



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA CPA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA CPA**

**TEMA: “METODOLOGÍA PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD  
DE LAS EMPRESAS DEL SEGMENTO C14 DEDICADAS A LA  
FABRICACIÓN DE SOMBREROS”**

**AUTORES: CABEZAS GALLEGOS, LUIS ALEXANDER  
ANDRADE REINOSO, KEVIN SANTIAGO**

**DIRECTOR: ECON. GARCÍA OSORIO, NELSON EUCLIDES  
SANGOLQUÍ**

**2019**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO  
CARRERA DE INGENIERÍA EN AUDITORÍA Y FINANZAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el trabajo de titulación, ***“METODOLOGÍA PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DEL SEGMENTO C14 DEDICADAS A LA FABRICACIÓN DE SOMBREROS”*** fue realizado por los señores **Cabezas Gallegos, Luis Alexander** y **Andrade Reinoso, Kevin Santiago** el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Firma:

**ECON. GARCÍA OSORIO, NELSON EUCLIDES**  
C.C.: 0501043988

**Sangolquí, febrero de 2019**



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO  
CARRERA DE INGENIERÍA EN AUDITORÍA Y FINANZAS**

**AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, *Cabezas Gallegos, Luis Alexander y Andrade Reinoso, Kevin Santiago*, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: *Metodología para incrementar la rentabilidad de las empresas del segmento C14 dedicadas a la fabricación de sombreros* es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas. Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

**Sangolquí, febrero de 2019**

Firma:

**Cabezas Gallegos, Luis Alexander**  
C.C.: 1724020258

Firma:

**Andrade Reinoso, Kevin Santiago**  
C.C.: 1724683139



# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO  
CARRERA DE INGENIERÍA EN AUDITORÍA Y FINANZAS**

## AUTORIZACIÓN

*Nosotros, Cabezas Gallegos, Luis Alexander y Andrade Reinoso, Kevin Santiago, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: Metodología para incrementar la rentabilidad de las empresas del segmento C14 dedicadas a la fabricación de sombreros en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad*

Sangolquí, febrero de 2019

Firma:

**Cabezas Gallegos, Luis Alexander**  
C.C.: 1724020258

Firma:

**Andrade Reinoso, Kevin Santiago**  
C.C.: 1724683139

## DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

Mi madre María quien con su amor, comprensión, cariño, paciencia, esfuerzo y apoyo me ha permitido llegar hasta donde estoy y cumplir un sueño más, el cual era una promesa que debía cumplir a toda mi familia.

Mi padre quien con su amor, comprensión, cariño, paciencia, esfuerzo y apoyo me ha permitido cumplir mi sueño y la promesa hacia ellos, lo cual a pesar de tantos problemas logro con pocas palabras decir lo que necesitaba.

Finalmente dedico esta tesis a todos mis amigos y amigas los cuales les agradezco por toda su ayuda y apoyo en momentos difíciles.

ANDRADE REINOSO KEVIN SANTIAGO

## **DEDICATORIA**

Esta tesis está dedicada a:

    Mi madre, quien me apoyo en cada momento de mi carrera dándome ánimos cada vez que el camino se tornaba más complicado.

    Mi padre, quien mediante el ejemplo de esfuerzo y dedicación me enseñó que no debo nunca rendirme hasta poder alcanzar un objetivo trazado.

**CABEZAS GALLEGOS LUIS ALEXANDER**

## AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios por ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

Gracias a mi madre y padre que gracias a ellos logre encontrar una motivación más para lograr cumplir un sueño, ellos con sus consejos y apoyo me ayudaron a estar en este momento.

También agradezco a mi compañero de tesis y amigo Alexander, ya que además de una persona trabajadora es un amigo incondicional.

Agradezco a todas las autoridades y docentes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por compartir sus conocimientos, y experiencias las cuales me permitieron crecer como profesional y persona con principios.

Además agradezco al Ing. Henry Pazmiño el cual me enseñó valores que cada persona debe tener además conocimiento referente a mi carrera, por lo cual considero más que como un profesor un gran amigo.

Finalmente, expreso mi más sincero agradecimiento al Eco. Nelson García principal colaborador en este proceso, quien mediante su colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

ANDRADE REINOSO KEVIN SANTIAGO

## **AGRADECIMIENTO**

Dicen que el corazón de las abuelas laten junto al corazón de sus nietos, y por eso quiero expresar mis más sinceros agradecimientos a mis abuelitas, quienes en cada momento de mi vida me dieron amor, animo, esperanza y fortaleza.

Quiero agradecer a mis padres, quienes siempre estuvieron a mi lado motivándome y que mediante su ejemplo me enseñaron la importancia del esfuerzo, de la dedicación y de la constancia.

Agradezco al Ing. Henry Pazmiño quien a más de haber sido mi docente, es un gran amigo, una gran persona y un mentor. De igual manera agradezco al Eco. Nelson García, mi director de tesis quien gracias a sus consejos y correcciones permitió la culminación de este trabajo.

También quiero agradecer a mi gran amigo y compañero de tesis Kevin, con quien me forme académicamente desde los inicios de la carrera y quien me apoyo en innumerables ocasiones.

Finalmente, expreso mis grandes agradecimientos a FÁBRICA DE SOMBREROS EL CÓNDROR CIA.LTDA quien colaboro directamente con el desarrollo de esta tesis, al brindarme información indispensable para la realización de los diferentes análisis.

**CABEZAS GALLEGOS LUIS ALEXANDER**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>CERTIFICACIÓN</b> .....	i
<b>AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD</b> .....	ii
<b>AUTORIZACIÓN</b> .....	iii
<b>DEDICATORIA</b> .....	iv
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	vi
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b> .....	viii
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	x
<b>RESUMEN</b> .....	xi
<b>ABSTRACT</b> .....	xii
<b>CAPÍTULO I</b> .....	1
<b>PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	1
1.1 Planteamiento del problema .....	1
1.2 Antecedentes .....	1
1.3 Justificación del Problema .....	2
1.4 Importancia del problema.....	3
1.5 Hipótesis de Investigación .....	4
1.6 Objetivos .....	4
1.6.1 Objetivo General .....	4
1.6.2 Objetivo Especifico .....	4
<b>CAPITULO II</b> .....	6
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	6
2.1 Teorías de soporte .....	6
2.1.1 Teoría de rentabilidad.....	6
2.1.2 Teoría de precios. ....	9
2.1.3 Teoría del Gobierno Corporativo. ....	10
2.1.4 Teoría de la calidad total .....	13
2.1.5 Teoría De Proveedores .....	17
2.1.6 Teoría de mercadeo. ....	18
2.1.7 Teoría De Procesos.....	19

2.1.8 Teoría De La Administración General .....	20
2.1.9 Teoría De Mercados .....	22
2.1.10 Teoría de planificación estratégica .....	23
2.3 Marco Referencial .....	25
2.4 Marco Conceptual .....	26
<b>CAPITULO III</b> .....	<b>28</b>
<b>METODOLOGÍA</b> .....	<b>28</b>
3.1 Metodología de investigación .....	28
3.2 Población y muestra .....	28
3.3 Tipología de investigación .....	32
<b>CAPITULO IV</b> .....	<b>34</b>
<b>DESARROLLO.</b> .....	<b>34</b>
4.1 Análisis horizontal y vertical.....	34
4.2 Resultados de análisis horizontal y vertical. ....	65
4.3 Aplicación de indicadores financieros. ....	103
4.4 Resultados de indicadores financieros. ....	107
4.5 Hallazgos. ....	109
<b>CAPÍTULO V</b> .....	<b>112</b>
<b>RESULTADOS.</b> .....	<b>112</b>
5.1 Sugerencias.....	112
5.2 Metodología para el incremento de la rentabilidad.....	121
5.3 Conclusiones. ....	126
5.4 Recomendaciones.....	128
5.5 Bibliografía.....	130

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Empresas del sector industrial C14 dedicadas a la fabricación de sombreros.....</i>	29
<b>Tabla 2</b> <i>Categorización de empresas .....</i>	30
<b>Tabla 3</b> <i>Muestra por categoría.....</i>	31
<b>Tabla 4</b> <i>Países productores de materia prima. ....</i>	32
<b>Tabla 5</b> <i>Tipología de la investigación .....</i>	33
<b>Tabla 6</b> <i>Análisis horizontal y vertical EEFF - Regal hats Importación Exportación y.....</i> <i>Distribución Cía. Ltda. ....</i>	34
<b>Tabla 7</b> <i>Análisis horizontal y vertical ER - Regal hats Importación Exportación Y Distribución</i> <i>Cía. Ltda. ....</i>	39
<b>Tabla 8</b> <i>Análisis horizontal y vertical EEFF - Yanapi S.A.....</i>	44
<b>Tabla 9</b> <i>Análisis horizontal y vertical ER - Yanapi S.A.....</i>	51
<b>Tabla 10</b> <i>Análisis horizontal y vertical EEFF - Fábrica de Sombreros el Cóndor S.A.....</i>	58
<b>Tabla 11</b> <i>Análisis horizontal y vertical ER - Fábrica de Sombreros el Cóndor S.A.....</i>	62
<b>Tabla 12</b> <i>Indicadores financieros.....</i>	103
<b>Tabla 13</b> <i>Relación ROE Y ROIC .....</i>	114
<b>Tabla 14</b> <i>Formas de liberar fondos (ejemplos).....</i>	115
<b>Tabla 15</b> <i>Componentes del riesgo total.....</i>	118
<b>Tabla 16</b> <i>Fases de la metodología.....</i>	122

## **RESUMEN**

La presente investigación propone una metodología al segmento C14 dedicado a la fabricación de sombreros del Ecuador enfocada a incrementar la rentabilidad, manteniendo la cultura de elaboración de sombreros dentro del Ecuador. Dicha investigación se realizará dentro del Ecuador al sector societario, a la rama de industrias manufactureras del segmento C14 dedicado a la fabricación de sombreros cuya cantidad de empresas formadas legalmente y reguladas son 17, las cuales están sujetas a la investigación. La importancia del presente estudio recae en la problemática que causa que las empresas del segmento C14 lleguen a una quiebra debido a varios factores los cuales estarán analizados en el presente estudio, para esto se tomó una muestra de 3 empresas que desarrolla sus actividades en diferentes escenarios (baja rentabilidad, mediana rentabilidad y alta rentabilidad); se buscará mediante la aplicación de la metodología que su rentabilidad crezca, logrando así mantenerse en el mercado y fomentar a la producción ecuatoriana al igual que el turismo que conlleva sus tradiciones. La metodología propuesta consta de cinco pasos que constituyen a un ciclo de mejora continua, es decir que cuando el ciclo termina, este vuelve a iniciar, tomando en cuenta las posibles correcciones que surgieron durante su ejecución.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **ANÁLISIS FINANCIERO**
- **ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO**
- **ESTADO DE RESULTADOS**
- **INDICADORES FINANCIEROS**

## **ABSTRACT**

The present investigation proposes a methodology to the segment C14 dedicated to the manufacture of hats of Ecuador focused on increasing profitability, maintaining the hat making culture within Ecuador. This investigation will be carried out within Ecuador to the corporate sector, to the branch of manufacturing industries of segment C14 dedicated to the manufacture of hats whose number of companies legally formed and regulated are 17, which are subject to research. The importance of this study lies in the problems that cause companies in segment C14 to go bankrupt due to several factors which will be analyzed in the present study, for this a sample of 3 companies was taken that develops its activities in different scenarios (low profitability, medium profitability and high profitability); it will be sought through the application of the methodology that its profitability grows, thus being able to stay in the market and promote Ecuadorian production as well as the tourism that entails its traditions. The proposed methodology consists of five steps that constitute a cycle of continuous improvement, that is to say that when the cycle ends, it starts again, taking into account the possible corrections that arose during its execution.

### **KEY WORDS:**

- **FINANCIAL ANALYSIS**
- **STATE OF FINANCIAL SITUATION**
- **STATEMENT OF INCOME**
- **FINANCIAL INDICATORS**

# CAPÍTULO I

## PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 Planteamiento del problema

El presente estudio se desarrolla en el Ecuador, en las empresas del sector C14 dedicadas a la fabricación de sombreros, manteniendo como objetivo principal identificar alternativas organizacionales, económicas y financieras que contribuyan con el crecimiento de este segmento económico.

La metodología de evaluación del crecimiento empresarial se ejecutará a través de una evaluación del crecimiento económico que estas empresas han mantenido en los últimos 6 años.

### 1.2 Antecedentes

La fabricación de sombreros es un oficio tradicional dentro del Ecuador. En la variedad de diseños existen dos tipos de sombreros que destacan sobre los demás, los de paja toquilla y los de fieltro.

Uno de los sombreros de mayor impacto y de mayor reconocimiento a nivel internacional es el de “paja toquilla”, (Burbano & Palacios, 2012) en su estudio hace mención la necesidad de rescatar el nombre de estos sombreros ya que al ser conocidos mundialmente como “panamá hat” no se distingue su elaboración dentro del Ecuador, por lo cual perjudica al turismo del país.

Este problema con el nombre del sombrero de paja toquilla se lo puede adjudicar a la falta de integración del segmento C14 dedicado a la elaboración de sombreros, el cual por su

falta de recursos económicos no desarrolla una publicidad de mayor impacto, este es un segmento que tiene mucho potencial pero no es explotado, ni apoyado por el estado ecuatoriano.

(Almendariz Aguirre, 2015) En su trabajo de titulación analiza la posibilidad de tener una exportación de sombreros de paja toquilla con una utilidad del 40%, en el cual destaca la capacidad de segmentación del mercado europeo.

El sombrero de fieltro o mejor conocido como lana de oveja a diferencia del sombrero de paja toquilla es comercializado nacionalmente, siendo esta una de las principales debilidades que tienen las empresas productoras al tener un mercado limitado, (Braulio Eldredge, 2018) explica en su trabajo de grado que las principales limitantes que poseen las empresas sombreroeras ecuatorianas tienen que ver con la falta de utilización de procesos productivos y administrativos tecnificados.

### **1.3 Justificación del Problema**

Los sombreros tienen una función específica la cual es cubrir la cabeza tanto del sol como puede ser del frío, pero en la historia se lo ha visto al uso de sombreros como un estatus social, marcando una diferencia en el vestir, estableciendo su importancia como un accesorio de alto prestigio.

Debido a la tradición que las empresas sombreroeras ecuatorianas poseen, sus métodos de fabricación de sombreros no han sido desarrollados completamente, es decir sus métodos productivos no se han modernizado, lo que origina baja competitividad.

El Ecuador tiene una cultura de uso de sombreros confeccionados, lo cual resulta atractivo para extranjeros y nacionales, tanto en momentos festivos como en días ordinarios siendo una fuente de atracción del turismo.

Por lo tanto, se busca ayudar a este segmento de pequeñas y medianas empresas (MYPIMES), las cuales en su mayoría son emprendimientos familiares de productores artesanales, mediante la implementación de una metodología que logre que ese sector mejore su rentabilidad y que contribuya con la generación de empleo y mayor atracción turística.

#### **1.4 Importancia del problema.**

Dentro del Ecuador las MIPYME ocupan un papel empresarial imprescindible, pues como afirma (Araque, 2012) “de cada 100 establecimientos 99 se encuentran dentro de esta categoría y de cada 4 puestos de trabajo 3 son generados por este tipo de empresas”

Existen investigaciones anteriores, las cuales se basan en proyectos de expansión e incremento de productividad, dejando de lado los principales problemas que enfrentan este tipo de empresas, que tienen que ver con la decadencia de tecnificación en sus procesos administrativos y productivos que desencadenan en un déficit financiero.

Por lo tanto, el presente trabajo busca ayudar a las empresas del segmento C14 implementando una metodología que contribuya con el incremento de rentabilidad, dando la posibilidad de generar nuevos proyectos de expansión, investigación y desarrollo.

## 1.5 Hipótesis de Investigación

H<sub>0</sub>. Las industrias del segmento C14 dedicadas a la fabricación de sombreros tienen un potencial crecimiento financiero/administrativo, el cual les permitirá mantenerse en el mercado.

H<sub>1</sub>. Las industrias del segmento C14 dedicadas a la fabricación de sombreros no tienen un potencial crecimiento financiero/administrativo, el cual ocasionará su salida del mercado.

## 1.6 Objetivos

### 1.6.1 Objetivo General

Proponer una metodología que genere un incremento de rentabilidad determinado mediante la ejecución de un análisis financiero a las empresas del segmento C14 dedicadas a la fabricación de sombreros del Ecuador.

### 1.6.2 Objetivo Especifico

- ✚ Describir la situación actual de las empresas del segmento C14 dedicadas a la fabricación de sombreros del Ecuador.
- ✚ Reconocer los conceptos y teorías necesarios para establecer la base de estudio de la presente investigación
- ✚ Realizar un análisis de los estados de situación financiera presentados por las empresas del segmento C14 dedicadas a la fabricación de sombreros del Ecuador a través del portal de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.
- ✚ Identificar los factores que afectan al crecimiento financiero de las empresas del segmento C14 dedicadas a la fabricación de sombreros del Ecuador.

- ✚ Plantear una metodología enfocada a la rentabilidad que contribuya con el progreso de la situación económica de las empresas del segmento C14 dedicadas a la fabricación de sombreros del Ecuador.

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Teorías de soporte

##### 2.1.1 Teoría de rentabilidad

El autor Sánchez Ballesta (2002) afirma que la rentabilidad es un principio que se designa a toda acción económica en la que se desenvuelven varios medios, ya sean económicos, materiales y humanos con el propósito de generar resultados y estos podrán ser aplicados y medidos en dos niveles rentabilidad económica y financiera.

La gestión empresarial es medida por la rentabilidad económica, ya que esta mide el comportamiento de los activos, independientemente de su financiación, lo que precisa si una empresa es rentable o no en términos económicos. Ya que no toma en cuenta la forma en que han sido financiados los activos, permite determinar dentro de una institución o empresa si el problema de baja rentabilidad está generada por el desarrollo de sus operaciones económicas o por una política de financiación deficiente.

Por otra parte, la rentabilidad financiera resulta del beneficio económico dado por los capitales propios, pudiendo ser considerada como una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica.

Además, podemos notar que para analizar la rentabilidad que tiene una empresa del sector industrial de sombreros, tenemos que saber los puntos los cuales se incluyen dentro de un análisis para la mejora de la rentabilidad.

La primera variante es la toma de decisiones, para lo cual es importante la información con la cual contamos, aunque es cierto que la mejor fuente de información de una toma de

decisiones son los estados de situación financiera, por lo tanto, se debe identificar la situación de una empresa.

Un parámetro de comparación de resultados puede ser los mencionados por (Nakasone, 2001)

- ✚ El histórico de la empresa, comparar con resultados pasados.
- ✚ Comparando con un competidor del mismo sector de la industria, o similar (benchmarkin)
- ✚ Promedio de la empresa o del sector
- ✚ Información presentada por las empresas a las bolsas de valores.

Posteriormente se podrá realizar una toma de decisiones en base a lo que expone (Gitman & Zutter, 2012) “Los contadores dedican una gran parte de su atención a la presentación de datos de carácter financiero. Los gerentes financieros evalúan los estados de situación financiera, se originan datos adicionales y se toman decisiones según los riesgos relacionados y la evaluación de sus rendimientos. Desde luego, esto no significa que los contadores nunca tomen decisiones ni que los gerentes financieros jamás recolecten datos. Más bien quiere decir que los enfoques primordiales de la contabilidad y las finanzas son diferentes.”

Por lo tanto es algo fundamental para la mejora de la rentabilidad que tanto el administrador o gerente financiero trabaje en conjunto con el contador, para así tomar las mejores decisiones para la empresa, algunas decisiones financieras pueden ser las mencionadas por (Fred, 2003):

- ✚ Reunir capital por medio de créditos a corto plazo, a largo plazo, acciones preferentes o acciones comunes.
- ✚ Arrendar o comprar activos fijos.
- ✚ Determinar una razón adecuada para el pago de dividendos.
- ✚ Prolongar el plazo de las cuentas por cobrar.
- ✚ Dentro de un periodo establecido otorgar un porcentaje de descuento para las cuentas pagadas.

Al darnos cuenta que tenemos la información necesaria para por medios de parámetros de comparación tomar una decisión para la mejora de la rentabilidad tenemos que saber con qué instrumentos nos podemos ayudar para la medición de dicha información y obtener resultados para interpretarlos ayudándonos con los índices de rentabilidad financiera los cuales menciona (Gitman & Zutter, 2012)

- ✚ Margen de utilidad bruta. - Mide en porcentaje, la ganancia que queda después de pagar su costo del bien, por cada dólar de ventas.
- ✚ Margen de utilidad operativa. - Mide en porcentaje, la ganancia que queda después de deducir costos y gastos excluyendo los intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes.
- ✚ Margen de utilidad neta. - Mide en porcentaje, la ganancia que queda después de deducir gastos y costos conjuntamente con los impuestos, intereses y dividendos de acciones preferentes.
- ✚ Ganancia por acción. - Representa el dinero obtenido por cada acción.

- ✚ Rendimiento sobre los activos totales. - Mide en porcentaje el rendimiento obtenido por los activos de la empresa.
- ✚ Rendimiento sobre el patrimonio. - Mide en porcentaje el rendimiento obtenido por la inversión de los accionistas.

De igual forma para medir la rentabilidad por el lado económico se puede regir por el indicador básico como nos menciona (De la Hoz Suárez, Ferrer, & De la Hoz Suárez, 2008) ya que para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues se busca medir el manejo de los recursos limitados y así determinar si dicha empresa es rentable o no, obteniéndolo de los beneficios de gastos financieros e impuestos sobre la inversión neta.

### **2.1.2 Teoría de precios.**

Todas las organizaciones tanto sin fines como con fines de lucro, ponen precio a sus productos o servicios. “Alrededor de la historia los precios han sido fijados por negociación entre los compradores y los vendedores, esta es una idea relativamente moderna que se generó con el desarrollo de las ventas al detalle a gran escala” (Medina, 2010)

Un factor determinante al momento de analizar la rentabilidad es el precio el cual se debe colocar a dichos productos, ya que existen varias interrogantes que se puede plantear un comerciante como, por ejemplo.

- ✚ ¿Tengo un precio competitivo?
- ✚ ¿Mi precio no es muy elevado?
- ✚ ¿Mi precio no es muy bajo?

Entre otras interrogantes, como nos habla (Friedman, 1990), existe una teoría cuantitativa del precio:

$$M.V = P.T$$

“Donde la teoría nos dice que el nivel general de precios (P) fluctúa en concordancia con la cantidad de dinero (M), la economía está en pleno empleo (el volumen de transacciones T sea constante) y la velocidad de circulación del dinero (V) es también constante” la cual a su vez es mencionada por (Argandoña, 1990).

“Es importante destacar que la fijación de precios está dada según varios aspectos que encontramos en el mercado, entre estos destaca: utilidad, participación en el mercado, competencia, segmentación de mercado, costo de producción y liderazgo de calidad del producto.” (Medina, 2010)

### **2.1.3 Teoría del Gobierno Corporativo.**

Es importante tomar en cuenta la consideración emitida por el foro de Estabilidad Financiera, el cual ha calificado a los Principios de Gobierno Corporativo de la Organización para la Cooperación y Desarrollo (OCDE, 2004) como una de las 12 normas fundamentales para garantizar unos sistemas financieros sanos.

- ✚ Garantizar la Base de un Marco Eficaz para el Gobierno Corporativo.
- ✚ Los Derechos de los Accionistas y Funciones Clave en el Ámbito de la Propiedad.
- ✚ Tratamiento Equitativo de los Accionistas.
- ✚ El Papel de las Partes Interesadas en el Gobierno Corporativo.

- ✚ Revelación de Datos y Transparencia.

- ✚ Las Responsabilidades del Consejo.

Los principios están establecidos como lineamientos los cuales una empresa debería tratar de mantener para así lograr un gobierno corporativo eficaz como lo menciona (López Herrera & Rios Szalay, 2005)

- ✚ Garantizar la Base de un Marco Eficaz para el Gobierno Corporativo.

“El marco para el gobierno corporativo deberá promover la transparencia y eficacia de los mercados, ser coherente con el régimen legal y articular de forma clara el reparto de responsabilidades entre las distintas autoridades supervisoras, reguladoras y ejecutoras.”

El gobierno corporativo debe desarrollarse teniendo en cuenta su afectación a la economía global al igual que el mercado en el cual se incursiona, de igual forma se debe establecer políticas que sean acordes al régimen legal del país para así cumplir con los requisitos que soliciten las entidades reguladoras del país.

- ✚ Los derechos de los accionistas y funciones clave en el ámbito de la propiedad.

“El marco para el gobierno corporativo deberá amparar y facilitar el ejercicio de los derechos de los accionistas”

Una parte fundamental de la empresa son los accionistas por tal razón se debe respetar sus derechos los cuales pueden estar en ceder sus acciones, además de tener voto en la toma de decisiones las cuales pueden afectar a la empresa en su totalidad, teniendo la opción de consulta al consejo y entre los propios accionistas.

✚ Tratamiento equitativo de los accionistas.

“El marco para el gobierno corporativo deberá garantizar un trato equitativo a todos los accionistas, incluidos los minoritarios y los extranjeros. Todos los accionistas deben tener la oportunidad de realizar un recurso efectivo en caso de violación de sus derechos.”

Los accionistas tienen voz y voto en cantidad proporcional a sus acciones, siempre y cuando estén dentro de una misma categoría deben ser tratados de igual forma, también se identifica accionistas considerados como minoritarios, los cuales deben sus derechos buscando eliminar el trato con actos abusivos hacia ellos y un punto importante es que debe prohibirse el uso de información privilegiada.

✚ El papel de las partes interesadas en el Gobierno Corporativo.

“El marco para el gobierno corporativo deberá reconocer los derechos de las partes interesadas establecidos por ley o a través de acuerdos mutuos, fomentando la cooperación activa entre sociedades y las partes interesadas con vistas a la creación de riqueza y empleo, facilitando la sostenibilidad de empresas sanas desde el punto de vista financiero.”

Se deben respetar los derechos de las partes interesadas que están establecidas en leyes o estatutos internos o externos, fomentando la participación de los grupos de interés y puedan manifestar sus preocupaciones o denuncias por actos ilícitos.

✚ Revelación y transparencia de la información corporativa relevante.

“El marco para el gobierno corporativo deberá garantizar la revelación oportuna y precisa de todas las cuestiones materiales relativas a la sociedad, incluida la situación financiera, los resultados, la titularidad y el gobierno de la empresa.”

La información a revelar debe ser toda la cual afecte a la empresa, entre las principales están: Los estados financieros, los objetivos planteados, políticas internas, riesgos y asuntos relativos hacia las partes interesadas

✚ Las responsabilidades del consejo.

“El marco para el gobierno corporativo deberá garantizar la orientación estratégica de la empresa, el control efectivo de la dirección ejecutiva por parte del Consejo y la responsabilidad de éste frente a la empresa y los accionistas.”

Los miembros del consejo deben actuar de buena fe, tanto al momento de realizar sus actividades como al presentar su información, teniendo una ética muy elevada, además de otros valores como transparencia, formalidad, control, entre otros.

#### **2.1.4 Teoría de la calidad total**

Cuando hablamos de calidad total, es indispensable tener presente la definición dada por la (ISO 9000, 2015) de la calidad, en donde la figura como un “conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer una necesidades explícitas”

También es importante tener una noción de lo que cada uno de los padres de la calidad afirmaba sobre esta y cuáles fueron sus aportes.

El Dr. William Edwards Deming presenta el denominado ciclo de Deming o círculo PHCA planificar, hacer, verificar y actuar como estrategia de mejora continua, misma que se basa en los cuatro puntos antes mencionados.

La implementación del denominado espiral de mejora continua da como resultados a las empresas una mejora integral en la competitividad de los productos y servicios, mejorando continuamente la calidad, reduciendo costos, optimizando productividad, reduciendo precios, incrementando la participación del mercado y aumentando la rentabilidad de la empresa u organización, mencionado así en (García P., Quishpe A., & Ráez G., 2003).

Deming también estableció un modelo de gerencia de calidad, fundamentado en 14 principios gerenciales para el mejoramiento de la productividad y la calidad y en el uso de las herramientas estadísticas de control de procesos mencionado por (Villaverde Martínez, 2012). Estos 14 principios son los que se nombran a continuación:

1. Crear consistencia y continuidad de propósito para mejorar.
2. Adoptar una nueva filosofía de rechazo al desperdicio.
3. Eliminar la dependencia de la inspección masiva.
4. Seleccionar proveedores en base a evidencias estadísticas.
5. Buscar problemas en el sistema para mejorarlo continuamente.
6. Adiestrar en el trabajo incluyendo el manejo de las herramientas estadísticas.
7. Instituir liderazgo, ayudando al personal a trabajar mejor.
8. Disipar temores y promover la comunicación de doble vía.
9. Eliminar las barreras interdepartamentales.
10. Eliminar los lemas y exhortaciones para la fuerza laboral.
11. Eliminar los estándares de trabajo que prescriban cuotas numéricas.
12. Eliminar barreras a la autoestima del trabajador.

13. Instituir programas de educación y auto mejora.

14. Asegurar la práctica de los 13 principios anteriores.

Otra persona importante para la definición de calidad es el Dr. Joseph Juran mencionado por (Duran, 1992) en el cual el Dr. Juran define a la calidad como la aptitud para el uso a nivel de empresas y conformidad con los requerimientos a nivel individual o de departamento, siendo la calidad medida por el usuario. Para lograr un índice elevado de calidad, Juran expone la trilogía de la calidad, la cual consiste en: Planificar, Controlar y Mejorar.

Juran propone la creación de un sistema de contabilidad que mida los costos de los desperdicios y de los productos defectuosos, denominados por él como Costos de Baja Calidad. Una de las contribuciones más importantes de Juran es la Secuencia Universal de Mejoramiento, según la cual toda mejora o descubrimiento sigue la siguiente secuencia que menciona en su libro (Juran, 1989):

-  Prueba de la necesidad.
-  Identificación de proyectos.
-  Organización para la mejora.
-  Diagnóstico de causas.
-  Búsqueda de soluciones.
-  Implantación de soluciones.
-  Control al nuevo nivel.

El autor (Miranda Gonzales, Chamorro Mera, & Rubio Lacoba, 2007) menciona a otro padre de la calidad; el Dr. Crosby, el cual establece que una actitud hacia el cambio esta marcada por los lemas cero defectos, conforme a los requerimientos y la calidad siempre es gratis; presentando así un modelo basado en cuatro aspectos de la calidad: definición de lo que es calidad, un sistema para prevenir la calidad, como medirlo y el estándar a cumplir de la calidad.

Después de analizar la calidad desde el punto de vista de cada uno de sus padres podemos establecer que la calidad total es un concepto administrativo que busca sistemáticamente y con la participación de los miembros de una empresa elevar la calidad de los procesos, productos y servicios, con el propósito de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

La calidad total es el punto de inicio para involucrar a toda la empresa en un proceso de cambio, donde el aspecto técnico de calidad se asocia a la satisfacción total del cliente y la participación plena del personal. La calidad engloba una serie de objetivos y de medidas que contribuyen a mejorar las relaciones entre la empresa y sus clientes a la vez que incrementan la motivación de los colaboradores de todos los niveles.

La meta primordial de la calidad total es la capacidad de responder sistemáticamente a la demanda de los clientes. No se trata tanto de ser perfectos, sino de proporcionar a la clientela respuestas a sus necesidades y tratando de lograr el "error cero" que garantiza la satisfacción del cliente e incrementa la productividad de los colaboradores.

La calidad total tiene tres elementos principales en su aplicación:

1. Asegura la satisfacción de necesidades del cliente.
2. Producir más y mejor con menos costo para dar un servicio a un precio competitivo.
3. Todas las personas que laboran en la empresa son responsables de la calidad y de su control.

