc., y también la adquisición de joyas en metales como el oro y plata, diferenciándose ante la competencia por la buena atención al cliente a para satisfacer las necesidades de la población. Teniendo como visión ser reconocidos como la joyería líder en la innovación de joyas reflejando la calidad en cada pieza

El departamento de ventas es clave fundamental para el funcionamiento de la agencia, garantiza la liquidez a través de las ventas, responsabilidad que recae en los vendedores que integran en la organización debido a que son los encargados del poder de negociación de los productos que la empresa ofrece a los consumidores para obtener a cambio una utilidad. “El

departamento de ventas es el que tiene como función principal comercializar los bienes o servicios que ofrece la empresa, por conducto de la fuerza de ventas. Para que este departamento funcione de forma correcta, se deben aplicar “técnicas y políticas acordes con el producto que se desea vender.” (Navarro, 2012)

El objetivo del desarrollo de la investigación es analizar la influencia de la pandemia del covid-19 en las ventas de la agencia Orocash de la ciudad de Guayaquil, como factor principal del decaimiento de la rentabilidad de la empresa por la disminución de consumo por parte de los clientes. La pandemia dejó secuelas en el sector comercial evidenciando los altos índices de desempleo con un 83% afectando la productividad del país y negocios limitando la capacidad estratégica por parte del Gobierno para incentivar la matriz productiva.

La carencia de actividades mercantiles afectó la economía de la organización y demás empresas establecidas en el país, el confinamiento forjó a la población pasar por un determinado tiempo dentro de los hogares ocasionando la insuficiencia en el flujo de efectivo.

El (Código del comercio, 2019) al referirse a las actividades mercantiles, el artículo 7 determina que son todos los actos u operaciones que implican necesariamente el desarrollo continuado o habitual de una actividad de producción, intercambio de bienes o prestación de servicios en un determinado mercado, ejecutados con sentido económico; así como los actos en los que intervienen empresarios o comerciantes, cuando el propósito con el que intervenga por lo menos uno de los sujetos mencionados sea el de generar un beneficio económico.

Las condiciones económicas que atravesaba el país, fueron de gran impacto en el comercio, la falta producción y no consumo genero que no se pueda vender dentro de la agencia, sin embargo el gobierno estableció una ley humanitaria para sostener plazas de empleo y además

la producción dentro del país para disminuir la crisis de liquidez que se estaba palpando a nivel nacional.

Durante el covid-19 se evidencio que la agencia carecía de estrategias de ventas teniendo un gran impacto en el flujo de dinero dentro de la misma. Según (Artal, 2017) en su libro se refiere a “Las estrategias de ventas como programas detallados para cumplir los objetivos que nos hemos marcado de una manera más general” los colaboradores dentro de la organización desarrollan las actividades de manera que toman en consideración los planes previos ejecutados para cumplir con las metas de ventas establecidas cada mes, es importante destacar que este indicador ayuda a tener un objetivo claro y conciso a la hora de establecer una meta comercial.

Con la anterior mencionada se considera que la empresa Orocash no mantenía una estrategia que capte la atención del público a través de las nuevas tecnologías como son las estrategias de ventas digitales dándole la oportunidad a la organización la atracción de consumidores.

La insuficiencia de flujo de efectivo es otro factor que se ha visto afectado por la disminución de las ventas durante el periodo del covid-19.

Los autores (Bartra & Reátegui, 2018) consideran que el flujo de efectivo consiste básicamente en determinar la capacidad de la empresa para generar efectivo, con el cual pueda cumplir sus obligaciones y sus proyectos de inversión y/o expansión. Adicionalmente, el flujo de efectivo permite hacer un estudio o análisis de cada una de las partidas con incidencia en la generación de efectivo, datos que pueden ser de gran utilidad para el diseño de políticas y estrategias encaminadas a realizar la utilización de los recursos de la empresa de forma más eficiente.

Haciendo referencia a los antes citados podemos mencionar que el déficit económico oprimió se ejecute la compra de estos materiales ocasionando la disminución de entradas y las

salidas de dinero que son fundamental para la rentabilidad y solvencia de la empresa a largo plazo. Es importante destacar que el dinero es punto clave para el crecimiento de una empresa pero ante la crisis el gerente de la compañía determino como punto clave a sus colaboradores, a pesar de una demanda significativa de despidos, la organización pensaba en el bienestar de cada una de las familias, planificando estrategias al momento de ser golpeados ante este fenómeno.

Otro de los inconvenientes que incidieron en las ventas de la agencia de Orocash fue la incapacidad que mantenían los colaboradores a la hora de incursionar en las nuevas tendencias digitales que les permita tener una relación cercana con los clientes.

