



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

**CARRERA DE INGENIERIA EN FINANZAS Y AUDITORIA – CPA
MODALIDAD PRESENCIAL**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERO EN FINANZAS, CONTADOR PÚBLICO - AUDITOR**

AUTOR: JARAMILLO FABARA, JUAN SEBASTIÁN

**TEMA: “ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA MAXIMIZAR LAS
UTILIDADES EN LA EMPRESA OJV ELECTRÓNICA”**

DIRECTOR: Ing. Eduardo Sandoval

CODIRECTOR: Ing. Juan Salcedo

SANGOLQUI, 29 de Agosto del 2014

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
ESPE

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

INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA – C.P.A.

Ing. Eduardo Sandoval e Ing. Juan Salcedo

Director y Codirector

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado “ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA MAXIMIZAR LAS UTILIDADES EN LA EMPRESA OJV ELECTRÓNICA” realizado por el Sr. *Juan Sebastián Jaramillo Fabara*, egresado de la Carrera de *Ingeniería en Finanzas y Auditoría*, en la *Modalidad Presencial*, ha sido guiado periódicamente y que una vez realizada la revisión final y los cambios sugeridos, cumple con las normas estatutarias establecidas en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE.

Debido a la veracidad de información, calidad de trabajo y confiabilidad de resultados que garantiza su aplicación y siendo este trabajo un requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Finanzas, Contador Público – Auditor, recomendamos su publicación y Autorizamos a JUAN SEBASTIÁN JARAMILLO FABARA que lo entregue al ECON. JUAN LARA, en su calidad de Director de Carrera.

Sangolquí, 29 de Agosto del 2014.

Ing. Eduardo Sandoval

Ing. Juan Salcedo

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
ESPE

INGENIERIA EN FINANZAS Y AUDITORIA – CPA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Jaramillo Fabara Juan Sebastián

DECLARO QUE:

El trabajo de conclusión de carrera denominado “Estrategias Financieras para maximizar las utilidades en la Empresa OJV Electrónica”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, 29 de Agosto del 2014.

Jaramillo Fabara Juan Sebastián

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
ESPE

INGENIERIA EN FINANZAS Y AUDITORIA – CPA

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo, Jaramillo Fabara Juan Sebastián

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE la publicación en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “Estrategias Financieras para maximizar las utilidades en la Empresa OJV Electrónica.”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 29 de Agosto del 2014.

Jaramillo Fabara Juan Sebastián

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a mis padres Orlando y María de los Ángeles por guiarme y apoyarme incondicionalmente en todas mis decisiones; me han encaminado por el sendero adecuado y me han contribuido para cumplir con mis objetivos.

El presente logro les dedico a mis hermanos y mi abuelita que me han ayudado y apoyado de manera oportuna.

Sebas

AGRADECIMIENTO

Agradezco ante todo a Dios por su apoyo en todos los aspectos, por los valores y virtudes que me ha inculcado; y, por la salud y el bienestar que nos da diariamente a cada uno de nosotros.

Le doy las gracias a mis padres por la ayuda y la comprensión que me han tenido.

Agradezco a mis hermanos por su soporte oportuno.

Doy las gracias a mis tutores que se han convertido en verdaderos mentores que me han guiado y me han ayudado a mejorar tanto personal como profesionalmente.

Finalmente quiero agradecer a todas las personas que de alguna manera me han ayudado y contribuido para lograr mis objetivos.

¡Gracias!

ÍNDICE DE CONTENIDO

TRABAJO DE CONCLUSIÓN DE CARRERA

CAPÍTULO I.....1

ASPECTOS GENERALES	1
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	2
OBJETIVOS DE LA EMPRESA	2
OBJETIVO GENERAL.....	2
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	2
MARCO TEÓRICO	3
MARCO CONCEPTUAL.....	6
METODOLOGÍA.....	6
ANTECEDENTES DE LA EMPRESA	7
LA EMPRESA	9
MISIÓN.....	9
VISIÓN	10
BASE LEGAL.....	10
RESEÑA HISTÓRICA	11
ORGANIGRAMAS	11
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL:	11
ORGANIGRAMA FUNCIONAL:.....	12
ORGANIGRAMA PERSONAL:	12

CAPÍTULO II.....13

ANÁLISIS SITUACIONAL	13
ANÁLISIS EXTERNO	13
MACRO-ENTORNO	13
ENTORNO POLÍTICO-LEGAL	13
ENTORNO ECONÓMICO.....	14
ENTORNO TECNOLÓGICO	17
ENTORNO DEMOGRÁFICO.....	17
ENTORNO AMBIENTAL.....	19
MICRO-ENTORNO.....	20
PROVEEDORES	20
CLIENTES	21
COMPETENCIA	22
ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	24
ANÁLISIS INTERNO.....	27

<i>ANÁLISIS DE LAS LÍNEAS DE NEGOCIO DE LA EMPRESA</i>	27
<i>ANÁLISIS DE MERCADO</i>	38
<i>ANÁLISIS FODA</i>	45
<u>CAPÍTULO III</u>	51
<i>DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO</i>	51
MISIÓN ESTRATÉGICA:.....	51
VISIÓN ESTRATÉGICA	52
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	52
POLÍTICAS ORGANIZACIONALES	53
ESTRATEGIAS FINANCIERAS DE LA ORGANIZACIÓN	55
PRINCIPIOS Y VALORES	74
<u>CAPÍTULO IV</u>	75
<i>ANÁLISIS FINANCIERO</i>	75
<i>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</i>	75
<i>ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES</i>	77
<i>ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO</i>	78
<i>ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO</i>	79
<i>CAPACIDAD INSTALADA</i>	80
CAPACIDAD INSTALADA TOTAL	80
NIVEL DE PRODUCCIÓN ADECUADO	84
<i>COSTOS POR LÍNEA DE NEGOCIO</i>	84
EFECTOS DE LA APLICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS	90
FINANCIERAS EN EL ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES	90
<i>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA APLICADO</i>	102
<i>ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES APLICADO</i>	104
<i>ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO APLICADO</i>	105
<i>ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO APLICADO</i>	106
<u>CAPÍTULO V</u>	107
<i>CONCLUSIONES</i>	107
<i>RECOMENDACIONES</i>	108
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	109

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Inflación.....</i>	<i>14</i>
<i>Tabla 2: Tasa activa mensual.....</i>	<i>16</i>
<i>Tabla 3: Tasa pasiva mensual.....</i>	<i>16</i>
<i>Tabla 4: Migración Ecuatorianos.....</i>	<i>19</i>
<i>Tabla 5: Análisis de mercado.....</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 6: Consumo Aparente Sistemas de Alta Fidelidad.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 7: Consumo Aparente Sistemas de Música Ambiental.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 8: Variación Sistemas de Alta Fidelidad.....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 9: Variación Sistemas de Música Ambiental.....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 10: Sistemas de Alta Fidelidad Proyectados.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 11: Sistemas de Música Ambiental Proyectados.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 12: Consumo 2013 Sistemas de Alta Fidelidad.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 13: Consumo 2013 Sistemas de Música Ambiental.....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 14: Matriz de fortalezas.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 15: Matriz de debilidades.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 16: Matriz de oportunidades.....</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 17: Matriz de amenazas.....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 18: Análisis de Aprovechabilidad.....</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 19: Análisis de Vulnerabilidad.....</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 20: Clientes Tipo A.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 21: Clientes Tipo B.....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 22: Clientes Nuevos.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 23: Influencia de Clientes en los Ingresos Anuales.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 24: Costos de implementación Datafast.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 25: Costos Pre-operacionales.....</i>	<i>72</i>
<i>Tabla 26: Gasto de Administración y Ventas.....</i>	<i>73</i>
<i>Tabla 27: Costos FOB.....</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 28: Costos Embarcación.....</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 29: Costos Bodegaje.....</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 30: Costos Seguros.....</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 31: Costos Desaduanización.....</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 32: Costos Importación.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 33: Costos Sistema Alta Fidelidad.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 34: Costos Sistema Música Ambiental.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 35: Distribución de ingresos totales y proyectados.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 36: Incremento en los ingresos.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 37: Proyección de ventas por sistemas de Alta Fidelidad.....</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 38: Proyección de ventas por sistemas de Música Ambiental.....</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 39: Ventas mes de diciembre 2013.....</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 40: Ponderación de ingresos por tipo de cliente.....</i>	<i>93</i>

<i>Tabla 41: Costos con el proveedor.....</i>	<i>94</i>
<i>Tabla 42: Comisiones bancarias e ISD</i>	<i>95</i>
<i>Tabla 43: Beneficio por negociación.....</i>	<i>95</i>
<i>Tabla 44: Shipping de importación</i>	<i>96</i>
<i>Tabla 45: Costo Seguros.....</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 46: Costo bodegaje</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 47: Costo de desaduanización.....</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 48: Costo de unitario</i>	<i>99</i>
<i>Tabla 49: Costo del Sistema de Alta Fidelidad.....</i>	<i>100</i>
<i>Tabla 50: Costo del Sistema de Música Ambiental.....</i>	<i>100</i>
<i>Tabla 51: Cobertura de Inversión</i>	<i>101</i>

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1: Inflación Urbana</i>	<i>15</i>
<i>Ilustración 2: Pobreza a nivel nacional.....</i>	<i>18</i>
<i>Ilustración 3: Amplificador de Audio</i>	<i>29</i>
<i>Ilustración 4: Sistemas 5,1 de Audio</i>	<i>30</i>
<i>Ilustración 5: Pantalla DS-3060.....</i>	<i>31</i>
<i>Ilustración 6: Proyector OPTOMA PK101.....</i>	<i>31</i>
<i>Ilustración 7: Instalación Sistema de Alta Fidelidad</i>	<i>33</i>
<i>Ilustración 8: Amplificador Multi-zona</i>	<i>34</i>
<i>Ilustración 9: Receptor Transmisor DENON RCD-N7</i>	<i>35</i>
<i>Ilustración 10: Parlantes de cielo falso.....</i>	<i>36</i>
<i>Ilustración 11: Parlantes de exteriores Klipsch CA525T.....</i>	<i>37</i>
<i>Ilustración 12: Instalación de Sistema de Música Ambiental.....</i>	<i>38</i>
<i>Ilustración 13: Influencia de Clientes en los Ingresos Anuales.....</i>	<i>59</i>

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura No. 1: Organigrama Estructural</i>	<i>11</i>
<i>Figura No. 2: Organigrama Funcional</i>	<i>12</i>
<i>Figura No. 3: Organigrama Personal</i>	<i>12</i>
<i>Figura No. 4: Escala Proveedores</i>	<i>21</i>

RESUMEN

TEMA: “ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA MAXIMIZAR UTILIDADES DE LA EMPRESA OJV ELECTRÓNICA”

PALABRAS CLAVES: ESTRATEGIAS FINANCIERAS, LÍNEAS DE NEGOCIO, ESTUDIO DE MERCADO, CAPACIDAD INSTALADA, COSTOS

En la actualidad, nos encontramos en una sociedad altamente competitiva en donde el manejo óptimo de los recursos disponibles de cada ente juega un papel fundamental en su entorno económico y financiero; es por esta razón, que previa a la elaboración de las estrategias financieras, se analizaron varios factores sobre la situación financiera del giro del negocio, como son: las líneas de negocio propias de la Compañía como son: los sistemas de alta fidelidad y los sistemas de música ambiental, el estudio de la oferta y demanda del mercado en que incurren las líneas de negocio, la capacidad instalada de la Compañía y los costos incurridos en la obtención y distribución de cada línea de negocio. Estableciendo así las estrategias financieras para maximizar las utilidades de la Compañía las cuales se detallan a continuación: el obtener un capital de trabajo óptimo para las operaciones de OJV Electrónica, reducir los costos de la Compañía y obtener un financiamiento corriente, optimizar los excedentes de liquidez en la cuenta caja-bancos de la organización y reinvertir las utilidades obtenidas en el período fiscal en la misma Compañía. Una vez aplicadas las mencionadas estrategias financieras, se ha podido constatar que su implementación contribuye con el logro de los objetivos anuales establecidos, debido a que mediante su aplicación la empresa tiene una mejor gestión de sus recursos optimizando los mismos y logrando una mayor rentabilidad al final de año, como consecuencia de ello se ha mejorado los índices de liquidez, gestión y rentabilidad de OJV Electrónica.

SUMMARY

TOPIC: "FINANCIAL STRATEGIES TO MAXIMIZE OJV ELECTRONICS COMPANY UTILITIES"

KEYWORDS: FINANCIAL STRATEGIES, DIVISIONS, MARKET RESEARCH, INSTALLED CAPACITY, COSTS

Currently, we are in a highly competitive society where the optimal management of available resources of each agency plays a key role in economic and financial environment; It is for this reason, that prior to the development of financial strategies, various factors on the financial position of the line of business were discussed, such as: business lines specific to the Company such as: the hi-fi systems and systems background music, the study of supply and market demand incurred by business lines, the installed capacity of the Company and the costs incurred in obtaining and distribution of each business line. The establishing financial strategies to maximize the profits of the Company which are detailed below: obtaining optimal working capital for operations to OJV Electronics, reduce costs of the Company and obtain ongoing funding, optimize liquidity surplus in the account box-organizing banks and reinvest the profits earned in the fiscal period in the same Company. Having applied the mentioned financial strategies, it has become evident that its implementation contributes to the achievement of established annual targets, because by applying the company has a better management of their resources and optimizing them achieving greater profitability at the end year, as a result has improved liquidity ratios, profitability management and OJV Electronics.

“ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA MAXIMIZAR UTILIDADES DE LA EMPRESA OJV ELECTRÓNICA”

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

Los recursos desde la antigüedad han sido un aspecto muy importante en las personas, en un principio se realizaban intercambios de bienes, posteriormente se lo hacía por medio del dinero siendo este un medio de intercambio esencial para la sociedad.

En la actualidad nos encontramos en una sociedad altamente competitiva donde el manejo óptimo de los recursos disponibles de cada ente juega un papel fundamental en su entorno económico y financiero.

Las finanzas es una herramienta que ayuda a la administración eficiente de escasos recursos a través del tiempo, según (Lara, 2007) “el papel de las finanzas estará orientado a los recursos financieros, por cuanto el dinero es un recurso para adquirir activos, cancelar obligaciones inmediatas y a largo plazo”.

El conocer las técnicas y procedimientos financieros contribuirá a la toma de decisiones acertadas. Según (Hernández, 2005) el análisis financiero es “una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, diagnóstico de la situación actual y predicción de eventos futuros”, es por ello que mediante el análisis financiero se obtiene un conocimiento global de la estructura financiera y económica de la organización, lo cual nos provee de información fundamental para formular estrategias financieras.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Como consecuencia de la globalización los ambientes económicos alrededor del mundo han cambiado, se han convertido en mercados más fuertes y competitivos. En el Ecuador ha obligado que las empresas se fortalezcan y realicen cambios en su estructura y funcionamiento para poder sobrevivir en un mercado global, en su mayoría buscan optimizar sus recursos, debido a que este es un factor fundamental para obtener ventajas competitivas en el mercado.

Por esta razón la Empresa OJV Electrónica requiere mejorar su gestión financiera, y se plantea el siguiente problema:

- ✓ ***Se requiere un modelo de estrategias financieras para maximizar la utilidad de la organización mediante sus principales líneas de negocio.***

Con la resolución del problema la empresa puede participar de un mercado estable y sostenible, es por ello que se requiere la elaboración de estrategias financieras encaminadas a la gestión financiera del negocio.

Las Estrategias Financieras contribuirán a la toma de decisiones acertadas siendo herramientas importantes que permitirán el desarrollo de la organización de forma adecuada y sustentable.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Objetivo General

“Formular un modelo de estrategias financieras las mismas que se reflejarán en el estado de Resultados Integrales, maximizando las utilidades de la empresa”.

Objetivos Específicos

- a. Analizar las líneas de negocio de la empresa.
- b. Análisis del mercado.

- c. Determinar la capacidad instalada de la Organización.
- d. Analizar los costos de cada línea de negocio.
- e. Elaborar estrategias financieras.
- f. Aplicar al estado de Pérdidas y Ganancias los porcentajes de ingresos y egresos que aportan cada estrategia.

MARCO TEÓRICO

Para la elaboración de las “Estrategias Financieras” se analizarán varios factores importantes sobre la situación financiera del giro del negocio que serán fundamentales para la formulación y aplicación eficiente de las estrategias financieras, los principales factores son:

✓ ***Análisis de las principales líneas del negocio.***

Al investigar el presente factor haremos visibles las características generales de los productos y las líneas de negocio que se van a ofertar en el mercado.

Es importante el establecer e identificar las líneas de negocio debido a que en el mercado también existen variedad de productos, así como sustitutos de diferente calidad y precio.

✓ ***Estudio de la Oferta y Demanda en el mercado.***

Es esencial que se analice el grado de participación que tienen las líneas de negocio dentro de un mercado competitivo, debemos considerar varios factores entre los cuales tenemos:

- a. El tamaño del mercado: Consiste en determinar en cuantos posibles clientes puede tener la empresa, donde están y quiénes son, además se deben establecer los segmentos del mercado debido a que es un producto suntuario.
- b. Consumo aparente: Este factor se orienta al número de clientes potenciales, así como establecer el consumo estimado del producto que la organización ofrece.
- c. Demanda Potencial: Se obtiene de los resultados del consumo aparente proyectando el crecimiento promedio del mercado.

- d. Participación de la competencia en el mercado: Es fundamental que la empresa identifique a sus principales competidores, el área geográfica que cubren y la ventaja que les ha permitido ganar el mercado.

✓ ***Capacidad Instalada de la Organización.***

La capacidad instalada es el volumen máximo de producción que puede obtenerse en un período de tiempo, según (Alcaráz, 2006) la capacidad instalada “se refiere al nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa con base en los recursos con los que cuenta” tomando en cuenta activos como la maquinaria, equipo e instalaciones físicas.

Uno de los motivos por los cuales se estudia el presente factor es porque permite determinar los tiempos de respuesta de la empresa al mercado y de esta manera se puede conocer las posibilidades de expansión o requerimientos de inversión a largo plazo.

Dentro de la capacidad instalada es necesario determinar dos factores importantes que son:

- a. Capacidad Instalada Total.
- b. Nivel de Producción adecuado.

✓ ***Costos de cada línea del negocio***

Es importante el determinar los costos por línea de negocio debido a que es una variable que se puede controlar, además es un factor en el cual se pueden sacar ventajas competitivas con respecto a la competencia.

El llevar un registro de costos por productos contribuye a la toma de decisiones y al planteamiento de nuevas estrategias mejorando la rentabilidad de la organización.

Según (Padilla, 2004) un “Sistema de información que clasifica, acumula, controla y asigna los costos para determinar los costos de actividades, procesos y productos, y con ello facilita la toma de decisiones y el control administrativo”.

Previo el análisis de los presentes factores se proseguirá a plantear las “Estrategias Financieras” en el Capítulo III de la presente Tesis, estas deberán ser formuladas y diseñadas acorde la naturaleza de la empresa.

Las “Estrategias Financieras” se clasifican acorde un período de tiempo específico, por tanto se las puede dividir en “Estrategias Financieras para el largo plazo” y “Estrategias Financieras para el corto Plazo”.

Estrategias Financieras para el largo Plazo

✓ La Inversión

Para poder formular una “Estrategia Financiera” de Inversión es importante revisar los planteamientos de las estrategias generales de la empresa, con el fin de definir alternativas de crecimiento o desinversión.

✓ La retención y/o reparto de utilidades

Estas decisiones se deben tomar en base a la situación financiera de la organización.

Estrategias Financieras para el Corto Plazo

✓ El Capital de Trabajo

Este tipo de estrategias son fundamentales para la organización debido a que acorde las decisiones tomadas en este punto se podrá contar con una liquidez adecuada, lo que permite que la empresa funcione sin problemas, al momento que se carece de liquidez, la organización puede sufrir graves consecuencias inclusive puede llegar al cierre.

Al analizar la administración efectiva de los activos corrientes y los pasivos corrientes, se puede aplicar estrategias como: agresivas o conservadoras, según el tipo de empresa y la razón de ella.

✓ Financiamiento Corriente

En este tipo de estrategia se toma en cuenta el riesgo y la rentabilidad de la misma, esto se logra mediante el análisis del capital de trabajo previo, tratando de buscar un financiamiento a un menor costo.

MARCO CONCEPTUAL

Algunos términos importantes a conocer para el trabajo de conclusión de carrera son los siguientes:

- ✓ **Activos líquidos:** Activos de muy fácil conversión a efectivo
- ✓ **Apalancamiento Financiero:** Relación de deuda total a activo total. Proporción de los activos totales que se ha financiado con préstamos.
- ✓ **Capital de trabajo neto:** Diferencia entre el valor en libros de los activos circulantes menos el valor en libros de los pasivos circulantes de una empresa.
- ✓ **Alta Fidelidad:** El concepto "Alta Fidelidad" corresponde a un estándar de calidad definido en 1973 y que está plasmada en la norma DIN 45500 que exige una serie de requerimientos mínimos en las medidas de respuesta de frecuencia, distorsión, ruido, entre otros factores.
- ✓ **Distorsión Armónica en Sonido:** La distorsión armónica es un parámetro técnico utilizado para definir la señal de audio que sale de un sistema.
- ✓ **Absorción:** La capacidad de absorción del sonido de un material es la relación entre la energía absorbida del líquido por el material y la energía reflejada por el mismo, cuando el sonido incide sobre el material.
- ✓ **Dispersión:** Si el sonido encuentra un obstáculo en su dirección de propagación, es capaz de rodearlo y seguir propagándose.