### 2.1.5 Teoría De Proveedores

Para elaborar un producto de calidad, el cual sea llamativo para el cliente y a un buen precio, se debe establecer unos buenos proveedores, pero existe el problema al momento de establecerlos debido a la gran cantidad que existe.

De igual forma las empresas al momento de establecer sus principales proveedores lo realizan de forma empírica, ya que se los escoge o establece por recomendación, o por la costumbre popular.

Para establecer los proveedores se debe implementar una metodología, como lo menciona (Chiesa, 2004):

- ✚ **Búsqueda en el mercado.** - Se buscan posibles proveedores y se sugiere consultar la información en revistas, internet o profesionales de otras empresas.
- ✚ **Primer contacto con los proveedores.** - El objetivo es recopilar la mayor cantidad de información de cada uno de los proveedores.
- ✚ **Entrevistar posibles candidatos y recopilar información.** - En base a la información recolectada se organiza y prepara un reporte en cada ERP para así entrevistar a los posibles candidatos.

- ✚ **Armado de listas de criterios a tener en cuenta.** - El objetivo es desarrollar una calificación ponderada de acuerdo a las necesidades que tiene la empresa.
- ✚ **Evaluar los candidatos.** - Se debe realizar nuevas entrevistas con todas las propuestas solicitadas y así complementar la calificación anterior realizando una ponderación total.
- ✚ **Documentación de la acción y armado del plan de trabajo.** - En este punto se documenta la selección de proveedores y se realiza una presentación formal de los mismos, justificados en base a la ponderación anterior.

#### **2.1.6 Teoría de mercadeo.**

(Stanton, 1978), asegura que el mercadeo es un sistema total de actividades mercantiles encaminadas a planear, fijar precios, promoción, distribución de productos y servicios, para satisfacer las necesidades de los consumidores actuales, potenciales y lograr los objetivos de la organización.

(Ramírez, 1999), afirma que el mercadeo es la ejecución de las actividades en los negocios que se originan en la investigación de las necesidades y deseos de los clientes seleccionados. Es obligación de la compañía satisfacerlos, hasta lograr utilidades necesarias o la rentabilidad social para su desarrollo.

El mercadeo tiene fundamentos direccionados hacia la conquista de mercados, mediante la publicidad, promociones de ventas y ventas personales. Con los análisis y estudios de los mercados se enfoca las necesidades y la demanda de los consumidores.

### 2.1.7 Teoría De Procesos

Según (Zamora, 2017) “la gestión por procesos es una propuesta administrativa vinculada con la historia de la administración en su constante búsqueda de la forma más eficaz y eficiente de alcanzar los objetivos de una organización”.

El termino proceso, que significa avance y progreso, en esencia es: “cualquier actividad o grupo de actividades que toma una o más entradas, las transforma y proporciona una o más salidas para sus clientes”. Cada vez más se plantea el trabajo por procesos, que es una valiosa oportunidad para remover la cultura y la estructura clásica de los centros sanitarios.

Un proceso contiene cinco elementos: entradas, estructura, producto, sistema de medidas – control y limites – conexiones. Según las (ISO 9000, 2015) se establece que la clasificación de procesos está determinada por:

- ✚ **Gestión.** - Son procesos estratégicos de la organización, establecen la base para el funcionamiento de la organización proporcionando información al resto de los procesos para el mejoramiento.
- ✚ **Operativos.** - Transforma los recursos en el producto/servicio aportando valor, conforme a los requisitos del cliente, tanto interno como externo.
- ✚ **Apoyo.** - No repercuten directamente en la producción, pero son necesarios para un buen desarrollo. Eje: gestión de recursos humanos, contabilidad y control de gestión.

### 2.1.8 Teoría De La Administración General

Al momento de hablar sobre la administración de una empresa es inevitable mencionar al considerado como fundador de la escuela clásica de la administración Henry Fayol en el cual se menciona sus 14 principios de la administración.

Según (Fayol, 1987) los principios que intervienen en la administración general son:

- ✚ **División de trabajo.** - Se centra este principio en la especialización de la mano de obra de tal manera que los objetivos se lograrán cumplir con eficiencia.
- ✚ **Autoridad y responsabilidad.** - Este principio menciona el hecho de tener una guía por medio de órdenes para así llegar a cumplir las metas
- ✚ **Disciplina.** - Viene de la mano con el anterior principio ya que se centra en respetar las reglas u órdenes emitidas por la autoridad o la empresa.
- ✚ **Unidad de mando.** - Al momento de establecer guías u órdenes se debe establecer la persona encargada, siendo solo una persona.
- ✚ **Unidad de dirección.** - Del mismo modo la guía de la empresa debe ser implementada por una sola persona que será la encargada de establecer instrucciones.
- ✚ **Subordinación del interés individual al interés general.** - Menciona que en ningún caso los intereses de los empleados deben tener mayor importancia que los intereses de la organización.
- ✚ **Remuneración.** - Nos habla que un trabajador debe desempeñar su función con una motivación, la cual es una remuneración justa, cumpliendo su trabajo de la mejor manera.

- ✚ **Centralización.** - Como cualquier agrupación, las organizaciones deben ser dirigidas o coordinadas desde un sistema nervioso central.
- ✚ **Jerarquía.** - Se refiere a una cadena de autoridad la cual va desde los más altos rangos hasta los más bajos.
- ✚ **Orden.** - Los materiales y personas deben estar en el momento y lugar indicado de manera que la organización opere de la mejor manera.
- ✚ **Equidad.** - Nos menciona que la relación que existe entre la parte directiva como la operativa, debe ser con un respeto mutuo, generando una igualdad en derechos y obligaciones.
- ✚ **Estabilidad del personal.** - Es otro principio que menciona como motivación hacia los empleados, los cuales obtienen por un trabajo estable, sin que exista el temor de que existan despidos o cambios.
- ✚ **Iniciativa.** - En la organización debe existir una libertad para que los empleados puedan presentar sus ideas, de tal forma que la organización en conjunto mejore.
- ✚ **Espíritu de grupo.** - Este principio se basa en la cultura organizacional la cual debe ser la mejor de tal manera que la empresa busque el crecimiento en conjunto más no el beneficio individual.

Según (Ebert & Adam, 1991) existen varias escuelas de pensamientos respecto a la administración como se lo menciona a continuación:

- ✚ **Administración científica (Clásica).** - Con un enfoque de eficiencia económica y aspectos físicos del ambiente del trabajo, se demostraron beneficios por la especialización, principios y funciones de la administración

✚ **Del comportamiento.** - Con un enfoque de comportamiento en el ambiente de trabajo y respecto a las relaciones interpersonales, contribuyó con la conciencia social de los individuos e identificación de variables de comportamiento

✚ **Modelamiento.** - Con un enfoque de proceso de la información, identificación de límites, cuantificación y optimización, contribuyó con el diseño de lineamientos para toma de decisiones y enfoques.

Siendo (Fayol, 1987) considerado como el padre de la administración, también existen varios aportes, los cuales se van desarrollando, para así generar una teoría de la administración, la cual sigue evolucionando con el tiempo, ya que las situaciones cambian y se obtiene una estructura, mas no una fórmula a seguir.

### 2.1.9 Teoría De Mercados

Al momento de establecer los mercados, se determina tres principales: El mercado a primera vista, el mercado perfecto y el mercado imperfecto; dentro de los cuales las empresas dedicadas a la fabricación de sombreros del Ecuador, se encuentran en un mercado perfecto.

Según (Sampedro & Sequeiros, 2002) los mercados existentes son formados por:

✚ **Mercado a primera vista.** - Se encuentra establecido por la concentración entre la oferta y demanda, en los cuales no solo se intercambian mercancías, sino también donde se compran y venden acciones de sociedades como las bolsas de valores. Podemos integrar todas esas innumerables operaciones en mercados nacionales y mercados mundiales, con circuitos que pueden tener una mayor o menor complejidad.

✚ **Mercado perfecto.** - Es el mercado donde ningún participante puede influir de forma individual sobre los precios o cantidades, además que todos cuentan con información de la oferta y la demanda. En este mercado el comprador obtiene el mejor precio debido a la competencia existente, forzando a la oferta de un precio menor, por lo cual se puede notar, que en este mercado los empresarios deben orientar su producción a la demanda existente, para así no obtener productos que no sean posteriormente vendidos.

✚ **Mercado imperfecto.** - Se presenta como el mercado donde un demandante elige sin tener en cuenta la información del resto de ofertantes presentes, además de las complejidades del producto, generando una elección entre ofertantes más accesibles aceptando su afirmación tanto en precios como en calidad. Muchas de las características del mercado son influenciadas por eficaces técnicas publicitarias, así como por falta de información que puede existir.

### **2.1.10 Teoría de planificación estratégica.**

Para (Steiner, 2007), la estrategia se refiere a la acción que la alta dirección de una empresa realiza como contestación a la posible acción de un competidor; por otro lado (Ross, 1973), toma a la estrategia como un programa general de acción que lleva consigo compromisos de énfasis y recursos para ejecutar una misión básica.

Según (Koontz, 2001), la estrategia se basa en la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa, así como en la adopción de los cursos de acción y la asignación de los recursos necesarios para su cumplimiento.

Para (Garrido, 2006), la estrategia es un elemento en una estructura de cuatro partes en la que en primer lugar encontramos los fines a alcanzar, en segundo lugar encontramos los caminos en los que los recursos serán utilizados, en tercer lugar están las formas en que los recursos que han sido empleados han sido realmente usados y en cuarto lugar están los recursos como tales, los medios a nuestra disposición. Una correcta estrategia dependerá de los siguientes factores:

- ✚ Lo acertado de nuestro análisis de recursos, capacidades, fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades,
- ✚ La evaluación que hayamos podido hacer de nuestros competidores.
- ✚ La evolución del entorno y su consonancia con nuestras previsiones, planes y cálculos,
- ✚ Las acciones de la competencia.

(Castañeda, 2009), plantea a la estrategia como un plan que permite obtener una ventaja importante de una empresa sobre otra. En este tenor (Porter, 2008), considera que las estrategias permiten a las organizaciones obtener ventajas competitivas por tres vías: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque.

La estrategia competitiva debe ser fruto de una perfecta competencia de la estructura del sector y sus cambios, tanto en el ámbito nacional como internacional y añade que para competir se debe cuidar el manejo de cinco fuerzas a saber:

- ✚ La amenaza de nuevos competidores,
- ✚ La amenaza de productos o servicios sustitutos,
- ✚ El poder de negociación con los proveedores,
- ✚ El poder de negociación con la competencia,

✚ La rivalidad entre las empresas.

La implementación de las estrategias permitirá el desarrollo de ventajas competitivas entre otros beneficios para las empresas. La formulación de estrategias tiene una orientación a largo plazo y sirve de base para todos los elementos que integran la planeación estratégica.

### **2.3 Marco Referencial**

La utilización de sombreros en la historia es un punto importante de moda, elegancia y clase social, muchas veces dejando de lado su función principal la cual es cubrir del sol o lluvia a las personas.

(Lenzi, 2015) Afirma que una muestra clara es la región de Florencia Italia en la cual el sector de fabricación de sombreros de paja trenzada no solo tuvo un impacto en la moda, sino también una relevante influencia en su economía generando hasta la actualidad que el sector de prendas de vestir y moda sea uno de los principales ingresos de la región.

A pesar de la acogida que los sombreros tienen durante la historia, las empresas constantemente se ven en la necesidad de innovar sus productos, reducir sus costos e incrementar ventas, con el objetivo de mejorar la rentabilidad del sector.

(Moncayo & Astudillo, 2011) en su investigación de grado afirma que las MIPYMES se enfrentan a diversas adversidades que les dificulta sobrevivir en el mercado, esto puede imposibilitar su crecimiento dentro de un mercado cambiante, dejándo atrás el no haber previsto las amenazas ni aprovechado las oportunidades que se presentan.

La sombrerería es un arte que forma parte de la tradición del Ecuador, otorgándole riqueza histórica a este. Durante las últimas generaciones este arte se ha ido perdiendo,

pudiendo notar como la vestimenta diaria de cada persona carece del acompañamiento de un sombrero, delegándolo solo a su utilización en situaciones especiales, razón por la cual las industrias dedicadas a esto han visto cómo sus ventas se han disminuido considerablemente.

(Gutierrez Cedeño, 2017) Nos hace mención que “en el país debería existir una ley que regule a los intermediarios del sector donde se fabriquen los sombreros y que se estipulen precios a pagar por cada sombrero, ya que, mediante esta fijación de precios, se regulará al mercado y a su vez motivará a las generaciones más jóvenes a mantener la tradición”.

## **2.4 Marco Conceptual**

**Eficiencia productiva:** Criterio para juzgar la calidad de la producción basada en cumplimiento de los plazos que marca la dirección. (Mejia, 2006)

**Comercio:** El intercambio de bienes y servicios, ya sea realizado directamente, bajo la forma de trueque, o indirectamente, por medio del dinero. (Sabino, 1991)

**Riesgo financiero:** Probabilidad de que los movimientos de las variables financieras generen rendimientos distintos a los esperados. (Quishpe, Berggrun, & Quishpe, 2012)

**Economía de escala:** Existen economías de escala en la producción de un bien cuando el coste medio del mismo disminuye, en el largo plazo, al aumentar la escala en que se lo produce. (Sabino, 1991)

**Costo:** Son los valores generados en un período de tiempo perfectamente identificados con el producto que se elabora. (Vallejos, 2017)

**Rentabilidad empresarial:** Es aquella que expresa la efectividad organizacional o el desempeño organizacional, es decir que la rentabilidad obtenida sea suficiente para recuperar las inversiones realizadas, así como los costos y gastos incurridos, obteniendo un beneficio adicional. (Chacon, 2007)

**Finanzas:** En un sentido más práctico las finanzas se refieren a la obtención y gestión, por parte de una compañía o del Estado, de los fondos que necesita para sus operaciones y de los criterios con que dispone de sus activos. (Sabino, 1991)

## CAPITULO III

### METODOLOGÍA

#### 3.1 Metodología de investigación

Dentro de este análisis de rentabilidad financiera, se utilizará una metodología dinámica junto con la recopilación de información primaria y secundaria; partiendo del análisis situacional común de las empresas, se establecerá una metodología adecuada para el incremento de la rentabilidad por parte de las empresas del segmento C14 dedicadas a la fabricación de sombreros del Ecuador.

Se tomará en cuenta a todo el segmento aclarando que empresas informales dedicadas a la elaboración de sombreros no se las puede determinar; en su totalidad por su falta de regulación y control.

La información será recopilada de fuentes oficiales del sector económico al igual que del país, además de entidades como la Superintendencia de compañías valores y seguros.

Otra fuente de información serán las propias empresas sujetas a la investigación, en las cuales se aplicará indicadores financieros al igual que un análisis horizontal y vertical, para obtener la situación actual de las empresas.

#### 3.2 Población y muestra

Se llevará a cabo un análisis total de las empresas en un contexto global dentro de Ecuador, cuya extensión es de 283.560 km<sup>2</sup> y está subdividido en región Costa, Sierra y Oriente, sin contar Galápagos; la cual cuenta con alrededor de 17 empresas constituidas legalmente hasta el año 2017, según la superintendencia de compañía valores y seguros.

La investigación tiene su población presente en todas las empresas de la industria del segmento C14 dedicadas a la fabricación de sombreros del Ecuador, las cuales se detallarán a continuación.

**Tabla 1**

*Empresas del sector industrial C14 dedicadas a la fabricación de sombreros.*

<b>RUC</b>	<b>NOMBRE</b>
0992915684001	Ecuadorian Craftmanship Cia. Ltda.
0190380750001	Exportadora de Sombreros Aurelio Mora E Hijos Cia. Ltda.
0190020304001	Exportadora K. Dorfzaun S.A.
1792683025001	Fábrica de Sombreros el Cóndor Sombreros El Cóndor Somcondor Cia.Ltda.
0190169251001	Garces Orbe Exportaciones Cia. Ltda.
0190008886001	Homero Ortega Penafiel e Hijos Cia. Ltda
0992997168001	Maki-Handmade S.A.
1391828756001	Mtr Natural Culture Cia. Ltda.
0190057895001	Procesadora de Sombreros Cia. Ltda.
1792363195001	Regalhats Importación Exportación y Distribución Cia. Ltda.
0993009156001	Riera Corporation Hats "Ricatorhats" S.A.
0190000435001	Serrano Hat Export Cia. Ltda.
0993022543001	Siranahandmade S.A.
0990017786001	Sombreros Barberan Cia. Ltda.
1792310903001	Stx Textiles Cia. Ltda.
0992683872001	Workcosta S.A.
1790775623001	Yanapi S.A.

Fuente: Superintendencia de compañías valores y seguro (SCVS, 2017)

Se aplicará una muestra obtenida de las empresas del segmento C14 dedicadas a la fabricación de sombreros del Ecuador, tomando una muestra aleatoria en base a una técnica estratificada establecida por su rentabilidad, con calificación alta media y baja, lo que

permitirá que los resultados obtenidos sean lo más cercano a lo real, logrando un resultado aplicable y verídico de la metodología que sirva para la mejora de rentabilidad de dichas empresas.

**Tabla 2**  
*Categorización de empresas*

<b>NOMBRE</b>	<b>PATRIMONIO</b>	<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>RENTABILIDAD</b>	
Stx Textiles Cia. Ltda.	\$2.891.319,94	\$ 1.466.658,07	50,73%	<b>ALTO</b>
Exportadora K. Dorfzaun S.A.	\$2.639.664,93	\$ 629.210,28	23,84%	
Regalhats Importación Exportación y Distribución Cia. Ltda.	\$ 422.122,40	\$ 255.623,79	60,56%	
Serrano Hat Export Cia. Ltda.	\$1.988.769,51	\$ 200.725,57	10,09%	
Yanapi S.A.	\$1.444.648,31	\$ 163.919,61	11,35%	
Homero Ortega Penafiel E Hijos Cia. Ltda.	\$ 519.806,06	\$ 108.145,27	20,80%	<b>MEDIO</b>
Procesadora De Sombreros Cia. Ltda.	\$ 5.343,67	\$ 67.602,07	1265,09%	
Workcosta S.A.	\$ 190.673,34	\$ 36.207,44	18,99%	
Mtr Natural Culture Cia. Ltda.	\$ 8.714,05	\$ 6.143,00	70,50%	<b>BAJO</b>
Maki-Handmade S.A.	\$ 419,86	\$ 1.958,08	466,36%	

CONTINÚA



Fábrica de Sombreros el Cóndor Sombreros el Cóndor Somcondor Cia.Ltda.	\$ 42.422,44	\$ 1.378,19	3,25%	<b>BAJO</b>
Exportadora de Sombreros Aurelio Mora E Hijos Cia. Ltda.	\$ 3.915,21	\$ 210,50	5,38%	
Ecuadorian Craftmanship C.A.	\$ 820,22	\$ 25,92	3,16%	
Sombreros Barberan Cia. Ltda.	\$ 5.903,93	\$ 4,79	0,08%	
Garces Orbe Exportaciones Cia. Ltda.	\$ 10.447,98	\$ -	0,00%	
Riera Corporation Hats "Rikorhats" S.A.	\$ 800,00	\$ -	0,00%	
Siranahandmade S.A.	\$ 800,00	\$ -	0,00%	

Fuente: Superintendencia de compañías valores y seguros (SCVS, 2017)

**Tabla 3**  
*Muestra por categoría*

<b>ENTIDAD</b>	<b>UTILIDAD</b>	<b>CATEGORÍA</b>
Regalhats Importación  Exportación y Distribución  Cía. Ltda.	\$ 255.623,79	ALTA
Yanapi S.A	\$ 163.919,61	MEDIA
Fábrica de Sombreros el  Cóndor Sombreros el  Cóndor Somcondor  Cia.Ltda.	\$ 1.378,19	BAJA

Fuente: Superintendencia de compañías valores y seguro (SCVS, 2017)

Las empresas descritas en la *tabla 1* operan dentro del Ecuador, entre sus principales productos a comercializar están los sombreros de paja, sombreros de pelo de conejo,

sombreros de lana de oveja, sombreros de gamuza, sombreros de pelo de castor y de paja toquilla que son comercializados nacional e internacionalmente.

Entre los principales proveedores de materia prima para la elaboración de sombreros según el país de origen destaca.

**Tabla 4**

*Países productores de materia prima.*

<b>PAIS</b>	<b>MATERIA PRIMA</b>
China	Cintas
Bolivia	Pelo de conejo
Polonia	Pelo de castor
Ecuador	Lana, forros, tafiletes, plumas
Alemania	Gamuza
Colombia	Botones decorativos

Fuente: Autores a partir de la información obtenida en la investigación de campo.

### **3.3 Tipología de investigación**

La tipología de la investigación, la cual el presente estudio desarrolla, está basada en los siguientes aspectos.

**Tabla 5**  
*Tipología de la investigación*

<b>Aspectos</b>	<b>Tipología</b>	<b>Descripción</b>
<b>Por su finalidad</b>	Aplicada	El estudio se caracteriza porque permitirá el desarrollo de la metodología que tiene como objetivo mejorar la rentabilidad de las empresas del segmento C14 dedicadas a la elaboración de sombreros.
<b>Por su medio utilizado para obtener datos.</b>	Documental	La investigación se apoyará en fuentes de cualquier especie que sean de carácter documental.
<b>Por su profundidad</b>	Exploratoria	Los resultados obtenidos permitirán determinar los aspectos fundamentales de la problemática y así obtener los procedimientos adecuados para generar una metodología de incremento de rentabilidad.
<b>Por su alcance temporal</b>	Longitudinal	La investigación se realizara en un periodo de tiempo de 3 años logrando observar la evolución de la/las problemática/s
<b>Por su naturaleza</b>	Empírica	En la presente investigación se aplicará los conocimientos que se adquieren para así generar una solución a dicha problemática/s, logrando la aplicación de la metodología para la mejora de la rentabilidad.

## CAPITULO IV

## DESARROLLO.

## 4.1 Análisis horizontal y vertical.

## REGALHATS IMPORTACION EXPORTACION Y DISTRIBUCION CIA. LTDA.

## ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

Tabla 6

Análisis Horizontal y Vertical EEFF - Regalhats Importación Exportación Y Distribución Cía. Ltda.

		ANALISIS HORIZONTAL															
		ANALISIS VERTICAL						2012-2013		2013-2014		2014-2015		2015-2016		2016-2017	
C	NOMBRE DE LA CUENTA	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Variación absoluta	Variación relativa								
311	EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	2,08%	1,98%	7,01%	2,31%	6,54%	7,56%	1.775,49	17,18%	33.209,93	274,30%	(27.101,57)	-59,80%	31,469,00	173%	7,459,42	15%
315	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES NO RELACIONADOS LOCALES	14,14%	13,23%	24,09%	15,78%	16,54%	20,46%	10,770,39	15,32%	74.634,31	92,08%	(31.312,87)	-20,11%	1.224,11	1%	28,986,60	23%
317	(-) DETERIORO ACUMULADO DEL VALOR DE CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR COMERCIALES POR INCOBRABILIDAD (PROVISIONES PARA CREDITOS INCOBRABLES)	-	-	-	-0,20%	-0,38%	-0,58%	-	0,00%	-	0,00%	(1.243,73)	352,31%	(1.255,96)	79%	(1,545,82)	54%
325	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CORRIENTE NO RELACIONADOS LOCALES	0,01%	0,49%	0,47%	0,42%	0,54%	0,39%	3.002,47	10346,21%	33,54	1,11%	214,97	7,01%	833,36	25%	(1,161,55)	-28%

CONTINÚA



3	<b>CREDITO TRIBUTARIO A</b>	<b>0,4</b>	<b>0,24</b>	<b>0,35</b>	<b>2,43%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>(558,9</b>	<b>-</b>	<b>770,68</b>	<b>52,49</b>	<b>16,92</b>	<b>756,1</b>	<b>(19,16</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0%</b>
3	<b>FAVOR DEL SUJETO PASIVO</b>	<b>1</b>	<b>%</b>	<b>%</b>				<b>9)</b>	<b>27,5</b>		<b>%</b>	<b>7,92</b>	<b>1%</b>	<b>6,75)</b>	<b>100%</b>		
6	<b>POR IVA</b>	<b>%</b>							<b>8%</b>								
3	CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR	0,0	0,18	1,88	1,49%	1,45%	1,37%	728,6	192,	11.053,	997,6	(442,0	-	(748,4	-6%	(606,	-6%
3	DEL SUJETO PASIVO POR	8%	%	%			9	9	12%	33	1%	7)	3,64	1)		50)	
7	RENTA												%				
3	MERCADERIAS EN TRANSITO	40,	20,2	16,8	12,58	11,44%	4,68%	(75.59	-	(14.70	-	(9.975	-	(12.33	-12%	(51.4	-
3		12	2%	9%	%			0,67)	37,9	5,78)	11,87	,00)	9,14	5,06)		78,6	59%
9		%							0%		%		%			9)	
3	INVENTARIO DE MATERIA	3,2	14,7	8,63	10,53	9,37%	8,55%	73.93	455,	(34.40	-	27.22	48,83	(11.82	-14%	(6.52	-9%
4	PRIMA (NO PARA LA	6%	1%	%	%			2,31	67%	3,80)	38,16	7,00	%	5,76)		1,53)	
0	CONSTRUCCION)										%						
3	INVENTARIO DE PRODUCTOS	0,3	2,05	6,25	34,95	19,57%	20,48%	10.96	693,	27.824,	221,8	235.1	582,5	(126.9	-46%	6.20	4%
4	TERMINADOS Y MERCADERIA	2%	%	%	%			0,71	25%	53	5%	37,98	1%	18,30)		5,96	
2	EN ALMACEN (EXCLUYENDO																
	OBRAS/INMUEBLES																
	TERMINADOS PARA LA VENTA)																
3	INVENTARIO DE SUMINISTROS,	29,	36,3	26,0	2,44%	1,39%	3,42%	76.56	52,3	(54.21	-	(149.3	-	(8.706	-45%	15.3	145
4	HERRAMIENTAS, REPUESTOS Y	42	7%	9%				9,09	5%	2,29)	24,33	34,37)	88,57	,50)		08,7	%
3	MATERIALES (NO PARA LA	%									%		%			1	
	CONSTRUCCION)																
3	OTROS PAGADOS POR	0,0	3,09	0,55	1,68%	0,00%	1,12%	18.94	100,	(15.39	-	9.720,	273,8	(13.26	-	8.49	100
5	ANTICIPADO	0%	%	%				0,30	00%	1,30)	81,26	00	8%	9,00)	100%	8,12	%
9											%						
3	<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>89,</b>	<b>92,0</b>	<b>92,1</b>	<b>84,41</b>	<b>66,48%</b>	<b>67,47%</b>	<b>117.5</b>	<b>26,3</b>	<b>31.491,</b>	<b>5,58</b>	<b>69.81</b>	<b>11,72</b>	<b>(160.6</b>	<b>-24%</b>	<b>5.14</b>	<b>1%</b>
6		<b>82</b>	<b>6%</b>	<b>7%</b>	<b>%</b>			<b>27,32</b>	<b>2%</b>	<b>62</b>	<b>%</b>	<b>8,26</b>	<b>%</b>	<b>99,27)</b>		<b>4,72</b>	
1		<b>%</b>															
3	EDIFICIOS Y OTROS INMUEBLES	0,0	0,00	0,00	6,69%	27,36%	27,49%	-	-	-	-	52.71	100,0	155.0	294%	-	0%
6	EXCEPTO TERRENOS (COSTO	0%	%	%								8,76	0%	00,76			
4	HISTORICO ANTES DE																
	REEXPRESIONES O																
	REVALUACIONES )																
3	MAQUINARIA EQUIPO,	8,8	7,59	8,05	9,75%	7,53%	7,56%	2.619,	5,97	5.525,7	11,89	24.82	47,73	(19.70	-26%	-	0%
6	INSTALACIONES Y	2%	%	%				32	%	7	%	6,46	%	7,57)			
8	ADECUACIONES (COSTO																
	HISTORICO ANTES DE																
	REEXPRESIONES O																
	REVALUACIONES)																
3	MUEBLES Y ENSERES	1,2	1,00	1,08	0,83%	1,17%	1,18%	-	0,00	864,20	14,17	(432,1	-	2.370,	36%	-	0%
7		3%	%	%					%		%	0)	6,21	00			
3													%				

CONTINÚA



374	<b>EQUIPO DE COMPUTACION Y SOFTWARE</b>	<b>0,29%</b>	<b>0,24%</b>	<b>0,23%</b>	<b>0,19%</b>	<b>0,26%</b>	<b>0,26%</b>	-	<b>0,00%</b>	-	<b>0,00%</b>	-	<b>0,00%</b>	<b>503,00</b>	<b>34%</b>	-	<b>0%</b>
384	DEL COSTO HISTORICO ANTES DE REEXPRESIONES O REVALUACIONES	-	-	-	-2,03%	-2,98%	-4,13%	(4.597,62)	213,83%	(4.423,42)	65,55%	(4.810,11)	43,06%	(6.611,88)	41%	(8.633,29)	38%
388	MARCAS, PATENTES, LICENCIAS Y OTROS SIMILARES	0,27%	0,22%	0,21%	0,17%	0,18%	0,18%	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	-	0%	-	0%
449	<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>10,18%</b>	<b>7,94%</b>	<b>7,83%</b>	<b>15,59%</b>	<b>33,52%</b>	<b>32,53%</b>	(1.978,30)	-	1.966,55	4,04%	72,303,01	142,87%	131,554,31	107%	(8.633,29)	-3%
499	<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>115.549,02</b>	<b>23,24%</b>	<b>33.458,17</b>	<b>5,46%</b>	<b>142.121,27</b>	<b>21,99%</b>	<b>(29.144,96)</b>	<b>-4%</b>	<b>(3.488,57)</b>	<b>0%</b>
<b>PASIVO</b>																	
513	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR COMERCIALES CORRIENTE NO RELACIONADOS LOCALES	1,06%	0,92%	1,32%	1,34%	1,35%	1,66%	393,21	7,46%	2,874,19	50,71%	2.016,32	23,61%	(313,79)	-3%	2.323,82	23%
515	OTROS DOCUMENTOS POR PAGAR CORRIENTES A ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES, BENEFICIARIOS U OTROS TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL LOCALE	0,00%	0,00%	6,19%	5,04%	4,05%	8,04%	-	0,00%	40,00%	100,00%	(280,00)	-	(9,00)	-23%	30,00	98%
517	DIVIDENDOS POR PAGAR EN EFECTIVO	0,00%	0,00%	0,00%	17,01%	7,37%	8,82%	-	-	-	-	134,098,87	100,00%	(78,139,93)	-58%	10,687,63	19%
521	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR CORRIENTE NO RELACIONADOS LOCALES	25,96%	10,30%	12,81%	0,31%	1,94%	1,87%	(65.935,01)	-	19,655,83	31,15%	(80,292,24)	-	12,286,28	498%	(614,92)	-4%
525	OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS CORRIENTE NO RELACIONADAS LOCALES	0,00%	14,69%	0,00%	0,35%	13,34%	0,31%	90.000,00	10,00%	(90,00)	-	2.744,27	100,00%	98,562,88	3592%	(98,930,14)	-98%

