



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA**

PROCESO DE TITULACIÓN

OCTUBRTE 2019– MARZO 2020

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

INGENIERÍA COMERCIAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

Análisis del nivel de ventas de la Empresa Electromuebles del cantón Babahoyo.

EGRESADO

José De Jesús Mora Icaza

TUTOR:

ING. Gina Maribel Carrasco Echeverría, MAE.

AÑO 2020

INTRODUCCIÓN

La empresa comercial Electromuebles está ubicada en el canto Babahoyo Provincia de Los Ríos en la Vía Universitaria (Vía Flores) km 2 ½ frente al Complejo Turístico San Pablo. Fue fundada por la señora Carmen Elizabeth Lara Riera en el año de 1999. Es una empresa unipersonal dedicada a la comercialización de electrodomésticos, muebles y además bombas de riego agrícolas.

Este caso de estudio tuvo como finalidad analizar las diferentes causas por las cuales disminuyeron las ventas en el comercial Electromuebles, Durante el periodo de inicio la empresa tuvo gran éxito en sus operaciones logrando niveles en sus ventas que en su momento le proporcionaron utilidad.

A medida que pasa el tiempo las ventas en el comercial han sufrido variaciones que se inclinan en gran parte hacia niveles bajos debido a diversas causas como, un alto valor en la cartera vencida, una gestión administrativa deficiente, falta de políticas empresariales, cambió de ubicación comercial a un lugar en donde no hay mucha gente que circule por el lugar y conozca el almacén comercial, y se interese por comprar allí. Este estudio de caso está relacionado con la sub-líneas de investigación de Producción Y Competitividad.

El objetivo principal fue analizar el nivel de ventas del comercial Electromuebles a través de mecanismos adecuados que permitan la identificar los motivos que causan el bajo nivel de ventas de la empresa. Se realizó un análisis comparativo de los niveles de venta a través de la utilización de los estados financieros, también se tomó en consideración acontecimientos que se dieron desde el año 2015 hasta la actualidad.

La metodología utilizada en el estudio fue cuantitativa y cualitativa debido a que el fenómeno en estudio requiere de interacción con personas y de métodos basados en números. La obtención de la información se la realizo por medio dos técnicas de recolección de información como: entrevista directa a la gerente propietaria y una encuesta que se las realizo a los clientes del comercial.

DESARROLLO

La empresa comercial ELECTROMUEBLES está ubicada en el Cantón Babahoyo Provincia De Los Ríos en la Vía Universitaria (Vía Flores) km 2 ½ frente al Complejo Turístico San Pablo. Fue fundad por la señora Carmen Elizabeth Lara Riera en el año de 1999. Esta empresa se dedica a la comercialización de electrodomésticos como licuadora, refrigeradora entre otros productos como máquinas de coser, colchones, camas, bases para los colchones, lavadoras, bombas de riego para cultivos, computadoras, bicicletas de todo tipo y tamaño, además comercializa muebles de todo modelo, roperos, cómodas, anaqueles.

El Comercial ELECTRMUEBLES es una empresa unipersonal minorista obligada a llevar contabilidad, según la (Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. R.O. 196, 2006) “La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados.”. Con el número de RUC: 1203596976001. Goza de un establecimiento propiedad de la Sra. Carmen Elizabeth Lara Riera el cual es administrado por ella en calidad de gerente propietaria.

. El Comercial cuenta con tres empleados gerente general, la persona encargada de cobrar y el encargado de vender y realizar la limpieza del local comercial. Según la (Ley organica de regimen tributario interno. R.O. 463, 2014):

Art. 37.- Contribuyentes obligados a llevar contabilidad. - Todas las sucursales y establecimientos permanentes de compañías extranjeras y las sociedades definidas como tales en la Ley de Régimen Tributario Interno, están obligadas a llevar contabilidad. Igualmente, están obligadas a llevar contabilidad, las personas naturales y las sucesiones indivisas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada

ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas. Se entiende como capital propio, la totalidad de los activos menos pasivos que posea el contribuyente, relacionados con la generación de la renta gravada. Para fines del cumplimiento de lo establecido en el presente artículo, el contribuyente evaluará al primero de enero de cada ejercicio fiscal su obligación de llevar contabilidad con referencia a la fracción básica desgravada del impuesto a la renta establecida para el ejercicio fiscal inmediato anterior.

El objetivo principal es analizar el nivel de ventas del comercial ELECTROMUEBLES a través de mecanismos adecuados que permitan la identificar los motivos que causan el bajo nivel de ventas de la empresa. Pará conocer cuáles son los diversos factores que se ven involucrados en esta problemática se realizó el estudio de caso con el siguiente tema: **Análisis del nivel de ventas de la empresa ELECTROMUEBLES del cantón Babahoyo.**

Las ventas son de vital importancia ya que de esta variable depende la sobrevivencia del comercial. Ventas. Es un proceso que permite que el vendedor de bienes o servicios identifique, anime y satisfaga los requerimientos del comprador con beneficio mutuo y en forma permanente. Es la actividad fundamental de cualquier aventura comercial. Se trata de reunir a compradores y vendedores, y el trabajo de toda la organización es hacer lo necesario para que esta reunión sea exitosa. (EcuRed, 2018)

Por lo que las personas que laboran dentro de esta empresa deberán contar con habilidades como la capacidad para persuadir a los clientes, brindándoles un servicio de calidad. Según (Parres, 2015, pág. 6) afirma que:

Una empresa es un ente que a partir de unas materias primas gracias a unos factores productivos y con una adecuada organización obtiene unos bienes y servicios capaces de satisfacer necesidades en la gente y que por eso precisamente los adquiere lo que reporta a la empresa un beneficio.