El comercio electrónico consiste en transacciones comerciales realizadas a través de internet, mientras que el comercio electrónico utiliza tecnología de la información y sistemas de información. Información, buscando mejorar procesos y transacciones dentro de la organización. Sin embargo, cabe señalar que para en cuanto a negocios como comercio electrónico la infraestructura técnica de una organización es fundamental. (Robayo, 2020)

Esto provoco que las ventas reduzcan de manera que afecto las relaciones con los clientes fieles dentro de la empresa, la influencia del comercio electrónico ha permitido economizar gastos de local comercial, permitiendo el fácil acceso a los consumidores acceder a la compra desde la comodidad de los hogares a través del internet. La empresa Orocash se vio en la necesidad con el paso de los días incorporarse en las redes sociales con la finalidad de analizar las nuevas necesidades del mercado actual, mejorando la relación clientes y empresa, también permite que se pueda llegar a cualquier parte del mundo abriendo generando la expansión del negocio nacional e internacionalmente.

La empresa Orocash al atravesar adversidades en la pandemia incursiono en las redes sociales en este caso instagram, con la finalidad de potenciar la atracción de clientes mediante las nuevas herramientas digitales evitando el quebranto de las ventas.

(Torres, 2017) Hace referencia a lo citado por Alkhowaiter que: Entre las diferentes plataformas de redes sociales, instagram se considera una herramienta llegue a los clientes y a las empresas de marketing de forma más eficaz. Como una aplicación diseñado para teléfonos móviles, lo que permite a las empresas llegar fácilmente a los clientes sin importar dónde se encuentren. Si. Por otro lado, otra razón importante es que instagram es de uso gratuito, es decir, su uso no es está restringido por regulaciones. Por tanto, los usuarios pueden pasar comentarios y me gusta, y finalmente, el proceso de compartir fotos hace que una cuenta en instagram se encuentra en un interesante directorio en línea.

Esto ha causado que exista gastos administrativos, debido que existía la necesidad de capacitar al personal que integran el departamento de marketing para que exista un buen manejo del perfil de la organización a través del marketing digital, que además le ayudaba a la institución identificar como ofrecerle más valor al clienta a través de un buen servicio o un producto que cumpla con sus expectativas.

Según (Mejia, 2019) los gastos administrativos “son todos los costos que se tiene dentro del centro de distribución para el correcto funcionamiento del mismo, entre los principales tenemos: servicios básicos, alimentación, capacitación del personal, alojamientos, bonos extraordinarios, gastos e insumos cafetería, gastos notariales y registros, honorarios personas naturales.”

La reducción del personal, es una de las primeras problemáticas que evidencio la agencia, la disminución de comercialización y paralización de actividades mercantiles en el país incidió a la reducción de las ventas lo que provoco el cierre de las empresas llevándolas al quiebre.

Según (Morejón, 2019) el despido denota una connotación negativa que produce un cambio de estado que pasa de estar a dejar de estar de pertenecer, a dejar de pertenecer, en el sentido laboral propiamente dicho de activo a pasivo. Sin embargo, esta comparación también es válida para empresas o instituciones que son parte de sectores productivos donde pueden dejar de estar si no responden positivamente a los objetivos primarios señalados anteriormente, con las implicaciones que esto conlleva en el contexto social y económico.

El impacto del covid-19 generó que se tomaran medidas precautelares drásticas por la gran propagación que se veía en el país afectando los pequeños, medianos y grandes empresas.

Otro de los indicadores de la empresa que se vio afectada fue mermar los sueldos de los empleados, debido a la deficiencia de las ventas, esta decisión se tomó ante el análisis minucioso de los precios, análisis y bajo respaldo de leyes establecidas por el gobernante del país dándole la oportunidad a las empresas privadas a reducir los pagos a los colaboradores por los servicios que prestan con el objetivo de evitar el cierre de empresas que ayudan en la economía de las familias del país.

El artículo 20 de la (Ley Organica de Apoyo Humanitario, 2020) menciona que se dará la reducción emergente de la jornada de trabajo, por eventos de fuerza mayor o caso fortuito debidamente justificados, el empleador podrá reducir la jornada laboral, hasta un máximo del 50%. El sueldo o salario del trabajador corresponderá, en proporción, a las horas efectivamente trabajadas, y no será menor al 55% de la fijada previo a la reducción; y el aporte a la seguridad social pagarse con base en la jornada reducida. El empleador deberá notificar a la autoridad de

trabajo, indicando el período de aplicación de la jornada reducida y la nómina del personal a quienes aplicará la medida.