CONTINÚA



532	<b>OBLIGACIONES IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR DEL EJERCICIO CORRIENTE</b>	<b>3,51%</b>	<b>6,85%</b>	<b>4,76%</b>	<b>6,16%</b>	<b>3,38%</b>	<b>6,50%</b>	<b>24.508,79</b>	<b>140,33%</b>	<b>(11.186,89)</b>	<b>-26,65%</b>	<b>17.807,92</b>	<b>57,84%</b>	<b>(22.954,14)</b>	<b>-47%</b>	<b>23.514,62</b>	<b>92%</b>
533	OBLIGACIONES PARTICIPACION TRABAJADORES POR PAGAR DEL EJERCICIO CORRIENTE	2,58%	5,37%	6,00%	4,79%	2,50%	5,07%	20.084,62	156,46%	5,832,52	17,72%	(973,70)	-2,51%	(18,814,03)	-50%	19,376,97	102%
534	OBLIGACIONES CON EL IESS	0,57%	1,56%	0,36%	0,21%	0,27%	0,32%	6.720,70	238,02%	(7,229,29)	-75,74%	(641,03)	-27,69%	380,04	23%	355,57	17%
536	OTROS PASIVOS POR BENEFICIOS A EMPLEADOS	0,54%	1,90%	1,55%	0,90%	0,85%	1,25%	8.945,42	334,09%	(1,616,18)	-13,91%	(2,911,97)	-29,10%	(62,160)	-9%	2.999,89	46%
544	OTRAS PROVISIONES CORRIENTES	0,22%	0,96%	1,89%	0,82%	0,04%	0,29%	4.795,08	442,00%	6,362,23	108,20%	(5,795,65)	-47,34%	(6,116,53)	-95%	1.840,84	558%
550	<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>34,44%</b>	<b>42,55%</b>	<b>34,88%</b>	<b>36,94%</b>	<b>35,10%</b>	<b>34,14%</b>	<b>89.512,81</b>	<b>52,28%</b>	<b>(35,307,59)</b>	<b>-13,54%</b>	<b>65,772,79</b>	<b>29,18%</b>	<b>(24,730,82)</b>	<b>-8%</b>	<b>(8,445,72)</b>	<b>-3%</b>
557	OTROS DOCUMENTOS POR PAGAR NO CORRIENTES A ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES, BENEFICIARIOS U OTROS TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL LOC	53,84%	23,90%	11,83%	24,28%	21,26%	8,13%	(121,254,29)	-45,30%	(70,00)	-47,81%	115,00	150,50%	(30,000,00)	-16%	(100,000,00)	-62%
573	PROVISIONES PARA JUBILACION PATRONAL	0,43%	0,68%	1,00%	0,80%	1,09%	1,43%	2.062,61	96,79%	2,251,30	53,68%	(129,91)	-2,02%	1.938,32	31%	2.562,95	31%
574	PROVISIONES PARA DESAHUCIO	0,10%	0,18%	0,30%	0,22%	0,33%	0,44%	644,57	132,80%	810,95	71,77%	(168,37)	-8,67%	768,43	43%	763,77	30%
589	<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE</b>	<b>54,36%</b>	<b>24,76%</b>	<b>13,12%</b>	<b>25,31%</b>	<b>22,68%</b>	<b>10,00%</b>	<b>(118,547,11)</b>	<b>-43,86%</b>	<b>(66,937,75)</b>	<b>-44,12%</b>	<b>114,701,72</b>	<b>135,27%</b>	<b>(27,293,25)</b>	<b>-14%</b>	<b>(96,673,28)</b>	<b>-56%</b>

CONTINÚA



599	TOTAL PASIVOS	88,80 %	67,3 2%	48,0 1%	62,25 %	57,78%	44,14 %	(29.034, 30)	- 6,5 8 %	(102. 245, 34)	- 24,7 9%	180.4 74,51	58,18 %	(52.0 24,07 )	-11%	(105. 119,0 0)	-24%
PATRIMONIO																	
6001	CAPITAL SUSCRITO Y/O ASIGNADO	0,08%	0,07 %	0,06 %	0,05%	6,97%	7,00%	-	-	-	-	-	-	52.50 0,00	13125 %	-	-
6003	APORTES DE SOCIOS O ACCION FUTURA CAPITAL	0,00%	0,00 %	0,00 %	6,66%	0,00%	0,00%	-	-	-	-	52.50 0,00	100,0 0%	(52.5 00,00 )	- 100%	-	-
6004	RESERVA LEGAL	0,00%	0,45 %	1,55 %	1,61%	2,76%	3,32%	2.763,9 6	10 0,0 %	7.2 29, 17	261,5 5%	2.714, 07	27,16 %	8.274, 78	65%	4.091, 85	20%
60093	OTRAS RENTAS GRAVADAS	0,00%	0,00 %	0,00 %	0,00%	0,00%	0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
60111	UTILIDAD NO DISTRIBUIDA EJERCICIOS ANTERIORES	0,00%	8,57 %	29,3 8%	8,44%	21,71%	23,29 %	52.515, 31	10 0,0 %	13 7.3 54, 15	261,5 5%	(123.3 59,43)	- 64,97 %	98.26 3,03	148%	11.25 0,37	7%
6014	UTILIDAD DEL EJERCICIO PATRIMONIO	11,12 %	23,6 0%	21,0 0%	20,99 %	10,78%	22,25 %	89.304, 05	16 1,5 %	(8. 87 9,8 1)	- 6,14 %	29.79 2,12	21,95 %	(83.6 58,70 )	-51%	86.28 8,21	105%
6098	<b>TOTAL PATRIMONIO NETO</b>	<b>11,20 %</b>	<b>32,6 8%</b>	<b>51,9 9%</b>	<b>37,75 %</b>	<b>42,22%</b>	<b>55,86 %</b>	<b>144.583 ,32</b>	<b>25 9,6 %</b>	<b>13 5.7 03, 51</b>	<b>67,76 %</b>	<b>(38.35 3,24)</b>	<b>- 11,42 %</b>	<b>22.87 9,11</b>	<b>8%</b>	<b>101.6 30,43</b>	<b>32%</b>
6099	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100, 00 %</b>	<b>100, 00 %</b>	<b>100,00 %</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00 %</b>	<b>115.549 ,02</b>	<b>23, 24 %</b>	<b>33, 45 8,1 7</b>	<b>5,46 %</b>	<b>142.1 21,27</b>	<b>21,99 %</b>	<b>(29.1 44,96 )</b>	<b>-4%</b>	<b>(3.48 8,57)</b>	<b>-0,5%</b>

Fuente: Autores en base a la información de Superintendencia de compañías valores y seguro (SCVS, 2017)

**REGALHATS IMPORTACION EXPORTACION Y DISTRIBUCION CIA. LTDA.**  
**ESTADO DE RESULTADOS**

**Tabla 7**

*Análisis horizontal y vertical ER - Regalhats Importación Exportación Y Distribución Cía. Ltda.*

		ANALISIS HORIZONTAL															
		ANALISIS VERTICAL						2012-2013		2013-2014		2014-2015		2015-2016		2016-2017	
C ue nt a	NOMBRE DE LA CUENTA	20 12	20 13	2014	2015	2016	2017	Varia ción absolu ta	Varia ción relati va								
60 01	<b>VENTAS NETAS LOCALES DE BIENES GRAVADAS CON TARIFA DIFERENTE DE 0% DE IVA</b>	<b>10 0,0 0 %</b>	<b>10 0,0 0 %</b>	<b>100, 00%</b>	<b>100, 00%</b>	<b>100, 00%</b>	<b>100,00 %</b>	925.88 2,60	138% 2,60	106.39 3,45	7% 3,45	(254.8 66,36)	-15% 66,36	(264.3 20,50)	-18% 20,50	190.03 2,48	16% 2,48
<b>70 10</b>	COSTO INVENTARIO FINAL BIENES NO PRODUCIDOS POR EL SUJETO PASIVO	0,6 5 %	0,0 5 %	0,06 %	0,10 %	0,12 %	0,09% %	(3.561, 36)	-81% 36)	196,32 7,49)	24% 7,49)	371,07 99)	36% 99)	(17,50 6,84)	-1% 6,84)	(78,56 74)	-6% 74)
<b>70 16</b>	COSTO COMPRAS LOCALES NETAS MATERIA PRIMA	9,1 4 %	4,9 0 %	2,85 %	3,45 %	0,93 %	2,61% %	16.869 ,24	27% ,24	(29.60 7,49)	-38% 7,49)	1.306, 99)	3% 99)	(38.91 6,84)	-78% 6,84)	24.812 ,74	225% ,74
<b>70 19</b>	COSTO IMPORTACIONES MATERIA PRIMA	82, 29 %	64, 30 %	62,1 0%	32,8 5%	43,2 7%	41,12 %	474.64 2,21	86% 2,21	30.947 ,58	3% ,58	(581.9 97,82)	-55% 97,82)	36.512 ,46	8% ,46	52.762 ,50	10% ,50
<b>70 22</b>	COSTO INVENTARIO FINAL MATERIA PRIMA	- 2,4 2 %	1,0 2 %	2,02 %	5,73 %	6,01 %	4,70% %	32.449 ,74	-200% ,74	18.178 ,93	112% ,93	48.576 ,58	141% ,58	(11.82 5,76)	-14% 5,76)	(6.521, 53)	-9% 53)

CONTINÚA



7 0 3 4	<b>COSTO INVENTARIO FINAL PRODUCTOS TERMINADOS</b>	- 21, 18 %	- 4,8 5 %	3,1 2 %	18, 92 %	12, 43 %	11, 17 %	64,7 65,0 3	- 46 %	130, 585, 06	- 16 %	220, 920, 92	41 5 %	(126, 900,8 0)	- 46 %	6,28 4,52	4 %
7 0 4 0	COSTO SUELDOS SALARIOS Y DEMAS REMUNERACIONES QUE CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	6,7 8%	5,5 2%	3,9 0 %	3,8 7%	5,1 5%	4,8 4%	42,5 44,6 9	93 %	(21,6 19,4 0)	- 25 %	(10,3 44,1 2)	- 16 %	4,894 ,68	9 %	5,54 7,64	9 %
7 0 4 3	COSTO BENEFICIOS SOCIALES INDEMNIZACIONES Y OTRAS REMUNERACIONES QUE NO CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	0,2 9%	0,1 4%	0,6 4 %	0,5 9%	0,7 6%	0,7 4%	251, 13	13 %	8,67 5,70	39 1%	(2,30 3,19)	- 21 %	469,9 4	5 %	1,17 6,38	13 %
7 0 4 6	COSTO APORTE A LA SEGURIDAD SOCIAL INCLUYE FONDO DE RESERVA	0,0 0%	0,0 0%	0,7 3 %	0,7 9%	1,0 3%	0,9 6%	- -	- -	12,3 65,1 7	10 0%	(965, 64)	- 8 %	758,3 7	7 %	1,02 5,84	8 %
7 0 5 5	COSTO PROVISIONES PARA JUBILACION PATRONAL	0,0 0%	0,0 0%	0,1 0 %	0,1 0%	0,1 5%	0,1 5%	- -	- -	1,76 2,54	10 0%	(349, 12)	- 20 %	365,0 3	26 %	273, 42	15 %
7 0 5 8	COSTO PROVISIONES PARA DESAHUCIO	0,0 0%	0,0 0%	0,0 2 %	0,1 3%	0,0 5%	0,0 3%	- -	- -	417, 58	10 0%	1,39 6,36	33 4 %	(1,26 8,48)	- 70 %	(109 ,79)	- 20 %
7 0 6 7	COSTO DEPRECIACION NO ACELERADA DE PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	0,0 0%	0,0 0%	0,1 6 %	0,0 7%	0,2 5%	0,1 8%	- -	- -	2,71 0,08	10 0%	(1,65 4,35)	- 61 %	1,953 ,40	18 5 %	(566 ,95)	- 19 %
7 1 9 0	COSTO SUMINISTROS Y MATERIALES	0,8 7%	1,6 4%	1,1 3 %	1,0 9%	0,5 7%	0,8 4%	20,3 53,4 1	34 %	(6,94 2,95)	- 27 %	(3,47 9,75)	- 18 %	(8,96 0,30)	- 57 %	4,79 7,55	70 %
7 1 9 6	COSTO MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	0,3 0%	0,1 9%	0,2 4 %	0,2 8%	1,1 1%	0,3 3%	980, 58	49 %	1,16 5,16	39 %	(82,6 1)	- 2 %	9,037 ,94	22 2 %	(8,5 48,5 5)	- 65 %
7 2 4 1	COSTO SERVICIOS PUBLICOS	0,0 0%	0,0 0%	0,0 9 %	0,1 6%	0,1 7%	0,1 6%	- -	- -	1,52 7,23	10 0%	744, 30	49 %	(230, 04)	- 10 %	107, 26	5 %

CONTINÚA



7 2 4 7	<b>COSTO OTROS GASTOS</b>	<b>4,37%</b>	<b>6,42%</b>	<b>0,69%</b>	<b>0,95%</b>	<b>0,61%</b>	<b>0,53%</b>	<b>73.298,41</b>	<b>250%</b>	<b>(90.793,61)</b>	<b>-88%</b>	<b>1.944,18</b>	<b>16%</b>	<b>(6.552,04)</b>	<b>-48%</b>	<b>95,50</b>	<b>1%</b>
7 9 9 1	<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>81,10%</b>	<b>79,33%</b>	<b>77,87%</b>	<b>69,07%</b>	<b>72,61%</b>	<b>68,47%</b>	722.593,08	133%	59.567,90	5%	(325.916,20)	-25%	(140.679,94)	-14%	81,057,97	9%
7 0 6 2	GASTO OTROS GASTOS POR BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,09%	0,17%	-	-	-	-	-	-	1.029,49	100%	1,295,34	126%
7 0 4 1	GASTO SUELDOS SALARIOS Y DEMAS REMUNERACIONES QUE CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	2,67%	3,36%	3,83%	4,24%	4,13%	4,00%	35.807,87	200%	11.484,43	21%	(3.783,15)	-6%	(12.572,32)	-20%	6,186,00	13%
7 0 4 4	GASTO BENEFICIOS SOCIALES INDEMNIZACIONES Y OTRAS REMUNERACIONES QUE NO CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	0,42%	0,54%	0,42%	0,76%	0,48%	0,38%	5.848,44	207%	(1.510,49)	-17%	3.898,49	54%	(5.391,23)	-49%	(388,22)	-7%
7 0 4 7	GASTO APOORTE A LA SEGURIDAD SOCIAL INCLUYE FONDO DE RESERVA	0,52%	0,34%	0,70%	0,67%	0,59%	0,54%	1.936,65	56%	6.455,34	119%	(2.166,91)	-18%	(2.727,45)	-28%	511,24	7%
7 0 5 0	GASTO HONORARIOS PROFESIONALES Y DIETAS	0,28%	1,43%	1,13%	1,21%	1,75%	1,11%	20.930,50	1131%	(3.505,50)	-15%	(1.706,02)	-9%	3.178,21	18%	(5,429,80)	-26%
7 0 5 6	GASTO PROVISIONES PARA JUBILACION PATRONAL	0,00%	0,00%	0,03%	0,14%	0,01%	0,04%	-	-	488,76	100%	1.582,30	324%	(1.911,19)	-92%	351,21	220%
7 0 5 9	GASTO PROVISIONES PARA DESAHUCIO	0,00%	0,00%	0,00%	0,09%	0,02%	0,02%	-	-	393,37	100%	850,36	216%	(1.020,76)	-82%	105,13	47%

CONTINÚA



<b>717 6</b>	<b>GASTO TRANSPORTE</b>	<b>0,07</b> %	<b>0,21</b> %	<b>0,12</b> %	<b>0,04</b> %	<b>0,12</b> %	<b>0,12</b> %	<b>2.889,96</b>	<b>637%</b>	<b>(1.277,24</b> <b>)</b>	<b>-38%</b>	<b>(1.480,9</b> <b>7)</b>	<b>-</b> <b>72%</b>	<b>793,83</b>	<b>136</b> %	<b>324,41</b>	<b>24%</b>
<b>717 9</b>	<b>GASTO COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES</b>	<b>0,00</b> %	<b>0,00</b> %	<b>0,00</b> %	<b>0,00</b> %	<b>0,00</b> %	<b>0,02</b> %	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>47,81</b>	<b>100</b> %	<b>287,62</b>	<b>602</b> %
<b>718 2</b>	<b>GASTOS DE VIAJE GASTO</b>	<b>0,00</b> %	<b>0,22</b> %	<b>0,26</b> %	<b>0,35</b> %	<b>0,10</b> %	<b>0,15</b> %	<b>3.539,22</b>	<b>100%</b>	<b>884,09</b>	<b>25%</b>	<b>670,39</b>	<b>15%</b>	<b>(3.937,0</b> <b>7)</b>	<b>-77%</b>	<b>928,48</b>	<b>80%</b>
<b>806</b>	<b>GASTOS NO DEDUCIBLES LOCALES</b>	<b>0,00</b> %	<b>0,00</b> %	<b>0,00</b> %	<b>0,47</b> %	<b>0,77</b> %	<b>0,45</b> %	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>6.794,32</b>	<b>100</b> %	<b>2.275,85</b>	<b>33%</b>	<b>(2.918,2</b> <b>3)</b>	<b>-</b> <b>32%</b>
<b>718 5</b>	<b>GASTOS DE GESTION</b>	<b>0,04</b> %	<b>0,04</b> %	<b>0,18</b> %	<b>0,09</b> %	<b>0,26</b> %	<b>0,11</b> %	<b>430,66</b>	<b>176%</b>	<b>2.343,65</b>	<b>347%</b>	<b>(1.755,4</b> <b>2)</b>	<b>-</b> <b>58%</b>	<b>1.759,80</b>	<b>139</b> %	<b>(1.530,9</b> <b>6)</b>	<b>-</b> <b>51%</b>
<b>718 8</b>	<b>GASTO ARRENDAMIENTO DE INMUEBLES</b>	<b>0,00</b> %	<b>0,00</b> %	<b>0,00</b> %	<b>1,74</b> %	<b>1,77</b> %	<b>0,87</b> %	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>25.239,0</b> <b>0</b>	<b>100</b> %	<b>(4.239,0</b> <b>0)</b>	<b>-17%</b>	<b>(9.000,0</b> <b>0)</b>	<b>-</b> <b>43%</b>
<b>719 1</b>	<b>GASTO SUMINISTROS Y MATERIALES</b>	<b>0,00</b> %	<b>0,00</b> %	<b>0,14</b> %	<b>0,14</b> %	<b>0,22</b> %	<b>0,09</b> %	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2.364,44</b>	<b>100%</b>	<b>(315,43)</b>	<b>-</b> <b>13%</b>	<b>584,05</b>	<b>29%</b>	<b>(1.397,6</b> <b>5)</b>	<b>-</b> <b>53%</b>
<b>719 7</b>	<b>GASTO MANTENIMIENTO Y REPARACIONES</b>	<b>0,12</b> %	<b>0,02</b> %	<b>0,10</b> %	<b>0,06</b> %	<b>0,14</b> %	<b>0,07</b> %	<b>(453,75)</b>	<b>-56%</b>	<b>1.342,42</b>	<b>379%</b>	<b>(796,71)</b>	<b>-</b> <b>47%</b>	<b>718,79</b>	<b>80%</b>	<b>(708,50)</b>	<b>-</b> <b>44%</b>
<b>720 9</b>	<b>GASTO IMPUESTOS CONTRIBUCIONES Y OTROS</b>	<b>0,00</b> %	<b>0,10</b> %	<b>0,29</b> %	<b>0,34</b> %	<b>1,13</b> %	<b>0,48</b> %	<b>1.561,05</b>	<b>11826</b> %	<b>3.444,66</b>	<b>219%</b>	<b>(93,57)</b>	<b>-2%</b>	<b>8.407,40</b>	<b>171</b> %	<b>(6.686,1</b> <b>4)</b>	<b>-</b> <b>50%</b>
<b>724 2</b>	<b>GASTO SERVICIOS PUBLICOS</b>	<b>0,13</b> %	<b>0,12</b> %	<b>0,13</b> %	<b>0,14</b> %	<b>0,20</b> %	<b>0,22</b> %	<b>972,19</b>	<b>111%</b>	<b>300,76</b>	<b>16%</b>	<b>(50,57)</b>	<b>-2%</b>	<b>297,27</b>	<b>14%</b>	<b>577,05</b>	<b>24%</b>
<b>724 8</b>	<b>GASTO OTROS GASTOS</b>	<b>0,58</b> %	<b>0,55</b> %	<b>0,47</b> %	<b>0,60</b> %	<b>0,37</b> %	<b>0,37</b> %	<b>4.905,01</b>	<b>126%</b>	<b>(754,03)</b>	<b>-9%</b>	<b>672,53</b>	<b>8%</b>	<b>(4.383,7</b> <b>6)</b>	<b>-50%</b>	<b>758,29</b>	<b>17%</b>
<b>726 9</b>	<b>GASTOS DE TRANSACCION (COMISIONES BANCARIAS, HONORARIOS, TASAS, ENTRE OTROS) NO RELACIONADAS LOCAL</b>	<b>0,00</b> %	<b>0,01</b> %	<b>0,21</b> %	<b>0,03</b> %	<b>0,08</b> %	<b>0,07</b> %	<b>236,76</b>	<b>100%</b>	<b>3.367,98</b>	<b>1423</b> %	<b>(3.226,5</b> <b>9)</b>	<b>-</b> <b>90%</b>	<b>606,47</b>	<b>160</b> %	<b>(41,03)</b>	<b>-4%</b>
<b>728 1</b>	<b>GASTO INTERESES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS NO RELACIONADAS LOCAL</b>	<b>2,18</b> %	<b>2,61</b> %	<b>0,18</b> %	<b>0,28</b> %	<b>0,08</b> %	<b>0,40</b> %	<b>27.101,3</b> <b>5</b>	<b>185%</b>	<b>(38.642,2</b> <b>8)</b>	<b>-93%</b>	<b>908,90</b>	<b>29%</b>	<b>(3.066,4</b> <b>5)</b>	<b>-77%</b>	<b>4.572,33</b>	<b>488</b> %

CONTINÚA



<b>728</b> <b>7</b>	<b>GASTO INTERESES PAGADOS A TERCEROS RELACIONADOS LOCAL</b>	<b>0,00</b> %	<b>0,00</b> %	<b>1,29</b> %	<b>0,77</b> %	<b>2,76</b> %	<b>1,17</b> %	-	-	<b>21.962,</b> <b>82</b>	<b>100</b> %	<b>(10.742,3</b> <b>7)</b>	- 49 %	<b>21.432,28</b>	<b>191</b> %	<b>(16.566,</b> <b>32)</b>	- 51%
<b>729</b> <b>3</b>	<b>GASTO INTERESES PAGADOS A TERCEROS NO RELACIONADOS LOCAL</b>	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,07%	0,00%	-	-	-	-	-	-	849,85	100 %	(849,85)	- 100 %
<b>790</b> <b>1</b>	<b>BAJA DE INVENTARIOS</b>	0,00%	0,00%	0,00%	0,07%	0,00%	0,00%	-	-	-	-	1.055,73	100 %	(1.055,73)	- 100 %	-	-
799 2	<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>9,01</b> %	<b>11,13</b> %	<b>11,79</b> %	<b>13,54</b> %	<b>16,71</b> %	<b>12,93</b> %	117.379, 09	194 %	22.988, 88	13%	(4.664,96)	-2%	1.786,31	1%	(20.205, 29)	- 10%
799 9	<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>90,11</b> %	<b>90,46</b> %	<b>89,66</b> %	<b>82,61</b> %	<b>89,32</b> %	<b>81,40</b> %	<b>839.972,</b> <b>17</b>	<b>139</b> %	<b>82.556,</b> <b>78</b>	<b>6%</b>	<b>(330.581,</b> <b>16)</b>	- 22 %	<b>(138.893,</b> <b>63)</b>	- 12%	<b>60.852,6</b> <b>8</b>	<b>6%</b>
801	<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>9,89</b> %	<b>9,54</b> %	<b>10,34</b> %	<b>17,39</b> %	<b>10,68</b> %	<b>18,60</b> %	85.910,4 3	129 %	23.836, 67	16%	75.714,80	43%	(125.426, 87)	- 50%	129.179, 80	102 %

Fuente: Autores en base a la información de Superintendencia de compañías valores y seguro (SCVS, 2017)

**YANAPI S.A**  
**ESTADO DE SITUACION FINANCIERA**

**Tabla 8**  
*Análisis horizontal y vertical EEFF - Yanapi S.A*

		ANALISIS HORIZONTAL															
		ANALISIS VERTICAL					2012-2013		2013-2014		2014-2015		2015-2016		2016-2017		
C Ó D I G O	CUENTA	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Variación absoluta	Variación relativa								
<b>311</b>	EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	5,71	8,17	4,2	1,41	4,01%	7,94%	7159	54%	-	-	-	-	8722	215	1329	104
		%	%	%	%			6,43		6934	34,0	9400	69,9	5,6	%	59,66	%
		1	3	4						6,34	2%	3,63	0%				
<b>312</b>	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES RELACIONADOS LOCALES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,17%	0,00%	-	-	-	-	-	-	5511,79	100%	-	-
		%	%	%	%									79	%	5511,79	100%
<b>313</b>	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES RELACIONADOS DEL EXTERIOR	0,00	8,50	1,0	12,4	0,00%	18,45	2133	100,00%	1041	48,8	4096	12,9	-	-	6054	100
		%	%	%	%			38,82		91,89	4%	4,86	0%	3584	100	35,84	%
		0	5	9										95,57	%		
		%	%	1													
<b>314</b>	(-) DETERIORO ACUMULADO DEL VALOR DE CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR COMERCIALES POR INCOBRABILIDAD (PROVISIONES PARA CRÉDITOS INCOBRABLES)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%	0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		%	%	%	%												
<b>315</b>	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES NO RELACIONADOS LOCALES	0,00	0,00	5,8	5,52	4,26%	5,97%	-	-	1692	100,00%	-	-	-	-15%	6000	44%
		%	%	%	%					15,01		1034	6,11	2311		4,41	
		0	0	2								2,89	%	8,21			
		%	%	%													
<b>316</b>	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES NO RELACIONADOS DEL EXTERIOR	1,79	1,1	1,2	13,3	24,02	10,33	-	-	6829	24,2	3390	9,68	3815	99%	-	-56%
		%	%	%	%			1344	32,2	6,57	3%	1,12	%	14,52		4268	
		9	3	0				12,73	9%							48,41	
		7	0	4													
		%	%	%													

CONTINÚA



3	(-) DETERIORO ACUMULADO DEL VALOR DE CUENTAS Y	-	-	-	-	-	-	-	-	34,33	1056,	-	-	6%	479	-2%
1	DOCUMENTOS POR COBRAR COMERCIALES POR	0,	0,	0,	0,	0,	0,	-	-	5481,	29	4,92	121		,73	
7	INCOBRABILIDAD (PROVISIONES PARA CREDITOS	69	64	74	71	68	64			65		%	5,1			
	INCOBRABLES)	%	%	%	%	%	%						8			
3	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	0,	0,	0,	0,	0,	0,	1617,	184,4	-	-	-	310	100	-	-
2	CORRIENTE RELACIONADOS LOCALES	04	10	02	00	01	00	55	2%	1897,	76,06	597,2	100,0	%	310	100
2		%	%	%	%	%	%			41	%	5	0%			%
3	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	0,	0,	0,	0,	0,	0,	-	-	1113,	17,03	1234	1614,	-	-	-
2	CORRIENTE RELACIONADOS DEL EXTERIOR	00	00	00	00	00	00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3		%	%	%	%	%	%									
3	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	0,	0,	0,	4,	2,	0,	-	-	1113,	17,03	1234	1614,	-	-	-
2	CORRIENTE NO RELACIONADOS LOCALES	43	26	26	55	85	14	3473,	34,70	21	%	56,45	02%	403	31	860
5		%	%	%	%	%	%	41	%					00,	%	65,
														37		11
3	PORCION CORRIENTE DE ARRENDAMIENTOS	0,	0,	0,	0,	0,	0,	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	RELACIONADAS	00	00	00	00	00	00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1		%	%	%	%	%	%									
3	PORCION CORRIENTE DE ARRENDAMIENTOS NO	0,	0,	0,	0,	0,	0,	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	RELACIONADAS	00	00	00	00	00	00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2		%	%	%	%	%	%									
3	IMPORTE BRUTO ADEUDADO POR LOS CLIENTES	0,	0,	0,	0,	0,	0,	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	RELACIONADAS	00	00	00	00	00	00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3		%	%	%	%	%	%									
3	CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DEL SUJETO PASIVO POR	0,	0,	1,	0,	0,	0,	-	-	5403	100,0	-	-	526	3%	-
3	ISD	00	00	86	69	64	27	-	-	3,73	0%	3415	63,22	,68		116
5		%	%	%	%	%	%					9,32	%			53,
																48
3	CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DEL SUJETO PASIVO POR	6,	7,	4,	4,	5,	3,	3842	26,59	-	-	1943,	1,46	296	22	-
3	IVA	24	33	58	70	17	94	9,07	%	4963	27,13	76	%	43,	%	355
6		%	%	%	%	%	%			1,15	%			63		17,
																06
3	CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DEL SUJETO PASIVO POR	1,	1,	1,	1,	0,	0,	1644	61,64	6732,	15,61	-	-	-	-	-
3	RENTA	15	73	71	32	00	00	3,45	%	14	%	1182	23,73	380	100	-
7		%	%	%	%	%	%					8,77	%	21,	%	-
														93		-
3	OTROS ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	0,	0,	0,	0,	0,	0,	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3		00	00	00	00	00	00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8		%	%	%	%	%	%									

CONTINÚA



3	MERCADERIAS EN TRANSITO	8,	0,	0,	0,	6,	0,	-	-	-	-	-72,54	-	198	100	-	-
3		08	67	00	00	23	20	17060	91,11	16576	99,56		100,0	700,	%	192	97
9		%	%	%	%	%	%	4,57	%	,22	%		0%	73		190,	%
3	INVENTARIO DE MATERIA PRIMA (NO PARA LA	14	17	20	15	12	13	95012	27,36	15342	34,69	-	-	-	-	521	13
4	CONSTRUCCION)	,9	,7	,4	,4	,5	,8	,82	%	2,27	%	15055	25,28	437	10	84,5	%
0		9	3	7	5	9	2					8,13	%	49,7	%	7	
3	INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO	1,	2,	3,	4,	3,	3,	15111	40,45	50434	96,12	16696	16,22	-	-	190	18
4	(EXCLUYENDO OBRAS/INMUEBLES EN	61	10	54	15	35	84	,33	%	,62	%	,11	%	127	11	61,1	%
1	CONSTRUCCION PARA LA VENTA)	%	%	%	%	%	%							19,2	%	6	
3	INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS Y	17	15	10	9,	13	13	-	-	-	-	-	-	170	62	201	0%
4	MERCADERIA EN ALMACEN (EXCLUYENDO	,9	,3	,3	56	,9	,6	31340	7,56%	83140	21,68	24841	8,27%	157,	%	0,25	
2	OBRAS/INMUEBLES TERMINADOS PARA LA VENTA)	0	7	2	%	8	4	,44		,32	%	,53		81			
3	ACTIVOS BIOLOGICOS ANIMALES VIVOS DETERIORO	0,	0,	0,	0,	0,	0,	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	ACUMULADO	00	00	00	00	00	00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4		%	%	%	%	%	%										
3	PRIMAS DE SEGURO PAGADAS POR ANTICIPADO	0,	0,	0,	0,	0,	0,	-	-	-	-	13753	100,0	137	100	-	-
5		00	00	00	48	86	28	-	-	-	-	,15	0%	48,0	%	184	67
8		%	%	%	%	%	%							8		35,9	%
3	OTROS PAGADOS POR ANTICIPADO	0,	0,	0,	0,	0,	0,	2320,	12,65	-	-	-	-	-	-	0	0%
5		79	83	40	10	00	00	11	%	8914,	43,15	8744,	74,46	300	100		
9		%	%	%	%	%	%			45	%	91	%	0	%		
3	OTROS ACTIVOS CORRIENTES	0,	0,	0,	0,	0,	0,	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6		00	00	00	00	00	00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0		%	%	%	%	%	%										
3	<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>74</b>	<b>73</b>	<b>75</b>	<b>73</b>	<b>77</b>	<b>78</b>	<b>11403</b>	<b>6,63</b>	<b>37245</b>	<b>20,31</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>366</b>	<b>17</b>	<b>956</b>	<b>4%</b>
6		,2	,5	,8	,0	,4	,1	8,43	%	1,9	%	10337	4,69	718,	%	03,3	
1		2	0	2	1	7	8					7,23	%	57		9	
3	TERRENOS (COSTO HISTORICO ANTES DE	4,	3,	3,	3,	3,	2,	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	REEXPRESIONES O REVALUACIONES)	18	88	33	36	04	95	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2		%	%	%	%	%	%										
3	EDIFICIOS Y OTROS INMUEBLES EXCEPTO TERRENOS	4,	3,	3,	3,	2,	2,	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	(COSTO HISTORICO ANTES DE REEXPRESIONES O	64	67	14	18	87	79	15940	14,84	-	-	-	-	-	-	-	-
4	REVALUACIONES )	%	%	%	%	%	%		%								

