



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA
PROCESO DE TITULACIÓN
NOVIEMBRE 2020 – MAYO 2021
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 UTEXT S.A del cantón Montalvo.

EGRESADO

Víctor Hugo Flores Rivera

TUTOR:

ING. Diego Pazmiño, MAE.

AÑO 2021

RESUMEN

Este caso de estudio se lo elabora de manera descriptiva con enfoque cualitativo y cuantitativo, puesto que se utilizó la técnica de entrevista estas fueron realizadas a través de un cuestionario dirigido hacia la propietaria del local comercial “UTEXT”, cuya actividad es la compra y venta de productos textiles tales como sabanas, toldos, colchas, edredones etc. En el Cantón Montalvo de la Provincia de Los Ríos. El objetivo de estudio fue descubrir los niveles de ventas y mediante dicho estudio conocer los factores que influyen en el bajo desempeño de las ventas durante el año 2018, 2019, 2020 y los primeros meses del año 2021. En base a los resultados adquiridos, se evidencia un crecimiento de las ventas; para luego reflejar un descenso progresivo durante el año 2020. Todo esto ocurre por distintos fenómenos el principal la pandemia, la escasa publicidad por la lenta adaptabilidad al entorno cambiante, el mal aspecto del local comercial, presencia de competencia desleal. Esta investigación está sujeta a los parámetros de la Carrera de Comercio de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática y se enmarca dentro de la línea de investigación: Gestión Financiera, administrativa, tributaria, auditoria, control. Y al ser una microempresa de carácter privado, se involucra la sublínea de investigación: Empresas e instituciones públicas y privadas.

Palabras claves: Nivel de venta, microempresa, publicidad, comercial UTEXT.

ABSTRACT

This case study is developed in a descriptive way with a qualitative and quantitative approach, since the interview technique was used, these were carried out through a questionnaire addressed to the owner of the commercial premises "UTEXT", whose activity is buying and selling of textile products such as sheets, awnings, bedspreads, quilts etc. In the Canton Montalvo of the Province of Los Ríos. The objective of the study was to discover the sales levels and through said study to know the factors that influence the low performance of sales during 2018, 2019, 2020 and the first months of 2021. Based on the results obtained, evidence of sales growth; and then reflect a progressive decline during 2020. All this occurs due to different phenomena, the main one being the pandemic, the scarce publicity due to the slow adaptability to the changing environment, the bad appearance of the commercial premises, the presence of unfair competition. This research is subject to the parameters of the Commerce Degree of the Faculty of Administration, Finance and Informatics and is framed within the research line: Financial, administrative, tax, audit, control management. And since it is a private microenterprise, the research sub-line is involved: Public and private companies and institutions.

Keywords: Sales level, micro-business, advertising, commercial UTEXT.

INTRODUCCIÓN

La empresa comercial Universo textil (UTEXT) está ubicada en el cantón Montalvo provincia de los ríos exactamente en la calle 24 de mayo y Babahoyo sector la bahía Fundada por la propietaria y administradora Andrea Chiguano Rivera en Octubre del año 2018 y dedicada a la comercialización de diversos productos textiles, un negocio puede mantenerse siempre y cuando tenga rentabilidad o utilidad, por ende es indispensable conocer la situación del negocio, mercado y la interacción del cliente.

Las ventas de UTEXT se han visto mermadas, debido al impacto de la pandemia, además de su limitada campaña publicitaria la cual no se encuentra tan adaptada a la situación actual, su ubicación no estratégica , junto al aspecto externo no tan agradable del local comercial a primera vista no figura como un lugar atractivo para realizar compras.

Analizar el bajo nivel de ventas del comercial UTEXT aplicando el método inductivo, ya que permite recolectar información mediante encuesta, entrevista, y observación, para determinar aquello se realizó un análisis comparativo en los periodos ventas de los años 2018-2021 teniendo en consideración los acontecimientos que se ha ido reflejando en los diferentes periodos.

