

**ANALYSIS OF FINANCIAL MANAGEMENT OF THE SUPPLY SHOPS, IN THE  
NEIGHBORHOODS OF WESTERN SOUTH OF THE CITY OF QUITO  
METROPOLITANO DISTRICT, YEAR 2018**

**ANÁLISIS DE LA GESTIÓN FINANCIERA DE LAS TIENDAS DE VÍVERES, EN  
LOS BARRIOS DEL SUR OCCIDENTE DE LA CIUDAD DE QUITO DISTRITO  
METROPOLITANO, AÑO 2018**

**Econ. Oswaldo Miño V. MSc.**

Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE

cominio@espe.edu.ec

ORCID: 0000-0001-7810-7092

**Econ. Gustavo Moncayo MSc.**

Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE

lgmoncayo@esp.edu.ec

ORCID: 0000-0002-7070-3583

**RESUMEN**

Uno de los aspectos a los que se enfrenta toda tienda de barrio, es la forma como debe administrar el efectivo; históricamente estos “negocios” de carácter familiar sobre todo, giran alrededor de la circulación de sus inventarios y la posición efectiva de dinero para realizar sus adquisiciones para la venta, así como para proveerse de lo necesario para su sobrevivencia.

Si bien es cierto que estos negocios son numerosos por su constitución de mercado, también es correcto establecer que muchas de ellas por su manera de contener el efectivo para realizar transacciones, se ven muchas veces abocadas a impedir la libre circulación monetaria en la zona de ubicación, al no facilitar el “vuelto” o cambio de billetes de cualquier nominación, en moneda fraccionaria.

Tanto en Ecuador como en el resto de países del tercer mundo, la pobreza se ve superada en base a la creación de estas unidades de comercio y servicios. El gran eslabón entre producción y consumo son las tiendas de barrio o de víveres, su constitución, así como la forma de administrarlos, a más de ser un problema de gestión financiera, no ha permitido superar la crisis económica, misma situación que ha acentuado más sus condiciones de reproducción social.

Se realiza consultas en la herramienta Publish or Perish, en google académico se encuentra la búsqueda de las palabras “Tienda de Víveres” y se obtuvo un rango desde 1829 hasta el 2019 en donde obtuvimos 397.177 citas y se han realizado un promedio de 80 artículos con un índice H de 120. Al buscar “Gestión financiera”, obtuvimos que desde año 1984 hasta el 2018, se han realizado 71.834 citas con 190 artículos realizados y un índice H de 147.

**PALABRAS CLAVE:** Gestión financiera, compras, ventas, ganancias, rendimiento, dinero efectivo, educación financiera, deudas, crédito.

## ABSTRACT

One of the aspects facing any neighborhood store is the way you should manage cash; historically these "business" of family character especially, they revolve around the circulation of their inventories and the effective position of money to make their acquisitions for sale as well as to provide themselves with what is necessary for their survival.

While it is true that these stores are numerous because of their market constitution, it is also correct to establish that many of them because of their way of containing cash to carry out transactions, they are often forced to impede the free circulation of money in the area of location, by not providing the "return" or change of notes of any nomination, in fractional currency.

Both in Ecuador and in the rest of the third world countries, poverty is overcome based on the creation of these trade and services units. The big link between production and consumption are neighborhood stores or groceries, its constitution as well as how to manage them, besides being a problem of financial management, has not allowed to overcome the economic crisis, the same situation that has accentuated more its conditions of social reproduction.

Inquiries are made in the Publish or Perish tool, in google scholar there is the search for the words "Store of Foods" and a range was obtained from 1829 to 2019 where we obtained 397,177 citations and an average of 80 articles have been made with an H index of 120. When searching for "Financial management", we obtained that from 1984 to 2018, 71,834 citations were made with 190 articles made and an H index of 147.