CONTINÚA



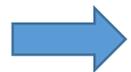
3	MAQUINARIA EQUIPO, INSTALACIONES Y	12,	11,	14,	19,	17,	17,	522,2	0,18	1367	46,72	1243	28,98	785	1%	950	0%
6	ADECUACIONES (COSTO HISTORICO ANTES DE	61	73	75	23	62	14		%	00,72	%	97,24	%	0,8			
8	REEXPRESIONES O REVALUACIONES)	%	%	%	%	%	%							8			
3	CONSTRUCCIONES EN CURSO Y OTROS ACTIVOS EN	3,4	4,7	0,0	0,0	0,0	0,2	3872	48,65	-	-					662	100
7	TRANSITO	4	4	0	0	0	0	0,66	%	1183	100,0	-	-	-	-	0	%
2		%	%	%	%	%	%			11,03	0%						
3	MUEBLES Y ENSERES	0,7	0,7	0,6	0,7	0,6	0,6	443,0	2,60	1386,	7,92	1805,	9,56	767	4%	130	6%
7		4	0	5	2	7	9	8	%	19	%	29	%			0	
3		%	%	%	%	%	%										
3	EQUIPO DE COMPUTACION Y SOFTWARE	2,0	2,3	2,3	2,5	2,3	2,2	9957,	20,74	9102,	15,70	5761,	8,59	151	2%	683	1%
7		7	2	1	3	3	9	53	%	96	%	52	%	6,9		,5	
4		%	%	%	%	%	%							3			
3	VEHICULOS EQUIPOS DE TRANSPORTE Y EQUIPO	4,4	4,0	5,6	5,7	5,2	5,5			6377	62,58					163	10
7	CAMINERO MOVIL	0	8	9	5	0	5	-	-	7,23	%	-	-	-	-	30,	%
5		%	%	%	%	%	%									17	
3	DEL COSTO HISTORICO ANTES DE REEXPRESIONES O	-	-	-	-	-	-	2418	-	-	26,89	-	28,83	-	26	-	11
8	REVALUACIONES	7,9	6,3	6,9	9,0	10,	11,	3,45	13,22	4269	%	5807	%	674	%	355	%
4		0	6	2	1	26	05		%	3,26		6,78		06,		44,	
		%	%	%	%	%	%							48		11	
4	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR COMERCIALES	1,6	1,7	0,4	0,4	0,4	0,5	6056,	16,23	-	-					551	40
2	NO CORRIENTES CLIENTES RELACIONADOS LOCALES	1	4	7	8	3	9	9	%	2969	68,45	-	-	-	-	1,7	%
0		%	%	%	%	%	%			0,92	%					9	
4	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR COMERCIALES	0,0	0,0	0,7	0,7	0,6	0,6			2201	100,0						
2	NO CORRIENTES CLIENTES RELACIONADOS DEL	0	0	6	6	9	7	-	-	7,4	0%	-	-	-	-	-	-
1	EXTERIOR	%	%	%	%	%	%										
4	(-) DETERIORO ACUMULADO DEL VALOR DE CUENTAS Y	0,0	0,0	0,0	0,0	-	0,0							-	100	178	-
2	DOCUMENTOS POR COBRAR COMERCIALES POR	0	0	0	0	0,0	0	-	-	-	-	-	-	178	%	2,3	100
2	INCOBRABILIDAD (PROVISIONES PARA CRÉDITOS	%	%	%	%	6	%							2,3		1	%
	INCOBRABLES)					%								1			
4	<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>25,</b>	<b>26,</b>	<b>24,</b>	<b>26,</b>	<b>22,</b>	<b>21,</b>	<b>6394</b>	<b>10,71</b>	<b>4228</b>	<b>6,40</b>	<b>7388</b>	<b>10,50</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0%</b>
4		<b>78</b>	<b>50</b>	<b>18</b>	<b>99</b>	<b>53</b>	<b>82</b>	<b>3,82</b>	<b>%</b>	<b>9,29</b>	<b>%</b>	<b>7,27</b>	<b>%</b>	<b>590</b>	<b>8%</b>	<b>236</b>	
9		<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>							<b>53,</b>		<b>6,3</b>	
														<b>98</b>		<b>4</b>	
4	<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>		<b>7,68</b>	<b>4147</b>	<b>16,62</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>307</b>	<b>11</b>	<b>932</b>	<b>3%</b>
9		<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>177,9</b>	<b>%</b>	<b>41,19</b>	<b>%</b>	<b>2948</b>	<b>1,01</b>	<b>664</b>	<b>%</b>	<b>37,</b>	
9		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>82,25</b>				<b>9,96</b>	<b>%</b>	<b>,59</b>		<b>05</b>	
		<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>										

CONTINÚA



PASIVO																	
5	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR COMERCIALES	8,	8,	5,	7,	3,	3,		8,18%	-	-	48248	29,98	-	-	-	-
1	CORRIENTE NO RELACIONADOS LOCALES	49	53	53	26	64	27	16.08		51833	24,36	,26	%	930	4	900	8
3		%	%	%	%	%	%	9,39		,94	%			18,	4	2,3	%
														68	%	3	
5	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR COMERCIALES	3,	1,	1,	2,	5,	1,		-	9777,	30,43	38548	91,99	811	1	-	-
1	CORRIENTE NO RELACIONADOS DEL EXTERIOR	32	29	44	79	07	59	(44.83	58,25	47	%	,93	%	42,	0	109	6
4		%	%	%	%	%	%	3,05)	%					57	1	356	8
														%	,21	%	
5	OTROS DOCUMENTOS POR PAGAR CORRIENTES A	0,	0,	0,	0,	3,	0,		-	11061	100,0	-	-	115	1	-	-
1	ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES, BENEFICIARIOS U OTROS	00	00	38	29	88	00	-	-	,55	0%	2780,	25,14	498	3	123	1
5	TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL	%	%	%	%	%	%					4	%	,71	9	779	0
	LOCALE													5	,86	0	
														%		%	
5	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR CORRIENTE	1,	1,	3,	4,	0,	0,		-	88350	336,5	2127,	1,86%	-	-	-	-
2	NO RELACIONADOS LOCALES	50	05	94	05	98	41	(8.473	24,40	,2	7%	98		854	7	178	5
1		%	%	%	%	%	%	,96)	%					06,	3	85	7
														51	%		%
5	OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	24	25	27	22	0,	25		9,56%	18608	29,62	-	-	-	-	835	1
2	CORRIENTE NO RELACIONADAS LOCALES	,7	,1	,9	,2	00	,4	54.78		5,15	%	17365	21,33	640	1	566	0
5		5	8	9	4	%	7	8,41				2,24	%	586	0	,94	0
		%	%	%	%	%	%							,18	0		%
														%			
5	OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	1,	0,	0,	0,	19	0,		-	-	-	-	-	618	1	-	-
2	CORRIENTE NO RELACIONADAS DEL EXTERIOR	35	00	00	00	,4	00	(31.28	100,0	-	-	-	-	536	0	618	1
6		%	%	%	%	0	%	5,36)	0%					,41	0	536	0
						%								%	,41	0	%
5	OBLIGACIONES PARTICIPACION TRABAJADORES POR PAGAR	0,	0,	1,	1,	0,	0,		71,08	38413	199,8	-	-	-	-	415	2
3	DEL EJERCICIO CORRIENTE	48	77	98	28	66	77	7.985,	%	,55	8%	20639	35,81	159	4	7,3	0
3		%	%	%	%	%	%	16				,04	%	75,	3	9	%
														91	%		
5	OBLIGACIONES CON EL IEES	1,	1,	3,	0,	0,	0,		-	70326	243,0	-	-	111	7	251	9
3		42	16	41	55	85	90	(4.012	12,18	,35	1%	83456	84,07	95,	1	6,0	%
4		%	%	%	%	%	%	,62)	%			,72	%	81	%	8	
5	OTROS PASIVOS POR BENEFICIOS A EMPLEADOS	3,	3,	0,	0,	3,	3,		25,62	-	-	23998	-	102	4	-	-
3		16	69	00	83	97	58	18.76	%	91994	100,0	,92		643	2	915	7
6		%	%	%	%	%	%	4,96		,91	0%			,6	8	0	%
														%			

CONTINÚA



5	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	44	41	44	39	38	35		0,88%	26018	25,03	-	-	940	8	-	-
5		,4	,6	,6	,3	,4	,9	9.022,		5,42	%	167	12,	29,	%	454	4
0		8	6	7	1	6	8	93				604	90	82		69,	%
		%	%	%	%	%	%					,31	%			4	
5	OTROS DOCUMENTOS POR PAGAR NO CORRIENTES A	0,	0,	3,	4,	0,	0,			90382	100,0	500	55,	-	-	-	-
5	ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES, BENEFICIARIOS U OTROS	00	00	11	87	00	00	-	-	,17	0%	00	32	140	1	-	-
7	TITULARES DE DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL LOC	%	%	%	%	%	%					%	382	0			
														,17	0		%
5	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR NO CORRIENTES	2,	4,	0,	0,	0,	3,		100,8	-	-	-	-	-	-	108	1
5	RELACIONADOS LOCALES	16	03	12	00	00	30	50.42	4%	96909	96,50	351	10	-	-	355	0
9		%	%	%	%	%	%	1,31		,01	%	2,3	0,0	0%		,35	0
																	%
5	OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS NO	1,	1,	0,	0,	3,	0,		78,02	-	-	0	-	114	1	-	-
6	RELACIONADAS LOCALES	02	69	00	00	58	00	18.50	%	42216	100,0	-	-	017	0	114	1
5		%	%	%	%	%	%	1,78		,06	0%			,2	0	017	0
															%	,2	0
																	%
5	PASIVO POR IMPUESTO A LA RENTA DIFERIDO	3,	2,	2,	2,	2,	1,		-	-	-	-	-	-	-	-	-
7		04	78	34	35	00	85	(1.114	1,58%	1209,	1,74%	449	0,6	393	6	296	5
2		%	%	%	%	%	%	,38)		25		,85	6%	5,4	%	3,0	%
														3		3	
5	PROVISIONES PARA JUBILACION PATRONAL	20	20	8,	6,	9,	10		4,60%	-	-	-	-	104	5	382	1
7		,6	,0	02	85	48	,3	21.95		26621	53,29	360	15,	967	3	68,	3
3		2	2	%	%	%	8	0,08		1,46	%	05,	43	,84	%	38	%
		%	%									81	%				
5	PROVISIONES PARA DESAHUCIO	0,	0,	0,	2,	4,	4,					750	-	544	7	165	1
7		00	00	00	61	06	45	-	-	-	-	39,	-	20,	3	55,	3
4		%	%	%	%	%	%					04		17	%	84	%
5	TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE	26	28	13	16	19	19		14,44	-	-	850	21,	129	2	461	8
8		,8	,5	,5	,6	,1	,9	89.75	%	31616	44,44	71,	52	087	7	99,	%
9		4	2	9	8	2	9	8,79		3,61	%	08	%	,61	%	34	
		%	%	%	%	%	%										
5	TOTAL PASIVOS	71	70	58	55	57	55		5,98%	-	-	-	-	223	1	729	0
9		,3	,1	,2	,9	,5	,9	98.78		55978	3,20%	825	4,8	117	4	,94	%
9		1	8	6	9	8	7	1,72		,19		33,	7%	,43	%		
		%	%	%	%	%	%					23					
PATRIMONIO																	
6	CAPITAL SUSCRITO Y/O ASIGNADO	5,	5,	4,	4,	13	13		-	-	-	-	-	294	2	-	-
0		92	50	71	76	,5	,1	-						900	1	-	-
1		%	%	%	%	5	7								5		
						%	%								%		

CONTINÚA



6 0 4	RESERVA LEGAL	2,04 %	2,04 %	2,02 %	2,38 %	2,15 %	2,33 %	3.505,30	7,42 %	7920, 05	15,6 0%	9854, 37	16,7 9%	0 %	0 %	781 2,11	11 %
6 1 1	UTILIDAD NO DISTRIBUIDA EJERCICIOS ANTERIORES	0,00 %	0,00 %	23,0 6%	31,6 8%	21,0 4%	22,6 7%	-	-	6710 05,24	-	2415 19,23	35,9 9%	- 2418	- 27	732 72,0	11 %
6 1 3	RESULTADOS ACUMULADOS PROVENIENTES DE LA ADOPCION POR PRIMERA VEZ DE LAS NIIF	19,2 2%	19,1 1%	3,31 %	3,35 %	3,02 %	2,94 %	31.547,7 6	7,09 %	- 3803	- 79,7 8%	-	-	-	-	-	-
6 1 4	UTILIDAD DEL EJERCICIO PATRIMONIO	1,51 %	3,17 %	8,64 %	1,84 %	2,45 %	2,52 %	44.147,4 7	125, 94%	1721 73,08	217, 39%	- 1983 30,33	- 78,9 0%	2507 7,86	47 %	443 1,89	6 %
6 2 1	GANANCIAS Y PERDIDAS ACTUARIALES ACUMULADAS	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,20 %	0,41 %	-	-	-	-	-	-	6426, 03	10 0	699 1,05	10 %
6 9 8	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>28,6 9%</b>	<b>29,8 2%</b>	<b>41,7 4%</b>	<b>44,0 1%</b>	<b>42,4 2%</b>	<b>44,0 3%</b>	<b>79.200,5 3</b>	<b>11,9 2%</b>	<b>4707 19,38</b>	<b>63,2 8%</b>	<b>5304 3,27</b>	<b>4,37 %</b>	<b>8454 7,16</b>	<b>7 %</b>	<b>925 07,1</b>	<b>7 %</b>
6 9 9	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>100, 00 %</b>	<b>100, 00 %</b>	<b>100, 00 %</b>	<b>100, 00 %</b>	<b>100, 00 %</b>	<b>100, 00 %</b>	<b>177.982, 25</b>	<b>7,68 %</b>	<b>4147 41,19</b>	<b>16,6 2%</b>	<b>- 2948</b>	<b>- 1,01</b>	<b>3076 64,59</b>	<b>11 %</b>	<b>932 37,0</b>	<b>3 %</b>

Fuente: Autores en base a la información de Superintendencia de compañías valores y seguro (SCVS, 2017)

**YANAPI S.A**  
**ESTADO DE RESULTADOS**

**Tabla 9***Análisis horizontal y vertical ER - Yanapi S.A*

		ANALISIS HORIZONTAL															
		ANALISIS VERTICAL						2012-2013		2013-2014		2014-2015		2015-2016		2016-2017	
C Ó D I G O	CUENTA	20 12	20 13	2014	201 5	201 6	201 7	Variaci ón absolut a	Variaci ón relativa	Variaci ón absolut a	Variaci ón relativa	Variaci ón absolut a	Variaci ón relativa	Varia ción absolu ta	Varia ción relati va	Varia ción absolu ta	Varia ción relati va
<b>60 01</b>	VENTAS NETAS LOCALES DE BIENES GRAVADAS CON TARIFA DIFERENTE DE 0% DE IVA	98,02%	99,47%	31,52%	30,42%	27,95%	26,31%	203.235,81	5,48%	-826,15	-	106,264,62	-7,61%	123,598,68	-10%	74,235,57	6%
<b>60 03</b>	VENTAS NETAS LOCALES GRAVADAS CON TARIFA CERO O EXENTAS DE IVA	0,00%	0,00%	0,02%	0,07%	0,00%	0,00%	-	-	802,85	100,00%	1.963,72	244,59%	2.766,57	100%	-	0%
<b>60 05</b>	PRESTACIONES LOCALES DE SERVICIOS GRAVADAS CON TARIFA DIFERENTE DE 0% DE IVA	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,05%	0,00%	4,71	100,00%	-	-	-	-	1.913,40	100%	(1,913,40)	100%
<b>60 07</b>	PRESTACIONES LOCALES DE SERVICIOS GRAVADAS CON TARIFA CERO O EXENTAS DE IVA	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,04%	-	-	-	-	-	-	-	0%	2,036,59	100%
<b>60 07</b>	PRESTACIONES LOCALES DE SERVICIOS GRAVADAS CON TARIFA CERO O EXENTAS DE IVA	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,04%	-	-	-	-	-	-	-	0%	2,036,59	100%
<b>60 09</b>	EXPORTACIONES NETAS DE BIENES	0,00%	0,00%	67,45%	66,85%	71,88%	73,32%	-	-	2.989,159,77	100,00%	152,448,67	-5,10%	165,217,29	6%	456,714,38	15%
<b>60 39</b>	INGRESOS DEVENGADOS POR SUBVENCIONES DEL GOBIERNO Y OTRAS AYUDAS GUBERNAMENTALES	0,00%	0,00%	0,00%	2,55%	0,00%	0,00%	-	-	-	-	108,374,22	100,00%	108,374,22	100%	-	0%
<b>61 33</b>	OTROS INGRESOS NO OPERACIONALES	1,98%	0,27%	0,00%	0,11%	0,00%	0,04%	64.408,44	86,04%	10.447,40	100,00%	4.529,90	100,00%	4.529,90	100%	2.078,47	100%

CONTINÚA



615	INGRESOS FINANCIEROS INTERES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS NO RELACIONADAS LOCALES	0,0 0%	0,1 5%	0,0 8%	0,0 0%	0,0 5%	0,0 4%	100 6.073,58	- ,00	- 2.426,17	- 39,95	- 3.645,12	- 99,94	85 1.959,57	- 57,1	- (173,95)	- 9
6093	OTRAS RENTAS GRAVADAS	0,0 0%	0,1 1%	0,9 3%	0,0 0%	0,0 8%	0,2 0%	100 4.373,82	- ,00	846 37.032,10	- ,68	- 41.405,92	- 100,00	10 3.432,43	- 0	- 5.999,79	1 75
6999	<b>TOTAL INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>3,9149.270,06</b>	<b>5%</b>	<b>499.295,00</b>	<b>12,70%</b>	<b>-,49</b>	<b>-,6%</b>	<b>-,66,74</b>	<b>-,2</b>	<b>-,541,0</b>	<b>13</b>	
7016	COSTO COMPRAS LOCALES NETAS MATERIA PRIMA	45,64%	6,30%	5,93%	6,79%	7,07%	7,51%	- 1.478,941,37	- 85,65	6,1 15.214,43	9,6 4%	2 25.276,69	2 1%	2 7.140,33	2 %	2 58,62	2 0
7022	COSTO INVENTARIO FINAL MATERIA PRIMA	16,91%	20,07%	19,24%	26,42%	22,50%	21,61%	23,149.831,45	23,42%	8,0 63.282,44	8,0 2%	31,268.283,01	31,46%	- 181,330,31	- 16	- 79,65	8 %
7028	COSTO INVENTARIO FINAL PRODUCTOS EN PROCESO	0,25%	- 0,38%	2,32%	2,82%	2,56%	2,67%	- 24.452,90	- 261,76	- 118.016,18	- 780,98	16,16.696,11	- 22%	- 12,719,27	- 11	- 19,06	1 8
7034	COSTO INVENTARIO FINAL PRODUCTOS TERMINADOS	2,69%	0,80%	6,78%	6,49%	10,67%	9,49%	- 70.364,64	- 69,18	858 268.934,41	- ,11	- 24.841,53	- 8,27%	62 170,157,81	62 %	0 2.010,25	0 %
7040	COSTO SUELDOS SALARIOS Y DEMAS REMUNERACIONES QUE CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	3,98%	3,43%	16,65%	8,64%	2,82%	6,44%	- 15.467,56	- 10,28	446 603.131,09	446 ,75	- 371.468,62	- 50,33	- 249,087,23	- 68	- 186,349,30	1 58
7043	COSTO BENEFICIOS SOCIALES INDEMNIZACIONES Y OTRAS REMUNERACIONES QUE NO CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	0,44%	0,39%	2,61%	3,42%	2,77%	2,87%	- 1.184,48	- 7,10	648 100.379,51	648 ,14	25,29.422,89	25,39%	- 29,415,06	- 20	- 19,679,88	1 7
7046	COSTO APOORTE A LA SEGURIDAD SOCIAL INCLUYE FONDO DE RESERVA	0,71%	0,66%	3,14%	3,40%	3,33%	3,31%	- 1.239,61	- 4,59	440 113.600,46	440 ,73	3,34.727,06	3,39%	- 5,102,40	- 4	- 17,170,97	1 2

CONTINÚA



7 0 5 5	COSTO PROVISIONES PARA JUBILACION PATRONAL	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,99%	0,74%	-	-	-	-	-	-	41.150,32	0	(6.238,34)	15
7 0 5 7	VALOR NO DEDUCIBLE PROVISIONES PARA JUBILACION PATRONAL	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,49%	0,29%	-	-	-	-	-	-	62.378,55	0	(48.555,81)	78
7 0 5 8	COSTO PROVISIONES PARA DESAHUCIO	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,18%	0,24%	-	-	-	-	-	-	7.676,62	0	3.594,80	47
7 0 6 1	COSTO OTROS GASTOS POR BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS	0,41%	0,00%	0,00%	0,00%	0,76%	0,66%	15.647,18	100,00%	-	-	-	-	31.823,86	0	(678,98)	2
7 0 6 7	COSTO DEPRECIACION NO ACELERADA DE PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	0,07%	0,09%	0,37%	0,53%	0,78%	0,69%	1.147,30	45,45%	12.535,08	341,41%	6.318,52	38,99%	10.035,19	45	153,92	0
7 0 6 8	GASTO DEPRECIACION NO ACELERADA DE PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	0,54%	0,47%	0,63%	0,82%	0,84%	0,69%	1.952,45	-9,53%	9.467,50	51,07%	6.630,88	23,68%	517,45	1	(2.506,01)	7
7 0 6 9	VALOR NO DEDUCIBLE DEPRECIACION NO ACELERADA DE PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	0,00%	0,00%	0,23%	0,24%	0,37%	0,19%	-	-	10.393,36	100,00%	-	-	4.922,84	47	(6.138,54)	40
7 1 1 3	DE ACTIVOS FINANCIEROS (REVERSION DE PROVISIONES PARA CREDITOS INCOBRABLES)	0,07%	0,14%	0,00%	0,00%	0,04%	0,11%	2.932,48	108,71%	5.630,03	100,00%	-	-	1.615,24	0	3.730,00	1
7 1 9 0	COSTO SUMINISTROS Y MATERIALES	0,00%	0,00%	0,79%	0,82%	1,10%	1,12%	-	-	34.907,55	100,00%	81,25	-0,23%	11.308,00	32	6.514,20	14
7 1 9 6	COSTO MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	0,81%	0,96%	1,75%	2,45%	1,63%	2,21%	7.228,60	23,60%	39.616,90	104,65%	26.561,49	34,28%	36,167,64	35	36,317,10	54

CONTINÚA



7 2 0 1	COSTO COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	0, 14 0 0	0, 11 0 0	1, 70 0 0	0, 00 0 0	0, 00 0 0	0, 00 0 0	- 1.094,1 0 0	- 20,03% 0 0	162 70.913, 90 3,3	- 75.282, 31 10 0,0	- - 0 0	- - - -	- - - -	- - - -	- - - -
7 2 3 1	COSTO TRANSPORTE	0, 00 0 0	0, 00 0 0	0, 31 0 0	0, 00 0 0	0, 00 0 0	- - - -	- - - -	- 13.620, 27 %	100 100 0 0	- 13.620, 27 0,0	- 10 0,0 0%	- - - -	- - - -	- - - -	- - - -
7 2 3 9	IVA QUE SE CARGA AL GASTO	0, 00 0 0	0, 00 0 0	0, 01 0 0	0, 01 0 0	0, 00 0 0	- - - -	- - - -	- 444,89 %	100 100 %	- 230,61 51, 84 %	- 66,34 31% (10,7 2)	- - -	- -	- -	-7%
7 2 4 1	COSTO SERVICIOS PUBLICOS	0, 38 0 0	0, 44 0 0	1, 11 0 0	1, 23 0 0	1, 12 0 0	1, 21 0 0	2.742,1 3	19,07%	187 32.124, 79 %	187 6,2 3.065,3 2 2%	- - 5,621 11% 10,44 5,34	- - -	- -	- -	22%
7 2 0 2	COSTO SEGUROS Y REASEGUROS PRIMAS Y CESIONES	0, 43 0 0	0, 52 0 0	0, 06 0 0	0, 07 0 0	0, 12 0 0	0, 11 0 0	4.288,0 0	26,51%	- 17.661, 73 %	- 86, 32 %	- 13,93 0,5 2.257 0%	- -	- -	81%	0%
7 2 4 7	COSTO OTROS GASTOS	0, 14 0 0	39, 4 0 0	0, 85 0 0	3, 81 0 0	3, 63 0 0	3, 83 0 0	1.544,2 06,52	29724,0 0%	- 1.511,7 99,57 %	- 97, 57 %	33 - 124.211 0,3 10,23 9,41 3%	- -	-6%	19%	
7 9 9 1	<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>73, 6 0 %</b>	<b>73, 4 1 %</b>	<b>64, 4 9 %</b>	<b>67, 9 7 %</b>	<b>64, 7 7 %</b>	<b>66, 0 7 %</b>	<b>102.032 19</b>	<b>3,66%</b>	<b>- 28.508, 57 %</b>	<b>- 0,9 9%</b>	<b>25.654, 52 %</b>	<b>0,9 0 %</b>	<b>- 178,7 66,36 %</b>	<b>-6%</b>	<b>15%</b>
7 0 4 1	GASTO SUELDOS SALARIOS Y DEMAS REMUNERACIONES QUE CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	0, 97 0 0	1, 58 0 0	4, 46 0 0	7, 31 0 0	8, 52 0 0	7, 83 0 0	25.492, 35	69,61%	218 135,45 8,09 %	218 112.729 06 1,70 %	57, 45,73 1,70 %	15%	4%		
7 0 4 4	GASTO BENEFICIOS SOCIALES INDEMNIZACIONES Y OTRAS REMUNERACIONES QUE NO CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	0, 21 0 0	0, 29 0 0	0, 68 0 0	0, 72 0 0	0, 83 0 0	0, 80 0 0	3.407,1 2	43,33%	168 18.961, 67 %	168 259,12 0,8 6% 4,361 81 %	0,8 14% 3,090 19	9%			
7 0 4 7	GASTO APOORTE A LA SEGURIDAD SOCIAL INCLUYE FONDO DE RESERVA	0, 22 0 0	0, 29 0 0	0, 93 0 0	1, 31 0 0	1, 59 0 0	1, 48 0 0	2.884,5 2	34,36%	266 30.061, 43 %	266 14.177, 51 %	34, 29 10,86 7,20 %	20%	5%		

CONTINÚA



7 0 5 0	GASTO HONORARIOS PROFESIONALES Y DIETAS	3, 30 %	3, 20 %	4, 02 %	2, 76 %	0, 00 %	0, 00 %	1.062,48	0,85%	52.455,8 5	41,67%	- 61.388,8 2	-34,42%	- 116,9 43,56	- 10 0	- -	0 %
7 0 5 3	GASTO HONORARIOS Y OTROS PAGOS A NO RESIDENTES POR SERVICIOS OCASIONALES	3, 60 %	3, 24 %	0, 00 %	0, 07 %	0, 00 %	0, 00 %	8.805,11	-6,46%	- 127.418, 10	- 100,00%	- 2.775,55	100,00%	- 2.775, 55	- 10 0	- -	0 %
7 0 5 6	GASTO PROVISIONES PARA JUBILACION PATRONAL	0, 00 %	0, 00 %	0, 00 %	0, 00 %	1, 51 %	0, 21 %	-	-	-	-	-	-	63,05 0,50	0 %	(53,3 61,48 )	- 85 %
7 0 5 9	GASTO PROVISIONES PARA DESAHUCIO	0, 00 %	0, 00 %	0, 00 %	0, 08 %	0, 90 %	0, 07 %	-	-	-	-	3.583,82	100,00%	33,88 0,26	5 %	(34,0 88,27 )	- 91 %
7 0 6 2	GASTO OTROS GASTOS POR BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS	0, 00 %	0, 00 %	0, 00 %	0, 00 %	0, 01 %	0, 03 %	-	-	-	-	-	-	393,9 8	10 0 %	1.094, 54	8 %
7 1 7 3	GASTO PROMOCION Y PUBLICIDAD	0, 59 %	1, 30 %	1, 14 %	1, 09 %	0, 63 %	0, 74 %	28.860,7 4	128,89%	- 945,24	-1,84%	- 4.202,28	-8,35%	- 19,82 4,00	- 43 %	8.525, 12	32 %
7 1 7 6	GASTO TRANSPORTE	0, 02 %	0, 10 %	3, 35 %	3, 60 %	3, 07 %	3, 63 %	3.175,63	350,43%	144.208, 78	3532,93 %	4.509,20	3,04%	- 24,37 9,46	- 16 %	42,59 4,58	33 %
7 1 7 9	GASTO COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	0, 00 %	0, 00 %	0, 09 %	0, 11 %	0, 12 %	0, 10 %	-	-	4.197,49	100,00%	434,54	10,35%	237,8 6	5 %	18,10	0 %
7 1 8 2	GASTOS DE VIAJE GASTO	0, 93 %	0, 50 %	0, 75 %	0, 88 %	0, 80 %	1, 22 %	- 15.640,1 3	-44,43%	- 13.518,5 3	69,10%	4.237,98	12,81%	- 3.743, 60	- 10 %	23,80 3,46	71 %
7 1 8 5	GASTOS DE GESTION	0, 24 %	0, 30 %	0, 24 %	0, 29 %	0, 37 %	0, 33 %	2.460,57	26,56%	- 1.191,03	-10,16%	1.853,44	17,60%	2,921, 70	24 %	420,7 2	3 %