La gestión administrativa dentro de una empresa pública o privada permite tomar decisiones asertivas y en base a aquello alcanzar las ventas esperadas, y de esa manera la empresa podrá mantenerse en el transcurso del tiempo.

La metodología aplicada en este caso de estudio fue cualitativa y cuantitativa debido a que requiere de interacciones con números y personas para conocer los datos.

La información fue obtenida de manera directa con la administradora y además fue obtenida de los clientes que frecuentan el local comercial.

DESARROLLO

El comercial UTEX S.A se la considera una microempresa; surge a partir de una necesidad, de un empleo estable, confortable y bien remunerado por lo tanto: “dentro de ese grupo de personas habrán unas que se diferencien de las demás, debido a sus habilidades y aptitudes que luego se transforman en emprendimientos, llegando a tener éxito al crear no solo ingresos para él/ ella y sus allegados, sino también se vuelve generadores de empleo.” (Ruth Yadira Sumba Bustamante, 2018)

La empresa comercial Universo textil (UTEXT S.A) está ubicada en el cantón Montalvo provincia de los ríos exactamente en la calle 24 de mayo y Babahoyo sector la Bahía, Fundada por su administradora y propietaria Andrea Chiguano Rivera en Octubre del año 2017 este micronegocio, se dedica a la comercialización de lencería para el hogar tales como; Sabanas, edredones, colchas, toallas, hamacas, forros de colchones, toldos de todas las variedades y medidas, manteles, etc.

Existen locales comerciales que venden ciertos productos textiles, pero no ofrecen variedad por lo que UTEXT tiene dominio de mercado en ese cantón.

El comercial UTEXT es el único local en el cantón Montalvo que ofrece esa cartera de productos por lo que es considerado como exclusivo en la actividad que realiza es decir no tiene competencia de algún otro comercial.” La no competencia es un espacio en el cual, el mercado no está siendo aprovechado; teniendo en cuenta que la nueva empresa crea demanda y oportunidades, de esa manera podrá tener una rentabilidad mayor a la de los mercados similares ya saturados de competidores” (Jimenez, 2016)

Pero no todo es positivo para UTEXT la competencia desleal está siempre presente en su mayoría de casos por vendedor ambulante.

Los vendedores ambulantes son emprendedores que no se especializan en adoptar un lugar fijo para las ventas de productos o servicios considerando como lugar de operación la vía pública. (Díaz, Vélez-Zapata, & Ramírez, 2015)

La modalidad de administrar su negocio es; a consecuencia del conocimiento empírico el cual lo van desarrollando a diario.

Es muy común observar vendedores ambulantes ofreciendo diversos productos a muy bajo costo y esto es un golpe directo a los microempresarios que ofrecen los mismos productos a un mayor precio, debido al gasto adicional en el que incurren para el funcionamiento del local comercial. (Díaz, Vélez-Zapata, & Ramírez, 2015)

En esta investigación se van a analizar los niveles de venta que ha obtenido la empresa comercial UTEXT en los años 2019; 2020; 2021. Con el propósito de obtener un resultado, en base a dicha investigación, siempre y cuando se puedan percibir los errores y aciertos así también tendremos los motivos del por qué la variación de información.

La venta se puede definir como la operación mediante la cual una persona transmite a otra la propiedad que tiene sobre un bien o derecho, a cambio de un precio determinado. También se puede decir que la venta es ceder la propiedad de un producto a cambio de una compensación tal como; dinero, servicio o especies (Vásquez, 2008)

Variaciones anuales de ventas

Año 2018

Al revisar las ventas mensuales durante el año 2018 se puede percibir los siguientes resultados: Enero \$1,163,35; Febrero \$946,75; Marzo \$1,012,40; Abril \$1,211,05; Mayo \$1,311,70; Junio \$1,275,10; Julio \$1,101,85; Agosto \$982.15; Septiembre \$1,327,90;

Octubre \$1.325,05; Noviembre \$1.537,70; Diciembre \$811,35. En base a estos montos de ventas mensuales, se estableció el promedio mensual de ingreso del negocio, ubicándose en

