

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**  
**SEDE CUENCA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

*Trabajo de titulación previo a la  
obtención del título de Licenciada  
en Administración de Empresas*

**ANÁLISIS DE CASO:**

**“ANÁLISIS DEL PROCESO DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA  
RENTABILIDAD DE LA EMPRESA EMPREDIAL (MI AHORRO), EN  
SUS SIETE SUCURSALES AL SUR DEL ECUADOR”**

**AUTORAS:**

**LORENA PAOLA CASTRO CABRERA  
MERCEDES MARGARITA QUICHIMBO QUICHIMBO**

**TUTOR:**

**ING. JORGE LEONCIO FERNÁNDEZ SALVADOR DOMÍNGUEZ**

**CUENCA - ECUADOR**

**2021**

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Nosotras, Lorena Paola Castro Cabrera con documento de identificación N° 0106267115 y Mercedes Margarita Quichimbo Quichimbo con documento de identificación N° 0106847056, manifestamos nuestra voluntad y cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autoras del trabajo de titulación: **“ANÁLISIS DEL PROCESO DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA EMPREDIAL (MI AHORRO), EN SUS SIETE SUCURSALES AL SUR DEL ECUADOR”**, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: *Licenciada en Administración de Empresas*, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, octubre de 2021.



Lorena Paola Castro Cabrera

C.I. 0106267115



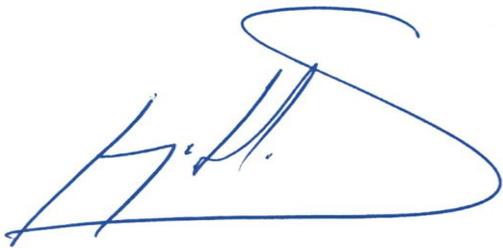
Mercedes Margarita Quichimbo Quichimbo

C.I. 0106847056

## CERTIFICACIÓN

Yo, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: **“ANÁLISIS DEL PROCESO DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA EMPREDIAL (MI AHORRO), EN SUS SIETE SUCURSALES AL SUR DEL ECUADOR”**, realizado por Lorena Paola Castro Cabrera y Mercedes Margarita Quichimbo Quichimbo, obteniendo el *Análisis de caso*, que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, octubre de 2021.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'S' shape with a horizontal line extending to the left and a vertical line extending upwards from the top of the 'S'.

Ing. Jorge Fernández Salvador Domínguez  
C.I. 0101866309

## DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, Lorena Paola Castro Cabrera con documento de identificación N° 0106267115 y Mercedes Margarita Quichimbo Quichimbo con documento de identificación N° 0106847056, autoras del trabajo de titulación: **“ANÁLISIS DEL PROCESO DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA EMPREDIAL (MI AHORRO), EN SUS SIETE SUCURSALES AL SUR DEL ECUADOR”**, certificamos que el total contenido del *Análisis de caso*, es de nuestra exclusiva responsabilidad y autoría.

Cuenca, octubre de 2021.



Lorena Paola Castro Cabrera

C.I. 0106267115



Mercedes Margarita Quichimbo Quichimbo

C.I. 0106847056

## **I. Dedicatoria y Agradecimiento (opcional)**

Este logro va dedicado primero que nada a Dios, quien ha sido nuestro guía en todo el proceso de este, ofreciéndonos salud, fortaleza y motivación en cada paso que hemos venido dando. Seguido lo dedicamos a nuestros padres, quienes al igual que nosotras se han desvelado impulsándonos a que nunca hay que darnos por vencido porque todo tiene su recompensa, gracias a ellos cada vez que nos hemos querido rendir siempre han estado ahí dándonos fuerzas para continuar y no dejarnos caer por nada.

## **II. Resumen**

Ecuador para poder preservar la economía durante los últimos años ha puesto en funcionamiento políticas económicas restrictivas, orientándose en la mejora de la matriz productiva del país. El análisis de caso tiene como objetivo examinar los factores que inciden en el nivel competitivo de dicho sector de línea blanca, ofreciendo información importante para el planteamiento de estrategias que autorice restablecer la situación competitiva de la misma. Se ha estudiado la rentabilidad, comportamiento para llegar al objetivo planteado anteriormente. Se ha planteado el análisis de las cinco fuerzas de Michael, con ello se puede medir cuan competitiva es la industria, así mismo se ha realizado algunas matrices como EFE y EFI para poder ver como se encuentra la empresa. Se realizaron encuestas y se obtuvo información y en base a esta se realizaron las matrices. Las metodologías usadas en el análisis ayudaron a comprender como se encuentra el sector hoy en día. La investigación realizada dio como resultado que la organización tiene que mejorar dentro del ámbito de atención al cliente, recursos humanos y la dirección de los posibles clientes, también debe reestructurar la cartera de clientes, aumentando así las ventas y la rentabilidad.

**Palabras claves:** ventas, rentabilidad, competitividad.

### **Abstract**

Ecuador, in order to preserve the economy, in recent years has implemented restrictive economic policies, focusing on improving the country's productive matrix. The objective of the case analysis is to examine the factors that affect the competitive level of said white goods sector, offering important information for the planning of strategies that authorize the reestablishment of the competitive situation of the same. The profitability, behavior to reach the previously stated objective has been studied. The analysis of the five forces of Michael has been proposed, with this it can be measured how competitive the industry is, likewise some matrices such as EFE and EFI have been made to see how the company is doing. Surveys were carried out and information was obtained and based on this the matrices were made. The methodologies used in the analysis helped to understand how the sector is today. The research carried out resulted in the organization having to improve within the scope of customer service, human resources and the management of potential clients, it must also restructure the client portfolio, thus increasing sales and profitability.

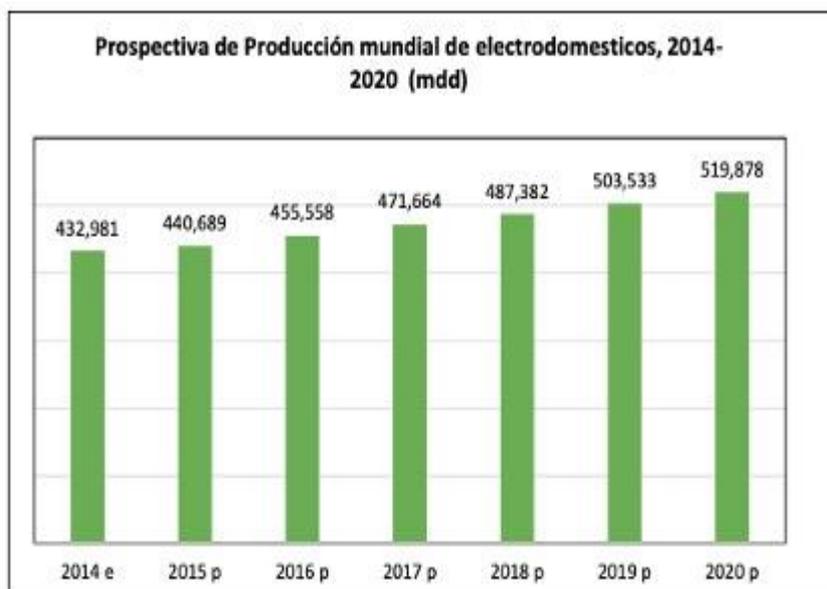
**Keywords:** sales, profitability, competitiveness.

## Introducción

Según (Investigaciones, 2011), menciona que la industria dedicada a la comercialización de electrodomésticos esta dividida en línea negra y blanca. (Newsletter, 2015), nos indica un aumento del 30% en las ventas de electrodomésticos, mismas que se dieron por la disminución del 36% en las importaciones, una reducción en el año 2017, 2018 y parte del año 2019 debido al aumento del 100% del ICE, pero se busca a futuro alcanzar un aumento en las ventas y en la utilidad.

Según (MARKIT, 2018), el sector de la venta de electrodomésticos de línea blanca en los últimos años ha venido teniendo un crecimiento en su nivel de competitividad, presentando las cifras de \$432.981 millones de dólares en el año 2014 a nivel mundial, esperando que para el 2020 llegue o alcance a la cifra de \$519.878 millones de dólares teniendo para ese periodo un alza de la tasa anual real una tasa de crecimiento anual real un valor de 3.1%, en la posterior figura se podrá atisbar:

**Figura 1:** Prospectiva mundial en la Producción de electrodomésticos



Fuente: (MARKIT, 2018)

Cabe mencionar que a nivel global los países productores esta: Japón, Estados Unidos, Alemania y China, siendo ellos los principales empresarios en la industria de dedicada a la comercialización de electrodomésticos.

Ecuador cuenta con productores nacionales entre ellos esta Indurama, Innova, Ecasa y Global, mismos que han logrado comprobar ser muy competitivos en el mercado, mediante sus diferentes estrategias que están encaminadas a la variedad, calidad e innovación de sus productos. Con los análisis comerciales, se sabe que las marcas

nacionales se encuentran bien posicionadas en el mercado, pero eso no ha sido impedimento para que las marcas extranjeras estén acaparando con mercadería a Ecuador, por ello el país se proyecta ser líder en la venta de electrodomésticos, basándose en reestablecer la competitividad, rentabilidad e innovación de productos, incrementando la presencia dentro del mercado. (MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL TRABAJO DE TITULACIÓN: “ Análisis económico de las barreras arancelarias a las Importaciones del sector de Línea Blanca en el Ecuador , periodo 2010-2015 ” Previa a la obtención del Grado Académico de Magíster , 2017). Es muy notorio el estancamiento de la economía nacional y las barreras arancelarias, han surgido problemas como el nivel de demanda dentro de la industria comercializadora de electrodomésticos. (Contables, 2018)

### III. Índice general

#### Contenido

<b>1. Problema</b> .....	11
<b>2. Objetivos general y específico</b> .....	14
<b>2.1 Objetivo General</b> .....	14
<b>2.2 Objetivos Específicos</b> .....	14
<b>3. Fundamentación teórica</b> .....	14
<b>4. Metodología</b> .....	17
<b>5. Análisis de resultados y Presentación de hallazgos</b> .....	18
<b>5.1 ANÁLISIS PEST</b> .....	18
<b>5.2 FUERZAS DE PORTER</b> .....	21
<b>5.2.1 Poder de negociación con los proveedores</b> .....	21
<b>5.2.2 Poder de negociación con los clientes</b> .....	22
<b>5.2.3 Amenaza de nuevos entrantes</b> .....	22
<b>5.2.4 Rivalidad entre competidores</b> .....	22
<b>5.2.5 Amenaza de productos Sustitutos</b> .....	23
<b>5.3 FODA</b> .....	23
<b>5.4 Matrices</b> .....	25
<b>5.4.1Análisis Interno</b> .....	25
<b>5.4.2 Analisis Externo</b> .....	26
<b>5.5 Proceso de ventas</b> .....	27
<b>5.6 Indicadores</b> .....	27
<b>5.6.1 Rotación de inventarios</b> .....	27
<b>5.6.2 Periodo promedio de inventarios</b> .....	28
<b>5.6.3 Rotación de cartera</b> .....	28
<b>5.6.4 Periodo promedio de cartera</b> .....	28
<b>5.6.5 Ciclo operativo</b> .....	28
<b>5.6.6 Periodo promedio de cuentas por pagar</b> .....	29
<b>5.6.7 Ciclo financiero</b> .....	29
<b>5.6.8 Rotación de los activos</b> .....	29
<b>5.6.9 Capacidad de pago de intereses</b> .....	29
<b>5.6.10 Margen de utilidad bruta</b> .....	30
<b>5.6.11 Margen de utilidad operacional</b> .....	30
<b>5.6.11 Margen de utilidad neta</b> .....	30
<b>6. Conclusiones</b> .....	32

