



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA.

PROCESO DE TITULACIÓN

OCTUBRE 2019 – MARZO 2020

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRACTICA

INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

PREVIO A LA OBTENCION DE TITULO DE

INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

TEMA:

NIVEL DE RENTABILIDAD DE LAS VENTAS DEL DEPARTAMENTO DE
TELEVENTAS DEL ALMACEN BARATODO DEL GRUPO UNICOMER SA DEL AÑO
2017-2018.

EGRESADA:

MARÍA VICTORIA REINOSO HERNÁNDEZ

TUTOR:

RONNY FERNANDO ONOFRE ZAPATA

AÑO 2020

INTRODUCCIÓN

El GRUPO UNICOMER SA. es una empresa que ofrece una alta gama de productos de marcas con renombre mundial y pequeños enseres, muebles, audio, video, productos electrónicos, accesorios, motocicletas, y una variedad de accesorios tecnológicos.

Esta empresa cuenta con varias sucursales a nivel nacional y tiene como objetivo servir y satisfacer las necesidades de los clientes en todo el país con una gran variedad de productos y servicios, contando con miles de colaboradores capacitados y listos para ofrecer a los clientes productos a crédito.

El Departamento de Televentas del Almacén Baratodo del Grupo UNICOMER SA. se dedica a las ventas de electrodomésticos para el hogar como refrigeradoras, cocinas, congeladores entre otros; así como también línea de muebles (Colchones, bases de cama, muebles, modulares y roperos), línea café (televisores y celulares) y motos por medio de llamadas telefónicas mediante una base de datos Bright Pattern donde se encuentra la cartera de los clientes reiterativos que tiene el Grupo Unicomer a nivel de la provincia.

Una de las sucursales se encuentra ubicada en Babahoyo en las calles 5 de junio entre Sucre y Eloy Alfaro, esta sucursal es un lugar muy concurrido por muchos clientes deseosos de obtener un crédito de alguno de nuestros productos tanto tecnológicos como para el hogar.

Inició sus actividades como el primer Departamento de Televentas del Almacén Baratodo en el mes de Agosto del 2016 en nuestra ciudad de Babahoyo. El Departamento de Televentas es una técnica de muy importante marketing que con el pasar de los años ha ido evolucionando hasta adquirir gran importancia entre las empresas de todo el mundo.

Esta técnica aprovecha las nuevas y más innovadoras tecnologías de información y comunicación que existen en el planeta, y que les permite llegar a más miles de personas y por ende aumentar sus ventas.

En definitiva, la técnica de los Departamentos de Televentas es un instrumento que usado de manera adecuada permitirá a las empresas que la implementen, a vender sus productos a distancia, para esto se necesitaría de un equipo capacitado y especializado en marketing para poder realizar las campañas publicitarias, con la finalidad de obtener el mayor beneficio del mercado.

Esta registrado como una Sociedad con su actividad económica venta al por menor de artículos para el hogar en general en el Servicio de Rentas Internas con su Registro Único de Contribuyente 1790895548001.

En el presente caso de estudio se orienta a conocer “El Nivel de Rentabilidad de las Ventas del Departamento de Televentas del Almacén Baratodo del Grupo Unicomer SA” es realizado con el objetivo de conocer el nivel de rentabilidad de las ventas del periodo 2017-2018.

En estos últimos años se ha identificado un decrecimiento de las ventas en el año 2018 en comparación al año 2017 debido a la falta de personal para cubrir los metas mensuales del Departamento de Televentas, también la cartera de los clientes reiterativos ha ido disminuyendo ya que muchos de ellos prefieren a la competencia ya que existió una nueva política de crédito y esto puede ser otro factor determinante; ya que puede afectar de manera considerada las ventas del Departamento de Televentas del Almacén “BARATODO”.

El presente trabajo de investigación se rige a la sublínea de investigación aplicada es Gestión Financiera y desarrollo social y el método que se va a realizar es el método inductivo, en el cual

permite conocer la rentabilidad que tiene el Departamento de Televentas en sus ventas de los periodos 2017-2018. También se utilizó las ratios de rentabilidad, entrevistas con el supervisor del departamento de Televentas para poder conocer más y tener mayor información de la empresa.