CONTINÚA



7 1 8 8	GASTO ARRENDAMIENTO DE INMUEBLES	0, 10 %	0, 36 %	1, 88 %	1, 95 %	2, 07 %	1, 65 %	295,84 10.650, 39	%	69.141, 50	485 ,19 %	- 826,73 0,9 9%	- 3.919 ,70	5%	(8,56 5,44)	-10%
7 1 9 1	GASTO SUMINISTROS Y MATERIALES	0, 00 %	0, 00 %	0, 20 %	0, 22 %	0, 16 %	0, 14 %	- -	- -	8.951,9 1	100 ,00 %	2,3 207,00 1%	- 2.493 ,70	- 27%	(24,0 9)	0%
7 1 9 7	GASTO MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	0, 08 %	0, 04 %	1, 54 %	1, 10 %	1, 19 %	1, 33 %	- 1.525,4 4	-50,31%	66.936, 38	444 3,4 4%	- 21.691, 65 31, 69 %	- 2.857 ,66	6%	13.14 6,44	27%
7 2 0 3	GASTO SEGUROS Y REASEGUROS PRIMAS Y CESIONES	0, 48 %	0, 70 %	1, 48 %	1, 53 %	1, 45 %	1, 10 %	9.390,6 0	51,64%	38.078, 65	138 ,09 %	- 634,84 0,9 7%	- 4.260 ,36	-7%	(9,10 0,86)	-15%
7 2 0 9	GASTO IMPUESTOS CONTRIBUCIONES Y OTROS	0, 64 %	0, 38 %	0, 47 %	0, 98 %	0, 84 %	0, 68 %	- 9.185,5 8	-37,86%	5.582,3 5	37, 03 %	101 21.019, 00 ,75 %	- 6.706 ,37	- 16%	(3,11 6,80)	-9%
7 2 1 8	GASTO COMISIONES NO RELACIONADAS	0, 29 %	0, 00 %	0, 63 %	0, 38 %	0, 23 %	0, 36 %	- 10.867, 24	- 100,00 %	27.855, 39	100 ,00 %	- 11.848, 92 42, 54 %	- 6.325 ,90	- 40%	7.187 ,25	74%
7 2 4 2	GASTO SERVICIOS PUBLICOS	0, 02 %	0, 00 %	0, 52 %	0, 66 %	0, 75 %	0, 68 %	- 944,23	- 100,00 %	23.028, 84	100 ,00 %	21, 4.873,0 8 16 %	3,272 ,21	12%	820,3 9	3%
7 2 4 8	GASTO OTROS GASTOS	0, 00 %	0, 00 %	1, 94 %	2, 02 %	4, 06 %	5, 62 %	- -	- -	86.029, 81	100 ,00 %	- 378,18 0,4 4%	- 83,71 2,50	98%	95,72 7,72	57%
7 2 6 2	GASTO PROVISIONES PARA CUENTAS INCOBRABLES	0, 49 %	0, 67 %	0, 12 %	0, 00 %	0, 00 %	0, 00 %	7.608,8 8	40,71%	- 20.816, 07	- 79, 16 %	- 5.481,6 5 ,00 %	- -	- -	- -	- -
7 2 6 9	GASTOS DE TRANSACCION (COMISIONES BANCARIAS, HONORARIOS, TASAS, ENTRE OTROS) NO RELACIONADAS LOCAL	0, 09 %	0, 32 %	0, 00 %	0, 47 %	0, 83 %	0, 88 %	254,61 9.057,0 8	%	- 12.614, 37	- 100 ,00 %	100 19.939, 64 %,00	74% 14,68 0,51	20% 6,801 ,06		

CONTINÚA



72 81	GASTO INTERESES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS NO RELACIONADAS LOCAL	5,4 0%	5,4 6%	1,4 0%	1,8 0%	1,7 0%	1,5 4%	10.183,40	4,98%	- 152.636,2 4	- 71, 11 %	14.377,01	23, 18 %	- 5.535, 52 %	- 7 %	1.575, 78	2 %
72 87	GASTO INTERESES PAGADOS A TERCEROS RELACIONADOS LOCAL	0,0 0%	0,0 0%	0,1 2%	0,1 0%	0,2 5%	0,1 2%	-	-	5.480,16	100, 00 %	- 1.208,97	- 22, 06 %	14 5.961, 00 %	0 (4.352 ,84)	- 43 %	
73 11	GASTO OTROS NO OPERACIONALES	1,6 9%	2,0 8%	0,8 4%	0,1 2%	0,0 0%	0,0 0%	17.739,11	27,73%	- 44.307,25	- 54, 23 %	- 32.292,23	- 86, 34 %	- 5.109, 85 %	- 10 %	- -	0 %
79 92	<b>TOTAL GASTOS</b>	19, 38 %	20, 81 %	26, 81 %	29, 54 %	31, 87 %	30, 53 %	85.005,14	11,59%	370.018,5 3	45, 22 %	65.022,59	5,4 7%	77.750, 72 %	6 109,1 05,59	8 %	
79 99	<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	92, 99 %	94, 21 %	91, 30 %	97, 51 %	96, 65 %	96, 53 %	187.037,3 3	5,32%	341.509,9 6	9,2 2%	90.677,11	2,2 4%	- 101,01 5,64 %	- 2 09,17	13 %	
80 1	<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	7,0 1%	5,7 9%	8,7 0%	2,4 9%	3,3 5%	3,4 7%	- 37.767,27	-14,23%	157.785,0 4	69, 32 %	- 279.573,6 0	- 72, 54 %	32 34.268 ,96 %	17 23,80 4,87	17 %	

Fuente: Autores en base a la información de Superintendencia de compañías valores y seguro (SCVS, 2017)

**FÁBRICA DE SOMBREROS EL CÓNDOR S.A**  
**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**

**Tabla 10**

*Análisis horizontal y vertical EEFF - Fábrica de Sombreros el Cóndor S.A*

		ANALISIS HORIZONTAL												
		ANALISIS VERTICAL					2013-2014		2014-2015		2015-2016		2016-2017	
CÓ DI GO	CUENTA	20 13	20 14	20 15	20 16	20 17	Variaci ón absolut a	Variac ión relativ a	Variaci ón absolut a	Variac ión relativ a	Variaci ón absolut a	Variac ión relativ a	Variaci ón absolut a	Variac ión relativ a
311	EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	11, 16 %	14, 37 %	14, 61 %	1,4 2 %	7,9 1 %	3899,43	83,74%	5714,6	66,79%	- 11758,0 7	-82%	13996,9 9	557%
312	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES RELACIONADOS LOCALES	0,1 1 %	6,6 3 %	0,0 0 %	0,9 2 %	0,0 0 %	3904	8763,1 9%	- 3948,55	- 100,00 %	1625	0%	-1625	-100%
315	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES NO RELACIONADOS LOCALES	12, 81 %	13, 41 %	13, 42 %	25, 10 %	34, 00 %	2640	49,40%	5129,11	64,24%	31212,6 3	238%	26610,7	60%
336	CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DEL SUJETO PASIVO POR IVA	0,0 0 %	0,0 0 %	2,7 7 %	1,6 0 %	1,4 1 %	0	0,00%	2703,47	0,00%	120,56	4%	114,41	4%
337	CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DEL SUJETO PASIVO POR RENTA	0,0 0 %	0,0 0 %	0,0 0 %	0,1 8 %	0,0 0 %	0	0,00%	0	0,00%	321,5	0%	-321,5	-100%
340	INVENTARIO DE MATERIA PRIMA (NO PARA LA CONSTRUCCION)	22, 95 %	20, 89 %	0,0 0 %	38, 69 %	24, 76 %	2858,89	29,86%	- 12434,4 4	- 100,00 %	68339,6 3	0%	- 16686,9	-24%
342	INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS Y MERCADERIA EN ALMACEN (EXCLUYENDO OBRAS/INMUEBLES TERMINADOS PARA LA VENTA)	29, 85 %	27, 64 %	44, 71 %	7,8 3 %	8,3 1 %	4000	32,12%	27232,1 2	165,50 %	- 29857,8 1	-68%	3512,27	25%
343	INVENTARIO DE SUMINISTROS, HERRAMIENTAS, REPUESTOS Y MATERIALES (NO PARA LA CONSTRUCCION)	0,0 0 %	0,0 0 %	0,0 0 %	0,0 9 %	0,0 0 %	0	0,00%	0	0,00%	151,79	0%	-151,79	-100%

CONTINÚA

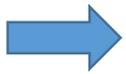


3 5 9	OTROS PAGADOS POR ANTICIPADO	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,21 %	4,23 %	0	0,00 %	0	0,00 %	373, 08	0%	8458 ,6	226 7%
3 6 1	TOTAL ACTIVO CORRIENTE	76,8 8%	82,9 4%	75,5 1%	76,0 4%	80,6 3%	1730 2,32	53,94 %	2439 6,31	49,4 1%	6052 8,31	82 %	3390 7,78	25 %
3 6 8	MAQUINARIA EQUIPO, INSTALACIONES Y ADECUACIONES (COSTO HISTORICO ANTES DE REEXPRESIONES O REVALUACIONES)	0,82 %	1,44 %	1,15 %	0,63 %	0,45 %	515, 11	149,9 9%	261, 43	30,4 5%	0	0%	- 177, 29	- 16 %
3 7 3	MUEBLES Y ENSERES	0,25 %	2,02 %	3,22 %	1,78 %	1,27 %	1102	1075, 75%	1945 ,56	161, 53%	0	0%	- 498, 1	- 16 %
3 7 4	EQUIPO DE COMPUTACION Y SOFTWARE	2,16 %	1,68 %	2,06 %	4,11 %	1,67 %	100	11,11 %	1014 ,24	101, 42%	5253 ,51	261 %	- 3779 ,02	- 52 %
3 7 5	VEHICULOS EQUIPOS DE TRANSPORTE Y EQUIPO CAMINERO MOVIL	19,1 7%	10,7 5%	14,8 4%	11,9 8%	15,8 8%	- 1600	- 20,00 %	8100	126, 56%	6657 ,72	46 %	1197 5,57	57 %
3 8 4	DEL COSTO HISTORICO ANTES DE REEXPRESIONES O REVALUACIONES	0,00 %	0,00 %	2,00 %	5,33 %	0,00 %	0	0,00 %	1956 ,6	0,00 %	7461 ,06	381 %	- 9417 ,66	- 100 %
3 8 8	MARCAS, PATENTES, LICENCIAS Y OTROS SIMILARES	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,12 %	0,10 %	0	0,00 %	0	0,00 %	208	0%	-5	- 2%
3 9 1	OTROS ACTIVOS INTANGIBLES	0,72 %	1,17 %	0,92 %	0,00 %	0,00 %	395, 44	131,8 1%	204, 6	29,4 2%	- 900, 04	- 100 %	0	0%
3 9 2	AMORTIZACION ACUMULADA ACTIVOS INTANGIBLES	0,00 %	0,00 %	0,30 %	0,00 %	0,00 %	0	0,00 %	289, 15	0,00 %	- 285, 67	- 99 %	-3,48	- 100 %
4 4 9	TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	23,1 2%	17,0 6%	24,4 9%	23,9 6%	19,3 7%	512, 55	5,31 %	1377 1,58	135, 57%	1839 4,58	77 %	- 1904 ,98	- 5%
4 9 9	TOTAL ACTIVO	100, 00%	100, 00%	100, 00%	100, 00%	100, 00%	1781 4,87	42,70 %	3816 7,89	64,1 1%	7892 2,89	81 %	3200 2,8	18 %

CONTINÚA



PASIVO														
5	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR COMERCIALES CORRIENTE NO	32,	51,	49,	31,	31,	167	121	182	59,8	685	14	102	18
1	RELACIONADOS LOCALES	97	22	90	48	57	39	,68	57,	7%	6,3	%	51,	%
3		%	%	%	%	%		%	2		7		9	
5	OTROS DOCUMENTOS POR PAGAR CORRIENTES A ACCIONISTAS, SOCIOS,	28,	40,	47,	21,	17,	119	100	224	93,7	-	-	-	-
1	PARTICIPES, BENEFICIARIOS U OTROS TITULARES DE DERECHOS	68	23	51	59	97	89,3	,20	61,	7%	827	18	656	2%
5	REPRESENTATIVOS DE CAPITAL LOCALE	%	%	%	%	%	6	%	42		5,1	%	,21	
5	OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS CORRIENTE LOCALES	35,	6,8	0,0	15,	16,	-	-	-	-	272	0	632	23
2	RELACIONADAS	95	6%	0%	40	07	109	72,	408	100,	03,	%	0,8	%
3		%			%	%	13,4	76	6,5	00	99		1	
							9	%	1	%				
5	OBLIGACIONES IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR DEL EJERCICIO CORRIENTE	0,0	0,0	0,1	0,7	0,0	0	0,0	143	0,00	121	84	-	-
3		0%	0%	5%	7%	0%		0%	,42	%	2,7	6	135	100
2											5	%	6,1	%
													7	
5	OBLIGACIONES PARTICIPACION TRABAJADORES POR PAGAR DEL EJERCICIO	0,0	0,0	0,0	0,1	10,	0	0,0	0	0,00	206	0	209	101
3	CORRIENTE	0%	0%	0%	2%	12		0%		%	,73	%	16,	18
3					%								17	%
5	OBLIGACIONES CON EL IESS	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0	0,0	0	0,00	424	0	-	-
3		0%	0%	0%	4%	0%		0%		%	,76	%	424	100
4													,76	%
5	OTROS PASIVOS POR BENEFICIOS A EMPLEADOS	0,0	0,0	0,0	2,3	0,0	0	0,0	0	0,00	412	0	-	-
3		0%	0%	0%	4%	0%		0%		%	4,9	%	412	100
6											2		4,9	%
													2	
5	OTROS PASIVOS CORRIENTES OTROS	0,0	0,0	0,9	4,0	4,0	0	0,0	883	0,00	625	70	123	17
4		0%	0%	0%	4%	1%		0%	,89	%	4,5	8	6,0	%
9												%	5	
5	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	97,	98,	98,	75,	79,	178	43,	376	64,3	380	40	321	24
5		60	32	46	98	74	14,8	75	59,	4%	08,	%	62,	%
0		%	%	%	%	%	7	%	42		92		87	
5	TOTAL PASIVOS	97,	98,	98,	75,	79,	178	43,	376	64,3	380	40	321	24
9		60	32	46	98	74	14,8	75	59,	4%	08,	%	62,	%
9		%	%	%	%	%	7	%	42		92		87	
PATRIMONIO														
6	CAPITAL SUSCRITO Y/O ASIGNADO	2,4	1,6	1,0	23,	19,	0	0,0	0	0,00	400	40	0	0%
0		0%	8%	2%	21	65		0%		%	00	00	0	0%
1					%	%						%		
6	RESERVA LEGAL	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0	0,00	91,	0	0	0%
0		0%	0%	0%	5%	4%		0%		%	37	%		
4														

CONTINÚA 

<b>61</b>	<b>UTILIDAD NO DISTRIBUIDA EJERCICIOS</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,29%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>508,7</b>	<b>0%</b>	<b>-508,7</b>	<b>-</b>
<b>1</b>	<b>ANTERIORES</b>							<b>%</b>		<b>%</b>				<b>100</b>
<b>61</b>	UTILIDAD DEL EJERCICIO PATRIMONIO	0,00%	0,00%	0,52%	0,47%	0,56%	0	0,00	508,47	0,00	313,9	62%	348,63	42%
<b>4</b>								<b>%</b>		<b>%</b>				
<b>69</b>	TOTAL PATRIMONIO	2,40%	1,68%	1,54%	24,02	20,26	0	0,00	508,47	50,85	40913,9	2712	-160,07	0%
<b>8</b>					<b>%</b>	<b>%</b>		<b>%</b>		<b>%</b>	<b>7</b>	<b>%</b>		
<b>69</b>	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	197,60	198,32	198,46	175,98	179,74	35629,	43,22	75827,	64,22	116931,	60%	64165,	21%
<b>9</b>		<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>74</b>	<b>%</b>	<b>31</b>	<b>%</b>	<b>81</b>		<b>67</b>	

Fuente: Autores en base a la información de Superintendencia de compañías valores y seguro (SCVS, 2017)

**FABRICA DE SOMBREROS EL CÓNDROR S.A**  
**ESTADO DE RESULTADOS**

**Tabla 11**

*Análisis horizontal y vertical ER - Fábrica de Sombreros el Cóndor S.A*

		ANALISIS HORIZONTAL												
		ANALISIS VERTICAL					2013-2014		2014-2015		2015-2016		2016-2017	
CO DI GO	CUENTA	20 13	20 14	20 15	20 16	20 17	Variaci ón absolut a	Variac ión relativ a	Variaci ón absolut a	Variac ión relativ a	Variaci ón absolu ta	Variac ión relativ a	Variaci ón absolu ta	Variac ión relativ a
<b>60 01</b>	VENTAS NETAS LOCALES DE BIENES GRAVADAS CON TARIFA DIFERENTE DE 0% DE IVA	10 0,0 0%	10 0,0 0%	99, 99 %	93, 91 %	91, 33 %	11.495, 89	32,05 %	12.836, 19	27,10 %	118.16 3,29	196%	65.393, 63	37%
<b>60 03</b>	VENTAS NETAS LOCALES GRAVADAS CON TARIFA CERO O EXENTAS DE IVA	0,0 0%	0,0 0%	0,0 1%	6,0 9%	8,6 7%	-	0,00%	5,22	0,00%	11.570, 10	9%	11.570, 10	100%
<b>69 99</b>	TOTAL INGRESOS POR VENTAS	10 0,0 0%	10 0,0 0%	10 0,0 0%	10 0,0 0%	10 0,0 0%	11.495, 89	32,05 %	12.841, 41	27,11 %	129.73 3,39	215%	76.963, 73	41%
<b>70 16</b>	COSTO COMPRAS LOCALES NETAS MATERIA PRIMA	0,0 0%	0,0 0%	20, 91 %	14, 99 %	8,3 7%	-	0,00%	12.589, 88	0,00%	15.873, 45	126%	(6.119, 78)	-22%
<b>70 22</b>	COSTO INVENTARIO FINAL MATERIA PRIMA	7,6 9%	12, 32 %	5,9 4%	4,9 4%	2,8 3%	3.080,8 9	111,77 %	- 2.263,0 0	- 38,77 %	5.800,1 1	162%	(1.828, 11)	-20%
<b>70 28</b>	COSTO INVENTARIO FINAL PRODUCTOS EN PROCESO	9,3 3%	5,3 6%	2,4 2%	2,0 3%	2,3 4%	- 810,11	- 24,21 %	- 1.082,1 1	- 42,66 %	2.394,0 0	165%	2.394,0 0	62%
<b>70 34</b>	COSTO INVENTARIO FINAL PRODUCTOS TERMINADOS	6,5 4%	5,1 9%	5,5 7%	8,4 0%	10, 69 %	112,33	4,79%	897,34	36,53 %	12.594, 55	376%	12.594, 55	79%
<b>70 40</b>	COSTO SUELDOS SALARIOS Y DEMAS REMUNERACIONES QUE CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	0,0 0%	0,0 0%	13, 49 %	12, 61 %	14, 90 %	-	0,00%	8.122,9 3	0,00%	15.825, 40	195%	15.825, 40	66%
<b>70 43</b>	COSTO BENEFICIOS SOCIALES INDEMICACIONES Y OTRAS REMUNERACIONES QUE NO CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	0,0 0%	3,0 7%	10, 12 %	8,6 3%	21, 30 %	1.453,5 5	0,00%	4.641,6 6	319,33 %	10.289, 33	169%	40.462, 96	247%

CONTINÚA



<b>70</b> <b>46</b>	COSTO APORTE A LA SEGURIDAD SOCIAL INCLUYE FONDO DE RESERVA	0,0 0%	5,9 9%	11, 84 %	17, 92 %	8,5 6%	2.837,44	0,0 0%	4.288,79	151, 15%	26.901, 66	37 8%	(11.18 0,34)	- 33 %
<b>70</b> <b>55</b>	COSTO PROVISIONES PARA JUBILACION PATRONAL	0,0 0%	0,0 0%	3,9 9%	6,6 3%	8,5 4%	-	0,0 0%	2.400,00	0,00 %	10.194, 44	42 5%	10.19 4,44	81 %
<b>79</b> <b>91</b>	TOTAL COSTOS	23, 55 %	31, 93 %	74, 27 %	76, 12 %	77, 53 %	6.674,10	79, 01 %	29.595,49	195, 72%	99.872, 94	22 3%	62.34 3,12	43 %
<b>70</b> <b>41</b>	GASTO SUELDOS SALARIOS Y DEMAS REMUNERACIONES QUE CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	11, 38 %	8,6 1%	1,6 6%	7,1 9%	5,4 5%	-	0,0 0%	3.080,00	- 75,4 9%	- 12.651, 89	12 65 %	893,6 6	7 %
<b>70</b> <b>44</b>	GASTO BENEFICIOS SOCIALES INDEMIZACIONES Y OTRAS REMUNERACIONES QUE NO CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,7 8%	1,1 1%	-	0,0 0%	-	0,00 %	1.481, 42	0%	1.481, 42	10 0 %
<b>70</b> <b>47</b>	GASTO APORTE A LA SEGURIDAD SOCIAL INCLUYE FONDO DE RESERVA	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,8 6%	1,2 3%	-	0,0 0%	-	0,00 %	1.638, 00	0%	1.638, 00	10 0 %
<b>70</b> <b>50</b>	GASTO HONORARIOS PROFESIONALES Y DIETAS	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,8 7%	1,2 4%	-	0,0 0%	-	0,00 %	1.657, 40	0%	1.657, 40	10 0 %
<b>70</b> <b>68</b>	GASTO DEPRECIACION NO ACELERADA DE PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	0,0 0%	3,3 8%	3,2 5%	1,4 3%	1,3 1%	1.600,00	0,0 0%	356,60	22,2 9%	766,64	39 %	766,6 4	28 %
<b>70</b> <b>95</b>	GASTO AMORTIZACIONES DEL COSTO HISTORICO DE ACTIVOS INTANGIBLES	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	-	0,0 0%	-	0,00 %	3,48	0%	3,48	10 0 %
<b>71</b> <b>10</b>	GASTO AMORTIZACIONES OTRAS AMORTIZACIONES	0,0 0%	0,0 0%	0,4 8%	0,0 0%	0,0 0%	-	0,0 0%	289,15	0,00 %	289,15	10 0%	-	0 %
<b>71</b> <b>73</b>	GASTO PROMOCION Y PUBLICIDAD	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,0 3%	0,0 4%	-	0,0 0%	-	0,00 %	53,00	0%	53,00	10 0 %
<b>71</b> <b>76</b>	GASTO TRANSPORTE	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	4,6 1%	2,8 5%	-	0,0 0%	-	0,00 %	8.750, 00	0%	(1.150 ,00)	- 13 %
<b>71</b> <b>79</b>	GASTO COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	3,3 5%	3,3 1%	2,1 9%	1,7 8%	2,0 4%	366,44	30, 54 %	- 250,42	- 15,9 9%	- 2.070, 17	15 7%	2.070, 17	61 %
<b>71</b> <b>82</b>	GASTOS DE VIAJE	41, 70 %	34, 78 %	0,0 0%	1,2 5%	1,7 8%	1.515,89	10, 13 %	- 16.474,44	- 100, 00%	- 2.373, 43	0%	2.373, 43	10 0 %

CONTINÚA



<b>71</b>	GASTOS DE GESTION	0,0	0,00	0,0	0,4	0,7		0,00		0,00		0%	10
<b>85</b>		0%	%	0%	9%	0%	-	%	-	%	938,46	938,46	0%
<b>71</b>	GASTO ARRENDAMIENTO DE INMUEBLES	5,0	5,07	2,9	0,6	0,2		33,3		-		-	-
<b>88</b>		2%	%	9%	3%	2%	600,00	3%	600,00	25,0	600,00	33	(600,00
									0%	0%		%	)
<b>71</b>	GASTO SUMINISTROS Y MATERIALES	0,0	0,00	0,7	0,6	0,7		0,00		0,00		169	63
<b>91</b>		0%	%	6%	5%	5%	-	%	456,19	%	771,73	%	771,73
<b>71</b>	GASTO MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	1,0	3,51	2,6	0,3	0,0		365,		-		-	-
<b>97</b>		0%	%	9%	2%	0%	1.307,11	57%	42,75	2,57	1.021,4	63	(600,45
									%	%	6	%	)
<b>72</b>	GASTO IMPUESTOS CONTRIBUCIONES Y	0,0	0,00	0,0	0,1	0,2		0,00		0,00		0%	10
<b>09</b>	OTROS	0%	%	0%	9%	7%	-	%	-	%	360,81	360,81	0%
<b>72</b>	GASTO SERVICIOS PUBLICOS	0,0	0,00	0,1	0,6	0,9		0,00		0,00		143	93
<b>42</b>		0%	%	4%	8%	4%	-	%	84,23	%	1.205,7	2%	1.205,7
											6	6	%
<b>72</b>	GASTO OTROS GASTOS	13,	12,3	10,	0,2	0,0		23,3		4,51		-	-
<b>48</b>		26	9%	19	1%	0%	1.111,00	6%	264,48	%	5.741,1	94	(390,93
		%		%							0	%	)
<b>72</b>	GASTO INTERESES CON INSTITUCIONES	0,0	0,00	0,3	1,1	1,6		0,00		0,00		114	92
<b>81</b>	FINANCIERAS NO RELACIONADAS LOCAL	0%	%	0%	8%	1%	-	%	179,92	%	2.063,6	7%	2.063,6
											7	7	%
<b>79</b>	TOTAL GASTOS	75,	71,0	24,	23,	21,		23,9		-		196	31
<b>92</b>		70	5%	64	15	55	6.500,44	4%	18.817,04	55,9	29.134,	%	13.536,
		%		%	%	%			1%	15		25	%
<b>79</b>	TOTAL COSTOS Y GASTOS	99,	102,	98,	99,	99,		37,0		22,1		217	40
<b>99</b>		25	98%	92	27	08	13.174,54	1%	10.778,45	0%	129.007	%	75.879,
		%		%	%	%					,09	37	%
<b>80</b>	UTILIDAD DEL EJERCICIO	0,7	-	1,0	0,7	0,9		-		-		111	79
<b>1</b>		5%	2,98	8%	3%	2%	1.678,65	627,	2.062,96	146,	726,30	%	1.084,3
		%						35%		20%		6	%

Fuente: Autores en base a la información de Superintendencia de compañías valores y seguro (SCVS, 2017)

## **4.2 Resultados de análisis horizontal y vertical.**

### **REGALHATS IMPORTACIÓN EXPORTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN CIA. LTDA. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**

#### **Análisis horizontal 2012-2013**

La cuenta N° 325 denominada “otras cuentas y documentos por cobrar corriente no relacionados locales” tiene un incremento del 10.346,21% lo cual presenta que la empresa buscó otorgar créditos a clientes no relacionados, ya que busca expandir su clientela, por esa razón se identifica que la cuenta N°315 denominada “cuentas y documentos por cobrar clientes no relacionados locales” solo incrementa en un 15,32%, pero esa cantidad representa un crecimiento de \$ 10.770,39; lo cual es un valor mayor a la cuenta N° 325 que creció en \$ 3.002,47.

Notamos que la cuenta N° 339 denominada “mercaderías en tránsito” disminuye en un 37,90% que representa un valor monetario de \$ 75.590,67; lo cual se produce por la mercadería que ya llegó a bodega y consta físicamente, de tal forma que se lo puede vender y ya no genera costos, obteniendo ganancias.

Dentro de la cuenta N° 359 llamada “otros pagados por anticipado” tenemos un incremento del 100% por un valor de \$ 18.940,30; resultado de los pagos adelantados los cuales se realizan para así desligarse de deudas no frecuentes en la empresa; en relación observamos la disminución de la cuenta N° 521 denominada “otras cuentas y documentos por pagar corriente no relacionados locales” la cual disminuye en un 51,10% representando un valor de \$ 65.935,01.

Se busca un financiamiento externo de corto plazo como se evidencia en la cuenta N° 525 denominada “obligaciones con instituciones financieras corriente no relacionada locales” en un

valor de \$ 90.000,00; la cual permitió obtener una mayor cantidad de inventario, que servirán para pagar esa misma deuda al igual que otras.

Las cuentas: N° 534 denominada “obligaciones con el IESS”, N° 536 llamada “otros pasivos por beneficios a empleados” y N° 544 denominada “otros pasivos corrientes relacionados a empleados y partes relacionadas”; crecen en 238,02%, 334,09% y 442% respectivamente, lo que se presume tuvo su razón en una forma de obtener liquidez, generando una mala imagen de la empresa además de un descontento en los trabajadores.

La cuenta N° 557 denominada “otros documentos por pagar no corrientes a accionistas, socios, participes, beneficiarios u otros titulares de derechos representativos de capital local” disminuye en \$ 121.254,29; notamos que la parte hacia los accionistas y socios de la deuda prestada hacia la empresa es pagada, de tal forma se genera un contento entre socios al igual que una buena imagen inclusive para la atracción de inversión futura.

### **Análisis horizontal 2013-2014**

En primer lugar, dentro de los activos podemos notar que la cuenta N° 311 denominada “efectivo y equivalentes al efectivo” crece en un valor de \$ 33.209,93; que en valor porcentual representa un crecimiento de 274,30%, lo que produce que se obtenga un dinero ocioso, ya que solo se lo mantiene sin darle un uso.

La cuenta N° 359 denominada “otros pagados por anticipado” disminuye en 81,26% representando un valor de \$ 15.391,30; lo que se toma como un plan el cual los anteriores años se pagó anticipadamente para así generar una buena imagen de la empresa como deudora, una vez generada la buena imagen se opta por no incrementar los pagados por anticipado y ese dinero direccionarlos hacia otras inversiones.

Observamos que dentro de los pasivos la cuenta N° 515 denominada “otros documentos por pagar corrientes a accionistas, socios, participes, beneficiarios u otros titulares de derechos representativos de capital locales” se incrementa desde cero a un total de \$ 40.000,00; siendo este préstamo corriente útil para cubrir gastos inmersos en el año cubriéndolos con las ventas, y ya que los préstamos son por parte de socios y accionistas, se tiene un poder de negociación para establecer formas de pago convenientes

Consecuentemente la disminución total de la cuenta N° 525 llamada “obligaciones con instituciones financieras corriente no relacionados locales” que disminuye en su 100%, gracias a los documentos y cuentas por pagar generadas con socios además del incremento de la cuenta N° 521 denominada “otras cuentas y documentos por pagar corriente no relacionados locales”, cubriendo la deuda con instituciones financieras, generando deudas que pueden establecer mejores formas de pago.

Notamos que las obligaciones respecto a los empleados que son las cuentas N°534 denominada obligaciones con el IESS y la cuenta N° 536 con el nombre otro pasivo por beneficios a empleados disminuye en un 75,74% y 13,91% respectivamente lo cual es correcto ya que genera confianza hacia los empleados, los cuales tendrán motivaciones para trabajar.

La empresa busca mitigar riesgos, los cuales se incrementaron en años anteriores por esa razón incrementa las cuentas: N° 544 denominada “otras provisiones corrientes” en un 108%, N°573 llamada provisiones para jubilación patronal en un 53,68% y la N°574 con el nombre de provisiones para desahucio en un 71,77%.

### **Análisis horizontal 2014-2015**

La cuenta N°311 denominada “efectivo y equivalentes al efectivo” disminuye en un 59,80% con un valor de \$ 27.101,57; para así no tener un exceso de liquidez, que es igual a un dinero ocioso, logrando destinar el dinero a otras operaciones las cuales beneficien a la empresa, y no generen una falta de liquidez gracias a la cuenta N°315 denominada “cuentas y documentos por cobrar clientes no relacionados locales” que disminuye en un 20,11% que en valor monetario es \$ 31.312,87; que representa el cobro que se realizó, generando mayor efectivo y liquidez.

Dentro de la cuenta N°342 “inventario de productos terminados y mercadería en almacén (excluyendo obras/inmuebles terminados para la venta)” notamos un crecimiento del 582,51% que es un valor de \$235.137,98; que determina el producto que ya está listo para la venta, y en años siguientes disminuye, cumpliendo su rotación brindando como resultado un mayor valor de ventas.

Notamos que dentro de la cuenta N°359 denominada “otros pagados por anticipado” crece nuevamente en 273,88% en un valor de \$ 9.720,00; como en años anteriores se establece con una buena imagen empresarial de pronto pago, para así generar confianza además de convenios para beneficios por pronto pago

La empresa busca diversificar sus fuentes de financiamiento lo cual se refleja en la cuenta N°521 denominada “otras cuentas y documentos por pagar corrientes no relacionados locales” que disminuye en 97,02% con un valor de \$ 80.292,24; provenientes de una deuda anterior.