<b>7. Bibliografía.....</b>	<b>33</b>
<b>8. Apéndice/Anexos.....</b>	<b>36</b>
<b>8.1 Cinco Fuerzas de Porter.....</b>	<b>36</b>
<b>8.2 Estados financieros.....</b>	<b>37</b>
<b>8.3 Encuesta.....</b>	<b>56</b>

## **1. Problema**

En el Ecuador, el sector de línea blanca se dio a inicios del año 1964, Cuenca fue la primera ciudad en donde apareció la empresa ecuatoriana de artefactos S.A., misma que pertenecía al Grupo Eljuri. En el mismo año en la ciudad de Guayaquil aparece un acuerdo andino en la industria de las cocinetas y la empresa Durex en Guayaquil. La empresa Durex estaba encargada de la producción de platos enlozados de hierro pionera en el sector manufacturero. En 1967 produjeron la cocina de acero porcenalizado del país. En el año 1972, aparece la empresa Indurama en la ciudad de Cuenca, la misma empezó a dedicarse a la producción de cocinas de mesa, bicicletas, ollas, etc. (PATIÑO, 2013)

El sector de línea blanca en nuestro país está conformado por dos grandes grupos: el ensamblaje y la producción de piezas y partes de este modo se logra obtener el producto final. “En el mercado Ecuatoriano los principales productos a elaborar son microondas, cocinas, refrigeradoras, congeladoras y lavadoras” (Investigaciones, 2011)

Las industrias que abastecen a las empresas dedicadas al ensamblaje de electrodomésticos son cerca de 200, las mismas que pertenecen al grupo de las Pymes. (Cando, 2014) Debido a la globalización en el Ecuador, las organizaciones se desarrollan en un mundo muy competitivo, por ello las organizaciones nacionales han tenido que importar productos, con el objetivo de satisfacer a sus clientes.(Costa & Küster, 2008)

Las primeras casas comerciales que brindaron facilidades de pago de la época renacentista fueron en Italia, posterior a esto nacieron las entidades crediticias como son los bancos, en este ámbito existe corporaciones privadas, cooperativas de ahorro y crédito, bolsas de valores, etc. Se dio a conocer los primeros antecedentes sobre el crédito comercial, en el cual explica que las variaciones en la distribución. (Meltzer, 1960)

En el Ecuador el consumo de equipos tecnológicos y de electrodomésticos da un paso a la realización de nuevas costumbres de consumo, esto se debe a la necesidad del cliente en obtener electrodomésticos que sean innovadores para desarrollar las diferentes actividades. Es por esto por lo que las empresas dedicadas a la comercialización de electrodomésticos mantienen una imagen positiva ante los clientes ofreciendo facilidades de pagos (crédito). Lo que logrará aumentar el volumen de sus ventas con el fin de mejorar su economía a gran escala. (Comerciales, 2015)

En los últimos años en Ecuador han ocurrido varios cambios en el sector de importaciones de electrodomésticos, debido a que en el año 2015 el gobierno comunicó

a los ciudadanos mediante la resolución No. 011-215 la vigencia de nuevos impuestos para algunas industrias de electrodomésticos.(COMEX, s. f.)

La sobretasa de aranceles fue sumada a los impuestos vigentes aplicables, los cuales irán del 5% al 45%, es por ello por lo que algunos productos están obligados a pagar tasas secundarias, como es el caso de electrodomésticos, puesto que son productos que según su tamaño y tipo costaban aranceles. Dicha normativa, esta implementada hasta 15 meses, buscando proteger a los recursos nacionales de la baja del valor del petróleo y la evaluación del dólar. Del mismo modo, el gobierno comunicó que la medida se acoge a las reglas de la OMC (COMEX, s. f.)

Con la última resolución del COMEX en el 2016, dio a conocer el cronograma de reducción gradual de las salvaguardias, estos serán prácticamente en el mes de abril y junio del 2017. Algunos productos que pagarán menos arancel son ropa, vodka, electrodomésticos, etc. (Resolución-011-2016.pdf, s. f.)

Mi Ahorro “EMPREDIAL S.A”., es una empresa ecuatoriana, enfocada a la comercialización de bienes, contando con tiendas físicas y virtuales, creada en el 2017 con el fin de brindar comodidad y seguridad, tiene tres ramas de negocio: mueblería, electrodomésticos y manejan varias líneas de motos.

El gobierno presentó medidas económicas en el año 2019, mismas que dieron origen a un paro nacional del 3 al 14 de octubre, el mismo que generó daños y pérdidas. De acuerdo a las cifras que dieron a conocer el BCE y el BM especificaron que las causas de las manifestaciones subieron a \$821,68 millones, del cual el 14,06% corresponde a los daños de bienes muebles e inmuebles y 85,39% al déficit económico por la escasez de ventas, ocasionando una pérdida en el PIB del 0,13%. El comercio fue uno de los que resultó con mayor afección dando un porcentaje del 23,9%, posterior a este representando un 2,8% los hidrocarburo y energía en las pérdidas y daños; el 10% en el sector turístico; industria con un 9,5% y movilidad con un 9,3% fue uno de los más notables.(Mundial, 2019)

**Cuadro # 1:** Daños y pérdidas en mdd

Sector	Daños	Pérdidas	Total	%	Sector público	Sector privado
<b>SOCIAL</b>	<b>2,44</b>	<b>1,12</b>	<b>3,56</b>	<b>0,4%</b>	<b>3,52</b>	<b>0,03</b>
Salud	0,14	0,89	1,03	0,1%	0,99	0,03
Patrimonio cultural y deportes	2,30	0,23	2,53	0,3%	2,53	-
<b>PRODUCTIVOS</b>	<b>0,77</b>	<b>465,07</b>	<b>465,84</b>	<b>56,7%</b>	<b>-</b>	<b>465,84</b>
Agricultura	0,67	41,12	41,79	5,1%	-	41,79
Industria	0,11	78,13	78,24	9,5%	-	78,24
Comercio	-	196,66	196,66	23,9%	-	196,66
Servicios	-	66,89	66,89	8,1%	-	66,89
Turismo	-	82,26	82,26	10,0%	-	82,26
<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<b>95,62</b>	<b>216,72</b>	<b>312,34</b>	<b>38,0%</b>	<b>275,56</b>	<b>36,79</b>
Transporte	0,84	75,90	76,74	9,3%	39,95	36,79
Energía e hidrocarburos	48,37	138,60	186,97	22,8%	186,97	-
Infraestructura institucional	46,41	2,22	48,63	5,9%	48,63	-
<b>TRANSVERSALES</b>	<b>21,24</b>	<b>18,71</b>	<b>39,94</b>	<b>4,9%</b>	<b>39,94</b>	<b>-</b>
Medio Ambiente			-	0,0%		
Gestión de riesgo			-	0,0%		
Gastos de emergencia	21,24	18,71	39,94	4,9%	39,94	-
<b>Total en USD</b>	<b>120,07</b>	<b>701,62</b>	<b>821,68</b>	<b>100,0%</b>	<b>319,02</b>	<b>502,66</b>

Fuente: (Mundial, 2019)

Otra de las causas por la cual la crisis aumento en el Ecuador fue la emergencia sanitaria, y esto ha generado que se dé la tercera crisis mundial, provocando una situación crítica con pérdidas tanto monetarias como humanas. Ecuador en la emergencia sanitaria (CVID 19) se consideró dentro de los países con mayor grado de infectados y muertes, ubicándose en octavo puesto del descenso de la economía mundial y la escasez del trabajo, esto género que le gobierno tome medidas drásticas obligando a detener la producción y comercialización tanto en las microempresas y macroempresas.

Durante el confinamiento se ha presentado pérdidas muy notorias en el ámbito económico del país, según fuentes oficiales existieron pérdidas de USD 15 863 millones, pertenecientes al sector productivo, a la actividad comercial seguidos de servicios y manufactura.(Oliveira et al., 2020)

En el siguiente trabajo se llegará a analizar cada uno de los estados financieros para así poder obtener los indicadores entre ellos está el rendimiento del activo total y los márgenes de utilidad tanto bruta, neta y operativos y la rotación de inventarios, para mostrar cual fue el impacto dentro de la empresa en cuanto a sus ventas y rentabilidad. En cuanto al área de ventas se determinará la factibilidad del uso del proceso de ventas, ya que esto les permitirá un correcto manejo de la operatividad, crecimiento y rentabilidad

de la empresa, teniendo una gran importancia para que la empresa a futuro tome las mejores decisiones en cuanto a sus ventas.

En el siguiente análisis de la empresa Mi Ahorro “EMPREDIAL S.A”., misma que esta dedicada a la venta de electrodomésticos, mueblería y artículos de movilidad (motos) es necesario preguntarse, ¿Cuál es la tendencia de mercado de línea blanca en el país?, ¿Cuál es el proceso de búsqueda y posventa de los clientes?, ¿La empresa tiene un adecuado proceso de las ventas?, ¿Qué planificación de ventas maneja la empresa? ¿Como influye las ventas de la empresa con respecto a la rentabilidad? ¿Cuál es el adecuado porcentaje de la rentabilidad de acuerdo con el nivel de ventas?

## **2. Objetivos general y específico**

### **2.1 Objetivo General**

Analizar dentro de la empresa Mi Ahorro “EMPREDIAL S.A.” en sus 7 sucursales cual es la incidencia de la rentabilidad sobre sus ventas.

### **2.2 Objetivos Específicos**

- Indagar el estado del arte relacionado a la comercialización y rentabilidad.
- Analizar la situación de la empresa Mi Ahorro “Empredial S.A” con énfasis en el proceso de comercialización.
- Examinar la rentabilidad de la empresa Mi Ahorro “Empredial S.A”.

