



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

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

AUTORA: ANALUISA MAIGUASHCA, KATHERINE MARIBEL

**TEMA: “VALORACIÓN DE LA EMPRESA SOLINTHA
S.A Y PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS
QUE IMPULSE SU DESARROLLO”**

DIRECTORA: ING. JIMÉNEZ SILVA, ELISABETH

CODIRECTOR: ECO. VELOZ, MARCO

LATACUNGA, ENERO 2015



CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

CERTIFICADO

DIRECTORA: ING. JIMÉNEZ SILVA, ELISABETHI

CODIRECTOR: ECO. VELOZ, MARCO

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado “**VALORACIÓN DE LA EMPRESA SOLINTHA S.A Y PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS QUE IMPULSE SU DESARROLLO**” realizado por Katherine Maribel Analuisa Maiguashca, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE.

Debido a que es una investigación profunda y expone temas bien fundamentados, que incentivan la investigación en temas a fines, si recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf).

Autorizan a Katherine Maribel Analuisa Maiguashca que lo entregue al Ing. Xavier Fábara, en su calidad de Director de la carrera.

Latacunga, Enero 2015

Ing. Jiménez Silva Elisabeth
DIRECTORA

Eco. Marco Veloz
CODIRECTOR



CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

ANALUISA MAIGUASHCA, KATHERINE MARIBEL

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado **“VALORACIÓN DE LA EMPRESA SOLINTHA S.A Y PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS QUE IMPULSE SU DESARROLLO”**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría

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

Latacunga, Enero 2015

Katherine Maribel Analuisa Maiguashca

C.C.: 0503616088



INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

AUTORIZACIÓN

Yo Analuisa Manguashca, Katherine Maribel

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE la publicación, en la biblioteca virtual de la institución del trabajo **“VALORACIÓN DE LA EMPRESA SOLINTHA S.A Y PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS QUE IMPULSE SU DESARROLLO”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Latacunga, Enero 2015

Katherine Maribel Analuisa Manguashca

C.C.: 0503616088

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por ser mi creador, amparo y fortaleza y a la Virgen por guiar mis pasos para no caer y seguir adelante.

A mi ñaño Byron Analuisa que desde el cielo cuidaba cada paso que daba.

A mis abuelitos Manuela y Leopoldo, a mi tío Alfonso y mi tía Cecilia que fueron mi pilar, siempre velaron por mi bienestar y educación siendo ellos por cuales he luchado para lograr esta meta y que se sientan orgullosos de mí.

A mis amigas, profesores y personas cercanas a mí, que sin esperar nada a cambio, me han ayudado en los buenos y malos momentos y forman parte de este logro.

Katherine
Maribel Analuisa
Mauguashca

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios y a la Virgen por las bendiciones derramadas.

A mis abuelitos la motivación de cada día para dar lo mejor de mí, el porqué de levantarme después de una caída y seguir adelante con mis planes, ya que con sus consejos y experiencias me dieron sabiduría para seguir adelante para no defraudarlos y ser para ellos su orgullo mi más grande gratitud.

A mi tío Alfonso y mi tía Cecilia que con sus consejos, con su ayuda han querido lo mejor para mí, han sido un pilar fundamental en mi vida universitaria.

A mis amigas y a todas aquellas personas que contribuyeron de diferente manera para lograr culminar esta meta, mil gracias un Dios les pague.

A la empresa Solintha S.A. Grupo Corporación Fénix y sus colaboradores por las facilidades y la apertura para la realización de este presente Proyecto para la obtención del título profesional.

Katherine
Maribel Analuisa
Mauguashca

ÍNDICE

PORTADA.....	I
CERTIFICADO.....	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xviii
RESUMEN.....	xxi
ABSTRACT.....	xxii
CAPÍTULO I.....	1
1.1.Tema del proyecto	1
1.2.Objetivo del estudio	1
1.3.Objetivo general.....	1
1.4.Objetivos específicos	1
1.5.Antecedentes	1
1.6.Planteamiento del problema	5
1.7.Justificación e importancia	6
1.8.Hipótesis	7
CAPÍTULO II.....	8
MARCO TEÓRICO.....	8
2.1.Administración	8
2.1.1.Definición	8
2.1.2.Funciones De La Administración	8
a)Planificar.....	8
b)Organizar	9
c)Dirigir.....	9
d)Controlar	10

2.2.Análisis Financiero	11
2.2.1.Definición	11
2.2.2.Estados Financieros	11
a)Balance General	11
b)Estado De Resultados	12
c)Flujo De Efectivo	12
2.2.3.Métodos De Análisis Financiero.....	12
a)Análisis Vertical	12
b)Análisis Horizontal	13
c)Razones Financieras	13
I.Liquidez.....	13
li.Actividad	15
lii.Endeudamiento	16
Iv.Rentabilidad	17
2.3.Valoración De Empresas	19
2.3.1.Valor	19
2.3.2.Precio.....	19
2.3.3.Definición	20
2.3.4.Aplicación De La Valoración De Empresas.....	20
2.3.5.Situaciones De La Empresa Ante Una Valoración.....	22
2.3.6.Métodos De Valoración De Empresas	24
a)Simples.....	24
b)Compuestos.....	25
c)Clasificación Del Método Estático.....	26
d)Clasificación Del Método Dinámico	29
e)Términos Relacionados Con Los Métodos	32
2.4.Planificación Estratégica Financiera	35
2.4.1.Planeación	35
a)Definición	35
2.4.2.Planeación Estratégica	35
a)Definición	35
2.4.3.Planeación Estratégica Financiera.....	36
a)Definición	36
2.4.4.Importancia	36
2.4.5.Análisis Situacional De La Empresa	36
a)Análisis Macroambiente.....	37

b)Análisis Del Microambiente.....	37
2.4.6.Análisis Foda	37
2.4.7.Estrategias	38
a)Definición	38
b)Que Hace Que Una Estrategia Tenga Éxito	39
c)¿Qué Implica Proceso De Elaboración Y Ejecución De Una Estrategia? .	40
d)Elementos Principales De La Estrategia.....	40
e)Característica De La Definición De Estrategia.....	41
f)Tipos De Estrategias	43
g)Estrategias Financieras	43
h)Principales Estrategias Financieras De Las Empresas	44
CAPÍTULO III.....	51
ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA.....	51
3.1.Antecedentes De La Empresa.....	51
3.1.1.Base Legal.....	51
3.1.2.Misión.....	53
3.1.3.Visión.	53
3.1.4.Historia	53
3.1.5.Principios Y Valores.....	54
3.1.6.Objetivos.....	55
3.1.7.Giro Del Negocio.....	55
3.2.Análisis Situacional	55
3.2.1.Análisis Interno	55
a)Administración	55
b)Recursos Humanos	57
c)Finanzas.	58
d)Comercialización	59
3.2.2.Análisis Externo	62
a)Macro Entorno	62
I.Factor Político	62
li.Factor Económico	63
lii.Factor Social	83
Iv.Factor Tecnológico.....	85
V.Factor Legal.....	88
a)Micro Entorno	90

I.Cliente.....	90
li.Proveedor.....	91
lii.Competencia.....	92
3.3.Análisis De Los Estados Financieros 2010-2011-2012-2013	93
3.3.1.Balance General	93
a)Análisis Vertical (Anexo 2).....	93
b)Análisis Horizontal (Anexo 3).....	95
a)Análisis Vertical (Anexo 4).....	97
b)Análisis Horizontal (Anexo 5).....	99
3.4.Análisis De Indicadores Financieros	101
3.4.1.Indicadores De Liquidez.....	101
3.4.2.Indicadores De Actividad	102
3.4.3.Indicadores De Endeudamiento.....	103
3.4.4.Indicadores De Rentabilidad.....	104
3.4.5.Análisis Foda	104
3.5.Diagnóstico De La Empresa	106
3.5.1.Estudio De Mercado	106
3.5.2.Objetivo.....	106
3.5.3.Identificación Del Servicio	106
3.5.4.Análisis De La Demanda.....	107
3.5.5.Análisis De La Oferta	108
3.5.6.Segmentación Del Mercado.....	108
3.5.7.Muestra.....	110
3.5.8.Comparación De Solintha S.A. Con El Sector	162
CAPÍTULO IV.....	172
VALORACIÓN DE LA EMPRESA.....	172
4.1.Método De Valoración Estático (Balance General).....	172
4.1.1.Valor Contable	172
4.2.Método De Valoración (Descuento De F.C.L.....	173
4.2.1.Elaboración De Proyecciones Financieras.....	173
a)Estado De Pérdidas Y Ganancias	173
I.Ventas.....	173
li.Costo De Ventas.....	175
lii.Sueldo Y Salarios.....	176
Iv.Servicio De Terceros.....	177