La reducción tanto de sueldo como de personal afecta las operaciones dentro de la agencia Orocash reflejada en la sobrecarga laboral por la demanda de tareas a ejecutar por la disminución de personal, ocasionando que las actividades desarrolladas dentro de la empresa sean ineficientes.

Para (Arcos, 2017) La sobrecarga de trabajo produce la llamada sobrecarga de roles, Según la Organización Mundial de la Salud 2010, es: una manera de conflicto trabajo-familia, al tener varias actividades que hacer en un momento dado, cuando la demanda total está en el tiempo y energía asociadas con actividades prescritas por múltiples roles laborales y familiares existe gran presión para desempeñarse adecuadamente.

Este factor provocó la desmotivación en los colaboradores de la agencia se sienten en descontento por las exigencias que demanda la empresa, la carencia de reconocimientos y ausencia de oportunidades de desarrollo para los colaboradores hace que la productividad en la empresa sea baja evidenciando el desinterés progresivo por sus funciones a desempeñar.

Los autores (Peña & Villón, 2017) mencionan que en esta época las empresas invierten enormes sumas de dinero con el fin ejercer tácticas que motiven a su personal a hacer más grandes esfuerzos con el propósito de conquistar logros para la organización, obviando alguna vez las necesidades de cada trabajador, y es en este instante donde dicha inversión puede ser en fracaso; debido a que estas necesidades son de carácter personal y varían en la era. No obstante, aquellas necesidades son el proceso que activa la conducta, y en algunas ocasiones tienen la posibilidad de ser semejantes en todos los trabajadores, o sea, aun cuando sus patrones

de comportamiento varíen, el proceso que los motiva va a ser el mismo para todos los trabajadores.

Lo antes mencionado refleja la ineficiencia en los procesos administrativos, las fases administrativas beneficiarían a la empresa para llevar un mejor control de las actividades que realizan los colaboradores con relación a las metas y objetivos, con la capacidad de dirigir la agencia de manera eficiente y eficaz permitiendo replantearse ante crisis o cambios que se presentan en la organización. Según el libro escrito por (Cano, 2017) menciona que los procesos administrativos “Es un proceso por medio del cual se consigue calidad en el funcionamiento de un organismo social, a través del correcto aprovechamiento de sus recursos, en pro del logro de objetivos predeterminados.”

La disminución de las ventas evidencio mediante la encuesta retrasos de pagos a proveedores, causando que la productividad disminuya y que además exista crecimiento de interés debido al incumplimiento de pago pautados en una fecha específica ante ambas partes.

El incumplimiento de pago a proveedores genera a la empresa corte de suministro por parte de algunos de sus proveedores, mala imagen y referencia hacia otros proveedores, teniendo además incremento de cuentas por pagar pese a la alta posición de liquidez que mantiene la empresa, incremento en las quejas y atención a proveedores insatisfechos. (Herrera, 2018)

Otros de los inconvenientes evidenciados fue adelantar las vacaciones laborales, misma que se dieron a un porcentaje de empleados como recurso de elección para la conservación de sus puestos de trabajos, manteniendo un equilibrio tanto para la empresa y colaboradores, contribuyendo a la emergencia económica, social y política.

El artículo 69 del (Código de Trabajo , 2013) menciona que las vacaciones anuales que percibe todo trabajador tendrá derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de descanso, incluidos los días no laborables. Los trabajadores que hubieren prestado servicios por más de cinco años en la misma empresa o al mismo empleador, tendrán derecho a gozar adicionalmente de un día de vacaciones por cada uno de los años excedentes o recibirán en dinero la remuneración correspondiente a los días excedentes.

Ante la pandemia del covid-19 y la carencia de ventas, la agencia tomo la decisión reducir sus stocks y la producción de preciosas joyas para la venta a los consumidores, con el objetivo de disminuir los costos y mejorar la rentabilidad de la empresa, disponiendo con la necesario de productos.

En su tesis (Cobo, 2019) hace referencia a los citado por Salazar, 2014 que los stocks o existencia de una empresa cualquiera, es el conjunto de materiales y artículos que se almacenan, tanto aquellos que son necesarios para el proceso productivo como los destinados a la venta, constituyen una de las actividades fundamentales, dentro de la gestión de la cadena suministro, llegando a suponer la mayor inversión de la empresa, e inclusive abarcando más del 50% del total activo en el sector de la comercialización.

Lo antes mencionado generó que la agencia reduzca la adquisición de oro, reflejada en el inventario, el administrador de la agencia analiza y planifica a través de la demanda o capacidad que los empleados desarrollan a la hora de gestionar una venta para determinar la cantidad de joyas u oro que necesitara para desarrollarse en el mercado comercial mensualmente.