METODOLOGÍA

Para el presente trabajo de culminación de carrera se aplica el método Inductivo, en donde se entablan conclusiones generales mediante condiciones particulares. El presente método se caracteriza por cuatro etapas fundamentales que son: la observación y el registro de todos los hechos; el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y, la contrastación.

✓ **Fuentes de Información Primaria**

La Información se obtuvo a través de entrevistas a los trabajadores de la empresa lo que permite conocer los aspectos importantes para la indagación de los problemas identificados en la organización, además contamos con la autorización (ANEXO)

para acceder a los datos del “Sistema de Información Gerencial” referentes al trabajo de culminación de carrera.

✓ **Fuentes de Información Secundaria**

El trabajo también se sustentará con información de libros, revistas, internet, así como fuentes de información externas confiables como indicadores del “Banco Central” y del “Ministerio de Finanzas”, debido a que son herramientas de gran utilidad para el soporte técnico del proyecto.

ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

Según la entrevista con el Ing. Orlando Jaramillo mencionamos que la Empresa OJV Electrónica es una empresa especializada en Audio que nació en Quito a partir de 1990, para muchas personas el Audio es apreciado como un arte, su diversidad y sus distintas aplicaciones son consideradas por algunas personas como esenciales, existen varias formas de evaluarlos desde su fidelidad o calidad del sonido, hasta su dispersión y abundancia en el entorno en que se reproducen, hay varias ramas de Audio por lo cual se presentan a continuación las Principales líneas de la Empresa OJV Electrónica:

Sistemas de Audio de Alta Fidelidad

El presente Sistema crea un ambiente agradable y confortable con sonidos e imágenes reales para la relajación de las personas, estos se conforman con productos de alta calidad en marcas reconocidas a nivel global, cuentan con certificados de calidad Internacionales como UL, CE, ISO garantizando la calidad y fidelidad del equipo; se distribuyen marcas de equipos como: Denon, Boston Acoustic, Kliptch, Jamo, Tannoy, Mirage y Harman Kardon.

- ✓ **Denon** de origen japonés brinda un producto de excelencia, reconocido por su calidad, durabilidad e innovación, contamos con amplificadores de audio de alta fidelidad dando un sonido real y puro, estos cumplen con la certificación “UL”.
- ✓ **Boston Acoustics** de origen Estadounidense cuenta con altavoces de alta fidelidad los cuales combinan el alto rendimiento con elegancia, ofreciendo un sonido claro y auténtico, cumplen con la certificación “UL”.

- ✓ **Klipsch** de origen Estadounidense pone a su disposición una gran variedad de altavoces para el hogar, subwoofers, sistemas personales y de teatro en casa de alta sensibilidad, baja distorsión y de alta fidelidad los cuales cumplen con el certificado de la “*Comunidad Europea*”.
- ✓ **Tannoy** de origen Inglés cuenta con sistemas de parlantes Hi-Performance, el mejor Audio en la actualidad en cuanto a fidelidad y distribución del sonido, cuenta con el certificado de calidad de la “*Comunidad Europea*”.
- ✓ **Harman Kardon** de origen Estadounidense pone a su disposición una elegante variedad de amplificadores de 2,1; 5,1 y 7,1 canales, sistemas de altavoces para computadora de alta sensibilidad, baja distorsión y de alta fidelidad los cuales cumplen con el certificado “*CSA*”.

La garantía que se da del producto es acorde el tipo de producto, pero por lo general varía de 1 a 5 años de garantía.

En cuanto a la competencia en la presente línea es muy poca, sin embargo las empresas de automatización e iluminación se encuentran involucradas en el mercado, debido a que las tendencias del mercado les han empujado a optar por estos sistemas.

El Precio de los Sistemas se encuentra establecido por el mercado, sin embargo, este varía acorde la marca y las características de cada Sistema, es por ello que colocamos en rangos entre \$ 500,00 y más de \$10.000,00 por Sistema.

Sistemas de Música Ambiental

Crean un ambiente adecuado en el que las personas pueden realizar sus tareas cotidianas de manera más tranquila y relajada, se distribuye marcas como: Audio Master, Phonic, Wharfedale y Show.

- ✓ **Audio Master** de origen Estadounidense, cuenta con parlantes de pared, de cielo falso y decorativos para “Música Ambiental”, dando así un sonido claro y una presencia elegante en el lugar en que se los instale.
- ✓ **Phonic** de origen Americano, cuenta con amplificadores, mezcladoras, consolas amplificadas, parlantes, procesadores y ecualizadores digitales profesionales, dando

así un sonido propicio para grandes eventos, cumplen con el certificado de la “Comunidad Europea” e “ISO 9001”

- ✓ **Show** de HongKong, brinda una gran variedad de productos para perifoneo o sistemas busca personas, entre los cuales tenemos: megáfonos, parlantes, bocinas, amplificadores y sistemas para conferencia los cuales cuentan con el certificado de calidad de la “Comunidad Europea”.

Se utilizan marcas de alto prestigio, con estándares internacionales de calidad como UL, ISO, CE, CSA, CEA, porque al ser productos suntuarios es necesario que sean de calidad y que brinden a las personas un funcionamiento excelente.

La presente línea está dirigida a entidades y empresas que requieran de este tipo de productos como: Hoteles, Hosterías, Empresas, Municipios, Construcciones.

Se da un soporte técnico adecuado a los Sistemas, sea preventivo o correctivo, además de las capacitaciones para el uso de los equipos.

En cuanto al precio puede variar acorde las especificaciones y el diseño del Sistema, este puede estar en un rango de \$ 200,00 hasta \$ 6000,00 aproximadamente.

En la competencia, son aproximadamente entre 200 empresas, pequeñas y medianas, que se dedican a ésta línea, sin embargo muy pocas son las que son fuertes en el mercado.

LA EMPRESA

Misión

La misión de la Empresa OJV Electrónica actualmente está dada de la siguiente manera:

“Somos una empresa comercial dedicada a proporcionar a nuestros clientes productos y servicios de sistemas completos de Perifoneo, Música Ambiental y Audio de Alta Fidelidad, obteniendo rentabilidad para la empresa y retribuyendo esta a los clientes a nivel nacional, con productos y servicios de excelencia y calidad, con

un personal altamente capacitado que laboran con un marco de disciplina y perseverancia, bajo principios de lealtad, responsabilidad, honradez y solidaridad”.

Visión

La visión de futuro de la Empresa OJV Electrónica está definida de la siguiente manera:

“Ser una empresa reconocida a nivel nacional mediante la innovación, actualización y capacitación de nuestro personal según los últimos avances tecnológicos con el fin de brindar el mejor producto, haciendo las cosas bien “desde siempre y para siempre””.

Base Legal

La Empresa OJV Electrónica fue creada por el Ing. Orlando Jaramillo quien como persona natural ejerce actividades de comercio dentro del territorio ecuatoriano, por ello debe cumplir con ciertos requisitos legales entre los cuales tenemos:

RUC: Registro Único del Contribuyente

DUI: Documento Único de Importación

Además de los presentes documentos la Organización ejerce sus actividades cumpliendo con las respectivas leyes dentro del territorio Nacional como son:

- a. Constitución de la República del Ecuador.
- b. Código Tributario.
- c. Ley de Régimen Tributario Interno.
- d. Código de Trabajo
- e. Políticas Internas de la Organización.

Reseña Histórica

“La Empresa OJV electrónica, empezó en noviembre de 1990 con la prestación de servicios de instalación, mantenimiento y reparación de dispositivos electrónicos, a empresas y entidades que necesitaren de sus servicios.

En 1991, la empresa se especializa en “Audio y Telefonía”, con lo cual empieza a ofrecer productos relacionados con sistemas telefónicos y de perifoneo, audio profesional y música ambiental así como también el mantenimiento de los mismos, mediante un personal altamente capacitado.

Al 2006 la Organización empezó a fabricar parlantes para música ambiental, para lo cual elaboraba parlantes con modelos innovadores, de alta tecnología y muy buena calidad.

Actualmente se han consolidado negociaciones con nuevos proveedores internacionales importando marcas como: Tannoy, JBL y Harman Kardon, lo que permitió a la empresa posicionarse de mejor manera en el mercado”.

ORGANIGRAMAS

Organigrama Estructural: La estructura de la empresa es como sigue:

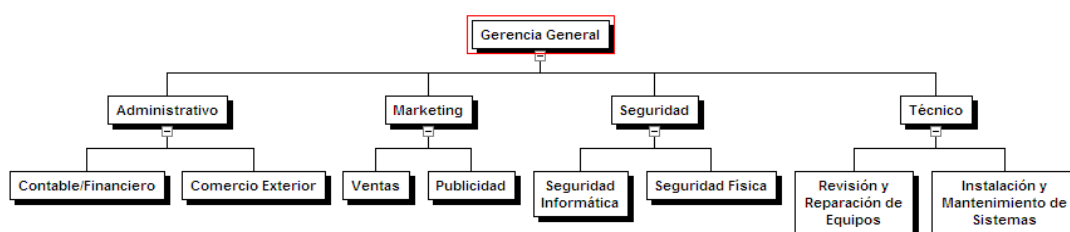


Figura No. 1: Organigrama Estructural

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Administrativo)

Organigrama Funcional: Las funciones del personal de la Empresa son las siguientes:

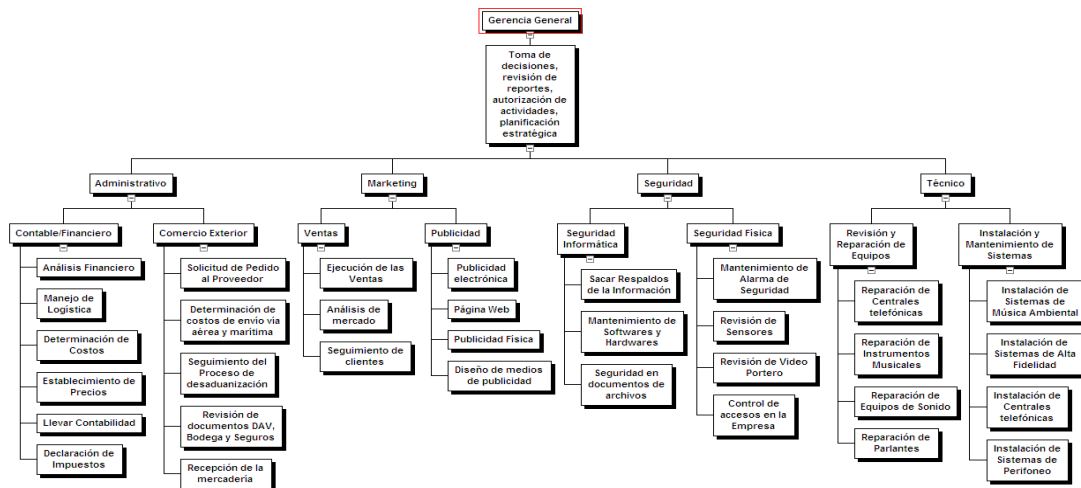


Figura No. 2: Organigrama Funcional

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Administrativo)

Organigrama Personal: El Personal de la organización está dado de la siguiente manera:

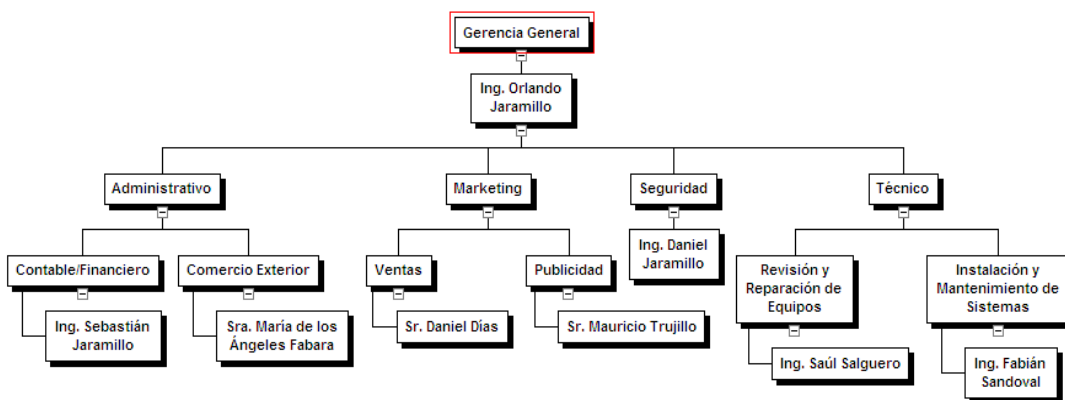


Figura No. 3: Organigrama Personal

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Administrativo)

CAPÍTULO II

ANÁLISIS SITUACIONAL

ANÁLISIS EXTERNO

MACRO-ENTORNO

Según (Ardura, 2006), los elementos del macro entorno son fuerzas que moldean oportunidades y generan peligros para la Empresa OJV Electrónica, sus ventas y sus utilidades. Las principales fuerzas del macro entorno que afectan a la Empresa OJV Electrónica son:

Entorno Político-Legal

El entorno político consiste en leyes, dependencias de gobierno y grupos de presión que influyen en diversas organizaciones e individuos de una sociedad y los limitan.

En la actualidad el gobierno ha tomado cierto tipo de decisiones sobre las importaciones, así como también sobre controles hacia toda entidad que ejerza comercio, ha impuesto una serie de trabas para cierto tipo de sectores y ha incentivado otros; sin embargo, la actitud del gobierno hacia ciertas empresas y las relaciones que han tenido internacionalmente ha generado una inestabilidad económica, lo que ha ocasionado que las empresas extranjeras no inviertan en nuestro país, perdiendo así una gran cantidad de dinero que generaba mayor liquidez en el Ecuador, además de una inestabilidad en las decisiones que se toman.

Connotación

El entorno político es una “**Amenaza**” para la empresa porque no incentiva al sector tecnológico y genera inestabilidad en la economía del país, encareciendo el producto.

Entorno Económico

El entorno económico son los factores que afectan el poder de compra y los patrones de gasto de los consumidores, para ello analizaremos los siguientes factores:

- ✓ **Inflación:** Es definida según (García, 2005) como “la subida generalizada y continuada del nivel de precios”; o lo que es similar el descenso continuado del valor del dinero, este pierde valor a lo largo del tiempo.

La evaluación es medida a través del Índice de Precios al Consumidor (IPC) del Área Urbana, de una canasta de bienes y servicios demandados.

Al analizar la inflación mensual de noviembre del 2012 es de 0,14% en comparación a noviembre del 2011 que es 0,30%, los porcentajes son:

Mes / Año	2012	2011
Enero	0.57%	0.68%
Febrero	0.78%	0.55%
Marzo	0.90%	0.34%
Abril	0.16%	0.82%
Mayo	-0.19%	0.35%
Junio	0.18%	0.04%
Julio	0.26%	0.18%
Agosto	0.29%	0.49%
Septiembre	1.12%	0.79%
Octubre	0.09%	0.35%
Noviembre	0.14%	0.30%
Diciembre		0.40%
TOTAL	4.30%	5.29%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Podemos observar que la inflación acumulada anual correspondiente al 2011 es de 5,29%, mientras que a noviembre del 2012 tiene un valor de 4,30%, teniendo una

disminución considerable y estando pendiente el valor de diciembre de la inflación del 2012.

Al analizar la inflación acumulada en el período de Enero-Noviembre por años, podemos ver que la inflación del año 2012 es de 4,30% siendo esta inferior a la del año 2011 de 4,89% en un 0,59%, a continuación presentamos la inflación anual acumulada urbana entre el 2003 y el 2012, de la siguiente manera:

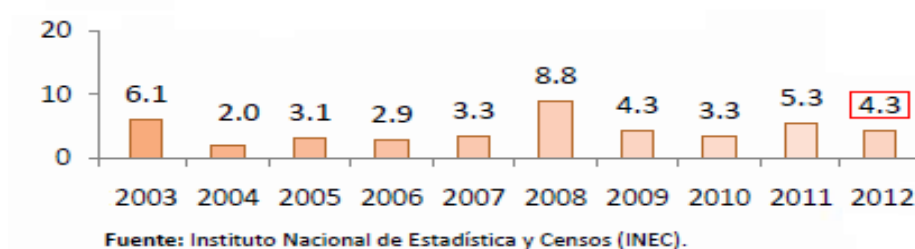


Ilustración 1: Inflación Urbana

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Connotación

La inflación es una **“Oportunidad”** debido a que los precios a nivel nacional se mantienen, mientras la empresa disminuye sus costos generando así una mayor rentabilidad.

- ✓ **PIB:** El Producto Interno Bruto según él (BCE, 2012) es “el valor total de la producción corriente de bienes y servicios finales dentro del territorio nacional durante un período de tiempo determinado”; además el PIB contabiliza solo los bienes y servicios producidos en el periodo de estudio.

En el 2012 el PIB en el Ecuador ha disminuido debido a factores internos como son el aumento de impuestos, inestabilidad política, entre otros; sin embargo, esta variación no da una estabilidad adecuada del indicador.

Connotación:

El PIB es una **“Amenaza”** para la empresa porque no se cuenta con una seguridad de la estabilidad y el desarrollo del mercado en el Ecuador.

- ✓ **Tasas de Interés:** Según él (BCE, 2012) la tasa de interés es “el precio del dinero en el mercado financiero”, tiene un comportamiento similar al de cualquier producto, es decir, cuando hay más dinero la tasa de interés tiende a bajar, mientras cuando hay escasez la tasa tiende a subir.

Las tasas de interés activas en los últimos periodos se han mantenido constantes desde Octubre del 2011 con un valor de 8,17%, hasta la actualidad (diciembre del 2012); a continuación se detalla las tasas activas mensuales obtenidas del Banco Central del Ecuador:

Tabla 2: Tasa activa mensual

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2012	8.17 %
Noviembre-30-2012	8.17 %
Octubre-31-2012	8.17 %
Septiembre-30-2012	8.17 %
Agosto-31-2012	8.17 %
Julio-31-2012	8.17 %
Junio-30-2012	8.17 %
Mayo-31-2012	8.17 %
Abril-30-2012	8.17 %
Marzo-31-2012	8.17 %
Febrero-29-2012	8.17 %
Enero-31-2012	8.17 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Refiriéndonos a las tasas pasivas podemos observar el siguiente detalle:

Tabla 3: Tasa pasiva mensual

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2012	4.53 %
Noviembre-30-2012	4.53 %
Octubre-31-2012	4.53 %
Septiembre-30-2012	4.53 %
Agosto-31-2012	4.53 %
Julio-31-2012	4.53 %
Junio-30-2012	4.53 %
Mayo-31-2012	4.53 %
Abril-30-2012	4.53 %
Marzo-31-2012	4.53 %
Febrero-29-2012	4.53 %
Enero-31-2012	4.53 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Connotación

Las tasas de interés son “Oportunidades para la empresa porque se han mantenido y permiten acceder a préstamos y medios para financiarse e invertir en la organización”.

Entorno Tecnológico

La tecnología es un entorno que ayuda a todas las personas, no solamente a unos y otros sino que de una forma u otra ayuda a cada persona a que tenga mejores comodidades.

Según (Wales, 2012) la Tecnología es “el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas”.

Este entorno es importante porque los productos que se ofrecen tienen que ver directamente con el funcionamiento de nueva tecnología y nuevos Sistemas de Audio, por lo que la empresa tiene que estar en constante innovación.

Connotación

Al presente entorno se le considera una “**Oportunidad**” para la empresa porque permite innovar constantemente los productos obteniendo así ventajas competitivas.

Entorno Demográfico

El entorno Demográfico es de gran importancia debido a que incluyen a las personas y estas a su vez constituyen los mercados, analizaremos los siguientes factores:

- ✓ **Pobreza:** Se define a la pobreza según (Wikipedia, 2012) “a una situación o forma de vida que surge como producto de la imposibilidad de acceso o carencia de los recursos para satisfacer las necesidades físicas y psíquicas básicas humanas que inciden en un desgaste del nivel y calidad de vida de las personas”; es importante

considerar la pobreza debido que varios factores externos dependen de él, uno de ellos es la capacidad de adquisición de las personas, pero el factor más representativo a tomar en cuenta es: “a mayor pobreza hay mayor delincuencia”, por tanto se tendrá que tomar mayores medidas para la seguridad de la organización tanto preventivas como disuasivas, a continuación se mostrará un gráfico obtenido del Banco Central del Ecuador en la cual determinaremos los niveles de pobreza en el Ecuador:

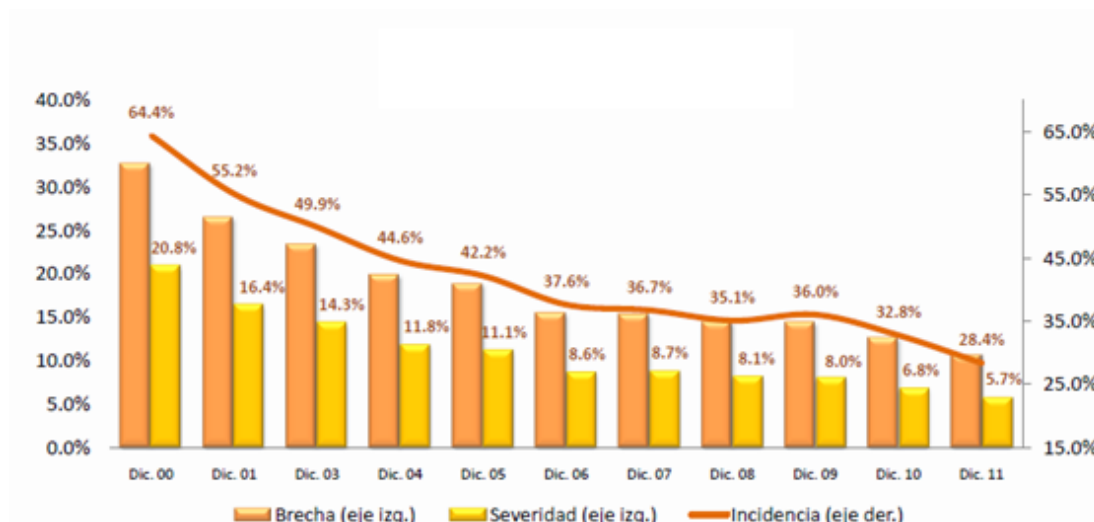


Ilustración 2: Pobreza a nivel nacional

Fuente: BCE

Connotación

La pobreza se considera una “**Amenaza**” para la empresa porque el nivel de pobreza y la delincuencia en el Ecuador es elevado, volviéndose las ciudades lugares peligrosos y propensos para sufrir amenazas de origen antisocial.

