



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA.

PROCESO DE TITULACIÓN

DICIEMBRE 2021 – ABRIL 2022

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

TEMA:

DISMINUCION DE VENTAS EN EL COMISARIATO ESCOLAR DE LA

CIUDAD DE BABAHOYO PERIODO 2019-2020-2021

ESTUDIANTE:

ALISON MAGDALENA RODRIGUEZ DIAZ

TUTOR:

PABLO ANIBAL VELA

AÑO 2022

Contenido

Planteamiento del problema	3
Justificación.....	5
Objetivos del estudio	6
Líneas de investigación.....	7
Marco conceptual.....	8
Marco metodológico.....	19
Resultados.....	20
Discusión de Resultados.....	21
Conclusiones.....	23
Recomendaciones.....	24
Referencias.....	25
Anexos.....	26

Resumen

En el presente estudio de caso analizaremos la DISMINUCION DE LAS VENTAS DEL COMISARIATO ESCOLAR DE LA CIUDAD DE BABAHOYO PERIODO 2019-2020-2021 cuyo objetivo principal es conocer las principales causas de la misma.

Realizaremos comparaciones de estos tres periodos de la cuenta “ventas” para observar la variación de la misma para lo cual propondremos posibles soluciones con el objetivo de que esta empresa tenga un incremento en las ventas.

Sin duda conoceremos un poco más a fondo la estructura del COMISARIATO ESCOLAR, por quien está liderada y quienes forman parte de ella, desde cuando inició su actividad comercial y como se ha mantenido durante tantos años. Entre otras cosas.

Palabras claves: Disminución de ventas, ventas, covid-19.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Durante la pandemia a causa del covid-19 se realizaron un sin número de restricciones tales como el confinamiento y consecuencia de ello la inasistencia a clases presenciales lo cual afectó no solo la parte psicológica de los estudiantes sino también un sin número de negocios internacionales, nacionales y locales que dependían de los mismos ya que estos eran considerados sus principales consumidores.

Muchas fueron las empresas que decidieron cerrar sus puertas por la abrupta disminución de ventas que tuvieron durante este periodo ya que prácticamente los negocios resultaban insostenibles para sus propietarios; las empresas dedicadas a la comercialización de libros, útiles escolares y de oficina fueron uno de los sectores más afectados.

La suspensión de clases presenciales represento un duro golpe para esta empresa ya que su principal ya que al no contar con estudiantes sus ventas disminuirían notoriamente debido a que los mismos representan un gran porcentaje de sus compradores.

El gasto durante el periodo de pandemia, el post pandemia y la reactivación económica aumentó ya que se registraron otros tipos de gastos tales como la realización de las respectivas pruebas covid periódicamente a cada uno de los trabajadores que se encuentran expuestos, también se pudo identificar mercadería que expiró durante el periodo de confinamiento, lo cual también representa un gasto y en ocasiones pérdidas para esta empresa.

Cabe recalcar que el comisariato escolar es el distribuidor con mayor impacto del sector librerías en la ciudad de Babahoyo; Actualmente existe una alta competencia debido al incremento de las ventas online y al bajo precio que las mismas ofrecen, ya

que al no tener un lugar físico y no contar con empleados pues su inversión y gastos son inferiores y estas pueden ofrecer el mismo producto en un menor precio lo cual llama la atención del cliente que busca economizar debido a la situación económica difícil que actualmente se atravesando mundialmente.

Existe una deficiente utilización de Marketing de la empresa lo cual afecta directamente las ventas de la misma ya que actualmente vivimos en una sociedad muy apegada a los medios digitales en especial a las redes sociales que pueden considerarse una gran herramienta para un negocio si se hace un correcto uso de las mismas.

Al no contar con personas especializadas y capaces de manejar estas áreas que son actualmente de gran importancia; la disponibilidad en cualquier horario es lo que se puede ofrecer mediante las ventas digitales y es considerada una gran herramienta para grandes y pequeños emprendedores; lo mismo que sin duda puede ser un arma en contra al no disponer de este servicio como es el caso de esta empresa que no cuenta con esta innovadora opción.

La inseguridad que se vive no solo dentro de la ciudad sino también dentro del país también representa un grave problema para esta empresa; hace unos meses atrás fueron víctimas de la delincuencia convirtiéndose esto en una verdadera amenaza ya que se al tener pérdidas generadas por el covid-19 y a esto sumarle la delincuencia que se lleva el dinero producto de las ventas.

JUSTIFICACIÓN

En el presente estudio de caso nos enfocaremos en analizar, diagnosticar y proponer soluciones a la problemática actual de la empresa como es la disminución de ventas en el comisariato escolar de la ciudad de Babahoyo en el periodo 2019-2020-2021; La afectación que causó el covid-19 en las empresas locales, nacionales e incluso internacionales es por ello que se considera de gran importancia estudiar las consecuencias del mismo.

La economía obviamente se vio afectada durante estos años de pandemia para algunos hogares resultaba imposible subsistir al día a día y resulta de gran importancia estudiar cómo esta empresa logró sobrevivir a esta crisis mundial por la que se atravesó; la disminución de las ventas que son el motor de toda empresa sin duda generó malestar no solo en quienes lideran esta empresa sino también en quienes laboran y dependen de ella.

La investigación realizada al COMISARIATO ESCOLAR, se la desarrolla con la finalidad de mostrar la abrupta disminución de ventas que causó el covid-19 a esta empresa siendo esta reconocida a nivel provincial por sus excelentes servicios y productos que la misma ofrece.

Realizaremos una comparación de los meses de mayor movimiento comercial con el año antes de la pandemia, el año que surgió la pandemia y sin duda el post pandemia; Analizar la reactivación económica que se vivió en el 2021 ya que al disminuir las restricciones sanitarias muchos negocios pudieron abrir sus puertas al público y volver a reactivarse económicamente y generar no solo ingresos sino también trabajo como es el caso la empresa COMISARIATO ESCOLAR.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Analizar la disminución de las ventas del comisariato escolar de la ciudad de Babahoyo en el periodo 2019-2020-2021

Objetivos específicos

- Estudiar la cuenta ventas del comisariato escolar de la ciudad de Babahoyo en el periodo 2019-2020-2021 para impulsa el crecimiento de las mismas.
- Identificar las causas de la disminución de las ventas mediante la recopilación de información dentro el comisariato escolar de la ciudad de Babahoyo
- Proponer una estrategia para el incremento de las ventas a fin de que estas logren aumentar en el comisariato escolar de la ciudad de Babahoyo en periodo 2019-2020-2021

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

La ejecución del presente estudio de caso analizaremos la DISMINUCION DE VENTAS EN EL COMISARIATO ESCOLAR DE LA CIUDAD DE BABAHOYO PERIODO 2019-2020-2021 el mismo que está inmerso en la línea de investigación gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoria, control. Con la finalidad de averiguar las diferentes causas de la disminución de las ventas en los periodos establecidos.