Orocash posee varias agencias dentro de la ciudad de Guayaquil en diversas magnitudes, en ocasiones la agencia no consta con la gama de productos que elabora, al existir una decadencia en el inventario de manera global dentro de la empresa genero que las principales agencias sean

las privilegiadas en obtener todo el stock durante la pandemia por la alta adquisición de compran del consumidor. Según (Vallejo, 2016) menciona en su libro que “La gama de productos está integrada por especialidades de la misma línea (sabores, aromas, variedad, etc.). Son las posibilidades que se ofrecen al consumidor para que tenga opciones de escoger.”

Orocash mantuvo carencia de ingresos operativos para la buena funcionalidad y además coadyuve contribuir en los gastos que demanda la empresa, la escasez de compra y al déficit del inventario y pocos controles no contribuyen al incremento de utilidad dentro de la agencia. Ante todos los indicadores considerados no permite que la organización pueda desarrollar las compras a los consumidores por la deficiente rentabilidad. Los autores (Ayala & Fino, 2015) mencionan en su libro que “los ingresos operativos son todas las transacciones en la línea de negocio negocios ordinarios, como ventas. Compañía; otros negocios secundarios distintos de las ventas no se clasifican como ingresos operando u operando pero como otros ingresos.”

Otro factor determinado a través de la entrevista fue la economizar gastos que se dio dentro de la empresa, es decir se llegó a la determinación de reducir el presupuesto designado a cada agencia posicionada dentro del país, con el objetivo de reducir gastos internos de la empresa es decir utilizar lo mínimo de recursos como limpieza, utilices de oficina, entre otros aspectos.

(Angeles, 2018) Hace referencia a lo citado por Pérez, 2009 que los gastos operativos de una empresa a la referencia del dinero que se desembolsa en el desarrollo de sus actividades. Estos gastos por ejemplo son los sueldos de sus colaboradores, alquiler de locales, compra de suministros, entre otros. También se considera a los activos que están destinados a mantenerse siempre con una valoración 15 en su condición para que vuelva a estar en funcionamiento de trabajo, destinándose a las necesidades del negocio y no esperen de un beneficio futuro, sino que su función es permitir la subsistencia de la actividad comercial

Todos estos aspectos antes mencionado reflejados en la entrevista demostraron que la empresa mantenía un insuficiente activo circulante, decir no hubo flujo de ingresos de dinero o solvencia de los bancos, la empresa cumplía con todos los pagos de sueldo a sus colaboradores mismos que se encontraban sujetos a la disminución de sueldos para buscar un equilibrio económico dentro de la empresa evitando despidos y dejar a familias sin un sustento económico.

Los autores (Calderón & Sosa, 2015) de la tesis consideran que el activo circulante son los derechos, bienes o créditos que son líquidos (bancos, activos financieros a corto plazo, caja) o pueden ser convertidos en efectivo en el plazo menor a un año (clientes, existencias). Son activos que permanecen en la empresa menos de 1 año y representan la inversión de bienes de explotación.

Es importante destacar que mediante la encuesta se considero que el uso de la red social INSTAGRAM permitió el crecimiento de las ventas, hoy en día es una de las herramientas más usadas por las empresas porque les permitió tener más acercamiento con los consumidores con el propósito de interactuar y conocer sus necesidades con el objetivo de satisfacer las demandas. Con esta herramienta se pudo lograr tener una negociación con los consumidores, sin tener el temor de contagiarse del covid-19, tratando de reestructurar la situación económica que está atravesando Orocash.

(Weller, 2020) Hace referencia que la crisis sanitaria puede tener otro impacto en la productividad laboral a largo plazo que se determina por la combinación de las maquinaria y la tecnología y las habilidades y competencias de los trabajadores. Bajo el concepto del capital humano se ha diferenciado capital humano general y capital humano específico. Mientras que

primero es aplicable en cualquier contexto productivo (por lo menos de un rubro dado), gran parte del último se adquiere en un puesto de trabajo específico, en una empresa en particular. Buena parte de este capital humano no se puede aprovechar de manera productiva en otro contexto o en otra empresa. Si en una crisis profunda una gran cantidad de empresas quiebra y desaparece, con ellas también desaparece la posibilidad de aprovechar una parte del capital humano de los trabajadores, relacionada con los puestos de trabajo en estas empresas.

La pandemia ocasiono que exista carencia de liquidez dentro de las empresas debido a la falta de flujo de ventas que se suscito durante este periodo, sin embargo Orocash enfrento grandes problemáticas que pudo sobrellevar a pesar de la disminución de actividades mercantiles dentro del país.