DESARROLLO

(Measures, 2015) Dijo que una empresa es cualquier entidad que se dedica a los negocios y puede ser una sociedad, asociación o corporación. El Grupo Unicomer (en inglés: Unicomer Group), es un grupo minorista multinacional con sede en San Salvador, El Salvador y gran parte de América Latina. Opera varias cadenas de marcas minoristas en el sector de bienes de consumo duradero, especializado en muebles, audio y video, electrodomésticos y electrónica en más de 1.000 tiendas en América Central, el Caribe, América del Sur y Estados Unidos, empleando a más de 15.000 asociados.

Grupo Unicomer fue fundado en el año 2000, cuando adquirió las operaciones minoristas en Centroamérica del grupo holandés CETECO NV.

Esta "fusión" se denominó en español "Unión Comercial" y, por lo tanto, el nombre abreviado "Unicomer".

Grupo Unicomer posee marcas como La Curacao (Centroamérica y República Dominicana), Almacenes Tropigas en América Central, Gollo en Costa Rica, Artefacta en Ecuador y Electro Facil en Paraguay.

El 15 de abril de 2015, Grupo Unicomer adquirió marcas, propiedad intelectual y contratos de franquiciados de RadioShack existentes en América Central, América del Sur y el Caribe. La celebración de una promesa de ampliar la presencia de esta cadena en estas regiones como nuevas operaciones y con los franquiciados existentes.

Desde su inicio en el año 2000, Grupo Unicomer ha pasado de operar 4 cadenas de tiendas en Centroamérica a operar más de 30 marcas en 26 países de América Central, América del Sur, las islas del Caribe y Estados Unidos.

(Molina, 2015) Dijo que el mercadeo telefónico es un medio de comunicación que facilita hoy en día a las empresas el proceso de contactar a sus clientes por medio de la vía telefónica y de esta forma cerrar una negociación.

El Departamento de Televentas del Almacén Baratodo de la ciudad de Babahoyo creado en Agosto del 2016 dedicado a las ventas por medio de llamadas telefónicas mediante una base de datos Bright Pattern de cliente reiterativos, este será el lugar donde se llevará a cabo este estudio de caso, se realizará un estudio del nivel de rentabilidad de las ventas en los años 2017-2018 de dicho departamento, donde se dará a conocer si están teniendo éxito y si se están alcanzando las metas propuesta por la empresa.

(Wen, 2015) Nos dice que “muchos posiblemente pensamos que los televendedores suelen usar trucos psicológicos para persuadirnos, incluso si ellos mismos no están conscientes de como esas técnicas juegan con nuestra mente” aquí nos está haciendo referencia a los televendedores. La Televenta es una herramienta comercial que permite ofrecer y vender a distancia diferentes productos, empleando para ello diferentes medios tecnológicos. Televentas es una herramienta poderosa y moderna de marketing directo que ha ido evolucionando a medida que pasan los años y han tenido una enorme acogida y relevancia, gracias a que se aprovecha muy bien los avances tecnológicos que tenemos hoy en día y seguirán innovando con el pasar de los años.

(CHIESA, 2018) Dice que “los clientes potenciales son vitales para asegurar el crecimiento futuro de nuestra organización y aquí es donde muchas empresas fallan”. Es imprescindible para

poder realizar este tipo de actividad de una manera eficiente, utilizar equipos y sistemas de telecomunicaciones que nos permita una correcta interacción con los clientes normales y clientes potenciales en un medio en el que se encuentre muy cómodo. A continuación, veremos algunas de las características principales de esta poderosa herramienta de marketing, el objetivo es que se entienda claramente lo que es la televenta y la manera en cómo funciona actualmente

(Soto, 2016) Nos indica que “la televenta es un método efectivo para vender productos nuevos o adicionales a los clientes existentes”. La televenta como se mencionó anteriormente, sus objetivos son muy claros y se busca ofrecer a todo tipo de empresa la oportunidad de mostrar los servicios de gestión comercial y atención al cliente, para ello se utilizará todos los medios que estén a disposición.

Según (Hopkins, 2014) algunos vendedores consideran el teléfono como una herramienta básica para vender. Otros, en cambio, se ponen nerviosos por el solo hecho de pensar en marcar un número telefónico. Desde hace ya mucho tiempo el instrumento que más se utiliza para ejercer las televentas es el teléfono.

(BRUNIS, 2014) Dijo que las empresas dependen del cliente no ellos de las empresas, debido a que la comunicación con los clientes y las soluciones que se presentan o se producen en estos soportes, las empresas que cuenten con un servicio de CALL CENTER y gestión comercial de alta calidad obtiene dos ventajas al mismo tiempo, por un lado, el ahorro de los costos que se necesitaría para enviar a un comercial a ofrecer información o solucionar un problema de la mejor manera posible.