En la sub línea de investigación gestión financiera, tributaria y compromiso social; averiguar sobre la administración de recursos humanos y económicos especialmente durante la pandemia; Con la finalidad de hacer un uso correcto de las mismas.

MARCO CONCEPTUAL

COMISARIATO ESCOLAR, persona natural obligada a llevar contabilidad empezó sus funciones el 16 de agosto de 1999 con el RUC 1202786982001; empresa reconocida a nivel provincial por la comercialización de artículos de oficina, papelería, libros, útiles escolares entre otros.

Considerados líderes en ventas donde está ubicada su matriz en las calles General Barona y Eloy Alfaro dentro de la ciudad de Babahoyo perteneciente a la provincia de Los Ríos.

Liderada por el reconocido Abg. Arturo Alvarado Espinoza el mismo que reconoce que la ayuda idónea para mantener este negocio por tantos años ha sido su esposa la Sra. Amalia Aguilera Pazmiño quien desarrolla el cargo de gerente financiero dentro de esta empresa que sin duda es de carácter familiar ya que también intervine su hijo el Sr. Arturo Alvarado Aguilera el mismo que desempeña el rol de gerente de ventas dentro de dicho establecimiento.

Cabe mencionar que este negocio considerado rentable ha sido el sustento de su familia por años, gracias a la fidelidad de sus compradores logro abrir una sucursal que estaba ubicada en el terminal terrestre de la ciudad de Babahoyo, teniendo así dos locales dentro de la misma ciudad lo cual resulto beneficioso no solo para los dueños de esta empresa sino también para sus clientes ya que este negocio no solo busca el beneficio propio sino también se interesa por las necesidades y prioridades de sus clientes.

EL COMISARIATO ESCOLAR es considerado una de las empresas más sólidas dentro de la ciudad de Babahoyo quien ofrece fuentes de empleo a jóvenes que quieran laborar dentro del mismo en épocas de mayor movimiento comercial o temporada escolar; a causa de la pandemia no solo cerró su sucursal sino también

tuvieron que prescindir de los servicios a sus colaboradores eventuales quedándose así solo con sus trabajadores de planta quienes se distribuyen de la siguiente manera:

- Caja
- Percha
- Bodega

Es de suma importancia resaltar que es una empresa obligada a llevar contabilidad y sus ingresos registrados son: en el 2019 por \$ 421597,27 y disminuyendo notoriamente en el año 2020 con un ingreso de \$ 396269,64.

Ventas

Según (Weistrecher, 2020) nos dice que “Las ventas, en economía, son la entrega de un determinado bien o servicio bajo un precio estipulado o convenido y a cambio de una contraprestación económica en forma de dinero por parte de un comprador o proveedor”.

Para el autor (Douglas da Silva, 2020) “Las ventas o el **proceso de ventas** es una serie de pasos que los representantes de ventas realizan para construir una relación comercial que tenga como resultado la venta”.

Las ventas son importantes para cualquier negocio, su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen esta actividad, de lo bien que lo haga y de cuan rentable les resulte hacerlo. Las ventas son vitales en todo momento, si no hay ventas, no hay utilidad, no hay salarios, no hay nada. Toda empresa o negocio vive por lo que vende. (emprendedor, 2017).

Estos tres autores sin duda llegan a coincidir en la importancia que tienen las ventas dentro de los negocios desde el negocio más pequeño hasta la empresa más grande y reconocida; considero que las ventas son el ¿Por qué? de los negocios.

EL COMISARIATO ESCOLAR de la ciudad de Babahoyo es una empresa que reconoce y resalta la importancia de cada uno de sus clientes ya que ningún negocio sin su clientela podría funcionar de manera continua por tantos años.

Impacto del COVID-19

Ecuador antes de la llegada del COVID-19 ya se encontraba con graves problemas de déficit fiscal (5% del PIB), volatilidad de precios del petróleo, endeudamiento acelerado (50% del PIB aproximadamente) y un riesgo país que llegó incluso a bordear los 3.000 puntos en marzo de 2020. (Correa Quezada Ronny, 2020)

La interrupción de la producción en países integrados a cadenas de valor mundiales fue determinante en el deterioro del comercio de bienes intermedios, a lo que se sumó la menor demanda de bienes de consumo e inversión a nivel generalizado, como producto del confinamiento y la crisis económica. (CEPAL, 2020).

Ecuador es un país en desarrollo que ha mantenido una serie de problemas económicos a lo largo de su historia y a esto sumarle una crisis sanitaria para la cual no estaba preparado a nivel hospitalario ni a nivel económico.

Se aprobó la ley orgánica para el desarrollo económico y sostenibilidad fiscal tras la pandemia covid-19 esta fue la manera en que el gobierno nacional trato de ayudar a la parte productiva del país. Sin duda se necesitó mucho más que eso para lograr volver a poner en marcha los negocios lo cual no solo era el propósito de los dueños de los mismos sino también de los diferentes empleados que laboran en estos.

Analizaremos un trimestre seleccionado en los tres diferentes periodos para poder observar la variación en las ventas con la ausencia, llegada y la presencia de la pandemia.

A continuación detallamos la información del trimestre seleccionado del año 2019:

MESES	2019
Marzo	\$30834,88
Abril	\$138082,45
Mayo	\$109801,94

Información detallada del 2020

MESES	2020
Marzo	\$48556,70
Abril	\$16797,61
Mayo	\$59694,75

Información del trimestre del año 2021

MESES	2021
Marzo	47566,80
Abril	120355,50
Mayo	130435,60

ANALISIS

En las tablas anteriores podemos observar los meses considerados de mayor movimiento comercial debido a la temporada escolar; en el mes de marzo, abril y mayo de los diferentes años.