El promedio de ventas es de 1,167.20

Año 2019

Al revisar las ventas mensuales durante el año 2019 se puede percibir los siguientes resultados: Enero \$1.127,55; Febrero \$1.044,75; Marzo \$948,15; Abril \$1.102,95; Mayo \$1.401,80; Junio \$1.225,20; Julio \$846,50; Agosto \$1.217,95; Septiembre \$1.253,35; Octubre \$1.230,60; Noviembre \$1.002,35; Diciembre \$870,20. En base a estos montos de ventas mensuales, se estableció el promedio mensual de ingreso del negocio, ubicándose en

El promedio de ventas es de 1.105,95

Año 2020

La variación que hubo con respecto al año anterior se evidencia debido al impacto de la pandemia y el encierro generalizado además de las restricciones que surgieron en esas fechas.

Enero \$1.310,65; Febrero \$930,80; Marzo \$282,70; Abril \$0,00; Mayo \$0,00; Junio \$0,00; Julio \$.390,10; Agosto \$630,20; Septiembre \$712,90; Octubre \$.864,05; Noviembre \$880,15; Diciembre \$628,75.

Promedio de venta percibida en el año 2020 es de \$552.53 dólares mensuales.

Año 2021

La referencia de análisis los dos primeros meses, obteniendo los siguientes montos: Enero \$1.080,00; Febrero \$763,50. Evidenciando una leve caída con respecto a los niveles de ventas, considerando los meses de enero y febrero sin pandemia y al promedio de ventas del año 2019.

Tabla 1. *Variaciones de ventas anuales*

	AÑOS		
	2018	2019	2020
VENTAS TOTALES	14,006.35	13,271.35	6,630.30
% DE VARIACIÓN		-5.25%	-50.04%

Fuente: Variación anual de ventas

Elaborado por: Víctor Flores Rivera

La actividad que tuvo el peor desempeño a nivel nacional en los primeros 6 meses, fue el comercio. Le siguieron servicios e industrias. El área de alimentación y medicina fueron los menos afectados. (EL COMERCIO, 2020)

El comercial UTEXT no quedo exento de las afectaciones producidas por el COVID y se ven reflejados en la baja rotación del inventario, el objetivo principal de esta investigación es determinar la disminución de las ventas, el fenómeno del SARS COV 2 con el pasar del tiempo fue aceptado como una nueva normalidad y el temor al contagio fue reduciendo.

En esta investigación se creyó oportuno estudiar el comportamiento de los ingresos producido por las ventas en el periodo del 2020, ya que fue ahí donde se origino esta variación en la demanda, puesto que para evitar la propagación del virus, el estado dicto disposiciones que obligaban a cerrar los locales comerciales. Dentro de este contexto el Comercial “UTEXT”, cerró indefinidamente hasta que el gobierno anuncie lo contrario siendo el 13 de Marzo del 2020 la fecha de cierre y el 5 de Julio del mismo año la reapertura, evidenciando una reducción significativa de sus ingresos por ventas a partir de ese momento.

El término Nueva Normalidad, de la cual incluso existe marca registrada ante el IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial) se centra en regresar a las actividades

habituales bajo un esquema de un lavado frecuente de manos, motivar a siempre llevar consigo gel desinfectante para manos, el distanciamiento y además cubierto con cubre boca, también conocido como mascarilla. La nueva normalidad no quiere decir que deben acercarse a las personas o suponer que todo está controlado. Al salir del confinamiento se debe compartir siguiendo los parámetros sanitarios y sobre todo, siguiendo los protocolos al momento de comprar, vender o interactuar con las personas del grupo social al cual te incrustas. (Zerón, 2020)

Las empresas, pymes, vendedores y consumidores tuvieron que adaptarse también con la manera de ofrecer sus productos y servicios, esto forzó al uso masivo de redes sociales como principales medios de publicidad. El comercial UTEXT si cuenta con un sitio web, además de una página de Facebook, el cual no fue completamente explotada es decir si hablamos de obtener el máximo provecho.