Los niveles de ventas en el Comercial ELECTROMUEBLES varían dependiendo las situaciones por las que esté pasando y el ambiente en el que se desenvuelve. En la actualidad en el comercial se realizan la mayor parte de las ventas a contado y en pocas ocasiones se vende a crédito debido a problemas de confianza por hechos suscitados con anterioridad. Según (Gil, 2018) en la enciclopedia en línea:

Una compra-venta al contado es una operación donde el pago de los productos o bienes que se han adquirido se realiza en el momento de la entrega. Es opuesta a la compra-venta a crédito, donde se abona el dinero después de que se haya recibido lo que se ha comprado, generalmente, a cambio de unos intereses.

Debido a la desconfianza que se le da a los clientes, en algunos casos se ha perdido cierta cantidad de ventas importantes en la cual el comercial pudo haber ganado clientes y aumentado las ventas, ya que en el comercial no se trabaja con el sistema de buró de crédito con el cual se puede verificar cierta información acerca de los clientes en lo referente a las compras que han realizado en otros almacenes, cuantos productos han comprado y si han cumplido en sus pagos.

El comercial no está asociado a la empresa que provee dicho sistema ya que al asociarse con dicha empresa tendría que pagar cierta cantidad de dinero e incurriría en un

costo para el comercial por tal motivo la gerente propietaria decidió no trabajar con este sistema.

Es un sistema donde se registra la información sobre los créditos que una persona o empresa tiene con las instituciones reguladas y controladas por la Superintendencia de Bancos”. También se registran los créditos en cooperativas reguladas por el Ministerios de Bienestar Social y locales comerciales como Créditos Económicos, La Ganga, Comandato, Fybeca, Andinatel, Porta, Deprati, Casa Tosi, etc., cuya información es solicitada directamente por los burós de información crediticia, y corresponde únicamente a obligaciones que se mantiene como deudores. (Diario El Comercio, 2012)

El negocio no dispone de una política de cobro, que le proporcione beneficios en relación a la recuperación de cartera, que facilite tomar decisiones y el funcionamiento en general del comercial. Según profesionales de la Institución Universitaria (Escolme, 2014) “Las políticas de cobro de la empresa son los procedimientos que ésta sigue para cobrar sus cuentas una vez vencidas”.

La cartera vencida año a año sigue en aumento en el año 2015 contaban con un valor en las cuentas por cobrar de difícil recuperación de \$1515, en el año 2016 aumento en un 63%, para el año 2017 este valor aumento en un 329% llegando a un nivel muy elevado que representa un valor casi perdido para el comercial, este es un factor de gran incidencia en el nivel de ventas del negocio ya que si los clientes no cancelan las cuotas en el plazo determinado por la propietaria del comercial la empresa no tendrá liquidez para cumplir sus obligaciones, sea con sus proveedores, pagos al banco y los diferentes costos de mantenimiento, por lo tanto no podría comprar mercancía para vender

El comercial ELECTROMUEBLES en el pasado contaba con una ubicación en el centro de la ciudad de Babahoyo lo que hacía que los niveles de ventas se mantengan a una escala aceptable. Ya que en el centro de la ciudad existe gran afluencia de personas, pero por razones de fuerza mayor para reducir los costos de mantenimiento del comercial la propietaria decidió cambiar la ubicación del comercial a un lugar propio en una zona no comercial y alejada. En inicio las ventas se mantenían, pero con el tiempo la ubicación no le favoreció porque las ventas disminuyeron en gran porcentaje.

Hoy en día la empresa comercial ELECTROMUEBLES está ubicada en un sitio apartado por esta razón se ve afectada por la gran competencia que existe en el centro de la ciudad de Empresas dedicadas a comercializar productos similares. Según (Navarro, 2017) “El tener en cuenta la competencia es prioritario, ya que los consumidores nunca perciben los productos de forma aislada, sino en comparación con otros productos alternativos que puedan sustituirlos.” (pág. 18).

De acuerdo con información tomada de los estados financieros las ventas en el año 2015 ascendieron a \$ 56.628,59 un valor prometedor en comparación a los años venideros como en el año 2016 las ventas disminuyeron un 12% ya que en este año la ubicación comercial cambio, del centro de la ciudad a un lugar apartado en donde el local no es muy visible para las personas lo que impide que el comercial pueda vender sus productos. Según (CreceNegocios, 2016) afirma que:

Una razón del pobre nivel de tus ventas podría ser que el local de tu negocio tiene una mala ubicación. Probablemente está ubicado en un lugar con poca afluencia de público, alejado del lugar en donde vive, trabaja o frecuenta tu público objetivo, o con poca visibilidad para el público que transita a pie o en vehículo; y debido a ello los consumidores simplemente no lo visitan.