En el primer cuadro hace referencia al 2019 podemos observar que los dos últimos meses generan mayor ingreso; en otras palabras en el año 2019 los meses abril y mayo son los meses que representan ingresos superiores a los \$ 100.000,00 dólares.

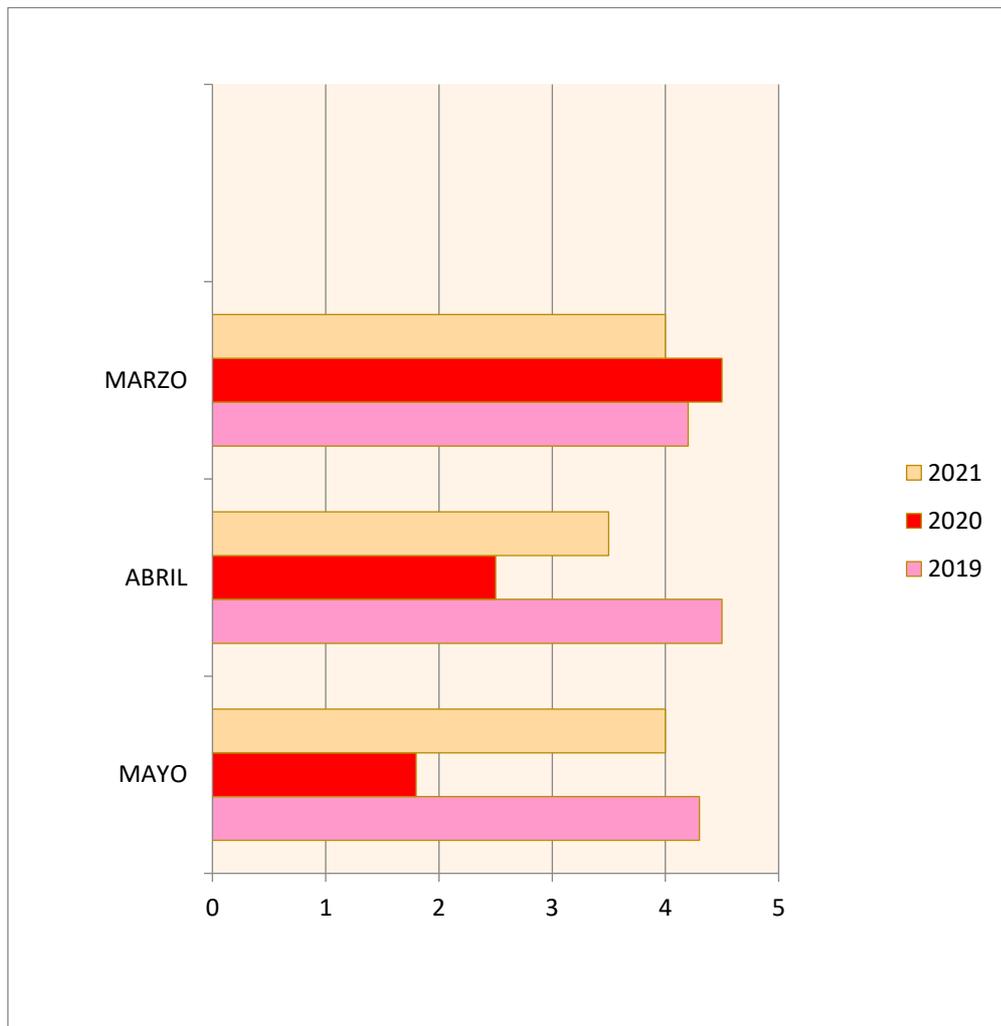
Mientras que en el segundo cuadro que hace referencia al año considerado crucial para la economía mundial es decir el año 2020 en el cual pudimos notar que sin duda alguna existe una variación considerable en comparación al año anterior; disminuyendo las ventas en los dos últimos meses del trimestre analizado.

En el mes de abril su disminución es de más de \$100.000,00 dólares en comparación con el año anterior; y en el mes de mayo la disminución es de 50.000,00 dólares. Notamos que las ventas mensuales disminuyeron notoriamente dentro de esta debido a la inasistencia a clases presenciales y el inesperado confinamiento arrasó con las mismas; Las cifras en rojo sin duda representan la notoria disminución en los meses críticos de la pandemia.

En el año 2021 podemos percibir como las ventas se han ido normalizando en el mes de marzo y luego podemos observar los meses (abril y mayo) considerados más críticos, en comparación con el 2020, no solo para esta empresa sino también para el mundo.

Dentro de este mismo cuadro podemos observar las cifras de ventas del trimestre del 2021 observando como poco a poco se ha ido regulando y reactivando las ventas dentro de esta empresa tratando de recuperarse a pesar de las diferentes dificultades que van presentando día a día como son:

- La delincuencia
- Estar expuestos a diario al contagio del virus



En este cuadro podemos observar de una manera gráfica la disminución de las ventas de los meses del año 2020 el cual tienen la representación de color rojo; en comparación con el trimestre del 2019 que está representado por el color fucsia en el cual podemos ver que las barras que representan las ventas se mantienen en el trimestre analizado; mientras que el año 2021 está representado por el color beige el cual podemos notar que casi se iguala con el año 2019.

Un contador es clave en los negocios, ya que cuenta con conocimientos multidisciplinarios con los cuales se les facilitará el entender cada una de las empresas con las que labore y tener un enfoque global y estratégico para crear un ambiente de alta competencia. El trabajo de un contador público es el de reunir, analizar e interpretar la información de las empresas, darles un sentido a los números, es decir, al balance del capital y traducir a cifras las actividades de todas las áreas empresariales (Marketing, 2018).

Es importante reconocer la función del contador dentro de las empresas, ya que para el correcto funcionamiento de la misma es necesario que la persona encargada de contabilidad se rija de acuerdo a las normas y políticas de la empresa; actualmente El COMISARIATO ESCOLAR contrata los servicios contables de manera externa ya que les resulta más práctico por una mala experiencia que tuvieron con el contador de planta que trabajo anteriormente dentro de esta empresa.

REACTIVACION ECONOMICA

El Autor (Morales, 2021) nos dice que “La reactivación económica es el proceso mediante el cual una economía determinada presenta un crecimiento económico, así como mejoras observables en variables como el empleo o la renta. Esto, tras una crisis económica que provocó un hundimiento de estos indicadores”.