Luego del periodo de confinamiento época donde la economía del Ecuador fue golpeada por la pandemia, la empresa Orocash tomo medidas ante este fenómeno a través de planes estratégicos de ventas, marketing, y administrativo para un mejor desarrollo de las ventas post pandemia.

La adaptación de la sociedad a nuevas estrategias de compra como el comercio electrónico fue de gran impacto para las empresas por la gran acogida que tuvieron y con un 70% de confiabilidad por parte de los consumidores a la hora de hacer compras por el internet.

Para analizar la incidencia del covid-19 en las ventas que produce Orocash analizaremos a través de datos obtenidos de la empresa la variación en los ingresos de oro y plata.

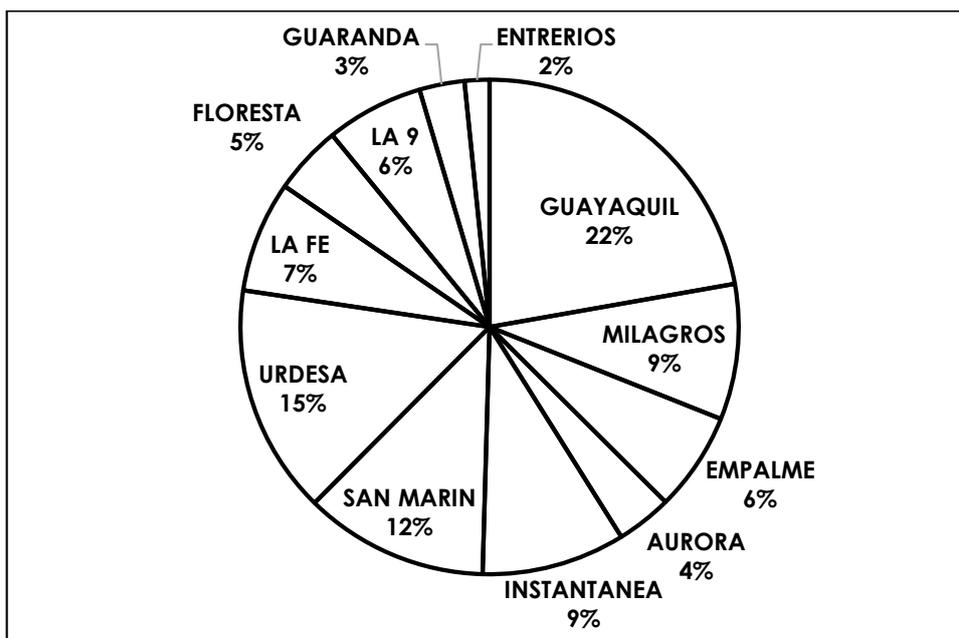
**Tabla 1:** Ventas de joyas elaboradas a base de oro

<b>VENTAS MINORISTAS (DOLARES )</b>					
<b>COD</b>	<b>AGENCIA</b>	<b>AÑO 2020</b>	<b>PROY 2021</b>	<b>EJEC 2021</b>	<b>VAR PROY 21 VS EJ 21</b>
<b>E-01</b>	GUAYAQUIL	19.319,77	89.733,22	<b>68.679,23</b>	21.053,99
<b>E-02</b>	MILAGROS	21.186,59	42.510,71	<b>27.401,75</b>	15.108,96
<b>E-15</b>	EMPALME	9.356,07	22.597,85	<b>19.946,70</b>	2.651,15
<b>E-21</b>	AURORA	-	-	<b>11.171,23</b>	
<b>E-22</b>	INSTANTANEA	17.775,37	42.668,74	<b>28.824,75</b>	13.843,99
<b>E-23</b>	SAN MARIN	32.998,18	44.562,33	<b>36.971,65</b>	7.590,68
<b>E-24</b>	URDESA	29.203,33	25.300,27	<b>46.306,59</b>	21.006,32
<b>E-25</b>	LA FE	13.436,04	45.748,53	<b>22.463,07</b>	23.285,46
<b>E-27</b>	FLORESTA	18.229,61	18.239,14	<b>13.877,85</b>	4.361,29
<b>E-32</b>	LA 9	10.907,31	19.824,63	<b>19.609,95</b>	214,68
<b>E-45</b>	GUARANDA	2.741,16	19.519,69	<b>9.046,56</b>	
<b>E-09</b>	ENTRERIOS	-	-	<b>4.986,20</b>	4.986,20
<b>TOTAL</b>		<b>175.153,43</b>	<b>370.705,11</b>	<b>309.285,53</b>	<b>-62.117,69</b>

**Fuente:** Datos de la investigación

**Elaborado por:** Jessica Meléndez

Podemos observar que la proyección estimada para el año 2021 en la venta de oro es el doble de incremento de las ventas que se generó en el año 2020 con \$89.733,22 tan solo en las agencias de la ciudad de Guayaquil, a pesar de la proyección se puede observar como en el segundo trimestre del año 2021 existió una variación en cuanto a lo proyectado con las ventas generadas en dicho trimestre con un -21.053,99 dólares, es decir no se cumplió con las estimaciones realizadas durante ese periodo, pero sí sobrepasó las ventas del 2020 en el metal oro.