## **3. Fundamentación teórica**

El área de ventas es una de la más importantes en una empresa, del correcto manejo de esta dependerá la operatividad, crecimiento y rentabilidad de las organizaciones independientemente que sean empresas de servicio, producción o comercialización. (Rojas, 2017) Los procesos de ventas con el paso de tiempo han ido cambiando y adaptando a los requerimientos de las formas actuales de hacer negocios. (Acosta Véliz et al., 2018)

El proceso de ventas en la actualidad es sumamente relevante en todo tipo de organización ya sean Pymes, microempresas y macroempresas, ya que si estas no generan ventas no existiría ningún tipo de ingresos y estas no lograrían mantenerse en el tiempo, las empresas deben estar en constante innovación en cuanto a las tendencias tecnológicas para así poder competir en el mercado. (Rojas Sacatuma, 2017)

El proceso de ventas tiende a ser bastante especializado, dicho esto nos indican que para la elaboración de estrategias este debe ser realizado por expertos. Para realizar el proceso se debe realizar una adecuada planeación de las fases, tomando en cuenta que cada una de ellas es diferente. Una de cada cinco Empresas aplica estos procesos para una adecuada operación. (Huaman, 2017)

En la empresa las ventas son el corazón, puesto que son las que se encargan de impulsar la economía de esta, siendo una clave importante para la rentabilidad de esta. (Rojas, 2017) La rentabilidad dentro de la economía es denominada el lazo existente entre los recursos y la utilidad económica, obtenidos de la actividad comercial. (Vásconez Espinoza, 2015) La importancia de la rentabilidad se aplica a toda actividad económica, con el objetivo de tener resultados positivos, en donde interactúan materiales, insumos y recursos humanos. (Sánchez Ballesta, 2002)

La perspectiva de Porter es basarse en cinco fuerzas las mismas que logran determinar los efectos de rentabilidad a largo plazo en el ámbito empresarial. También nos indica que las ideas de la empresa deben ser evaluados según sus recursos y metas adverso a las cinco fuerzas que se maneja dentro de la competitividad. (Lanuque, 2014) Las fuerzas competitivas que tienen mayor relevancia llegan a determinar la rentabilidad del sector y llegan a transformar elementos muy importantes para la elaboración de estrategias, sin embargo, no siempre la fuerza que se determine es la más relevante. (Porter, 2008) Estas consisten en realizar una investigación profunda en base a la competitividad de las empresas, sin omitir las alternativas de competitividad sistemática. (Quijano & Souto Pérez, 2018)

Por otra parte, es de gran importancia conocer qué factores del entorno han tenido influencia y relevancia en el pasado, conocer los cambios que se han venido dando y cuáles de estos serán de mayor importancia y ayudarán a marcar el futuro de la empresa. (Chapman, 2004) Para conocer fichas factores podemos utilizar la herramienta PEST la misma que se guía de variables que son capaces de desarrollar diferentes escenarios donde trabaja la organización dentro del entorno externo, siendo una metodología. (Rosso, 2014)

El análisis PEST es útil para comprender qué factores ambientales fueron particularmente influyentes en el pasado de la empresa y qué cambios se deben hacer para aprovechar dichos factores y que ayuden a generar beneficios para la empresa. (Kloter, 2006) El siguiente grafico enumera algunas preguntas sobre los factores clave en el entorno macro, que se pueden utilizar como una lista de verificación para analizar diferentes factores.

**Gráfico 2.** Análisis PEST de las influencias del entorno



Elaborado por: Autores basado en (Kloter, 2006)

El FODA es una herramienta que nos ayuda a tomar decisiones la misma que se puede utilizar juntamente con el PEST. (Chapman, 2004) Esta herramienta apareció con el fin de explicar el porqué de la falla en la planificación corporativa, misma que mide el potencial de una organización y del mercado según factores internos. (López, 2008) El FODA radica en desarrollar una investigación de las causas débiles y fuertes, mismos que ayudan a conocer cómo se encuentra la situación interna de la empresa. (Sarli et al., 2015)

Según (Gaitán, 2012), dice que los estados financieros son los encargados de cubrir necesidades de una gran variedad de usuarios, siendo elaborados con propósitos de información general. Por otro lado, (Catacora, 2012), menciona que los estados financieros presentan el proceso contable que se lleva a cabo dentro de una empresa, cabe mencionar que con los estados financieros una empresa puede tomar decisiones importantes tanto financieras como operativas.

De acuerdo con los estados financieros se pueden llegar a evaluar el desempeño de estos y de esta manera comparar con las capacidades que posee, para aquello utilizaremos indicadores de rentabilidad y liquidez, los cuales contarán con una previa evaluación, con

el fin de determinar algunas deficiencias de acuerdo a esto se podrá llegar a tomar las acciones correctas.(Gómez et al., 2012) Las empresas buscan elevar el precio de utilidades, para ello existen dos planteamientos, el más utilizado son los indicadores financieros los mismos que se encargan de calcular y minimizar el grado de efectividad en la medición de riqueza; el otro planteamiento es el EVA, encargado de afrontar las limitaciones que tienen estos indicadores, al momento de evaluar y valorizar el rol de gestión. (Vertió & Bendezú, 2007)

#### **4. Metodología**

La primera etapa esta relacionada con la fundamentación teórica, en la cual se utilizó el método analítico-sintético, ya que este ayuda a la distinción del estudio en objeto con respecto a cada una de ellas de diferentes maneras tanto individuales, integrales y holísticas.

Este método ayudó a la desmembración de todos los datos históricos para así poder observar causas y efectos, también nos permitió ayudar a comparar las diferentes variables entre información histórica y actual, para que así podamos encaminar y tratar de descubrir cuáles son sus problemáticas.

En la segunda etapa se aplicó los métodos cualitativos y cuantitativos mediante la aplicación de entrevistas y encuestas, las mismas que se fueron aplicadas al gerente general y a 7 personas del área de ventas. Las preguntas eran de tipo cerrado y abierto con el objetivo de tener información más certera. El resultado de estas nos ayudará a comprender el proceso de ventas y como esta influye dentro del crecimiento y desarrollo de la organización, adicionalmente se utilizó información contable y financiera de la empresa, como son el estado de resultados y el balance general del año 2020.

En la tercera etapa se utilizó el método inductivo-deductivo mediante la utilización de matrices que nos ayudaron a comprender el macro interno y externo de la organización y con ello ver como influye en el proceso de las ventas de la misma. La información obtenida sirvió como herramienta para establecer las conclusiones del análisis de caso de la empresa Mi Ahorro “Empredial S.A”.

## 5. Análisis de resultados y Presentación de hallazgos

### 5.1 ANÁLISIS PEST

Tabla #1: Análisis PEST

ENTORNO	Valores
<b>SOCIAL</b>	
Porcentaje de la tasa de incidencia sobre la base lineal de la pobreza nacional	En el Ecuador la tasa de incidencia entre los años 2017 a 2019 han tenido un aumento, en el año 2017 estaban con un 21,5%, en el 2018 23,2% y en el 2019 25%
Porcentaje total de adultos en la tasa de alfabetización	Según el BM Ecuador en el año 2019 representa un total de 86,48% en cuanto a la tasa de alfabetización de adultos.
índice de Gini	Un índice de Gini de 0 representa una equidad perfecta, mientras que un índice de 100 representa una inequidad perfecta. Ecuador se encuentra con un índice de gini de 45,7; mismo que representa una equidad medio.
índice de desarrollo humano	Ecuador en el 2019 se encuentra en el puesto 86 la cual indica que el IDH es alto, pero con respecto al año 2018 ha perdido descendido en un nivel.
<b>POLÍTICO</b>	
Impuestos laborales y contribuciones (% de ganancias comerciales)	Ecuador entre los años 2017-2018 y 2019 se ha mantenido constantemente con un 13,7%.

Índice de facilidad para hacer negocios (1 = reglamentaciones más favorables para los negocios)	Ecuador en el año 2019 se ubicó en el puesto 129, ya que este indicador clasifica del 1 al 190 las economías.
Riesgo país	Se obtuvo una puntuación media alta de 760 puntos en abril de 2021
Impuesto sobre utilidades (% de utilidades comerciales)	Según el Banco Mundial, Ecuador en el año más reciente 2019 obtuvo un valor de 18,2% con respecto al impuesto sobre las utilidades.
<b>ECONÓMICO</b>	
PIB per capital	El PIB del Ecuador ha alcanzado su valor mas bajo en el año 2019 con un total de 4162.44 en el periodo comprendido entre el 2015 y 2019.
PIB del Ecuador	El PIB del Ecuador ha decrecido, en el 2017 de 2,4% hasta llegar en el 2020 al -7,8%.
PIB por sector	El Valor Agregado Bruto mostró un decrecimiento en 6,9% en el 2020, aunque las industrias tuvieron un desempeño positivo anual.
Consumo medio o ingresos per cápita según encuestas, población total (USD por día según la PPA de 2011)	Ecuador cuenta con el 13,58 de la tasa de crecimiento.

Remesas de trabajadores y compensación de empleados,	Ecuador en el año 2020 contó con un valor de \$518.019.671,492 a comparación del año 2019 que obtuvo un total de \$654.668.980,288. Es decir que ha disminuido.
Precio para importar	Este segmento se incluye el valor de despacho y el tiempo y inspecciones realizadas por gubernamentales.
Importación de productos Manufacturados	Ecuador en los años de 2017 a 2019 ha venido teniendo una constante variación, en el año 2017 importaba 69,626%, en el 2018 67,373% y en el 2019 64,174% en cuanto a la importación de productos manufactureros.
<b>TECNOLÓGICO</b>	
Acceso a internet	El 45,5 % a nivel nacional tienen acceso a internet.

Elaborado por: Autoras basado en (MUNDIAL, s.f.) (INEC, s.f.)

En el análisis del macroentorno del Ecuador podemos concluir que, en el entorno Social, el país no goza de estabilidad dado que la tasa de pobreza nos indica que esta ha ido aumentando desde el año 2017 hasta el 2019. El índice de Gini que mide la distribución equitativa de los ingresos, calificando al Ecuador con un 45,7, lo cual indica que en el país no existe una distribución equitativa de los ingresos. Ecuador en el año 2019 se ubicó en el puesto 86 con un puntaje de 0,756%, lo cual indica que el mismo es alto, pero con respecto al año anterior 2018 ha perdido descendido en un nivel.

En el ámbito Político se mantiene estable con un porcentaje de ganancias comerciales de 13.7% en el periodo 2017 al 2019. En cuanto al índice de facilidad para hacer negocios, el Ecuador de entre los 190 países está ubicado en el lugar 129, lo cual lo muestra como una economía estable para hacer negocios. El riesgo país disminuyó a 760 puntos en abril del 2021 y impuestos sobre las utilidades comerciales ha ido aumentando y en el año 2019 alcanzó un 18.2%.

En el entorno económico encontramos que el PIB per-capital alcanzo su valor más bajo en el 2019 con un 4162.44 en el periodo comprendido entre el 2015 y 2019. El consumo medio en el año 2019 alcanzó un total de 13.58 millones de dólares. Las remesas de trabajadores muestran un aumento entre el 2018 y 2019 de un 28.60%. La importación de productos manufacturados en el Ecuador en los años de 2017 a 2019 ha venido teniendo una constante variación, en el año 2017 importaba 69,626%, en el 2018 67,373% y en el 2019 64,174%.