Considero este proceso el más importante debido a que la reactivación económica o el levantamiento de la economía y del comercio local nos permiten seguir surgiendo dentro de la ciudad sin vernos en la obligación de migrar a otras ciudades e incluso a otros países por falta de empleo y de ingresos. Es de suma importancia recalcar que esta empresa ha sabido sobrellevar las diferentes dificultades que se han presentado a lo largo de este tiempo para mantener el buen nombre de dicha empresa.

Sin duda el temor está latente siempre de un rebrote o de la aparición de nuevas cepas que puedan hacernos regresar al confinamiento y obviamente que la empresa tenga que volver a cerrar sus puertas y dejar de generar ingresos lo cual significaría lógicamente una pérdida para la misma.

MARKETING

El Autor (Mesquita, 2018) nos dice que “Market significa merca y marketing puede ser traducido como mercadotecnia o mercadeo, lo que es, en últimas, un estudio de las causas, objetivos y resultados que son generados a través de las diferentes formas en cómo lidiamos con el mercado”.

El grupo editorial (ETECÉ, 2021) nos permite estar al tanto que “Se conoce como marketing o mercadotecnia al conjunto de procesos e instituciones que permiten crear, comunicar y entregar ofertas de intercambio de bienes y servicios, las cuales tienen un valor para clientes, empresas y la sociedad en general”.

Para (Fuentes, 2022) “El marketing digital es una subdivisión del marketing, pero que ha ganado tanto peso que se ha convertido en el modelo de marketing por excelencia”.

El marketing dentro de las empresas es de suma importancia; uno de los problemas que presenta EL COMISARIATO ESCOLAR de la ciudad de Babahoyo es sin duda su uso no correcto del mismo por lo que consideramos también se debe su disminución de ventas ya que al tener que vivir con un virus considerado mortal es de vital importancia reinventarse e implementar nuevas estrategias de ventas que llamen la atención de antiguos y nuevos compradores.

EL COMISARITO ESCOLAR cuenta con una página de Facebook que lleva su mismo nombre en la cual pudimos observar que su última actualización fue el 21 de septiembre del 2021 lo cual nos deja ver la poca importancia que se le atribuye a los

medios digitales y a las ventas online que actualmente tienen mayor relevancia. Al no contar con una persona capacitada para esta área se nota la deficiencia que existe en la misma.

COMUNIDAD VIRTUAL

El término **comunidad virtual** designa a las personas unidas a través de Internet por valores o intereses comunes, como gustos, pasatiempos o profesiones. La meta de la comunidad es crear valores a través del intercambio entre los miembros al compartir sugerencias o consejos o simplemente al debatir un tema (Carlos, 2021).

Los datos confirman que las redes sociales no están teniendo éxito como canal de venta directo pero sí a la hora de **crear comunidad**. Es precisamente en la gestión de esa comunidad en la social media donde puedes aumentar la confianza de tus clientes e incentivarlos a la compra. Las redes se constituyen como **punto de apoyo en la difusión de** todo aquello que hemos mencionado para incrementar ventas: productos nuevos, paquetes de productos, promociones y descuentos... (Marina, 2021)

Un blog es una de las mejores herramientas que puedes utilizar para impulsar tus ventas ya que este te ayuda a mejorar tu posicionamiento orgánico, resalta las características de tus productos y forja una relación más íntima con tus clientes que te ayudará, entre otras cosas, a mejorar el branding de tu negocio (Quintana, 2019)

- Página web
- Redes sociales (Facebook, instagram, twitter, whatsapp)
- Blog

Son herramientas que ayudarían con las ventas ya sea a domicilio o mediante las famosas ventas online ya que estas mantendrían informados a todos los interesados en los productos que esta empresa ofrece.

Resulta de gran importancia que la empresa desarrolle una comunidad virtual en la que pueda interactuar con el comprador virtual y satisfacer la necesidad que este presenta ya que para esto no necesita de inversión pero si acaparará nueva clientela sin ya sea de esta misma ciudad y provincia o de otras ciudades del Ecuador sin necesidad de moverse.

Darle la respectiva importancia a las redes sociales, actualizarlas regularmente hacer sorteos y promociones para de esta manera seguir dándose a conocer a nivel nacional.

INCREMENTAR VENTAS

El autor (LATINOAMÉRICA, 2021) nos dice que “Para vender más, no se depende sólo del número de clientes abordados por el equipo de ventas, sino también de la calidad del lead y del conocimiento que el vendedor tiene sobre sus comportamientos, deseos y acciones”.

Por eso es fundamental capacitar al personal de nuestra empresa, para que tenga conocimiento de las técnicas adecuadas de debe usar para que logre cubrir la necesidad del cliente y pueda ofrecer los productos que este necesita.

El incremento de las ventas no solo es tarea de una sola persona es un trabajo en conjunto que se puede lograr con la correcta implementación de las diferentes herramientas que presentamos.

ESTRATEGIAS DE VENTAS

(Douglas da Silva, 2020)“Las estrategias para aumentar las ventas constituyen un componente esencial de la planificación estratégica en cualquier empresa. De su diseño y ejecución exitosa depende la organización en su conjunto”

La estrategia de ventas es el plan de acción que una empresa elabora con el fin de posicionar y vender sus productos en el mercado en modo tal que su oferta logre diferenciarse de la de sus competidores. Es lo que conocemos también por estrategia comercial (Quintana, 2019)

Las estrategias de venta suelen ser de gran utilidad y más aún luego de una disminución tan fuerte en ventas como la que tuvo esta empresa, sin duda implementarlas correctamente sería de gran utilidad para la misma.

Para (Pedrosa, 2017) "Las promociones de ventas son aquellas herramientas y estrategias en el sector comercial dedicadas a la presentación y expansión del conocimiento de un producto"

Implementar diferentes promociones que llamen la atención de los clientes también se considera una estrategia para aumentar las ventas. Acoger las entregas a domicilio podría resultar ser una excelente estrategia ya que pocas son las librerías que lo hacen y por qué no ofrecer este servicio que sin duda se volvió primordial en el tiempo del confinamiento.