**KEYWORDS:** Financial management, purchases, sales, profits, performance, effective money, financial education, debts, credit

## 1.- INTRODUCCIÓN

El presente estudio, es el resultado de una investigación que se analiza la situación del comportamiento en que viven las tiendas de barrio o de víveres, la zona de estudio fue el sur occidente de la ciudad de Quito D.M., en año 2018.

MIÑO Oswaldo (2016) *Gestión Integral, su incidencia en el desarrollo y competitividad de las tiendas de barrio, en el sector de la Mena Dos, al sur del D.M. de Quito*, Tesis (Inédita) de Maestría, Universidad Tecnológica Indoamérica

Una característica que sobre sale en el estudio de este tipo de “negocios” radica en:

1. Se manejan en escenarios o en elementos difíciles de modificar, pues el dueño de la tienda lo tiene todo “debidamente identificado” y en base a su cosmovisión y su idiosincrasia, así como su cultura, puede administrar sus recursos.
2. Otra característica es el bajo nivel de formación académica y científica del tenedero, lo que se refleja en una forma de administración intuitiva e incluso o en otros casos incluso instintiva.
3. De acuerdo al estudio realizado, se estableció que el 58.45% del retail (actividad que se caracteriza por vender al por menor) alimenticio, se comercializa en el barrio del estudio y que es abarcado por las tiendas de víveres.
4. Sin embargo la mayoría de las tiendas se enfrentan a un gran dilema, como ser eficientes en la administración financiera del negocio, pues el detalle de sus actividades económicas, aún la escriben de forma artesanal y todos los ingresos de las ventas se almacenan en un fondo o caja común, para hacer frente a las contingencias propias del negocio y de las obligaciones de la familia, y consecuentemente para satisfacer sus necesidades de supervivencia social. (AGENCIA INTERAMERICANA DE DESARROLLO (2002), *Microempresas y tiendas de Barrio*, USAID)

Antiguamente se creaban varios tipos de andamios con barrotos y se colocaban varios productos de alimentos y de ahí nace el nombre de “abarrotos”, los barcos venían cargados con una cantidad enorme de alimentos y se decía que están “abarrotados”. Las tiendas recitaban “abarrotarse” de una variedad de productos y así tenían muchos pedidos en donde pasaban mucho tiempo navegando y es así como nace el nombre de “tiendas de abarrotos”.

En la actualidad se han ido diversificando no solo con productos, se han incorporado varios servicios y el crecimiento como los micro mercados y supermercados. (Artículo del origen de los abarrotos). Recuperado en:

<https://abarrotero.com/abarroterocom/el-origen-de-los-abarrotos/>

Cuando nos referimos a gestión financiera, es una distribución adecuada del movimiento de fondos y todos los procesos para mantener y utilizar el dinero físico, a través de instrumentos y opciones de servicios financieros monetarios digitales.