¿Qué es la publicidad? Es una manera de comunicación el cual intenta persuadir a los consumidores o fidelizarlos a nuevas marcas o productos en un mercado donde el consumismo es elevado e ilimitado, mejorar la imagen de una marca o producto los clientes tienen un control sobre los medios y sobre cómo quieren consumirlos, por aquello la importancia. (Fernández, 2013)

“El marketing es el proceso de planificar y ejecutar el conocimiento del producto, estableciendo el precio, las maneras de promocionarlo además de su distribución, dirigiéndose de manera efectiva dicho producto hacia el consumidor.” (Garcia, Moya, & Monzó, 2014)

La administradora y propietaria de UTEXT se vio obligada a inmiscuirse en el mundo de las redes sociales para fortalecer nuevamente sus ventas, teniendo en cuenta que este proceso lo empezó en diciembre del 2020 y a inicios de año 2021 ya se empezó a ver

resultados, se tuvo claridad que debido a las restricciones de la nueva normalidad, ese era el medio más efectivo de venta y ya para los días venideros ha tenido excelentes resultados.

Al analizar las ventas y luego de indagar a la gerente propietaria se estableció un hallazgo importante el cual va vinculado directamente con las bajas ventas y poca rentabilidad del local y es que debido a la poca publicidad y al manejo de las redes tales como facebook, whatsapp y al no contar el local comercial con una cuenta en instagram la nueva tendencia en ventas hay muchas personas que aún desconocen de la existencia del lugar.

Facebook es APP más popular del mundo utilizada por millones de empresas, pequeños emprendedores, personas en general; para promocionar su mercadería “con más de una década de existencia, es la más importante de las redes sociales, donde los usuarios de esta aplicación pueden asistir voluntariamente a los perfiles de las empresas y así observar todo lo que ofrece y demás.” (Clavijo, 2015)

Whatsapp es una herramientas utilizadas por millones, para tener una comunicación directa entre personas de todo el país y el mundo, pero desde hace muchos años varias empresas lo están utilizando para vender, promocionar productos y servicios, “Las organizaciones y las pymes se dieron cuenta que trabajar con una estrategia publicitaria incrementaría sus ventas de manera rápida y eficiente, para promocionar y vender con solo ampliar su base de contactos así facilita la comunicación con posibles clientes.” (Laguna & Zúñiga, 2017)

Una de las redes tendencia en estos últimos años, que está resultando muy efectiva es instagram la mayoría de las empresas la tienen y es allí donde contactan a potenciales clientes y proveedores en el caso de la empresa comercial UTEXT no cuenta con una, el

obtener una cuenta de instagram es totalmente gratuito y puede generar un ingreso adicional.

Instagram es una red social que cuenta con un APP móvil el cual permite una interacción directa con empresas y particulares, cargar contenido como imágenes y vídeos, compartir con otros usuarios que tengan una cuenta en aquella aplicación o incluso en otras redes sociales. Y a la vez puede compartirse a través de las “Historias” la cual dura 24 horas activa. También es posible contactarse a través de comentarios o por el chat privado. (Smith, 2018)

El local comercial se encuentra ubicado en cantón Montalvo provincia de los ríos en la calle 24 de mayo y Babahoyo sector la Bahía, este lugar por años nunca ha sido muy concurrido por personas que quieran realizar sus compras, la administradora aduce que se encuentra en aquel sitio, por el precio del alquiler que oscila en 25 dólares, sumado a a ello el valor de servicios básicos el cual por años no ha variado, siendo ya fijo de 10.14 dólares americanos.

Este es otro de los des motivadores que enfrentan los clientes o usuarios del comercial, ya que el cantón Montalvo es pequeño y al público le gusta tener todo a su alcance es decir muy cerca.