Se buscó volver a incrementar el financiamiento de la cuenta N°525 con el nombre de obligaciones con instituciones financieras corriente no relacionadas locales en un valor de \$ 2.744,27; al igual que un financiamiento por parte de los socios en la cuenta N°557 denominada otros documentos por pagar no corrientes a accionistas, socios, participes, beneficiarios u otros

titulares de derechos representativos de capital local que crece en un 150,50% que es un valor de crecimiento de \$ 115.000,00.

Lo que nos hace pensar que la política en la empresa es buscar fuentes de financiamiento, sin encadenar otras anteriores y con las nuevas cubrirlos, obteniendo un residuo el cual funciona para propósitos de cumplimiento de objetivos iniciales de la deuda, generando imágenes de pronto pago.

### **Análisis horizontal 2015-2016**

Al revisar los estados financieros podemos notar el alza de la cuenta N°364 correspondiente a “Edificios y otros inmuebles excepto terrenos antes de re expresiones y revaluaciones” en un 294% que en valor absoluto representa \$ 155.000,76; sustentando esa inversión con el alza de la cuenta N° 525 denominada “obligaciones con instituciones financieras corriente no relacionados locales” en un 3.592% que en valor representa \$98.562,88.

Lo que nos presenta una inversión la cual se buscó realizar para lograr así la expansión de la compañía tanto en locales de venta como en capacidad de producción, generando así un crecimiento para lograr una mayor cantidad de ventas, lo cual es correcto, aunque, existen métodos de financiamiento que pueden ser menos costosos como buscar financiamiento por medio de la bolsa de valores, y se debe encontrar un punto medio entre financiamiento externo e interno.

En la cuenta N° 311 denominada “efectivo y equivalentes de efectivo” notamos un incremento de 173% lo que representa un valor de \$31.469,00; lo cual es resultado de la inversión realizada además de inversiones las cuales se realizaron con anterioridad.

Al mismo tiempo se nota un incremento de la cuenta N° 317 denominada “deterioro acumulado del valor de cuentas y documentos por cobrar comerciales por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)” en un valor de \$ 1.255,96; siendo un 79% de incremento, notando que las políticas de cobro y crédito deben reformarse para lograr así que se obtenga una cantidad menor de clientes morosos.

Notamos un incremento en la cuenta N° 601 denominada “capital suscrito y/o asignado” en un 13.125% que es un valor de \$ 52.500 en crecimiento lo cual es producido por el aporte de los socios, lo cual verificamos en la cuenta N° 603 “aportes de socios o acción futura capital” que disminuyo en 100% en un valor de \$ 52.500,00; lo cual se realizó para las inversiones que desea hacer la compañía, el cual es un financiamiento interno, aportando a una disminución de la deuda externa, además de generar una atracción hacia el cliente externo por una buena imagen e instituciones de financiamiento.

También se puede notar que la cuenta N° 544 denominada “Otras provisiones corrientes” disminuye en 95% con un valor de \$ 6.116,53; lo cual es una decisión que se toma para incrementar la inversión, pero se sacrifica la seguridad y prevención de riesgos en los cuales están inmersos la empresa, los cuales, si se cumplieran, se convertirían en un gran problema difícil de solucionar.

### **Análisis horizontal 2016-2017**

Observando la cuenta N° 343 denominada “inventario de suministros, herramientas, repuestos y materiales (no para la construcción)” y la cuenta N° 359 denominada “Otros pagados por anticipado” notamos un crecimiento de 145% que es en valor \$ 15.308,71 y 100% que representa \$ 8.498,12; respectivamente, lo que gracias a anteriores inversiones que generaron un incremento en el efectivo se puede obtener suministros para fallas mecánicas u otras que puedan

causar la detención de la producción, generando pérdidas y mayores costos, por lo que buscan mitigar dichos riesgos, además que realizan pagos por anticipados generando así una mejor imagen y mayor credibilidad crediticia.

El valor de la cuenta N° 339 denominada “Mercaderías en tránsito” disminuye en un valor de \$ 51.478,69; representando un 59% de disminución lo cual es beneficioso para la empresa ya que son mercaderías ya pagadas, que están llegando por lo tanto con una buena publicidad y una estrategia de venta, se logrará vender inmediatamente, además la cuenta N° 317 denominada “deterioro acumulado del valor de cuentas y documentos por cobrar comerciales por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)” notamos que aún existe un incremento de 54% que en valor monetario es \$1.545,82; pero comparando al anterior es menor el crecimiento por lo tanto se puede estar aplicando unas políticas de cobro y crédito más estrictas, que generan resultados positivos.

La cuenta N° 544 denominada “Otras provisiones corrientes” crece en un 558% que es un valor de \$ 1.840,84; lo cual es un valor que busca mitigar los riesgos, por lo que la compañía ya no corre el mismo riesgo que los dos anteriores años, dando como resultado una prevención a dichos riesgos, lo cual, ya no representaría un problema mayor a la compañía.

Al existir un incremento del capital notamos que es productiva la disminución de la cuenta N° 557 denominada “otros documentos por pagar no corrientes a accionistas, socios, participes, beneficiarios u otros titulares de derechos representativos de capital” en un 62% que representa un valor de \$ 100.000,00; ya que al existir una liquidez producida por una inversión anterior, se paga a los socios de la compañía generando así una mayor atracción por parte de nuevos socios y una mejor imagen a la empresa.

Podemos notar que las cuentas N° 364 denominada “edificios y otros inmuebles excepto terrenos (costo histórico antes de re expresiones o revaluaciones )”, N° 368 “maquinaria equipo, instalaciones y adecuaciones (costo histórico antes de re expresiones o revaluaciones)”, N° 373 “muebles y enseres”, N° 374 “equipos de computación y software”, no tienen ningún incremento, lo cual es lo correcto ya que no es necesario cada año generar un crecimiento o inversión para seguir creciendo, más bien por medio de planes estratégicos, se debe lograr un crecimiento rentable y sostenible.

Nota: se puede observar que en la variación 2015-2016 la utilidad disminuye en un 51% que es un valor de \$ 83.658,70; por la inversión que se realizó, pero notamos que en la variación de 2016-2017 creció en 105% dando un valor de crecimiento de \$86.288,21; lo cual es resultado de correctas decisiones de inversión las cuales están dando fruto, lo cual es una señal de incremento de utilidad en posteriores años.

### **Análisis vertical 2012 al 2017**

Notamos como dentro del año 2012 la cuenta N° 339 denominada “mercaderías en tránsito” influye en un 40,12%, siendo el año con mayor influencia de la cuenta continuándolo por el año 2013 que tiene una participación del 20,22% y en el 2014 una participación de 16,89%, siendo una de las cuentas más importantes notando si disminución con el pasar del tiempo.

Otra participación interesante es la cuenta N° 343 denominada “inventario de suministros, herramientas, repuestos y materiales (no para la construcción)” que tiene una participación de 29,42% en 2012, 36,67% en 2013 y 26,09% en 2014 que es un porcentaje de influencia alto, pero

dentro del siguiente año 2015 hacia adelante notamos su total disminución dando valores como 2,44% en 2015, 1,39% en 2016 y 3,42% en 2017.

Dentro de las cuentas con mayor importancia en los activos podemos encontrar la N° 315 denominada “cuentas y documentos por cobrar clientes no relacionados locales”, siendo un punto importante para centrarse, ya que estableciendo una buena política de cobro y analizando los clientes, se puede incrementar la rentabilidad de la compañía.

La cuenta N° 339 denominada “mercaderías en tránsito” en el año 2015 y 2016 representa un 12,58% y 11,44% del activo total el cual es un gran porcentaje, ya que es la mercadería comprada pero que aún no llega a la bodega, de tal manera que no se puede generar ventas, pero se nota que en el 2017 solo representa un 4,68% del activo, por lo tanto la mercadería ya está en bodega, por lo que logrando un pronóstico del mercado podemos obtener una gran ventaja, al ofertar una mayor cantidad de producto en el momento adecuado.

Otra cuenta que es muy importante dentro de los activos es la N° 342 denominada “inventario de productos terminados y mercadería en almacén (excluyendo obras/inmuebles terminados para la venta)” representando en 2015 el 34,95%, 2016 el 19,57% y en 2017 el 20,48%, por lo cual es importante establecer estrategias para lograr una óptima rotación de inventarios.

Podemos identificar que la compañía se centra en pasivos corrientes con un 39,94% en 2015, 35,10% en 2016 y 34,14% en 2017, lo cual busca obtener deuda de corto plazo, aplicando una estrategia financiera más agresiva ya que financia en un mayor porcentaje con pasivos corrientes, pero es importante notar que en el año 2015 se tiene en la cuenta N° 517 denominada “dividendos por pagar en efectivo” un 17,01% lo cual busca crear un financiamiento para su

inversión centrandose en los propios socios, mientras que en el 2016 se centra en la cuenta N° 525 denominada “obligaciones con instituciones financieras corriente no relacionadas locales” con un 13,34%, lo cual nos muestra cómo se optó por un financiamiento externo por medio de una institución financiera.

## **ESTADO DE RESULTADOS**

### **Análisis horizontal 2012-2013**

Se identifica que la cuenta N° 6.001 denominada “ventas netas locales de bienes gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA” crece en un 138% que representa un valor de \$ 925.882,60; que es beneficioso para la empresa ya que aumenta la utilidad siendo el resultado de acciones tomadas por la dirección que sirven como motivación del buen trabajo realizado, además de factores económicos externos que incluyeron que las ventas crecieran, como que el Ecuador se encuentre en una buena estabilidad económica dentro de esos años.

En conjunto con las ventas notamos una disminución de la cuenta N° 7.022 denominada “costo inventario final materia prima” en 200% con un valor de \$ 32.449,74; ya que se incrementó la cuenta N° 7.019 que tiene el nombre de “costo importaciones materia prima” en \$ 474.642,21 que en valor porcentual representa 86%, siendo razonable debido al incremento de las ventas generando utilidad y valor agregado.

La cuenta N° 7.190 denominada “costo suministros y materiales” crece en \$20.353,41; que es un valor de 349% el cual se puede considerar como un costo inicial que se realizó, para posteriormente disminuirlo mientras se realiza el giro de negocio y se lo da uso.

Notamos que la cantidad de otros costos que se tiene es grande ya que la cuenta N° 7.241 con el nombre “costos otros gastos” crece en un 250% con un valor de \$73.298,41; siendo el resultado del incremento de ventas, el cual recurre a otros costos no previstos.

De igual forma la influencia de las ventas afecta en otras cuentas de gasto ya que se incrementa como son las cuentas N° 7.041 con el nombre de “gasto sueldos salarios y demás remuneraciones” que constituyen materia gravada del IESS en un 200%, N° 7.044 denominada “gasto beneficios sociales indemnizaciones y otras remuneraciones que no constituyen materia gravada del IESS” en 207% y la cuenta N° 7.050 que tiene el nombre de gasto honorarios profesionales y dietas en 1.131%.

Debido a las ventas que se incrementaron en un 138% se nota que la cuenta N°7.209 “gasto impuestos contribuciones y otros” creció en 11.826% que es un valor de \$ 1.561,05; lo cual no representa una cantidad considerable, pero es notorio que en porcentaje de crecimiento tiene una gran diferencia en mayoría, siendo políticas del Ecuador los cuales pueden tomarse como riesgos externos.

#### **Análisis horizontal 2013-2014**

Se identifica que la cuenta N° 6.001 denominada “ventas netas locales de bienes gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA” crece en un 7% que representa un valor de \$ 106.393,45; lo que es un valor de crecimiento bajo en comparación a los años anteriores, lo cual se debe considerar, para incrementar así sea la cantidad de clientes o la fidelización de los mismos ya obtenidos.

Notamos que la cuenta N° 7.034 con el nombre “costo inventario final productos terminados” disminuye en 169% con un valor de \$ 130.585,06; debido a la rotación del inventario que se cumple, y ya que no se encuentra en poder de la empresa el producto, el costo disminuye.

Además, se identifica que la cuenta N° 7.043 que tiene el nombre de “costo beneficios sociales indemnizaciones y otras remuneraciones que no constituyen materia gravada del IESS” incrementa en un 391% ya que por motivos de capacidad de producción se ve la empresa en necesidad de utilizar personal externo, teniendo en cuenta el periodo de incremento de ventas que resulto en años anteriores.

Debido a la producción que aumento, se incrementa el talento humano, por tal razón la empresa toma seguridades hacia los mismos incrementando la cuenta N° 7.056 con el nombre “gasto provisiones para jubilación patronal” en \$ 488,76 y la cuenta N°7.059 que es “gasto provisiones para desahucio” en \$ 393,37.

Al igual que la cuenta N° 7.197 con el nombre de gasto mantenimiento y reparaciones crece en 379% con un valor de \$ 1.342,42; ya que la empresa desea verificar y actuar sobre el estado de su maquinaria para así en futuras ventas a gran escala, no se tenga ningún inconveniente, aprovechando que las ventas van creciendo, pero no en gran tamaño.

### **Análisis horizontal 2014-2015**

Al momento de revisar los años 2014 y 2015 notamos que la cuenta N° 6.001 denominada “ventas netas locales de bienes gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA” disminuye en 15% con un valor de \$ 254.866,36; el cual es producto de la situación del país que afecta a los clientes, por lo cual se debe tomar acciones, para incrementar dichas ventas

Debido a esa baja de las ventas notamos que el costo incrementa debido a la rotación que disminuye, lo cual no se considera hacia los proveedores, obteniendo mayor cantidad de inventario, como se evidencia en la cuenta N° 7.034 llamada “costo inventario final productos terminados”

que crece en 415% y la cuenta N° 7.022 denominada “costo inventario final materia prima” que crece en 141%.

Al disminuir las ventas el producto se queda dentro del almacén al igual que en bodega por tal razón se crea un deterioro del producto lo cual genera que se produzca una baja de inventario como se establece en la cuenta N° 7.901 denominada “baja de inventarios” que crece de un valor de \$ 0,00 a \$ 1.055,73.

### **Análisis horizontal 2015-2016**

En la cuenta N° 7.016 denominada “costo compras locales netas materia prima” notamos la disminución de un 78% representando un valor de \$ 38.916,84; los cuales, se pueden atribuir a la compra anterior de materia prima, producida por la inversión de años anteriores además que existía mercaderías en tránsito, que no constaban físicamente en bodega, pero ya que las mercaderías en tránsito disminuyeron, la materia prima incrementó sin generar un mayor costo.

Notamos que de igual forma la cuenta N° 7.034 denominada “costo inventario final productos terminados” disminuye en un 46% que representa un valor de \$126.900,80; el cual viene de la mano de lo anteriormente dicho, lo cual es beneficioso para la compañía, ya que se realiza una mayor oferta y venta de productos, pero con un costo menor, generando además una economía de escala.

La cuenta N° 7.058 denominada costo provisiones para desahucio obtiene una disminución de 70% que es un valor de \$ 1.268,48; lo cuales incrementan el riesgo de ocurrencia, el cual median una planificación se asume correr, para así generar mayor inversión, el cual si se lo plantea correctamente, se puede generar mayores beneficios para la compañía.

Nos percatamos de un incremento dentro de la cuenta N° 7.196 denominada “costo mantenimiento y reparaciones” con un 222% que en valores monetarios es \$9.037,94 y la cuenta N° 7067 denominada “costo depreciación no acelerada de propiedades planta y equipo” en un 185% lo cual representa un valor de \$ 1.953,40; los cuales se generan acorde a la inversión generada en propiedad planta y equipo para así crecer en ventas y producción, generando una mayor rentabilidad, la cual genera un mayor costo, pero recompensa en mayor rentabilidad, al igual que se puede percatar en la cuenta N°7179 denominada “gasto combustibles y lubricantes” con un incremento de 100% de un valor de \$ 47,81 y la cuenta N° 7.185 denominada “gastos de gestión” con un incremento de 139% que en valor es \$ 1.759,80; los cuales están inmersos en las inversiones que se realizan.

Debido a la inversión que se realizó podemos notar que se genera una disminución en los gastos, los cuales se centran para generar la mayor cantidad de inversión posible, y lo podemos notar en las cuentas: N° 7.056 denominada “gasto provisiones para jubilación patronal” con un 92% que es igual a \$ 1.911,19; N° 7.059 “gasto provisiones para desahucio” con un valor de \$ 1.020,76 que representa una disminución de 82% y la cuenta N° 7.182 denominada “gastos de viaje” con un 77% que es \$ 3.937,07.

Otro punto importante a notar es que la cuenta N° 7.281 denominada “gasto intereses con instituciones financieras no relacionadas locales” disminuye en un 77% lo cual representa \$ 3.066,45; de disminución, ya que a pesar de que se genera una mayor deuda podemos notar que los intereses con instituciones financieras disminuyen.

Este resultado puede ser debido a planes estratégicos de financiamiento los cuales están fuera de las instituciones financieras, por tal razón la cuenta N° 7.287 denominada “gasto intereses

pagados a terceros relacionados locales” incrementa en \$ 21.432,28; que es un incremento del 191%, ya que es el financiamiento que se obtuvo, ya que los intereses son menores que una institución financiera, buscando varias fuentes de financiamiento, además de varios beneficios que se pueden obtener, como un mayor plazo entre otros.

Un punto muy importante que se debe recalcar es que la cuenta N° 7.901 denominada baja de inventarios disminuye en 100%, lo que es beneficioso para la compañía ya que toda producción de inventario tiene un costo, el cual mientras no exista baja de inventarios, se logrará aprovechar al máximo, para así generar una mayor rentabilidad y recuperar los costos invertidos en dicho inventario.

#### **Análisis horizontal 2016-2017**

A primera vista podemos notar que la cuenta N° 7.016 denominada “costo compras locales netas materia prima” incrementa en un 225% lo cual es un valor de \$24.812,74; el cual se genera por la nueva inversión que se debe realizar, ya que compras anteriores de materia prima se hicieron efectivas en las ventas, por lo tanto, se cumple la rotación de los inventarios.

La cuenta N° 7.196 denominada “costo mantenimiento y reparaciones” disminuye en un 65% que es un valor de \$ 8.548,55; los cuales disminuyeron producto de que la inversión ya fue hecha durante los anteriores años que se realizó los mantenimientos y reparaciones, por tal razón notamos que los costos no se mantienen, pero los beneficios crecen.

Una vez asumido el riesgo en años anteriores, se nota que la compañía busca, mitigar dichos riesgos anteriores por tal razón, podemos notar en la cuenta N° 7.062 denominada gasto otros gastos por beneficios a los empleados un incremento del 126% que resulta un valor de \$1.295,34 y en la cuenta N° 7.056 denominada “gasto provisiones para jubilación patronal” la cual creció en un 220%

que es un valor de \$ 351,21; por lo tanto, estas medidas mitigan riesgos y generan confianza dentro de los empleados con lo cual se crea una motivación para que realicen su trabajo de manera eficiente.

Identificamos en la cuenta N° 7.179 denominada “gasto combustibles y lubricantes” que existe un crecimiento del 602% lo que representa un valor de crecimiento de \$ 287,62; los cuales no representan un gran gasto para la compañía, pero si un gran beneficio ya que además de generar producción se puede notar un incremento para solventar cualquier imprevisto, lo cual prevé cualquier problema, para así no disminuir la producción y ser efectivos.

Algo muy importante de identificar es el cambio que existe en la cuenta N° 7. 281 denominada “gasto intereses con instituciones financieras no relacionadas locales” ya que tiene un crecimiento del 488% el cual representa un valor de \$ 4.572,33; que viene de la mano de la disminución de la cuenta N° 7.287 denominada “gasto intereses pagados a terceros relacionados locales” que disminuye en \$ 16.566,32; que representa un 51% de disminución; comparando con los anteriores años, notamos el cambio que se busca realizar, de un financiamiento que antes no era por medio de instituciones financieras, ahora se busca por medio de las mismas, es congruente estas acciones, para mejorar la imagen de la compañía al igual que generar fuentes de financiamiento varias, de igual forma se realiza un análisis para establecer un financiamiento diferente, con otras políticas.

De esa forma se busca diversificar riesgos, al igual que se busca crear una deuda con partes relacionadas, las cuales se puede llegar a varios acuerdos, debido al histórico que puede tener la compañía con dichas fuentes de financiamiento, por esa razón podemos observar que la cuenta N° 7.293 denominada “gasto intereses pagados a terceros no relacionados locales” disminuye en un

100%, ya que la empresa busca tener deuda con partes en las cuales exista una “confianza” para así tener una buena comunicación y tener facilidad en generar convenios u otros.

Notamos de igual forma que la cuenta N° 801 denominada “utilidad del ejercicio” crece en un 102% por un valor de crecimiento de \$ 129.179,80; los cuales presentan una buena imagen de la compañía para futuras inversiones en la misma, al igual que financiamientos inmediatos por la buena imagen que presenta la empresa, siendo una empresa denominada como rentable.

### **Análisis vertical 2012 al 2017**

Entre las cuentas con mayor importancia tenemos la cuenta N° 7.019 denominada “costo importaciones materia prima”, ya que notamos que para el giro de negocio (fabricación de sombreros) se debe obtener varios materiales, los cuales muchos de ellos no lo produce el Ecuador, y los que se producen no son considerados de una buena calidad, el porcentaje de participación de esta cuentas en los diferentes años son: 2012 con 82,29%, 2013 un 64,30%, 2014 en 62,10%, 2015 un 32,85%, 2016 en 43,27% y 2017 con 41,12%, por lo tanto se debe considerar planes de acción para así obtener una materia de prima de igual o mejor calidad, pero a un menor costo.

Otro gran porcentaje de participación se encuentra en la cuenta N° 7.034 denominada costo inventario final productos terminados con un 21,18% en 2012, teniendo una variación en los años 2013 con una participación de 4,85% y 2014 con 3,12% continuando su importancia en 2015 con un 18,92%, 12,43% en 2016 y 11,17% en 2017, lo cual se presenta por la producción que tiene la compañía, pero se debe generar planes de corto, mediano y largo plazo para mejorar esos costos, generando así economías a escala que sean rentables.

Al analizar se identifica además que la cuenta N° 7.991 denominada “total costos” representa un 69.07% en 2015, 72,61% en 2016 y 68,47% en 2017, por esa razón en comparación con la cuenta N° 7.992 “total gastos” que representa 13,54% en 2015, 16,71% en 2016 y 12,93% en 2017, notamos que de forma lógica los costos influyen mayormente en el estado, por esa razón podemos afirmar que las recomendaciones y procesos a mejorar, se los debe aplicar en una gran parte a los costos, la cuenta N° 7.991.

## **YANAPI S.A.**

### **ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**

#### **Análisis horizontal 2012-2013**

Notamos dentro de la cuenta N° 311 denominada “efectivo y equivalentes al efectivo” tuvo un crecimiento del 54% representado por un valor de \$ 71.596,43; además de ventas generadas a crédito en exportaciones, evidenciada en la cuenta N° 313 “cuentas y documentos por cobrar clientes relacionados del exterior” que crece en un valor de \$213.338,82 al igual que la cuenta N° 322 llamada “otras cuentas y documentos por cobrar corriente relacionados locales” que crece en 184,42% incrementando la utilidad de la empresa, y con una buena política de cobro se puede aprovechar al máximo las cuentas y documentos por cobrar.

Identificamos la cuenta N° 339 denominada mercaderías en tránsito que disminuye en un 91,11% que es un valor de \$ 170.604,57 lo cual es producto de la mercadería anteriormente adquirida que con el pasar del tiempo se encuentra en bodega y pasa a ser inventario ya físico.

Otra cuenta la cual crece debido a la inversión es la cuenta N° 372 denominada construcciones en curso y otros activos en tránsito que crece en un valor de \$ 38.720,66; que en

valor porcentual es 48,65% para su futura utilización que ayudará a la empresa directa o indirectamente en su producción y venta.

Notamos que las fuentes de financiamiento del exterior disminuye debido al incremento de fuentes de financiamiento locales, esa disminución se evidencia en la cuenta N° 526 denominada “obligaciones con instituciones financieras corriente no relacionada del exterior” que disminuye en su totalidad y de igual forma una cuenta que disminuye es la N° 514 llamada “cuentas y documentos por pagar comerciales corriente no relacionados del exterior” en un valor porcentual de 58,25% representando un valor de \$ 44.833,05.

Las fuentes de financiamiento debido a su cambio buscado por locales en lugar de exterior se incrementan la cuenta N° 559 llamada “otras cuentas y documentos por pagar no corrientes relacionados locales” que crece en un 100,84% por un valor de \$ 50.421,31 al igual que la cuenta N° 565 denominada “obligaciones con instituciones financieras no relacionadas locales” en 78,02% que representa un valor de \$ 18.501,78.

#### **Análisis horizontal 2013-2014**

Nos percatamos el incremento de las ventas a crédito realizadas hacia clientes locales en la cuenta N° 315 denominada “cuentas y documentos por cobrar clientes no relacionados locales” que crece en un valor de \$ 169.215,01; generando beneficios para la empresa aunque se nota el incremento de la cuenta N° 317 “(-) deterioro acumulado del valor de cuentas y documentos por cobrar comerciales por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)” en un 34,33% con un valor de \$ 5.481,65; lo cual aclara que la política de crédito puede tener ciertos fallos.

Notamos que la cuenta N° 339 denominada mercaderías en tránsito disminuye en un 99,56% que es un valor de \$ 16.576,22; lo cual es producto de la mercadería anterior mente adquirida que con el pasar del tiempo se encuentra a bodega y pasa a ser inventario ya físico.

Las fuentes de financiamiento sufren un cambio ya que se busca obtenerlo de forma corriente por tal razón disminuye la cuenta N° 559 llamada “otras cuentas y documentos por pagar no corrientes relacionados locales” en 96,50% con un valor de \$96.909,01 y la cuenta N° 565 denominada “obligaciones con instituciones financieras no relacionadas locales en su totalidad”.

Notamos la disminución total de la cuenta N° 372 denominada “construcciones en curso y otros activos en tránsito” para así incrementar la cuenta N° 368 llamada “maquinaria equipo, instalaciones y adecuaciones (costo histórico antes de re expresiones o revaluaciones)” obteniendo un crecimiento del 46,72% con un valor de \$ 136.700,72; lo cual incrementara la capacidad de producción generando economías de escala disminuyendo costos.

### **Análisis horizontal 2014-2015**

Identificamos que la cuenta N° 311 denominada “efectivo y equivalentes al efectivo” disminuye en un 69,90% en un valor de \$ 94.003,63; debido a inversiones realizadas además que la cuenta N° 614 llamada “utilidad del ejercicio patrimonio” disminuye en 78,90% en un valor monetario de \$ 198.330,33; produciendo ajustes en la empresa debido a la baja en la utilidad.

Se observa que la cuenta N° 317 denominada “deterioro acumulado del valor de cuentas y documentos por cobrar comerciales por incobrabilidad (provisiones para créditos incobrables)” disminuye en un 4,92% que representa la aplicación de una política de crédito y cobro más estricta, brindando resultados iniciales.

Se nota que se buscó realizar una mayor cantidad de ventas, pero debido a la falta de fondos por parte de los clientes se opta por realizarlas a crédito observado así en la cuenta N° 325 llamada “otras cuentas y documentos por cobrar corriente no relacionados locales” que crece en un 1614,02% resultando un valor de crecimiento de \$ 123.456,45.

Notamos que la cuenta N° 339 denominada “mercaderías en tránsito” disminuye en su totalidad lo cual es producto de la mercadería que se encuentra ya en bodega, la cual se puede presentar para la venta, para en el próximo año volver a adquirir mercadería y esperar su llegada.

### **Análisis horizontal 2015-2016**

Al analizar las cuentas podemos notar que la cuenta N° 311 denominada “efectivo y equivalentes al efectivo” tuvo un crecimiento del 215% equivalente a \$ 87.225,60; lo cual se puede convertir en un exceso de liquidez, el cual pudo haberse invertido para generar un crecimiento en la empresa, o mejorar el proceso productivo para así minorar costos, entre otros.

Notamos un crecimiento de la cuenta N° 312 denominada “cuentas y documentos por cobrar clientes relacionados locales” de un 100% que representa un valor de \$5.511,79; además notamos que de la mano se presenta una disminución total de la cuenta N° 313 denominada “cuentas y documentos por cobrar clientes relacionados del exterior” en un valor de \$ 358.495,57; que representa un 100% de disminución lo cual es un valor monetario superior al crecimiento de la anterior cuenta.

Podemos asumir que se logró por un método de cobranza efectivo que permitió cobrar todos esos documentos y cuentas por cobrar a personas del exterior, de igual forma podemos asumir que no se logró realizar mayores ventas al exterior, pero si ventas nacionales, convirtiéndose en un

problema al momento de exportar el producto, el cual debe ser un tema para analizar, ya que solo se centra en clientes nacionales y cobranza de internacionales.

El crecimiento del 99% de la cuenta N° 316 denominada “cuentas y documentos por cobrar clientes no relacionados del exterior” que en valor monetario es \$ 381.514,52 nos hace pensar que la compañía se centra en ventas al exterior de clientes no relacionados, expandiendo su mercado, lo cual es productivo siempre y cuando no se descuide a los clientes relacionados, lo cual se presentó en la disminución de la cuenta N°313, de tal forma que siempre se debe buscar un equilibrio para así encontrar fidelización de clientes y una expansión del mercado internacional.

En lo anteriormente mencionado podemos establecer el centro de atención que se posiciona en los clientes internacionales no relacionados, generando un crecimiento en cuentas y documentos por cobrar, por tal razón se centra en el cobro del resto de cuentas para así sustentar el centro de atención, como lo es en la cuenta N° 325 denominada “Otras cuentas y documentos por cobrar corriente no relacionados locales” que disminuye en un 31% lo cual representa \$ 40.300,37.

La disminución del 100% de la cuenta N° 337 denominada “crédito tributario a favor del sujeto pasivo por renta”, nos presenta que, debido al exceso de liquidez, ya no se obtiene un crédito tributario, en su lugar se grava renta, lo cual por medio de inversiones podría llegar a obtenerse, generando así una inversión y menor pago de tributos, lo cual permitirá el crecimiento de la empresa.

El estado financiero nos presenta que la cuenta N° 339 denominada “mercaderías en tránsito” crece de un valor en cero a \$ 198.700,73; lo cual presenta una inversión de mercadería que no se encuentra en bodega, lo cual es beneficioso para la empresa notando el movimiento de

mercado en temporadas, generando una mayor oferta por la demanda que existe en dicha temporada, pero aun así la inversión se genera por mercadería que no se encuentra en bodega, la cual será solo para su posterior venta, mientras que una inversión en un largo plazo tanto en equipo, maquinaria, investigación y desarrollo (I+D), entre otros, se puede obtener beneficios futuros prolongados.

Al analizar los pasivos podemos observar el crecimiento de la cuenta N° 515 denominada “otros documentos por pagar corrientes a accionistas, socios, participes, beneficiarios u otros titulares de derechos representativos de capital locales” en un 1.395%, que representa un cantidad de \$ 115.498,71; los cuales son pagados a socios por el exceso de liquidez, las cuales son decisiones que pueden ser tomadas por la junta de accionistas, en su lugar se debería por medio de una análisis financiero presentar opciones de inversión para generar una mayor rentabilidad por parte de la compañía, generando dividendos para los accionistas pero además un crecimiento sostenible por inversiones y planes estratégicos.

De igual forma como se mencionó anteriormente la compañía tiene una cantidad a considerar de efectivo, el cual se puede generar inversión aunque una opción para emplear esa cantidad de efectivo es pagando deuda, lo cual es beneficioso para la compañía para así además de minorar la deuda o saldarla totalmente, generar una imagen de pronto pago generando confianza, se puede notar esta decisión tomada en las cuentas: N° 521 denominada “otras cuentas y documentos por pagar corriente no relacionados locales” que disminuye un 73% que en valor monetario es \$ 85.406,51 y N° 525 denominada “obligaciones con instituciones financieras corriente no relacionadas locales” la cual disminuye en un 100% representando un valor de \$ 640.586,18.