(MEGÍAS, 2017) Dijo que, sin lugar a dudas, aumentar la confianza de tus clientes va a llevar a tu empresa a vender más y de manera más sencilla cada uno de los productos y servicios que

tiene disponibles. Por otro lado, se fortalece la confianza con el cliente al ser capaz de solucionar y resolver los problemas con rapidez y eficiencia por medio de una simple llamada de teléfono.

La atención y servicio que brinda el departamento de televentas del Almacén Baratodo en la ciudad de Babahoyo es de alta calidad y al momento de prestar servicio y atender a sus clientes cumple una función eficaz y efectiva, el almacén Baratodo del Grupo Unicomer S.A. de la ciudad de Babahoyo comenzó a implementar esta herramienta de marketing como es las televentas y facilita de manera eficiente el trabajo que realizan varios trabajadores de la empresa.

Las estrategias de televentas son sin duda alguna una de las maneras más innovadoras y factibles de realizar una venta directa y servicio al cliente, a las televentas también se las conoce como telemarketing, se dice que el telemarketing es un servicio de las televentas o venta vía telefónica con el que se pueden incrementar las ventas y por ende las ganancias de una empresa. (Universidad De Las Ciencias Aplicadas, 2017, pág. 17)

(fundacionconfemetal, 2015) Nos menciona que las televentas o telemarketing es el marketing que se hace a distancia. La televenta también es una extraordinaria herramienta de investigación y generación de contenido para el Market Intelligence, ya que al momento de realizar las ventas para clientes potenciales aún no conocen la marca, es posible recolectar mucha información del mercado de buenos prospectos, por ejemplo:

¿Qué marca se utiliza para este tipo de producto o servicio? ¿Conoce este tipo de producto o servicio? ¿Qué volumen compra actualmente? Es decir, preguntas que ayudan en el lanzamiento de ventas y automáticamente nutren el buscador de datos para su inteligencia de mercado.

(SAUNDRES, 2015) Dice que “la tecnología siempre ha alimentado el crecimiento económico, mejorado las condiciones de vida y abierto vías a nuevos y mejores tipos de trabajo”. Con el crecimiento de la tecnología, están surgiendo muchas nuevas formas de vender o servir al consumidor, lo que hace que muchos crean que las televentas se han vuelto obsoletas, lo que no es cierto.

Aún es posible lograr un gran rendimiento para su empresa al realizar ventas y servicios por teléfono, incluso con otros medios coexistentes en el mercado, porque todos se complementan entre sí.

Incluso las televentas son una excelente estrategia para complementar un equipo de ventas para ayudarlo a alcanzar sus objetivos y es lo que el departamento de televentas de Almacenes Baratodo sucursal Babahoyo quiere lograr, alcanzar las metas y objetivos trazados sería un gran logro para todo tipo de empresa o grupo corporativo, por lo antes expuesto se cita el siguiente ejemplo:

Una empresa grande y posesionada en el mercado que vende cuadernos u otros productos para tiendas minoristas, el equipo de ventas de la compañía solo puede trabajar y servir a una cierta distancia de la compañía y mucho mejor si está cerca, donde permite la visita externa con la presentación de cuadernos y otros productos. “El posicionamiento de mercado es una de las claves que permiten asegurar el éxito y la viabilidad económica de una empresa” (CAURIN, 2017, pág. 1)

Cuando una organización, corporación o empresa tiene una fuerte competencia y quiere posesionarse en lo más alto en el mercado, existen muchas estrategias de marketing que se pueden ejecutar o llevar a cabo, pero si los motivos son otros muchos más fuertes como la crisis

económica de un país como está pasando ahora mismo en nuestro país Ecuador se debe de tomar otras medidas, la crisis económica puede presentar de muchas formas y existen muchos motivos que afectan el desempeño productivo de un país.

Una crisis económica requiere una atención especial y se debe de actuar rápidamente en la empresa, hay que supervisar diligentemente todos los números. Tampoco se debe dejar a un lado ni descuidar las cuentas por cobrar ni el inventario, y se debe intentar mantener los mismos niveles en las ventas así mismo como el pago de sueldos dentro de los parámetros adecuados.

Los Clientes Reiterativos que constan en la base de datos Bright Pattern son los clientes que han realizado sus compras desde el año 2010 y cumplen con los parámetros de no tener días de atraso máximo y atraso promedio; ellos cuentan con mejores beneficios, tienen mayor capacidad de pago, no les realizan inspección de campo y tienen mejores beneficios que los clientes nuevos.