En el año 2017 las ventas disminuyeron en un 24% en comparación al año 2015, el comercial gano pocos clientes por el cambio de lugar, pero también perdió clientes importantes que solo adquirirían sus productos cuando se encontraba ubicada en el centro de la ciudad. Según (Begoña Franco Tovar, 2019)“El cliente es el centro de toda nuestra actividad y es quien decide qué, cuándo, dónde y cómo comprar. Y lo hace según los factores socioculturales y personales.” (pag.42). En el comercial también se utilizaban estrategia de marketing para promocionar sus productos y captar clientes cosa que fue quedando en el olvido.

De acuerdo a el uso de las razones financieras de liquidez corriente y prueba de ácido se pudo evidenciar lo siguiente:

En los años 2015, 2016, 2017 la razón de liquides corriente fue de 2.73, 2.12, 1.68 respectivamente, la relación que se da es de 2 a 1 lo que indica que el comercial Electromuebles puede cumplir con sus obligaciones a corto plazo utilizando los inventarios, pagando el 100% de sus obligaciones a corto plazo permitiendo una reserva en la liquides de 173%, 112% y 68% en los años 2015, 2016, 2017 respectivamente. Valores líquidos que pudieron ser considerados para inversión, pero más adelante se evidenciara la realidad del caso.

La liquidez de una empresa se mide por su capacidad para cumplir con sus obligaciones de corto plazo a medida que estas llegan a su vencimiento. La liquidez se refiere a la solvencia de la posición financiera general de la empresa, es decir, la facilidad con la que puede pagar sus cuentas. Debido a que un precursor común de los problemas financieros y la bancarrota es una liquidez baja o decreciente, estas razones dan señales tempranas de problemas de flujo de efectivo y fracasos empresariales inminentes. (Lawrence J. Gitman, 2012, pág. 65)

En los años 2015, 2016, 2017 la razón rápida o prueba de ácido mostro los siguientes resultados de 0.37, 0.40, 0.49 respectivamente lo que indica que la empresa comercial ELECTROMUEBLES no tenía el valor líquido idóneo para poder cumplir con sus obligaciones en el corto plazo sin hacer uso de sus inventarios. Según (Lawrence J. Gitman, 2012, pág. 67)

La baja liquidez del inventario generalmente se debe a dos factores primordiales: Muchos tipos de inventario no se pueden vender fácilmente porque son productos parcialmente terminados, artículos con una finalidad especial o algo por el estilo y el inventario se vende generalmente a crédito, lo que significa que se vuelve una cuenta por cobrar antes de convertirse en efectivo. Un problema adicional con el inventario como activo líquido es que cuando las compañías enfrentan la más apremiante necesidad de liquidez, es decir, cuando el negocio anda mal, es precisamente el momento en el que resulta más difícil convertir el inventario en efectivo por medio de su venta.

El problema es que, aunque el negocio tenga una cantidad exagerada de inventario resultaría difícil convertirlo en efectivo sin mencionar el alto valor de las cuentas por cobras, problema que sería más grave si no fueron cobradas en el plazo establecido situación que pudo darse ya que el valor en las cuentas por cobrar va en aumento cada año y de las cuentas por cobrar de difícil recuperación que restan liquidez para cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

En el año 2019 las ventas siguieron disminuyendo aún más al grado de que solo cubrían los costos de mantenimiento del comercial con un mínimo de utilidad sobre las ventas, prácticamente las ganancias eran nulas. Según (Soto, 2011) “La utilidad se concibe

como la cantidad de riqueza que se puede consumir sin que se disminuya el capital” (pág. 135).

En la actualidad el comercial se encuentra en una situación en la que sus ingresos cubren sus costos, las ventas cada vez disminuyen en gran porcentaje en comparación con años anteriores, el uso de estrategias de captación de clientes se desvanece y la innovación como empresa desapareció. Según (Montejo & Juega, 2010) “La innovación es todo cambio que está basado en conocimiento y que genera valor. Esto expresa que la innovación tiene al valor como su meta, al cambio como su vía y al conocimiento como su base.” (pág. 13).

En el comercial, las estrategias para promocionar sus productos prácticamente no existen en presente, los obsequios, los descuentos, las típicas promociones de combos de electrodomésticos, según (Castell, 2015) “Los factores internos, relacionados con los externos, que conocemos como política de marketing, productos, precio, distribución, promoción y del entorno público y social, determinan evidentemente el rendimiento de las ventas, con un peso variable, pero generador de una oferta atractiva”(pág.47). Por dicha razón son de vital importancia para que el comercial obtenga los niveles de ventas deseados. A las personas por lo general les gusta comprar bienes a menor precio y con facilidad de pago, el no utilizar estrategias de ventas no es una buena opción para el negocio.