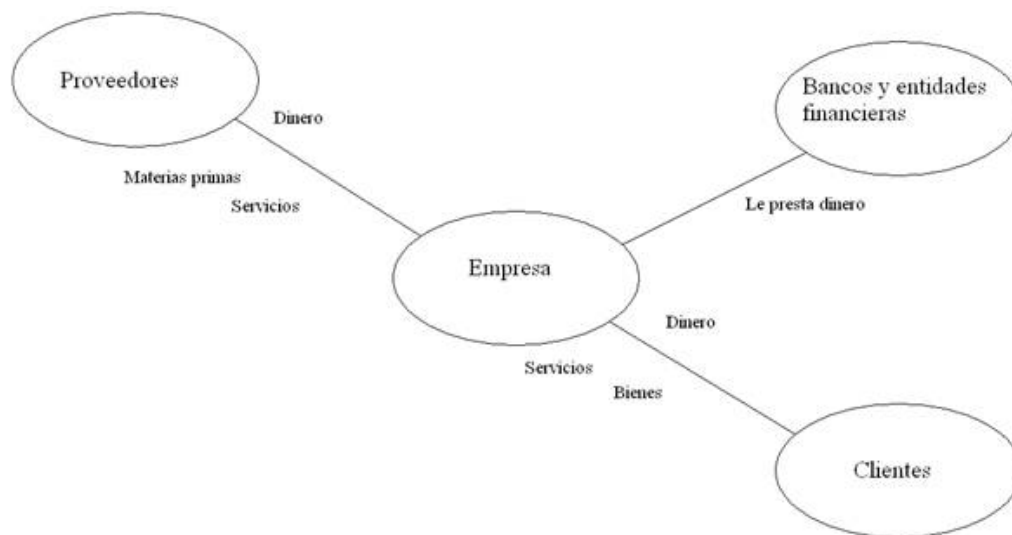


Figura No. 1 La gestión financiera en tiendas de víveres.

En: (<https://www.monografias.com/trabajos65/gestion-financiera/gestion-financiera.shtml>)

## 2.- METODOLOGÍA

Como un componente de la norma científica, el estudio demandó de una investigación *in situ* de 164 tiendas de barrio, cuyos resultados fueron filtrados y procesados por los respectivos estándares de confiabilidad, a fin de convalidar y asegurar la medición de los resultados a utilizar. Los datos de la investigación se identificaron aspectos cualitativos y cuantitativos; en el primer caso todo el análisis es teórico y en el segundo debía sustentarse en base a estadísticas. La metodología de investigación es descriptiva –propositiva, con un enfoque mixto, obedeciendo a la temática exclusivamente inductiva. Se denomina descriptiva-propositiva, en la medida que se determina una característica del estado actual administrativo y financiero para las tiendas de barrio en la zona de estudio y a partir de esa caracterización establecer mecanismos de mejora que permitan al “administrador del negocio familiar”, obtener un mejor control de su unidad comercial. Es inductivo, pues realiza un análisis de los datos recopilados en el instrumento aplicado, determinar el grado de correspondencia entre los enunciados teóricos y los hechos o realidades encontradas en el sur occidente de la ciudad de Quito.

## 3.- RESULTADOS

### LA GESTIÓN FINANCIERA EN LAS TIENDAS DE BARRIO

- En la zona de estudio se observa que las tiendas tradicionales o de víveres, han desarrollado una oferta de servicios, se limita al expendio de productos de consumo masivo sino también a la intermediación financiera, siendo corresponsales no bancarios de los Bancos más solventes del país, como

son: Banco del Pichincha y Banco de Guayaquil. (AÑASCO Víctor (2008). *Análisis situacional de las tiendas de barrio del sur-este de Quito: un estudio del ámbito de distribución de la empresa: PRONACA y Distribuidora ARGEL*, Tesis (Inédita) de Maestría, FLACSO)

- El estar cerca del cliente o consumidor, a la tienda del barrio se ha dado una mayor oportunidad de posicionarse en el mercado, siendo competitiva, ha logrado superar ciertos mitos, diversificando sus servicios como es el caso de servir como agente de transferencia *in situ*, de cuentas de ahorro o corriente de los usuarios de estos bancos, en el primer caso con Mi vecino y en el segundo caso con el Banco del barrio.

La variedad de productos en las tiendas de barrios del sur occidente, se han incrementado con un solo fin de ofrecer una solución de productos y servicios con mayor cercanía a los hogares y buscan tener una calidez de atención al cliente, ofreciendo buscar satisfacer con servicios en un solo lugar en donde el propietario de la tienda busque siempre la innovación continua, incluso convirtiéndose en pequeños banqueros que su giro de negocio ha convertido en una pequeña microempresa, con economía de escala.



**Figura No. 2** Las ventas de los comercios minoristas

En: <https://www.revistalideres.ec/lideres/tiendasdebarrio-estrategias-innovacion-negocios.html>.