- ✓ **Inmigración:** Se define a la Inmigración según (Wikipedia, 2012) a “la entrada a un país o región de personas que nacieron o proceden de otro lugar”, el Ecuador es uno de los países con mayor cantidad de personas migrantes con respecto a su población, este es un factor importante ya que generan una gran cantidad de liquidez en el país, los migrantes son el segundo ingreso externo más significativo del país, sin embargo este factor no influye de manera directa en la organización porque sus productos no son dirigidos a este nicho de mercado.

Los destinos de los migrantes ecuatorianos difieren de la siguiente manera:

Tabla 4: Migración Ecuatorianos

No.	PAÍS DE PROCEDENCIA O DESTINO	ECUATORIANOS			
		ENTRADAS 1/		SALIDAS 2/	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%
1	ESTADOS UNIDOS	297 890	33,3	305 910	34,0
2	PERÚ	154 784	17,3	153 583	17,1
3	COLOMBIA	116 974	13,1	107 755	12,0
4	ESPAÑA	113 709	12,7	99 466	11,1
5	PANAMÁ	46 542	5,2	32 454	3,6
6	CHILE	19 316	2,2	19 495	2,2
7	VENEZUELA	19 010	2,1	16 835	1,9
8	ITALIA	18 760	2,1	25 347	2,8
9	CUBA	16 682	1,9	18 739	2,1
10	ARGENTINA	15 111	1,7	20 292	2,3
11	MÉXICO	13 381	1,5	19 280	2,1
12	PAISES BAJOS	7 294	0,8	3 387	0,4
13	BRASIL	6 529	0,7	10 557	1,2
14	COSTA RICA	5 711	0,6	3 605	0,4
15	ALEMANIA	2 745	0,3	4 763	0,5
	*/ TOTAL:	893 408		898 885	

**/ Corresponde al Total de Movimientos Migratorios de Entradas y Salidas de Ecuatorianos.*

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Debemos tomar en cuenta un factor importante como es la inmigración del país, donde la cantidad de cubanos y colombianos refugiados se han incrementado en las ciudades, siendo estos precursores de nuevas amenazas antisociales, lo cual aumenta el índice de delincuencia y riesgos de inseguridad para la organización.

Connotación:

La migración es una “Amenaza” para la empresa porque el nivel de migrantes del Ecuador es alto, y el nivel de inmigrantes ha ido creciendo, lo que ha aumentado el nivel de delincuencia en los sitios urbanos.

Entorno Ambiental

Actualmente los gobiernos han adoptado grandes medidas para la protección del Medio Ambiente, debido a que en las anteriores épocas se han explotado los recursos naturales de manera indebida causando un gran daño a nuestro planeta.

Según (Pérez, 2010) el entorno ambiental es “el entorno que afecta y condiciona la vida de las personas”; por ello es importante que se lo cuide y proteja.

La Organización procura proteger el Medio Ambiente, disminuyendo el uso de plásticos, comercializando productos de consumo eléctrico moderado y de estándares de calidad. Otra medida que toma la empresa para la protección del Medio Ambiente es el reciclar los materiales de oficina.

Connotación

El entorno ambiental es una “**Oportunidad**”, debido que la empresa procura proteger el Medio Ambiente, comercializando productos de calidad y de manera adecuada.

MICRO-ENTORNO

El presente análisis determina el nivel de competitividad de la empresa en el medio en que opera, se lo realizará en base a los siguientes factores:

Proveedores

En lo respectivo al manejo de proveedores la organización trabaja con varios de ellos, algunos a nivel nacional mientras otros son a nivel internacional, por lo que es una ventaja para la empresa debido a que no es dependiente de un solo proveedor, protegiéndose así en el caso de que uno de los proveedores suban sus precios, restrinjan el crédito o carezcan del producto, teniendo así diferentes alternativas de adquisición de los productos; la escala de proveedores es la siguiente:

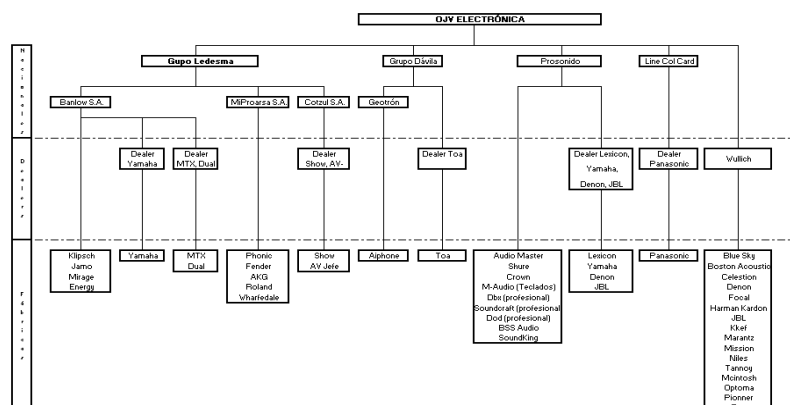


Figura No. 4: Escala Proveedores

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Administrativo)

Connotación

Para la empresa es una **“Fortaleza”** porque tiene varias alternativas de proveedores con lo que no depende de uno solo y puede lograr un costo adecuado al comprar el producto.

Clientes

Para el manejo de Clientes la empresa cuenta con un seguimiento de cada uno de ellos, cuidándolos y creando un ambiente de fidelización con la mayoría de ellos, algunos de los principales clientes son:

- a. Admihotel Cia. Ltda.
- b. Fundación Colegio Americano
- c. Materiales de Construcción Bosna
- d. Siderúrgica Ecuatoriana S.A.
- e. Telmath Comunicaciones Cia. Ltda.

La fidelización de los clientes es una estrategia muy importante para la organización, ya que permite obtener un nivel de ventas adecuado a un menor costo de ventas.

Connotación

Es una “**Fortaleza**” para la empresa debido a que se cuenta con una cartera amplia de clientes y en ella se encuentran empresas reconocidas en el mercado.

Competencia

En la actualidad el mercado en el área de Música Ambiental y Audio de Alta Fidelidad es muy competitivo ya que existe una gran cantidad de empresas que ofrecen productos similares, por ello se debe resaltar las fortalezas de la organización y sacar ventajas competitivas sobre los demás competidores, entre lo cual podemos destacar que la Empresa OJV Electrónica cuenta con un eficiente sistema de Información Gerencial, lo que permite manejar de manera adecuada la información, además tiene una gran variedad y calidad de sus productos y servicios, cubriendo así las necesidades de los clientes; y se cuenta con adecuados costos y precios por sus variedad de proveedores. La principal ventaja competitiva de la organización son su personal, porque cuenta con personal altamente capacitado, sin embargo falta coordinación de las actividades en el ambiente interno de la organización, esto se debe corregir por medio de la elaboración de procesos, así como también la construcción y reformatión de normativas y reglamentos para la elaboración de las actividades.

Se debe analizar aspectos importantes como es el ingreso de nuevos competidores en el mercado, podemos considerar que la empresa tiene un posicionamiento adecuado en el mercado, cuenta con clientes fijos y está en constante actualización del mercado, sin embargo el ingreso de una nueva entidad si influirá de alguna manera en la organización, por el aumento de competidores los cuales pueden llegar a ser una amenaza para la organización.

Participación de la competencia en el mercado

Se ha realizado un análisis exhaustivo sobre los competidores de la Empresa OJV Electrónica, los cuales se encuentran distribuidos a nivel de la ciudad de Quito, la búsqueda se la ha realizado mediante:

- a. Guía Telefónica.
- b. Páginas en Internet.
- c. Registro en la Superintendencia de Compañías.
- d. Revistas.
- e. Medios de Comunicación.

Posterior a la búsqueda se ha llegado a determinar que los principales competidores de la empresa así como también sus ventajas y desventajas son las siguientes:

Tabla 5: Análisis de mercado

Competencia	Ventajas Competitivas	Desventajas Competitivas	Sector ubicado
Electronic Amusement SA EASA	Es Accesible	Precios muy elevados Ventas de varias líneas	Norte de Quito
Hallotronic Cia. Ltda.	Portal Agradable Diversificación de productos	Precios muy elevados	Norte de Quito
Luces & Sonido, Busitrade SA	Precios moderados	No es muy conocido No es accesible	Norte de Quito
Import Music	Cuenta con clientes de alto perfil Cuenta con prestigio nacional	Orientación a varias ramas.	Centro de Quito
Geotrón Cia Ltda.	Audaz Fácil acceso	No cuenta con variedad de marcas	Norte de Quito

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

Connotación

Para la empresa es una “**Debilidad**” porque existe una gran cantidad de competencia en el mercado sobre equipos de Audio.

Análisis Administrativo

El Análisis Administrativo se lo realiza con el fin de poner en práctica de manera exitosa las estrategias de la organización, para lo cual se analizará los siguientes aspectos de la organización:

Estrategia

Según el Sr. Mauricio Trujillo “la estrategia implementada por la Empresa OJV Electrónica es el implementar nuevas técnicas y procedimientos de marketing” con la finalidad de mejorar el nivel de ventas hacia el consumidor final y los contratos eventuales que tiene la organización, para ello es necesario la implementación de nuevos medios de publicidad como son: página web, manejo de publicidad por internet, cartas personalizadas, anuncios en lugares públicos, visitas a empresas, lo que va a permitir mejorar las ventas y de esta manera se mejorará la rentabilidad de la empresa a largo plazo.

Según la Sra. María de los Ángeles Fabara “la Organización implementará una estrategia para la reducción de costos, nos elevaremos un escalón en la cadena de adquisición de los productos consiguiendo así un menor costo”.

Connotación

La estrategia de la organización es una “Fortaleza” por las ventajas competitivas que se adquieren por la aplicación de las mismas.

Metas Superiores

El Ing. Orlando Jaramillo manifestó que “el personal de nuestra empresa trabaja bajo un marco de disciplina y perseverancia, bajo principios de lealtad, responsabilidad, honradez y solidaridad por lo que cada persona da lo mejor de sí mismo para el beneficio de la organización”; además comento que se va a fomentar el trabajo en equipo, debido a que es esencial para que la organización trabaje de manera eficiente y de esta manera se optimicen los recursos disponibles, sobre todo el tiempo, además es importante que se mejore el nivel de comunicación ya que de

esta manera se podrán realizar los procedimientos de la empresa de una manera más eficiente.

Connotación

Las metas superiores son “Fortalezas” para la empresa porque se mantienen objetivos claros a cumplir con un personal apto para hacerlo.

Habilidades

Acorde el personal y el giro del negocio se puede distinguir que la principal ventaja competitiva de la compañía es el personal altamente capacitado y preparado para cualquier tipo de inconveniente o dificultad que tenga la organización, además se administra de buena manera la información porque se cuenta con un sistema de información gerencial adecuado, se realizan análisis periódicos sobre la situación de la organización, resaltando sus fortalezas y tratando de mejorar sus debilidades.

Connotación

Las habilidades son una “Fortaleza”, permite optimizar al personal de la organización mediante una capacitación continua.

Sistemas

Los sistemas de Información Gerencial de la organización son eficientes, el Ing. Orlando Jaramillo comento que “a estos se los va modificando acorde vayan surgiendo nuevas necesidades en la empresa, y se los va innovando constantemente”, esto es esencial, ya que los Sistemas de Información Gerencial contribuyen en gran parte a la toma de decisiones:

✓ **Análisis de Ventas**

Esta base de datos es la fuente donde se ingresan todas las facturas de venta, así como también retenciones, clientes y todas sus especificaciones y a consecuencia de esto, esta base ayuda a obtener información adecuada sobre los niveles de ventas que ha tenido la empresa, y como han ido cambiando.

✓ **Análisis de Compras**

En esta base de datos se ingresan todas las facturas de compras de proveedores a nivel nacional, además de los gastos operacionales de la empresa, esta base ayuda a obtener información sobre las compras a los proveedores, los productos adquiridos, lo que ayuda a establecer un inventario adecuado de los productos según la rotación de inventario de cada producto.

✓ **Manejo de Efectivo**

Esta base de datos permite conocer el manejo del efectivo en las cuentas de Caja, Caja Chica y Bancos de la empresa, lo que ayudará a tener un control sobre los desembolsos de dinero y poder tener un nivel de liquidez adecuado.

✓ **Monica 8.5**

Este es un programa contable que maneja la mayoría de las bases anteriores en un solo programa, sin embargo solo es utilizado por el contador mientras las demás bases son usadas por el resto del personal, además ayuda a obtener reportes de cómo se encuentra la organización y esta información es de importancia para la toma de decisiones, implementación de nuevas políticas y estrategias.

✓ **DIMM**

Se utiliza este programa para la declaración de los impuestos vía internet, ayuda a reducir costos del formulario y de comisiones bancarias por cada declaración y optimiza tiempo en el envío de los documentos.

✓ **Sketchup**

Este es un programa de diseño, que permite observar las medidas de cada uno de los productos importados, y como se los ubicará en los respectivos Palets para el envío.

Connotación

Los Sistemas de Información Gerencial son una “Fortaleza” porque permiten obtener información para la toma de decisiones de manera oportuna.

Estilo

Este es un comportamiento en el cual debe mejorar la empresa, debido a que no existe una comunicación adecuada entre los departamentos, para ello se deberá resolver mediante el levantamiento y mejoramiento de los procesos de la

organización, además se debe fomentar un adecuado trabajo en equipo, es fundamental que los objetivos de cada una de las personas que integran en la organización se guíen hacia los objetivos organizacionales, esto es muy importante ya que se lograrán fortalezas importantes en la empresa, además se debe establecer reuniones periódicas para poner al tanto temas importantes en la empresa, que ayudarán a conocer la situación de la organización, que objetivos a corto plazo se tomarán y las medidas optadas para el cumplimiento de los mismos, esta es una debilidad de la empresa que debe tomarse mucho en cuenta y que se la va a ir corrigiendo a corto plazo.

Connotación

El estilo es una “Debilidad” porque no existe una comunicación adecuada entre los distintos niveles jerárquicos de la organización.

Personal

El personal de la Empresa OJV Electrónica es muy bueno realizando sus actividades de forma individual, sin embargo se debe coordinar de mejor manera las actividades para que estas se las realicen de manera óptima, el personal se capacita constantemente según las nuevas tecnologías y los nuevos productos que se van importando, esto es muy importante ya que están al tanto del comportamiento del mercado y de los productos que necesita el mismo.

Connotación

El personal de la empresa es una “Fortaleza” porque cuentan con un nivel técnico adecuado para ejercer sus cargos de trabajo.

ANÁLISIS INTERNO

ANÁLISIS DE LAS LÍNEAS DE NEGOCIO DE LA EMPRESA

En la actualidad el Audio es apreciado como un arte, su diversidad y sus distintas aplicaciones son consideradas por algunas personas como esenciales, existen varias

formas de evaluarlos desde su fidelidad o calidad del sonido, hasta su dispersión y abundancia en el entorno en que se reproducen, hay varias ramas de Audio para lo cual se presentan a continuación las principales líneas de la Empresa OJV Electrónica:

Sistemas de Alta Fidelidad

La necesidad de los Sistemas de Alta Fidelidad surge a partir del cansancio y agotamiento de las personas que laboran durante largas jornadas diarias, y al llegar a sus hogares solo tienen en mente el descansar y relajarse con las mejores comodidades, es ahí donde los sistemas cumplen un papel importante debido a que crean un ambiente agradable y confortable con sonidos e imágenes de primera calidad en el cual las personas pueden descansar y divertirse.

Un sistema de Alta Fidelidad puede variar en precio acorde los requerimientos de cada cliente, a continuación presentamos un sistema general de Alta Fidelidad:

Equipos y Componentes del Sistema

Los componentes esenciales de un sistema de alta fidelidad son:

Amplificador de 5,1 canales

Este equipo es el cerebro del Sistema de Alta Fidelidad, ya que a través de él pasan todas las señales que se reciben y se transmiten hacia los otros equipos del sistema.

De acuerdo al modelo del amplificador y la aplicación que se le vaya dar, este cuenta con varias entradas de Audio y Video, estas pueden ser a través de cables coaxiales, RCA o entrada HDMI que es la mejor en la actualidad ya que es de Alta Definición.

AMPLIFICADOR DENON AVR-391

El amplificador que más se utiliza en las instalaciones realizadas por la empresa es el DENON AVR-391, ya que es uno de los últimos, es completo, de muy buena calidad y de una marca pionera en la fabricación de productos de Alta Fidelidad.



Ilustración 3: Amplificador de Audio

Fuente: www.denon.com, DENON Corp., 2012

Es importante que los equipos utilizados vayan conforme la evolución de la tecnología, es por ello que se ha escogido este modelo de amplificador el cual se encuentra preparado y listo para transmitir y reproducir video en tercera dimensión (3D).

Sistema de parlantes de Alta Fidelidad 5,1

El presente sistema se encarga de emitir los sonidos reproducidos y procesados correctamente por el amplificador, estos deben ser envolventes, reales y puros; además deben ser colocados de manera idónea con el fin de que él o los usuarios puedan percibir el sonido de la manera más óptima.

Un sistema 5,1 de altavoces se encuentra compuesto y distribuido de la siguiente manera:

- ✓ 2 Altavoces frontales que se encargan de difundir el sonido real de las películas, música, juegos, entre otros; generan el ambiente del sonido.
- ✓ 2 Altavoces posteriores o de Surround, estos se encargan de generar los efectos de las películas, así como también de las canciones.
- ✓ 1 Altavoz central, este en las películas se encarga de difundir las conversaciones de las personas, así como también los sonidos por voz emitidos en las canciones, con esto se logra un audio real.
- ✓ 1 Subwoofer, el presente altavoz se encarga de emitir las frecuencias bajas, los sonidos bien graves que llenan el entorno, contribuye de mejor manera a los efectos de sonido que se generan en la música o películas.

Los 6 altavoces de alta fidelidad son independientes en cuanto al sonido y cada uno tiene la función de generar sonido acorde el tipo de reproducción que se esté realizando, generando un ambiente envolvente y real de lo que se está transmitiendo.

SISTEMA 5,1 MCS90 Boston Acoustic

El sistema de alta fidelidad 5,1 utilizado por la empresa para las instalaciones de Teatro en Casa es el Sistema MCS90 en marca Boston Acoustic, esta es una de las mejores marcas a nivel de Norte América, por lo que cuenta con altavoces de calidad que emiten un sonido muy claro y envolvente.



Ilustración 4: Sistemas 5,1 de Audio

Fuente: www.denon.com, Boston Acoustic, 2012

El sistema Boston Acoustic tiene una presentación elegante siendo un producto de alta categoría, sus sistemas y tecnología permite difundir el sonido de manera uniforme.

Pantalla de 60”, lona blanca para proyección

Las pantallas de lona son utilizadas para aclarar la imagen emitida por el proyector, lo cual contribuye en la proyección del video de los Sistemas de Teatro en Casa.



Ilustración 5: Pantalla DS-3060

Fuente: www.optoma.com, Optoma Corp., 2012

Mini Proyector de 60”

Los proyectores de video utilizan una luz muy brillante para proyectar la imagen, además de lentes los cuales son delicados y susceptibles a dañarse, es por esta razón que la empresa utiliza proyectores con una tecnología en base a LED, lo cual garantiza y da una mayor durabilidad del producto.

El proyector utilizado para las instalaciones es el OPTOMA PK101, el cual es un mini proyector portátil y de excelente resolución en lugares oscuros, la organización cuenta con varios tipos de proyectores los cuales varían en precio acorde sus características, en nuestro caso utilizaremos de análisis el proyector PK101.



Ilustración 6: Proyector OPTOMA PK101

Fuente: www.optoma.com, Optoma Corp., 2012

El proyector permite observar videos e imágenes de reproductores multimedia, cámaras, PDAs y juegos al azar de una manera sencilla y con duración de la batería de 2 horas, además de su fácil portabilidad, su peso ligero y su capacidad de ampliación de la imagen de 60"; cuenta con avances de iluminación LED y tecnología DLP ® de imagen.

Instalación de los Sistemas de Alta Fidelidad

Una vez analizados los principales productos del Sistema de Alta Fidelidad procedemos a revisar las formas de instalación de los mismos, tenemos que considerar que los productos mencionados anteriormente no son fijos en un sistema, debido a que podrán ser cambiados por otros dependiendo de los requerimientos de cada cliente.

Al referirnos a los requerimientos del cliente involucran aspectos como son el lugar donde se los instalará, el ambiente, el nivel del techo, la ubicación de las personas en la sala, entre otros; por ello es fundamental la visita del profesional al lugar de instalación con la finalidad de cotizar los productos adecuados.