El Departamento de Televentas se dedica a la venta de electrodomésticos para el hogar como refrigeradora, cocinas entre otros; así como también línea de muebles (colchones, bases de cama, muebles, modulares y roperos), línea café (televisores y celulares) y motos por medio de llamadas telefónicas a clientes reiterativos por medio de una base de datos Bright Pattern, donde al cliente se les promociona las ofertas que tenemos y se le envía fotos por medio de WhatsApp por lo que si el cliente decide comprar nos envía por el mismo medio(WhatsApp) la foto de su cedula. Los Televendedores realizamos el expediente y luego se realiza la política de la contra-entrega donde el analista de campo entrega al cliente los electrodomésticos en su domicilio y si el cliente se encuentra y cumple con los datos del expediente se le entrega los electrodomésticos y firma los expedientes (factura, digitalización, acuerdo de pago, pagare, garantía y carta buro).

Así mismo el Departamento de Televentas de Almacenes Baratodo no cuenta con publicidad adecuada para conocer más sobre los beneficios, precios y buscar muchas más clientes para poder lograr su objetivo que es darle a conocer sus productos y que el consumidor pueda adquirirlos para poder satisfacer sus necesidades.

Sus ventas se han visto afectadas en los dos últimos años por este motivo se está realizando este estudio de caso donde se obtendrá información de las ventas del Departamento de Televentas de Almacenes Baratodo de la ciudad de Babahoyo, las causas de su declive y decrecimiento en las ventas en 2017-2018 puede ser debido a que existió un decrecimiento en el objetivo mensual debido a una menor plantilla de televendedores dado que en el año 2017 tenía la plantilla completa de 10 televendedores lo cual estaba formado por 5 televendedores de tiempo completo y 5 televendedores de medio tiempo, en cambio en el año 2018 no sucedió lo mismo solo existió una plantilla de 5 televendedores formados por 1 televendedor de tiempo completo y 4 televendedores de medio tiempo debido al decrecimiento mensual la empresa no permitió el ingreso de nuevos televendedores y es así como no se lograba completar la plantilla y a su vez con esto no se pudo cumplir con las metas en general del Departamento del Televentas; también existió el decrecimiento debido a q disminuyo la cartera de clientes reiterativos ya que la políticas de crédito se puso más difícil para los clientes reiterativos con la contra-entrega de los productos.

Puede ser también debido a la fuerte competencia que existe hoy en día ya que existen empresas similares y que se dedican a ofrecer el mismo servicio que el Departamento de Televentas.

Las principales competencias a nivel de la provincia de Departamento de Televentas del Almacén Baratodo son:

-Marcimex

-Comandato

-Multinova (Créditos Económicos)

Estos son sus competidores más fuertes a nivel de la provincia como en el mercado local que es la ciudad de Babahoyo.

Otro factor muy importante que influye en la situación económica en que la que encontraba el país en ese entonces y en la actualidad no ha cambiado mucho la situación de nuestro país pues seguimos en una supuesta crisis económica que está afectando no solo al Departamento de Televentas del Almacenes Baratodo del Grupo Unicomer S.A. sino a muchos más negocios del país.

Muchas veces controlar que el funcionario de estos cargos esté haciendo lo correcto con respecto al trato que se le dé al cliente se vuelve un poco complicado y es una tarea ardua ya que muchas veces los clientes no colaboran, en Almacenes Baratodo Babahoyo como en otras sucursales del país se debe de atender a diario a los clientes, se debe de brindar un buen trato, hacer sentir cómodos a los consumidores como debe ser.

(Jané, 2015) Dijo que “realizar una buena acción de televenta no es nada fácil, muchísimas acciones de televenta fracasan por la percepción de que es tan simple como ponerse a llamar”. Las personas que van a estar a cargo del departamento de televentas deben de estar muy bien instruidas y capacitadas para poder ejercer dicho cargo, ya que de lo contrario eso podría conllevar a problemas a la hora de vender y ofrecer los productos, por eso se mencionó que la atención al cliente es muy importante y en algunos casos ayuda a incrementar la participación en el mercado y ser mucho más competitivos.

Según (Eslava , 2016) nos menciona “La rentabilidad de una empresa es muy importante porque permite determinar si un negocio está produciendo” (pág. 1)

Los Ratios de rentabilidad sirven para medir la capacidad de la empresa para obtener beneficios y establecer si la empresa está generando suficientes recursos para pagar sus costos.