V.Depreciación Y Amortización.....	179
Vi.Otros Gastos.....	183
Vii.Gastos No Deducibles	183
Viii.Estado De Resultados Proyectado	183
b)Método De Valoración (Balance General)	185
I.Inventario.....	185
li.Cuentas Por Cobrar	186
lii.Cuentas Por Pagar.....	187
c)Determinación Del Flujo De Caja Libre	188
I.Capital De Trabajo	188
li.Flujo De Caja Libre	189
d)Descuento De Los Flujos De Caja.....	189
I.Tasas De Descuento	189
e)Valor De La Empresa Solintha S.A.....	196
4.3.Indicadores Para Medir La Creación De Valor.....	197
4.3.1.Tir.....	197
4.3.2.Eva.....	198
CAPÍTULO V.....	201
PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS.....	201
5.1.Planteamiento De Objetivo Financieros.....	201
5.2.Propuesta de Estrategias financieras	202
5.3.Plan táctico operativo estrategias financieras	203
5.4.Estrategias De Actividad Financiera	204
5.10.1.Rotación De Inventarios.....	204
5.10.2.Clasificación Por Precio Unitario.....	205
a)Procedimiento.....	205
b)Riesgos	205
5.10.3.Políticas De Gestión De Inventario	206
5.10.4.Caso Práctico.....	206
5.5.Rotación De Cuentas Por Cobrar	210
5.10.5.Scoring de crédito	210
a)Capacidad.....	211
b)Capital.....	213
c)Colateral.....	214
d)Carácter.....	214

e)Condiciones.....	214
5.10.6.Categorías Y Calificación Del Sujeto De Crédito	215
5.10.7.Descripción De Parámetros Y Ponderación.....	215
5.10.8.Aplicación Del Scoring De Crédito A Un Cliente	221
5.10.9.Beneficios Del Scoring De Crédito.....	224
5.6.Costos Y Gastos	224
5.7.Valoración De La Empresa Solintha S.A.	228
5.10.10.Análisis De Sensibilidad.....	228
a)Escenario Optimista.....	228
b)Escenario Pesimista	235
5.8.Ponderación Del Valor De La Empresa Solintha S.A.....	241
CAPÍTULO VI.....	243
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	243
6.1.CONCLUSIONES	243
6.2.RECOMENDACIONES.....	245
BIBLIOGRAFÍA.....	248
NETGRAFIA.....	249
ANEXOS.....	253

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. 1: Rubros que conforman el producto interno bruto	5
Tabla 3. 1: Nómina de accionistas	53
Tabla 3. 2: Variación de las ventas	61
Tabla 3. 3: Variación anual del PIB	64
Tabla 3. 4: Crecimiento real PIB interno bruto	65
Tabla 3. 5: Actividades económicas que contribuyeron al PIB	65
Tabla 3. 6: Actividades económicas que contribuyeron al PIB anual	66
Tabla 3. 7: Crecimiento real PIB no petrolero	67
Tabla 3. 8: Actividades no petroleras	68
Tabla 3. 9: El sector de las TI en el PIB no petrolero	69
Tabla 3. 10: Participación en el mercado de las TI	69
Tabla 3. 11: Variación anual de la inflación	70
Tabla 3. 12: Inflación anual por consumo	71
Tabla 3. 13: Inflación mensual por consumo	72
Tabla 3. 14: Distribución de la PEA	74
Tabla 3. 15: Sueldo en el sector de la tecnología	76
Tabla 3. 16: % Trabajadores de empresas que son S.A.	77
Tabla 3. 17: Número de trabajadores permanentes	78
Tabla 3. 18: Tasas máximas del segmento de crédito para las Pymes	78
Tabla 3. 19: Volumén de crédito \$ millones	79
Tabla 3. 20: Variación mensual de crédito	80
Tabla 3. 21: Variación anual de crédito	80
Tabla 3. 22: Volumen de crédito por actividad económica Pymes	81
Tabla 3. 23: Balanza comercial millones de dólares	82
Tabla 3. 24: Crecimiento del sector informático	83
Tabla 3. 25: Porcentaje de personas que han usado internet edad	84
Tabla 3. 26: Uso de internet: nacional	84
Tabla 3. 27: Lugar de uso de internet	85
Tabla 3. 28: Equipamiento del computadoras en el hogar	86
Tabla 3. 29: Razones de uso de internet	87
Tabla 3. 30: Frecuencia de uso de internet-nacional	87
Tabla 3. 31: Utilización de las TIC'S en la provincia de Cotopaxi	88
Tabla 3. 32: Composición del activo 2010-2011-2012-2013	93
Tabla 3. 33: Composición de activos corrientes	94
Tabla 3. 34: Composición del Pasivo y Patrimonio 2010 al 2013	94
Tabla 3. 35: Comparación del activo 2010-2011-2012-2013	95
Tabla 3. 36: Composición del pasivo y patrimonio 2010 al 2013	96
Tabla 3. 37: Composición de las ventas 2010-2011-2012-2013	97
Tabla 3. 38: Composición del estado de resultados 2010 al 2013	98
Tabla 3. 39: Composición de las ventas 2010-2011-2012-2013	99
Tabla 3. 40: Composición del estado de resultados 2010 al 2013	100
Tabla 3. 41: Indicadores de liquidez	101
Tabla 3. 42: Indicadores de actividad	102

Tabla 3. 43: Indicadores de endeudamiento	103
Tabla 3. 44: Indicadores de Rentabilidad.....	104
Tabla 3. 45: Comportamiento histórico de la demanda.....	107
Tabla 3. 46: Grupos socioeconómicos.....	108
Tabla 3. 47: Segmentación	109
Tabla 3. 48: Población del cantón Latacunga	109
Tabla 3. 49: Personas que utilizan computadora e internet	110
Tabla 3. 50: Total de la población del cantón Latacunga	110
Tabla 3. 51: La muestra de acuerdo a los segmentos	111
Tabla 3. 52: Tiene computadora en su hogar	112
Tabla 3. 53: Importancia de la adquisición de equipos de hardware	113
Tabla 3. 54: Qué características considera al momento de adquirir	114
Tabla 3. 55: En qué lugar adquiere los suministros y equipos.....	116
Tabla 3. 56: Cada que tiempo da mantenimiento a los equipos	117
Tabla 3. 57: Posee el servicio de internet en su hogar	118
Tabla 3. 58: En qué lugar hace uso del internet.....	119
Tabla 3. 59: Con qué frecuencia hace uso del servicio de internet.....	120
Tabla 3. 60: Cuál es su proveedor de internet	122
Tabla 3. 61: Cuánto paga por el servicio de internet.....	123
Tabla 3. 62: Ha escuchado hablar de la Empresa SOLINTHA S.A.....	124
Tabla 3. 63: Ha adquirido productos o ha utilizado los servicios.....	125
Tabla 3. 64: Qué servicios ha requerido de la empresa.....	126
Tabla 3. 65: Qué característica considera importante.....	127
Tabla 3. 66: Según su opinión que debe prevalecer entre vendedor.....	129
Tabla 3. 67: Durante el tiempo que está adquiriendo el producto.....	130
Tabla 3. 68: Cuál es la forma de pago que utiliza mayor frecuencia.....	131
Tabla 3. 69: Cuál es su grado de satisfacción por los productos	132
Tabla 3. 70: Compraría los suministros, equipos de hardware	133
Tabla 3. 71: Cuenta con un proveedor fijo que le venda suministros.....	134
Tabla 3. 72: Qué características considera su empresa y/o negocio	135
Tabla 3. 73: Cuán importante es la adquisición de equipos.....	137
Tabla 3. 74: Cuál es su proveedor de suministros y equipos.....	138
Tabla 3. 75: Cada que tiempo compra suministros y equipos	139
Tabla 3. 76: Cuál es su proveedor de internet	141
Tabla 3. 77: Cada que tiempo da mantenimiento a los equipos	142
Tabla 3. 78: Cuánto asigna de presupuesto mensual	143
Tabla 3. 79: Cuánto asigna de presupuesto mensual	145
Tabla 3. 80: Ha escuchado hablar de la empresa Solintha S.A.....	146
Tabla 3. 81: Ha utilizado alguna los servicios de la empresa	147
Tabla 3. 82: Qué servicios ha utilizado de la empresa Solintha S.A.	148
Tabla 3. 83: Qué características toma en cuenta para adquirir.....	149
Tabla 3. 84: Usted como empresario del local considera	150
Tabla 3. 85: Usted considera que la empresa Solintha S.A.	152
Tabla 3. 86: Según su opinión que debe prevalecer entre vendedor.....	153
Tabla 3. 87: Durante el tiempo que está adquiriendo el producto.....	154
Tabla 3. 88: Cuál es la forma de pago que utiliza	155
Tabla 3. 89: Cuál es el grado de satisfacción por los productos.....	157
Tabla 3. 90: Compraría suministros, equipos de hardware.....	158