Las instalaciones realizadas tienen una duración promedio de 8 horas, dependiendo el lugar y el cableado, sin embargo pueden durar más o menos tiempo respectivamente.

Lugar de Instalación

Al analizar el lugar donde se va a implementar el sistema se debe considerar varios aspectos debido a que la Acústica tiene comportamientos diferentes con cada material, los aspectos más importantes que se debe considerar son:

- Altura del techo y distancia entre las paredes.
- Entorno: como son alfombras, cortinas, muebles, entre otros.
- Ubicación de las personas.
- Tamaño del sistema.

A continuación se presenta una figura de cómo se debe ubicar un sistema de Teatro en Casa en una habitación de tal manera que se optimice el sonido:

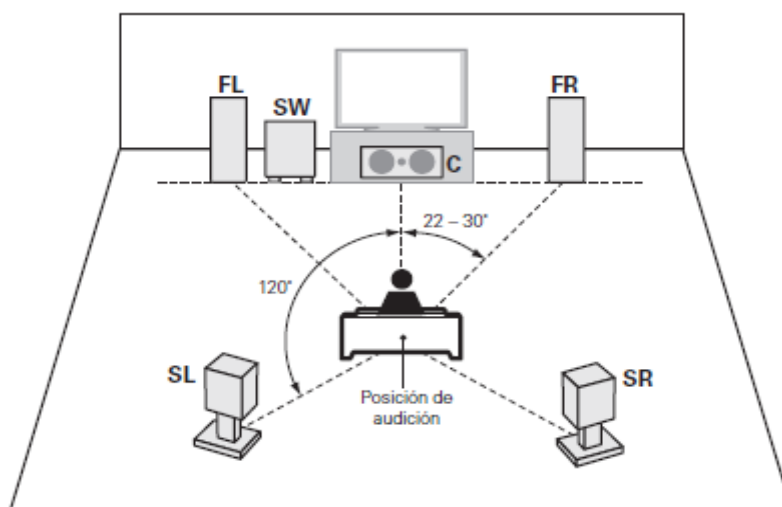


Ilustración 7: Instalación Sistema de Alta Fidelidad

Fuente: Manual de Instalación Sistemas 5,1 Alta Fidelidad

En donde los altavoces FL y FR son los frontales, los SL y SR son los de Surround, el C es el altavoz central y el SW es el subwoofer; podemos observar que el sonido se encuentra centralizado y optimizado.

Sistemas de Música Ambiental

Los sistemas de Música Ambiental son muy diversos y cuentan con varios productos que se aplican acorde el Ambiente donde se vaya a implementar, esto se debe a que la Acústica y el Sonido tienen comportamientos diferentes en los entornos en que se emiten, por esta razón un parlante para el interior del hogar, debe tener ciertas características que contribuyan a difundir el sonido adecuadamente, mientras que un Altavoz ubicado en el exterior de un hogar.

Otro aspecto a considerar en la implementación de los Sistemas de Música Ambiental son las distancias entre el techo, el piso y las paredes en donde se encuentra el oyente, además del entorno interno, es decir las cosas y materiales que se encuentren en el interior como son: cortinas, alfombras, anaqueles, sillones entre otros y el material que conforman cada uno de estos, ya que contribuyen a un sonido envolvente y claro.

Equipos y Componentes del Sistema

Los componentes esenciales de un sistema de alta fidelidad son:

Amplificador multi-zonas

La función primordial de un amplificador Multi-zona es la de dividir y amplificar varios sectores a la vez, siendo un sistema de Audio Inteligente en el cual se puede escuchar un tipo de música sea este desde el iPod, Radio, Reproductor entre otros de manera independiente; es decir, cada zona puede tener acceso a escuchar la música que desee.

El amplificador Multi zona utilizado por la Organización es:

NILES ZR-4

La marca NILES es una de las mejores marcas a nivel global en lo referente a amplificadores multi-zona, cuenta con más de 30 años de experiencia en creación de equipos para Audio Arquitectónico.



Ilustración 8: Amplificador Multi-zona

Fuente: www.niles.com, Organización Niles, 2012

Con el amplificador multi-zona se puede obtener música personalizada en cualquier lugar de la casa, y manejarlo cómodamente desde la posición que se encuentre.

Una ventaja del sistema es que cuenta con una entrada con sintonizador de radio AM FM con 20 presets por banda. Los controles de volumen permiten ajustar el nivel de los sonidos graves, agudos y la sonoridad de los mismos.

Amplificador/CD player

La función primordial del equipo es la reproducción, con la finalidad de tener un dispositivo adecuado de emisión del sonido para que este pueda difundirse a través del sistema de Música Ambiental.

El reproductor utilizado por la empresa es el siguiente:



Ilustración 9: Receptor Transmisor DENON RCD-N7

Fuente: www.denon.com, DENON Corp., 2012

DENON siendo una marca prestigiosa ha creado un equipo élite en lo que es reproducción de música, además cuenta con varias características que hacen del reproductor propicio para aplicarse en un sistema de Música Ambiental.

El reproductor cuenta con un CD player que lee todo tipo de formatos como son CD-R /CD-RW/ MP3/ WMA, además la calidad del lente da lectura a la música de manera idónea, sin perder calidad en el sonido.

Otro sistema con el que cuenta el reproductor es el de radio conectado a la red de Internet, lo que permite reproducir cualquier emisora de radio a nivel global; esta aplicación permite a los usuarios escuchar la música que deseen sea esta francesa, japonesa, americana, latina acorde las emisoras de radio que deseen en todo el mundo.

El reproductor siendo también amplificador permite crear una zona adicional en los amplificadores multi-zona, lo que es muy útil al instalar los sistemas de Música Ambiental en sitios arquitectónicos o en domicilios que requieren de zonas adicionales; además el sistema cuenta con Wi-Fi lo que permite conectarse el equipo a un computador, celular o iPod para la reproducción en línea sin necesidad de cables.

Parlantes de Cielo Falso

Los altavoces de cielo falso son parlantes elegantes ubicados en los techos o en ciertos casos en jitsu, sea en pared o techo, para la distribución del sonido.

La marca utilizada en este tipo de parlantes es JBL, una excelente marca en fabricación de equipos y altavoces en la rama del audio. Existen varios tamaños y modelos que se aplicaran acorde el cliente, sin embargo los más usuales y utilizados por la empresa son:



Ilustración 10: Parlantes de cielo falso

Fuente: www.jbl.com, JBL Company, 2012

JBL 8128

- ✓ Parlante de 8"
- ✓ Potencia de 25 Watts

Parlantes para Exteriores

Los Altavoces del exterior requieren que sean fabricados de diferentes materiales, para que estos puedan soportar el clima y varios factores externos a los que se encuentran expuestos.

Los parlantes externos utilizados con mayor frecuencia por la empresa son:



Ilustración 11: Parlantes de exteriores Klipsch CA525T

Fuente: www.klipsch.com, Klipsch, 2012

Las especificaciones generales del altavoz son:

- ✓ Potencia: 75 Watts (19V)
- ✓ Dimensiones: 20,638cm x 30,48cm x 22,543cm

Instalación de los Sistemas de Música Ambiental

Al haber analizado los componentes generales de un Sistema de Música ambiental procedemos a instalar, esto ocurre de manera similar como los Sistemas de Alta Fidelidad debido a que todos los componentes se concatenan formando un solo sistema para el usuario. A continuación se detalla un esquema de cómo se deben conectar los equipos del sistema.

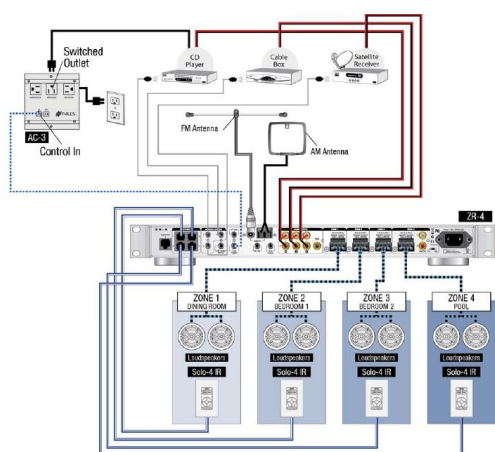


Ilustración 12: Instalación de Sistema de Música Ambiental

Fuente: Manual de Instalación de sistemas Automatizados, Niles.

ANÁLISIS DE MERCADO

Al realizar una investigación de mercado debemos tener en esencia que el aspecto primordial en nuestro estudio es la satisfacción al cliente; para ello es necesario conocer las necesidades de las personas y cómo se pueden satisfacer estas.

El origen de la necesidad de los Sistemas de Alta Fidelidad y Sistemas de Música Ambiental en las personas se debe a que en la actualidad la mayoría de personas trabaja arduamente durante varias jornadas laborales, al terminar las mismas y al llegar a sus domicilios las personas requieren de un ambiente propicio para descansar y relajarse, es ahí donde los sistemas forman parte de las necesidades de las personas, estos dan una gran comodidad y crean un ambiente adecuado para disfrutar solo o en familia.

Analizaremos los siguientes factores dentro del análisis de mercado:

Tamaño del Mercado

Para determinar el tamaño del mercado es necesario analizar la estrategia competitiva que tiene la Empresa OJV Electrónica la cual corresponde a un enfoque de alta segmentación y se detalla de la siguiente manera:

Enfoque o Alta Segmentación

La Organización cuenta con varios nichos de mercado a los cuales se quiere llegar, estos se encuentran dirigidos acordes las líneas de negocio, así:

- ✓ **Sistemas de Alta Fidelidad:** Estos sistemas están dirigidos a personas con altos ingresos económicos, es decir a las personas de clase social media-alta y alta, que se encuentren en capacidad de adquirir productos suntuarios.
- ✓ **Sistemas de Música Ambiental:** La presente línea de negocio se encuentra dirigida a lugares donde se quiere crear un ambiente propicio, estos pueden ser cerrados, abiertos o en intemperie.

Ambos Sistemas están dirigidos a personas que cuenten con una gran capacidad de adquisición, y se los instala en lugares como: oficinas, empresas, hosterías, casas, construcciones o edificios Inteligentes.

Al aplicar una estrategia de enfoque o alta segmentación se obtiene beneficios de exclusividad percibidos por el cliente, así como también un costo bajo, debido al volumen de ventas y compras que aplica la empresa.

Objetivo Establecido



Fuente: Fundamentos del Marketing

Un nuevo beneficio de dirigirse hacia segmentos de mercado específicos, es que la empresa se concentra en ciertos sectores en los cuales puede sacar mayores ventajas, y ser el líder en ellos, esto conlleva a que la empresa crezca y sea más competitiva.

Consumo aparente

Según (Alcaráz, 2006), “el presente factor se orienta al número de clientes potenciales con que va a contar la organización durante un período específico de tiempo”, así como establecer el consumo estimado de los productos.

El análisis lo realizaremos en base al volumen de ventas histórico durante los últimos 3 años tomando en cuenta los factores macro y micro económicos de la organización, en el cual podemos determinar los meses fuertes en ventas de la organización y observar las variaciones que han incurrido en cada uno de ellos en los años.

A continuación se presenta el siguiente detalle de ventas mensuales de los sistemas de Alta Fidelidad y Música Ambiental de la empresa en los últimos 3 años:

Tabla 6: Consumo Aparente Sistemas de Alta Fidelidad

VENTAS POR SISTEMAS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
2012	3	9	5	5	6	4	6	12	10	6	5	8	79
2011	3	7	3	5	4	3	5	9	8	4	4	6	61
2010	2	5	4	5	3	2	3	6	5	5	4	6	50
TOTAL	8	21	12	15	13	9	14	27	23	15	13	20	190

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Administrativo)

Tabla 7: Consumo Aparente Sistemas de Música Ambiental

VENTAS POR SISTEMAS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
2012	2	4	3	3	5	3	4	6	4	3	4	5	46
2011	1	3	2	1	2	2	2	3	2	1	0	2	21
2010	0	2	1	0	1	0	1	2	0	0	1	2	10
TOTAL	3	9	6	4	8	5	7	11	6	4	5	9	77

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Administrativo)

Donde podemos constatar el número de sistemas vendido por mes en cada año, tanto de Alta Fidelidad como de Música Ambiental, posteriormente realizaremos un análisis de los meses más fuertes y más representativos del año.

Revisando la información proporcionada por la empresa podemos constatar que los meses fuertes de la Organización son: Febrero, Agosto, Septiembre y Diciembre.

A continuación detallamos un análisis vertical en cuanto al número de sistemas vendidos por la empresa en los últimos 3 años, el cual se detalla a continuación:

Tabla 8: Variación Sistemas de Alta Fidelidad

VENTAS POR SISTEMAS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
2012	3	0%	9	29%	5	67%
2011	3	50%	7	40%	3	-25%
2010	2	5	4	5	3	2
TOTAL	8	21	12	15	13	9

VENTAS POR SISTEMAS	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
2012	6	20%	12	33%	10	25%
2011	5	67%	9	50%	8	60%
2010	3	6	5	5	4	6
TOTAL	14	27	23	15	13	20

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Administrativo)

Podemos visualizar los meses con mayor movimiento y carga de trabajo, para los cuales la empresa tomará medidas preventivas en cuanto a la disposición de su personal y los productos y materiales de instalación necesarios para la demanda.

Tabla 9: Variación Sistemas de Música Ambiental

VENTAS POR SISTEMAS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
2012	2	100%	4	33%	3	50%
2011	1	100%	3	50%	2	100%
2010	0	2	1	0	1	0
TOTAL	3	9	6	4	8	5

VENTAS POR SISTEMAS	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
2012	4	100%	6	100%	4	400%
2011	2	100%	3	50%	2	100%
2010	1	2	0	0	1	2
TOTAL	7	11	6	4	5	9

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Administrativo)

Se planifica que mediante la implementación de los objetivos de la organización y mediante la aplicación de las estrategias financieras en la entidad el nivel de ventas aumentará en un 25% con respecto al último año para el 2013, es por ello que a continuación se detalla las ventas proyectadas, las cuales se obtienen de las ventas mensuales del último año más el 25% de incremento para el nuevo año en la empresa, los resultados se presentan a continuación:

Tabla 10: Sistemas de Alta Fidelidad Proyectados

VENTAS POR SISTEMAS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
2013	4	11	6	6	8	5	8	15	13	8	6	10	99
TOTAL	4	11	6	6	8	5	8	15	13	8	6	10	99

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Administrativo)

Tabla 11: Sistemas de Música Ambiental Proyectados

VENTAS POR SISTEMAS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
2013	3	5	4	4	6	4	5	8	5	4	5	6	58
TOTAL	3	5	4	4	6	4	5	8	5	4	5	6	58

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Administrativo)

El consumo aparente de la organización para el año 2013 acorde los sitios donde se los instala se encuentran dados y distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 12: Consumo 2013 Sistemas de Alta Fidelidad

CONSUMO APARENTE	CONSUMO MENSUAL POR SISTEMAS 2013												
SISTEMAS DE ALTA FIDELIDAD	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Oficinas					1				1				2
Empresas				1			1	1	2				5
Hosterías		2						1					3
Casas	1	3	1	2	3	2	4	6	3	3	3	6	37
Construcciones			1			1	1		2	2	1	1	9
Edificios Inteligentes	2	6	4	3	4	2	2	7	5	3	2	3	43
TOTAL	4	11	6	6	8	5	8	15	13	8	6	10	99

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Administrativo)

Podemos observar los sectores donde se van a instalar los Sistemas de Audio que se encuentran en auge actualmente y aproximadamente se puede visualizar las tendencias del mercado para el año 2013.

Tabla 13: Consumo 2013 Sistemas de Música Ambiental

<u>CONSUMO APARENTE</u>	<u>CONSUMO MENSUAL POR SISTEMAS 2013</u>												<u>TOTAL</u>	
	<u>SISTEMAS DE MÚSICA AMBIENTAL</u>	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov		Dic
Oficinas	1						1		1					3
Empresas		1			1				1		1	1		5
Hosterías			1											1
Casas			1	1	2	1	1	2	2		1	3		14
Construcciones		1		2		2		1		2				8
Edificios Inteligentes	1	3	2	1	3	1	3	5	1	2	3	2		27
TOTAL	3	5	4	4	6	4	5	8	5	4	5	6		58

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Administrativo)

El consumo aparente establecido para el año 2013 es de:

- ✓ Sistemas de Alta Fidelidad: 99
- ✓ Sistemas de Música Ambiental: 58

Demanda Potencial

La demanda potencial es la máxima demanda posible de las líneas de negocio de la empresa que se puede dar en un mercado determinado.

Según (CreceNegocios, 2010) el objetivo primordial de determinar la demanda potencial es “ayudar a pronosticar o determinar cuál será la demanda o nivel de ventas de nuestro negocio”.

La fórmula aplicada para el cálculo de la demanda potencial es la siguiente:

$$Q = n * p * q$$

Donde:

Q = Demanda Potencial

n = Número de compradores posibles para un mismo producto en un determinado mercado (Consumo Aparente).

p = Precio Promedio del producto en el mercado

q = Cantidad promedio del consumo per cápita en el mercado.

Cálculo de la Demanda Potencial en la Línea de Alta Fidelidad

El cálculo de la demanda potencial para los Sistemas de Alta Fidelidad en el 2013 se encuentra dado de la siguiente manera:

$$Q = 99 * 1836 * 1 = 181,764.00$$

Donde:

n = Consumo aparente calculado anteriormente.

p = Es el precio promedio de la implementación de un Sistema de Alta Fidelidad.

q = El Consumo per cápita de los Sistemas de Alta Fidelidad es de 1 por cada 5 años, debido a que son productos de calidad y duran mucho tiempo, como el análisis se lo realiza para el 2013 el consumo va a ser de 1 durante el año.

Cálculo de la Demanda Potencial en la Línea de Música Ambiental

El cálculo de la demanda potencial para los Sistemas de Música Ambiental en el 2013 se encuentra dado de la siguiente manera:

$$Q = 59 * 2920 * 1 = 169,360.00$$

Donde:

n = Consumo aparente calculado anteriormente.

p = Precio promedio de la implementación de un Sistema de Música Ambiental.

q = El Consumo per cápita de los Sistemas de Música Ambiental es de 1 por cada 5 años, debido a que son productos de calidad y duran mucho tiempo, como el análisis se lo realiza para el 2013 el consumo va a ser de 1 durante el año.

Luego de haber analizado el Macro-entorno, Micro-entorno y Análisis Interno de la organización podemos realizar las matrices del análisis FODA, las cuales se detallan a continuación:

ANÁLISIS FODA

Matrices en función de los elementos del FODA, estas miden el impacto de los elementos analizados del macro y micro entorno y análisis interno de la organización, de la siguiente manera:

Matriz de Fortalezas de la Empresa OJV Electrónica

Tabla 14: Matriz de fortalezas

FORTALEZAS	IMPACTO		
	Alto	Medio	Bajo
Estrategias	X		
Metas Superiores	X		
Habilidades	X		
Sistemas de Información	X		
Personal	X		
Líneas de Negocio	X		

Fuente: Dirección y planificación estratégica en las empresas y organizaciones

Matriz de Debilidades de la Empresa OJV Electrónica

Tabla 15: Matriz de debilidades

DEBILIDADES	IMPACTO		
	Alto	Medio	Bajo
Estilo de la Empresa	X		

Fuente: Dirección y planificación estratégica en las empresas y organizaciones

Matriz de Oportunidades de la Empresa OJV Electrónica

Tabla 16: Matriz de oportunidades

OPORTUNIDADES	IMPACTO		
	Alto	Medio	Bajo
Inflación			X
Tasas de Interés			X
Tecnología		X	
Entorno Ambiental			X
Negociación Clientes	X		
Negociación Proveedores	X		
Mercado	X		

Fuente: Dirección y planificación estratégica en las empresas y organizaciones

Matriz de Amenazas de la Empresa OJV Electrónica

Tabla 17: Matriz de amenazas

AMENAZAS	IMPACTO		
	Alto	Medio	Bajo
Pobreza		X	
Inmigración			X
PIB			X
Político-Legal		X	
Competencia		X	

Fuente: Dirección y planificación estratégica en las empresas y organizaciones

Análisis de Aprovechabilidad

1	Bajo
3	Medio
5	Alto

De este análisis podemos concluir:

Tabla 18: Análisis de Aprovechabilidad

AREAS DE INICIATIVA ESTRATEGICA							
Análisis de Aprovechabilidad							
Fortalezas	Oportunidades						TOTAL
	1	2	3	4	5	6	
	Inflación	Tasas e Interés	Tecnología	Clientes	Proveedor	Mercado	
Estrategias	1	1	5	5	5	5	22
Metas Superiores	1	1	5	5	5	5	22
Habilidades	1	1	3	5	5	5	20
Sistemas de Información	1	1	5	3	3	5	18
Personal	1	1	3	5	5	5	20
Entorno Ambiental	1	1	3	1	1	3	10
Líneas de Negocio	1	3	5	5	5	5	24
TOTAL	7	9	29	29	29	33	136

Fuente: Dirección y planificación estratégica en las empresas y organizaciones

Del presente análisis podemos concluir que las fortalezas de la organización que nos van a servir de un importante apoyo para el cumplimiento de los objetivos y para la implementación de las estrategias son el desarrollo de las líneas de negocio, el planteamiento de estrategias, el establecimiento de metas y el personal capacitado para cumplirlas, en cuanto a los sistemas de información gerencial y las habilidades adicionales de cada persona servirán de apoyo para el cumplimiento de las oportunidades de la organización; mientras que las oportunidades que se deben resaltar son el mercado, las negociaciones con los clientes y proveedores, así como también la innovación tecnológica en cada una de las líneas de la empresa para obtener mejores beneficios e ir mejorando en la tecnología de los productos, así como en la tecnología operativa.