De acuerdo a estudios que ha realizado el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), nos manifiesta que el 48% de los gastos de consumo de los hogares se enfocan a la compra en tiendas del barrio. El 80% de todas las ventas de consumo masivo se hacen a través de estos negocios y uno de los factores importantes de crecimiento económico de estos emprendimientos se estima que existen 150.000 mil tiendas que generan empleo a 300.000 personas ya que cada negocio contrata al menos a 2 personas. Según entrevistas a dueños de locales en el sector sur de Quito, los dueños manifiestan que sus ingresos son aproximadamente de ganancia líquida de \$ 1.500 ud mensuales. (Tiendas del barrio en Quito). Recuperado en:

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/300-mil-personas-laboran-en-las-tiendas-de-barrio>

El crecimiento de las tiendas ha crecido en 1.6 %, ha provocado que muchas personas tienen planificado en montar un negocio de tienda del barrio, como recomendación en este estudio se puede asesorar con los siguientes indicadores que deben tomar en cuenta para empezar un nuevo emprendimiento.

- La ubicación es fundamental ubicar el lugar estratégico adecuado, en donde exista alto tráfico de vehículos, personas y que no existan competidores directos.
- La selección adecuada de productos en donde él pueda saber que necesidades de compra tienen los clientes.
- Las relaciones comerciales son muy importantes como deben manejar el trato con los proveedores, distribuidores y los clientes potenciales nuevos.
- La administración correcta de las finanzas permitirá que existan muchas ganancias líquidas.
- El mantenimiento es un valor clave vital, al tener una variedad de productos y servicios con su respectiva limpieza.



- La diferenciación es un valor clave, así existan otros competidores y siempre hay que estar preparados en ofertar los productos y servicios.
- Las cuentas son muy importantes que los propietarios deben conocer que es lo que más se consume y como satisfacer a los clientes.
- Las relaciones comerciales son un arte de convivencia para que el ambiente sea de mucha cordialidad con los clientes.
- Los proveedores deben ser siempre sus aliados y se deben elegir siempre los mejores que puedan facilitar el crédito.
- Los productos nuevos hay que estar siempre innovando, ya que esto llama la atención de los clientes comiencen a solicitarlos.
- El salario debería ser similar al mercado en donde el dueño o el trabajador puedan ganar en forma igualitaria.
- Los empleados que deben tener la tienda son de mucha confianza y estén siempre motivados en todos sus beneficios a recibir.
- Los horarios son muy importantes similares como una empresa en donde el cliente tenga claro a qué hora puede acudir a comprar sus productos.
- En los referentes al estilo siempre deben tener una variedad de productos y servicios en busca de solucionar las necesidades del cliente.
- Las deudas hay que evitar en tener problemas cuando se empieza a dar crédito a sus clientes.

(Estrategias de las tiendas de barrio). Recuperado en:

<https://www.revistalideres.ec/lideres/tiendasdebarrio-estrategias-innovacion-negocios.html>

Conforme pasa el tiempo se está buscando una creación continua de servicio a domicilio o mediante una plataforma digital al teléfono en donde el cliente hace los pedidos en su celular y se le va entregar y tenga la opción de pagar con su tarjeta de débito o crédito. (Estrategias de las tiendas de barrio). Recuperado en:

<https://www.revistalideres.ec/lideres/tiendasdebarrio-estrategias-innovacion-negocios.html>

Sobre la base de una Gestión financiera de la tienda de barrio, es importante que el dueño del negocio, sepa Planificar porque:

- Debe esperar beneficios en el corto o inmediato plazo, esto por la forma y constitución de la actividad
- En el futuro espera una mejor situación económica y familiar
- Emitir hacia su entorno externo, una imagen de solvencia y solidez hacia el consumidor, como es el caso del aspecto financiero
- Determinar, cuánto dinero entre y sale de la tienda.