Tabla 3. 91: Ingresos totales del sector hardware y equipos	162
Tabla 3. 92: Ventas de mercadería de la empresa Solintha S.A.	163
Tabla 3. 93: Ingresos totales del sector de software.....	163
Tabla 3. 94: Ventas de servicios de la empresa Solintha S.A.....	164
Tabla 3. 95: Participación en el mercado por el servicio de internet	164
Tabla 3. 96: Participación en el mercado en la venta de equipos	165
Tabla 3. 97: variables independientes	166
Tabla 3. 98: variable dependiente.....	167
Tabla 3. 99: Cálculo del Chi Cuadrado	170
Tabla 4. 1: Datos para el cálculo del valor contable.....	172
Tabla 4. 2: Valor contable de Solintha S.A.	173
Tabla 4. 3: Datos históricos de las ventas	173
Tabla 4. 4: Proyecciones de las Ventas de equipos y suministros.....	174
Tabla 4. 5: Proyección de ventas de servicio.....	174
Tabla 4. 6: Datos históricos de los costos de ventas	175
Tabla 4. 7: Proyección del costo de ventas de mercaderías.....	175
Tabla 4. 8: Proyección del costo de venta de servicio	175
Tabla 4. 9: Contratación de empleados	176
Tabla 4. 10: Datos históricos del sueldo unificado	177
Tabla 4. 11: Proyección de la cuenta Gastos sueldos empelados.....	177
Tabla 4. 12: Datos históricos de los gastos generales.....	178
Tabla 4. 13: Promedio de proyección para la publicidad	179
Tabla 4. 14: Crecimiento de los Activo Fijo.....	180
Tabla 4. 15: Depreciación de los activos fijos	180
Tabla 4. 16: Proyección de la depreciación	181
Tabla 4. 17: Tabla de amortización.....	182
Tabla 4. 18: Datos históricos de los gastos deducibles	183
Tabla 4. 19: Estado de resultados proyectado.....	183
Tabla 4. 20: Datos históricos de los inventarios.....	185
Tabla 4. 21: Proyección de la cuenta inventarios.....	186
Tabla 4. 22: Datos históricos cuentas por cobrar.....	186
Tabla 4. 23: Proyección de cuentas por cobrar.....	187
Tabla 4. 24: Datos históricos de cuentas por pagar.....	187
Tabla 4. 25: Proyección de cuentas por pagar.....	188
Tabla 4. 26: Incremento de capital de trabajo	189
Tabla 4. 27: Flujo de caja libre	189
Tabla 4. 28: Datos del cálculo para la tasa de descuento.....	190
Tabla 4. 29: Empresas para la comparación	191
Tabla 4. 30: Datos para el cálculo de la tasas de C. de oportunidad.....	191
Tabla 4. 31: Valor residual	196
Tabla 4. 32: Valor de la empresa	196
Tabla 4. 33: Cálculo del TIR	198
Tabla 4. 34: Cálculo del EVA.....	200
Tabla 5. 39: Frecuencias observadas	169
Tabla 5. 40: Frecuencias esperadas.....	170

Tabla 5. 42: Estadística Chi cuadrado	170
Tabla 5. 1: Consumo y costo unitario de los artículos.....	207
Tabla 5. 2: Ventas totales de los artículos	208
Tabla 5. 3: Participación de los artículos en % de la valorización.....	209
Tabla 5. 4: clasificación de los productos con base al precio unitario.....	209
Tabla 5. 5: Ponderación carácter	218
Tabla 5. 6: Ponderación capital.....	219
Tabla 5. 7: Ponderación capacidad de pago.....	219
Tabla 5. 8: Ponderación condición.....	220
Tabla 5. 9: Ponderación colateral	220
Tabla 5. 10: Capacidad de pago consumo familiar (caso práctico).....	222
Tabla 5. 11: Ponderación matriz caso práctico	222
Tabla 5. 12: Ponderación carácter caso practico	223
Tabla 5. 13: Ponderación capital caso práctico.....	223
Tabla 5. 14: Ponderación capacidad de pago caso practico.....	223
Tabla 5. 15: Ponderación condición caso practico.....	223
Tabla 5. 16: Ponderación colateral caso práctico	224
Tabla 5. 18: estado de resultados proyectado escenario optimista	228
Tabla 5. 19: Proyección de la cuenta inventario Escenario Optimista	230
Tabla 5. 20: Proyección cuentas por cobrar Escenario Optimista.....	231
Tabla 5. 21: Proyección de cuentas por pagar Escenario Optimista.....	231
Tabla 5. 22: Capital de trabajo Escenario Optimista	232
Tabla 5. 23: Flujo de Caja Libre Escenario Optimista	232
Tabla 5. 24: Valor residual Escenario Optimista	233
Tabla 5. 25: Valor De La Empresa SOLINTHA S.A.	233
Tabla 5. 26: Calculo de la TIR.....	234
Tabla 5. 27: Indicador EVA escenario optimista	234
Tabla 5. 28: Estado de resultados proyectado escenario pesimista	235
Tabla 5. 29: Proyección de la cuenta inventarios Esc. Pesimista	237
Tabla 5. 30: Proyección de cuentas por cobrar Escenario Pesimista	237
Tabla 5. 31: Proyección de cuentas por pagar Escenario Pesimista	238
Tabla 5. 32: Capital De Trabajo Escenario Pesimista.....	238
Tabla 5. 33: Flujo De Caja Libre Escenario Pesimista	238
Tabla 5. 34: Valor Residual Escenario Pesimista	239
Tabla 5. 35: Valor De La Empresa Solintha S.A. Esc Pesimista.....	239
Tabla 5. 36: Calculo de la TIR escenario pesimista	240
Tabla 5. 37: Indicador EVA	240
Tabla 5. 38: Crecimiento de los rubros ventas, gastos y utilidad	241
Tabla 5. 39: Ponderación Del Valor De La Empresa.	241

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 2. 1: Ventajas e inconvenientes del método simple	25
Cuadro 2. 2: Flujo de caja libre	29
Cuadro 2. 3: Flujo de caja disponible para los accionistas	31
Cuadro 3. 1: Nómina de personal	56
Cuadro 3. 2: Cadena de valor área comercial	59
Cuadro 3. 3: Matriz FODA	105
Cuadro 5. 1: Planteamiento de objetivos financieros	201
Cuadro 5. 2: Propuesta de estrategias financieras	202
Cuadro 5. 3: plan táctico operativo estrategias financieras.....	203
Cuadro 5. 4: Políticas de gestión de inventario.....	206
Cuadro 5. 5: Capacidad de pago consumo familiar	212
Cuadro 5. 6: Ingresos del negocio	212
Cuadro 5. 7: Gastos del negocio.....	212
Cuadro 5. 8: Ponderación del Scoring de Crédito.....	215
Cuadro 5. 9: Decisiones en base de Scoring.....	216
Cuadro 5. 10: Matriz modelo para un sistema de Scoring de Crédito consumo familiar.....	216
Cuadro 5. 11: Matriz modelo para un sistema de Scoring de Crédito consumo corporativo.....	217
Cuadro 5. 12: Estrategias para reducir gastos y costos.....	225

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 3. 1: Organigrama Estructural Solintha S.A.....	56
Gráfico 3. 2: Organigrama Funcional Solintha S.A.	57
Gráfico 3. 3: Ventas 2010-2011-2012-2013.....	61
Gráfico 3. 4: Variación de las ventas 2010-2011-2012-2013	62
Gráfico 3. 5: Variación anual del PIB	64
Gráfico 3. 6: Crecimiento real PIB interno bruto	65
Gráfico 3. 7: Actividades económicas que contribuyeron al PIB.....	66
Gráfico 3. 8: Actividades económicas que contribuyeron al PIB anual	67
Gráfico 3. 9: Crecimiento real PIB no petrolero	67
Gráfico 3. 10: Actividades no petroleras	68
Gráfico 3. 11: El sector de las TI en el PIB no petrolero	69
Gráfico 3. 12: Participación en el mercado de las TI.....	70
Gráfico 3. 13. Variación anual de la inflación	71
Gráfico 3. 14: Inflación anual por consumo.....	72
Gráfico 3. 15: Inflación de Enero a Noviembre del 2012 y 2013.....	72
Gráfico 3. 16: Inflación mensual por consumo	73
Gráfico 3. 17: Inflación mensual de Enero a Noviembre d.....	73
Gráfico 3. 18: Inflación en América Latina	73
Gráfico 3. 19: Distribución de la PEA.....	74
Gráfico 3. 20: % Trabajadores de empresas que son S.A.	77
Gráfico 3. 21: Número De Trabajadores Permanentes.....	78
Gráfico 3. 22: Tasas máximas del segmento de crédito Pymes	79
Gráfico 3. 23: Variación mensual de crédito	80
Gráfico 3. 24: Variación anual de crédito	80
Gráfico 3. 25: Volumen de crédito por actividad económica Pymes	81
Gráfico 3. 26: Balanza comercial millones de dólares	82
Gráfico 3. 27: Porcentaje de personas que han usado internet	84
Gráfico 3. 28: Uso de internet: nacional.....	85
Gráfico 3. 29: Lugar de uso de internet.....	85
Gráfico 3. 30: Acceso a las TIC'S	86
Gráfico 3. 31: Equipamiento del computadoras en el hogar	86
Gráfico 3. 32: Razones de uso de internet.....	87
Gráfico 3. 33: Frecuencia de uso de internet-nacional.....	87
Gráfico 3. 34: Utilización de las TIC'S en la provincia de Cotopaxi.....	88
Gráfico 3. 35: crecimiento de la cartera de clientes	91
Gráfico 3. 36: Composición del activo 2010-2011-2012-2013	93
Gráfico 3. 37: Composición del Pasivo y Patrimonio 2010-2013	94
Gráfico 3. 38: Composición de los Activos 2010-2011-2012-2013	95
Gráfico 3. 39: Composición del pasivo y patrimonio 2010-2013	96
Gráfico 3. 40: Composición de las ventas 2010-2011-2012-2013	97
Gráfico 3. 41: Composición del estado de resultados 2010-2013.....	98
Gráfico 3. 42: Composición de las ventas 2010-2011-2012-2013	99
Gráfico 3. 43: COMPOSICIÓN DEL ESTADO DE RESULTADOS	100
Gráfico 3. 44: Comportamiento histórico de la demanda en dólares	108
Gráfico 3. 45: Nivel Socioeconómico	109