Análisis de Vulnerabilidad

Tabla 19: Análisis de Vulnerabilidad

AREAS DE INICIATIVA ESTRATEGICA						
Análisis de Vulnerabilidad						
Debilidades	Amenazas					TOTAL
	1	2	3	4	5	
	Pobreza	Inmigración	PIB	Político-Legal	Competencia	
Estilo de la Empresa	1	3	1	5	5	15
TOTAL	1	3	1	5	5	15

Fuente: Dirección y planificación estratégica en las empresas y organizaciones

En este análisis podemos concluir que las debilidades de la Empresa OJV Electrónica deben ser mejoradas con el fin de convertirlas en fortalezas, ya que estas hacen que la empresa tenga un alto nivel de vulnerabilidad ante sus amenazas. La principal amenaza a considerar es el entorno Político Legal y la Competencia tanto en los productos sustitutos como en la competitividad del mercado.

CAPÍTULO III

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

En el presente capítulo analizaremos el direccionamiento que toma la organización para poder cumplir con sus objetivos, además este contribuye a que la empresa se desarrolle de manera estratégica, táctica y operativa.

Según (Rohn, 2008) se define al Direccionamiento Estratégico como “el instrumento metodológico por el cual establecemos los logros esperados y los indicadores para controlar, identificamos los procesos críticos dentro de la gestión, los enfoques, y demás áreas importantes que tengan concordancia con la misión, visión y objetivos establecidos”.

A continuación analizaremos algunos factores fundamentales en la empresa como son:

Misión Estratégica:

La misión estratégica de la Empresa OJV Electrónica se da de la siguiente manera:

“Somos una empresa comercial dedicada a proporcionar a nuestros clientes productos y servicios de sistemas de Música Ambiental y Audio de Alta Fidelidad, obteniendo una rentabilidad adecuada y retribuyendo esta a nuestros clientes a nivel nacional, con productos y servicios de excelencia y calidad, con un personal altamente capacitado y especializado en las áreas técnicas, administrativas y logísticas; que laboran con un marco de disciplina y perseverancia, bajo principios de lealtad, responsabilidad, honradez y solidaridad”

Visión Estratégica

Se considera que en la visión de la empresa se debe modificar los siguientes campos, de acuerdo a la situación actual de la empresa y sus proyecciones a futuro:

- ✓ **Tiempo:** 2 años
- ✓ **Posicionamiento en el mercado:** Ser una empresa reconocida y altamente competitiva a nivel nacional, estableciendo convenios nacionales e internacionales y ampliando nuestros mercados.

A continuación se presenta la visión estratégica de la organización:

“Ser una empresa reconocida y altamente competitiva a nivel nacional en el 2014, mediante la innovación, actualización y capacitación de nuestro personal según los últimos avances tecnológicos; estableciendo convenios nacionales e internacionales y ampliando nuestro mercado a nivel nacional e internacional brindando a nuestros clientes el mejor producto, haciendo las cosas bien “desde siempre y para siempre”.

Objetivos estratégicos

Objetivo General Estratégico

“Optimizar la rentabilidad de la Empresa OJV Electrónica, maximizando sus utilidades a través de la aplicación de estrategias financieras”.

Objetivos Específicos Estratégicos

- a. Obtener un capital de trabajo óptimo para las operaciones de la Empresa OJV Electrónica.
- b. Reducir los costos de la organización y obtener un financiamiento corriente.
- c. Optimizar los excedentes de liquidez en la cuenta caja-bancos de la organización.
- d. Reinvertir las utilidades del ejercicio económico 2012 en la organización.

Políticas Organizacionales

Políticas Comerciales

Objetivo:

El objetivo principal de las políticas comerciales es:

Asegurar una adecuada segregación de funciones, definición de niveles de responsabilidad y aprobación.

Elaborado por: Ing. Orlando Jaramillo

Políticas:

- ✓ **Precios:** Los precios de venta al público serán establecidos de acuerdo al precio de los productos en el mercado, el precio deberá ser aprobado por el Gerente General.
- ✓ **Descuentos:** Todo descuento que se emita a los clientes deberá ser aprobado por el Gerente General, y se dará acorde el tipo de cliente, de la siguiente manera:
 - a. Distribuidores: Hasta un 20%
 - b. Clientes Frecuentes: Hasta un 10%
 - c. Clientes Usuales: Hasta un 5%
- ✓ **Apertura de nuevos clientes:** Para ingresar un nuevo cliente a una nueva relación comercial es necesario que la Empresa OJV Electrónica califique al nuevo cliente para su ubicación en el segmento adecuado.
- ✓ **Plazos:** Estos vendrán dados de acuerdo al tipo de cliente, máximo a 30 días a partir de la fecha de entrega de los productos.

Políticas de Compras

Objetivo:

Establecer procedimientos y controles que regulen los gastos locales e internacionales, gastos mediante tarjetas de crédito y demás gastos organizacionales.

Elaborado por: Ing. Orlando Jaramillo

Políticas:

Gastos Locales e Internacionales

Se consideran gastos locales a todos los incurridos dentro del territorio nacional, se toman las siguientes consideraciones:

- ✓ Los gastos menores de \$ 50,00 podrán ser cancelados mediante caja.
- ✓ Los gastos mayores de \$ 50,00 deberán ser cancelados mediante cheque o transferencias bancarias
- ✓ Todo pago Internacional deberá ser cancelado mediante transferencia bancaria u tarjeta de crédito dependiendo del proveedor.
- ✓ Todos los gastos deberán tener la autorización previa para su desembolso.

Políticas de Inventario

Objetivos

Determinar los requerimientos de compra y la clasificación de los productos comercializados por la Empresa OJV Electrónica.

Elaborado por: Ing. Orlando Jaramillo

Políticas:

- ✓ Los inventarios serán planificados para dentro de los 6 meses siguientes, los productos estarán ingresados en el sistema y se comparará con la planificación.
- ✓ Las existencias iniciales de cada mes corresponderá a los saldos finales del mes anterior.
- ✓ Se considera a mercadería en tránsito a los productos que se encuentren pedidos pero que aún no se encuentren en las bodegas de la organización.
- ✓ Cada pedido deberá contener su procedimiento de compra, con la autorización del Gerente General.

ESTRATEGIAS FINANCIERAS DE LA ORGANIZACIÓN

ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA EL CORTO PLAZO

1. Capital de Trabajo

Las estrategias financieras de capital de trabajo son los cursos de acción que nos permiten lograr nuestros objetivos establecidos, tanto para el activo circulante como para el pasivo a corto plazo de la empresa.

Según (Brigham, 2008) nos indica que “las estrategias de capital de trabajo son las que utiliza la empresa para obtener una liquidez suficiente que le permita sobrevivir en tiempos de crisis y a su vez maximizar su valor”.

El objetivo primordial de la estrategia financiera de capital de trabajo es alcanzar un equilibrio entre los grados de utilidad y el riesgo que maximice el valor de la empresa, tanto en cuentas de activos circulantes como son: caja, bancos, clientes e inventarios; y, cuentas de pasivos circulantes: cuentas por pagar proveedores, préstamos por pagar y tarjetas de crédito por pagar.

A continuación en base a los análisis realizados durante el transcurso del presente trabajo de terminación de carrera, se plantea la siguiente estrategia financiera de capital de trabajo para maximización de utilidades en la Empresa OJV Electrónica:

- ✓ **“Emisión de crédito empresarial a clientes con categoría A y B; y, negociación con tarjetas de crédito para financiamiento y facilidad de pago para clientes nuevos”.**

Responsable: Sra. María de los Ángeles Fabara Martínez

Área: Administrativa - Cobranzas

Tiempo: 90 días

En la presente estrategia financiera de capital de trabajo, procedemos a analizar las clases de clientes que tiene la Empresa OJV Electrónica de la siguiente manera:

Clientes Tipo A

Este tipo de clientes son considerados como primordiales en la Empresa OJV Electrónica por las siguientes razones:

- ✓ El volumen y frecuencia de compras.
- ✓ Su fidelidad y preferencia hacia la organización.

Para que un cliente obtenga la calificación “Tipo A” debe ser considerado como frecuente y con una antigüedad mínima de 5 años, se analiza el nivel de compras, su frecuencia y su fidelidad hacia la empresa para la calificación.

A continuación se presenta el listado de clientes “Tipo A” y el impacto que tienen estos en los ingresos anuales:

Tabla 20: Clientes Tipo A

CLIENTE	VALOR
CONJUNTO HABITACIONAL VILLA REGINA 1ERA ETAPA	12,793
J. CARLOS FREIRE Y VERONICA LUNA	8,294
F.D.C STORES S.A.	5,036
LAS FRAGANCIAS CIA.LTDA.	5,334
ABARCA VIVERO CRISTIAN	5,831
ALTAMIRANO MENDEZ GISELLE PATRICIA	8,574
VELASCO ZAPATA JOSE EMILIO	5,006
TERRACOTTON CIA. LTDA.	11,952
CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES - CNT EP	5,264
CUBILLO JORDAN TANIA ELIZABETH	15,999
CARRANZA JACOME ANA CECILIA	9,737
CORDOVA FLORES JUAN CARLOS	8,568
TIPAN ORTIZ VERONICA ISABEL	7,274
RIVERA CARDENAS DOLORES LEONOR	6,835
AMBACAR CIA. LTDA.	13,835
TOTAL	130,332
Ventas Anuales	335,236
Influencia en Ingresos Anuales	39%

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

Cientes Tipo B

Los presentes clientes se encuentran entre los 2 y 5 años de antigüedad, las ventas anuales a cada cliente “Tipo B” no son muy elevadas; sin embargo, debido a su cantidad tienen una gran influencia en el Estado de Resultados Integrales, casi como los clientes “Tipo A”, es por ello que se da una gran importancia a los dos tipos de clientes.

Los clientes “Tipo B” así como su influencia en los Ingresos Anuales se dan de la siguiente manera:

Tabla 21: Clientes Tipo B

CLIENTE	VALOR
SUNGLASS HOT CIA. LTDA.	4,733
CONJUNTO HABITACIONAL VILLA REGINA	2,684
LEOFINSA S.A.	2,850
BOYAR S.A.	2,909
LA LIRA INSTRUMENTOS Y AUDIO CIA. LTDA	2,493
TACTICA PUBLICITARIA S.A.	4,032
SHEMLON S.A.	3,887
ANDES PETROLEUM ECUADOR LTD.	2,657
GLOBAL RENT A CAR PROAÑO T.S.A	2,778
THE TESALIA SPRINGS COMPANY S.A.	2,750
MOLINA CALIZ CESAR AUGUSTO	4,070
MIELES ROLDAN JOHANA MONSERRATE	2,864
SANTANDER HUGO FERNANDO MIÑO	3,524
GERMAN ROCHA JOSE RAFAEL	3,927
SANTAMARIA LOPEZ MARIA DEL CARMEN	2,748
TRADE & TRADE BROTHERS TTB CIA. LTDA.	2,407
HERRERA NUÑEZ ROBERT STALIN	4,320
ANDYDRIS ANDRES Y MARTHA DISTRIBUIDORES	3,370
FERNANDEZ TRUJILLO DARWIN SEGUNDO	2,790
CELLSHOP S.A.	4,635
GUZMAN ALVEAR FERNANDO FRANCISCO	2,597
BARRAGAN ROMERO VERONICA DE LAS MERCEDES	4,446
MONICA LARREA ALMEIDA	3,594
AGUIRRE BENALCAZAR CARLOS ENRIQUE	4,620

CLIENTE	VALOR
EPMAPS	3,288
REINOSO BUSTILLOS CARMEN NOEMI	4,114
HERRERA ROBALINO MARITZA ELIZABETH	3,208
TECNOCALZA S.A.	3,000
SILVA LACHARD SANTIAGO DANIEL	3,448
LALAMA POSADA ANDRES MARCELO	3,921
BANCO PICHINCHA C.A	2,289
SAN ANDRES GALLEGOS PAULINA	2,252
MANUFACTURAS AMERICANAS CIA LTDA	2,336
SUNVACATION MARKETING CIA LTDA	2,034
TELCONET S.A	3,274
BIC ECUADOR ECUABIC S.A.	3,575
TOTAL	120,426
Ventas Anuales	335,236
Influencia en Ingresos Anuales	36%

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

Cientes Nuevos

Los “Clientes Nuevos” son aquellos que la organización ha tenido en el último año, son montos pequeños y en gran cantidad, es por ello que se detalla el resumen de los ingresos de “Clientes Nuevos”:

Tabla 22: Clientes Nuevos

TOTAL Clientes Nuevos	84,478
Ventas Anuales	335,236
Influencia en Ingresos Anuales	25%

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

Luego de realizar el análisis de los tipos de cliente que tiene la Empresa OJV Electrónica, procedemos a ver el impacto que tienen cada uno de ellos en el Estado de Resultados Integrales, lo cual se da de la siguiente manera:

Tabla 23: Influencia de Clientes en los Ingresos Anuales

CLIENTE	VALOR	%
TIPO A	130,332	39%
TIPO B	120,426	36%
Cliente nuevos	84,478	25%
TOTAL INGRESOS ANUALES	335,236	100%

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

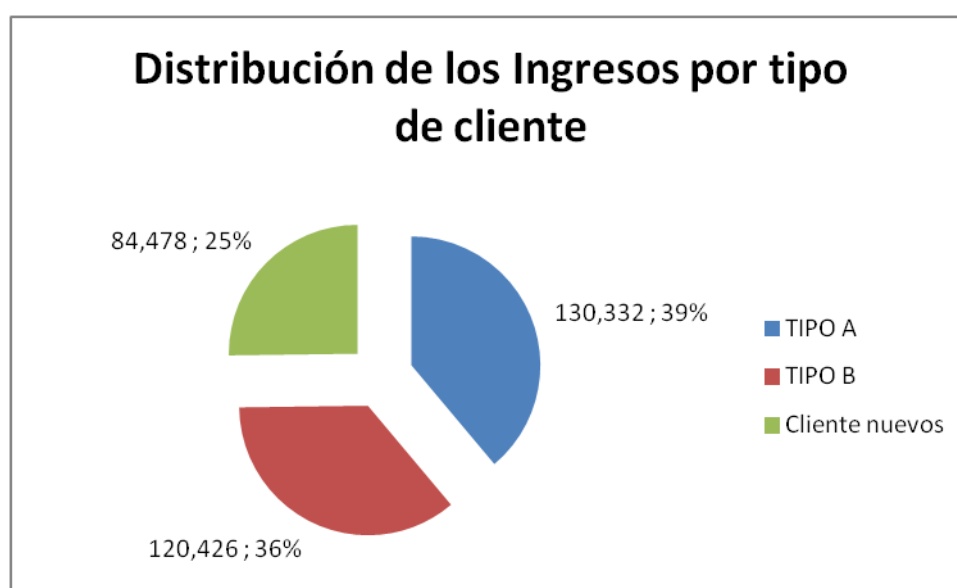


Ilustración 13: Influencia de Clientes en los Ingresos Anuales

Fuente: Análisis de Clientes

Es importante mencionar que la Empresa OJV Electrónica calificará como clientes “Tipo A” y “Tipo B”, solo a los clientes que cancelan de manera oportuna sus obligaciones, es por ello que los clientes mencionados anteriormente en estas categorías han cumplido con lo requerido.

Posterior al análisis de los tipos de clientes con que cuenta la organización se procede a analizar los indicadores financieros de liquidez los cuales se dan de la siguiente manera:

Capital de Trabajo

El capital de trabajo nos indica la capacidad que tiene la empresa para continuar con el desarrollo de sus actividades en el corto plazo.

El capital de trabajo en la Empresa OJV Electrónica está dado de la siguiente manera:

$$\textit{Capital de Trabajo} = \textit{Activo Corriente} - \textit{Pasivo Corriente}$$

$$\textit{Capital de Trabajo} = 36,248 - 6,592$$

$$\textit{Capital de Trabajo} = 29,657$$

Es decir la empresa para continuar con sus actividades en el corto plazo tiene un capital de trabajo de 29,657.

Prueba Ácida

El presente indicador ayuda a medir la liquidez de la empresa y su capacidad de pago, hay que considerar que dentro de la “Prueba Ácida” se excluye a los inventarios.

La prueba ácida de la empresa es como sigue:

$$\textit{Razón Corriente} = \frac{\textit{Activo Corriente} - \textit{Inventarios}}{\textit{Pasivo Corriente}}$$

$$\textit{Razón Corriente} = \frac{36,248 - 11,238}{6,592}$$

$$\textit{Razón Corriente} = 3.79$$

El resultado nos muestra que por cada dólar de obligación con que cuenta la empresa tiene 3.79 dólares de activos corrientes para hacer frente a dicha obligación sin considerar los inventarios.

Decisión a Implementar

Después de los análisis realizados se propone lo siguiente:

- a. Dar un crédito a los clientes “Tipo A” de 30 días,
- b. Dar un crédito a los clientes “Tipo B” de 15 días; y,
- c. A los “Nuevos Clientes” se plantea negociar con una entidad financiera para aceptar tarjetas de crédito, con lo cual la entidad financiera asume el riesgo de cobro.

Negociación con Datafast

La negociación se realiza directamente con la empresa Datafast y ella a su vez negocia con Mastercard y Visa, del Banco de Guayaquil y Banco de Pacífico respectivamente, los costos que incurren en la negociación se dan de la siguiente manera:

Tabla 24: Costos de implementación Datafast

COSTO	VALOR
Costo de Imprinter	39.20
Derecho de Conexión	181.44
TOTAL	220.64

Fuente: Datafast

Al negociar con la empresa Datafast se determinó que no se cobrará comisión por cada venta, sino que los precios son fijos, sin embargo las ventas realizadas mediante tarjeta de crédito serán reembolsadas a la empresa durante los primeros 5 días del siguiente mes, es por ello que la empresa debe estar en capacidad de mantener una liquidez adecuada para poder cubrir con los gastos corrientes mientras le es reembolsado el dinero.

Detalle de gastos:

Mediante la aplicación de la estrategia financiera de financiamiento corriente a los clientes de la entidad, se realizan ciertos desembolsos de dinero; para lo cual, se presenta a continuación:

N°	Descripción	Meses	Costo	Valor Anual
01	Costo de Imprinter	12	39.20	470.40
02	Derecho de conexión	1	181.44	181.44
			Total	651.84

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Administrativo)

2. Reducción de costos y obtención de financiamiento corriente

Las estrategias financieras para la reducción de costos tienen como objetivo el gestionar los costos, mas no el recortarlos.

La gestión de los costos implica supervisar procesos y mejorar la calidad, al mismo tiempo que se trata que los costos se mantengan a niveles adecuados.

En cuanto a las estrategias financieras de financiamiento corriente, estas contribuyen a la empresa a financiarse de manera óptima y eficiente en el corto plazo; es por ello, que se analiza el pasivo circulante de la Empresa OJV Electrónica en el cual tenemos las siguientes cuenta contables: cuentas por pagar proveedores, préstamos por pagar, sueldos por pagar, IESS por pagar, impuestos por pagar y tarjetas de crédito por pagar, para poder afrontar las obligaciones corrientes sin ningún inconveniente.

Las estrategias financieras de financiamiento corriente deben contribuir al objetivo de reducir los costos, con el fin de mejorar la gestión de la organización.

Por esta razón se plantea la siguiente estrategia financiera para la reducción del costo y obtención de financiamiento corriente, maximizando las utilidades en la Empresa OJV Electrónica, la cual se presenta de la siguiente manera:

- ✓ **“Reducción de costos en la importación de mercadería mediante la adquisición de la representación exclusiva de la marca “Tannoy”, negociando precios bajos, financiamiento y exclusividad de marca”.**

Responsable: Ing. Orlando Jaramillo

Área: Gerente General

Tiempo: 180 días

Una vez planteada la estrategia financiera, se procedió a realizar conversaciones y negociaciones con el proveedor del exterior de la Empresa OJV Electrónica, en ellas se establecieron los siguientes requisitos mínimos y beneficios que deben cumplir ambas partes:

Requisitos mínimos

- ✓ Se deben realizar pedidos mínimos trimestrales por un monto de USD 10,000 cada uno, de los productos de la marca Tannoy.
- ✓ Los productos se deben comercializar para su venta al público en un local comercial grande y amplio, con sala de exhibición.
- ✓ El contrato se pactará por un período mínimo de 3 años.
- ✓ La empresa debe estar legalmente constituida y cumplir todos los requisitos de ley del país donde reside.
- ✓ Se debe cumplir las fechas de pago pactadas en el contrato.

Beneficios

- ✓ Se emitirá a la Empresa OJV Electrónica un descuento adicional del 20% en los productos adquiridos.
- ✓ Se dará a la empresa un crédito de 30 días por cada pedido, sin embargo este deberá ser cancelado oportunamente, es decir, sin retraso.
- ✓ Se tendrá la exclusividad de la marca “Tannoy” a nivel de Latinoamérica no habrá otro distribuidor autorizado de la presente marca.
- ✓ Se da una garantía de 5 años a todos los productos de marca “Tannoy”.

- ✓ El proveedor prestará el servicio técnico de la mercadería que tuviere alguna falla durante el período del contrato.
- ✓ Todos los productos cumplen con certificados internacionales de calidad como son: CE, CSA, UL e ISO.