En la Tabla #1 se muestra detalladamente el promedio de ventas en los años 2017-2018 del Departamento de Televentas del Almacén Baratodo

Tabla 1
Ventas En Promedio Del Departamento de Televentas 2017-2018

Descripción	Año 2017	Año 2018	Diferencia	Tasa de Crecimiento
Ventas en promedio mensualmente	\$35.261,66	\$29.659,32	\$ - 5.602,34	-15,89%
Ventas anuales en promedio	\$423.140,00	\$355.912,00	\$ - 67.228,00	-15,89%

Fuente: Reporte de Ventas del Departamento de Televentas
Autora: María Victoria Reinoso Hernández

Como se puede verificar referente a las ventas del Departamento de Televentas del Almacén Baratodo del Grupo Unicomer – Babahoyo, las ventas anuales han disminuido un 15.89% entre el año 2017 a 2018. Dando un equivalente diferencial de \$67.228,00 lo que se determina al restar las ventas 2017 versus las del periodo 2018.

En la siguiente Tabla #2 se muestra el porcentaje de participación de los ingresos de la sucursal para los ingresos totales de matriz UNICOMER S.A, quien gobierna a todas las Sucursales del Departamento de Televentas del Almacén Baratodo.

Tabla 2

Porcentaje de Participación de los Ingresos por Ventas del Departamento de Televentas del Almacén Baratodo en los Ingresos Generales de UNICOMER S.A.

Descripción	Año 2017	Año 2018	Diferencia	Tasa de Crecimiento
Ventas en promedio mensualmente	\$ 35.261,66	\$ 29.659,32	\$ -5.602,34	-15,89%
Ventas anuales en promedio	\$ 423.140,00	\$ 355.912,00	\$ -67.228,00	-15,89%
Ventas globales matriz UNICOMER	\$175.286.635,58	\$192.808.131,10	\$17.521.495,52	10,00%
% de participación de sucursal en los ingresos totales de la compañía	0,24%	0,18%		

Fuente: Reporte de Ventas Generales del Grupo Unicomer S.A

Autor: María Victoria Reinoso Hernández

En la (Tabla #2), se pudo constatar que para el 2017, los ingresos por ventas de la Sucursal Baratodo representaban el 0.24% del total de los ingresos generales de UNICOMER S.A, empresa a la que pertenece la sucursal. Mientras tanto para el 2018, Baratodo solo represento el 0.18% debido a que decrecieron significativamente las ventas en la sucursal.

Se puede observar como las ventas en el Almacén Baratodo sucursal Babahoyo ha tenido un decrecimiento en los años 2017-2018 las razones y los motivos por los cuales podrían presentarse estos problemas los mencioné anteriormente y es algo que nos está afectando a muchos en todo el mercado.

Rendimiento de la Inversión

Año 2017

$$RSI\ 2017 = \frac{UTILIDAD\ NETA}{ACTIVO} = \frac{\$166.253,20}{\$10691232,60} = \$0,02$$

Año 2018

$$RSI\ 2018 = \frac{UTILIDAD\ NETA}{ACTIVO} = \frac{\$52.749,00}{\$8.302.555,60} = \$0,01$$

En el Departamento de Televentas se puede observar que, por cada dólar de activos, se genera \$0,02 centavos de las ganancias para año 2017, este valor disminuye para el año 2018 en el que solo generan como ganancia \$0,01 centavos por cada dólar de activo, este decrecimiento se origina por el aumento que existió en los costos y gastos.

Margen de Beneficio Bruto

Año 2017

$$MUB\ 2017 = \frac{UTILIDAD\ BRUTA}{VENTAS} = \frac{\$331.238,60}{\$423.140,00} = 78,28\%$$

Año 2018

$$MUB\ 2018 = \frac{UTILIDAD\ BRUTA}{VENTAS} = \frac{\$191.245,00}{\$355.912,00} = 53,73\%$$

Para el año 2017 el margen de beneficio bruto represento el 78,28% de sus ventas, mientras que para el año 2018 tuvo un decrecimiento de 53,73% de las ventas en este año, esto ocasiona el incremento del valor de sus costos de ventas teniendo en cuenta que el volumen de sus ventas, no es muy significativo.