Gráfico 3. 46: Tiene computadora en su hogar.....	112
Gráfico 3. 47: Importancia de la adquisición de equipos.....	113
Gráfico 3. 48: Qué características considera al momento de adquirir.....	115
Gráfico 3. 49: En qué lugar adquiere los suministros y equipos	116
Gráfico 3. 50: Cada que tiempo da mantenimiento a los equipos.....	117
Gráfico 3. 51: Posee el servicio de internet en su hogar.....	118
Gráfico 3. 52: En qué lugar hace uso del internet.....	119
Gráfico 3. 53: Con qué frecuencia hace uso del servicio de internet	121
Gráfico 3. 54: Cuál es su proveedor de internet.....	122
Gráfico 3. 55: Cuánto paga por el servicio de internet	123
Gráfico 3. 56: Ha escuchado hablar de la Empresa Solintha S.A.	124
Gráfico 3. 57: Ha adquirido productos o ha utilizado los servicios	125
Gráfico 3. 58: Qué servicios ha requerido de la empresa	126
Gráfico 3. 59: Qué característica considera importante	128
Gráfico 3. 60: Según su opinión que debe prevalecer entre vendedor	129
Gráfico 3. 61: Durante el tiempo que está adquiriendo el producto	130
Gráfico 3. 62: Cuál es la forma de pago que utiliza	131
Gráfico 3. 63: Cuál es su grado de satisfacción por los productos	132
Gráfico 3. 64: Compraría los suministros, equipos de hardware.....	133
Gráfico 3. 65: Cuenta con un proveedor fijo	135
Gráfico 3. 66: Qué características considera su empresa y negocio	136
Gráfico 3. 67: Cuán importante es la adquisición de equipos	137
Gráfico 3. 68: Cuál es su proveedor de suministros y equipos	138
Gráfico 3. 69: Cada que tiempo compra suministros y equipos	140
Gráfico 3. 70: Cuál es su proveedor de internet.....	141
Gráfico 3. 71: Cada que tiempo da mantenimiento a los equipos.....	142
Gráfico 3. 72: Cuánto asigna de presupuesto mensual	144
Gráfico 3. 73: Cuánto asigna de presupuesto mensual	145
Gráfico 3. 74: Ha escuchado hablar de la empresa Solintha S.A.	146
Gráfico 3. 75: Ha utilizado alguna los servicios de la empresa.....	147
Gráfico 3. 76: Qué servicios ha utilizado de la empresa Solintha S.A.	148
Gráfico 3. 77: Qué características toma en cuenta para adquirir	150
Gráfico 3. 78: Usted como empresario del local considera.....	151
Gráfico 3. 79: Usted considera que la empresa Solintha S.A.	152
Gráfico 3. 80: Según su opinión que debe prevalecer entre vendedor	153
Gráfico 3. 81: Durante el tiempo que está adquiriendo el producto	155
Gráfico 3. 83: Cuál es la forma de pago que utiliza	156
Gráfico 3. 84: Cuál es el grado de satisfacción por los productos	157
Gráfico 3. 85: Compraría suministros, equipos de hardware	158
Gráfico 3. 86: Ingresos totales sector Hardware y equipos.....	162
Gráfico 3. 87: Ventas de mercadería de la empresa Solintha S.A.....	163
Gráfico 3. 88: Ingresos totales del sector de software	163
Gráfico 3. 89: Ventas de servicios de la empresa Solintha S.A.	164
Gráfico 3. 90: Participación en el mercado por el servicio de internet	165
Gráfico 3. 91: Participación en el mercado en la venta de equipos	165
Gráfico 4. 1: Crecimiento de las ventas de Equipos y suministros.....	174
Gráfico 4. 2: Crecimiento de las ventas de servicio hasta el 2018.....	174
Gráfico 4. 3: Crecimiento del costo de ventas de mercaderías.....	175

Gráfico 4. 4: Crecimiento del costo de ventas de servicios.....	176
Gráfico 5. 2: Chi Cuadrado	171
Gráfico 5. 1: Ponderación Del Valor De La Empresa SOLINTHA S.A.	241

RESUMEN

El presente proyecto se realizara con el fin de conocer la situación económica de la empresa y las oportunidades que tiene en la provincia de Cotopaxi, como también conocer el valor de la empresa y establecer estrategias financieras que ayuden al desarrollo y crecimiento dentro del mercado nacional e internacional en la venta de Hardware. SOLINTHA es una empresa constituida el 19 de abril del 2010, pone a consideración la amplia gama de productos y servicios tecnológicos, se dedican a la distribución, comercialización, mantenimiento, diseño e implementación de soluciones integrales en el mundo de la informática y las comunicaciones. En el Capítulo I se muestra las generalidades por las cuales se realizó el presente proyecto, justificando el tema y el beneficio que va a obtener la empresa. Posteriormente en el Capítulo II se fundamenta teóricamente al proyecto. Más adelante en el capítulo III se realiza un diagnostico financiero tanto horizontal, vertical y el cálculo de las razones financieras de los años 2010-2011-2012-2013, se determina una análisis interno y externo de la empresa, este último se lo justifica a través de encuestas realizadas en el cantón Latacunga. Consecuentemente en el Capítulo IV se realiza el cálculo respectivo de la valoración de la empresa a través de proyección futuras con una estimación de 5 años. Después en el capítulo V se propone estrategias financieras que permitan el desarrollo y crecimiento de la empresa en el futuro. Por último en el capítulo VI se establece las respectivas conclusiones y recomendación del proyecto realizado

Palabras clave:

Evaluación Financiera- Planificación Financiera- Estrategias Financieras- Valoración de Empresas- Análisis Financiero.

ABSTRACT

This project will be conducted in order to understand the economic situation of the company and the opportunities it has in the province of Cotopaxi, as well as knowing the value of the company and establish financial strategies that support the development and growth within the domestic market and international in selling hardware. SOLINTHA is a company incorporated on April 19, 2010, to consider the wide range of technology products and services, dedicated to the distribution, marketing, maintenance, design and implementation of solutions in the world of computing and communications. In Chapter I generalities by which this project was conducted, justifying the theme and will benefit the company get placed. Later in Chapter II the theoretical foundations of the project. Later in Chapter III a vertical both horizontal financial diagnosis, and the calculation of the financial ratios of the years 2010-2011-2012-2013 occurs, an internal and external analysis of the company is determined, the latter is what justifies through surveys in Canton Latacunga. Consequently in Chapter IV of this calculation the value of the company through future projection with a 5-year estimate is made. Then in Chapter V financial strategies for the development and growth of the company in the future is proposed. Finally in Chapter VI the respective conclusions and recommendations of the project carried establishing.

Keywords:

Assessment under financial planning Financial Strategies under financial-rating Enterprise- Financial Analysis.

CAPÍTULO I

1.1. TEMA DEL PROYECTO

Valoración de la empresa SOLINTHA S.A y propuesta de estrategias financieras que impulse su desarrollo.

1.2. OBJETIVO DEL ESTUDIO

El presente proyecto se realizó en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga. El propósito de este proyecto es determinar falencias financieras y el valor de la empresa en el período 2010-2011-2012-2013 y proponer estrategias financieras que ayuden al desarrollo de la Empresa SOLINTHA S.A.

1.3. OBJETIVO GENERAL

Realizar la Valoración de la empresa SOLINTHA S.A y propuesta de estrategias financieras que impulse su desarrollo.

1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir los conceptos e información necesaria que engloba para el desarrollo del proyecto propuesto.
- Realizar un análisis y diagnóstico de la empresa SOLINTHA S.A.
- Realizar la valoración de la empresa SOLINTHA S.A.
- Proponer estrategias financieras para el desarrollo y crecimiento de la empresa SOLINTHA S.A.
- Formular las respectivas conclusiones y recomendaciones del proyecto.

1.5. ANTECEDENTES

Las empresas Pymes (pequeñas y medianas empresas) juegan un papel importante dentro del desarrollo de la economía, por la generación de empleo y crecimiento económico del sector al cual pertenece. Motivo por el

cual es importante analizar los factores de crecimiento económico que puedan afectar al desarrollo de dichas empresas, ya que de esto depende el crecimiento y desarrollo de las diferentes regiones del país.

En la economía nacional las Pymes representan el 90% de las unidades productivas, dan el 60% de empleo, participan el 50% de la producción y genera casi el 100% de los servicios que un ecuatoriano usa hoy en día como son: las tiendas, restaurantes, copias, cybers, buses.

Otra ventaja de las pymes es que tiene flexibilidad para los cambios que se dan en la economía ya que no cuentan con muchos empleados, también las Pymes redistribuyen la riqueza de una económica de manera equitativa, utilizando insumos y materias primas nacionales. Las debilidades de las pymes son: no acceder a créditos bancarios con facilidad, tienen limitantes para emprender procesos de desarrollo tecnológico, menor disponibilidad de recursos, insuficiente financiamiento ya que están recién iniciando en el mercado.

Se pueden considerar que las Pymes para el año 2012 creció en un 5,1% una tasa menor representada para el 2011, dentro del país existen más de 16 mil de estas organizaciones. Podemos considerar que las pymes han sido un factor primordial para el crecimiento económico ya que de acuerdo al Banco Central existe una ampliación en el volumen de crédito mensual de 2,76% que significa un incremento de \$ 3,7.

Al sector que pertenece la empresa SOLINTHA S.A. es al sector de información y comunicación, el cual representa en el año 2012 el 0,04% de contribución al PIB y la rentabilidad promedio de las medianas empresas en dicho sector está en un 9,4% lo que nos indica que la pymes es un factor importante para el desarrollo y crecimiento económico del país, así mismo contribuye para que el desempleo disminuya.

En la provincia de Cotopaxi ha sido de vital importancia la creación de las pequeñas y medianas empresa ya que ha permitido el desarrollo

económico de la misma brindando así fuentes de empleo, evitando que las personas migren a otras provincias, el sector que mayor crecimiento ha tenido es la agricultura y ganadería.