Muchos emprendedores o empresarios no consideran la ubicación como factor fundamental. El plazo, esfuerzo y capital les impide encontrar el lugar ideal, para empezar y desafortunadamente en muchos casos, el tiempo demuestra que la opción no era la más adecuada. (VALERO, 2015)

Son muchos las personas que están dispuestas a emprender, pero se desmotivan por los precios de las rentas en las calles principales, y como segunda opción prefieren lugares poco transitados, lo que les constituye en la mayoría de los casos una constante lucha por

la supervivencia. Apostar por el local adecuado para el éxito es imprescindible, para no verse obligado a cerrar, y cumplir con los objetivos comerciales. (VALERO, 2015)

Debes valorar si la ubicación elegida te va a ayudar a elevar tu rentabilidad o beneficios deduciendo la capacidad del sitio, el movimiento externo con respecto al tránsito de personas, motos, o cualquier otro vehículo, además de que el lugar tenga un buen acceso.

Aunque parezca absurdo, la medición del éxito de un negocio no está sólo en los productos y servicios que ofrece, un factor esencial es el lugar donde se elija para la ubicación del negocio. Al igual que se estudia la competencia se debe hacer un análisis sobre el sector donde establecer nuestro negocio teniendo en cuenta nuestros clientes potenciales. (Sánchez, 2010)

CONCLUSIÓN.

El Comercial "UTEXT" ha experimentado variaciones en sus niveles de ventas, entre el año 2018 y 2019 se pudo identificar un decrecimiento fue de 5.25% esta reducción se da debido a la decadente campaña publicitaria que se ha venido suscitado durante ese período.

Además de la decadente fachada que tiene el cual genera una visión de un local empobrecido y poco concurrido.

De la mismo forma se encontró que durante el año 2020 por la problemática del Covid-19, agravó aún más la rentabilidad del comercial, desplomando las ventas significativamente en un 50,04%, lo que incluso puso en riesgo la subsistencia de UTEXT,

En el periodo 2021 se puede apreciar en los 2 primeros meses a pesar que la pandemia continúa hubo un leve incremento en las ventas frente a los datos del año 2020 pero aun a la baja si tomamos en consideración los del 2021.

La empresa se ve afectada por varios fenómenos que están variando las ventas sin importar que sea una multinacional, un emprendimiento o micronegocio.

Referencias bibliográficas

Clavijo, I. G. (2015). *Facebook para empresas y emprendedores.*

Malaga: IC Editoria.

Díaz, J. M., Vélez-Zapata, C., & Ramírez, G. B. (2015). *ESTRATEGIAS DE MERCADEO*. Meldellin: • ISSN .

EL COMERCIO. (01 de Julio de 2020). *El comercio*. Recuperado el 09 de 03 de 2021, de El comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-economia-ventas-pandemia-negocios.html#:~:text=La%20actividad%20que%20tuvo%20el,medicinas%20fueron%20las%20menos%20afectadas>.

Fernández, A. H. (2013). *La generación Multitasking y la publicidad Interactiva*. alicante: 3ciencias.

Garcia, A. M., Moya, C. R., & Monzó, J. (2014). *Marketing en la actividad comercial*. madrid: Paraninfo.

Jimenez, C. (2016 de 01 de 2016). *Competir sin competencia* . Barcelona, España.

Laguna, H., & Zúñiga, D. (2017). *Whatsapp Marketing*. mexico: Pplataforma.

Moya, D. P. (19 de Enero de 2018). *emprender es facil*. Madrid, España.

Ruth Yadira Sumba Bustamante, R. Y. (Junio de 2018). *LAS MICROEMPRESAS. Las microempresas* . Portoviejo, Manabí, Ecuador.

Sánchez, L. (22 de 02 de 2010). *Emprende pymes*. Recuperado el 9 de 03 de 2021, de *Emprende pymes*.

Smith, M. (2018). *Marketing en Instagram*. Spanish Edition.

VALERO, E. G. (2015). MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA . *UNIVERSIDAD CATÓLICA* , 36.

Vásquez, G. (2008). LAS VENTAS EN EL CONTEXTO GERENCIAL LATINOAMERICANO. *Temas de management* , 1-7.