MARCO METODOLÓGICO

En el presente estudio de caso implementamos el método analítico el mismo que nos permitió analizar la disminución de las ventas del comisariato escolar de la ciudad de Babahoyo en el periodo 2019-2020-2021 con la información otorgada por el personal encargado.

Dentro este estudio de caso también implementamos el método deductivo el cual nos ayudó a realizar conclusiones lógicas del mismo.

Pudimos obtener la información gracias a la entrevista realizada a la Sra. Amalia Aguilera quien desarrolla el rol de gerente financiera dentro de esta empresa la cual nos comunicó la situación que vivió a causa de la pandemia esta empresa y cuáles son las consecuencias que siguen atravesando actualmente por las secuelas del mismo

RESULTADOS

MESES	2019-2020	2020-2021
MARZO	57.41%	-2.08%
ABRIL	-87.83%	61.6%
MAYO	-49.63%	65.02%

Podemos observar la variación porcentual que existe en el trimestre seleccionado en los años estudiados. Vemos como existe un porcentaje negativo en los meses de abril y mayo el mismo que hace referencia al decrecimiento de las ventas.

Mediante la metodología analítica implementada en este estudio de caso pudimos analizar la disminución de ventas en los tres diferentes periodos establecidos con lo cual sin duda logramos identificar las principales causas del problema.

A través de la entrevista que pudimos realizar al gerente financiero nos empapamos de los diferentes problemas que presenta esta empresa para de esta manera estudiarlos y recomendar posibles soluciones esperando sean del agrado de los encargados de esta empresa y puedan ser acogidos.

Logramos analizar la disminución de las ventas en el COMISARIATO ESCOLAR DE LA CIUDAD DE BABAHOYO y las consecuencias que trajo consigo.

Estudiamos y comparamos la cuenta ventas de un trimestre seleccionado por el considerado mayor movimiento comercial pudimos observar como las ventas a partir de mes de abril de año 2020 disminuyeron en más del 50%.

Identificamos las principales causas del decrecimiento de las ventas en el año 2020 en el año 2020 y su principal causa que fue la llegada de la pandemia y el sin número de restricciones que este causó; consecuencia de ello fue cerrar las puertas de esta empresa indefinidamente.

Nuestra propuesta se centra básicamente en una correcta utilización del marketing e implementar de más y mejor manera el marketing digital con el objetivo y finalidad de que haya más incremento en las ventas; capacitar constantemente al personal encargado para que de esta manera se pueda ver resultados favorables para esta empresa.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Dentro los resultados obtenidos en esta investigación pudimos observar la influencia que tuvo el covid-19 en la disminución de las ventas en el COMISARITO ESCOLAR de la ciudad de Babahoyo en los años 2019-2020-2021.

EL COMISARIATO ESCOLAR de la ciudad de Babahoyo actualmente tiene sus puertas abiertas en horario de atención de 8:00 am hasta las 21:00, brindando un servicio de calidad y ofreciendo productos innovadores y de gran utilidad para la ciudadanía Babahoyense.

La Disminución en las ventas fue abrupta y según varios autores nos señalaban las diferentes causas de la misma pero cabe recalcar que dicha disminución se dio a partir del mes que llegó el virus del covi-19 al país especialmente a la ciudad de Babahoyo que fue la primer ciudad afectada ya que se descubrió el primer caso en la misma.

Sin embargo es importante recalcar que actualmente se nota el incremento que esta empresa va teniendo poco a poco por la normalización y las pocas restricciones sanitarias que el coe nacional considera en este momento.

Las variaciones en las ventas mensuales del trimestre seleccionado sin duda se reflejado en los diferentes cuadros que presentamos en este estudio de caso con la finalidad de mostrar la veracidad de este estudio de caso ya que este era el propósito del mismo.

Los diferentes autores argumentan que es importante resaltar la capacitación de los colaboradores en las diferentes áreas especialmente en el área de ventas y en el Ecuador no hay una cultura de esto, generalmente el vendedor que trabaja detrás de un mostrador no ha sido capacitado simplemente aprende a vender por la necesidad de tener un trabajo.

Es importante tener un contador apegado a las normas de la empresa y que siempre este pendiente de las obligaciones de la misma aunque hay que reconocer que al presentarse una emergencia sanitaria es inevitable e insostenible tener una empresa generando dinero cuando en ese momento lo único que cuidaban todos era su salud y sus familias.

En la entrevista con la gerente financiero la Sra.: Amalia Aguilera nos solicitó que nos enfocáramos en el trimestre que ellos consideran de mayor movimiento comercial; también nos argumentó que fueron tiempos difíciles para ellos ya que se vieron en la difícil tarea de cerrar las puertas de su segundo hogar que es su negocio y prescindir de los servicios de cada uno de sus colaboradores. Los cuales tienen varios años laborando con ellos.

Nos supo señalar que durante el año 2021 cuando pudieron volver abrir las puertas de su negocio el alma les volvió al cuerpo porque este es un negocio familiar el cual ellos han cuidado y han velado para que el mismo se mantenga en pie.

Reconocen que tienen diferentes fallas y que no son perfectos pero que gracias a sus esfuerzos y sacrificios hoy por hoy son una gran empresa dentro de esta ciudad.

CONCLUSIONES

Luego de la investigación en este estudio de caso podemos concluir que en nuestro análisis de la disminución de ventas del comisariato escolar de la ciudad de Babahoyo su causa principal sin duda alguna fue la presencia del covid-19 y todo lo que trajo consigo.

Podemos decir que logramos cumplir con nuestros objetivos que consistían en estudiar las ventas de tres años diferentes como son el año 2019; año en el cual a Ecuador aun no llegaba la pandemia; el año 2020 que fue un año crucial para cada uno de los Ecuatorianos por la llegada de la pandemia al país especialmente Babahoyo que fue una de las primeras ciudades afectadas por este virus y el año 2021; año en el que se habló mucho de una reactivación económica con el fin de levantar especialmente la parte productiva del país.

Logramos identificar que su poca o nula implementación del marketing se debe a que no cuentan con una persona encargada en la empresa que cumpla esta labor con la finalidad de incrementar las ventas en la misma y dar a conocer los diferentes productos que estos ofrecen ya que las muchas personas desconocen que esta empresa actualmente también ofrece artículos como: Laptops, parlantes, piscinas, entre otras cosas.