Una vez que se han establecido las conversaciones se procede a efectuar el contrato de negociaciones, es fundamental que ambos entes cumplan con lo pactado, caso contrario habrá una sanción monetaria de USD 10,000 que será ajustada acorde la gravedad de la falta y por cada año transcurrido, esta sanción debe estar estipulada en el contrato de negociaciones.

Analizando lo establecido anteriormente concluimos que el obtener la representatividad exclusiva de la marca “Tannoy” ayuda a la empresa a identificarse con este tipo de marca que es élite en el mercado europeo, no solamente ganará presencia en el mercado, sino que se identificará con un excelente producto que cuenta con estándares internacionales de calidad.

Por otra parte la Empresa OJV Electrónica cuenta con establecimientos adecuados para comercializar el producto, se cuenta con 2 salas de exhibición y amplio espacio para hacer demostraciones de los productos.

El acuerdo brinda a la empresa por parte del proveedor un servicio de asesoría técnica y garantía, en cualquier inconveniente que se tenga con los productos:

Detalle de gastos:

A continuación se presenta el presupuesto por la aplicación de la reducción de costos con el proveedor en donde se detalla los valores requeridos:

Producto	Código	Cantidad	Valor		Valor		Total
			Anterior	Desc.	Actual		
Amplificador Tannoy AVR- 8250	5,1 AVR-8250	0010	310	20%	248	2,480	
Amplificador Tannoy AVR- 8220	2,1 AVR-8220	0010	260	20%	208	2,080	
Sistema de parlantes HTS	5,1 HTS 5,1	0010	230	20%	184	1,840	
Sistema de parlantes SFX	5,1 SFX 5,1	0010	320	20%	256	2,560	
Parlantes de cielo falso Tannoy CL-232	CL -232	0036	49	20%	39	1,411	
Parlantes externos Tannoy RF-450	RF - 450	0012	100	20%	80	960	
Amplificadores multizona Tannoy RX-20	RX-20	0006	1,300	20%	1,040	6,240	
Reproductor Tannoy CD-420	CD - 420	0006	390	20%	312	1,872	
						19,443	

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Administrativo)

ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA EL LARGO PLAZO

1. La Inversión

Las estrategias financieras de inversión son aquellas en las que se analiza la liquidez de la organización con el fin de obtener el faltante o excedente existente, obteniendo así el nivel de efectivo que maneja la organización.

Es importante establecer el nivel de efectivo óptimo, debido a que si este se encuentra con faltante quiere decir que la empresa no puede cubrir con sus obligaciones corrientes y se encuentra en estado de iliquidez; sin embargo, si está en exceso nos indica que la empresa tiene dinero improductivo que no está generando rentabilidad adecuada.

Las inversiones financieras existen de dos formas: de renta fija y de renta variable, para lo cual, con el fin de reducir el riesgo, plantearemos una inversión en renta fija en una institución financiera nivel nacional.

La estrategia financiera de inversión a realizar para maximizar las utilidades en la Empresa OJV electrónica, se propone de la siguiente forma:

- ✓ **“Optimizar los excedentes de liquidez que se mantienen en la cuenta bancos mediante inversión en una institución financiera”.**

Responsable: Ing. Sebastián Jaramillo

Área: Contable - Financiera

Tiempo: 12 meses

Luego de haber analizado las dos estrategias financieras propuestas para el corto plazo, hemos observado que el pasivo circulante ha crecido debido a los financiamientos a corto plazo que se han emitido, y el activo circulante se ha incrementado debido a la emisión de crédito, sin embargo el activo corriente abastece y soporta dichos cambios como se analizó anteriormente, es por ello que se plantea las siguientes opciones para las inversiones en entidades financieras de tal manera que no afecte de forma relativa a la liquidez de la organización, a continuación se detallan:

Opción 1

Condiciones de Inversión Financiera:

- ✓ Tipo de Inversión: Póliza

- ✓ Banco: Produbanco
- ✓ Monto: USD 1,000
- ✓ Plazo: 1 año
- ✓ Interés: 4,80%

Para lo cual al conversar con el asesor de inversiones en la institución financiera se ha establecido los siguientes requisitos para la inversión:

- ✓ Monto de Apertura: US \$ 1,000 a partir de 91 días y US \$ 2,000 a partir de 30 días.
- ✓ Plazo mínimo: 30 días.
- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía, y en el caso de extranjeros pasaporte y VISA.
- ✓ Copia de otro documento de identificación.
- ✓ Copia de planilla de servicios básicos de luz, agua o teléfono del domicilio actual (de cualquiera de los 3 últimos meses).

A continuación obtenemos el resultado de la póliza de acumulación acorde las condiciones establecidas, el cual se da de la siguiente manera:

$$M = C * (1 + i)^n$$

$$M = 1,000 * (1 + 0.048)^1$$

$$M = 1,048$$

En donde la empresa tendría una ganancia de USD 48 al terminar el año.

Opción 2

Condiciones de Inversión Financiera:

- ✓ Tipo de Inversión: Certificado de depósito
- ✓ Banco: Bolivariano
- ✓ Monto: USD 1,000
- ✓ Plazo: 1 año
- ✓ Interés: 4,50%

Al negociar en la institución financiera se ha establecido que los requerimientos de la inversión son:

- ✓ Monto mínimo de apertura USD 1.000.
- ✓ Certificados nominativos.
- ✓ Plazos de acuerdo a tu preferencia.

A continuación obtenemos el resultado del certificado de depósito acorde las condiciones establecidas, el cual se da de la siguiente manera:

$$M = C * (1 + i)^n$$

$$M = 1,000 * (1 + 0.045)^1$$

$$M = 1,045$$

En donde la empresa tendría una ganancia de USD 45 al terminar el año.

Opción 3

Condiciones de Inversión Financiera:

- ✓ Tipo de Inversión: Póliza
- ✓ Banco: Pichincha
- ✓ Monto: USD 1,000
- ✓ Plazo: 1 año
- ✓ Interés: 4,75%

Una vez revisado las condiciones se establecieron los requisitos necesarios para la inversión, los cuales se detallan a continuación:

- ✓ Identificación
- ✓ Monto mínimo en la forma que entregue el cliente.
- ✓ Para ahorro a plazo: Un comprobante de servicios básicos (agua, luz o teléfono) en caso de no ser cliente del Banco.

- ✓ Para ahorro Arma: ser cliente del Banco, y mantener una cuenta corriente o de ahorros para el crédito periódico de los intereses.

A continuación obtenemos el resultado de la póliza de acumulación acorde las condiciones establecidas, el cual se da de la siguiente manera:

$$M = C * (1 + i)^n$$

$$M = 1,000 * (1 + 0.0475)^1$$

$$M = 1,047.50$$

En donde la empresa tendría una ganancia de USD 47.50 al terminar el año.

Con lo que se ha decidido invertir en el Banco Produbanco, debido que es la que genera una mayor rentabilidad y además la empresa cuenta con la cuenta bancaria en dicha entidad.

A continuación se presenta el detalle de las opciones de inversiones:

Banco:	Produbanco	Bolivariano	Pichincha
Monto:	1,000	1,000	1,000
Plazo:	1	1	1
Interés:	4.80%	4.50%	4.75%
Valor final a recibir al final del período:	1,048	1,045	1,048

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Administrativo)

2. La retención y/o reparto de utilidades

Las estrategias financieras sobre la retención y/o reparto de utilidades son de largo plazo y para realizarlas se deben tomar en cuenta varios factores que van a influir en la estructura financiera de la organización, para ello analizaremos lo siguiente:

- ✓ La implementación de la presente estrategia financiera nos va a permitir que la organización tenga una mayor acogida en la obtención de un crédito o financiamiento, con mejores condiciones de crédito en entidades financieras, pudiendo usar este en nuevas inversiones alternativas.
- ✓ La capitalización de las utilidades contribuye a la organización en generar nuevas fuentes de ingreso o simplemente mejorar las que ya están disponibles, con el fin de optimizar los mismos, generando una mayor rentabilidad a mediano plazo.

La presente estrategia financiera en retención y/o reparto de utilidades se encuentra estrechamente vinculada a la estructura financiera, pues esta decisión tiene un impacto inmediato sobre el financiamiento permanente de la empresa, y provoca consecuentemente, variaciones en la estructura de las fuentes permanentes.

La estrategia financiera en retención y/o reparto de utilidades a largo plazo es planteada en base a la situación financiera de la organización y para la maximización de utilidades de la misma, la cual es la siguiente:

- ✓ **“Reinversión de las utilidades en una nueva sucursal comercial con el fin de incrementar las ventas de la empresa”.**

Responsable: Ing. Orlando Jaramillo

Área: Gerente General

Tiempo: 18 meses

El reinvertir las utilidades en la organización ayudará a que esta crezca y obtenga una mayor rentabilidad, para ello se ha establecido la implementación de una nueva sucursal en la dirección Av. Amazonas y Av. De la Prensa, justo frente al nuevo Parque del Lago que van a construir a partir del 20 de febrero del 2013.

Se ha escogido este sector debido al incremento en el valor y la comercialización que va a tener en el futuro, expertos han analizado y dicen que el sector del aeropuerto va a incrementar su valor en casi 8 veces más de su costo actual.

Para la nueva sucursal de la Empresa OJV Electrónica se ha realizado un presupuesto en el cual se ha dividido en “Gastos Pre-operacionales” y “Gastos de Administración y Ventas”, debemos tomar en cuenta que al crear una nueva sucursal es posible que las ventas sean bajas durante los 3 primeros meses, hasta que se dé a conocer la nueva sucursal de la organización, es por ello que se ha incluido dentro del presupuesto, los gastos de los 3 primeros meses como se detalla a continuación:

Detalle de gastos:

A continuación se muestra el presupuesto establecido para la inversión en la nueva sucursal de la Compañía, la cual se establecerá como una cuenta de Activo fijo en construcción, hasta que se encuentre listo para ser utilizado.

Tabla 25: Costos Pre-operacionales

No.	DESCRIPCIÓN	MEDICIÓN	UNID.	COSTO	
				UNITARIO	INICIAL
Costos Pre-operacionales					
<i>Muebles y Enseres</i>					
01	Stands de Audio para Sistemas	Unidades	6	550	3,300
02	Sillas de demostración	Unidades	6	100	600
03	Escritorios atención cliente y caja	Unidades	2	80	160
04	Vitrinas de demostración	Unidades	4	180	720
<i>Inventarios Mecadería</i>					
05	Amplificador Tannoy 5,1 AVR- 8250	Unidades	10	340	3,398
06	Amplificador Tannoy 2,1 AVR- 8220	Unidades	10	323	3,233
07	Sistema de parlantes 5,1 HTS	Unidades	10	233	2,333
08	Sistema de parlantes 5,1 SFX	Unidades	10	290	2,899
09	Parlantes cielo falso Tannoy CL-232	Unidades	36	53	1,895
10	Parlantes externos Tannoy RF-450	Unidades	12	119	1,427
11	Amplificadores multizona Tannoy	Unidades	6	1,187	7,122
12	Reproductor Tannoy CD-420	Unidades	6	379	2,274
<i>Equipos de Computación</i>					
13	Computadora de escritorio	Unidades	1	680	680
14	Impresora matricial	Unidades	1	280	280
15	UPS	Unidades	1	29	29
<i>Equipos de Seguridad</i>					
16	Sistema de Cámaras y Vigilancia	Unidades	1	780	780
17	Sensores y detectores movimiento	Unidades	4	40	160
18	Sensores y detectores apertura	Unidades	2	20	40
<i>Permisos Legales</i>					
19	Patente Municipal	Pago/Anual	1	150	150
20	Contribuciones y aportaciones	Pago/Anual	1	60	60
21	Documentos legales	Pago/Anual	1	35	35
22	Suscripciones y afiliaciones	Pago/Anual	1	80	80
				TOTAL	31,655

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Administrativo)

A continuación revisamos los “Gastos de Administración y Ventas” los cuales se detallan a continuación:

Tabla 26: Gasto de Administración y Ventas

ORDEN	DESCRIPCIÓN	MEDICIÓN	UNID.	COSTO				
				Unidad	Inicial	MES 1	MES 2	MES 3
Gastos								
Administrativos								
<i>Personal</i>								
23	Sueldos y Salarios	Pago/Mes	1	400		400	400	400
24	Aporte patronal IESS	Pago/Mes	1	49		49	49	49
25	Provisiones	Pago/Mes	1	77		77	77	77
26	Arriendo	Pago/Mes	1	400	800	400	400	400
<i>Servicios Básicos</i>								
27	Agua	Pago/Mes	1	12		12	12	12
28	Luz	Pago/Mes	1	25		25	25	25
29	Teléfono	Pago/Mes	1	30		30	30	30
30	Internet	Pago/Mes	1	35		35	35	35
31	Seguridad y Vigilancia	Pago/Mes	1	130		130	130	130
32	Alimentación	Pago/Mes	1	200		200	200	200
33	Seguros	Pago/Mes	1	40		40	40	40
Gastos de Venta								
34	Publicidad	Pago/Mes	1	150		150	150	150
35	Periódicos y revistas	Pago/Mes	1	100		100	100	100
36	Señalética	Unidades	8	30		240		
37	Decoraciones	Pago/Año	1	700		700		
				TOTAL	800	2,587	1,647	1,647

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Administrativo)

Principios y Valores

Los principios aplicados por el personal de la Empresa OJV Electrónica son:

- ✓ Lealtad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Honradez
- ✓ Solidaridad
- ✓ Respeto
- ✓ Transparencia
- ✓ Integridad

CAPÍTULO IV**ANÁLISIS FINANCIERO*****EMPRESA OJV ELECTRÓNICA******ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA******Por el año terminado al 31 de diciembre del 2012******(Expresado en U.S. Dólares)***

			Revisión vertical
Activos			
Activos Corrientes		\$ 36,248	49%
Disponibles	\$ 18,110		25%
Caja	\$ 500		1%
Bancos	\$ 17,610		24%
Exigible	\$ 5,600		8%
Clientes	\$ 5,600		8%
Realizable	\$ 11,238		15%
Inventario Mercaderías	\$ 11,238		15%
Otros Activos Corrientes	\$ 1,300		2%
Impuestos por cobrar	\$ 1,300		2%
Activos No Corrientes			
Activos No Corrientes Tangibles		\$ 37,347	51%
Depreciables	\$ 37,347		51%
Vehículos	\$ 17,120		23%
Equipos de Computación	\$ 3,100		4%
Equipos de Oficina	\$ 4,214		6%
Muebles de Oficina	\$ 1,010		1%
Equipos de Sonido Eventos	\$ 11,648		16%
Otros Activos	\$ 255		0%
No depreciables	\$ 0		
Activos No Corrientes Intangibles		\$ 0	
Activos Diferidos		\$ 0	
TOTAL ACTIVOS		\$ 73,595	100%

		Revisión vertical
Pasivos		
Pasivos a Corto Plazo		\$ 6,591 9%
Cuentas por pagar Proveedores	\$ 2,664	4%
Impuestos por pagar	\$ 112	0%
Préstamos por pagar	\$ 2,300	3%
Anticipo clientes	\$ 235	0%
Tarjetas de Crédito por pagar	\$ 1,280	2%
Pasivos a Largo Plazo	<hr/>	\$ 4,341 6%
Préstamos Bancarios por pagar	\$ 4,341	6%
	<hr/>	
TOTAL PASIVOS		\$ 10,932
Patrimonio		
De capital		\$ 1,000 1%
Capital Social	\$ 1,000	1%
Reservas	<hr/>	\$ 3,000 4%
Otras reservas	\$ 3,000	4%
Resultados Acumulados	<hr/>	\$ 14,990
Ganancias Acumuladas años anteriores	\$ 14,990	
Resultados del Ejercicio	<hr/>	\$ 43,673 59%
Ganancia del Ejercicio	\$ 43,673	59%
	<hr/>	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 62,663 85%
	<hr/>	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 73,595 100%

EMPRESA OJV ELECTRÓNICA**ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES****Del 01 de enero al 31 de diciembre del año 2012****(Expresado en U.S. Dólares)**

		Revisión Vertical
Ventas	335,236	100%
(=) Ventas Netas	335,236	
(-) Costo de Ventas	186,251	56%
Inventario de mercaderías Inicial	21,975	7%
(+) Compras	175,514 175,514	52%
(=) mercadería disponible para la venta	197,489	59%
(-) Inventario de mercaderías final	11,238	3%
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	148,985	44%
(-) TOTAL GASTOS	105,312	
Administrativos	95,232	88%
Sueldos y Salarios	71,391	71%
Servicios Básicos	3,427	4%
Gasto Alimentación	2,974	4%
Gasto de viaje	13,571	4%
Gasto legales	180	0%
Gasto Generales	846	1%
Gasto Suministros de oficina	2,843	3%
Ventas	10,080	12%
Comisiones	4,755	6%
Gasto Publicidad	1,320	2%
Gasto Honorarios	1,500	2%
Gasto Transporte	2,505	3%
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	43,673	

EMPRESA OJV ELECTRÓNICA**ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO****Por el año terminado al 31 de diciembre del 2012****(Expresado en U.S. Dólares)**

	<u>Capital</u> <u>Social</u>	<u>Aportes futuras</u> <u>capitalizaciones</u>	<u>Reservas</u>	<u>Resultados</u> <u>Acumulados</u>	<u>Resultados</u> <u>del Ejercicio</u>	<u>Total</u>
Saldos al 31 de diciembre						
del 2011	1,000	-	2,500	14,990		18,490
Aportes futura capitalización		-				-
Otras Reservas			500			500
Ganancia del Ejercicio					43,673	43,673
Saldos al 31 de diciembre						
del 2012	<u>1,000</u>	<u>-</u>	<u>3,000</u>	<u>14,990</u>	<u>43,673</u>	<u>62,663</u>

EMPRESA OJV ELECTRÓNICA**ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO****Por el año terminado al 31 de diciembre del 2012****(Expresado en U.S. Dólares)****MÉTODO DIRECTO**FLUJOS DE EFECTIVO EN ACTIVIDADES DE
OPERACIÓN:

Cobros a clientes	329,871	
Pagado a proveedores y empleados	(274,378)	
Efectivo neto proveniente de actividades operativas		55,493

FLUJOS DE EFECTIVO EN ACTIVIDADES DE INVERSIÓN:

Compra de propiedades planta y equipo	(22,178)	
Documentos por cobrar largo plazo	1,861	
Efectivo neto usado en actividades de inversión		(20,316)

FLUJOS DE EFECTIVO EN ACTIVIDADES DE
FINANCIAMIENTO:

Obligaciones bancarias	705	
Préstamos a largo plazo	705	
Dividendos pagados 2011	(30,795)	
Efectivo neto usado en actividades de financiamiento		(29,385)

Aumento (disminución) neto en efectivo y sus equivalentes		5,792
Efectivo y sus equivalentes de efectivo al inicio de año		12,318
Efectivo y sus equivalentes al final del año		18,110

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada es el volumen máximo de producción que puede obtenerse en un período de tiempo, según (Alcaráz, 2006) la capacidad instalada “se refiere al nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa con base en los recursos con los que cuenta” tomando en cuenta activos como la maquinaria, equipo e instalaciones físicas.

Uno de los motivos por los cuales se estudia el presente factor es porque permite determinar los tiempos de respuesta de la empresa al mercado y de esta manera se puede conocer las posibilidades de expansión o requerimientos de inversión a largo plazo.

Dentro de la capacidad instalada es necesario determinar dos factores importantes que son:

- a. Capacidad Instalada Total.
- b. Nivel de Producción adecuado.

Capacidad Instalada Total

Mediante el presente factor podemos determinar el máximo de capacidad que tiene la empresa para poder adquirir las respectivas líneas de negocio (productos), lo cual es importante determinar porque nos permite conocer si la organización está en capacidad de cubrir la demanda potencial del mercado.

Los factores principales para analizar en la capacidad instalada total de una empresa comercial son:

- ✓ **Capacidad de Adquisición:** Mediante el análisis del presente factor se puede determinar la capacidad de la organización de cubrir sus deudas en el corto plazo, para ello analizaremos los índices de liquidez y endeudamiento de la organización como se detalla a continuación:

Liquidez

- ✓ **Razón Corriente:** La razón Corriente de la empresa se encuentra dada de la siguiente manera:

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Razón Corriente} = \frac{36,248}{6,591}$$

$$\text{Razón Corriente} = 5.50$$

Con esto podemos determinar que por cada dólar de pasivo corriente que tiene la empresa cuenta con 5.50 dólares de activo corriente que pueden hacer frente a dicha obligación considerando a los inventarios.

- ✓ **Prueba Ácida:** La prueba ácida mide la liquidez de la empresa y su capacidad de pago, hay que considerar que dentro del presente indicador se excluye a los inventarios.

La prueba ácida de la empresa es como sigue:

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{36,248 - 11,238}{6,591}$$

$$\text{Prueba Ácida} = 3.79$$

El resultado nos muestra que por cada dólar de obligación con que cuenta la empresa tiene 3.79 dólares de activos corrientes para hacer frente a dicha obligación sin considerar los inventarios.

- ✓ **Capital de Trabajo:** El presente indicador nos muestra la capacidad que tiene la empresa para continuar con el desarrollo de sus actividades en el corto plazo.

El indicador en la empresa se presenta de la siguiente manera:

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = 36,248 - 6,591$$

$$\text{Capital de Trabajo} = 29,657$$

Es decir la empresa para continuar con sus actividades en el corto plazo tiene un capital de trabajo de 29,657

Endeudamiento:

- ✓ **Pasivo Total/ Activo Total:** El presente indicador nos muestra la capacidad de endeudamiento de la empresa por cada dólar de activo.