La compañía genera un pago de financiamiento anterior en las cuentas N° 521 y N° 525 a su vez se incursiona en nuevo financiamiento como se puede observar en la cuenta N° 526 denominada “obligaciones con instituciones financieras corriente no relacionada del exterior” ya dicha cuenta incrementa en un valor de \$ 618.536,41; partiendo de una cuenta con un valor de cero, lo que representa un pago de deuda, generando otra deuda la cual si no se establece medios de pago beneficiosos para la compañía, puede resultar en un problema a futuro.

Dentro de los pasivos también se puede notar que la cuenta N° 533 denominada “obligaciones participación trabajadores por pagar del ejercicio corriente” disminuye en un 43% que es un valor de \$ 15.975,91; que genera motivación hacia los trabajadores, pero se debe buscar un pago total de dichas obligaciones, ya que se generara una motivación máxima, generando así beneficios dentro de producción entre otros; al analizar la cuenta N° 536 denominada “otros pasivos por beneficios a empleados” se determina su crecimiento de 428% lo cual representa un valor de \$ 102.643,60; que en comparación con la cuenta anterior tiene un mayor crecimiento, lo que generara descontentos dentro de los trabajadores, lo cual también se presenta en problema en conjunto con el crecimiento de la cuenta N°534 denominada “obligaciones con el IESS” que crece en un 71% que es \$ 11.195,81 .

### **Análisis horizontal 2016-2017**

Se identifica que en la cuenta N° 311 denominada “efectivo y equivalentes al efectivo” incrementa en 104% por un valor de \$ 132.959,66; manteniendo el problema que se genera por fondos ociosos, los cuales superan al capital de trabajo de la empresa y deberían ser invertidos.

Notamos el cambio focalizado de los clientes relacionado hacia las ventas del exterior en la cuenta N° 313 “cuentas y documentos por cobrar clientes relacionados del exterior” que crece en

\$ 605.435,84 y disminuyendo en su totalidad las ventas a crédito locales en la cuenta N° 312 llamada “cuentas y documentos por cobrar clientes relacionados locales”.

Dentro de la cuenta N° 339 llamada “mercaderías en tránsito” existe una disminución de 97% que representa un valor de \$ 192.190,43; que se produce por el ciclo que cumple la mercadería en tránsito, hasta la llegada en su totalidad a bodega para tener su constancia física.

Al revisar la cuenta N° 372 denominada “construcciones en curso y otros activos en tránsito” notamos que tiene un incremento de \$ 6.620; producto de una inversión para incrementar la producción generando menos costos y mayor capacidad.

### **Análisis vertical 2012 al 2017**

Identificamos la importancia que tiene la cuenta N° 316 “cuentas y documentos por cobrar clientes no relacionados del exterior” ya que influye en: 2012 un 17,97%, en 2013 un 11,30%, en 2014 un 12,04%, 2015 un 13,34%, 2016 un 24,04% y 2017 un 10,33%, centrando la empresa en exportaciones con clientes nuevos para fidelizarlos.

En forma lógica otra gran influencia se forma en la cuenta N° 340 denominada “inventario de materia prima (no para la construcción)” que influye en: 14,99%; 17,73%; 20,47%; 15,45%; 12,59% y 13,82% respectivamente a partir del año 2012 hasta el año 2017; al igual que la cuenta N° 342 llamada “inventario de productos terminados y mercadería en almacén (excluyendo obras/inmuebles terminados para la venta)” que influye en 17,90%; 15,37%; 10,32%; 9,56%; 13,98% y 13,64% respectivamente desde el año 2012 hasta el 2017.

Dentro de las obligaciones más influyentes, se encuentra el financiamiento por medio de instituciones bancarias, como se observa en la cuenta N° 525 “obligaciones con instituciones

financieras corriente no relacionadas locales” que influye en un promedio de 25,12% dentro de los años 2012, 2013, 2014, 2015 y 2017; notando que en el año 2016 se obtiene financiamiento de instituciones financieras del exterior con la cuenta N° 526 obligaciones con instituciones financieras corriente no relacionadas del exterior que tiene su influencia en 19,40%

## **ESTADO DE RESULTADOS**

### **Análisis horizontal 2012-2013**

Dentro del periodo podemos observar que las ventas crecen en un 5,48% con un valor de \$ 203.235,81 en la cuenta N° 6.001 denominada “ventas netas locales de bienes gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA” que representa un 5,48% siendo un porcentaje de crecimiento bajo con diferencia del ingreso por intereses de instituciones en la cuenta N° 6.115 con el nombre de ingresos financieros interés con instituciones financieras no relacionadas locales además de la cuenta N° 6.093 llamada “otras rentas gravadas”.

La cuenta N° 7.016 denominada “costo de compras locales netas materia prima” disminuye en 85,65%, lo que representa una economía en escala, logrando así la venta del producto, por tal razón la cuenta N° 7.034 llamada costo inventario final productos terminados disminuye en 69,18%.

Al igual que las rentas financieras obtenidas se genera costos de dichos activos financieros los cuales se observa en la cuenta N° 7.113 denominada “activos financieros (reversión de provisiones para créditos incobrables)” que incrementa en 108,71% resultando un valor de \$ 2.932,48; que en comparación a los ingresos resulta menor, generando así un margen de ganancia.

Dentro de la cuenta N° 7.188 llamada “gasto arrendamiento de inmuebles” se incrementa en 295,84% que resulta un valor de \$ 10.650,39; por lo cual se debe plantear objetivos de inversión en edificios para disminuir dichos gastos e incrementar los activos de la empresa.

### **Análisis horizontal 2013-2014**

Observamos un 64.29% de disminución de la cuenta N° 6.001 denominada “ventas netas locales de bienes gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA” que en valor monetario representa \$ 2'514.826,15; por lo cual se debe tomar acciones para las ventas incrementarlas y no generar una pérdida.

A pesar de las ventas locales están disminuyendo se nota que se centra la atención de la empresa en la exportación del producto por tal razón la cuenta N° 6.009 “exportaciones netas de bienes” se incrementa en un valor de 2'989.159,77 lo cual recompensa las ventas locales disminuidas, aunque la atención debe ser centrada en las ventas nacionales e internacionales.

Debido a la exportación de productos se genera un incremento en el costo, representado en la cuenta N° 7.034 “costo inventario final productos terminados” la cual se incrementa en 858,11% que es un valor de \$ 268.934,41; resultando en relación a las exportaciones realizadas del producto beneficioso.

Otro rubro el cual procede de la exportación de producto es la cuenta N° 7.176 llamada “gasto transporte” la cual crece en 3.532,93% en un valor de \$ 144.208,78; además se tiene la cuenta N° 7.188 llamada “gasto arrendamiento de inmuebles” la cual se incrementa en 485,19% representado por un valor monetario de \$ 69.141,00; se debe suprimir por medio de una inversión para obtener un inmueble lo cual conste como activo dentro de la empresa.

### **Análisis horizontal 2014-2015**

Dentro de los periodos observamos que existe una disminución de la cuenta N°6.001 llamada “ventas netas locales de bienes gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA” que disminuye en un 7,61% lo cual representa un valor de \$ 106.264,62; pero se presenta un ingreso por parte del gobierno en la cuenta N° 6.039 denominada “ingresos devengados por subvenciones del gobierno y otras ayudas gubernamentales” la cual crece en \$ 108.374,22; presentando una ayuda por la disminución de las ventas.

Dentro de los costos se puede notar que la cuenta N° 7.040 “costo sueldos salarios y demás remuneraciones que constituyen materia gravada del IESS” disminuye en \$371.468,62; que representa un 50,33%, generando así pérdidas de talento humano además de una inseguridad generada hacia los trabajadores.

Notamos que a pesar que las ventas bajaron existe un incremento en la cuenta N°7.209 denominada gasto impuestos contribuciones en un valor de \$ 21.019; que en porcentaje representa un 101,75%, que es brindado por políticas gubernamentales, que la empresa dentro del país debe acatar, por lo que se debe planificar dichos rubros.

Dentro de los gastos podemos notar que se busca financiar la empresa, de tal forma que se incurre en riesgos al suprimir la cuenta N° 7.262 llamada “gasto provisiones para cuentas incobrables” la cual disminuye en su totalidad, lo que genera un riesgo que si llegara a ocurrir, puede complicar a la empresa.

### **Análisis horizontal 2015-2016**

Al revisar los periodos podemos notar que la tendencia a la baja de las ventas se mantiene como podemos observar en la cuenta N° 6.001 denominada “ventas netas locales de bienes

gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA” que disminuye en un 10% que representa un valor de \$ 123.598,68; por lo cual las acciones tomadas para el incremento de ventas deben ser reformadas.

De igual forma las subvenciones del gobierno disminuyen en su totalidad en la cuenta N° 6.039 “subvenciones del gobierno” y N° 6.133 perteneciente a “otros ingresos que no son operacionales”, aunque la cuenta N° 6.115 llamada “ingresos financieros interés con instituciones financieras no relacionadas locales” incremento en 85.571% que representa un valor de \$ 1.959,57; debido a inversiones financieras que dieron resultados.

Dentro de los costos podemos observar que se mantiene una tendencia a disminuir como se observa en la cuenta N° 7.040 llamada “costo sueldos salarios y demás remuneraciones que constituyen materia gravada del IESS” ya que disminuye en 68% que en valor monetario representa \$ 249.087,23; lo que es beneficioso para la empresa si tuviera un crecimiento de ventas, pero por medio de la disminución de costos se puede incrementar la rentabilidad para que la afectación no sea tan grande.

Además, se observa que dentro de los gastos se disminuye para no sentir el impacto total de la baja de ventas, como se presenta en la cuenta referente a gastos de honorarios la N° 7.050 para residentes y la cuenta N° 7.053 para los trabajadores de servicios ocasionales en un valor de \$ 116.943,56 y \$ 2.775,55 respectivamente.

### **Análisis horizontal 2016-2017**

Se debe notar que dentro del rango de años se presenta un incremento en las ventas lo cual es resultado de políticas y acciones tomadas en años anteriores, el porcentaje de incremento de la cuenta N° 6.001 denominada “ventas netas locales de bienes gravadas con tarifa diferente de 0%

de IVA” es del 6% dando como resultado un incremento en valor monetario de \$ 74.235,57; lo que resulta un crecimiento bajo, pero puede resultar como el comienzo del alza de las ventas.

De igual forma se genera un incremento en las exportaciones de productos lo cual se visualiza en la cuenta N° 6.009 denominada “exportaciones netas de bienes”, que tuvo un crecimiento de 15% representando un valor de \$ 456.714,38; lo que incrementa la utilidad, ayudando a focalizar las ventas nacionales, además que se incrementa la cuenta N° 6.093 “Otras rentas gravadas” en un valor de \$ 5.999,79; que es un crecimiento del 175%

Por tal incremento generado, se establece un alza en la cuenta N° 7.040 llamada “costo sueldos salarios y demás remuneraciones que constituyen materia gravada del IESS” en un valor de \$ 186.349,30; que es un 158%, además se identifica un incremento en la cuenta N° 7.113 denominada “activos financieros (reversión de provisiones para créditos incobrables)” de 231% que representa un valor de \$ 3.730.

Debido al incremento respecto de las ventas y los costos se identifica que se corre nuevamente el riesgo, al disminuir las cuentas de “provisiones para jubilación patronal” y “desahucio” con las cuentas N° 7.056 en un 85% y 7059 en un 91% respectivamente.

### **Análisis vertical 2012 al 2017**

Se puede identificar que la influencia mayor está dada por la cuenta de “ventas locales con tarifa diferente de cero” N° 6.001 en un 98,02% en 2012, 99,47 en 2013; pero se observa que a partir del año 2014 la empresa empieza a optar por ingresos de las ventas con tarifa diferente de cero y exportaciones en la cuenta N° 6.009 “exportaciones de bienes”, representando un 67,45% en 2014, 66,85% en 2015, 71,88% en 2016 y 73,32% en 2017.

Dentro de los costos notamos que en el año 2012 la mayor influencia está dada por la “compra local neta de materia prima” en la cuenta N° 7.016 con un 45,64%, para posteriormente centrarse en los costos en producción del producto, como puede observarse en la cuenta N° 7.022 denominada “costo inventario final materia prima” que influye en un 20,07% para continuar en años siguientes en porcentajes similares.

Al igual que la cuenta N° 7.040 denominada “costo sueldos salarios y demás remuneraciones que constituyen materia gravada del IESS”, que influye dentro de los costos, en un porcentaje el cual tiene su pico alto en el año 2014 con un 16,65%.

- **FABRICA SOMBREROS EL CONDOR.**

## **ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**

### **Análisis horizontal 2013-2014**

En este periodo resalta mucho el incremento de las cuentas y documentos por cobrar, como es la cuenta N° 312 llamada “cuentas y documentos por cobrar clientes relacionados locales” y la cuenta N° 315 denominada “cuentas y documentos por cobrar clientes no relacionados locales”, ya que se incrementan en un 8.763%, este nos indica que la empresa en su segundo año de operación tuvo un mayor enfoque en captar clientes mediante la otorgación de crédito.

Esta técnica es efectiva siempre y cuanto el plazo de días otorgados a los clientes es menor o igual al tiempo que nos otorga a nosotros nuestros proveedores, de igual manera resalta un incremento del 121,68% en la cuenta N° 513 denominada “cuentas y documentos por pagar comerciales corriente no relacionados locales” y 100,20% en la cuenta N°515 llamada “otros documentos por pagar corrientes a accionistas, socios, participes, beneficiarios u otros titulares de

derechos representativos de capital locales”, lo que quiere decir que la empresa además de aumentar el crédito otorgado también incrementa el crédito recibido.

### **Análisis horizontal 2014-2015**

Durante este periodo se puede notar que la empresa incrementa su flujo de efectivo en un 66,79% presentada en la cuenta N° 311 “efectivo y equivalentes al efectivo” cobrando su cartera de clientes, debido a políticas de cobro establecidas además de ventas a crédito otorgadas de manera adecuada.

Se realizan fuertes inversiones como se puede ver en la cuenta N° 375 correspondiente a “vehículos equipos de transporte y equipo caminero móvil”, ya que esta cuenta incrementa en un 126,56% evidenciando la necesidad de la empresa por expandir su red de comercialización.

De igual manera se puede observar como existe un fuerte incremento de \$ 22.461; en la cuenta N° 515 denominada “otros documentos por pagar corrientes a accionistas, socios, participes, beneficiarios u otros titulares de derechos representativos de capital locales”.

Esta fuerte cantidad de apalancamiento puede resultar conflictiva para la organización, si los fondos no son destinados a las inversiones correctas, además hay que tomar en cuenta los intereses a los que se puede incurrir.

### **Análisis horizontal 2015-2016**

Durante este periodo la empresa reduce la cantidad de efectivo evidenciado en la cuenta N° 311 “efectivo y equivalentes al efectivo” en un 82%, esta es una buena decisión financiera ya que ese dinero al permanecer sin uso es un recurso no rentable para la organización, es importante que

exista la constante circulación de efectivo para generar más inversión y a su vez mas rentabilidad e ingresos.

Otra decisión que se puede ver que tomo la empresa es aumentar el plazo de crédito otorgado a sus clientes, se lo puede apreciar en la cuenta N° 315 “cuentas y documentos por cobrar clientes no relacionados locales” que incrementa en \$ 31.212,63; que en valor porcentual representa un 238%, este es algo peligroso para la organización si no tiene un control eficaz sobre sus clientes y sobre su capacidad de pago.

Dentro de este periodo observamos que fue la recapitalización que tuvo, ya que incremento su capital suscrito la cuenta N° 601 en \$ 40.000 y contrajo obligaciones con instituciones financieras en \$ 27.203,99; como se evidencia en la cuenta N° 523, la empresa durante este año tuvo un mayor enfoque en aumentar su capital de trabajo y financiación, su inversión más representativa fue el incremento en materia prima, ya que incremento en \$ 68.339,63; con relación al 2015 en la cuenta N° 340 denominada inventario de materia prima.

### **Análisis horizontal 2016-2017**

Durante este año la empresa presenta grandes problemas, que podrán causar muchos inconvenientes a largo plazo, se puede ver como a pesar de tener durante el periodo anterior una cartera inflada, durante este año volvió a incrementarla, se puede visualizar como está creció en un 60% en la cuenta N° 340 denominada “inventario de materia prima”, otra cuenta que debería ser tratada urgentemente es el nivel de inventarios de materia prima con el que se maneja la empresa, ya que este supera en mucho al nivel de inventarios de producto terminado que es el que realmente influye al momento de la comercialización.

El exceso de inventarios generalmente lleva a márgenes de ganancias reducidas en muchas instancias. Las empresas normalmente terminan ofreciendo sus productos en exceso en oferta para inducir a los consumidores a comprarlos a un menor costo, también es común que las empresas suelen terminar vendiendo unidades adicionales de inventario a precios por debajo de los que pagaron por ellas, también otros problemas que conlleva el exceso de inventarios son los costos de almacenamiento y el nivel de desperdicios.

Otra cuenta que es importante resaltar es la N° 533 correspondiente a “obligaciones participación trabajadores por pagar del ejercicio corriente” ya que creció en un 10 118% producto del incremento que tuvo la utilidad de la empresa, generando confianza dentro del equipo de trabajo.

### **Análisis vertical 2013 – 2017**

Podemos establecer que la mayor influencia que tiene la empresa se encuentra en la cuenta N° 342 denominada “inventario de productos terminados y mercadería en almacén (excluyendo obras/inmuebles terminados para la venta)”, la cual tiene su participación en 2013 en 29,85%, 2014 en 27,64% y en 2015 un 44,71% para posteriormente en 2016 tener más influencia el inventario de materia prima en un 38,69% en 2016 y 24,76% en 2017 lo cual determina que el centro de atención debe estar dada por los inventarios, para disminuir su costo e incrementar su venta.

De igual forma se puede determinar que una gran influencia dentro del activo de la empresa, es dentro de la cuenta N° 375 denominada “vehículos equipos de transporte y equipo caminero

móvil” la cual presenta su influencia dentro de los años en 14,53% en promedio, que respecto a la influencia de los demás rubros es grande.

Dentro de los pasivos observamos que se centran en financiamiento locales tanto en socios como en comerciales corrientes, determinado así en la cuenta N° 513 llamada “cuentas y documentos por pagar comerciales corriente no relacionados locales” y la cuenta N° 515 denominada “otros documentos por pagar corrientes a accionistas, socios, participes, beneficiarios u otros titulares de derechos representativos de capital locales”, a excepción del año 2013 que buscaron un financiamiento en instituciones financieras representando un 35,95%

## **ESTADO DE RESULTADOS**

### **Análisis horizontal 2013-2014**

Durante este año las ventas tuvieron un incremento significativo, ya que aumentaron en un 32,05% en la cuenta N°6001 llamada “ventas netas locales de bienes gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA”, pero de la misma manera aumentaron sus costos y gastos de una manera muy significativa afectando el margen de utilidad.

Los costos en materia prima tuvieron mayor impacto que la variación de los costos de producto en proceso y producto terminado, ya que crecieron en un 111,77% evidenciado en la cuenta N° 7.022 llamada “costo inventario final materia prima”, esto se dio ya que durante este año la empresa tuvo mayor enfoque en la producción.

### **Análisis horizontal 2014-2015**

Durante este año se pudo seguir evidenciando un crecimiento en sus ventas, que puede ser dado por que la empresa empieza a posicionarse en el mercado local, durante este año la empresa aumenta sus ventas en un 27,10% en la cuenta N° 6001 llamada “ventas netas locales de bienes

gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA” notando un incremento que resulta beneficioso para la empresa.

Notamos el alza de la cuenta N° 7043 llamada “costo beneficios sociales indemnizaciones y otras remuneraciones que no constituyen materia gravada del IESS” en un 319,33% representando un valor de \$ 4.641, 66; producto del incremento en ventas, lo cual permite el pago de beneficios a trabajadores, generando un contento en los mismos.

Se presenta una disminución de la cuenta N° 7182 llamada “gastos de viaje”, que incrementa la utilidad, lo cual se debe a planes de viaje disminuidos debido a que se notó si fue necesario o no, estableciendo como un gasto a suprimir.

### **Análisis horizontal 2015-2016**

Durante este año la empresa retoma su modalidad de ventas bajo distribución, como se lo puede verificar en la cuenta N° 7182 “gastos de viaje” que es utilizada para sustentar los gastos de los vendedores, esta decisión se torna muy beneficiosa para la empresa, ya que logra incrementar sus ventas en un 196% pasando de \$ 60.199,63 durante el 2015 a \$ 178.362,92 en el 2016.

Es importante tomar en cuenta que la rentabilidad y crecimiento de una empresa además de depender de la correcta gestión de gastos empresariales, depende de la inversión dirigida a la fuerza de ventas, ya que esto puede incrementar la productividad de los empleados, y de esta manera es más fácil mejorar los ingresos.

### **Análisis horizontal 2016-2017**

El crecimiento de la empresa está evidenciado en este año, ya que esta vuelve a incrementar sus ventas. En este ciclo la empresa aumenta sus ventas en la cuenta N° 6.001 llamada “ventas netas locales de bienes gravadas con tarifa diferente de 0% de IVA” en \$65.393,63 es decir un 37%.

También se puede notar como no se tiene un manejo correcto de los costos y gastos, ya que, a pesar de incrementar sus ventas, la rentabilidad reflejada por las utilidades es casi nula ya que este año tan solo se generan \$ 2.462,55 de utilidad.

Entre las cuentas que generan mayor impacto en la reducción de utilidades es el gasto incurrido en la cuenta N° 7.179 denominada “gasto combustibles y lubricantes” que incrementa en un 61% subiendo a la par que la cuenta N° 7.182 llamada “Gastos de Viaje” en un 100%, esto puede ser un reflejo de los esfuerzos de la empresa por mejorar sus ventas incrementando la distribución de mercadería, esta estrategia es adecuada solo si se tiene un control riguroso sobre los gastos de transporte a los que incurre el traslado de mercadería.

También se puede observar cómo se han incrementado los sueldos y salarios en un 66% ya que durante este año la empresa se enfocó en aumentar sus ventas, incrementando su fuerza de ventas.

Los inventarios durante este año también crecieron, el inventario de producto terminado aumento en un 79%, lo que es peligroso si la empresa no tiene un correcto control de la rotación de su inventario.

### **Análisis vertical 2013 – 2017**

Tenemos dentro de las cuentas una influencia notoria la cual está centrada dentro de la cuenta N° 7.022 llamada “costo inventario final materia prima” la cual influye en un 7,69% en 2013, 12,32% en 2014, pasando su centro de atención a comprar la materia prima la cual está representada en la cuenta N° 7.016 denominada “costo compras locales netas materia prima” que influye en el 2015 en 20,91%, en 2016 un 14,99% bajando en 2017 ya que tiene una influencia del 8,37%.

Es importante notar que la mayor influencia lo tiene los gastos dentro de los años 2013 y 2014 debido a la cuenta N° 7.182 denominada “gastos de viaje” ya que en el año 2015 influye en 41,70%, en 2016 un 34,78% y en años posteriores se presencia la mayor influencia dentro de los costos, debido a la vista de viajes innecesarios que se costeaban, los cuales fueron disminuidos para generar una mayor utilidad.

### 4.3 Aplicación de indicadores financieros.

**Tabla 12**  
*Indicadores financieros*

2012							
NOMBRE	SISTEMA DUPONT			ROE	ROA	ENDEUDA MIENTO	PRUEBA ACIDA
	Margen Neto de Utilidades (Utilidad neta/Ventas)	Rotación de Activos (Ventas/Activo Total)	Apalancamiento Financiero (Activos/Patrimo nio)	(Beneficio neto después de impuesto/Pa trimonio)	(Beneficio obtenido por la empresa antes de intereses e impuesto/Activo)	(Pasivo/Activ o)	(Activo Corriente- Inventario) /Pasivo Corriente
YANAPI	0,025	1,473	2,272	8,37%	3,68%	\$ 0,71	0,893
REGAL HATS	0,174	1,838	2,649	84,72%	31,98%	\$ 0,89	1,65
2013							
NOMBRE	SISTEMA DUPONT			ROE	ROA	ENDEUDA MIENTO	PRUEBA ACIDA
	Margen Neto de Utilidades (Utilidad neta/Ventas)	Rotación de Activos (Ventas/Activo Total)	Apalancamiento Financiero (Activos/Patrimo nio)	(Beneficio neto después de impuesto/Pa trimonio)	(Beneficio obtenido por la empresa antes de intereses e impuesto/Activo)	(Pasivo/Activ o)	(Activo Corriente- Inventario) /Pasivo Corriente
YANAPI	0,025	1,473	2,272	8,37%	3,68%	70,20%	0,919
REGAL HATS	0,174	1,838	2,649	84,72%	31,98%	67,30%	0,915

CONTINÚA



FÁBRICA SOMBREROS EL CÓNDOR	0,007	0,860	41,721	25,11%	0,60%	97,60%	0,247
-----------------------------------	-------	-------	--------	--------	-------	--------	-------

2014

NOMBRE	SISTEMA DUPONT			ROE	ROA	ENDEUDA MIENTO	PRUEBA ACIDA
	Margen Neto de Utilidades	Rotación de Activos	Apalancamiento Financiero	(Beneficio neto después de impuesto/Pa trimonio)	(Beneficio obtenido por la empresa antes de intereses e impuesto/Activo)	(Pasivo/Activ o)	(Activo Corriente- Inventario) /Pasivo Corriente
	(Utilidad neta/Ventas)	(Ventas/Activo Total)	(Activos/Patrimo nio)				
YANAPI	0,025	1,473	2,272	8,37%	3,68%	58,30%	0,929
REGAL HATS	0,174	1,838	2,649	84,72%	31,98%	48,00%	1,468
FÁBRICA SOMBREROS EL CÓNDOR	-0,030	0,796	59,536	-141,11%	-2,37%	98,32%	0,350

2015

NOMBRE	SISTEMA DUPONT			ROE	ROA	ENDEUDA MIENTO	PRUEBA ACIDA
	Margen Neto de Utilidades	Rotación de Activos	Apalancamiento Financiero	(Beneficio neto después de impuesto/Pa trimonio)	(Beneficio obtenido por la empresa antes de intereses e impuesto/Activo)	(Pasivo/Activ o)	(Activo Corriente- Inventario) /Pasivo Corriente
	(Utilidad neta/Ventas)	(Ventas/Activo Total)	(Activos/Patrimo nio)				
YANAPI	0,025	1,473	2,272	8,37%	3,68%	56,00%	1,115
REGAL HATS	0,174	1,838	2,649	84,72%	31,98%	62,20%	0,988

CONTINÚA



2016							
NOMBRE	SISTEMA DUPONT			ROE	ROA	ENDEUDAMIENTO	PRUEBA ACIDA
	Margen Neto de Utilidades	Rotación de Activos	Apalancamiento Financiero				
	(Utilidad neta/Ventas)	(Ventas/Activo Total)	(Activos/Patrimonio)	(Beneficio neto después de impuesto/Patrimonio)	(Beneficio obtenido por la empresa antes de intereses e impuesto/Activo)	(Pasivo/Activo)	(Activo Corriente-Inventario)/Pasivo Corriente
FÁBRICA SOMBREROS EL CÓNDOR	0,011	0,616	64,770	43,22%	0,67%	98,46%	0,313
2017							
NOMBRE	SISTEMA DUPONT			ROE	ROA	ENDEUDAMIENTO	PRUEBA ACIDA
	Margen Neto de Utilidades	Rotación de Activos	Apalancamiento Financiero				
	(Utilidad neta/Ventas)	(Ventas/Activo Total)	(Activos/Patrimonio)	(Beneficio neto después de impuesto/Patrimonio)	(Beneficio obtenido por la empresa antes de intereses e impuesto/Activo)	(Pasivo/Activo)	(Activo Corriente-Inventario)/Pasivo Corriente
YANAPI	0,034	1,31	2,358	10,50%	4,45%	57,60%	1,236
REGAL HATS	0,107	1,56	2,369	39,54%	16,69%	57,80%	1,03
FÁBRICA SOMBREROS EL CÓNDOR	0,007	1,075	4,164	3,13%	0,75%	75,98%	0,387
YANAPI	0,035	1,438	2,271	11,43%	5,03%	56,00%	1,303
REGAL HATS	0,186	1,819	1,79	60,56%	33,83%	44,10%	1,025

CONTINÚA



---

FÁBRICA SOMBREROS EL CÓNDOR	<b>0,009</b>	<b>1,279</b>	<b>4,937</b>	<b>5,827%</b>	<b>1,15%</b>	<b>79,7%</b>	<b>0,596</b>
-----------------------------------	--------------	--------------	--------------	---------------	--------------	--------------	--------------

---

Fuente: Autores en base a la información de Superintendencia de compañías valores y seguro (SCVS, 2017)

#### **4.4 Resultados de indicadores financieros.**

La tabla N°12 analiza tres tipos de variables, el margen neto de utilidad, la rotación de los activos totales de la empresa y el apalancamiento financiero.

Yanapi S.A tiene una rentabilidad creciente, llegando a un punto máximo en 2017 a un 11,43%, en esta tiene mayor resalte el apalancamiento financiero, esto nos indica que la empresa recurrió en gran medida a agentes externos para su financiación.

El cálculo que de manera independiente no tienen gran relevancia, y más preocupante es el margen neto de utilidad, que durante el año 2017 alcanzo un 0,035 y nos indica la necesidad de la empresa por mejorar sus operaciones laborales.

Yanapi S.A presenta variaciones en su endeudamiento, subiendo y bajando durante cada año, durante el año 2017 solo el 56% del activo total es financiado por el pasivo, el restante se obtuvo por medio del patrimonio.

También se pudo analizar que la empresa tuvo problemas de liquidez hasta el año 2013, donde solo disponía de \$ 0,93 para cancelar cada dólar que adeudaba, pero a partir de este año se pudo ver mejoras en su liquidez, llegando al año 2017 a disponer de \$1,30 por cada dólar que debía.

Regal Hats Cía. Ltda. durante el periodo de 2012 hasta 2015 mantuvo su rentabilidad en 84,72%, mientras que, durante el año 2016, su rentabilidad descendió a 39,54%, pero durante el año 2017 logro incrementarse nuevamente, alcanzando un 60,56%, en este caso podemos ver que la rotación de activos con un 1,819 y el apalancamiento financiero con un 1,790 tienen un comportamiento y aporte similar a la rentabilidad del sistema Dupont.

Se puede notar que existe eficiencia en la operación de activos y en el apalancamiento que maneja la empresa, aunque existen inconvenientes para obtener un buen margen de rendimiento sobre ventas.

Regal Hats Cía. Ltda. en su endeudamiento presenta tendencia a la baja, llegando al año 2017 a tener un 44,10% del activo total financiado por el pasivo, el restante se obtuvo por medio del patrimonio.

También se analizó que la empresa tuvo considerables variaciones en su liquidez, ya que en el transcurso de cada año presenta disminuciones e incrementos en su capacidad para pagar cada dólar que debe, durante el año 2017 presentó un saldo positivo de \$1,03 por cada \$1 que debía.

Fábrica de Sombreros el Cóndor Cía. Ltda. durante el año 2017 tuvo un incremento de su rentabilidad; este paso de un 3.13% durante el 2016 a un 5.83% durante el año 2017, pero en comparación con los años anteriores tuvo un descenso significativo.

Se puede apreciar como el margen de utilidad en ventas es muy bajo, siendo de tan solo 0.009, esto es algo perjudicial para la empresa ya que la rotación de sus activos fue de tan solo 1.28 veces durante ese año, valor que no es muy diferente al obtenido por las demás empresas de la muestra del segmento.