**Tabla 2:** Agencias con mayor adquisición de ventas en oro

**Fuente:** Datos de la investigación  
**Elaborado por:** Jessica Meléndez

Las agencias ubicadas en la ciudad de Guayaquil mantienen gran influencias de ventas liderando con un 22% de adquisición de joyas a base de oro, debido a que es la segunda ciudad con mayor población del territorio ecuatoriano y con gran influencia en el comercio.

En el siguiente gráfico analizaremos las ventas generadas del metal plata durante el período 2020 en comparación con el segundo trimestre del año 2021.

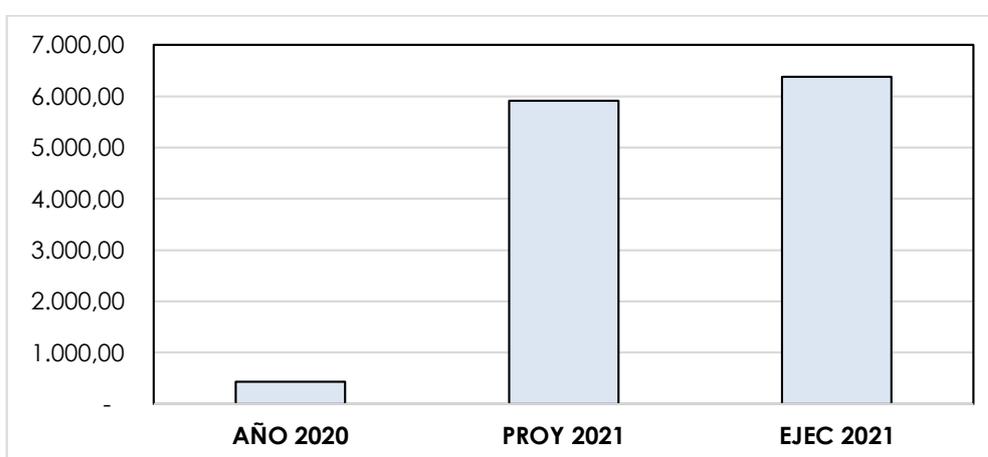
**Tabla 3:** Ventas de joyas elaboradas a base de metal plata

<b>VTAS ROSETT (ABR - JUN 2021)</b>				
<b>ZONALES</b>	<b>AÑO 2020</b>	<b>PROY 2021</b>	<b>EJEC 2021</b>	<b>VAR 2021</b>
<b>E-01 GUAYAQUIL</b>	232,41	1.768,85	2.127,3	358,45
<b>E-02 MILAGRO</b>	-	660,00	702,59	42,59
<b>E-23 SAN MARIN</b>	7,14	614,00	721,91	107,91
<b>E-15 EMPALME</b>	74,69	626,76	1.090,32	463,56
<b>E-24 URDESA</b>	-	545,00	360,01	-184,99
<b>E-27 FLORESTA</b>	73,62	425,54	489,06	63,52
<b>E-32 LA 9</b>	41,52	802,50	354,36	-448,14
<b>E-45 GUARANDA</b>	-	476,00	534,55	58,55
<b>TOTAL</b>	<b>429,38</b>	<b>5.918,65</b>	<b>6.380,10</b>	<b>461,45</b>

**Fuente:** Datos de la investigación

**Elaborado por:** Jessica Meléndez

Podemos observar que en el año 2020 las ventas generadas fueron de 429,38 dólares reflejando la carencia de ventas en el ciudad de Milagro, Urdesa y Guaranda agencias afectadas por la pandemia del covid-19, sin embargo las agencias con mayor demanda de ventas a pesar de la disminución de actividades mercantiles en aquel periodo es Guayaquil.