El nivel de endeudamiento viene dado de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} = \frac{10,932}{73,595} = 0.15$$

Esto nos muestra que de por cada dólar que la empresa cuenta en Activo, 0.15 corresponden a obligaciones.

- ✓ **Pasivo Corriente/ Patrimonio:** Nos indica la capacidad de endeudamiento a corto plazo con que cuenta la empresa por cada dólar de Patrimonio que posee, de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Pasivo Corriente}}{\text{Patrimonio}} = \frac{6,591}{62,663} = 0.11$$

El resultado nos indica que la empresa tiene una deuda a corto plazo de 0.11 por cada dólar de fondos propios o patrimonio que tiene.

- ✓ **Pasivo Total/ Patrimonio:** El presente indicador nos muestra la capacidad total de endeudamiento que tiene la empresa con respecto a su patrimonio.

El presente indicador viene dado de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}} = \frac{10,932}{62,663} = 0.17$$

Podemos analizar que por cada dólar que tiene la empresa de fondos propios tiene una deuda o una obligación de 0.17.

- ✓ **Espacio Físico:** La empresa cuenta con una sala de exhibición y una bodega en la cual almacena el stock de sus líneas de negocio.

La bodega tiene un tamaño de 81 m² en el cual se cuenta con 3 stands para almacenar los productos que se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

- a. **Primer Stand:** Se almacenan los productos correspondientes a las líneas de Alta Fidelidad, tiene una capacidad de almacenaje para 20 Sistemas completos de Alta Fidelidad.

- b. Segundo Stand: Aquí constan los productos correspondientes a la línea de Música Ambiental, tiene una capacidad de almacenaje de 15 Sistemas de Música Ambiental.
- c. Tercer Stand: En el presente stand se almacena todo lo referente a repuestos y materiales de instalación utilizados tanto en las líneas de Alta Fidelidad como en Música Ambiental como son: cables, tornillos, canaletas, cajas de paso, entre otros materiales.
- ✓ **Personal para mano de obra:** En el presente factor procedemos a analizar la disponibilidad del personal en la entidad para realizar las respectivas instalaciones de los sistemas vendidos.

Como se ha detallado en el Capítulo 1 la empresa cuenta con 2 personas en el Área Técnica la cual se dedica a la reparación e instalación de los Sistemas de Alta Fidelidad y Música Ambiental, se ha realizado un promedio del tiempo de demora en la instalación de los sistemas y se ha obtenido que cada sistema demora alrededor de 8 horas en ser implementado entre las dos personas, es decir la instalación de un Sistema se lo realiza en 1 día laboral.

A continuación se detalla el cálculo de la máxima capacidad de instalación de los sistemas que ofrece la organización:

Promedio horas de instalación x sistema: 8

Horas mes: 160

$$\mathbf{Instalaciones\ Mes} = \frac{\mathit{horas\ mes}}{\mathit{horas\ instalación}} = \frac{160}{8} = 20$$

Sin embargo debemos considerar que los días laborales durante el mes son alrededor de 22 días en promedio, donde se puede contar con el personal para la instalación de los sistemas, es por ello que la capacidad de instalación mensual es de 22 Sistemas.

$$\mathbf{Instalaciones\ Mes\ netas} = 22$$

Para determinar la capacidad instalada en cuanto al personal durante el año procedemos a multiplicar el promedio de instalaciones por mes por los meses del año, de la siguiente manera:

$$\mathbf{Instalaciones\ Anuales\ netas} = 22 * 12 = 264$$

Luego de los análisis realizados podemos concluir que la organización con el personal que cuenta, tiene la capacidad promedio de instalar 264 Sistemas durante el año.

Nivel de Producción Adecuado

El nivel de producción adecuado se encuentra dado en base al consumo aparente establecido en el mercado, el cual se detalla a continuación:

Sistemas de Alta Fidelidad:	99
Sistemas de Música Ambiental:	58
Total demanda de Sistemas:	157

Es por ello que en base al análisis de la capacidad instalada de la empresa podemos concluir que esta se encuentra en capacidad de comercializar los 157 Sistemas de Audio durante el año 2013.

COSTOS POR LÍNEA DE NEGOCIO

Una vez realizado el análisis correspondiente a los costos por línea de negocio, correspondiente a la importación de 10 Sistemas de Alta Fidelidad y 6 Sistemas de Música Ambiental, es decir 16 Sistemas de Audio por cada importación, se obtuvieron los siguientes resultados:

Costos establecidos con el Proveedor

El costo del proveedor del exterior se detalla a continuación:

Tabla 27: Costos FOB

Producto	Código	Cantidad	Valor Unitario	Total	Piezas	Peso (Kg) Rep	PAGO BANCARIO	
							Comisiones	Salida de Capitales
DENON AVR-391	AVR-391	0010	\$ 290.00	\$ 2,900.00	0010	112.00 S.B.	\$ 6.18	\$ 139.15
Boston Acoustics MCS90	MCS90	0010	\$ 310.00	\$ 3,100.00	0010	155.40 S.B.	\$ 6.60	\$ 148.74
Pantalla 60" DS3060	DS3060	0010	\$ 65.00	\$ 650.00	0010	53.00 S.B.	\$ 1.38	\$ 31.19
Mini proyector de bolsillo PK101	PK101	0010	\$ 268.00	\$ 2,680.00	0010	18.00 S.B.	\$ 5.71	\$ 128.59
Parlantes Cielo Falso JBL8128	JBL8128	0036	\$ 40.00	\$ 1,440.00	0024	57.60 S.B.	\$ 3.07	\$ 69.09
Parlantes externos Klipsch CA525T	CA525T	0012	\$ 98.00	\$ 1,176.00	0012	61.20 S.B.	\$ 2.50	\$ 56.43
ZR-4 EX Series 2-4source, 4-zone multizon receiver Kit with AM/FM 110 ZR-4		0006	\$ 1,160.00	\$ 6,960.00	0006	52.80 S.B.	\$ 14.83	\$ 333.95
DENON reproductor RCD N7	RCD N7	0006	\$ 370.00	\$ 2,220.00	0006	37.80 S.B.	\$ 4.73	\$ 106.52
				\$ 21,126.00	0088	547.80	\$ 45.00	\$ 1,013.67

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Comercio Exterior)

En la tabla anterior se detalla los productos a importar, su cantidad y el peso, así como también las comisiones bancarias y el impuesto a la salida de divisas que son costos que la empresa requiere cancelar de manera previa a la importación.

Una vez cancelados estos costos el proveedor procede al Delivery que consiste en el transporte de la mercadería al lugar de embarcación, los productos deben ser embalados en Pallets, certificados y zunchados para su posterior embarque.

Al llegar la mercadería al embarcador, este realiza un análisis del peso – volumen de la mercadería estableciendo los costos de embarcación, estos se realizan en base a tarifas establecidas por el embarcador, la Empresa OJV Electrónica cuenta con tarifas especiales por fidelización con el embarcador, se puede determinar en el detalle siguiente:

Tabla 28: Costos Embarcación

Costos de Embarcación		IMPORTACION			Kg Peso 1033.04	Costo x Kg Variables
		Valor Aéreo	IVA Aéreo	TOTAL Aéreo		
00001	Security	\$ 219.36	\$ 0.00	\$ 219.36		0.21
00002	Delivery (lbs)	\$ 360.00	\$ 0.00	\$ 360.00		0.35
00003	Combustible	\$ 1,243.28	\$ 0.00	\$ 1,243.28		1.20
00004	Flete Aéreo	\$ 1,040.00	\$ 0.00	\$ 1,040.00		1.01
00005	Documentación	\$ 35.00	\$ 4.20	\$ 39.20		
00006	Ingreso SICE	\$ 5.00	\$ 0.60	\$ 5.60		
00007	Gestión administrativa, Servicios locales	\$ 35.00	\$ 4.20	\$ 39.20		
00008	Manejo por recaudación	\$ 61.28	\$ 7.35	\$ 68.63		
00009	Bunker	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00		
00010	Desconsolidación	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00		
00011	Porteo	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00		
	OPCIONAL					
00011	SED c/u	\$ 25.00	\$ 0.00	\$ 25.00		
00012	Reempaque (zunchado) c/u	\$ 50.00	\$ 0.00	\$ 50.00		
00013	Reempaque (certificado) c/u	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00		
	CARGA PELIGROSA					
00014	EFS	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00		
00015	DGR	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00		
00016	HAZMANT	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00		
	TOTAL	\$ 3,073.92	\$ 16.35	\$ 3,090.27		

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Comercio Exterior)

La empresa cuenta con crédito de 30 días para cancelar estos valores, es por ello que la mercadería es embarcada y enviado al agente de aduanas de la empresa ubicado en Ecuador, este recibe la mercadería y procede a realizar los trámites de Desaduanización, para ello la mercadería debe ser guardado en una bodega así:

Tabla 29: Costos Bodegaje

Bodega:	
Días:	1
Tarifa diaria:	0.33
Bultos:	4
Peso:	1,033.04
Valor:	21,126.00
Subtotal:	340.90
IVA:	40.91
Total:	381.81

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Comercio Exterior)

El seguro para el almacenamiento que se encuentra detallado así:

Tabla 30: Costos Seguros

Seguros:	
Monto asegurado:	2,126.00
Tasa:	0.25%
Prima neta:	15
Deducible:	10% del siniestro
Subtotal:	67.82
IVA:	8.14
Total:	75.95

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Comercio Exterior)

Los costos de Desaduanización se encuentran dados de la siguiente manera:

Tabla 31: Costos Desaduanización

Nº	Detalle	Importación		Total
		Valor	IVA	
001	Pago de Impuestos	\$ 0.00	\$ 2,903.99	\$ 2,903.99
002	Corpei	\$ 5.00		\$ 5.00
003	Elaboración del DAV	\$ 100.00		\$ 100.00
004	Notariado	\$ 50.00		\$ 50.00
005	Bodega	\$ 340.90	\$ 40.91	\$ 381.81
006	Poliza de Seguros	\$ 67.82	\$ 8.14	\$ 75.95
007	Honorarios	\$ 530.00	\$ 63.60	\$ 593.60
TOTAL:		\$ 1,093.72	\$ 3,016.64	\$ 4,110.35

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Comercio Exterior)

Donde:

- ✓ El pago de impuestos corresponde a la liquidación del IVA, el cual es el 12%, los productos no cuentan con aranceles.
- ✓ El Corpei es un derecho que se cancela para poder proceder a la Desaduanización.
- ✓ La elaboración del DAV es el formulario desarrollado para cancelar los respectivos impuestos y es elaborado por el agente de aduanas.
- ✓ La notarización de algunos documentos incurre a este gasto por Notariado.
- ✓ Los gastos de bodega y de seguros son los analizados anteriormente los cuales se producen por el almacenamiento de la mercadería, mientras se realizan todos los trámites legales.
- ✓ Los honorarios corresponden al agente de aduanas los cuales se cancelan por importación.

Una vez que se terminen los trámites de importación, se procede a trasladar la mercadería a las bodegas de la Empresa OJV Electrónica en donde se establecen los nuevos precios y costos totales de la siguiente manera:

Tabla 32: Costos Importación

OJV ELECTRÓNICA		COSTOS												
Fecha:	29/01/2013	Código	PROVEEDOR	PAGO			EMBARCADOR	ADUANAS			Costo total	Total Impot.	Cantidad	Costo Unitario
Nº	Producto			FOB	Comisión	Salida Capitales		Otros Rubros	Valor dist. X peso	Valor dist. X peso				
00001	DENON AVR-391	AVR-391	\$ 2,900.00	\$ 6.18	\$ 139.15	\$ 0.00	\$ 628.48	\$ 69.70	\$ 103.34	\$ 3,846.84	\$ 3,846.84	10	\$ 384.68	
00002	Boston Acoustics MCS90	MCS90	\$ 3,100.00	\$ 6.60	\$ 148.74	\$ 0.00	\$ 872.01	\$ 96.71	\$ 110.47	\$ 4,334.53	\$ 4,334.53	10	\$ 433.45	
00003	Pantalla 60" DS3060	DS3060	\$ 650.00	\$ 1.38	\$ 31.19	\$ 0.00	\$ 297.40	\$ 32.98	\$ 23.16	\$ 1,036.12	\$ 1,036.12	10	\$ 103.61	
00004	Mini proyector de bolsillo PK101	PK101	\$ 2,680.00	\$ 5.71	\$ 128.59	\$ 0.00	\$ 101.01	\$ 11.20	\$ 95.50	\$ 3,022.01	\$ 3,022.01	10	\$ 302.20	
00005	Parlantes Cielo Falso JBL8128	JBL8128	\$ 1,440.00	\$ 3.07	\$ 69.09	\$ 0.00	\$ 323.22	\$ 35.85	\$ 51.31	\$ 1,922.54	\$ 1,922.54	36	\$ 53.40	
00006	Parlantes externos Klipsch CAS25T	CAS25T	\$ 1,176.00	\$ 2.50	\$ 56.43	\$ 0.00	\$ 343.42	\$ 38.09	\$ 41.91	\$ 1,658.34	\$ 1,658.34	12	\$ 138.20	
00007	ZR-4 EX Series 2-4source, 4-	ZR-4	\$ 6,960.00	\$ 14.83	\$ 333.95	\$ 0.00	\$ 296.28	\$ 32.86	\$ 248.02	\$ 7,885.94	\$ 7,885.94	6	\$ 1,314.32	
00008	DENON reproductor RCD N7	RCD N7	\$ 2,220.00	\$ 4.73	\$ 106.52	\$ 0.00	\$ 212.11	\$ 23.52	\$ 79.11	\$ 2,645.99	\$ 2,645.99	6	\$ 441.00	
			\$ 21,126.00	\$ 45.00	\$ 1,013.67	\$ 0.00	\$ 3,073.92	\$ 340.90	\$ 752.82	\$ 26,352.31	\$ 29,385.30	100	\$ 3,980.64	

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Comercio Exterior)

Una vez determinados los costos totales y los costos unitarios por producto procedemos a calcular el costo por Sistema, el cual se encuentra dado de la siguiente forma:

Tabla 33: Costos Sistema Alta Fidelidad

Sistemas de Alta Fidelidad	
Producto	Valor
DENON AVR-391	384.68
Boston Acoustics MCS90	433.45
Pantalla 60" DS3060	103.61
Mini proyector de bolsillo PK101	302.20
TOTAL SISTEMA	1223.95

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Comercio Exterior)

En cuanto a los Sistemas de Música Ambiental los costos se encuentran dados así:

Tabla 34: Costos Sistema Música Ambiental

Sistemas de Música Ambiental	
Producto	Valor
Parlantes Cielo Falso JBL8128	53.40
Parlantes externos Klipsch CA525T	138.20
ZR-4 EX Series 2 -4source, 4-zone multizon	1,314.32
DENON reproductor RCD N7	441.00
TOTAL SISTEMA	1946.92

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Comercio Exterior)

EFFECTOS DE LA APLICACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

FINANCIERAS EN EL ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES

Efectos de la aplicación de la estrategia financiera de capital de trabajo

✓ Cambio en los ingresos de la organización

Según lo analizado en el Capítulo 2 y 3, en el análisis de mercado y en la estrategia financiera de capital de trabajo, se ha determinado que el crecimiento de los ingresos que va a tener la organización es del 25% sobre las ventas anuales que se ha tenido.

Los cambios en los ingresos de la Empresa OJV Electrónica son así:

Tabla 35: Distribución de ingresos totales y proyectados

TIPO	Ventas en USD		Influencia en Ingresos Totales
	Año 2012	Año 2013	
TIPO A	130,332	162,915	39%
TIPO B	120,426	150,532	36%
Cliente nuevos	84,478	105,598	25%
TOTAL	335,236	419,045	100%

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

Podemos observar que los ingresos se encuentran distribuidos principalmente en los clientes “Tipo A” y los “Tipo B” que corresponden al 75% de los ingresos totales. A continuación se presenta el crecimiento en los ingresos que hay entre los dos años:

Tabla 36: Incremento en los ingresos

Ventas año 2012	335,236
<i>Incremento por Estrategias Financieras</i> 25%	
Ventas proyectadas	419,045
Diferencia	83,809

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

Podemos apreciar un incremento de USD 83,809 como efecto de la aplicación de la estrategia financiera de capital de trabajo.

Acorde con lo analizado anteriormente el financiamiento de crédito a los clientes viene dado de la siguiente manera:

- a. Crédito a clientes “Tipo A” de 30 días,
- b. Crédito a clientes “Tipo B” de 15 días; y,
- c. A los “Nuevos Clientes” se plantea negociar con una entidad financiera para aceptar tarjetas de crédito.

Donde en los clientes “Tipo A” y “Tipo B” la organización realiza un análisis exhaustivo para la emisión de crédito y el cobro de las ventas, mientras en los clientes nuevos, solo se efectuará pagos mediante tarjetas de crédito o contado, con lo cual, la entidad financiera asume el riesgo de Cuentas por cobrar para incobrables de dichos clientes.

✓ **Impacto en el activo corto plazo**

En el activo corriente se va a generar una “Cuenta por cobrar”, para lo cual se creará la partida contable con tres subcuentas de crédito según el cliente, y estará dado de la siguiente manera:

- a. Cuenta por Cobrar Clientes A: En la presente cuenta se encuentran los mejores clientes de la organización y tendrán un crédito de 30 días a partir de la fecha de la emisión de la factura.
- b. Cuenta por Cobrar Clientes B: Aquí están los clientes frecuentes pero con menos representatividad, se les emitirá un crédito de 15 días a partir de la fecha de la emisión de la factura.
- c. Cuentas por Cobrar Otros Clientes: la presenta cuenta contable se dará para uso exclusivo de los nuevos clientes, y se registrará los importes provenientes de las ventas mediante tarjeta de crédito, estos valores serán repuestos por la entidad financiera el 5 del siguiente mes, es decir, la empresa tendrá a mes caído los ingresos provenientes por ventas de tarjetas de crédito, es necesario recalcar que el riesgo financiero se lo transmite a la entidad financiera, mientras que la organización disminuye su riesgo de incobrables en nuevos clientes.

Para analizar el impacto en las cuentas por cobrar se realizará en base a la proyección de ventas para el 2013, y lo haremos con corte al 31 de diciembre del 2013, así como se detalla a continuación:

Tabla 37: Proyección de ventas por sistemas de Alta Fidelidad

SISTEMAS DE ALTA FIDELIDAD PROYECCIÓN													
VENTAS POR SISTEMAS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agt	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
2013	4	11	6	6	8	5	8	15	13	8	6	10	99
Participación de Ventas	4%	11%	6%	6%	8%	5%	8%	15%	13%	8%	6%	10%	100%
TOTAL	4	11	6	6	8	5	8	15	13	8	6	10	99

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

Tabla 38: Proyección de ventas por sistemas de Música Ambiental

SISTEMAS DE MÚSICA AMBIENTAL PROYECCIÓN													
VENTAS POR SISTEMAS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agt	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
2013	3	5	4	4	6	4	5	8	5	4	5	6	58
Participación de Ventas	4%	9%	7%	7%	11%	7%	9%	13%	9%	7%	9%	11%	100%
TOTAL	3	5	4	4	6	4	5	8	5	4	5	6	58

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

En donde podemos determinar que el saldo presentado en el “Estado de Situación Financiera” al 31 de diciembre del 2013 en lo que corresponde a “Cuentas por Cobrar”, estará dado por las ventas del mes de diciembre, para ello se analizará la proyección de ventas por sistema en unidades así como sigue:

Tabla 39: Ventas mes de diciembre 2013

Ventas por Sistema Diciembre 2013	Cantidad	Valor	Total
AUDIO ALTA FIDELIDAD	10	1,836	18,360
AUDIO MÚSICA AMBIENTAL	6	2,920	17,520
TOTAL			35,880

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

En donde las ventas se encuentran distribuidas acorde el tipo de cliente y la representatividad que tienen cada uno de ellos en los ingresos totales, como se detalló en el análisis de la presente estrategia financiera, por esta razón, se realizará una ponderación para el cálculo de las ventas y la distribución de las mismas para diciembre del 2013, las ventas por tipo de clientes se da como sigue:

Tabla 40: Ponderación de ingresos por tipo de cliente

TIPO	Año 2013	Influencia en Ingresos Totales
TIPO A	13,949	39%
TIPO B	12,889	36%
Cliente nuevos	9,042	25%
TOTAL	35,880	100%

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

En donde podemos determinar:

- ✓ Para los clientes “Tipo A” se establecerá con una cuenta por cobrar por USD 13,949 al 31 de diciembre del 2013.
- ✓ Para los clientes “Tipo B” se tomará una cuenta por cobrar del 50% de lo vendido, debido que se les otorga solamente 15 días de crédito, es por ello que la cuenta por cobrar será de USD 6,445.
- ✓ En los nuevos clientes será una cuenta por cobrar de USD 9,042, sin embargo esta será cobrada a la entidad financiera.

Según los resultados obtenidos podemos determinar que las cuentas por cobrar de la Empresa OJV Electrónica aumentaran en USD 29,435.