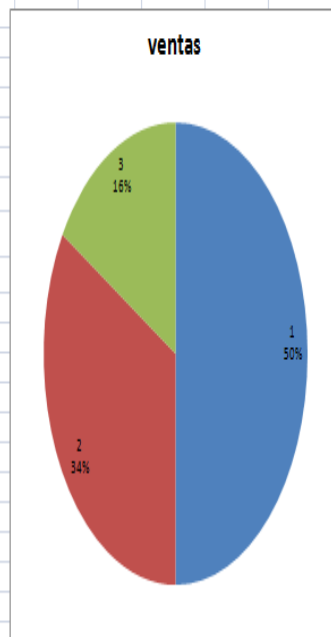
Vivanco, M. O. (14 de Mayo de 2020). Efectos del Covid-19 en el comportamiento. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía* , 235-236.

Zerón, A. (2020). Nueva normalidad, nueva realidad. *Revista ADM* , 120-121.

ANEXOS



Movimientos de Enero 2021				
03/01/2021	2 HAMACAS SENCILLAS	20	14	6
03/01/2021	abono MAURICIO	31,5	31,5	
06/01/2021	sabana de 3 plazas	20	13	7
06/01/2021	sabana de 2 plazas	17	8,5	8,5
07/01/2021	venta de hamaca	10	7	3
05/01/2021	pago de Mauricio(mama en almuerzo)	20	20	
09/01/2020	edredon nordico	22	12	10
	abono cruz con jhonson	15	9	6
10/01/2021	abono mauricio	93	63	30
12/01/2021	CRUZ DURAN	40	15	25
12/01/2021	Compra Alicia por mayor N/v 015 Y 0017	92	64	28
12/01/2021	Compra isabel por mayor N/v 016	112,5	80,5	32
14/01/2021	CORTINA + TOOL	25	15	10
19/01/2021	ABONO ANDRES	30	22	8
20/01/2021	ABONO ROSA ZUNIGA	20	16	4
17/01/2021	ventas en los 2 campos	55	30	25
17/01/2021	pago de la mayor	20	15	5
17/01/2021	abono MAURICIO	107	67	40
18/01/2021	venta de sabanas 2 p con vuelo americana	20	11	9
19/01/2020	4 TOLDOS 4 PUNTAS	44	26	18
21/01/2021	Shirley Lema	23	15	8
21/01/2021	3 edredones nordicos de 2 plazas	51	36	15
24/01/2021	sabana de 2 1/2	19	12	7
21/01/2021	set de toalla, colcha peluche walter arteaga	27	19	8
29/01/2021	cortinas especiales	95	77	18
31/01/2021	toldo 4 puntas	13	6	7
31/01/2021	abano de Cruz	40	22	18
	total	1082	726,5	355,5



Niveles de ventas y gastos ENERO 2021	valores
VENTAS NETAS	1082
INVERSION EN MERCADERIA	726,5
GANANCIA	355,5
COSTOS INDIRECTOS movilidad,alimen	51,5
GASTOS arriendo, servicios Básicos	35,14
total utilidad bruta	268,86







...as Caballeros y Niños
...os, Boyitos y Añorados

GA
SP

EL UNIVERSO
Textil UTEXT
12.99
PIE DE BARRANO
0939200932
0984444487

Display case containing various small items and products.

AÑO 2020	
MESES	VENTAS
Enero	\$1,310.65
Febrero	\$930.80
Marzo	\$360.53
Abril	\$0,00
Mayo	\$0,00
Junio	\$0,00
Julio	\$390.10
Agosto	\$630.20
Septiembre	\$712.90
Octubre	\$864.05
Noviembre	\$880.15
Diciembre	\$628.75
TOTAL	\$6,630.30