Son muchas las razones por las cuales se ven afectados los niveles de ventas en la empresa, pero la fidelización del cliente es una de las más importantes dentro del negocio. La reconocida página de marketing (InboundCycle, 2018) define la fidelización del cliente de la siguiente manera:

La fidelización de clientes tiene como objetivo conseguir, mediante diversas estrategias y técnicas de marketing y ventas, que el consumidor que haya adquirido

con anterioridad alguno de nuestros productos o servicios nos siga comprando y se convierta en un cliente habitual.

Las estrategias de fidelización de clientes son aspectos en los que se debe trabajar para lograr que el ciclo de ventas sea posible. El comercial lo hace de cierta manera otorgando una facilidad de pago que se ajuste a la necesidad del cliente, los cobros pueden ser diarios, semanales y mensuales para evitar atrasos en las letras a pagar.

Las personas están reduciendo sus compras incluso están dejando de comprar en el comercial los cambios en el entorno competitivo son cada vez mayores a medida que el tiempo transcurre se ha evidenciado el ingreso de nuevos competidores al mercado. La empresa comercial ELECTROMUEBLES no cuenta con objetivos y metas como empresa tampoco Políticas de remuneración a través de las cuales incentive al vendedor a realizar mejor su trabajo. Todos estos problemas se derivan de una gestión administrativa deficiente.

No solo se puede destacar cosas negativas acerca del comercial ELECTROMUEBLES, también existen cosas positivas como el servicio que ofrece el comercial, es de calidad porque le pone un plus a su servicio, ya que cuenta con servicio de cobranza. La persona encargada de cobrar se moviliza hasta la vivienda de la persona que realizó la compra y si no se encuentra en su vivienda, esta persona se moviliza hasta el lugar en donde se encuentre siempre y cuando sea con el consentimiento del cliente.

El negocio cuenta con una página en Facebook en la cual no muestra actualizaciones continuas de los productos con los que cuenta, Según (Jobber & Lancaster, 2016) manifiestan que” las presentaciones personales pueden sustituirse por información presentada en páginas de internet y con archivos adjuntos a correo electrónico que dan al cliente información actualizada y más completa”. No aprovecha al máximo la tecnología que tiene a disposición ya que solo cuenta con una página en esta plataforma digital. “El marketing digital (o

marketing online) engloba todas aquellas acciones y estrategias publicitarias o comerciales que se ejecutan en los medios y canales de internet”. (Inboundcycle, 2018)

El comercial no trata de crear una imagen corporativa frente a los clientes y demás personas. La imagen corporativa en una empresa es importante porque es como las personas ven a la empresa, es una identificación frente a su público objetivo. Para (Cáseres & Gutiérrez, 2017) “la imagen corporativa es todo lo que la empresa es para los clientes, trabajadores, proveedores entre otros”.

La imagen en cuanto al local del comercial no se muestra llamativo. El comercial cuenta con un letrero simple, parece una publicidad cualquiera. El local está ubicado en la planta baja del edificio, tiene similitud a un cajón con una sola entrada, es oscuro, lo que nubla la visibilidad de las pocas personas que se movilizan en sus automóviles por la zona, también cuenta con rejas las mismas que pasan cerradas todo el día para mantener la seguridad ya que el lugar en donde está ubicado es peligroso. Una presentación comercial llamativa provoca curiosidad en el consumidor.

De acuerdo a la entrevista se pudo notar diferentes problemas, se tomó en consideración las preguntas de mayor relevancia. ¿Cuáles son los razones por las que usted no aplica promociones, descuentos o realiza publicidad? La propietaria del comercial ELECTROMUEBLES respondió de la siguiente manera porque las promociones no funcionan, tampoco se aplica descuentos porque el comercial ofrece mejores precios en comparación a los demás almacenes y las publicidades representan un gasto para la empresa que no es recuperable.

¿Cuáles son los problemas que le ha producido el no poder recuperar los valores correspondientes a las ventas realizadas a crédito o bien que se recuperen, pero en un plazo mayor al que se estableció? Bueno uno de los problemas que me ha ocasionado que es el más

importante, que ha venido afectando al comercial desde hace años es la falta de liquidez para cancelar los valores referentes a mis obligaciones lo que causa que realice préstamos bancarios para pagar dichas obligaciones y poder invertir en mercadería para vender.

Otra pregunta relevante que se tomó en consideración ya que la propietaria no pudo proporcionar información acerca de los estados financieros de los años 2018 y del 2019 por razones personales que ayudo en el estudio es la siguiente: ¿Las ventas en el comercial son buenas o tiene dificultades? Las ventas en el comercia no van tan bien, van disminuyendo año tras año y la empresa está al borde de la quiebra solo se vende para cubrir los gastos y en ocasiones no se vende nada en el mes.

CONCLUSIONES

Como se pudo evidenciar existen factores negativos que afectan a la empresa comercial ELECTROMUEBLES. Uno de los factores que se puede observar con claridad en el estudio es la careta vencida que a lo largo del tiempo ha ido en aumento.

El comercial carece de políticas empresariales que se relacionen con las cobranzas y que le sirvan de apoyo para poder recuperar la cartera vencida.