La revolución tecnológica ha adquirido fuerza en los últimos años y esto ha influenciado para que nuevas empresas entren al mercado ofreciendo venta de computadoras, dispositivos informáticos, internet, líneas telefónicas ya que hoy en día la demanda es alta, el proceso informático facilita las diferentes funciones que deben cumplir las empresa desde lo más simple a lo más complejo, también facilita la realización de trabajos repetitivos y monótonos del área administrativa, ayudando a economizar los costos e incrementar la productividad de las empresas.

La empresa SOLINTHA S.A. surge como idea de un grupo de profesionales emprendedores en crear un empresa, en la cual se ofrece la venta de equipos de computación, dispositivos electrónicos, como también ofrece el servicio de internet y la instalación de línea telefónica con el objetivo de cubrir con la demanda de los Cotopaxenses y satisfacer sus necesidades al brindar un servicio de calidad.

El tema del valor ha venido siendo fundamentada en la ciencia económica desde que está se diera por inaugurado con Adam Smith y su distinción entre valor de uso y valor de cambio, lo cual otorgaba a los bienes económicos una cualidad intrínseca y otra externa, dependiendo de varias voluntades. David Ricardo dio la siguiente definición: el valor de una cosa es la cantidad de cualquier otra cosa por la que podrán cambiarse, esa otra cosa es normalmente el dinero, tema también crucial en la teoría económica.

El valor es una apreciación subjetiva. El precio es objetivo y comprobable y viene dado por la cantidad de dinero por la que se han efectuado las transacciones. La única subjetividad que padece el precio es la elección de la divisa en que se expresa esa cantidad. **(Galindo Lucas Alfonso, 2005)**. Estrategia es determinar los objetivos y las metas fundamentales a largo

plazo, adoptar políticas correspondientes a asegurar los recursos necesarios para llegar a esas metas.

Estrategias financieras es la parte del proceso de planificación y gestión estratégica de una organización, que se relaciona directamente con la obtención de los recursos requeridos para financiar las operaciones del negocio y con su asignación en alternativas de inversión que contribuyan al logro de los objetivos planteados en el plan, tanto en el corto como en mediano y largo plazo.

Por lo que es de vital importancia realizar una valoración de empresas la cual nos permite determinar el valor real del patrimonio de la empresa en el presente como en el futuro, ayudando a obtener financiamiento, administrar de mejor manera los recursos que posee con la finalidad de que la compañía entre a nuevos nichos de mercado y gane competitividad en el mismo.

La valoración de la empresa permite enfrentarse a la realidad del mercado, de compararse con otras empresas de su sector o que desarrollan una actividad similar y una forma de analizar los diferenciales de rentabilidad que finalmente incidirán en su valor. **(Fernández Reguero Francisco, 2013)**

El objetivo de la valoración de la empresa es:

- Conocer la situación del patrimonio
- Verificar la gestión llevada a cabo por los directivos
- Estudiar la capacidad de deuda
- Reestructuración de capital

Esto ayuda a tomar decisión para el beneficio de la empresa y conocer cual son las falencias que tiene la empresa y mitigar estas a través de estrategias financieras. **(Samuel Immanuel Brugger Jakob, 2000)**. El análisis financiero es el estudio que se hace de la información contable, mediante la utilización de indicadores y razones financieras. La contabilidad representa y refleja la realidad económica y financiera de la empresa, de

modo que es necesario interpretar y analizar esa información para poder entender a profundidad el origen y comportamiento de los recursos de la empresa.

Esto nos permite conocer cómo se encuentra la empresa y dar soluciones, alternativas para enfrentar los problemas o establecer estrategias financieras encaminadas al desarrollo económico de la empresa, como también el análisis permite diagnosticar la situación de la empresa y proyectarse en un futuro como se va a desarrollar la empresa. La implementación de estrategias financieras permite a la empresa lograr los objetivos planteados y el desarrollo del mismo dentro de la provincia.

1.6. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el Ecuador, provincia de Cotopaxi en la ciudad Latacunga sector de la pequeña y mediana empresa (PYMES) SOLINTHA S.A. se dedica a la comercialización de equipos y suministros de hardware y a la prestación de servicios de internet. Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) y el sector de hardware y software se han fortalecido en la economía ecuatoriana, llegando a contribuir en el producto interno bruto no petrolero en los últimos años.

Tabla 1. 1: Rubros que conforman el producto interno bruto

SECTOR	PIB
Pymes	25%
Sector de hardware	13,3%
Sector de software	4,4%

FUENTE: Revista EKOS negocios

ELABORADO POR: Katherine Analuisa

En consecuencia del acelerado crecimiento de los sectores antes mencionados la empresa SOLINTHA S.A. se vio en la necesidad de realizar este proyecto de grado, para que las pequeñas empresas obtengan mayor beneficio dentro del mercado y tengan un desarrollo y crecimiento sostenible.

La empresa SOLINTHA S.A. nunca ha realizado una valoración de empresa y no cuenta con estrategias financieras, que permita determinar el precio de la empresa al presente y futuro, siendo un factor primordial para captar nuevos inversionistas y lograr nuevas fuentes de financiamiento para continuar con sus operaciones y extender su negocio a nivel nacional, ya que son pocas las provincias a las cuales atiende, esto puede ocasionar en el futuro problemas con la liquidez y rentabilidad de la empresa .

Por estas razones se ha visto la necesidad de realizar la VALORACIÓN DE LA EMPRESA SOLINTHA S.A. Y PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS QUE IMPULSE SU DESARROLLO.

1.7. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

La valoración de la empresa es cada vez más necesaria debido al avance tecnológico y al desarrollo del mercado de las Pymes y el sector de hardware y software, por lo que es un aspecto primordial para que los directivos y empresarios cuenten con un nivel de confianza aceptable al momento de realizar inversiones, a través del conocimiento del valor de la empresa y de sus acciones. El crecimiento de las pequeñas empresa ayuda al desarrollo de las pymes las mismas que permiten el crecimiento de la economía de la provincia y del país.

SOLINTHA S.A. ha incrementado sus ingresos durante estos 4 años que lleva en el mercado y se espera un crecimiento similar para años siguientes permitiendo obtener un incremento en la utilidad de la empresa.

La empresa SOLINTHA S.A. tiene interés de abrir sucursales en otras provincias y abarcar a nivel nacional con la venta de equipos y suministros de hardware a precios accesibles para las personas, introducirse en nuevos nichos de mercado, lo cual ayuda a generar mayor rentabilidad y cubre las necesidades de las personas con la venta de equipos informativos ya que hoy en día es de vital importancia la utilización de dichos equipos para

realizar diversas actividades, optimizando recursos y tiempo de las personas.

Por lo cual es indispensable realizar la valoración de la empresa porque permite conocer la situación financiera de la entidad y proponer estrategias financieras para tomar decisiones acertadas y oportunas encaminadas a mitigar el riesgo como también el crecimiento y desarrollo de la empresa.

La valoración de la empresa y propuesta de estrategias financieras permite conocer la gestión que tiene la administración, siendo esto la base para que la empresa sea competitiva en el mercado y tomar decisiones enfocadas en el desarrollo de la empresa, ya que los directivos y los posibles inversionistas conocen el precio más cercano al valor de la empresa en el mercado actual y en el futuro.

1.8. HIPÓTESIS

¿Cuenta la empresa Solintha S.A. con una valoración de empresa eficaz y estrategias financieras adecuadas para su crecimiento?

H1: La falta de valoración y la definición de estrategias adecuadas afectan el crecimiento de la empresa Solintha S.A.

Ho: La falta de valoración y la definición de estrategias adecuadas no afectan el crecimiento de la empresa Solintha S.A.

VARIABLE DEPENDIENTE:

Crecimiento de la empresa

VARIABLE INDEPENDIENTE:

Valoración de empresas y definición de estrategias financieras.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ADMINISTRACIÓN

2.1.1. DEFINICIÓN

Ciencia compuesta de principios, técnicas y prácticas, cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, por medio de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes que individualmente no se pueden lograr en los organismos sociales.

Por su parte, Fremont E. Kast dice que la administración es la coordinación de hombres y recursos materiales para el logro de objetivos organizativos, lo que se logra a partir de cuatro elementos:

- 5) Dirección hacia los objetivos
- 6) Por medio de gente
- 7) Mediante técnicas
- 8) Dentro de una organización

La mayoría de los autores definen administración como el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar para lograr objetivos organizacionales preestablecidos.

2.1.2. FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN

a) PLANIFICAR

Gran parte del éxito de cualquier empresa depende de la planeación, la cual puede definirse como: La determinación de escenarios futuros y del

rumbo hacia donde se dirige la empresa y de los resultados que se pretenden obtener para minimizar riesgos y definir las estrategias para lograr el propósito de la organización con una mayor probabilidad de éxito.

- **IMPORTANCIA**

La planeación es muy importante para el adecuado funcionamiento de cualquier grupo social, ya que a través de ésta se minimizan riesgos. Algunas de las ventajas de la planeación son:

- ✓ Permite encaminar y aprovechar mejor los esfuerzos y recursos.
- ✓ Reduce los niveles de incertidumbre que se pueden presentar en el futuro.
- ✓ Permite hacer frente a las contingencias que se presenten.
- ✓ Reduce al mínimo los riesgos y aprovecha al máximo las oportunidades.

b) ORGANIZAR

Responde a las preguntas ¿Quién? va a realizar la tarea, implica diseñar el organigrama de la organización definiendo responsabilidades y obligaciones

¿Cómo? se va a realizar la tarea; ¿cuándo? se va a realizar; mediante el diseño de Proceso de negocio, Cursogramas que establecen la forma en que se deben realizar las tareas y en que secuencia temporal; en definitiva organizar es coordinar y sincronizar.

c) DIRIGIR

La dirección es la ejecución de todas las fases del proceso administrativo mediante la conducción y orientación de los recursos, y el ejercicio del liderazgo hacia el logro de la misión y visión de la empresa.