AÑO 2021	
MESES	VENTAS
Enero	1,080.00
Febrero	\$763.50
TOTAL	\$2,201.05

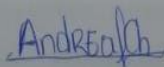
AndeanCh

ANDREA ADRIANA CHIGUANO RIVERA

NIVELES DE VENTA DEL COMERCIAL UTEXT

AÑO 2018	
MESES	VENTAS
Enero	\$1,163.35
Febrero	\$946.75
Marzo	\$1,012.40
Abril	\$1,211.05
Mayo	\$1,311.70
Junio	\$1,275.10
Julio	\$1,101.85
Agosto	\$982.15
Septiembre	\$1,327.90
Octubre	\$1,325.05
Noviembre	\$1,537.70
Diciembre	\$811.35
TOTAL	\$14,004.35

AÑO 2019	
MESES	VENTAS
Enero	\$1,127.55
Febrero	\$1,044.75
Marzo	\$948.15
Abril	\$1,102.95
Mayo	\$1,401.80
Junio	\$1,225.20
Julio	\$846.50
Agosto	\$1,217.95
Septiembre	\$1,253.35
Octubre	\$1,230.60
Noviembre	\$1,002.35
Diciembre	\$870.20
TOTAL	\$13,271.35



ANDREA ADRIANA CHIGUANO RIVERA

PROPIETARIA

Preguntas	Respuesta
¿Desde que año su empresa comercial?	El comercial UTEXT fue fundado el 9 de octubre del 2017.
¿Considera que la ubicación de su local es estratégica?	No pero el pago del alquiler es bastante cómodo, 25 dólares y 10.14 la energía eléctrica mensuales.
¿El aspecto físico, fachada del local comercial le parece atractivo y óptimo?	La verdad que está un poco descuidado pero ya entrare manos a la obra para hacerle un retoque además del tamaño que es un poco reducido.
¿Cuáles son los productos que oferta?	En el comercial se ofertan colchas, edredones, hamacas, manteles, toldos, forros de colchón, cortinas, set de baño, sábanas de todas las medidas y diferentes modelos.
¿Cuál es la dirección o ubicación de su local?	En la bahía del cantón Montalvo; Calles 24 de mayo y Babahoyo bahía
¿Cuál es el organigrama de la empresa?	No tiene organigrama, a veces ayuda en el negocio un hermano cuando no tengo tiempo la manejo yo como propietaria.
¿Solo venden en el local o tienen otra forma de vender?	Si, solo se vende en el local comercial.
¿Solo venden al contado o también venden a crédito?	Solo efectivo
¿Cuál es la principal competencia o competidores que tiene el comercial?	Los vendedores informales, y la competencia desleal.
¿Cuáles son los principales problemas que se presentan con el personal operativo?	Los principales problemas que presenta el talento humano de la parte operativa es la comunicación, puesto que no siempre están presto a seguir indicaciones con un nivel de pertenencias adecuado.
¿El comercial tiene página web?	Claro que si pero, no está siendo utilizado.
¿Para promocionar los productos o la empresa que medios usan?	Redes sociales, facebook, whatsapp, telegram. Además de hojas volantes ocasionalmente

¿Las ventas han aumentado o disminuido a qué factor hace responsable de aquello?	Actualmente las ventas en comparación a años anteriores han disminuido, pero ya se está recuperando
¿Cómo considera que la pandemia ha afectado las ventas del comercial?	Ha afectado mucho puesto que en el tiempo de las restricciones paso cerrado alrededor de 3 meses y eso mermo las ventas y clientes.
¿Cómo se llama el/la propietario/a del comercial?	Tnlga. Andrea Adriana Chiguano Rivera.

Babahoyo, 30 de Enero del 2021

Srta.

Andrea Adriana Chiguano Rivera

En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: **Flores Rivera Víctor Hugo**, con cédula de identidad 1207119254, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de Ingeniería Comercial, matriculado(a) en el proceso de titulación periodo Noviembre 2020 – abril 2021, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda otorgarme el permiso respectivo para realizar mi Caso de estudio denominado NIVELES DE VENTAS DE LA EMPRESA UTEXT S.A DEL CANTÓN MONTALVO el cual es requisito indispensable para poder titularme.

Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecido(a).

Muy atentamente,

Andrea Chiguano
1208937027
0997738161
AUTORIZADO

Victor Hugo Flores Rivera
1207119254