Margen de Utilidad Bruta

Año 2017

$$MUN\ 2017 = \frac{UTILIDAD\ NETA}{VENTAS} = \frac{\$166.253,20}{\$423.140,00} = 39,29\%$$

Año 2018

$$MUN\ 2018 = \frac{UTILIDAD\ NETA}{VENTAS} = \frac{\$52.749,00}{\$355.912,00} = 14,82\%$$

Como resultado del indicador se evidencia un decrecimiento en el porcentaje que representa la utilidad neta, teniendo en cuenta que los costos y gastos incrementaron para el año 2018 la utilidad neta representa el 14,82% de las ventas de dicho año, lo que resulta ser menor al año 2017 en el cual la utilidad neta representa solo el 39,29%.

Rendimiento Patrimonio

Año 2017

$$ROE\ 2017 = \frac{UTILIDAD\ NETA}{CAPITAL} = \frac{\$166.253,20}{\$1.822.280,00} = 9,12\%$$

Año 2018

$$ROE\ 2018 = \frac{UTILIDAD\ NETA}{CAPITAL} = \frac{\$52.749,00}{\$1.822.280,00} = 2,89\%$$

Como se puede observar en el año 2017 la rentabilidad del capital se sitúa en un 9,12% lo que demuestra que no está aprovechando de manera eficiente los recursos que dispone, mientras que en el año 2018 el porcentaje disminuye en un 2,89%

CONCLUSIONES

Mediante el desarrollo del presente estudio de caso del nivel de rentabilidad del Departamento de Televentas se puede llegar a las siguientes conclusiones:

El Departamento de Televentas ha tenido un decrecimiento en sus niveles de ventas anuales, lo cual ha disminuido en un 15,89% entre los años 2017 a 2018 dando un equivalente diferencial de \$67.228,00 lo que se determina al restar las ventas 2017 versus las del periodo 2018.

La competencia excesiva en la localidad está causando que el nivel de las ventas en el Departamento de Televentas esté disminuyendo, lo que da a entender que esta empresa está perdiendo mercado en la ciudad de Babahoyo y que los clientes tienen criterios divididos en torno a adquirir productos en este establecimiento y que tienden a ser más atraídos por las ofertas de las otras empresas de la localidad.

El porcentaje de participación del Departamento de Televentas en el monto total de la Compañía Matriz, para el año 2018 es bajo. Por ende, las promociones actualmente han incrementado por lo que la empresa espera que la cantidad de compras de los clientes incrementen y la cartera de sus clientes.

El Departamento de Televentas los índices de rentabilidad están por encima de la tasa promedio de industria establecido en la Superintendencia de Compañías, aunque su rendimiento de la inversión es bajo es decir no se está obteniendo un buen rendimiento de la inversión esto

conlleva a que los dueños estén perdiendo dinero, ya que los costos se incrementan para el año 2018.

BIBLIOGRAFÍA

ANC.ES. (2016). PARTNER BUSSINES TRAINING TOUR. In ANC.ES, *LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE*.

BRUNIS, M. (2014). TÉCNICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE. In M. BRUNIS, *TÉCNICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE*.

CAURIN, J. (2017). Posicionamiento de mercado. In J. CAURIN, *Posicionamiento de mercado*.

CHIESA, C. (2018, JUNIO 25). *linkedin.com*. Retrieved from *linkedin.com*:
<https://www.linkedin.com/pulse/clientes-reales-potenciales-y-perdidos-cosimo-chiesa>

Cukierman, L. (2013, Agosto 8). *buenosnegocios.com*. Retrieved from *buenosnegocios.com*:
<https://www.buenosnegocios.com/notas/atencion-al-cliente/capacitacion-y-atencion-al-cliente-n327>

Diaz Llanes, M. (n.d.). *Analisis Contable con un Enfoque Empresarial*. eumed.net.

Eslava, J. (2016). *La Rentabilidad: Analisis de costes y Resultado*. ESIC Editorial.

fundacionconfemetal. (2015). <http://fundacionconfemetal.com/>. Retrieved from <http://fundacionconfemetal.com/>:
http://fundacionconfemetal.com/media/blfa_files/Telemarketing_P_ginas.pdf