- **IMPORTANCIA**

Todas las etapas del proceso administrativo revisten igual importancia para lograr eficazmente los objetivos de una organización; sin embargo, al ser la dirección la etapa donde se ejecutan todas las etapas del proceso administrativo, en muchas ocasiones se confunden los conceptos administrar y dirigir, sobre todo si se considera que en inglés se utiliza el término management para referirse indistintamente a la dirección y a la administración. En la dirección se aplican todas las etapas del proceso administrativo, y el éxito de cualquier empresa se deriva en gran parte de una acertada dirección.

La dirección es un proceso que comprende una serie de elementos como la toma de decisiones, la comunicación, la motivación y el liderazgo.

d) CONTROLAR

A través del control se garantiza el cumplimiento de los planes. Si el control se conceptualiza como la última etapa del proceso administrativo, esto no significa que en la práctica suceda de la misma manera; la planeación y el control están relacionados a tal grado, que en muchas ocasiones el administrador difícilmente puede delimitar si está planeando o controlando; incluso para algunos autores el control forma parte de la planeación misma. La información obtenida a través del control es básica para poder reiniciar el proceso de planeación.

El control es la fase del proceso administrativo a través de la cual se establecen estándares para evaluar los resultados obtenidos, con el objeto de corregir desviaciones, prevenirlas y mejorar continuamente las operaciones.

- **IMPORTANCIA**

El control es de vital importancia, dado que:

- ✓ Sirve para comprobar la efectividad de la gestión.
- ✓ Promueve el aseguramiento de la calidad.
- ✓ Protege los activos de la empresa.
- ✓ Se garantiza el cumplimiento de los planes.
- ✓ Establece medidas para prevenir errores, y reducir costos y tiempo.
- ✓ Sirve para determinar y analizar las causas que origina las desviaciones y evitar que se repitan. **(Hernández Sergio, 2008)**

2.2. ANÁLISIS FINANCIERO

2.2.1. DEFINICIÓN

El análisis de estados financieros consiste en aplicar herramientas y técnicas analíticas a los estados y datos financieros, con el fin de obtener de ellos medidas y relaciones que sean significativas y útiles para la toma de decisiones. Así esencial de convertir los diferentes datos que dispone una organización o proyecto en información útil.

Según los objetivos que se persigan, el análisis financiero puede utilizarse como herramienta de selección de inversiones, de prevención de situaciones y resultados financieros futuros. Se puede utilizar también como proceso de diagnóstico de áreas, servir como instrumento en la evaluación de la gestión. El análisis financiero por último se puede decir que establece una base firme y sistemática para una aplicación racional.

2.2.2. ESTADOS FINANCIEROS

a) BALANCE GENERAL

Muestra el activo de la empresa (lo que posee) y su pasivo (lo que debe) en determinado momento. La diferencia entre ambos conceptos es el capital contable (neto), llamado también participación de los propietarios.

b) ESTADO DE RESULTADOS

Llamado también estado de pérdidas y ganancias, muestra el resultado de la actividad de la organización, durante un periodo determinado, generalmente un año. El estado de resultados resume la rentabilidad durante el periodo. Ingresos, gastos y ganancias o utilidades son los elementos que lleva este estado.

c) FLUJO DE EFECTIVO

El estado de flujo de efectivo muestra el efectivo que entro en la organización y el que salió de ella durante determinado periodo. Difiere del estado de resultados porque este muestra los ingresos y gastos.

El estado de los flujos de efectivo tienen como propósito el de informar los flujos de entrada y salida de efectivo de una empresa durante un periodo y se clasifica en tres grupos:

- ✓ Actividad de operaciones.- flujos de entrada de efectivo: por venta de bienes o servicios, por rendimiento sobre préstamos (ingreso por intereses)
- ✓ Inversión.- flujos de entrada de efectivo: por la venta de activos fijos (propiedad, equipos) por la venta de deuda
- ✓ Financiamiento.- flujos de ingreso de efectivo: por préstamos, por venta de acciones comunes de la empresa. **(Caldas M. Marco Antonio, 2004)**

2.2.3. MÉTODOS DE ANÁLISIS FINANCIERO

a) ANÁLISIS VERTICAL

El análisis vertical consiste en determinar la participación de cada una de las cuentas del estado financiero, con referencia sobre el total de activos o total de pasivos y patrimonio para el balance, o sobre el total de ventas para el estado de resultados, permitiendo al análisis financiero las siguientes apreciaciones objetivas:

- ✓ Visión panorámica de la estructura del estado financiero, la cual puede compararse con la situación del sector económico donde se desenvuelve o, falta de información, con la de una empresa conocida que sea el reto de superación
- ✓ Muestra la relevancia de cuentas o grupo de cuentas dentro del estado.
- ✓ Evalúa los cambios estructurales, los cuales se deben dar por cambios significativos de la actividad o cambios por las decisiones gubernamentales tales como impuestos, sobretasa así como va a acontecer con la política social de precios, salarios y productividad.
- ✓ Evalúa las decisiones gerenciales, que han operado esos cambios, los cuales se puedan comprobar más tarde con el estudio de los estados de cambio
- ✓ Permite plantear nuevas políticas de racionalización, gastos y precios y de financiamiento. **(Orlando Estupiñan Gaitán, 2006, pág. 111)**

b) ANÁLISIS HORIZONTAL

El análisis horizontal es el análisis porcentual de aumentos y disminuciones en los rubros correspondientes de los estados financieros comparativos.

El análisis horizontal permite comparar dos estados financieros. En este caso, el estado anterior se usa como base. El análisis horizontal permite comparar también tres o más estados. En este caso, la primera fecha o periodo se puede usar con base de comparación con respecto a las fechas o periodos posteriores. **(Warren & Reeve & Fess, 2005 , pág. 504)**

c) RAZONES FINANCIERAS

i. LIQUIDEZ

Las razones de liquidez se utilizan para juzgar la capacidad que tiene una empresa para satisfacer sus obligaciones de corto plazo. A partir de ellas se puede obtener muchos elementos de juicio sobre la solvencia de

efectivo actual de la empresa y su capacidad para permanecer solvente en caso de situaciones adversas. En esencia, deseamos comparar las obligaciones de corto plazo con los recursos de corto plazo disponibles para satisfacer dichas obligaciones.

- **Liquidez corriente**

La liquidez de corriente una de las razones financieras citadas con mayor frecuencia, mide la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones de corto plazo. Se expresa de manera siguiente.

Fórmula:

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}}$$

Por lo general cuanto mayor es la liquidez corriente, más solvente es la empresa.

- **Razón rápida (Prueba Ácida)**

La razón rápida es similar a la liquidez corriente con la excepción de que esta incluye el inventario que es comúnmente el activo corriente menos líquido. La liquidez generalmente baja del inventario se debe a dos factores principales.

1. Muchos tipos de inventario no se puede vender fácilmente porque son productos parcialmente terminados, artículos con un pronóstico especial y situación semejante.
2. El inventario se vende generalmente a crédito, lo que significa que se convierte en una cuenta por cobrar antes de convertirse en efectivo. La razón rápida se calcula de la manera siguiente.

Fórmula:

$$\text{Razón Rápida} = \frac{\text{Activos Corrientes} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

En ocasiones se recomienda una razón rápida de 1 o más aunque como sucede con la liquidez corriente, el valor aceptable depende en gran medida de la industria. La razón rápida proporciona una mejor medida de la liquidez general solo cuando el inventario es líquido, la liquidez corriente es una medida preferible para la liquidez general.

ii. ACTIVIDAD

Los índices de actividad miden que tan rápido diversas cuentas se convierten en ventas o efectivos, es decir, entradas o salidas. Con respecto a las cuentas corrientes, las medidas de liquidez son generalmente inadecuadas porque las diferencias en la composición de los activos y pasivos corrientes de una empresa pueden afectar de manera significativa su verdadera liquidez.

- **Rotación de inventarios**

La rotación de inventarios mide comúnmente la actividad o número de veces que usan los inventarios de una empresa. Se calcula de la manera siguiente:

Fórmula:

$$\text{Rotación de inventarios} = \frac{\text{Costo de los bienes vendidos}}{\text{Inventario}}$$

La rotación resultante es significativa solo cuando se compara con la de otras empresas de la misma industria o con la rotación pasada de los inventarios de la empresa. Una rotación de inventarios de 2.0 no sería rara para una tienda de abarrotes, en tanto que una rotación de inventarios común para una empresa fabricante de aviones sería de 4.0.

- **Edad promedio del inventario**

Número promedio de días que se requieren para vender el inventario, es útil para evaluar las políticas de crédito y cobro. Se calcula al dividir el saldo de las cuentas por cobrar entre las ventas diarias promedio

Fórmula:

$$\text{Período promedio de cobro} = \frac{\text{cuentas por cobrar}}{\text{ventas diarias promedio}}$$

- **Período promedio de pago**

El período promedio de pago de las cuentas por pagar se calcula de la misma manera que el período promedio de cobro.