RECOMENDACIONES

Sin duda la llegada del covid-19 nos afectó pero debemos aceptar y asimilar que es algo que está aquí y demos aprender a vivir con ello, por eso que nuestra recomendación es adaptarse.

Adaptarse al virus aprender a vivir con él y no permitir que este detenga nuestras vidas ni mucho menos el movimientos de nuestra empresa, adaptarse a lo nuevo; a las nuevas formas de vender; a las nuevas estrategias de ventas; y a todo lo nuevo que trajo consigo.

Poner en marcha nuevas y mejores estrategias de ventas que dimos a conocer en esta investigación con la finalidad de ofrecer y recomendar diversas alternativas para el incremento de las ventas que es el principal problema de esta empresa.

Es importante recomendar la implantación de marketing digital darles importancia a las comunidades virtuales que actualmente son consideradas una herramienta de gran utilidad para el aumento de las ventas y el incremento de nuevos compradores ya que se puede cubrir mercados diferentes ciudades sin necesidad de grandes inversiones.

No quitarle importancia al marketing tradicional, a pesar de la aparición de nuevos marketing no tiene nada de malo mezclar lo actual con lo tradicional ya que aún existen personas que no son amantes a la tecnología pero a lo tradicional es por esto que es importante contar con una persona capacitada en esta área.

REFERENCIAS

Bibliografía

- Carlos, L. J. (4 de febrero de 2021). *CCM*. Obtenido de ¿Qué es y para qué sirve una comunidad virtual?: <https://es.ccm.net/contents/760-comunidades-virtuales>
- CEPAL. (15 de julio de 2020). Informe especial covid-19 no 5. *repositorio.cepal.org*, 2.
- Correa Quezada Ronny, I. M. (mayo de 2020). *Informe_economia_Ecuador_mayo_2020.pdf*. Obtenido de cesla.com: https://www.cesla.com/archivos/Informe_economia_Ecuador_mayo_2020.pdf
- Douglas da Silva, w. c. (7 de octubre de 2020). *Blog de Zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-son-las-ventas/>
- emprededor, c. (17 de junio de 2017). *centro emprendedor*. Obtenido de <http://centroempreendedor.com/importancia-de-las-ventas-en-los-negocios/>
- ETECÉ, E. (5 de agosto de 2021). *Concepto*. Obtenido de Marketing: <https://concepto.de/marketing/>
- Fuentes, O. (15 de marzo de 2022). *IEBS*. Obtenido de Marketing Digital: Qué es y sus ventajas: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-digital-marketing-digital/>
- LATINOAMÉRICA, S. (15 de julio de 2021). *SALESFORCE BLOG*. Obtenido de Cómo incrementar las ventas: 5 estrategias: <https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/07/estrategias-de-ventas-para-pymes.html>
- Marina. (12 de noviembre de 2021). *Infoautonomos*. Obtenido de Por qué y cómo incrementar ventas entre tus clientes más fieles: <https://www.infoautonomos.com/blog/ventas/como-incrementar-ventas-clientes-mas-fieles/>
- Marketing, E. e. (17 de Julio de 2018). *Bolg contadores publicos*. Obtenido de CPMD Y COMPAÑIA, S.C: <https://www.cpmmd.com.mx/la-importancia-los-contadores-publicos-las-empresas/>
- Mesquita, R. (18 de julio de 2018). *ROCKCONTENT*. Obtenido de ¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>
- Morales, F. C. (11 de junio de 2021). *Economipedia*. Obtenido de reactivacion economica: <https://economipedia.com/definiciones/reactivacion-economica.html#:~:text=La%20reactivaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mica%20es%20el,un%20hundimiento%20de%20estos%20indicadores.>
- Pedrosa, S. (8 de octubre de 2017). *economipedia*. Obtenido de Promoción de ventas: <https://economipedia.com/definiciones/promocion-de-ventas.html>

Peiró, E. (s.f.). *Bloo.media*. Obtenido de Estrategias de Venta. Qué son y cuáles utilizar en tu negocio: <https://bloo.media/blog/estrategias-de-venta/>

Quintana, C. (19 de marzo de 2019). *OBERLO*. Obtenido de ESTRATEGIAS DE VENTAS EXITOSAS PARA TU EMPRESA: EJEMPLOS Y TÉCNICAS PARA VENDER MÁS: <https://cl.oberlo.com/blog/estrategias-de-ventas>

Weistrecher, G. (04 de Agosto de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/ventas.html>

ANEXOS

ENTREVISTA A LA GERENTE FINANCIERO

- 1. ¿Cuál considera usted que es el mayor problema de ventas para esta empresa?**
- 2. ¿Qué año considera usted el más crítico para su empresa?**
- 3. ¿Ha sido difícil adaptarse a convivir con el covid-19?**
- 4. ¿Cómo manejan el marketing dentro de la empresa?**
- 5. ¿Actualmente la empresa cuenta los servicios de un contador?**
- 6. ¿capacitan constantemente al personal encargado de las ventas?**
- 7. ¿Cómo se ha ido reactivando el comisariato del libro luego de pasar por la pandemia y a la vez ser víctima de la delincuencia?**
- 8. ¿cómo afrontaron la abrupta disminución de las ventas?**



Sistema de declaración de impuestos

A través de Internet

Obligación Tributaria: 2011 DECLARACION DE IVA
 Identificación: 1202786982001 Razón Social: ALVARADO ESPINOZA ARTURO PATRICIO
 Período Fiscal: MARZO 2019 Tipo Declaración: ORIGINAL
 Formulario Sustituye:

RESUMEN DE VENTAS Y OTRAS OPERACIONES DEL PERÍODO QUE DECLARA	VALOR BRUTO	VALOR NETO	IMPUESTO GENERADO
		(VALOR BRUTO - N/C)	
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa diferente de cero	401 28466.71	411 28466.71	421 3416.01
IVA generado en la diferencia entre ventas y notas de crédito con distinta tarifa (ajuste a pagar)			423 0.00
IVA generado en la diferencia entre ventas y notas de crédito con distinta tarifa (ajuste a favor)			424 0.00
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa 0% que no dan derecho a crédito tributario	403 2368.17	413 2368.17	
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa 0% que dan derecho a crédito tributario	405 0.00	415 0.00	
TOTAL VENTAS Y OTRAS OPERACIONES	409 30834.88	419 30834.88	429 3416.01
Transferencias no objeto o exentas de IVA	431 0.00	441 0.00	
Ingresos por reembolso como intermediario / valores facturados por operadoras de transporte (informativo)	434 0.00	444 0.00	454 0.00