- Hopkins, T. (2014). Aprende a usar el teléfono para vender. In T. Hopkins, *Aprende a usar el teléfono para vender*.
- Jané, R. (2015). Cómo gestionar con éxito la Televenta. In R. Jané, *INICIATIVAS EMPRESARIALES*.
- Measures, A. (2015). La diferencia entre una corporación y una empresa. In A. Measures, *LA VOZ DEL EMPRESARIO*.
- MEGÍAS, R. (2017). 7 Claves Para Aumentar la Confianza de Tus Clientes (Y Vender Más). In R. MEGÍAS, *7 Claves Para Aumentar la Confianza de Tus Clientes (Y Vender Más)*.
- Molina, C. A. (2015). El telemercadeo como herramienta de comunicación en la empresa. In C. A. Molina, *El telemercadeo como herramienta de comunicación en la empresa*.
- SAUNDRES, A. (2015, SEPTIEMBRE). *bbvaopenmind.com*. Retrieved from [bbvaopenmind.com: https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-impacto-de-la-tecnologia-en-el-crecimiento-y-el-empleo/](https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-impacto-de-la-tecnologia-en-el-crecimiento-y-el-empleo/)
- Soto, D. U. (2016). Conceptos Básicos de Telemarketing. In D. U. Soto, *TELEMARKETING* (p. 40).
- Tominaga, M. (2001, febrero 20). *www.marketingdirecto.com*. Retrieved from [www.marketingdirecto.com: https://www.marketingdirecto.com/digital-general/digital/a-favor-del-contacto-directo-con-el-cliente](https://www.marketingdirecto.com/digital-general/digital/a-favor-del-contacto-directo-con-el-cliente)
- Universidad De Las Ciencias Aplicadas. (2017). *Mejores Practicas de Marketing*.
- Wen, T. (2015, mayo 8). *bbc.com*. Retrieved from [bbc.com: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/05/150501_vert_fut_trucos_vendedores_yy](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/05/150501_vert_fut_trucos_vendedores_yy)

ANEXOS

Anexo N° 1 Estados Financieros del Departamento de Televentas año 2017-2018.

UNICOMER DE ECUADOR S.A.
 TELEVENTAS BABAHOYO (EMISOR 3310)
 ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
 DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017

ACTIVO

Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 1.872.434,20
Cuentas por cobrar corto plazo	\$ 4.890.725,40
Otras cuentas por cobrar corto plazo	\$ 746.854,40
Otros activos corrientes	\$ 446.490,00
Total Activo Corriente	\$ 7.956.504,00
Cuentas por cobrar largo plazo	\$ 1.914.653,80
Propiedad, mobiliario, y equipo	\$ 378.664,20
Activos Intangibles	\$ 106.700,60
Otras cuentas por cobrar a largo plazo	\$ -
Otros Activos	\$ 156.402,60
Impuestos Diferidos	\$ 178.307,40
Total Activo No corriente	\$ 2.734.728,60
TOTAL ACTIVOS	\$ 10.691.232,60

PASIVO Y PATRIMONIO

PASIVO

Obligaciones financieras	\$ 1.103.652,80
Otras obligaciones financieras	\$ -
Cuentas por pagar y otros	\$ 948.819,80
Beneficios a empleados	\$ 916.697,20
Otros provisiones	\$ 856.647,80
Impuesto por pagar	\$ 754.864,60
Total Pasivo Corriente	\$ 4.580.682,20
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 652.294,80
Ingresos diferidos	\$ 361.147,40
Otras provisiones	\$ 56.630,40
Obligaciones por beneficios a empleados	\$ 86.099,00
Total Pasivo No Corriente	\$ 1.156.171,60
TOTAL PASIVOS	\$ 5.736.853,80

PATRIMONIO

Capital Social	\$ 1.822.280,00
Aportes para futuras capitalizaciones	\$ 34.000,80
Reserva legal y facultativas	\$ 1.897.081,40
Resultados acumulados	\$ 1.201.016,60
Total Patrimonio	\$ 4.954.378,80
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 10.691.232,60

UNICOMER DE ECUADOR S.A.
TELEVENTAS BABAHOYO (EMISOR 3310)
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018

ACTIVO

Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 1.630.485,40
Cuentas por cobrar corto plazo	\$ 3.712.381,60
Otras cuentas por cobrar corto plazo	\$ 523.372,80
Otros activos corrientes	\$ 230.792,00
Total Activo Corriente	\$ 6.097.031,80
Cuentas por cobrar largo plazo	\$ 1.572.828,20
Propiedad, mobiliario, y equipo	\$ 253.085,80
Activos Intangibles	\$ 98.286,40
Otras cuentas por cobrar a largo plazo	\$ 6.311,20
Otros Activos	\$ 125.174,20
Impuestos Diferidos	\$ 149.838,00
Total Activo No corriente	\$ 2.205.523,80
TOTAL ACTIVOS	\$ 8.302.555,60