Fórmula:

$$\text{Período promedio de pago} = \frac{\text{cuentas por pagar}}{\text{compras diarias promedio}}$$

- **Rotación de los activos totales**

La rotación de los activos totales indica la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar ventas. La rotación de los activos totales se calcula de la manera siguiente.

Fórmula:

$$\text{Rotacion de activos totales} = \frac{\text{ventas}}{\text{total de activos}}$$

iii. ENDEUDAMIENTO

Las razones de endeudamiento miden la capacidad de negocio para contraer deudas a corto plazo o largo plazo.

Es importante conocer la discriminación del pasivo total. Una empresa puede tener un endeudamiento alto, pero si la mayor parte de este es largo plazo, puede estar en mejor situación que otra empresa que tenga un menor índice pero con alto endeudamiento corriente.

- **Endeudamiento total**

Mide la participación de los acreedores en la financiación de los activos de la empresa.

Fórmula:

$$\text{Endeudamiento total} = \frac{\text{pasivo total}}{\text{activo total}}$$

- **Pasivo a largo plazo a patrimonio**

Indica la relación entre los fondos de largo plazo que suministran los acreedores y los que aportan los dueños de la empresa.

Fórmula:

$$\frac{\text{pasivo a largo plazo}}{\text{patrimonio}}$$

iv. RENTABILIDAD

Permite a los analistas evaluar las utilidades de la empresa con respecto a un nivel determinado de ventas, cierto nivel de activos o la inversión de los propietarios, sin utilidades una empresa no podría atraer capital externo. Los propietarios, los acreedores y la administración prestan mucha atención al incremento de las utilidades debido a la gran importancia que el mercado otorga a las ganancias.

- **Margen neto, bruto y de operación**

Así como la utilidad no es suficiente para determinar si un negocio es rentable, tampoco el nivel de ventas lo es por sí solo, ya que una empresa puede vender mucho y aun así tener pérdidas por el mal manejo de los costos o por falta de liquidez. Unos indicadores que me dan información valiosa para determinar si mis ventas están generando utilidad son: margen bruta, margen de operación y margen neto.

Fórmula:

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} * 100$$

Casi siempre el margen bruto es mayor al margen de operación y este a su vez, es mayor al margen neto. Esto se da porque la utilidad de operación es menor a la utilidad bruta por los gastos de operación y la utilidad neta es menor a la utilidad de operación por los gastos financieros y los impuestos.

- **Utilidad por acción**

Las empresas se hacen de recursos de dos maneras: con capital o por financiamiento de acreedores. El capital de una empresa se forma por las acciones y los dueños de estas se llaman accionistas. La utilidad generada por el negocio podrá ser repartida entre los accionistas, según el número de acciones que tenga cada uno.

Fórmula:

$$\text{UPA} = \frac{\text{Utilidad disponible para los accionistas}}{\text{Numero de acciones en circulacion}}$$

- **Rendimiento sobre activos (ROA)**

La rentabilidad sobre activos es un indicador que me ayuda a determinar si los activos son eficientes para generar utilidad.

Fórmula:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos totales}} * 100$$

Para tener un ROA mayor la empresa debe tener más utilidad o menos activos, por eso es importante no tener activos ociosos y vender los que no sean necesarios para la operación.

- **Rendimiento sobre capital (ROE)**

La rentabilidad sobre capital es uno de los más importantes indicadores para tomar decisiones y evaluar la rentabilidad de un negocio. **(Administración Financiera, 2001)**

Fórmula:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{capital}} * 100$$

2.3. VALORACIÓN DE EMPRESAS

2.3.1. VALOR

El valor existe sin que sea necesario un cambio de propiedad, se fundamenta en una apreciación teórica basada en la utilidad que los compradores y los vendedores de las empresas pueden obtener de ellas y realizada por un valorador que sustituye a compradores y vendedores.

2.3.2. PRECIO

Es el resultado de una transacción efectuada, en base a una oferta y a una demanda y en el que se han hecho intervenir las consideraciones subjetivas realizadas por el comprador y el vendedor en la negociación.

2.3.3. DEFINICIÓN

La valoración de empresa busca la cuantificación, en una medida homogénea (unidades monetarias), de los elementos que forman el patrimonio de la empresa, de su actividad, de su potencialidad y otras características destacables, es decir, la valoración de una empresa es el proceso para determinar su valor para los usuarios o propietarios.

2.3.4. APLICACIÓN DE LA VALORACIÓN DE EMPRESAS

La valoración, o estimación de los valores de una empresa, pueden realizarse por diferentes motivos o circunstancias, encaminadas todos ellos a la búsqueda de la información que permita la toma de decisiones racionales ante una posible compraventa u otros eventos similares.

Las circunstancias que aconsejan su realización son:

a) CIRCUNSTANCIAS ESPECIALES

• **Modificaciones en la estructura del capital.-** responde a hechos que hacen variar los derechos de los socios:

- ✓ Ampliaciones y reducciones de capital
- ✓ Compraventa y reducciones de capital
- ✓ Salida a la bolsa de la empresa, en cuyo caso debe ser valorada por los potenciales accionistas para analizar la conveniencia de compra de acciones y por la propia empresa para fijar el precio de salida.
- ✓ Liquidación de la empresa

• **Operaciones de crecimiento externo.-** comprende las siguientes situaciones

- ✓ Fusiones y adquisiciones en donde la empresa adquirente y la empresa vendedora o cedente en el proceso deben determinar lo que están dispuestos a pagar y aceptar

- ✓ Toma de participaciones en otras empresas
- ✓ Escisión de una empresa en otras varias.
- ✓ Aportación parcial de los activos de una empresa a otra.

b) CIRCUNSTANCIAS ORDINARIAS EN LA VIDA DE LA EMPRESA

• **Como medida del cumplimiento de los objetivos de la empresa.-** uno de los objetivos del llamado empresario decisión de la empresa (gestores o consejo de administración) es la creación de valor para los accionistas, lo que está relacionado con su valor bursátil en el caso de empresas cotizadas y con el valor de mercado en el caso de las que no lo están y su gestión puede ser evaluada en función del impacto de la misma sobre el valor de la empresa.

• **Como base para la negociación con terceros**

- ✓ Para la negociación de un préstamo es necesario conocer las garantías aportadas por la empresa, y en particular, su valor patrimonial.
- ✓ Para la negociación de un seguro hay que conocer el valor del elemento sujeto al riesgo que se asegura y poder calcular así la cuota o prima a pagar por el mismo.
- ✓ En las relaciones con la administración para el cumplimiento de los compromisos fiscales es necesario conocer entre otros elementos el valor de la empresa para cumplir con los impuestos que se deben pagar.

• **Como base para cálculos económicos**

- ✓ Cálculo del coste del capital invertido en la empresa. Ello exige conocer el valor de los fondos aportados por los socios.
- ✓ Búsqueda de recursos financieros. Para ello se precisa tener conocimiento de los rendimientos obtenidos por los recursos inmovilizados, lo que se consigue mediante los ratios

$$\frac{\text{Resultados}}{\text{Capital invertido}}$$

Resultados

Valor de la empresa

- **Información para terceros**

✓ **Accionistas.-** pueden querer conocer el valor de su patrimonio en la empresa y las posibilidades de su mantenimiento. Las empresas que desean aumentar o formar autocartera utilizan las técnicas de valoración adecuadas para elegir el momento más conveniente para la compra de acciones en base a su valoración intrínseca y extrínseca.

✓ Los acreedores, prestamistas, obligacionistas, bancos quieren conocer la garantías que la empresa a la que se ha prestado ofrece para el cobro de los intereses y la devolución de la deuda en el momento de sus vencimientos.

✓ El estado y el fisco necesitan conocer el valor de la empresa para saber si los impuestos que pagan están en relación con los resultados que obtienen y con su valor.

2.3.5. SITUACIONES DE LA EMPRESA ANTE UNA VALORACIÓN

El valor, a la hora de cumplir con su misión, puede encontrarse con la empresa posicionada en cualquier de las siguientes situaciones:

a) EMPRESAS EN FUNCIONAMIENTO

Es esta una empresa que lleva a cabo una actividad que puede ser analizada por su evolución y por su proyección futura. Sus rasgos diferenciadores son:

- Existencia de una organización que desarrolla funciones operativas
- Empresa con una capacidad productiva, medida por su volumen de inversión y por los resultados que genera.
- Empresa que desarrolla una actividad económica con un nivel de ocupación relacionado con su capacidad de producción

- Empresa en la que la actividad económica que desarrolla va a tener continuidad durante un número suficiente de años.

Estas empresas pueden encontrarse en tres fases diferenciales

- En fase de expansión o crecimiento.- su característica fundamental es el volumen de negocio o ventas crecientes lo que obliga a llevar a cabo inversiones para posibilitar el mantenimiento de esta situación.
- En fase de expansión o crecimiento.- El volumen de ventas permanece constante y las únicas inversiones necesarias son las de mantenimiento.
- En fase de recesión o declive.- las ventas son decrecientes y no existen necesidad de realizar inversiones.

b) EMPRESA EN LIQUIDACIÓN

En esta situación la empresa se caracteriza porque su actividad económica no va a tener continuidad o ha finalizado ya.

Entre las causas que motivan la liquidación están la falta de rentabilidad o la finalización de las concesiones administrativas que hacían posible su actividad.