Fábrica de Sombreros el Cóndor Cía. Ltda. Presenta índices muy elevados de endeudamiento, llegando al año 2017 a tener un 159.5% del activo total financiado por el pasivo, la presencia del patrimonio es nula.

Se pudo analizar en esta empresa que carece de la liquidez necesaria para saldar sus obligaciones, aunque cada año tiene un incremento, al año 2017 aun presenta estos problemas, teniendo \$0,60 para cancelar cada \$1 que debe.

#### **4.5 Hallazgos.**

##### **+ Excedente de liquidez.**

Un problema frecuente es el exceso de liquidez ya que el dinero pierde su valor en el tiempo pasando a ser un recurso no rentable para la empresa, obteniendo un crecimiento económico casi nulo.

##### **+ Sobre endeudamiento externo.**

Las empresas del segmento tienden a generar una fuente de financiamiento tradicional, por medio de instituciones financieras, generando así un interés alto, descuidando fuentes de financiamiento alternas.

##### **+ Baja rotación de inventarios.**

La rotación de los inventarios dentro de las empresas del segmento C14 se debe establecer con base en su giro del negocio, siendo la venta de sombreros un giro el cual permite que su rotación sea de 2 veces por mes, tomándolo como una rotación considerable, por lo cual una rotación menor puede generar mayores costos de almacenamiento, además de daños producidos por factores incluyentes en el tiempo, como clima, temperatura, humedad, entre otros.

#### **Disminución de ventas por inversiones.**

Uno de los principales rubros sobre los cuales se debe centrar las empresas del segmento si desean crecer rentablemente son las ventas, las cuales se nota que por realizar inversiones se llegan a descuidar, generando un inventario menor provocando así disminución de utilidad, falta de liquidez, estancamiento de la empresa.

#### **Pagos acelerados.**

Al momento de observar las cuentas y documentos por pagar de las empresas se nota un pago adelantado de dichas cuentas, lo cual origina una falta de liquidez para la empresa ya que este dinero puede ser destinado a inversiones que generarían un rendimiento.

#### **Disminución de provisiones.**

Un problema que se genera al disminuir las provisiones es el incremento de riesgos, las empresas no podrán asegurarse de poseer los recursos necesarios para satisfacer obligaciones inoportunas, esto podría traer como consecuencias una falta de liquidez inmediata y problemas a corto plazo.

#### **Conflicto de intereses.**

Se identifica personas interesadas, los cuales actúan por medio de influencia ya sea por su porcentaje de participación o por su posición dentro de la empresa, lo cual genera que los intereses individuales sean fundamentales mientras que los empresariales pasen a un segundo plano obteniendo, un plan estratégico inadecuado, pagos innecesarios y un estancamiento financiero.

### **Pérdida de clientes.**

Las empresas cuando buscan incursionar en nuevos mercados internacionales centran su total atención en clientes pertenecientes a dichos mercados, por lo cual descuidan los clientes locales, los cuales provoca que su fidelización no ocurra generando mayores gastos en publicidad y costos, por no mantener los clientes buscando generar nuevos.

### **Inadecuadas políticas de cobro.**

Las empresas del segmento C14 dedicadas a la elaboración de sombreros del Ecuador no mantienen políticas de cobro definidas, lo que obstaculiza el flujo de efectivo y hacen que estas empresas tengan pérdidas por ventas no cobradas, estas no toman en consideración que las políticas de cobranza y crédito son de vital importancia para una organización, debido a que ayudan a generar más ventas y fortalecen relaciones con los clientes.

### **Toma de decisiones de forma empírica.**

Las empresas del segmento C14 dedicado a la elaboración de sombreros del Ecuador, están muchas veces orientadas por acciones empíricas en su giro de negocio, provocando fallos como no tener un plan de acción de ventas, lo que produce costos excesivos disminuyendo el margen de utilidad por falta de un estudio a fondo.

## CAPÍTULO V

### RESULTADOS.

#### 5.1 Sugerencias

##### **Incrementar la inversión.**

Los excedentes de liquidez tienden a ser peligrosos ya que son recursos sin utilizar que no generan ningún tipo de beneficio o rubro para la empresa, este excedente de liquidez podría ser un punto clave para potenciar a la organización.

Los destinos que se pueden dar a este excedente de liquidez son muy variados, entre estos están:

- Crear un punto de cobertura ante imprevistos como pueden ser catástrofes naturales, multas, indemnizaciones y juicios.
- Liquidar las deudas pendientes que mantiene la empresa, en especial, las deudas que generan un alto interés para esta.
- Invertir en compra de maquinaria, ya que la materia prima que utilizan estas empresas es de origen extranjero como se lo puede ver en la tabla 4.

Se genera un crecimiento de la empresa por medio de la inversión, de tal forma que se debe tomar atención a los siguientes puntos al realizar una inversión:

- No es una inversión inicial. - No se debe cometer el error de mal interpretar como una inversión inicial la cual tiene su función la de dar inicio al giro de negocio al cual se dedicará la empresa, ya que la empresa está en funcionamiento por lo que tiene gastos y costos los cuales se deben cubrir.

- Qué objetivo tiene la inversión. - Se debe establecer la razón por la cual se realiza la inversión siendo su centro incrementar la rentabilidad, al igual que se debe establecer el tiempo el cual se estima que la inversión cumplirá su objetivo o empezará a hacerlo.
- Costos asociados a la inversión. - Dentro de una inversión la cual le permita crecer a la empresa se debe establecer los costos futuros los cuales servirán para así relacionarlos con los beneficios también futuros.
- Responsables y encargados. - La inversión debe ser producto de un análisis el cual establezca las justificaciones de dicha inversión, y todo el proceso que conlleva una inversión debe tener un encargado y responsable, para así no descuidar los otros procesos que tiene la empresa, manteniendo o incrementando su ritmo de ventas y producción.

#### **Financiación interna.**

Se debe aclarar en primer lugar que la deuda externa no es perjudicial para una empresa, pero se debe establecer hasta qué punto se sigue generando valor, un buen indicador es el sistema Dupont el cual permite analizar individualmente la rentabilidad, rotación y el apalancamiento, lo cual realizando variaciones de los rubros se puede determinar la mejor combinación posible.

Otra forma de establecer el nivel de financiamiento adecuado es por medio de dos indicadores financieros, el ROIC (retorno sobre inversión de capital) y el ROE (Rentabilidad sobre recursos propios), en el cual:

**Tabla 13**  
*Relación ROE y ROIC*

ROE	>	ROIC	Puede incrementar la deuda
ROE	<	ROIC	No debe incrementar la deuda

Fuente: Elaboración propia a partir de los conocimientos de (Andrango Vicuña, 2018)

Para obtener un financiamiento las empresas deben partir de una pregunta la cual es ¿El financiamiento que vamos a obtener nos ayuda a generar buenos niveles de producción y ventas para hacer frente a la deuda?; partiendo de esa pregunta se puede plantear varios puntos sobre el financiamiento.

- **Primero.** - Tenemos que tener en cuenta cual es el plazo determinado para obtener beneficios de ese financiamiento.
- **Segundo.** - Cuanta deuda anterior está sujeta la empresa, para así no encadenar deuda tras deuda.
- **Tercero.** - Cual es el financiamiento adecuado para cumplir el objetivo; esto quiere decir que si queremos obtener una deuda muy grande y nuestra imagen empresarial es buena, podemos optar por financiamiento externo negociando los plazos y tasas de interés, mientras que si tenemos clientes los cuales tienden a tardar su pago, podemos obtener financiamiento por medio del factoring.

Otra opción de apalancamiento es el financiamiento interno, y una forma de hacerlo es con la liberación de dinero, estableciendo la necesidad de trabajo o capital de trabajo, el cual es el resultado de las cuentas por cobrar más los inventarios y menos las cuentas por pagar.

El capital de trabajo debe ser calculado de tal forma que se establezca la necesidad actual, para así determinar en cual cuenta se puede disminuir o aumentar para liberar fondos; las formas de liberar fondos pueden ser varias dependiendo de la situación en la cual se encuentra la empresa, unos ejemplos pueden ser:

**Tabla 14**  
*Formas de liberar fondos (ejemplos).*

CUENTA	AUMENTO/DISMINUCIÓN	PLANES DE ACCIÓN
Cuentas por cobrar	Disminuir	Se realiza promociones hacia los clientes para generar ventas en efectivo.
Inventario	Disminuir	Se logra obtener un valor agregado al producto generando disminución del inventario por las ventas realizadas.
Cuentas por pagar	Aumentar	Se realiza un acuerdo con los proveedores para obtener un mayor plazo de pago.

Fuente: Elaboración propia a partir de los conocimientos de (Andrango Vicuña, 2018)

Al momento de liberar fondos se debe tener en cuenta un error común el cual es realizar esos aumentos o disminuciones de las cuentas empíricamente sin realizar un análisis de la afectación que tiene al aumentar o disminuir un día las cuentas por cobrar, los inventarios y las cuentas por pagar.

#### **Incrementar la rotación de inventarios.**

Los inventarios tienen implícitos una cantidad significativa de costos y gastos; en la medida en que se pueda minimizar el nivel de inventarios se disminuye el impacto financiero. Una

estrategia financiera para disminuir el costo de los inventarios es mantener alta rotación de inventarios, siempre que se conozca la cadena de valor y se pueda determinar el tiempo en el que serán requeridos por el proceso productivo o por los clientes.

Las siguientes estrategias están definidas para aumentar la rotación.

- **Abastecimiento:** elección de nuevos proveedores que ofrezcan tiempos de entrega más cortos, o la negociación de un tiempo de entrega más breve. Se refiere a mejorar la gestión de compras, haciendo más fácil la alineación con la demanda.
- **Nivel de servicio:** mejorar la gestión de la información, de manera tal que sea visible la cantidad de inventario en cada etapa.
- **Pronóstico:** precisión de los pronósticos de demanda, de modo que las existencias de seguridad puedan disminuirse sin aumentar las situaciones de faltas. Mejorar la estimación de la demanda, de modo que se produzca el inventario justo.

#### **Pronosticar ventas.**

Dentro de los rubros más importantes al momento de pensar en incrementar rentabilidad se encuentra las ventas, ya que toda empresa busca vender más, obteniendo una ganancia al restar los costos y gastos que producen su elaboración o transformación.

Ya que el objetivo de pronosticar las ventas es perder la incertidumbre de cuanto ofertar, estableciendo la capacidad del mercado en consideración con la variable de tiempo, esto se lo puede realizar considerando la cantidad de demanda existente, al igual que la capacidad de pago de los clientes.

Existen varias formas de pronosticar ventas, por tal razón se debe identificar posibles herramientas para realizar un pronóstico, que no sea de forma empírica o al azar; algunas de las formas para pronosticar ventas pueden ser:

- Método de mínimos cuadrados.
- Criterio del personal de ventas o consultores externos.
- Incremento porcentual o absoluto.
- Promedio móvil.

#### **Controlar los pagos a proveedores.**

Es indispensable para una empresa tener un largo periodo de crédito con los proveedores, ya que, al aumentar nuestro periodo medio de pago, podremos financiar parte de nuestras operaciones, con el dinero que tenemos retenido de nuestros proveedores, incidiendo positivamente en nuestro flujo de efectivo.

Una estrategia eficiente para controlar los pagos a los proveedores es plantear reuniones, las cuales sirvan para negociar beneficios ya sea por pronto pago o por compras a gran escala, al igual que establecer periodos de pago convenientes para la empresa, como puede ser dentro de temporadas altas o bajas en ventas, para así generar beneficios dentro de los plazos de pago, al igual que los montos, ya que dentro de proveedores frecuentes, resulta factible negociaciones, debido a que se generó un fuerte lazo comercial.

#### **Provisionar las cuentas de mayor impacto.**

Dentro de una empresa se encuentra un riesgo total conformado por:

**Tabla 15**  
*Componentes del riesgo total.*

<b>RIESGO ECONÓMICO</b>	<b>RIESGO OPERATIVO</b>	<b>RIESGO FINANCIERO</b>
Condiciones económicas, ambiente, estructura del mercado, ciclo del producto y competencia.	Ventas y utilidad operativa	Utilidad operativa y utilidad neta
Son factores los cuales son externos a la empresa, generalmente no se pueden controlar en su totalidad.	Son riesgos los cuales se encuentran dentro del giro de negocio.	Es el riesgo que se produce por el costo de la deuda.

Fuente: Elaboración propia a partir de los conocimientos de *(Andrango Vicuña, 2018)*

El cual se determina que cantidad de riesgo se asume, establecido por el apetito al riesgo, el cual es el riesgo que busca la empresa, su tolerancia al riesgo, siendo el riesgo que está dispuesto a asumir frente a cambios no controlados y la capacidad de riesgo que es el riesgo máximo que la empresa puede asumir.

Siempre al realizar una inversión se obtiene un riesgo el cual se asume, incrementando su apetito al riesgo, y a pesar que se encuentre el riesgo dentro de los estándares de tolerancia, se debe buscar mitigarlos, una forma de mitigarlos es por medio de las provisiones, las cuales pueden representar valores no tan grandes respecto a su totalidad de ventas o utilidad.

Al realizar inversiones, se debe buscar financiamiento interno o externo, pero como se menciona anteriormente, existen varias formas de obtenerlos, por tal razón incrementar el riesgo sobre todo a corto plazo por montos que no son significativos para la totalidad de la inversión, no

es recomendable, así que se debe buscar mantener las provisiones, por medio de políticas para así no depender de factores los cuales no se pueden controlar.

#### **Incursionar en nuevos mercados.**

Los clientes de una empresa son la parte fundamental ya que gracias a ellos una empresa puede mantenerse funcionando, por esa razón se genera el dicho popular “el cliente tiene la razón”, por tal motivo una empresa debe centrar sus esfuerzos en mantener un cliente satisfecho, a tal punto que se convierta en un cliente frecuente.

Dicho objetivo se lo plantea una empresa respecto a clientes nacionales como internacionales, ya que mientras mayor cantidad de clientes, mayores son las ventas realizadas, pero se debe realizar fidelización de clientes internacionales, sin desestimar a los nacionales, ya que una fidelización es difícil de lograr, pero al momento que un cliente que fue fiel se lo pierde es mucho más difícil de recuperar.

Se debe establecer planes de acción respectivos para clientes nuevos los cuales se buscan que se vuelvan fieles a la empresa y una forma de fidelizarlos son por medio de las siguientes acciones como lo menciona (Bastos Boubeta, 2007):

- La amabilidad y buen trato.
- Comprensión y empatía.
- La honestidad.
- El interés por la persona.
- El grado de eficacia en la resolución de cuestiones.
- La cesión de un cierto control al cliente.

- La actitud positiva.
- La profesionalidad.

Y planes de acción para clientes ya fieles a la empresa, además debe mantener constantemente una verificación del nivel de satisfacción del cliente ya fiel, para así obtener nuevos clientes tanto nacionales e internacionales sin perder el tiempo y recursos invertidos anteriormente para obtener los clientes ya fieles.

#### **Gestionar políticas de cobro.**

Una de las tareas principales de cualquier empresa que otorga crédito a sus clientes, es dedicarle el puntual seguimiento, con el fin de minimizar los riesgos y de cobrar sus facturas en el tiempo estipulado en el contrato, las empresas pueden minimizar el riesgo de cuentas incobrable tomando en cuenta las propuestas presentadas a continuación:

- Definir las políticas de crédito y cobranza.
- Dar seguimiento periódico a la cartera de clientes.
- Enviar facturas de manera inmediata.
- Resolver conflictos con los clientes de manera temprana.
- Tener un control automatizado de las cuentas por cobrar.

#### **Toma de decisiones técnicas.**

Al realizar una inversión grande, como es crear una empresa, se debe realizar un análisis del mercado y del proyecto, para así saber si la empresa se volverá rentable o no, dentro del Ecuador se observa que la mayoría de MIPYMES tienden a cerrar, que es el producto de una falta de análisis realizando las cosas de forma empírica.

Varias de las empresas del segmento C14 dedicadas a la elaboración de sombreros del Ecuador tienden a realizar sus acciones sin un plan previo, ya que tienen un desconocimiento que existen teorías, dentro de la administración y las finanzas las cuales sirven como base para no cometer errores conocidos que pueden generar pérdidas de dinero hasta un cierre de la empresa.

Ya que el gobierno corporativo o la junta de socios de la empresa toma las decisiones, debe primero obtener conocimientos previos, los cuales pueden ser no tan específicos para así tomar una decisión correcta o de igual forma solicitar una asesoría que sirva como apoyo para la toma de decisiones, por esa razón se debe tener talento humano de calidad, con conocimientos del puesto el cual desempeña.

## **5.2 Metodología para el incremento de la rentabilidad.**

La rentabilidad es el resultado del proceso productivo que es medido acorde a su resultado, si este resultado es positivo, la empresa genera una utilidad, y si este resultado es negativo, el producto está dando pérdida por lo que es necesario aplicar correctivos. Existen varios factores que influyen en la rentabilidad de una empresa, estos factores fueron detallados minuciosamente en el punto 4.5.

- Excedente de liquidez.
- Productividad.
- Desenfoco del objetivo empresarial.
- Políticas de cobro y de pago deficientes.
- Participación de Mercado
- Tasa de crecimiento del mercado

- Calidad de producto.
- Desarrollo de nuevos productos o diferenciación de los competidores.
- Sobreendeudamiento.
- Decisiones empíricas.

La metodología presentada a continuación es un análisis sistemático de técnicas cualitativas y cuantitativas que mejorara la rentabilidad de las empresas del segmento C14 dedicadas a la fabricación de sombreros del Ecuador.

Esta metodología está dada por las siguientes fases:

**Tabla 16**

*Fases de la metodología.*

<b>METODOLOGÍA</b>	<b>FASE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD AL SEGMENTO C14 DEDICADO A LA ELABORACIÓN DE SOMBREROS DEL ECUADOR</b>	Primera	Establecer la situación actual de la empresa.
	Segunda	Definir objetivos.
	Tercera	Generar valor.
	Cuarta	Evaluación de los resultados
	Quinta	Actuar en base a los resultados.

## **1. Establecer la situación actual de la empresa.**

En esta fase se debe identificar como se encuentra actualmente la empresa, primero se deberá realizar un análisis de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), para posteriormente aplicar un análisis financiero, como se lo plantea en las tablas N.10, N.11 y N.12 del presente trabajo de investigación, de esta manera se determinara con indicadores, análisis horizontal y vertical, como se encuentra la empresa financieramente, se podrán hallar los factores que inciden negativamente en su liquidez, rentabilidad, endeudamiento y eficiencia, esto servirá como base para futuras cuantificaciones de los beneficios generados.

## **2. Definir objetivos.**

Al identificar como se encuentra la empresa se debe establecer la base para el cambio, el cual está dado por un planteamiento de objetivos que se buscara cumplir a mediano o largo plazo; el gobierno corporativo y la junta de socios en conjunto con los jefes de los departamentos deberán plantear objetivos acordes a la situación hallada en el punto anterior.

Las preguntas correctas para plantear los objetivos son:

- ¿Cuál es la visión de la empresa?
- ¿Cómo puedo llegar a cumplir los objetivos?
- ¿En cuánto tiempo se debe cumplir los objetivos?
- ¿Cuáles son los resultados que espero obtener?

Al momento de contestar las preguntas anteriormente planteadas se podrá identificar el destino de la empresa, lo que permitirá una obtención más rápida de resultados positivos, ya que se podrá establecer un plan paso a paso para el cumplimiento de los objetivos planteados.

### **3. Generar valor.**

Una vez planteados los objetivos, se establecerán acciones que generen valor en base a la situación actual de la empresa. En este punto se podrá aplicar varias herramientas, que facilitaran la obtención de resultados positivos, las herramientas pueden ser: la planificación de ventas, estudios de mercado, proyección de costos y gastos, etc.

Dentro de este punto es imprescindible medir si el gasto es necesario o no, planteando escenarios optimistas y pesimistas. Un ejemplo claro de un gasto innecesario es el gasto en publicidad mal direccionada; la publicidad y propaganda es muy importante ya que gracias a ella se obtiene una mayor cantidad de clientes generando así mayores ventas; si al observar que las ventas antes de la publicidad son similares a cuando ya se la tiene, quiere decir que es un gasto que se debe modificar, ya sea con otra agencia de publicidad o suprimiéndolo y buscando otras formas de captar nuevos clientes.

Se buscará de igual forma incursionar en nuevos mercados, determinados por un análisis de factibilidad, esto nos permitirá incrementar la obtención de clientes y la generación de ventas.

Todas estas acciones servirán para incrementar el margen de utilidad obteniendo una empresa con mayor rentabilidad fundamentada en:

- Incremento de ventas.
- Disminución de costos y gastos.
- Optimización de recursos.

Estos puntos son los principales factores para la mejora de rentabilidad, de tal forma que las acciones tomadas deben ser destinadas a estos factores como objetivo final; en la presente investigación se plantea propuestas las cuales sirven para incrementar la rentabilidad.

Observando las propuestas planteadas podemos determinar que:

- Las inversiones deberán ser realizadas a partir del principio del costo/beneficio.
- Gestionar los inventarios de tal forma que no surjan gastos innecesarios.
- Buscar fuentes de financiamiento interno para así generar una disminución del gasto financiero.
- Incursionar en nuevos mercados sin descuidar a los anteriores.
- Establecer políticas de cobro aplicando en base a la capacidad de pago de cada cliente.
- Mitigar riesgos provisionando cuentas o preparando planes de contingencia.
- Disminuir el core business, no enfocarse únicamente en transformar y vender los sombreros, es recomendable también producir la materia prima.

#### **4. Evaluación de los resultados**

Una vez aplicada la generación de valor se debe realizar un análisis financiero de la empresa, tomando en cuenta los indicadores para así lograr medirlos e identificar la variación.

Un punto importante dentro de la verificación de resultados, es identificar que tan eficiente y eficaz se transformó la empresa, con respecto a los objetivos planteados inicialmente.

Además, se debe identificar los fallos o errores que se cometió durante el giro de negocio, para así en el nuevo ciclo del negocio, no se vuelvan a repetir, ya que la metodología va a la par con la mejora continua, de tal forma que al terminar el ciclo, este vuelve a comenzar.

## **5. Actuar en base a los resultados.**

Una vez medido los resultados se debe establecer conclusiones, las cuales serán producto de las fases anteriormente aplicadas, realizando una retroalimentación con las correcciones si fuera el caso.

De igual forma se toma decisiones sobre las acciones planteadas, a partir de este punto se identifican si los resultados cumplen o no con las expectativas iniciales.

Para considerar las decisiones a tomar se puede:

- Solucionar los problemas.
- Plantear nuevamente los objetivos.

La solución de problemas se lo establece al identificar si los fallos o errores fueron sustancialmente grandes; mientras que plantear nuevos objetivos se lo realiza al tener errores o fallos significativos que resolverlos sea una opción muy costosa o sin sentido.

Pero en un escenario en donde los resultados fueron favorables se elige por conservar el modelo ya establecido, midiéndolo en el transcurso del tiempo hasta que los resultados obtenidos ya no sean los esperados.

### **5.3 Conclusiones.**

El uso de sombreros dentro del Ecuador más que una forma de vestir, es una tradición de diferentes culturas ecuatorianas.

El segmento C14 dedicadas a la fabricación de sombreros resulta ser rentable siempre y cuando se realice procedimientos adecuados que se encuentren valorados por los beneficios que otorguen al crecimiento de la rentabilidad de la empresa.

Las costumbres dentro de un país se pierden debido a la modernización que existe dentro de aspectos como la moda o el arte, lo que afecta directamente al sector que comercializa productos tradicionales del Ecuador.

El segmento industrial dedicado a la fabricación de prendas de vestir resulta ser una buena fuente de ingresos dentro de una región, ayudando a la economía del país.

Las MIPYMES se enfrentan a diversas adversidades que les dificulta sobrevivir dentro del ámbito empresarial, estas adversidades son generadas por un mercado cambiante que impide su desarrollo.

El manejo de las empresas se lo realiza de forma empírica basado en experiencias las cuales se adquieren en el transcurso de la vida de la empresa, sin aplicar teorías, pero se realiza análisis los cuales se pueden adaptar a las teorías para así mejorar su aplicación.

La regulación en el segmento C14 dedicado a la fabricación de sombreros del Ecuador es rechazada por los productores y dueños de las empresas por tal razón, deciden establecerse de forma irregular para así no tener ninguna supervisión por parte de la superintendencia de compañía valores y seguros (SCVS).

Uno de los principales problemas que tienen las empresas más pequeñas del segmento es que no miden su nivel de endeudamiento, alcanzando niveles tan extremos que afectan a su liquidez a largo plazo.

Existe deficiencia en la rotación de inventario por parte de las empresas, generando inventarios estáticos que no generan rentabilidad.

#### **5.4 Recomendaciones.**

Poner en marcha la metodología propuesta en el presente trabajo de investigación, buscando la mejora de la rentabilidad de la empresa.

Realizar un estudio inicial de la situación de la empresa acerca de la utilidad obtenida, comparándola con la utilidad esperada.

Fomentar la comunicación e innovar los procesos de las áreas comerciales, al igual que los procesos de las áreas administrativas, generando mayor eficiencia y obteniendo mejores resultados.

Aplicar todas las herramientas necesarias para mejorar la implementación de la metodología propuesta en este trabajo de investigación.

El objetivo empresarial debe ser superior al objetivo individual, por lo que es necesario reconocer los puntos que resultan beneficiosos tanto para la empresa como para las personas interesadas o directivos.

Al tomar decisiones las cuales afecten a la empresa se deben hacerlas en base a opiniones de expertos en base a una discusión de los beneficios o fallos que tiene una decisión al igual que teorías ya experimentadas las cuales tienen resultado.

Mantener los objetivos planteados claramente, sin desviarse en el transcurso del ejercicio, para así tomar decisiones acordes, sin incursionar en nuevos planes, los cuales no se establecen como objetivo.

Medir el nivel de endeudamiento y controlar que el tipo de inversión genere una rentabilidad, superior a la tasa activa generada.

Hacer una planificación anual de las ventas y controlar el nivel de stock que la empresa requerirá por cada temporada del año, tomando en cuentas fechas altas de ventas, así como las bajas.

## 5.5 Bibliografía.

- Almendariz Aguirre, E. S. (2015). Plan de exportación de sombreros de paja toquilla desde Ecuador hacia Madrid - España, durante el periodo 2015 - 2024. Ciencias administrativas facultad: Ingeniería en comercio exterior, integración y aduanas.
- Andrango Vicuña, J. C. (12 de Julio de 2018). Capacidad de endeudamiento y flujo de efectivo. Sangolquí, Pichincha, Ecuador.
- Araque, W. (2012). La PYME y su incidencia en el proceso de desarrollo nacional. Situación actual y desafíos futuros., 235-237.
- Argandoña, A. (1990). El pensamiento económico de Milton Friedman. Barcelona: IESE Business School .
- Asamblea Nacional (2008). Constitución de la República del Ecuador. Manabí.
- Bastos Boubeta, A. I. (2007). Fidelización del cliente. Introducción a la venta personal y a la dirección de ventas. España: Ideaspropias editorial.
- Braulio Eldredge, E. C. (2018). Factores que limitan el acceso al mercado internacional de las PYMES productoras de sombreros de fieltro ubicadas en Tungurahua. Universidad Central del Ecuador, 1-10.
- Burbano, I., & Palacios, C. (2012). Los sombreros de paja toquilla un producto artesanal. Quito: USFQ.
- Castañeda, L. (2009). Alta dirección en las Pymes. México: Ediciones Poder.
- Chacon, G. (2007). La contabilidad de costos, los sistemas de control de gestión y la rentabilidad empresarial. Actualidad contable FACES, 29-45.
- Chiesa, F. (2004). Metodología para selección de sistemas ERP. Centro de Ingeniería de Software e Ingeniería del Conocimiento (CAPIS).
- De la Hoz Suárez, B., Ferrer, M. A., & De la Hoz Suárez, A. (2008). Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma de decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. Revista de Ciencias Sociales (Ve), 88-109.
- Duran, M. U. (1992). Gestión de calidad. Madrid: Díaz de Santos, S. A.
- Ebert, R. J., & Adam, E. E. (1991). Administración de la producción y las operaciones: conceptos, modelos y funcionamiento. Pearson Educación.
- Fayol, H. (1987). Administración industrial y general. Buenos Aires: el ateneo.
- Fred, R. D. (2003). Conceptos de administración estratégica. México: Pearson Educación.
- Friedman, M. (1990). Teoría de los precios. Madrid: Alianza editorial.

- García P., M., Quishpe A., C., & Ráez G., L. (2003). *Mejora continua en la calidad de los procesos*. Lima: Industrial Data.
- Garrido, S. (2006). *Dirección estratégica*. 2 ed. España: Mc Graw Hill., 229.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principios de administración financiera*. Mexico: Pearson Educación.
- Gutiérrez Cedeño, C. M. (28 de Abril de 2017). *Los sombreros paja toquilla y su comercialización en los mercados internacionales*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Ideas. (2012). *Comercio Justo*. España.
- ISO 9000, (2015). ISO 9000.
- Juran, J. M. (1989). *Juran y el liderazgo para la calidad un manual para ejecutivos*. Juran institute, Inc.
- Koontz, H. y. (2001). *Administración una perspectiva global*.
- Lenzi, G. P. (2015). *El sombrero: Contador de historias en florencia*. Moda documenta.
- López Herrera, F., & Rios Szalay, J. (2005). *Resumen de los principios de la OCDE para el gobierno corporativo*. Contaduría y Administración, 169-182.
- Medina, R. (2010). *Monografías*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos34/teoria-precios/teoria-precios.shtml>
- Mejía, V. (2006). *Diccionario económico y finanzas*. Medellín: Universidad de Medellín.
- Miranda Gonzales, F. J., Chamorro Mera, A., & Rubio Lacoba, S. (2007). *Introducción a la gestión de la calidad*. Madrid: Delta publicaciones.
- Moncayo, M., & Astudillo, D. F. (2011). *Plan estratégico para aumentar la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa "Asesorías Clase Aparte"*. Universidad ICESI, 7-13.
- Nakasone, G. T. (2001). *Análisis de Estados Financieros para la toma de decisiones*. Perú: Fondo editorial PUCP.
- OCDE, P. d. (2004). *OCDE Principios de Gobierno Corporativo*.
- Porter, M. (2008). *The Five Competitive Forces that Shape Strategy*. Harvard Business Review, 3.
- Quishpe, E., Berggrun, L., & Quishpe, L. (2012). *Gestión de riesgo financiero experiencia en un banco latinoamericano*. Universidad Esan.
- Ramírez, F. V. (1999). *Marketing y su incidencia en las organizaciones*.

- Ross, J. y. (1973). Corporate management crisis Why the mighty fail? USA. Prentice Hall.
- Sabino, C. (1991). Diccionario de economía y finanzas. Caracas: Panapo.
- Sampedro, J. L., & Sequeiros, S. (2002). El mercado y la globalización. Destino.
- SCVS, S. d. (2017). supercias. Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscvs/>
- Stanton, W. (1978). Fundamentos de mercadeo.
- Steiner, G. (2007). Planeación estratégica lo que todo director debe saber. Grupo editorial patria. Trigésima cuarta reimpresión.
- Vallejos, H. M. (2017). Costos, Modalidad Ordenes de Producción. Ibarra: UTN.
- Villaverde Martínez, J. C. (2012). Propuesta de implementación de los 14 principios del Dr. Deming en una empresa de envases y envolturas plásticas. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Zamora, M. (2017). Teoría de la gestión por procesos: un análisis del Centro de Fórmulas Lácteas Infantiles del Hospital Sor María Ludovica de La Plata.