PASIVO Y PATRIMONIO

PASIVO

Obligaciones financieras	\$ 992.449,00
Cuentas por pagar y otros	\$ 673.618,40
Beneficios a empleados	\$ 750.980,60
Otros provisiones	\$ 701.877,40
Impuesto por pagar	\$ 472.400,60
Total Pasivo Corriente	\$ 3.591.326,00
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 505.900,00
Ingresos diferidos	\$ 297.543,40
Otras provisiones	\$ 38.416,00
Obligaciones por beneficios a empleados	\$ 182.744,00
Total Pasivo No Corriente	\$ 1.024.603,40
TOTAL PASIVOS	\$ 4.615.929,40

PATRIMONIO

Capital Social	\$ 1.822.280,00
Aportes para futuras capitalizaciones	\$ 34.000,80
Reserva legal y facultativas	\$ 1.073.153,00
Resultados acumulados	\$ 757.192,40
Total Patrimonio	\$ 3.686.626,20
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 8.302.555,60

UNICOMER DE ECUADOR S.A.
TELEVENTAS BABAHOYO (EMISOR 3310)
ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017
INGRESOS

Ventas de mercadería	\$423.140,00
Ingresos por servicios	\$145.323,00
Ingresos financieros por ventas a crédito	\$116.089,40
Otros ingresos financieros	<u>\$ 16.878,60</u>
Total Ingresos	\$701.431,00
COSTOS Y GASTOS	
Costo de venta y servicios	\$237.224,40
Gasto de administración	\$ 79.721,20
Gasto de ventas	\$ 64.706,40
Baja de cartera	\$ 54.468,80
Gastos financieros	\$ 63.236,00
Otros gastos	<u>\$ 16.421,00</u>
Total Costos y Gastos	\$515.777,80
Utilidad antes del impuesto a las ganancias	\$185.653,20
Impuestos a las ganancias	<u>\$ 19.400,00</u>
Utilidad neta del ejercicio	<u><u>\$166.253,20</u></u>

UNICOMER DE ECUADOR S.A.
TELEVENTAS BABAHOYO (EMISOR 3310)
ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018
INGRESOS

Ventas de mercadería	\$ 355.912,00
Ingresos por servicios	\$ 132.156,00
Ingresos financieros por ventas a crédito	\$ 112.311,00
Otros ingresos financieros	<u>\$ 14.727,40</u>
Total Ingresos	\$ 615.106,40
COSTOS Y GASTOS	
Costo de venta y servicios	\$ 296.823,00
Gasto de administración	\$ 79.721,20
Gasto de ventas	\$ 74.706,40
Baja de cartera	\$ 58.468,80
Gastos financieros	\$ 23.836,00
Otros gastos	<u>\$ 15.821,00</u>
Total Costos y Gastos	\$ 549.376,40
Utilidad antes del impuesto a las ganancias	\$ 65.730,00
Impuestos a las ganancias	<u>\$ 12.981,00</u>
Utilidad neta del ejercicio	<u><u>\$ 52.749,00</u></u>

Anexo N°2 Reporte de ventas del Departamento de Televentas año 2017-2018.

UNICOMER DE ECUADOR S.A.
TELEVENTAS BABAHOYO (EMISOR 3310)
REPORTE DE VENTAS AÑO 2017
VENTA PRODUCTO VENTA GEX

\$ 401.742,62	\$ 21.397,38
TOTAL VENTAS 2017 EMISOR 3310	\$ 423.140,00

UNICOMER DE ECUADOR S.A.
TELEVENTAS BABAHOYO (EMISOR 3310)
REPORTE DE VENTAS AÑO 2018
VENTA PRODUCTO VENTA GEX

\$ 341.060,46	\$ 14.851,54
TOTAL VENTAS 2018 EMISOR 3310	\$ 355.912,00

Anexo N°3 Entrevista al Supervisor del Departamento de Televentas.

Persona Entrevistada: Sr Juan Bastidas Ruiz.

- 1. ¿En qué año se inició el Departamento de Televentas?**

- 2. ¿Cómo es la función del Departamento de Televentas?**

- 3. ¿Cuántas personas laboran en el Departamento de Televentas y cuanto es el objetivo mensual de cada uno de ellos?**

- 4. ¿Qué tanto cree usted que ha logrado cumplir los objetivos del Departamento de Televentas?**

- 5. ¿Cómo es la situación actual del Departamento de Televentas?**