La implementación de las iniciativas descritas, van a permitir:

- Una forma sencilla de administrar el efectivo
- Implementar (si fuera del caso), un presupuesto de ventas y compras
- Establecer un control de un flujo de caja simple, y administrar adecuadamente el dinero de la tienda.

Este proceso de Gestión empresarial integral, debería comparárselo como un viaje, mismo que parte con la formulación de las siguientes preguntas:

1. ¿Dónde estoy ahora?
2. ¿Dónde quiero ir?
3. ¿Qué voy a hacer ahí?
4. ¿Cómo asegurarme de llegar a mi destino?
5. ¿Cuánto me va a costar estar ahí?

## LA GESTIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DEL EFECTIVO

Tiene que ver con la forma como se pueden registrar los Ingresos y los Egresos en la tienda, la manera de hacerlo es determinando las operaciones comerciales, empezando por clasificar: las ventas diarias, semanales, mensuales. Y así mismo

identificar las adquisiciones o compras diarias, semanales, mensuales, para finalmente establecer los beneficios generados.

Un aspecto importante, el tendero o dueño de la tienda sepa diferenciar, los dineros destinados al negocio y otro a las actividades de reproducción social.

Sobre la base de esos registros, se podrán realizar los cálculos respectivos con el fin de planificar el efectivo y tomar las decisiones sobre el estado de liquidez de la tienda, como también las disponibilidades de dinero para realizar las compras para el expendio o venta. Finalmente la denominación de tendero o dueño de la tienda, debe transformarse por el de “administrador”.

Una vez definido la estructura para los Ingresos, se deben dividir los siguientes rubros o cuentas:

- Designar el 50% para compras y aprovisionamiento del negocio
- Separar y cuantificar la asignación del 5% para el fondo de manejo de efectivo para cambio o vuelto, generalmente en billetes de baja denominación, pues la moneda fraccionaria es importante almacenarla.
- Separar un 10% como fondo para imprevistos y otras obligaciones para el funcionamiento del negocio
- Designar un 35% para el ahorro de la familia (Ingreso Neto)

Tabla N° 1: Formato para registro de ventas diarias

FECHA	VENTA DIARIA BRUTA	ASIGNACIÓN			
		50%	5%	10%	35%

El presente formato, se deberá consolidar a nivel semanal, si se desea conocer la evolución del Ingreso por semana y mensual, si fuese del caso podría realizar una proyección anual.

En el caso de las compras, el “administrador” deberá contabilizar en un registro las adquisiciones o compras, que parten del 50% asignado para el aprovisionamiento del local., este formato deberá contar con las siguientes apreciaciones:

- El 25% de las compras deberán realizarse a crédito, prorrateando el pago a corto plazo
- El 75% restante deberá realizar al contado, de esa manera la rotación del efectivo es más retornable.

Tabla N° 2 Formato para registro de compras diarias

FECHA	VALOR DE LAS COMPRAS	COMPRAS A CREDITO 25%	COMPRAS A CONTADO 75%

El formato anterior puede aplicarse dependiendo de las necesidades del “administrador”, de forma diaria, semanal y mensual. Con la finalidad de generar más pertinencia se pueden hacer cortes de forma quincenal, de tal manera que se puedan realizar más controles y realizar arqueos del efectivo.

El siguiente formato consolida o resume los valores globales o finales contabilizados al final del día, de la semana o del mes de las ventas y las compras, así como de la asignación para poder obtener el beneficio.

Tabla N° 3 Formato para registro de beneficio

VENTAS	COMPRAS	ASIGNACIÓN	BENEFICIO

La asignación es el componente de capitalización, es decir en él se crea realmente un fondo común para eventos circunstanciales, y se encuentra calculando la diferencia: Ventas – Compras – Beneficio.

No se debe olvidar que el presupuesto del negocio depende de la generación del flujo de efectivo o de caja, ello podrá mantener la liquidez de la tienda.