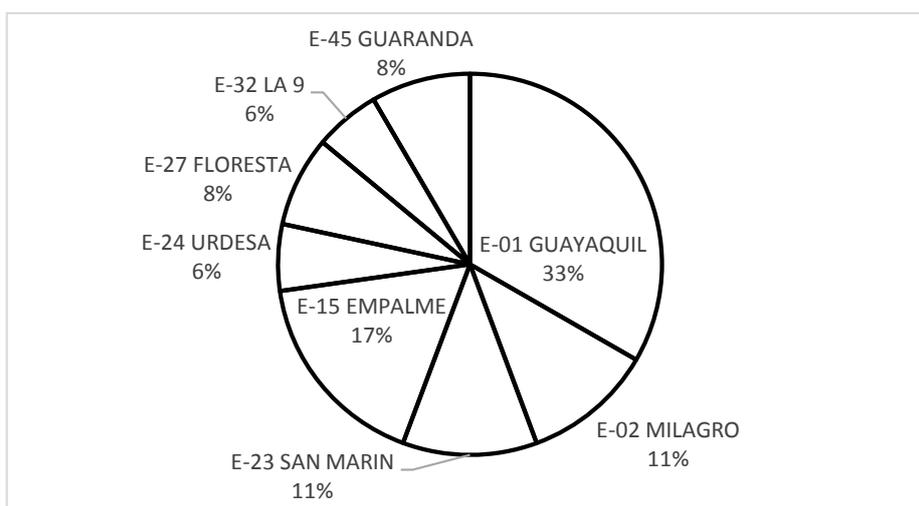


**Fuente:** Datos de la investigación

**Elaborado por:** Jessica Meléndez

Este grafico nos muestra como las ventas pasaron los límites de las proyecciones estimadas y mostrando como en el año 2021 las ventas fueron 5 veces mayor que en el 2020.

Podemos ver que las proyecciones estimadas realizadas en el plan estratégico de 1.768,85 dólares por ventas para las agencias situadas en Guayaquil, a pesar de las proyecciones realizadas para el periodo 2021 observamos que en el trimestre de abril-junio hubo una gran demanda teniendo una variación de 358,45 millones entre las proyecciones estimadas con las demanda de ventas realizadas en dicho periodo.



**Fuente:** Datos de la investigación  
**Elaborado por:** Jessica Meléndez

Podemos ver que en las agencias de la ciudad de Guayaquil es la número uno con un 33% en generar ventas en comparación con agencias cercanas.

La pandemia afecto las ventas en la empresa pero sin embargo las nuevas tendencias y estrategias hicieron que las ventas se recuperen con mayor velocidad dándole una liquidez y solvencia a la empresa para continuar con su equipo de trabajo permitiéndole recuperarse ante las adversidades económicas que atravesaba el país.

## Conclusiones

Podemos concluir que la empresa Orocash no estaba preparada para una crisis ante un fenómeno que se vino propagando muy rápido que afectó la economía y liquidez de la organización sino también del país, demostrando a través de la entrevista que los vendedores de la agencia no estaban aptos para ejercer presión ante la disminución de afluencia de clientes, considerando que ellos son el pilar fundamental y que además son los encargados de generar liquidez a la agencia.

La agencia demostró que no mantenían estrategias de ventas, ante los cambios generados por la pandemia, evidenciando la disminución de interacción con el cliente e introducción a nuevos medios de relación con los consumidores a través de plataformas digitales que fue el inicio masivo del comercio electrónico. Este factor también se vio afectado por la carencia de incentivos a los trabajadores, teniendo como conocimiento la disminución de sueldos y comisiones no retribuidas por las bajas ventas que existían durante el periodo de confinamiento.

También se pudo notar que al existir inconvenientes originados por el covid-19, los ingresos de la empresa Orocash S.A disminuyeron considerablemente, reflejando la insatisfacción de liquidez dentro de la empresa que ocasionaba que no exista solvencia para gastos administrativos y rentabilidad para los empleados de la organización, prescindiendo de sus servicios.

## Bibliografía

Angeles, J. (2018). *Los Gastos Operativos y su Incidencia en la Rentabilidad de la Empresa Inversiones y Tecnología y Suministros S.A. 2017*. Universidad Peruana de las Americas.

Arcos, M. (2017). *La sobrecarga de trabajo y su efecto sobre el compromiso organizacional en la gerencia de negocios de una empresa de telecomunicaciones*. Universidad Andina Simón Bolívar.

Artal, M. (2017). *Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores*. ESIC (Business&Marketingschool).

Ayala, S., & Fino, G. (2015). *Contabilidad básica general: Un enfoque administrativo y de control interno*. Corporación Universitaria Republicana.

Bartra, J., & Reátegui, C. (2018). *Incidencia del flujo de efectivo en la rentabilidad de la empresa mercantil Zurita E.I.R.L, ciudad de Tarapoto periodo 2016*. Universidad Nacional de San Martín .

Calderón, R., & Sosa, C. (2015). *Administración de los activos circulantes en empresas comerciales con excesiva liquidez*. Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña .

Cano, C. (2017). *La administración y el proceso administrativo*. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

Cobo, F. (2019). *Gestión del inventario y la optimización del stock en la empresa Granos del Ecuador*. Universidad Técnica de Ambato.

Código de Trabajo . (2013). *Código de Trabajo* . Dirección Nacional de Asesoría Jurídica de la PGE.

Código del comercio. (2019). *La actividad mercantil y los actos de comercio*. Asamblea Nacional .

Herrera, L. (2018). *Propuesta de modelo de gestión por procesos para el cumplimiento oportuno de los pago a los proveedores de la empresa Robert Bosch S.A.C.* Universidad Ricardo Palma .

Ley Organica de Apoyo Humanitario. (2020). Ley Orgánica de Apoyo Humanitario para combatir la crisis sanitaria derivada del Covid-19. *Registro Oficial Suplemento 229* (pág. 21). Asamblea Nacional.

Mejia, A. (2019). *Caracterización y análisis de la cadena de suministro para la empresas de publicidad y servicios publicitarios caso “Señal X cía. Ltda.” durante el periodo 2017.* Universidad de Cuenca.

Morejón, S. (2019). *Propuesta de buenas practicas de despido por causas economicas, técnicas, organizativas y de productividad para las organizaciones del sector privado.* Universidad Andina Simón Bolívar .

Navarro, M. (2012). *Tecnicas de Ventas* . Red Tercer Milenio.

Peña, H., & Villón, S. (2017). Motivación laboral: Elemento fundamental en el éxito organizacional. *Instituto Internacional de Investigación y Desarrollo Tecnológico Educativo* , 117-192.

Robayo, D. (2020). El comercio electrónico: concepto, características e importancia en las organizaciones. *Generación de contenidos impresos N.º 20* , 9.

Torres, M. (2017). *Instagram y su uso como una herramienta de marketing digital en chile.* Universidad de Chile.

Vallejo, L. (2016). *Marketing en productos y servicios.* ESPOCH.

Vásconez, B. (2015). *Analisis del proceso de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa INFOQUALITY S.A* . Universidad Internacional SEK.

Weller, J. (2020). La pandemia del covid-19 y su efecto en las tendencias de los mercados laborales. *Documentos de Proyectos(LC/TS.2020/67)* .

## Anexos

**Commerciorplus S.A**

Guayaquil, 20 de septiembre del 2021

Señora:  
Jessica Katherine Meléndez Martillo  
Ciudad. -

**SUAD ANAHID MOREIRA ABRAHAM**, identificada con cédula de ciudadanía número **120306919-8**, por los derechos que represento en mi calidad de Gerente General de la compañía **COMMERCORPLUS S.A.** con R.U.C. número **0993233943-001**; **Extiendo** la presente certificación a la Sra. **JESSICA KATHERINE MELENDEZ MARTILLO** con numero de cedula 1206319780 a realizar el respectivo Estudio de Caso: **INCIDENCIA DE LA PANDEMIA EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA OROCASH DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL DURANTE EL PERIODO 2020**, el cual es un requisito previo a la obtención del título de **INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**.

La empresa se compromete a entregar información solicitada por el estudiante con la condición de tener la información entregada bajo confidencialidad.

Este certificado se expide a solicitud de la interesada, para los fines pertinentes.

Atentamente;

**AB. SUAD A. MOREIRA A.**  
Gerente General  
**COMMERCORPLUS S.A.**  
R.U.C. 0993233943-001



**UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMATICA  
ENCUESTA DIRIGIDA A LA AGENCIA OROCASH DE LA CIUDAD DE  
GUAYAQUIL.**



- 1. DE QUE MANERA AFECTO EL COFINAMIENTO EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA?**
  
- 2. LA EMPRESA MANTIENE ESTRATEGIAS DE VENTAS ANTE FENOMENOS QUE AFCTEN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA?**
  
- 3. COMO SE ENCUENTRA DISTRIBUIDA LA EMPRESA**
  
- 4. CREE UD QUE LA PANDEMIA DEL COVID-19 INCIDIO EN LAS VENTAS?**
  
- 5. QUE MEDIDAS TOMO LA EMPRESA ANTE EL DECAIMIENTO ECONOMICO?**
  
- 6. CREE UD QUE LAS MEDIDAS DE LEY HUMANITARIA PARA PRECAUTELAR LAS EMPRESAS DEL ECUADOR SE REALIZARON PARA AYUDA TANTO DE LA EMPRESA COMO EL EMPLEADOR?**
  
- 7. LA EMPRESA UTILIZO LAS PLATAFORMAS DIGITALES COMO HERRAMIENTA PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS?**