De acuerdo al estudio realizado el comercial no cuenta con valores líquidos suficientes para cumplir con sus obligaciones a corto plazo y realizar inversión. Lo que se pudo comprobar con el uso de la razón rápida o prueba de ácido en los años 2015, 2016, 2017 que dio como resultado 0.37, 0.40, 0.49 respectivamente indicando la falta de liquidez.

El cambio de ubicación que se realizó para disminuir los costos de mantenimiento del comercial ELECTROMUEBLES afecto a las ventas porque el lugar en donde se encuentra ubicado en la actualidad está alejado de la zona comercial de Babahoyo.

BIBLIOGRAFÍA

Begoña Franco Tovar, M. Á. (2019). *Disposicion y ventas de productos*. Madrid, España: Síntesis.

Cáseres, L., & Gutiérrez, J. (2017). *Imagen Corporativa*. Merida, Venezuela: Cruzol.

Castell, M. A. (2015). *Dirección De Ventas"Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores"* (Decimo Tercera ed.). Madrid. Recuperado el 18 de Enero de 2020

CreceNegocios. (24 de Febrero de 2016). *CreceNegocios*. Recuperado el 11 de Enero de 2020, de <https://www.crecenegocios.com/22-posibles-razones-por-las-que-no-vendes/#comments>

Diario El Comercio. (4 de Octubre de 2012). *El ABC de la Central de Riesgos en Ecuador*. Recuperado el 27 de Mayo de 2019

EcuRed. (2018). *EcuRed*. Recuperado el 2020 de Enero de 2020, de <https://www.ecured.cu/Venta>

Escolme, I. U. (2014). *LA COBRANZA*. Recuperado el 10 de Enero de 2020, de http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/finaciero_cartera/contenido_u4.pdf

Gil, S. (2018). *Economipedia*. Recuperado el 11 de Enero de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/al-contado.html>

InboundCycle. (2018). Recuperado el 10 de Enero de 2020, de <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/fidelizacion-clientes>

Inboundcycle. (21 de Septiembre de 2018). *Marketing Digital*. Recuperado el 7 de Julio de 2019

Jobber, D., & Lancaster, G. (2016). *Administración De Ventas*. Mexico: Pearson.
Recuperado el 19 de 05 de 2019

Lawrence J. Gitman, C. J. (2012). *Principios de la administración financiera* (Decimo segunda ed.). Mexico: Pearson. Recuperado el 17 de Enero de 2020

Lawrence J. Gitman, C. J. (2012). *Principios de la administración financiera* (Decimo segunda ed.). Mexico: Pearson. Recuperado el 16 de Enero de 2020

Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. R.O. 196. (26 de Enero de 2006). Quito, Ecuador.

Ley organica de regimen tributario interno. R.O. 463. (17 de Noviembre de 2014). 39-40. Ecuador. Recuperado el 14 de Enero de 2020

Montejo, M. J., & Juega, A. B. (2010). *La Innovacion En sentido Amplio: Un Modelo Empresarial*. Madrid: Fundacion Cotec. Recuperado el 13 de Enero de 2020

Navarro, A. B. (2017). *ANÁLISIS DEL MERCADO "DIRECCIÓN DE MARKETING"*.

Parres, G. S. (2015). *Gestión de un pequeño comerci*ó. Editex. Recuperado el 18 de Enero de 2020

Soto, E. M. (2011). *Comptabilidad Ambiental " critica al modelo de contabilidad financiera"*. Edición electrónica gratuita. Recuperado el 7 de Junio de 2019

ANEXO N°1

Entrevista realizada a la gerente propietaria del comercial

“Electromuebles”

Objetivo: Determinar las causas de la disminución de las ventas

1. *¿Con cuántos empleados cuenta el Comercial en la actualidad?*

El comercial cuenta con 3 empleados incluida la propietaria: un vendedor, un cobrador y la propietaria.

2. *¿Anteriormente dónde estaba ubicado y cuál fue el motivo por el cual decidió cambiar la ubicación del comercial?*

Estaba ubicado en el centro de la ciudad diagonal al parque infantil, decidió cambiarlo porque el alquiler del local comercial representaba un gasto sumamente alto para ella.

3. *¿El local donde funciona el Comercial es propio o arrendado?*

Es propio

4. *¿El comercial cuenta con políticas de ventas, de cobranzas?*

No cuenta con políticas de ventas ni de cobranzas

5. *¿Cuáles son los razones por las que usted no aplica promociones, descuentos o realiza publicidad?*

Porque las promociones no funcionan, tampoco se aplica descuentos porque el comercial ofrece mejores precios en comparación a los demás almacenes y las publicidades representan un gasto para la empresa que no es recuperable.

6. *Cuando se efectúa una venta a crédito, ¿Cómo establece el tiempo de crédito que se le otorga a los clientes, teniendo en cuenta que no posee políticas de crédito?*

Esto se realiza dependiendo del cliente y del producto, pero la mayoría de las veces se da un tiempo de 3 a 12 meses pagando su interés respectivo.