En el entorno Tecnológico a nivel nacional que cuentan con acceso a internet en el año 2020 ha aumentado 11,5 puntos dando un total de 70,7%. Es importante recalcar que el analfabetismo en los ecuatorianos disminuyo en 1,2 puntos porcentuales a nivel nacional pasando de un 11,4% a un 10,2%, más el 92,2% de la población tienen acceso a un celular con redes sociales.

## **5.2 FUERZAS DE PORTER**

### **5.2.1 Poder de negociación con los proveedores**

El mismo es de nivel medio, esto dado por las siguientes razones: a) la empresa puede acceder a promociones y negociar precios con los proveedores de acuerdo con la cantidad que se compre. b) Los proveedores tienen la ventaja dado a que no existen muchos proveedores de electrodomésticos en el país, además para que la empresa pueda realizar una integración hacia atrás es muy difícil debido a la cuantía de capital que se necesita, la infraestructura, conocimiento técnico y el posicionamiento de las marcas actuales. Los proveedores más importantes de la empresa son:

**Tabla # 2: Analisis de Proveedores**

<b>Proveedores</b>	<b>Productos</b>
Indurama	Cocinas, refrigeradoras, microondas, lavadoras, campanas extractor de humo.
Innova	Cocinas, refrigeradoras, microondas, lavadoras, campanas extractor de humo.
Importadora Tomebamba	Cocina, motocicletas, refrigeradoras, televisores.
Almacenes José Ugalde	Colchones

Elaborado por: Autoras

### 5.2.2 Poder de negociación con los clientes

Se cataloga como medio el poder de negociación de los posibles clientes, dado a que estos pueden acceder a descuentos y promociones de acuerdo a las cantidades de productos que adquiera del tipo de pago que utilicen, adicionalmente existen varias casas comerciales que ofrecen los mismos tipos de productos muchas de las veces son de las mismas marcas y el cliente tiene la opción de escoger.

### 5.2.3 Amenaza de nuevos entrantes

La amenaza de nuevos competidores es de nivel bajo debido a que la cuantía de capital es baja, además la empresa cuenta con productos de marcas reconocidas, un amplio portafolio de clientes y convenios con los proveedores. La recuperación de cartera es otra barrera importante dado a que si no se cuenta con la experiencia necesaria dicha cuenta puede significar un problema para las nuevas empresas. La infraestructura necesaria para desarrollar la actividad comercial debe estar en un lugar estratégico y en la actualidad existen muy pocas localidades que cumplan con estas características.

### 5.2.4 Rivalidad entre competidores

**Tabla #3: Revalida entre competidores**

<b>Rivalidad entre Competidores</b>							
<b>Factor</b>	<b>Jerarquización</b>	<b>Mi Ahorro “EMPREDIAL S.A”</b>	<b>Su Hogar</b>	<b>Credi Ya!</b>	<b>Mi Ahorro “EMPREDIAL S.A”</b>	<b>Su Hogar</b>	<b>Credi Ya!</b>
Ubicación	0,12	10	10	10	1,2	1,2	1,2
Atención al cliente	0,1	8	9	7	0,8	0,9	0,7
Estrategias de ventas	0,11	6	6	8	0,66	0,66	0,88
Administración estratégica	0,11	7	5	8	0,77	0,55	0,88
Ofertas	0,13	9	9	7	1,17	1,17	0,91
Precios	0,12	8	8	6	0,96	0,96	0,72
Convenios con instituciones financieras	0,11	10	10	10	1,1	1,1	1,1

Facilidades de pago	0,1	10	9	8	1	0,9	0,8
Infraestructuras	0,1	9	10	8	0,9	1	0,8
	1				8,56	8,44	7,99

Elaborado por: Autoras

La organización comparada con su competencia tiene una ligera ventaja la misma que este dado por la ubicación, las ofertas que esta ofrece, los precios y las facilidades de pago, sin embargo, ¡tiene algunas falencias en cuanto a sus competencias que es Su hogar y Credi YA! dichas falencias recaen sobre las estrategias de ventas, atención al cliente y una adecuada gestión basado en una administración estratégica.

### 5.2.5 Amenaza de productos Sustitutos

Las empresas dedicadas a la comercializadoras de electrodomésticos, muebles, equipos de computación, equipo de audio y video y automotores no tiene productos sustitutos que compitan con ellos.

El análisis de las 5 fuerzas de Porter nos indica que la empresa cuenta con ciertas ventajas con respecto a sus actores externos como es el poder de negociación es medio es una desventaja debido a que son ellos quienes estable los precios y su margen de negociación es bajo, en cuanto a la negociación de sus clientes el poder lo mantienen ellos, debido a la existencia de muchos competidores.

La amenaza de nuevos entrantes no significa un problema para la organización esto dado a las barreras de entrada que existen como es la cuantía de capital que se necesita para empezar por otro lado, la rivalidad entre competidores la empresa Mi ahorro “EMPREDIAL S.A”, mantiene una ligera ventaja sin embargo tiene una notable falencia en cuanto a estrategias de ventas y atención al cliente en comparación a su competencia, finalmente la empresa no cuenta con productos sustitutos dado que comercializa productos que no se pueden reemplazar con algún otro tipo de producto.

### 5.3 FODA

Tabla#4: Analisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Cuentan con mucha experiencia en el mercado (17 años)	Personal no capacitado

Posicionamiento de la empresa	Ausencia de procesos y procedimientos definidos
Innovación en tecnología de los productos	Retraso en la entrega de mercaderías
Infraestructura adecuada	
Poco endeudamiento	Equipos de computación no son cambiados según su vida útil
Marcas reconocidas, con su respectiva garantía	
Facilidad en la hora del pago	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Constante crecimiento del sector	Índice de Gini
Política estatal beneficiaria para el sector de línea blanca.	Rivalidad nacional en constante crecimiento
Índice de facilidad para hacer negocios	Ambiente político inestable en el Ecuador
Índice de desarrollo Humano	Competencia desleal

Elaborado por: Autoras

Las principales fortalezas que posee la empresa es que cuenta con mucha experiencia en el mercado (17 años), lo cual ayudó a generar un reconocimiento en el mercado a diferencia de su competencia. La mercancía que esta ofrece está a la vanguardia de los avances tecnológicos, a más de eso cuenta con una gran variedad de marcas reconocidas en su portafolio con sus respectivas garantías. Cuenta con una infraestructura adecuada para realizar sus operaciones y para que el cliente logre adquirir sus productos con comodidad y sin dificultad alguna puesto que los productos se encuentran separados por categorías, adicionalmente de esto la empresa se encuentra apalancada con terceros en un porcentaje bajo.

Las oportunidades que cuenta la empresa recaen principalmente en el sector en el cual se desenvuelven están en constante crecimiento, además la política estatal beneficiaria para el sector, debido a que le dan una gran importancia en cuanto a la venta y compra de electrodomésticos. Otro factor externo que significa una oportunidad que se le presenta a la empresa es la facilidad con la que cuenta para realizar negociaciones

dentro del país, ya que se encuentra en el puesto relativamente estable y por último el índice de desarrollo humano del Ecuador se encuentra en un nivel alto.

La empresa Mi Ahorro “EMPREDIAL S.A.”, tiene algunas falencias entre las cuales destaca personal no capacitado, la ausencia de procesos y actividades definidas lo cual provoca que la empresa no sea eficiente y provocando retrasos en la entrega de mercaderías, una atención al cliente ineficiente entre otros. La falta de personal capacitado a tiempo completo significa otra debilidad dado que, se necesita un conocimiento técnico para manejar la organización, y esto desencadena problemas como la falta del manual de funciones y cargos y otro factor sería los equipos de computación no cumplen con las actualizaciones necesarias para un correcto funcionamiento.

El entorno externo al igual que ofrece oportunidades también nos presenta amenazas para la organización como es el índice de Gini que muestra que existe una indiferencia en cuanto a la distribución de ingresos, sus competidores muestran una alta presencia a nivel nacional y local provocando una disminución en la cartera de clientes, además de prácticas de competencia desleal. El ámbito político que le Ecuador actualmente está pasando es inestable lo cual puede desencadenar en una recesión económica.

## 5.4 Matrices

### 5.4.1 Análisis Interno

**Tabla # 5: Matriz EFI**

<b>Matriz EFI</b>			
<b>FORTALEZAS</b>	<b>VALOR</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
Cuentan con mucha experiencia en el mercado (17 años)	0,15	4	0,6
Posicionamiento de la empresa	0,13	3	0,39
Innovación en tecnología	0,12	4	0,48
Infraestructura adecuada	0,09	3	0,27
Poco endeudamiento	0,07	3	0,21
Marcas reconocidas, con su respectiva garantía	0,11	3	0,33

Facilidad a la hora del pago	0,1	3	0,3
<b>DEBILIDADES</b>			
Personal no capacitado	0,08	1	0,08
Ausencia de procesos y procedimientos definidos	0,05	2	0,1
Retraso en la entrega de mercaderías	0,04	2	0,08
Equipos de computación no son cambiados según su vida útil	0,06	2	0,12
<b>TOTAL</b>	1		2,96

Elaborado por: Autoras

La matriz EFI de la empresa Mi Ahorro “EMPREDIAL S.A.”, obtuvo un valor ponderado de 2,96, ubicándose por encima del valor promedio ponderado de la industria de 2,5, esto significa que la empresa cuenta con más fortalezas que debilidades entre las cuales destaca que cuenta con 17 años de experiencia en el mercado, otorga facilidades en los pagos, a más de eso ofrece marcas reconocidas con su respectiva garantía. Sin embargo, cabe destacar que cuenta con grandes debilidades que son atención al cliente ineficiente, personal no capacitado entre otros.

#### 5.4.2 Analisis Externo

**Tabla #6: Matriz EFE**

<b>Matriz EFE</b>			
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>VALOR</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
Constante crecimiento del sector	0,13	4	0,52
política estatal beneficiaria para el sector de línea blanca.	0,13	4	0,52
Índice de facilidad para hacer negocios	0,15	3	0,45

índice de desarrollo humano	0,12	4	0,48
<b>AMENAZAS</b>			
índice de Gini	0,1	1	0,1
Rivalidad nacional en constante crecimiento	0,13	2	0,26
Ambiente político inestable en el Ecuador	0,12	1	0,12
Competencia desleal	0,12	2	0,24
<b>TOTAL</b>	1		2,69

Elaborado por: Autoras

La matriz EFE de la empresa Mi Ahorro “EMPREDIAL S.A.”, obtuvo un valor total de 2,69, lo que nos indica que esta sobre el valor promedio ponderado de 2,5 de la industria, presentando como una de sus mayores oportunidades el crecimiento constante del sector, seguido de eso cuenta con una política beneficiaria para el mismo y una gran facilidad de hacer negocios. En cuanto a sus amenazas se debe estudiar los posibles efectos negativos entre ellos la gran rivalidad que existe entre competidores que impidan el crecimiento de la misma.