LIQUIDACIÓN DEL IVA EN EL MES			
Total impuesto generado		(trasládese campo 429)	482 3416.01
Impuesto a liquidar del mes anterior		(trasládese el campo 485 de la declaración del período anterior)	483 0.00
Impuesto a liquidar en este mes			484 3416.01
TOTAL IMPUESTO A LIQUIDAR EN ESTE MES		483+484	499 3416.01
Total comprobantes de venta emitidos	111	1210	Total comprobantes de venta anulados 113 0

RESUMEN DE ADQUISICIONES Y PAGOS DEL PERÍODO QUE DECLARA	VALOR BRUTO	VALOR NETO	IMPUESTO
--	-------------	------------	----------



La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDEC2019011828050	871791728468	13-04-2019	1



Sistema de declaración de impuestos

A través de Internet

Obligación Tributaria: 2011 DECLARACION DE IVA
 Identificación: 1202786982001 Razón Social: ALVARADO ESPINOZA ARTURO PATRICIO
 Período Fiscal: ABRIL 2019 Tipo Declaración: ORIGINAL
 Formulario Sustituye:

RESUMEN DE VENTAS Y OTRAS OPERACIONES DEL PERÍODO QUE DECLARA	VALOR BRUTO	VALOR NETO	IMPUESTO GENERADO
		(VALOR BRUTO - N/C)	
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa diferente de cero	401 126618.14	411 126618.14	421 15194.18
IVA generado en la diferencia entre ventas y notas de crédito con distinta tarifa (ajuste a pagar)			423 0.00
IVA generado en la diferencia entre ventas y notas de crédito con distinta tarifa (ajuste a favor)			424 0.00
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa 0% que no dan derecho a crédito tributario	403 11464.31	413 11464.31	
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa 0% que dan derecho a crédito tributario	405 0.00	415 0.00	
TOTAL VENTAS Y OTRAS OPERACIONES	409 138082.45	419 138082.45	429 15194.18
Transferencias no objeto o exentas de IVA	431 0.00	441 0.00	
Ingresos por reembolso como intermediario / valores facturados por operadoras de transporte (informativo)	434 0.00	444 0.00	454 0.00

LIQUIDACIÓN DEL IVA EN EL MES			
Total impuesto generado		(trasládese campo 429)	482 15194.18
Impuesto a liquidar del mes anterior		(trasládese el campo 485 de la declaración del período anterior)	483 0.00
Impuesto a liquidar en este mes			484 15194.18
TOTAL IMPUESTO A LIQUIDAR EN ESTE MES		483+484	499 15194.18
Total comprobantes de venta emitidos	111	8193	Total comprobantes de venta anulados 113 18

RESUMEN DE ADQUISICIONES Y PAGOS DEL PERÍODO QUE DECLARA	VALOR BRUTO	VALOR NETO	IMPUESTO
--	-------------	------------	----------



La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente			
CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDEC2019014567610	871813215698	23-05-2019	1



Sistema de declaración de impuestos A través de Internet

Obligación Tributaria: 2011 DECLARACION DE IVA
 Identificación: 1202786982001 Razón Social: ALVARADO ESPINOZA ARTURO PATRICIO
 Período Fiscal: MAYO 2019 Tipo Declaración: ORIGINAL
 Formulario Sustituye:

RESUMEN DE VENTAS Y OTRAS OPERACIONES DEL PERÍODO QUE DECLARA	VALOR BRUTO	VALOR NETO	IMPUESTO GENERADO
		(VALOR BRUTO - N/C)	
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa diferente de cero	401 94955.14	411 94955.14	421 11394.62
IVA generado en la diferencia entre ventas y notas de crédito con distinta tarifa (ajuste a pagar)			423 0.00
IVA generado en la diferencia entre ventas y notas de crédito con distinta tarifa (ajuste a favor)			424 0.00
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa 0% que no dan derecho a crédito tributario	403 14846.80	413 14846.80	
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa 0% que dan derecho a crédito tributario	405 0.00	415 0.00	
TOTAL VENTAS Y OTRAS OPERACIONES	409 109801.94	419 109801.94	429 11394.62
Transferencias no objeto o exentas de IVA	431 0.00	441 0.00	
Ingresos por reembolso como intermediario / valores facturados por operadoras de transporte (informativo)	434 0.00	444 0.00	454 0.00

LIQUIDACIÓN DEL IVA EN EL MES

Total impuesto generado	(trasládese campo 429)	482 11394.62	
Impuesto a liquidar del mes anterior	(trasládese el campo 485 de la declaración del período anterior)	483 0.00	
Impuesto a liquidar en este mes		484 11394.62	
TOTAL IMPUESTO A LIQUIDAR EN ESTE MES		483+484 499 11394.62	
Total comprobantes de venta emitidos	111 5728	Total comprobantes de venta anulados	113 0

RESUMEN DE ADQUISICIONES Y PAGOS DEL PERÍODO QUE DECLARA	VALOR BRUTO	VALOR NETO	IMPUESTO
--	-------------	------------	----------



La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente

CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDE2019016810532	871827128419	22-06-2019	1



Sistema de declaración de impuestos A través de Internet

Obligación Tributaria: 2011 - DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA
 Identificación: 1202786982001 Razón Social: ALVARADO ESPINOZA ARTURO PATRICIO
 Período Fiscal: MARZO 2020 Tipo Declaración: ORIGINAL
 Formulario Sustituye:

RESUMEN DE VENTAS Y OTRAS OPERACIONES DEL PERÍODO QUE DECLARA	VALOR BRUTO	VALOR NETO	IMPUESTO GENERADO
		(VALOR BRUTO - N/C)	
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa diferente de cero	401 46279.42	411 46279.42	421 5553.53
IVA generado en la diferencia entre ventas y notas de crédito con distinta tarifa (ajuste a pagar)			423 0.00
IVA generado en la diferencia entre ventas y notas de crédito con distinta tarifa (ajuste a favor)			424 0.00
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa 0% que no dan derecho a crédito tributario	403 2277.28	413 2277.28	
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa 0% que dan derecho a crédito tributario	405 0.00	415 0.00	
TOTAL VENTAS Y OTRAS OPERACIONES	409 48556.70	419 48556.70	429 5553.53
Transferencias no objeto o exentas de IVA	431 0.00	441 0.00	
Ingresos por reembolso como intermediario / valores facturados por operadoras de transporte (informativo)	434 0.00	444 0.00	454 0.00