7. *¿Cuáles son los problemas que le ha producido el no poder recuperar los valores correspondientes a las ventas realizadas a crédito o bien que se recuperen, pero en un plazo mayor al que se estableció?*

Bueno uno de los problemas que me ha ocasionado que es el más importante, que ha venido afectando al comercial desde hace años es la falta de liquidez para cancelar los valores referentes a mis obligaciones lo que causa que realice préstamos bancarios para pagar dichas obligaciones y poder invertir en mercadería para vender.

8. *¿Las ventas en el comercial son buenas o tiene dificultades?*

Las ventas en el comercia no van tan bien, van disminuyendo año tras año y la empresa está al borde de la quiebra solo se vende para cubrir los gastos en ocasiones no se vende nada en el mes.

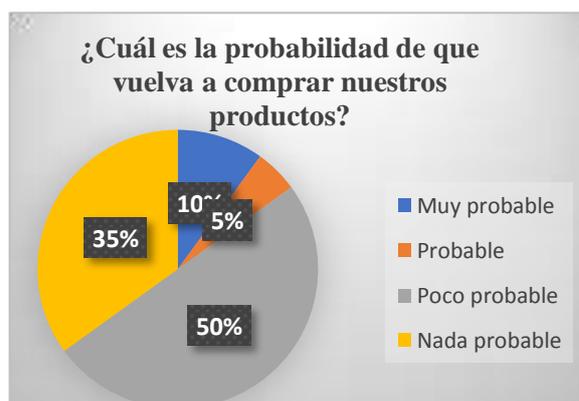
ANEXO N°2

Tabulación de la encuesta Realizada A Los Clientes Del Comercial Eletromuebles

Objetivo: Determinar las causas de la disminución de las ventas

1. ¿Cuál es la probabilidad de que vuelva a comprar nuestros productos?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Muy probable	2	10%
Probable	1	5%
Poco probable	10	50%
Nada probable	7	35%
Total	20	100%



Análisis: De los 20 clientes encuestados el 10% selecciono es muy probable que vuelva a comprar los productos en el comercial, el 5% selecciono que era probable, el 50% poco probable y el 35% selecciono que era nada probable.

2. ¿Cuál es la calidad de los productos que ofrece el comercial Eletromuebles?

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Alta.	3	15%
Buena	5	25%
Media	2	10%
Baja	10	50%
Total	20	100%



Análisis: De los 20 clientes encuestados el 15% selecciono que la calidad de los productos que ofrece el comercial es alta, el 25% que es buena, 10% que tiene una calidad media y el 50% selecciono que la calidad de los productos que ofrece el comercial es baja.

3. *¿Cómo califica la atención que recibe por parte del comercial?*

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Buena	12	60%
Regular	3	15%
Mala	5	25%
Total	20	100%



Análisis: De los 20 clientes encuestados el 60% califica la atención que recibe por parte del comercial como buena, el 15% como regular y el 25% como mala.

4. *¿Cuál es la probabilidad de que nos recomiende con sus conocidos?*

OPCIONES	FRECUENCIA	%
Si los recomendaría	1	5%
Es muy probable	1	5%
Es probable	2	10%
Es poco probable	16	80%
Total	20	100%



Análisis: De los 20 clientes encuestados el 5% selecciono si los recomendaría, el 5% que es muy probable, el 10% que es probable y el 80% poco probable que los recomienden.

5. Cree que el comercial necesita renovar sus promociones de venta.

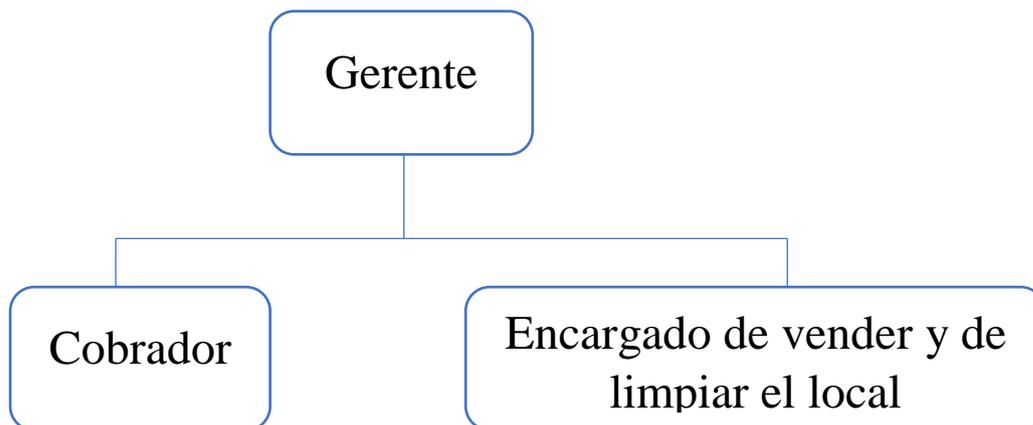
OPCIONES	FRECUENCIA	%
Si	20	100%
No	0	0%
Total	20	100%



Análisis: De los 20 clientes encuestados el 100% selecciono que el comercial necesita renovar sus promociones de venta.