### 5.5 Proceso de ventas

El proceso de ventas "es una secuencia lógica que emprende el vendedor para tratar con un comprador potencial y que tiene por objeto producir alguna reacción deseada en el cliente (usualmente la compra)". (J.Stanton, 2007)

La empresa en la actualidad no lleva ningún proceso de ventas, éstas se realizan de forma empírica y sin seguir un orden adecuado lo cual provoca que existan retrasos en la entrega de pedidos. Sin embargo, existe un sistema de inventarios que conecta a las áreas de almacén, bodega y ventas en donde se puede constatar los productos y cantidades existentes.

### 5.6 Indicadores

#### 5.6.1 Rotación de inventarios

$$\text{Rotación de inventarios} = \frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Inventarios}}$$

$$\text{Rotación de inventarios} = \frac{1.345.554,59}{626.653,27}$$

$$\text{Rotación de inventarios} = 2,15$$

El indicador de rotación de inventarios muestra que la mercadería del local, los productos demoran 2,15 veces durante el año contable lo cual muestra una ineficiencia en la aplicación de estrategia de ventas.

### 5.6.2 Periodo promedio de inventarios

$$\text{Periodo de inventarios} = \frac{360}{\text{Rotación de inventarios}}$$

$$\text{Periodo de inventarios} = \frac{360}{2,15}$$

$$\text{Periodo de inventarios} = 167,66$$

El periodo promedio de inventarios es de 167,66 días, quiere decir que a la empresa le toma un aproximado de 5 meses vender la totalidad de sus inventarios.

### 5.6.3 Rotación de cartera

$$\text{Rotación de cartera} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por cobrar}}$$

$$\text{Rotación de cartera} = \frac{1.762.309,21}{610.633,45}$$

$$\text{Rotación de cartera} = 2,89$$

Sus cuentas por cobrar se convierten en efectivo en un promedio de 2,89 veces en el año contable, lo cual demuestra una ineficiencia en la recuperación de la cartera de clientes.

### 5.6.4 Periodo promedio de cartera

$$\text{Periodo promedio de cartera} = \frac{360}{\text{Rotación de cartera}}$$

$$\text{Periodo promedio de cartera} = \frac{360}{2,89}$$

$$\text{Periodo promedio de cartera} = 124,74$$

El periodo promedio de cartera es de 124,74 días, lo que nos indica una dificultad al momento de recuperar cartera que a largo plazo podría convertirse en problemas de liquidez de la empresa.

### 5.6.5 Ciclo operativo

$\text{Ciclo operativo} = \text{Periodo promedio de inventarios} + \text{Periodo promedio de cobro}$

$$\text{Ciclo operativo} = 167,66 + 124,74$$

$$\text{Ciclo operativo} = 292,40$$

A la empresa le toma un aproximado de 192,40 días en vender su mercadería y cobrarla que a rasgos generales muestra un mal manejo del proceso de ventas y de recuperación de cartera.

### 5.6.6 Periodo promedio de cuentas por pagar

$$\text{Periodo promedio de cuentas por pagar} = \frac{\text{Cuentas por pagar}}{\text{Compras o costo de producción}} * 360$$

$$\text{Periodo promedio de cuentas por pagar} = \frac{753.110,94}{1.345.554,59} * 360$$

$$\text{Periodo promedio de cuentas por pagar} = 201,50$$

A la empresa le toma alrededor de 201,50 días en pagar sus obligaciones pendientes con sus proveedores, esto se debe a problemas de liquidez relacionadas con un ciclo operativo ineficiente.

### 5.6.7 Ciclo financiero

$$\text{Ciclo financiero} = \frac{\text{Ciclo operativo}}{\text{Periodo promedio de pago}}$$

$$\text{Ciclo financiero} = \frac{292,40}{201,50}$$

$$\text{Ciclo financiero} = 90,90$$

La ratio del ciclo financiero nos muestra que la empresa tiene un intervalo de 90.90 días entre el pago a sus proveedores y la recuperación de cartera, que en este caso se encuentra en un promedio estable.

### 5.6.8 Rotación de los activos

$$\text{Rotación de activos} = \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Activos total}}$$

$$\text{Rotación de activos} = \frac{1.762.309,21}{1.392.769,29}$$

$$\text{Rotación de activos} = 1,27$$

La rotación de activos nos ayuda a medir la productividad y eficacia con la que se conducen sus activos, en el caso de Mi Ahorro “EMPREDIAL S.A.” nos muestra que ese índice es de 1.27 que muestra que las ventas se manejan de forma eficiente en comparación a sus activos.

### 5.6.9 Capacidad de pago de intereses

$$\text{Capacidad de pago de intereses financieros} = \frac{\text{Gastos financieros}}{\text{Ventas netas}}$$

$$\text{Capacidad de pago de intereses financieros} = \frac{6.209,96}{1.762.309,21}$$

$$\text{Capacidad de pago de intereses financieros} = 0,35\%$$

La empresa puede pagar sus intereses financieros con el 35% de sus ventas netas, lo cual indica que en comparación las ventas con los gastos financieros para poder ser más eficientes deberían aumentar las ventas.

#### **5.6.10 Margen de utilidad bruta**

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas}} * 100\%$$

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{416.754,62}{1.762.309,21} * 100\%$$

$$\text{Margen de utilidad bruta} = 23,65\%$$

La utilidad bruta representa el 23,65% de las ventas, esto indica y nos ayuda a comprender que los costos de venta son demasiado altos y disminuyen notablemente la utilidad bruta.

#### **5.6.11 Margen de utilidad operacional**

$$\text{Margen de utilidad operacional} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas}} * 100\%$$

$$\text{Margen de utilidad operacional} = \frac{45.902,28}{1.762.309,21} * 100\%$$

$$\text{Margen de utilidad operacional} = 2,60\%$$

La utilidad operacional representa 2,60%, lo cual muestra que los gastos de venta y administrativos son demasiado altos, para mejorar este indicador se debería aumentar las ventas manteniendo la misma cantidad de gastos.

#### **5.6.11 Margen de utilidad neta**

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} * 100\%$$

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{39.692,32}{1.762.309,21} * 100\%$$

$$\text{Margen de utilidad neta} = 2,25\%$$

El margen de utilidad neta es de un 2,25% comparándolo con el margen de utilidad operacional nos indica que la empresa incurre en muy pocos gastos financieros para poder

mantener sus operaciones. Si se desea que este indicador sea alto el porcentaje de ventas debe aumentar.

## **6. Conclusiones**

En cuanto al análisis de los factores macro del PEST, nos indica que en la actualidad la empresa tiene un ambiente estable para hacer negocios dado que ciertos indicadores son de aspectos positivos uno de ellos es la ubicación de Ecuador en el puesto 129 de 190 países, a más de eso la empresa financiera y comercialmente es reconocida manteniéndose estable dentro del mercado.

Con respecto a las cinco fuerzas la empresa en relación con su competencia directa se encuentra en un nivel alto en cuanto a su posicionamiento, otro factor que se puede destacar es que cuenta con productos innovadores ofreciéndoles diferentes tipos de pago, así mismo, adecuándose a la comodidad del cliente.

De acuerdo con el análisis FODA se logró determinar que la empresa no aprovecha las fortalezas para de esa forma poder disminuir sus debilidades, al igual que no les saca provecho a sus oportunidades ya que su mayor oportunidad es el crecimiento constante.

Sus matrices tanto internas como externas nos dieron a comprender que el valor de la empresa se encuentra por encima del valor promedio ponderado, dejando a la empresa en un buen posicionamiento dentro del mercado.

Con los indicadores de rentabilidad, la empresa puede llegar a tomar decisiones para la mejora de esta.

## 7. Bibliografía

- Chapman, A. (2004). Análisis DOFA y análisis PEST. *Www.Eduardoleyton.Com*, 11.
- Comerciales, E. (2015). *CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA TÍTULO : LOS MANUALES DE POLÍTICAS CREDITICIAS PARA LA ADMINISTRACIÓN, AUTORA 0704173814 - Jessenia Fernanda Vega Moscoso ADMINISTRACIÓN, VALORACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS CLIENTES EN LAS.*
- COMEX. (s. f.). *Resolución 11 COMEX, 2015.*
- Contables, A. Y. (2018). *Universidad nacional de ucayali.*
- Costa, W. M., & Küster, I. (2008). La Venta Relacional: una Aplicación en Tiendas de Electrodomésticos Minoristas. *Ciencias Económicas, 1*(January 2009), 133–145.  
<https://doi.org/10.14409/ce.v1i8.1124>
- Gómez, J. M., Herrera, F., & de la Hoz, G. (2012). a Nálisis dE los iNdiCadorEs portuarias dE. *Revista Facultad de Ciencias Económicas, 26*(2), 26–50.  
<https://www.redalyc.org/pdf/2654/265424601002.pdf>  
[http://repositorio.urp.edu.pe/handle/urp/1040?file:///C:/Users/MUNDO-PC/Downloads/marketing digital 2.pdf](http://repositorio.urp.edu.pe/handle/urp/1040?file:///C:/Users/MUNDO-PC/Downloads/marketing%20digital%202.pdf)
- Huaman, J. (2017). Desarrollo e Implementación de un Sistema de Información para mejorar los Procesos de Compras y Ventas en la empresa Humaju. *Universidad Autonoma del Perú*, 153.  
<http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/392>  
[http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/392/1/HUAMAN VARAS JOSELYN - HUAYANCA QUISPE CARLOS.pdf](http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/392/1/HUAMAN%20VARAS%20JOSELYN%20-%20HUAYANCA%20QUISPE%20CARLOS.pdf)
- Investigaciones, C. De. (2011). *Flacso - mipro.*
- J.Stanton, W. E. M. J. W. B. (2007). *FUNDAMENTOS DE MARKETING* (M. G. Hill (ed.); 14a edición).  
<https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Lanuque, A. (2014). *Las 5 fuerzas de Porter.* 31.  
[http://repositorio.ub.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3305/3541-marketing del audiovisual - las 5 fuerzas de porter - lanuque.pdf?sequence=1](http://repositorio.ub.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3305/3541-marketing%20del%20audiovisual%20-%20las%205%20fuerzas%20de%20porter%20-%20lanuque.pdf?sequence=1)
- López, J. C. (2008). Análisis de matriz DOFA. *Dirección Estratégica de Fundación Iberoamericana.*, 14.
- MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL TRABAJO DE*

*TITULACIÓN : “ Análisis económico de las barreras arancelarias a las Importaciones del sector de Línea Blanca en el Ecuador , periodo 2010-2015 ”*  
*Previa a la obtención del Grado Académico de Magíster . (2017).*

Mundial, B. (2019). *Evaluación de daño y pérdidas.*

Oliveira, T. C., Abranches, M. V., & Lana, R. M. (2020). ( *In* ) *Segurança alimentar no contexto da pandemia por SARS-CoV-2 Food ( in ) security in the context of the SARS-CoV-2 pandemic ( In ) Seguridad alimentaria en el contexto de la pandemia por SARS-CoV-2.* 36(4), 285–304. <https://doi.org/10.23857/pc.v5i1.1898>

Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review*, 86(1), 58–77.