Lo anterior se puede resumir en los siguientes ejemplos, que sirven de referencia para tres tipos de casos:

1. Cuando se experimentan casos de ventas diarias de 30 dólares diarios
2. Cuando se experimentan casos de ventas de hasta 15 dólares diarios
3. Cuando se experimentan casos de ventas de hasta menos de 70 dólares diarios.





destinar recursos monetarios para la adquisición de menaje familiar y los gastos de familia.

En cuanto a las adquisiciones se han establecido las siguientes características, sin embargo se puede establecer que dependiendo del criterio del “administrador”, estas asignaciones en el cuadro de compras puede diferir entre el 15% para crédito y el 85% para cancelar al contado, ello dependerá de la capacidad de administrar la liquidez del negocio.

El impacto de la propuesta radica, en la forma de cómo se pueda dar el seguimiento y/o monitoreo de la aplicación de las sugerencias en el presente trabajo, la gestión financiera que puede ser de mediano y largo plazo, pretende aportar al “administrador” de la tienda de barrio información. Se busca redireccionar los recursos financieros y monetarios de estos negocios. La formulación de los formatos relacionados a las ventas, a las compras como a la obtención de los beneficios, pretende dar un nuevo enfoque en las tiendas de barrio sobre lo que es la administración eficiente, a fin de que pueda elaborar presupuestos simples de ventas y compras, así como también realizar pronósticos elementales en el tiempo.

#### **4.- CONCLUSIONES**

1. Se llegó a comprender que las tiendas de barrio o de víveres siguen constituyendo el eslabón importante entre la producción y el consumo de bienes como de servicios, a pesar de ser competitivas e ineficientes en cuanto se refiere al manejo o administración de la liquidez.
2. En la zona de estudio, la ausencia de modernización en procesos de carácter financiero de las tiendas de barrio, han generado incorrectas formas de tomar decisiones, sobre todo cuanto a la administración del efectivo, pues esto ha llevado a empobrecer más a sus propietarios.



3. La ausencia de capacitación es un factor incidente en la administración financiera, pues ello no permite un proceso de instrucción sobre educación financiera en las tiendas de barrio.
4. La forma de administrar el efectivo en la tienda de barrio o de víveres, genera distorsiones en el destino del flujo de caja, confundiendo totalmente el uso de los recursos para la capitalización del negocio y también cumplir con el ciclo de reproducción social familiar.
5. La ausencia de documentos ordenados como recibos, facturas, pedidos, etc. ha generado información que distorsiona la toma de decisiones y confunde las estrategias de negociación entre proveedores y los clientes pues la rotación de cartera vencida no es real.

## Referencias Bibliográficas

- AGENCIA INTERAMERICANA DE DESARROLLO (2002), *Microempresas y tiendas de Barrio*, USAID.
- AÑASCO Víctor (2008). *Análisis situacional de las tiendas de barrio del sur-este de Quito: un estudio del ámbito de distribución de la empresa: PRONACA y Distribuidora ARGEL*, Tesis (Inédita) de Maestría, FLACSO
- <https://abarrotero.com/abarroterocom/el-origen-de-los-abarrotos/>
- <https://www.monografias.com/trabajos65/gestion-financiera/gestion-financiera.shtml>
- <https://www.revistalideres.ec/lideres/tiendasdebarrio-estrategias-innovacion-negocios.html>.

- <https://www.revistalideres.ec/lideres/tiendasdebarrio-estrategias-innovacion-negocios.html>
- <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/300-mil-personas-laboran-en-las-tiendas-de-barrio>
- <https://www.monografias.com/trabajos65/gestion-financiera/gestion-financiera.shtml>
- MIÑO Oswaldo (2016) *Gestión Integral, su incidencia en el desarrollo y competitividad de las tiendas de barrio, en el sector de la Mena Dos, al sur del D.M. de Quito*, Tesis (Inédita) de Maestría, Universidad Tecnológica Indoamérica.