ANEXO N°3

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA COMERCIAL ELECTROMUEBLES



ANEXO N°4

[Home](#) > [RUC](#) > [Consulta de RUC](#)

Consulta de RUC

RUC

1203596976001

Razón social

LARA RIERA CARMEN ELIZABETH

Estado contribuyente en el RUC

ACTIVO

Nombre comercial

Actividad económica principal		VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR EN GENERAL.	
Tipo contribuyente	Clase contribuyente	Obligado a llevar contabilidad	
PERSONA NATURAL	OTROS	SI	
Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
17/06/1999.	23/07/2019		

Ocultar establecimientos

Establecimiento matriz:

Lista de establecimientos - 1 registro

No. establecimiento	Nombre comercial	Ubicación de establecimiento	Estado del establecimiento
001	ELECTRO MUEBLES	LOS RÍOS / BABAHOYO / CLEMENTE BAQUERIZO / AV MARCOS BENETAZZO S/N Y VIA FLORES	ABIERTO

Establecimientos adicionales:

Lista de establecimientos - 1 registro

No. establecimiento ↕	Nombre comercial ↕	Ubicación de establecimiento ↕	Estado del establecimiento ↕
002	MUEBLERIA CARELI	LOS RÍOS / BABAHOYO / CLEMENTE BAQUERIZO / AV. UNIVERSITARIA S/N	CERRADO

ANEXO N°5

ESTADOS FINANCIEROS DE LOS AÑOS 2015, 2016 Y 2017 DEL COMERCIAL ELECTRO MUEBLES

COMERCIAL ELECTRO MUEBLES	
ESTADO DE RESULTADOS	
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015	
RUBROS	USD\$
VENTAS NETAS	\$ 56.628,59
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 30.245,80
UTILIDAD BRUTA	\$ 26.382,79
(-)GASTOS GENERALES, DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS	\$ 19.474,80
UTILIDAD DE OPERACION	\$ 6.907,99
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ 3.564,00
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 3.343,99

<p>ELECTRO MUEBLES PROPIETARIA: CARMEN LARA RIERA Dir. Av. Marcos Benítez - Tel. 250911</p> <p>----- FIRMA AUTÓGRAFA</p> <hr/> <p>LARA RIERA CARMEN RUC: 1203596976001 Propietaria</p>	<p>----- FIRMA AUTÓGRAFA</p> <hr/> <p>HATI SÁNCHEZ GISELA Reg. De Contadora N° 4581 Contadora</p>
--	--

COMERCIAL ELECTRO MUEBLES	
ESTADO DE RESULTADOS	
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016	
RUBROS	USD\$
VENTAS NETAS	\$ 49.780,77
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 28.235,40
UTILIDAD BRUTA	\$ 21.545,37
(-)GASTOS GENERALES, DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS	\$ 15.068,79
UTILIDAD DE OPERACION	\$ 6.476,58
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ 3.789,00
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 2.687,58

<p>ELECTRO MUEBLES PROPIETARIA: CARMEN LARA RIERA Dir. Av. Marcos Benítez - Tel. 250911</p> <p>----- FIRMA AUTÓGRAFA</p> <hr/> <p>LARA RIERA CARMEN RUC: 1203596976001 Propietaria</p>	<p>----- FIRMA AUTÓGRAFA</p> <hr/> <p>HATI SÁNCHEZ GISELA Reg. De Contadora N° 4581 Contadora</p>
--	--

COMERCIAL ELECTRO MUEBLES
ESTADO DE RESULTADOS
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017

RUBROS	USD\$
VENTAS NETAS	
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 43.121,45
UTILIDAD BRUTA	\$ 24.142,68
(-)GASTOS GENERALES. DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS	\$ 18.978,77
UTILIDAD DE OPERACION	\$ 13.265,68
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ 5.713,09
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 3.950,40
	\$ 1.762,69

ELECTRO MUEBLES
PROPIETARIA CARMEN LARA RIERA
Dr. Av. Marcus Bonifazio - T. 8. 25.000

FIRMA AUTOGRAFICA

LARA RIERA CARMEN
RUC: 1203596976001
Propietaria

HATI SANCHEZ GISELA
Reg. De Contadora N° 4581
Contadora

**COMERCIAL ELECTRO MUEBLES
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015**

RUBROS	USD\$	
ACTIVOS CORRIENTES		
CAJA-BANCOS	\$ 3.720,97	
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 13.755,00	
CUENTAS POR COBRAR DE DIFÍCIL RECUPERACIÓN	\$ 1.515,00	
INVENTARIOS DE PROD. TERM. Y MERCAD. EN ALMÁCEN	\$ 119.424,30	
TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES	\$	138.415,27
 ACTIVOS NO CORRIENTES		
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.560,00	
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 800,00	
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 1.420,00	
VEHÍCULO	\$ 12.600,00	
TOTAL, ACTIVOS NO CORRIENTES		\$ 16.380,00
TOTAL DE ACTIVOS		\$ 154.795,27
PASIVOS CORRIENTES		
OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	\$ 48.000,00	
OBLIGACIONES CON PROVEEDORES	\$ 2.715,60	
TOTAL, PASIVOS CORRIENTES		\$ 50.715,60
 PATRIMONIO		
CAPITAL	\$ 100.735,68	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 3.343,99	
TOTAL, PATRIMONIO		\$ 104.079,67
TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO	\$	154.795,27