Quijano, C. G., & Souto Pérez, J. E. (2018). *Una aplicación del marco de las Cinco Fuerzas de Porter al grupo BMW An application of Porter´s five strengths framework in BMW´s group.* 7, 11–27.

<http://dx.doi.org/10.17993/3ctecno.2018.v7n2e26.10-27/>

*Resolución-011-2016.pdf.* (s. f.).

Rojas Sacatuma, J. (2017). FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA 01 Facultad de Ingeniería y Arquitectura. En *Universidad Andina del Cusco.*

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47102/Gutierrez\\_RS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=yfile:///C:/Users/Margarita/Downloads/Machaca\\_CRV-Arias\\_CLC-SD.pdf](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47102/Gutierrez_RS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=yfile:///C:/Users/Margarita/Downloads/Machaca_CRV-Arias_CLC-SD.pdf)

Rosso, R. (2014). *gd Mercado Dental.* [www.key-stone.it](http://www.key-stone.it)

Sánchez Ballesta, J. P. (2002). Análisis de Rentabilidad de la empresa. *Analisis Contable*, 1–24. <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisr.pdf>

Sarli, R., González, S., & Ayres, N. (2015). Análisis FODA. Una herramienta necesaria. *Revista de la Facultad de Odontología*, 9(1), 17–20.

[http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/7320/sarlirfo-912015.pdf%0Ahttps://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/7320/sarlirfo-912015.pdf](http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/7320/sarlirfo-912015.pdf%0Ahttps://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/7320/sarlirfo-912015.pdf)

Vásconez Espinoza, B. E. (2015). *Análisis del proceso de ventas y su incidencia en la Rentabilidad de la Empresa Infoquality S.A. en la ciudad Quito, año 2014.* 11.

<http://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/1683>

Vergíu, J., & Bendezú, C. (2007). Los indicadores financieros y el Valor Económico Agregado ( EVA ) en la creación de valor. *Industrial Data*, 10(1), 42–47.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81610107>

- Cando, C. (2014). *ESTADÍSTICA DE INFORMACIÓN*. Obtenido de INEC:  
file:///C:/Users/Margarita/Desktop/201412\_GADS%20MunicipalesDocumentoTecnico  
DeResultados.pdf
- Catacora, F. (2012). *Contabilidad*. Venezuela: RED CONTABLE PUBLICACIONES.
- Gaitán, R. E. (2012). *Esrados Financieros Básicos bajo la NIC/NIF*. Colombia: Eco Ediciones.
- INEC. (s.f.). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS*. Obtenido de INSTITUTO  
NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS:  
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Kloter, P. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearsa.
- MARKIT, I. (Julio de 2018). *IHS MARKIT*. Obtenido de IHS MARKIT:  
<https://ihsmarkit.com/index.html>
- Meltzer, A. (1960). *Mercantile Credit monetary policy, AND size of firms" The review of  
economics and statistics" V12*.
- MUNDIAL, B. (s.f.). *BANCO MUNDIAL*. Obtenido de BANCO MUNDIAL:  
<https://www.bancomundial.org/es/home>
- Newsletter. (2015). *ASSOCIATION OF WHITE LINE INDUSTRIALISTS*. Quito: ECO editions.  
Obtenido de ASSOCIATION OF WHITE LINE INDUSTRIALISTS.
- PATIÑO, A. (2013). *PLAN DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL PARA LA  
EXPORTACIÓN DE LÍNEA BLANCA BAJO LA FIGURA DE TRADING DESDE CUENCA HACIA  
EL PERU*.

## 8. Apéndice/Anexos

### 8.1 Cinco Fuerzas de Porter

Tabla #7: Cinco fuerzas de Porter

#### 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER

Mi Ahorro "EMPREDIAL S.A."					
Poder de Negociación de los proveedores	Poder de Negociación de los clientes	Amenaza de nuevos entrantes	Rivalidad entre Competidores		Amenaza de productos sustitutos
Nivel de negociación:	Nivel de negociación	Barreras de entrada	Ventajas	<b>competidores</b>	Las empresas dedicadas a la comercialización de electrodomésticos, muebles, equipos de computación, equipo de audio y video y automotores no tiene productos sustitutos que compitan con ellos.
Medio	Alto	Cuantía del capital	Precios menores	Su hogar	
Aprovechamiento de eco. escala:	Economías de escala	reconocimiento de marca	Cartera de productos	Arcos	
Compran grandes cantidades para disminuir los costos	Tarjetas de descuento	portafolio de clientes	Convenios con instituciones financieras	Credi Ya!	
	Promociones	convenios con proveedores	Desventajas:	Marcimex	
No existe gran cantidad de proveedores	Existen varias casas comerciales con el mismo giro del negocio	recuperación de cartera	número de locales		

	Convenios	Productos de movilidad de diferentes marcas	desarrollo estratégico	
		Facilidad de pago	ubicación de los locales	
		ubicación de los locales		
		presencia a nivel nacional		

Elaborado por: Autoras

## 8.2 Estados financieros

**Tabla #8: Estado de Resultados**

<b>Mi Ahorro "Empredial S.A."</b>		
<b>Estado de Resultados</b>		
<b>Al 31 de diciembre de 2020</b>		
<b>Código</b>	<b>Cuenta</b>	<b>Valor</b>
4	INGRESOS	
4.1	INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	
4.1.01	VENTAS	\$1.514.396,33
4.1.01.01	VENTAS DE BIENES	\$1.555.444,75
4.1.01.01.01	Venta tarifa 12%	\$1.347.510,59
4.1.01.01.02	Venta tarifa 0%	\$207.934,16
4.1.10	(-) DEVOLUCIONES EN VENTAS	\$40.078,34

4.1.10.01	DEVOLUCIÓN EN VENTA EN BIENES	\$40.078,34
4.1.10.01.01	DEVOL. EN VENTA TARIFA 12% IVA	\$36.919,47
4.1.10.01.02	DEVOL. EN VENTA TARIFA 0% IVA	\$3.158,87
4.1.10	(-) DESCUENTO EN VENTAS	\$970,08
4.1.10.02	DESCUENTO EN VENTA EN BIENES	\$970,08
4.1.10.02.01	DEVOL. EN VENTA TARIFA 12% IVA	\$970,08
4.1.10.02.02	DEVOL. EN VENTA TARIFA 0% IVA	
4.3	OTROS INGRESOS	\$247.912,88
4.3.03	OTRAS RENTAS	\$247.912,88
4.3.03.01	Otros Ingresos Financieros	\$47.912,88
4.3.03.02	Otros Ingresos	\$200.000,00
	TOTAL INGRESOS	\$1.762.309,21
5	COSTOS	
5.1	COSTOS DE VENTA	1.345.554,59
5.1.01	COMPRA DE MERCADERIA	\$ 1.345.554,59
5.1.01.01	Mercaderias 12%	\$ 1.115.647,14

5.1.01.02	Mercaderías 0%	\$ 153.350,02
5.1.01.03	Transporte en Compras	
5.1.01.04	Descuento Especial Compras	-\$ 36.446,61
5.1.01.05	Devolución en compras	-\$ 51.381,78
5.1.01.07	Financiamiento	\$ 24.517,00
	INV. INICIAL	\$ 766.522,09
	(-) INV. FINAL	-\$ 626.653,27
6	GASTOS	370.852,34
6.1	GASTOS DE VENTA	297.878,52
6.1.01	GASTO DE PERSONAL DE VENTAS	140.462,59
6.1.01.01	SUELDOS. SALARIOS Y DEMuS REMU	103.585,41
6.1.01.01.01	Sueldos	103.585,41
6.1.01.01.02	Horas Extras Suplementarias	
6.1.01.01.03	Horas Extras Complementarias	
6.1.01.02	APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL	22.889,23
6.1.01.02.01	Aportes patronales	18.101,25
6.1.01.02.02	Fondos de Reserva	4.621,36

6.1.01.02.03	Prestamos quirografarios	166,62
6.1.01.03	<b>BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZ</b>	13.987,95
6.1.01.03.01	Decimo Tercer Sueldo	7.169,73
6.1.01.03.02	Decimo Cuarto Sueldo	6818,22
6.1.01.03.03	Vacaciones	
6.1.01.03.05	Alimentación a Empleados	
6.1.01.03.07	Gastos Medicos de Personal	
6.1.01.04	<b>GASTOS PLANES DE BENEFICIO A EM</b>	0
6.1.01.04.01	Jubilación Patronal	
6.1.01.04.02	Desahucio	
6.1.02	<b>GASTOS GENERALES DE VENTA</b>	845
6.1.02.05	<b>HONORARIOS COMISIONES</b>	845
6.1.02.05.01	Honorarcios Comisiones	845
6.1.02.06	<b>TRABAJOS OCACIONALES</b>	
6.1.02.06.01	Trabajos ocasionales	0
6.1.02.08	<b>MANTENIMIENTO</b>	10.605,36
6.1.02.08.01	Mantenimiento Vehiculos	10.605,36
6.1.02.08.02	Mantenimiento Equipos, Inst	0
6.1.02.08.04	Suministros y Materiales	0

6.1.02.08.05	Repuestos y Accesorios	0
6.1.02.08.06	Suministros Seguridad Industri	0
6.1.02.09	ARRIENDOS	56.656,84
6.1.02.09.01	Arrendamiento Locales y Ofci	56.656,84
6.1.02.10	COMISIONES	6.427,72
6.1.02.10.01	Comisiones	6.427,72
6.1.02.12	COMBUSTIBLE	6.005,88
6.1.02.12.01	Combustible	6.005,88
6.1.02.15	TRANSPORTE	2.687,73
6.1.02.15.01	Transporte de Mercaderia	2.687,73
6.1.02.16	AGASAJOS	0,00
6.1.02.16.01	Agasajo a trabajadores. Navida	0
6.1.02.16.02	Atención a Clientes	0,00
6.1.02.17	HOSPEDAJE Y MOVILIZACIÓN	2.655,01
6.1.02.17.03	Alimentación	2.655,01
6.1.02.18	AGUA. ENERGIA. LUZ. TELECOMUNI	6.000,81
6.1.02.18.01	Agua	0,00
6.1.02.18.02	Energia Electrica	0
6.1.02.18.03	Telefono y Fax	0
6.1.02.18.04	Satnet-Internet-TVCABLE	6000,81
6.1.02.19	NOTARIOS Y REGISTRADORES DE LA	0