Efectos de la aplicación de la estrategia financiera de reducción de costos y obtención de financiamiento corriente

✓ **Influencia y cambio en los costos de la organización**

Luego de haber aplicado la estrategia financiera de reducción de costos y obtención de financiamiento corriente para la maximización de las utilidades de la Empresa OJV Electrónica, los costos de importación de los productos cambiaron de la siguiente manera:

Costos establecidos con el Proveedor

Los presentes costos son cuando la mercadería se encuentra en los Estados Unidos y están dados de la siguiente manera:

Tabla 41: Costos con el proveedor

Producto	Código	Cantidad	Valor Anterior	Desc.	Valor Actual	Total
Amplificador Tannoy 5,1 AVR-8250	AVR-8250	0010	310	20%	248	2,480
Amplificador Tannoy 2,1 AVR-8220	AVR-8220	0010	260	20%	208	2,080
Sistema de parlantes 5,1 HTS	HTS 5,1	0010	230	20%	184	1,840
Sistema de parlantes 5,1 SFX	SFX 5,1	0010	320	20%	256	2,560
Parlantes de cielo falso Tannoy CL-232	CL -232	0036	49	20%	39	1,411
Parlantes externos Tannoy RF-450	RF – 450	0012	100	20%	80	960
Amplificadores multizona Tannoy RX-20	RX-20	0006	1,300	20%	1,040	6,240
Reproductor Tannoy CD-420	CD – 420	0006	390	20%	312	1,872
						19,443

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

Podemos observar el cambio que hay entre los precios de compra anteriores y los actuales, posterior a la negociación con el proveedor los cuales varían un 20% acorde con convenido.

El impuesto a la salida de divisas que actualmente es del 5% y las comisiones bancarias se encuentran distribuidas en los productos de la siguiente manera:

Tabla 42: Comisiones bancarias e ISD

Producto	Código	Peso (Kg)	Comisiones	Salida de Capitales
Amplificador Tannoy 5,1 AVR- 8250	AVR-8250	112	6	119
Amplificador Tannoy 2,1 AVR- 8220	AVR-8220	155	5	99
Sistema de parlantes 5,1 HTS	HTS 5,1	53	4	88
Sistema de parlantes 5,1 SFX	SFX 5,1	18	6	122
Parlantes de cielo falso Tannoy CL-232	CL -232	58	3	67
Parlantes externos Tannoy RF-450	RF - 450	61	2	46
Amplificadores multizona Tannoy RX-20	RX-20	53	14	298
Reproductor Tannoy CD-420	CD - 420	38	4	89
		548	45	930

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

De acuerdo con los costos posteriores a la estrategia financiera podemos determinar que:

Tabla 43: Beneficio por negociación

<i>Valor previo a la negociación con el proveedor</i>	<i>\$ 24,304</i>
<i>Descuento por acuerdo</i>	<i>20%</i>
<i>Valor neto de la importación en USA</i>	<i>\$ 19,443</i>
Ahorro en dólares	\$ 4,861

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

Costos de embarcación

Debido a que son productos sustitutos, el peso es similar y por ende la embarcación tiene un costo similar al de las anteriores importaciones, este es:

Tabla 44: Shipping de importación

Costos de Embarcación		IMPORTACIÓN			Kg	Costo x Kg
		Valor	IVA	TOTAL		
No	Descripción	Aéreo	Aéreo	Aéreo	Peso	Variabl es
01	Security	219	-	219	1033.04	0.21
02	Delivery (lbs)	360	-	360		0.35
03	Combustible	1,243	-	1,243		1.20
04	Flete Aéreo	1,040	-	1,040		1.01
05	Documentación	35	4	39		
06	Ingreso SICE	5	1	6		
07	Gestión administrativa, Servicios locales	35	4	39		
08	Manejo por recaudación	61	7	69		
11	SED c/u	25	-	25		
12	Reempaque (zunchado) c/u	50	-	50		
	TOTAL	3,074	16	3,090		

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

Costos de desaduanización

Una vez que el producto se encuentre embarcado, se traslada al país destino, en donde se procede a desaduanizar, los costos previos al pago de los aranceles e impuestos a cancelar son los siguientes:

Costos de Seguros y Bodegaje

Los costos de seguros y bodegaje en la presente importación se encuentran dados como sigue:

Tabla 45: Costo Seguros**Seguros:**

Monto Asegurado:	19,443
Tasa:	0.25%
Prima neta:	15
Deducible:	10% del valor del siniestro
Valor:	64
IVA:	8
TOTAL:	71

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

Tabla 46: Costo bodegaje**Bodega:**

Días:	1	
Tarifa diaria:	0.33	por kg/día
Bultos:	4	
Peso:	1,033	Kg
Valor:	19,443	
Subtotal:	341	
IVA:	41	
TOTAL:	382	

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

El resumen de los costos totales de desaduanización correspondientes a la importación, incluyendo los gastos e impuestos aduaneros, así como también la comisión al agente desaduanizador se da como sigue:

Tabla 47: Costo de desaduanización

Importación				
N°	Detalle	Valor	IVA	Total
001	Pago de Impuestos	0	2,702	2,702
002	Corpei	5		5
003	Elaboración del DAV	100		100
004	Notariado	50		50
005	Bodega	341	41	382
006	Póliza de Seguros	64	8	71
007	Honorarios	530	64	594
TOTAL:		1,090	2,814	3,904

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

Mediante los análisis anteriores podemos determinar que los costos principales son el FOB, es decir el importe que se adquiere directamente con el proveedor y con el cual se ha negociado un mayor descuento.

Se ha detallado los costos por etapas de la importación que se han desarrollado durante el proceso, a continuación analizaremos los costos unitarios y los costos por línea de negocio que se obtuvieron.

Los costos totales de la importación y la determinación del precio unitario por producto, se da de la siguiente manera:

Tabla 48: Costo de unitario

N°	Producto	Cod.	PROVEEDOR		EMBARCADOR		Costo total	Cant.	Costo Unit.
			FOB	ISD	Valor X	Aduana			
01	Amplificador Tannoy 5,1 AVR- 8250	AVR-391	2,480	124	628	165	3,398	10	340
02	Amplificador Tannoy 2,1 AVR- 8220	MCS90	2,080	104	872	177	3,233	10	323
03	Sistema de parlantes 5,1 HTS	DS3060	1,840	92	297	104	2,333	10	233
04	Sistema de parlantes 5,1 SFX	PK101	2,560	128	101	110	2,899	10	290
05	Parlantes de cielo falso Tannoy CL-232	JBL8128	1,411	71	323	90	1,895	36	53
06	Parlantes externos Tannoy RF-450	CA525T	960	48	343	75	1,427	12	119
07	Amplificadores multizona RX-20	ZR-4	6,240	313	296	273	7,122	6	1,187
08	Reproductor Tannoy CD-420	RCD N7	1,872	94	212	96	2,274	6	379
			19,443	975	3,074	1,090	24,581	100	3,599

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

Una vez analizado los costos totales y unitarios procedemos a revisar los costos de los sistemas de audio y su variación en el costo, de esta manera podemos observar el impacto que se tiene en el Estados de Resultados Integrales, esto se detalla de la siguiente manera:

*Sistemas de Alta Fidelidad***Tabla 49:** Costo del Sistema de Alta Fidelidad

Producto	Valor Actual	Valor Anterior	Diferencia
Amplificador Tannoy 5,1 AVR- 8250	340	385	45
Sistema de parlantes 5,1 HTS	233	433	200
Pantalla 60" DS3060	104	104	-
Mini proyector de bolsillo PK101	302	302	-
TOTAL SISTEMA	979	1,224	245

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

Podemos apreciar el valor anterior y el valor actual tomando en cuenta la negociación con los proveedores, la cual reduce en USD 245 el costo de cada Sistema de Audio de Alta Fidelidad, según lo analizado en el capítulo 3, el nivel de producción adecuado para el año 2013 es de 99 sistemas, por lo que se reduce el costo anual de los Sistemas de Audio de Alta Fidelidad en USD 24.255.

*Sistemas de Música Ambiental***Tabla 50:** Costo del Sistema de Música Ambiental

Producto	Valor Actual	Valor Anterior	Diferencia
Parlantes de cielo falso Tannoy CL-232	53	54	1
Parlantes externos Tannoy RF-450	119	138	19
Amplificadores multizona Tannoy RX-20	1,187	1,314	127
Reproductor Tannoy CD-420	379	441	62
TOTAL SISTEMA	1738	1,947	209

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

En base al análisis realizado podemos constatar que el costo de cada Sistema de Música Ambiental se reduce en USD 209, sin embargo según el análisis del Capítulo 2, el nivel de producción adecuado es de 58 sistemas, por lo que la reducción del costo anual será de USD 12,148

Efectos de la aplicación de la estrategia financiera de inversión

- ✓ El impacto que genera en el Estado de Resultados Integrales es que se genera un ingreso financiero adicional a los ingresos ordinarios.

Efectos de la aplicación de la estrategia financiera de retención y/o reparto de utilidades

Una vez establecido los “Costos y Gastos” de la nueva sucursal procedemos analizar el total de la inversión requerida y su impacto así como sigue:

Tabla 51: Cobertura de Inversión

Detalle	Valor	%
Total de Inversión nueva sucursal	38,336	88%
<i>Utilidades del Ejercicio 2012</i>	<i>43,673</i>	
Sobrante o faltante en utilidades	5,337	12%

Fuente: Empresa OJV Electrónica (Departamento Marketing)

En donde podemos determinar que las Utilidades del Ejercicio 2012 están en capacidad de cubrir la inversión de la nueva sucursal de la Empresa OJV Electrónica, además existe un sobrante de 5,337 el cual puede ser reinvertido o también lo pueden distribuir entre los dueños de la organización.

A continuación se presentan los Estados Financieros luego de haber aplicado las estrategias financieras:

EMPRESA OJV ELECTRÓNICA**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA APLICADO****(Expresado en U.S. Dólares)**

	E.S.F Normal	E.S.F Aplicado
Activos		
Activos Corrientes	\$36,248	\$120,105
Disponibles	\$18,110	\$72,531
Caja	\$500	\$500
Bancos	\$17,610	\$71,031
Inversiones	\$0	\$1,000
Exigible	\$5,600	\$35,036
Cuentas por cobrar	\$0	\$29,436
Cuentas por cobrar clientes tipo A	\$0	\$13,949
Cuentas por cobrar clientes tipo B	\$0	\$6,445
Cuentas por cobrar nuevos clientes	\$0	\$9,042
Clientes	\$5,600	\$5,600
Realizable	\$11,238	\$11,238
Inventario Mercaderías	\$11,238	\$11,238
Prepagados	\$1,300	\$1,300
Impuestos por cobrar	\$1,300	\$1,300
Activos No Corrientes		
Activos No Corrientes Tangibles	\$37,347	\$75,683
Depreciables	\$37,347	\$37,347
Vehículos	\$17,120	\$17,120
Equipos de Computación	\$3,100	\$3,100
Equipos de Oficina	\$4,214	\$4,214
Muebles de Oficina	\$1,010	\$1,010
Equipos de Sonido Eventos	\$11,648	\$11,648
Otros Activos	\$255	\$255
No depreciables	\$0	\$38,336
Activos en construcción	\$0	\$38,336
TOTAL ACTIVOS	\$73,595	\$195,788

	E.S.F Normal	E.S.F Aplicado
Pasivos		
Pasivos a Corto Plazo	\$6,591	\$64,370
Cuentas por pagar Proveedores	\$2,664	\$2,664
Cuentas por pagar Proveedores del exterior	\$0	\$19,443
Proveedores nueva sucursal	\$0	\$38,336
Impuestos por pagar	\$112	\$112
Préstamos por pagar	\$2,300	\$2,300
Anticipo clientes	\$235	\$235
Tarjetas de Crédito por pagar	\$1,280	\$1,280
Pasivos a Largo Plazo	\$4,341	\$4,341
Préstamos Bancarios por pagar	\$4,341	\$4,341
TOTAL PASIVOS	\$10,932	\$68,711
Patrimonio		
De capital	\$1,000	\$1,000
Capital Social	\$1,000	\$1,000
Reservas	\$3,000	\$3,000
Otras reservas	\$3,000	\$3,000
Resultados Acumulados	\$14,990	\$14,990
Ganancias Acumuladas años anteriores	\$14,990	\$14,990
Resultados del Ejercicio	\$43,673	\$108,087
Ganancia del Ejercicio	\$43,673	\$108,087
TOTAL PATRIMONIO	\$62,663	\$127,077
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$73,595	\$195,788

EMPRESA OJV ELECTRÓNICA**ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES APLICADO****(Expresado en U.S. Dólares)**

	E.S.F	E.S.F
	Normal	Aplicado
Tipo A	130,332	162,915
Tipo B	120,426	150,532
Clientes Nuevos	84,478	105,598
Ventas Totales	335,236	419,045
Otros ingresos	0	48
(-) Costo de Ventas	186,251	205,694
Inventario de mercaderías Inicial	21,975	21,975
(+) Compras	175,514	194,957
(=) mercadería disponible para la venta	197,489	216,932
(-) Inventario de mercaderías final	11,238	11,238
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	148,985	213,399
(-) TOTAL GASTOS	105,312	105,312
Administrativos	95,232	95,232
Sueldos y Salarios	71,391	71,391
Servicios Básicos	3,427	3,427
Gasto Alimentación	2,974	2,974
Gasto de viaje	13,571	13,571
Gasto legales	180	180
Gasto Generales	846	846
Gasto Suminisros de oficina	2,843	2,843
Ventas	10,080	10,080
Comisiones	4,755	4,755
Gasto Publicidad	1,320	1,320
Gasto Honorarios	1,500	1,500
Gasto Transporte	2,505	2,505
(=) UTILIDAD DEL EJERCICIO	43,673	108,087

EMPRESA OJV ELECTRÓNICA**ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO APLICADO****(Expresado en U.S. Dólares)**

	Capital	Aportes futuras	Reservas	Resultados	Resultados	
	<u>Social</u>	<u>capitalizaciones</u>		<u>Acumulados</u>	<u>del Ejercicio</u>	<u>Total</u>
Saldos al 31 de						
diciembre del 2011	1,000	-	2,500	14,990		18,490
Aportes futura						
capitalización		-				-
Otras Reservas			500			500
Ganancia del Ejercicio					108,087	108,087
Saldos al 31 de						
diciembre del 2012	<u>1,000</u>	=	<u>3,000</u>	<u>14,990</u>	<u>108,087</u>	<u>127,077</u>

EMPRESA OJV ELECTRÓNICA**ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO APLICADO****(Expresado en U.S. Dólares)****MÉTODO DIRECTO**

FLUJOS DE EFECTIVO EN ACTIVIDADES DE OPERACIÓN:

Cobros a clientes	384,292	
Pagado a proveedores y empleados	(236,042)	
Efectivo neto proveniente de actividades operativas		148,250

FLUJOS DE EFECTIVO EN ACTIVIDADES DE INVERSIÓN:

Compra de propiedades planta y equipo	(60,514)	
Documentos por cobrar largo plazo	1,861	
Efectivo neto usado en actividades de inversión		(58,653)

FLUJOS DE EFECTIVO EN ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO:

Obligaciones bancarias	705	
Préstamos a largo plazo	705	
Dividendos pagados 2011	(30,795)	
Efectivo neto usado en actividades de financiamiento		(29,385)

Aumento (disminución) neto en efectivo y sus equivalentes		60,213
Efectivo y sus equivalentes de efectivo al inicio de año		12,318
Efectivo y sus equivalentes al final del año		72,531

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Una vez concluido el trabajo de culminación de carrera, con el fin de maximizar las utilidades en la Empresa OJV Electrónica, se ha podido constatar que la implementación de las estrategias financieras contribuye con el logro de los objetivos establecidos, debido a que mediante su aplicación la empresa tiene una mejor gestión de sus recursos optimizando los mismos y logrando una mayor rentabilidad al final de año.

De la aplicación de las estrategias financieras se obtuvo lo siguiente:

- ✓ De la estrategia financiera de capital de trabajo, se consiguió aumentar las ventas y generar crédito a los clientes de la organización controlando el riesgo crediticio; como consecuencia de ello, se aumentó la rentabilidad de la empresa.
- ✓ En la segunda estrategia financiera de reducción de costos y obtención de financiamiento corriente se va a obtener una mejor relación con los proveedores del exterior, se mejora la gestión de adquisiciones y se reduce los costos de la organización, además mediante la obtención de financiamiento se ha conseguido que la empresa obtenga una mayor cantidad de tiempo su efectivo, teniendo así una disponibilidad de dinero para invertir y generar nuevos ingresos adicionales.
- ✓ Al aplicar la estrategia financiera de inversión se va a conseguir que la organización haga generar ingresos a los excedentes de liquidez que se encuentran improductivos, generando así una mayor rentabilidad en la Empresa OJV Electrónica.
- ✓ Por último al aplicar la cuarta estrategia financiera de reinversión de utilidades, se va a conseguir que la organización tenga una mayor cobertura en el mercado, llegue a más clientes y ayude a generar mayor rentabilidad a la organización.

Como conclusión final podemos decir que la aplicación de las presentes estrategias financieras contribuyen para que la Empresa OJV Electrónica maximice sus utilidades y mejore su gestión administrativa y financiera.

RECOMENDACIONES

Una vez terminado el presente trabajo de culminación de carrera se recomienda:

- ✓ Implementar las estrategias financieras para la maximización de utilidades en la Empresa OJV Electrónica.
- ✓ Realizar controles mensuales sobre la implementación de las estrategias, las consecuencias que generan y los cambios que se han dado tanto en el Balance General, como en el Estado de Resultados Integrales.
- ✓ Dar a conocer al departamento administrativo de la aplicación de las estrategias financieras y sus consecuencias.
- ✓ Incentivar al personal de la organización para mejorar su trabajo, desempeño y contribuyan de mejor manera para el cumplimiento de los objetivos.
- ✓ Realizar el control financiero de la entidad mediante el análisis periódico del punto de equilibrio y el flujo de efectivo de la organización.

BIBLIOGRAFÍA

Las fuentes de información se encuentran dadas de la siguiente manera:

ALCARÁZ RODRÍGUEZ, Rafael (2006).- "*El Emprendedor de Éxito*" México (Pág. 75)

ARDURA, Inma (2006).- "Principios y estrategias de marketing" Barcelona (Pág. 74)

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (2012).- "*Indicadores Macro y Micro económicoS*" Quito
Boletines trimestrales

BRIGHAM, Eugene & HOUSTON, Joel (2008).- "*Fundamentos de Administración Financiera*"
California (Pág. 216)

GARCÍA, Raúl (2005).- "*Catorce temas para entender la economía*" Barcelona (Pág. 114)

LARA, Juan (2007).- "*Curso Práctico de Análisis Financiero*" Quito (Pág. 38)

LONGENECKER, Justin (2010).- "*Administración de pequeñas empresas*" México (Pág. 76)

LAMP, Charles (2007).- "*Fundamentos del Marketing*" (Pág. 230)

MAULEÓN, Mickel (2012).- "*Logística y costos*" Madrid (Pág. 6)

MORENO, Abraham (2004).- "*Planeación Financiera*" México (Pág. 240)

NAKASONE, Gustavo (2005).- "*Análisis de los estados financieros para la toma de
decisiones*" Lima (Pág. 64)

ODIORME, George (1990).- "*El lado humano de la dirección*" Madrid (Pág. 120)

ORIOI, Amat (2010).- "*Contabilidad y gestión de costes*" Barcelona (Pág. 57)

PADILLA, Ramírez (2004).- "*Contabilidad Administrativa*" Monterrey (Pág. 220)

PONCE, Agustín (2004).- "*Administración de empresas*" México (Pág. 151)

RODRÍGUEZ, Joaquín (2010).- "*Cómo aplicar una planificación estratégica en una pequeña y
mediana empresa*" México (Pág. 101)

ROHN, Jhon (2008).- "*Direccionamiento Estratégico*" Monterey (Pág. 22)

ROMERO, Andrés (2004).- "*Dirección y planificación estratégica en las empresas y
organizaciones*" Madrid (Pág. 67)

PÁGINAS WEB:

✓ Especificaciones técnicas del producto :

a. Denon:

www.denon.com

b. Boston Acoustic:

www.bostonacoustics.com

c. Optma:

www.optoma.com

d. Niles:

www.nilesaudio.com

e. JBL:

www.jbl.com

f. Klipsch:

www.klipsch.com

g. Certificados UL:

www.ul.com

h. Certificados CEA:

www.ce.org

i. Certificados CE:

www.ce.org

ENTREVISTAS:

- ✓ **Entrevista 1:** *Realizada al Ing. Orlando Jaramillo sobre lo siguiente: Líneas de negocio, organigramas, estrategias, habilidades, metas superiores, sistemas, misión y visión de la empresa, objetivos administrativos y estratégicos y políticas de la organización.*
- ✓ **Entrevista 2:** *Realizada al Sr. Daniel Días, donde se trató los siguientes temas: Historial de la organización y la competencia en la actualidad que se tiene en el mercado.*
- ✓ **Entrevista 3:** *Realizada a la Sra. María de los Ángeles Fabara acerca del tratamiento con los proveedores del exterior de la empresa.*
- ✓ **Entrevista 4:** *Realizada con el Sr. Mauricio Trujillo quién nos indicó los objetivos establecidos de marketing y como se los van cumpliendo.*
- ✓ **Entrevista 5:** *Realizada con el Ing. Daniel Jaramillo quién es el experto en seguridad de la Empresa OJV Electrónica, nos informó de los objetivos de seguridad y que precauciones se tiene en la entidad.*
- ✓ **Entrevista 6:** *Realizada con el agente de inversión del Banco Produbanco.*
- ✓ **Entrevista 7:** *Realizada con el agente de inversión del Banco Bolivariano.*
- Entrevista 8:** *Realizada con el agente de inversión del Banco del Pichincha.*