LIQUIDACIÓN DEL IVA EN EL MES

Total impuesto generado	(trasládese campo 429)	482 5553.53	
Impuesto a liquidar del mes anterior	(trasládese el campo 485 de la declaración del período anterior)	483 0.00	
Impuesto a liquidar en este mes		484 5553.53	
TOTAL IMPUESTO A LIQUIDAR EN ESTE MES		483+484 499 5553.53	
Total comprobantes de venta emitidos	111 1871	Total comprobantes de venta anulados	113 0

RESUMEN DE ADQUISICIONES Y PAGOS DEL PERÍODO QUE DECLARA	VALOR BRUTO	VALOR NETO	IMPUESTO
--	-------------	------------	----------



La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente

CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDE20200207134891	872013802829	22-06-2020	1



Sistema de declaración de impuestos

A través de Internet

Obligación Tributaria: 2011 DECLARACION DE IVA
 Identificación: 1202786982001 Razón Social: ALVARADO ESPINOZA ARTURO PATRICIO
 Período Fiscal: ABRIL 2020 Tipo Declaración: SUSTITUTIVA
 Formulario Sustituye: 872001856938

RESUMEN DE VENTAS Y OTRAS OPERACIONES DEL PERÍODO QUE DECLARA	VALOR BRUTO		VALOR NETO		IMPUESTO GENERADO
			(VALOR BRUTO - N/C)		
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa diferente de cero	401	15891.92	411	15891.92	421 1907.03
IVA generado en la diferencia entre ventas y notas de crédito con distinta tarifa (ajuste a pagar)					423 0.00
IVA generado en la diferencia entre ventas y notas de crédito con distinta tarifa (ajuste a favor)					424 0.00
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa 0% que no dan derecho a crédito tributario	403	905.69	413	905.69	
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa 0% que dan derecho a crédito tributario	405	0.00	415	0.00	
TOTAL VENTAS Y OTRAS OPERACIONES	409	16797.61	419	16797.61	429 1907.03
Transferencias no objeto o exentas de IVA	431	0.00	441	0.00	
Ingresos por reembolso como intermediario / valores facturados por operadoras de transporte / ingresos obtenidos por parte de las sociedades de gestión colectiva como intermediarios (informativo)	434	0.00	444	0.00	454 0.00

LIQUIDACIÓN DEL IVA EN EL MES					
Total transferencias gravadas tarifa diferente de cero a contado este mes				480	15891.92
Total transferencias gravadas tarifa diferente de cero a crédito este mes				481	0.00
Total impuesto generado			(trasládese campo 429)	482	1907.03
Impuesto a liquidar del mes anterior			(trasládese el campo 485 de la declaración del periodo anterior)	483	0.00
Impuesto a liquidar en este mes				484	1907.03



La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente

CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDEC2020037638117	872013890226	23-06-2020	1



Sistema de declaración de impuestos

A través de Internet

obligación Tributaria: 2011 DECLARACION DE IVA
 Identificación: 1202786982001 Razón Social: ALVARADO ESPINOZA ARTURO PATRICIO
 Período Fiscal: MAYO 2020 Tipo Declaración: SUSTITUTIVA
 Formulario Sustituye: 872013902833

RESUMEN DE VENTAS Y OTRAS OPERACIONES DEL PERÍODO QUE DECLARA	VALOR BRUTO		VALOR NETO		IMPUESTO GENERADO
			(VALOR BRUTO - N/C)		
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa diferente de cero	401	54733.95	411	53764.59	421 6451.75
IVA generado en la diferencia entre ventas y notas de crédito con distinta tarifa (ajuste a pagar)					423 0.00
IVA generado en la diferencia entre ventas y notas de crédito con distinta tarifa (ajuste a favor)					424 0.00
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa 0% que no dan derecho a crédito tributario	403	4960.80	413	4823.10	
Ventas locales (excluye activos fijos) gravadas tarifa 0% que dan derecho a crédito tributario	405	0.00	415	0.00	
TOTAL VENTAS Y OTRAS OPERACIONES	409	59694.75	419	58587.69	429 6451.75
Transferencias no objeto o exentas de IVA	431	0.00	441	0.00	
Ingresos por reembolso como intermediario / valores facturados por operadoras de transporte / ingresos obtenidos por parte de las sociedades de gestión colectiva como intermediarios (informativo)	434	0.00	444	0.00	454 0.00

LIQUIDACIÓN DEL IVA EN EL MES					
Total transferencias gravadas tarifa diferente de cero a contado este mes				480	53764.59
Total transferencias gravadas tarifa diferente de cero a crédito este mes				481	0.00
Total impuesto generado			(trasládese campo 429)	482	6451.75
Impuesto a liquidar del mes anterior			(trasládese el campo 485 de la declaración del periodo anterior)	483	0.00
Impuesto a liquidar en este mes				484	6451.75



La información reposa en la base de datos del SRI, conforme la declaración realizada por el contribuyente

CÓDIGO VERIFICADOR	NÚMERO SERIAL	FECHA RECAUDACIÓN	PÁGINA
SRIDEC2020037636073	872014871201	23-06-2020	1

CERTIFICACIÓN

Abg., Arturo Alvarado Mendoza
Gerente & propietario de Comisariato Escolar

Certifico, que la Srta.: ALISON MAGDALENA RLODRIGUEZ DIAZ con cédula de identidad Nro.-1207583285, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo, realizó su estudio de caso con el tema "DISMINUCION DE VENTAS EN EL COMISARIATO ESCOLAR DE LA CIUDAD DE BABAHOYO PERIODO 2019-2020-2021" haciendo uso de la información brindada por parte de nuestra institución para que culmine su proceso de titulación con éxitos.

Certificación que extiendo para que se dé el uso que estime conveniente

Atentamente

Abg. Arturo Alvarado
Gerente & Propietario
COMISARIATO ESCOLAR