6.1.02.19.01	Gastos Registrador Mercantil y	0
6.1.02.20	IMPUESTOS Y TASAS	11071,81
6.1.02.20.01	Impuestos municipales (Patente)	7983,95
6.1.02.20.09	Impuestos municipales (Predios)	0
6.1.02.20.10	Tasa de Bomberos	0
6.1.02.20.11	Seguros	3087,86
6.1.02.21	DEPRECIACIONES	33344,26
6.1.02.21.03	Equipo de Computación	10532,03
6.1.02.21.04	Equipo de Oficina	1975,89
6.1.02.21.05	Vehículo	20836,34
6.1.02.27	OTROS GASTOS	21.115,51
6.1.02.27.02	Suministros de Oficina (Copia)	3.032,31
6.1.02.27.04	Élites de Aseo y Limpieza	1.610,30
6.1.02.27.40	Gastos no Deducibles	0
6.1.02.27.41	Iva que se carga al Gasto	0
6.1.02.27.50	Varios	16.472,90
6.2	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	72.973,82
6.2.01	GASTOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO	

6.2.01.01	SUELDOS. SALARIOS Y DEMuS REMU	47736,74
6.2.01.01.01	Sueldos	47736,74
6.2.01.02	APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL	12343,78
6.2.01.02.01	Aportes patronales	4787,45
6.2.01.02.02	Aportes Individuales	4902,33
6.2.01.02.03	Fondos de Reserva	2654
6.2.01.03	BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZ	4072,07
6.2.01.03.01	Decimo Tercer Sueldo	2658,88
6.2.01.03	Decimo Cuarto Sueldo	1413,19
6.2.01.04	GASTO PLANES DE BENEFICIO	0
6.2.01.04.02	OTROS	0
6.2.02	GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN	
6.2.02.05	HONORARIOS.COMICIONES Y DIET	0
6.2.02.05.01	Horarios	0
6.2.02.05.02	Comisiones	0
6.2.02.06	REMUNERACIONES A OTROS TRABAJADORES	0
6.2.02.06.01	Trabajos Ocasionales	0

6.2.02.10	COMISIONES	0
6.2.02.10.01	Comisiones	0
6.2.02.12	COMBUSTIBLE	540
6.2.02.12.01	Combustible	540
6.2.02.17	GASTOS DE VIAJE	500
6.2.02.17.03	Alimentacion	500
6.2.02.18	AGUA. ENERGIA. LUZ. TELECOMUNI	1456
6.2.02.18.02	Energia Electrica	
6.2.02.18.03	Telefono y Fax	1456
6.2.02.19	NOTARIOS Y REGISTRADORAS DE LA	0
6.2.02.19.01	Gastos Registrador Mercantil y	0
6.2.02.20	IMPUESTOS CONTRIBUCIONES Y OTR	0
6.2.02.20.01	Impuestos Municipales	0
6.2.02.20.05	Superintendencia de Cias	0
6.2.02.27	OTROS GASTOS	6325,23
6.2.02.27.01	Trabajo de imprenta	0
6.2.02.27.02	Suministros de Oficina (Copia)	0
6.2.02.27.05	Matriculas de ehiculos	0
6.2.02.27.40	Gastos no deducibles	0
6.2.02.27.50	Varios	6325,23

6.3	GASTOS FINANCIEROS	6209,96
6.3.01	Intereses	6209,96
6.3.01.02	Notas de debito por interes	6209,96
6.3.02	Comisiones	0
6.3.02.01	Comisiones Bancarias	0
6.4	OTROS GASTOS	0
6.4.02	Otros	0
6.4.02.03	Gastos Financieros	0
6.4.02.10	Retenciones asumidas	0
6.4.03	OTRAS PERDIDAS	0
	TOTAL COSTO Y GASTO	1.722.616,89
	UTILIDAD PERDIDA	39.692,32
	Utilidad Bruta	\$416.754,62
	Utilidad Operacional	\$45.902,28
	Utilidad del Ejercicio	\$39.692,32

- **Balance general**

<b>Mi Ahorro "Empredial S.A."</b>		
<b>Balance General</b>		
<b>Al 31 de diciembre de 2020</b>		
<b>Código</b>	<b>Cuenta</b>	<b>Valores</b>
1.	<b>ACTIVO</b>	
1.1	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	\$1.382.887,
		24
1.1.01	EFFECTIVO Y EQUIVALENTE AL EFFECTIVO	\$145.015,26
1.1.01.01	CAJAS	\$9.760,37

1.1.01.01.01	CAJA PRINCIPAL	\$2.019,41
1.1.01.01.02	CAJA YANTZAZA	1.722,25
1.1.01.01.03	CAJA GUALAQUIZA	\$990,17
1.1.01.01.04	CAJA ZAMORA	2.312,17
1.1.01.01.05	CAJA NARANJAL	1.024,25
1.1.01.01.06	CAJA MUEBLERIA	100,00
1.1.01.01.07	CAJA PAUTE	1.592,12
1.1.02	CAJAS CHICAS	0,00
1.1.01.02.50	LIQUIDACIÓN CAJA CHICA	0,00
1.1.01.04	BANCOS	135.254,89
1.1.01.04.01	BANCO GUAYAQUIL EMPREDIAL	552,42
1.1.01.04.02	BANCO PICHINCHA EMPREDIAL	20.531,13
1.1.01.04.03	COOP. JARDÍN AZUAY EMPREDIAL	109.121,90
1.1.01.04.04	COOP. JEEP EMPREDIAL	5.049,44
1.1.02	<b>ACTIVOS FINANCIEROS</b>	611.218,71
1.1.02.05	DTOS Y CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	610.633,45
1.1.02.05.01	CLIENTES	642.772,05
1.1.02.05.05	Cheques clientes	0,00
1.1.02.06	(-) PROVISIÓN CUENTAS INCOBRABLES	-32.138,60
1.1.02.06.01	(-) PROVISIÓN CUENTAS INCOBRABLES	-32.138,60
1.1.02.11	ANTICIPOS VARIABLES	391,04
1.1.02.11.01	ANTIC. A PROVEEDORES	391,04

1.1.02.11.02	PINCAY GUARANDA TITO AP 40	21,66
1.1.02.11.03	IMPORTADORA ROMILIZA AP 46	22,20
1.1.02.11.04	COORP. JCEV AP 51	31,92
1.1.02.11.05	CAGUANA MERCHAN XAVIER AP 50	7,26
1.1.02.11.06	PAZ RIOS EDUARDO AP 66	67,10
1.1.02.11.07	MALDONADO OCHOA MARCO AP 68	24,35
1.1.02.11.08	ORELLANA PACHECO CARLOS AP 73	16,55
1.1.02.11.09	BERMEO VEGA ANGEL AP 77	200,00
1.1.02.12	<b>ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES</b>	194,22
1.1.02.12.01	CRÉDITO TRIBUTARIO A FAVOR DE LA EMPRESA	194,22
1.1.02.12.01.01	IVA EN COMPRA T 12% IVA	0,00
1.1.02.12.01.02	IVA RETENIDO CLIENTES T 12% IVA	194,22
1.1.02.12.01.03	CRÉDITO TRIBUTARIO IVA NE COMPRAS	0,00
1.1.02.12.01.04	CRÉDITO TRIBUTARIO A FAVOR DE LA EMPRESA	0,00
1.1.02.12.02	RETENCIONES EN LA FUENTE IMPORTADORA POR RETENCIÓN	0,00
1.1.02.12.02.01	CRÉDITO TRIBUTARIO DE RENTA	0,00
1.1.02.12.02.02	ANTICIPO DE IMPUESTO A LA RENTA	0,00
1.1.02.12.04	ANTICIPO DE IMPUESTO A LA RENTA	0,00

1.1.02.12.04.0	ANTICIPO DE IMPUESTO A LA RENTA	0,00
1		
1.1.03	INVENTARIOS	626.653,27
1.1.03.01	INVENTARIOS	626.653,27
1.1.03.01.01	INVENTARIO BODEGA MATRIZ	135.252,49
1.1.03.01.02	INVENTARIO PRINCIPAL	131.388,41
1.1.03.01.03	INVENTARIO MUEBLERÍA	28.040,70
1.1.03.01.04	INVENTARIO PAUTE	55.992,23
1.1.03.01.05	INVENTARIO GUALAQUIZA	67.178,99
1.1.03.01.06	INVENTARIO YANTZAZA	60.991,33
1.1.03.01.07	INVENTARIO ZAMORA	36.234,64
1.1.03.01.08	INVENTARIO NARANJAL	111.574,48
1.2	<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	\$9.882,05
1.2.01	PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	192.028,71
1.2.01.01	MUEBLES Y ENSERES	19.758,00
1.1.01.01.01	MUEBLES Y ENSERES PRINCIPAL	5.636,00
1.1.01.01.02	MUEBLES Y ENSERES MUEBLERIA	1.410,86
1.1.01.01.03	MUEBLES Y ENSERES PAUTE	1.673,60
1.1.01.01.04	MUEBLES Y ENSERES GUALAQUIZA	1.165,77
1.1.01.01.05	MUEBLES Y ENSERES YANTZAZA	1.966,55
1.1.01.01.06	MUEBLES Y ENSERES ZAMORA	1.059,75
1.1.01.01.07	MUEBLES Y ENSERES NARANJAL	2.298,70
1.1.01.01.08	MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACIÓN	3.873,57

1.1.01.01.09	MUEBLES Y ENSERES BODEGA	673,20
1.2.01.02	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	31.596,00
1.2.01.02.01	EQUIPO DE COMP Y SOFT PRINCIPAL	5.939,00
1.2.01.02.02	EQUIPO DE COMP Y SOFT MUEBLERIA	1.788,00
1.2.01.02.03	EQUIPO DE COMP Y SOFT PAUTE	1.540,00
1.2.01.02.04	EQUIPO DE COMP Y SOFT GUALAQUIZA	2.479,00
1.2.01.02.05	EQUIPO DE COMP Y SOFT YANTZAZA	3.104,00
1.2.01.02.06	EQUIPO DE COMP Y SOFT ZAMORA	2.327,00
1.2.01.02.07	EQUIPO DE COMP Y SOFT NARANJAL	4.203,00
1.2.01.02.08	EQUIPO DE COMP Y SOFT ADMINISTRACIÓN	8.811,00
1.2.01.02.09	EQUIPO DE COMP Y SOFT BODEGA	1.405,00
1.2.01.03	VAHÍCULOS, EQUIPOS DE TRANSPORTE Y EQUIPO	140.674,71
1.2.01.03.01	VEHÍCULOS	140.674,71
1.2.01.03.02	CAMIÓN GCEO ABG1262	25.157,45
1.2.01.03.03	CAMIÓN HINO ABE3216	31.850,00
1.2.01.03.04	CAMIONETA GCEO ABH1541	23.746,00
1.2.01.03.05	CAMIONETA KM ABH1540	11.315,00
1.2.01.03.06	CAMIONETA DOBLE ABI6048	35.213,40
1.2.01.03.07	CAMIÓN HINO ORIENTE ABC2941	13.392,86
1.2.01.15	DEPRECIACIÓN CUMULADA PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPOS	-182.146,66