ELECTRO MUEBLES
PROPIETARIA CARMEN LARA RIERA
Cm. Av. Marcos Bonifacio, Tel. 2570132


LARA RIERA CARMEN
RUC: 1203596976001
Propietaria


HATI SANCHEZ GISELA
Reg. De Contadora N° 4581
Contadora

**COMERCIAL ELECTRO MUEBLES
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016**

RUBROS	USD\$
ACTIVOS CORRIENTES	
CAJA-BANCOS	\$ 4.674,50
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 14.534,00
CUENTAS POR COBRAR DE DIFICIL RECUPERACIÓN	\$ 2.465,00
INVENTARIOS DE PROD. TERM. Y MERCAD. EN ALMÁCEN	\$ 92.804,99
TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES	\$ 114.478,49
ACTIVOS NO CORRIENTES	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.404,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 720,00
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 1.136,00
VEHÍCULO	\$ 10.080,00
TOTAL, ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 13.340,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 127.818,49
PASIVOS CORRIENTES	
OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	\$ 49.500,00
OBLIGACIONES CON PROVEEDORES	\$ 4.476,18
TOTAL, PASIVOS CORRIENTES	\$ 53.976,18
PATRIMONIO	
CAPITAL	\$ 71.154,73
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 2.687,58
TOTAL, PATRIMONIO	\$ 73.842,31
TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO	\$ 127.818,49

ELECTRO MUEBLES
PROPIETARIA: CARMEN LARA RIERA
CALLE: Av. Marcos Benetazzo - TEL: 2579132

FIRMA AUTORIZADA

LARA RIERA CARMEN
RUC: 1203596976001
Propietaria

HATI SANCHEZ GISELA
Reg. De Contadora N° 4581
Contadora

**COMERCIAL ELECTRO MUEBLES
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017**

RUBROS	USD\$	
ACTIVOS CORRIENTES		
CAJA-BANCOS	\$ 4.982,35	
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 15.320,45	
CUENTAS POR COBRAR DE DIFICIL RECUPERACIÓN	\$ 6.495,00	
INVENTARIOS DE PROD. TERM. Y MERCAD. EN ALMÁCEN	\$ 65.437,48	
TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES	\$	92.235,28
ACTIVOS NO CORRIENTES		
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.248,00	
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 640,00	
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 852,00	
VEHÍCULO	\$ 7.560,00	
TOTAL, ACTIVOS NO CORRIENTES	\$	10.300,00
TOTAL DE ACTIVOS		\$ 102.535,28
PASIVOS CORRIENTES		
OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	\$ 50.500,00	
OBLIGACIONES CON PROVEEDORES	\$ 4.290,87	
TOTAL, PASIVOS CORRIENTES	\$	54.790,87
PATRIMONIO		
CAPITAL	\$ 45.981,72	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 1.762,69	
TOTAL, PATRIMONIO	\$	47.744,41
TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO	\$	102.535,28

ELECTRO MUEBLES
PROPIETARIA CARMEN LARA RIERA
Dir. Av. Marcos Benetazzo - Telef. 22701132

[Firma Autorizada]
LARA RIERA CARMEN
RUC: 1203596976001
Propietaria

[Firma]
HATI SÁNCHEZ GISELA
Reg. De Contadora N° 4581
Contadora

ANEXO N°6

RAZONES FINANCIERAS DEL COMERCIAL ELECTROMUEBLES Y CÁLCULOS

➤ **RAZÓN DE LIQUIDEZ CORRIENTE**

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Activo corriente	\$ 138.415,27	\$ 114.478,49	\$ 92.235,28
Pasivo corriente	\$ 50.715,60	\$ 539.76,18	\$ 54.790,87
Razón de liquidez corriente	2,73	2,12	1,68

➤ **RAZÓN RÁPIDA O PRUEBA DE ACIDO**

$$\text{Prueba de acido} = \frac{\text{Activos Corrientes} - \text{inventarios}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Activo corriente	\$ 138.415,27	\$ 114.478,49	\$ 92.235,28
(-) Inventario	\$ 119.424,3	\$ 92.804,99	\$ 65.437,48
Total	\$ 18.990,97	\$ 21.673,5	\$ 26.797,8
Pasivo corriente	\$ 50.715,60	\$ 539.76,18	\$ 54.790,87
Razón rápida o prueba de acido	0,37	0,40	0,49

CÁLCULO DE INCREMENTO O DESCENSO DE LAS VENTAS AÑOS 2016 Y 2017 TOMANDO COMO BASE AÑO 2015

$$\frac{\text{Año Base} - \text{Año Actual}}{\text{Año Base}}$$

Año base = \$ 56.628,59

Operación	2016	2017
	$\frac{\$ 56.628,59 - \$ 49.780,77}{\$ 56.628,59}$	$\frac{\$ 56.628,59 - \$ 43.121,45}{\$ 56.628,59}$
Total	0,12	0,24
Total %	12%	24%