1.2.01.15.01	DEPREC. ACUM. MUEBLES Y ENSERES	-2.636,20
1.2.01.15.02	DEPREC. ACUM. EQUIPO DE COMPUTACIÓN	-13.189,25
1.2.01.15.03	DEPREC. ACUM. VEHÍCULOS	-166.321,21
	<b>TOTAL DEL ACTIVO</b>	<b>\$1.392.769,29</b>
2.	<b>PASIVO</b>	
2.1	<b>PASIVO CORRIENTE</b>	792.110,94
2.1.01	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	753.144,48
2.1.01.01	LOCALES	
2.2.01.01.01	Locales no Relacionadas	333.920,58
2.2.01.01.02	LOCALES RELACIONADOS	
2.2.01.01.03	CHEQUES PROVEEDORES	354.793,82
2.1.01.02	CUENTAS POR LIQUIDAR	64.430,08
2.1.01.02.01	OBLIG. FINANCI. CORRIENTES	64.430,08
2.1.02	OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES	5.081,08
2.1.02.01	OBLIGACIONES CON LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTA	5.081,08
2.1.02.01.01	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	1.955,96
2.1.02.01.01.01	IVA NE VENTAS	0,00
1		
2.1.02.01.01.02	RET. IVA 30%	1.052,68
2		
2.1.02.01.01.03	RET. IVA 70%	196,29
3		
2.1.02.01.01.04	RET. IVA 100%	706,99
4		

2.1.02.01.02	RETENCIONES EN LA FUENTE IMPO. RTA.	3.125,12
2.1.02.01.02.0	R Fte. 1% Transporte	4,22
1		
2.1.02.01.02.0	R Fte. 2% mano de obra	7,78
2		
2.1.02.01.02.0	R Fte. 1.75% Publicidad	26,83
3		
2.1.02.01.02.0	R Fte. 1.75% Compra de Bienes	2.526,19
4		
2.1.02.01.02.0	R Fte. 8% Arriendos	499,33
5		
2.1.02.01.02.0	R Fte. 2% Rendimientos financieros	26,91
6		
2.1.02.01.02.0	R Fte. 2.75% Otras retenciones	33,86
7		
2.1.02.01.02.0	R Fte. 2% Microempresas	0,00
8		
2.1.02.01.03	IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR DEL EJERCICIO	8.434,56
2.1.02.01.03.0	IMPUESTOS POR PAGAR	17.881,96
1		
2.1.03.01	OBLIGACIONES CON EL IESS	2.623,98
2.1.03.01.01	Aportes Iess	2.623,98
2.1.03.01.01.0	Aportes Iess Principal	1.433,85
1		
2.1.03.01.01.0	Aportes Iess Mueblería	253,81
2		
2.1.03.01.01.0	Aportes Iess Yantzaza	338,68
3		
2.1.03.01.01.0	Aportes Iess Gualaquiza	256,07
4		

2.1.03.01.01.0	Aportes Iess Zamora	87,76
5		
2.1.03.01.01.0	Aportes Iess Naranajal	169,14
6		
2.1.03.01.01.0	Aportes Iess Paute	84,67
7		
2.1.03.02	POR BENEFICIOS DE LA LEY A EMPLEADOS	
2.1.03.02.01	NOMINA POR PAGAR EMPLEADOS	12.970,54
2.1.03.02.01.0	Sueldos Principal	7.193,40
1		
2.1.03.02.01.0	Sueldos Mueblería	1.232,07
2		
2.1.03.02.01.0	Sueldos Yantzaza	1.644,00
3		
2.1.03.02.01.0	Sueldos Gualaquiza	1.243,00
4		
2.1.03.02.01.0	Sueldos Zamora	426,00
5		
2.1.03.02.01.0	Sueldos Naranjal	821,07
6		
2.1.03.02.01.0	Sueldos Paute	411,00
7		
2.1.03.03	Fondos de Reserva	674,27
2.1.03.03.01	Fondo de Reserva Principal	432,59
2.1.03.03.02	Fondo de Reserva Mueblería	0,00
2.1.03.03.03	Fondo de Reserva Yantzaza	68,48
2.1.03.03.04	Fondo de Reserva Gualaquiza	69,31
2.1.03.03.05	Fondo de Reserva Zamora	35,49
2.1.03.03.06	Fondo de Reserva Naranjal	34,16

2.1.03.03.07	Fondo de Reserva Paute	34,24
2.1.03.04	Beneficios Sociales	1.613,17
2.1.03.04.01	Beneficios Sociales Principla	732,71
2.1.03.04.02	Beneficios Sociales Mueblería	135,08
2.1.03.04.03	Beneficios Sociales Yantzaza	270,32
2.1.03.04.04	Beneficios Sociales Gualaquiza	203,57
2.1.03.04.05	Beneficios Sociales Zamora	68,83
2.1.03.04.06	Beneficios Sociales Naranjal	135,08
2.1.03.04.07	Beneficios Sociales Paute	67,58
2.1.13	<b>OTROS PASIVOS CORRIENTES</b>	7.568,86
2.1.13.01	OTROS PASIVOS CORRIENTES	7.568,86
2.1.13.01.02	IVA POR PAGAR	1.615,05
2.1.13.01.04	15% UTILIDAD TRABAJADORES	5.953,81
2.2	<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	293.146,75
2.2.04	CEUNTAS POR PAGAR DIVERSAS NO RELACIONADAS	285.446,76
2.2.04.01	LOCALES	147.859,37
2.2.04.01.01	INSTITUCIONES BANCARIAS	137.587,39
2.2.04.01.01.0 1	BG-KM	6.870,13
2.2.04.01.01.0 2	G-WQ	3.691,04
2.2.04.01.01.0 3	BG-EM	7.655,05

2.2.04.01.01.0	JEEP-WQ	88.521,78
4		
2.2.04.01.01.0	CAJA WQ	30.849,39
5		
2.2.04.02	CUENTAS PAGAR TARJETAS CRÉDITO	10.271,98
2.2.04.02.01	TARJETAS CRÉDITO	10.271,98
2.2.04.02.01.0	VISA PICHINCHA EMPREDIAL	4.016,68
1		
2.2.04.02.01.0	VISA PICHINCHA WQ	235,71
2		
2.2.04.02.01.0	VISA PACIFICARD KM	0,00
3		
2.2.04.02.01.0	AMERICAN EXPRESS EMPREDIAL	6.019,59
4		
2.2.05.01	PRESTAMOS A TERCEROS	47.607,30
2.2.05.01.01	LOCALES	47.607,30
2.2.05.01.01.0	MERCY CALDERON	25.000,00
1		
2.2.05.01.01.0	DIANA SAQUICELA	17.300,00
2		
2.2.05.01.01.0	EDGAR QUICHIMBO	5.307,30
3		
2.2.06.01	OTROS ACREEDORES	97.680,08
2.2.06.01.01	VARIOS ACREEDORES	97.680,08
2.2.07	PROVISIONES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS	0,00
2.2.07.01	JUBILACIÓN PEATONAL	0,00
2.2.07.01.01	JUBILACIÓN PEATONALPROVISIONES PARA JUBILACIÓN PATRONAL	0,00
2.2.07.02	OTROS BENEFICIOS NO CORRIENTES PARA LOS	0,00

2.2.07.02.01	PROVISION PARA DESAHUCIO	0,00
	<b>TOTAL DEL PASIVO</b>	1.085.257,6
		9
3.	<b>PATRIMONIO NETO</b>	307.511,60
3.1	CAPITAL	800,00
3.1.01	CAPITAL SUSCRITO o ASIGNADO	0,00
3.1.01.01	ACCIONISTAS	800,00
3.1.01.01.01	SR. WILSON QUIHIMBO JADAN	430,00
3.1.01.01.02	SRA. LIANA MENDEZ SAQUICELA	370,00
3.5	OTROS RESULTADOS INTEGRALES	306.711,60
3.5.02	RESERVA LEGAL	4.395,68
3.5.02.01	RESERVA LEGAL	4.395,68
3.5.05	GANANCIAS (PERDIAS) ACTUARIALES POR PLANE	0,00
3.5.05.01	GANANCIAS (PERDIAS) ACTUARIALES POR PLANE	0,00
3.6	RESULTADOS ACUMULADOS	277.012,24
3.6.01	GANANCIAS ACUMULADAS	277.012,24
3.6.01.01	UTILIDADES ACUMULADAS	277.012,24
3.6.02	(-) PÉRDIDAS ACUMULADAS	0,00
3.6.02.01	PERDIDAS ACUMULADAS	0,00
3.6.02.01.01	PERDIDA EJERCICIO	0,00
3.7	RESULTADOS DEL EJERCICIO	25.303,68
3.7.01	GANANCIA NETA DEL PERIODO	25.303,68
3.7.01.01	GANANCIA NETA DEL PERIODO	25.303,68
	<b>Resultado del Ejercicio</b>	25.303,68
	<b>TOTAL DEL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	1.392.769,2
		9

### **8.3 Encuesta**

La entrevista va dirigida al gerente general de la empresa EMPREDIAL S.A.

Reciba un cordial saludo de parte de las estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana, quienes de manera favorable solicitamos a usted que nos colabore llenando la siguiente encuesta para la obtención de datos para el análisis de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la empresa.

1. ¿Cuál es la tendencia del mercado de línea blanca en el país?
2. ¿Cómo ha sido el comportamiento de las ventas de la empresa en los últimos tres años?
3. ¿Ha definido la empresa el perfil del comprador potencial?
4. ¿Dispone la empresa de una lista de clientes que se va alimentando continuamente?
5. ¿De qué manera el equipo de desarrollo se relaciona con el cliente?
6. ¿Tiene la empresa un proceso en el cual se realice seguimiento y posventa al cliente?
7. ¿Ha analizado la empresa las causas de la insatisfacción de los clientes?
8. ¿Tiene la empresa algún tipo de medición de la satisfacción del cliente? ¿Cada cuánto tiempo se realiza?
9. ¿Con qué frecuencia se analiza el estado de resultados de la empresa?
10. ¿Con cuánta frecuencia se analiza la liquidez de la empresa antes de tomar decisiones financieras? Especifique si se utiliza algún método.
11. ¿Ha analizado la empresa las causas de rotación del personal?

#### **Focus Group**

El focus group va dirigido al personal de ventas

1. ¿Conoce los objetivos de la empresa?
2. ¿Conoce la misión, visión de la empresa?
3. ¿Qué tiempo labora en la empresa?
4. ¿Qué cargo ocupa y cuáles son sus funciones?
5. ¿Cómo percibe que se da la atención al cliente? Del 1 al 10
6. ¿Como perciben que en los últimos años las ventas han mejorado?