Para este tipo de empresas hay que tener en cuenta los flujos de caja que se van a generar durante los años que le quedan de vida o de concesión, los valores residuales de los activos de la empresa y de las deudas pendientes. El resultado final es el dual de los activos de la empresa y las deudas pendientes. El resultado final es el valor de liquidación.

c) EMPRESAS DE NUEVA O RECIENTE CREACIÓN

En esta situación la empresa se caracteriza por:

- Ausencia de los datos históricos que permitan el conocimiento de los resultados pasados y la estimación de los futuros

- Falta de una política definida, por inexistencia de trayectoria de las variables económicas de la empresa.
- Ausencia de una estructura organizada definida y de un estilo directivo propio con implantación en la empresa.
- Desconocimiento de la dimensión económica óptima de la empresa para sus disponibilidades de recursos y de las ventas que puede efectuar.

En esta situación la valoración se basa en los flujos de caja esperados, corregidos por las posibles ventajas comparativas y por las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de sus productos y mercados, ya que la información con que se cuenta no permita realizar previsiones exactas de los resultados que pueden obtenerse. A partir de los flujos esperados medidos a través de los escenarios que pueden producir se aplica los criterios de la teoría de inversión. (**Valoración de empresas, 2007**)

2.3.6. MÉTODOS DE VALORACIÓN DE EMPRESAS

a) SIMPLES

Considerando bien el presente o bien el futuro del negocio, estos se dividen

- **Estáticos.-** Valoran la situación actual de la empresa. Son utilizados para estimar el valor patrimonial de una sociedad. Es decir, define el valor como la suma de todos los elementos patrimoniales, previamente valorados. Su gran inconveniente, razón por la que no suele ser muy utilizados, es que se basan en el presente y en el pasado sin tener en cuenta el futuro de la sociedad.
- **Dinámicos.-** Se basa en los posibles rendimientos futuros de la misma. Buscan el valor de una sociedad basándose en la actualización de los rendimientos futuros que se espera obtenga la empresa. El inconveniente de estos métodos es la incertidumbre que se crea, ya que los rendimientos se obtienen a través de la creación de predicciones basadas en hipótesis, por lo

que estas deberán ser prudentes. Los distintos métodos analíticos se diferencian en la variable con la que miden los rendimientos futuros.

Cuadro 2. 1: Ventajas e inconvenientes del método simple

	VENTAJAS	INCONVENIENTES
ESTÁTICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor objetividad. Su rigor y exactitud es superior • Es necesario conocer el valor de los elementos patrimoniales para estimar los resultados futuros. • El valor económico obtenido es más real. 	<ul style="list-style-type: none"> • No contempla en su estudio los bienes intangibles. • No tiene en cuenta en su estudio los resultados futuros de la sociedad.
DINÁMICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Incorpora el riesgo a la valoración. • Tiene en cuenta los bienes intangibles en su determinación. • Basa el resultado de la valoración en los resultados futuros de la compañía. 	<ul style="list-style-type: none"> • La incertidumbre que origina el establecimiento de hipótesis, ya que estas pueden cumplirse o no.

Fuente: (Sanjurjo & Reinoso, 2003)

Si la empresa lleva tiempo en funcionamiento se tendrá que valorar tanto el valor de sus activos como la capacidad de generar recursos en el futuro; mientras que sí, es una compañía de nueva creación, el dato más relevante a tener en consideración será la capacidad para general recursos. Si por el contrario, se trata de la liquidación de una firma, lo fundamental será el valor de sus activos.

b) COMPUESTOS

Se trata de métodos que combinan presente y futuro del negocio. La característica más importante de estos métodos es que contemplan el fondo de comercio, a través del cual se tiene acceso a otra información, como la reputación y gestión de la firma, su situación en el mercado, su posición competitiva, etc.

c) CLASIFICACIÓN DEL MÉTODO ESTÁTICO

• MÉTODO DEL VALOR CONTABLE

También se denomina valor en libros o patrimonio neto de la empresa. Corresponde al valor de los recursos propios que aparecen en el balance (capital y reservas). Es decir, el excedente del total de bienes y derechos de la empresa sobre el total de sus deudas con terceros. **(Guía de valoración de empresas , 2003)**

$$Ve = \text{Activo total} - \text{Pasivo exigible}$$

Este tipo de valoración no es complicada y conduce a resultados correctos dentro de su enfoque si los estados financieros están adecuadamente auditados y dan una imagen fiel de la situación patrimonial de la empresa.

La debilidad del método es que no recoge el potencial del crecimiento de los flujos de resultados de la empresa que se van a producir en el futuro. El procedimiento previo a su aplicación exige la valoración del activo y del pasivo de acuerdo con las siguientes normas:

• VALORACIÓN DEL ACTIVO:

✓ **Inmovilizado.**- refleja el valor de los elementos patrimoniales destinados a permanecer en la empresa durante largo plazo de tiempo. Pueden ser de carácter inmaterial (patentes, licencias, marca, etc.) material (terrenos, maquinaria, instalaciones, etc.) o financiero (participaciones, créditos de carácter permanente). En esta masa patrimonial hay que tener en cuenta la depreciación, bien por su uso o por obsolescencia, que experimentan los inmovilizados y que se cuantifica en la amortización acumulada.

✓ En el caso de los inmovilizados materiales hay que estimar el grado de actualización de los valores brutos y los criterios con los que han sido calculadas las amortizaciones para evitar que los valores que figuren no

distorsionen la realidad. En caso de proceso inflacionista hay que calcular la amortización sobre el valor de reposición a precios actuales.

✓ **Realizables.-** están incluidas en el las existencias de materias primas, materias auxiliares, productos en curso de fabricación y productos terminados. Su valoración puede hacerse a precio standard (todos los productos entran y salen al mismo precio) o precio real, en que pueden aplicarse para la valoración de la existencias y salidas del almacén los siguientes criterios

✓ **Deudores.-** representa las cuentas a cobrar a los clientes en las que no ha sido necesario hacer provisiones por insolvencia.

✓ **Otros activos.-** son los no incluidos en los apartados anteriores.

• VALORACIÓN DEL PASIVO:

✓ **Capital social y reservas.-** el capital social debe coincidir con la cantidad que figure en la escritura pública de la empresa. Para conocer la cifra de capital hay que restar la autocartera que aparece en el activo. Y para conocer la cifra de capital desembolso hay que descontar los desembolsos pendientes o dividendos pasivos que figuran igualmente en el activo. En el caso de las reservas deben figurar el beneficio real invertido en bienes de activo y su valor debe reflejar las opciones efectuadas minoradas por la utilización de las mismas.

✓ **Exigible a largo y corto plazo.-** debe reflejar el valor pendiente de reembolso o pago. En las cuentas a largo plazo al comienzo del ejercicio hay que traspasar a las cuentas a corto plazo la cantidad a amortizar en el ejercicio.

✓ **Proveedores.-** para estimar su saldo hay que descontar del saldo que figura en el pasivo (proveedores) la cantidad que aparece en el activo (anticipos a proveedores).

✓ **Otros pasivos.-** son todos aquellos que no encajan en los anteriores apartados y fundamentalmente aquellos cuyo destino se desconoce.

(Valoración de empresas, 2007)

- **VALOR SUSTANCIAL O VALOR CONTABLE AJUSTADO**

El valor sustancial corresponde al valor real de los medios de producción, independientemente de la forma en que estén financiados, es decir, estarán constituidos por el valor real de todos los bienes y derechos utilizados en la explotación se excluyen los terrenos no utilizados, las participaciones en otras empresas, etc.

La principal diferencia con el valor contable que es este método no se están considerando los bienes no operativos ni la estructura financiera de la empresa. Es decir, se incluye todo el activo del balance comprometiendo en la explotación (activo total y no un activo neto, pues este método no incluye ningún pasivo exigible). Este método determina el valor económico real de un negocio, de manera más cierta y objetiva que el valor en libros o contable.

- **MÉTODO DEL VALOR DE LIQUIDACIÓN**

El valor de liquidación es aquel que resultara de liquidar inmediatamente una empresa por partes: es decir, por un lado los activos materiales, las existencias y los clientes, y por otra los pasivos y las deudas. Este valor se calcula deduciendo del patrimonio neto ajustado los gastos de liquidación del negocio (indemnizaciones a empleados, gastos fiscales y otros gastos propios de la liquidación). El valor de liquidación ignora a los flujos de caja que las actividades de la empresa puedan generar en el futuro, centrándose exclusivamente en el valor que se pueda obtener a través de la venta de los activos.

Se define como:

$$\mathbf{VL} = \text{valor del mercado} - \text{valor de pasivos} - \text{pasivos contingentes}$$

d) CLASIFICACIÓN DEL MÉTODO DINÁMICO

• DESCUENTO DE FLUJOS DE CAJA LIBRES

Es el flujo de fondos operativos, es decir, el generado por las operaciones sin tener en cuenta la deuda financiera, y después de impuestos.

Se trata de un método que mide la tesorería que queda disponible en la compañía después de haber hecho frente a la reinversión de activos necesaria (inmovilizado operativo y capital circulante no financiero) y a las necesidades operativas de fondos, suponiendo que no hay cargas financieras.

Cuadro 2. 2: Flujo de caja libre

Ventas
(-) Coste de ventas
(=) Beneficio bruto
(-) Gasto de venta
(-) Gastos amortizables
(+) Otros ingresos
(=) Beneficio antes de impuestos
(-) Impuestos
(=) Beneficio después de impuestos
(+) Gastos de amortización
(=) Flujo de caja bruto
(-) Variación del fondo de maniobra
(-) Inversión de activo fijo
(=) Flujo de caja libre

Fuente: (Sanjurjo & Reinoso, 2003)

El valor final de los flujos de caja libre ha de ser actualizado utilizando como tasa de descuento, el coste ponderado de los recursos, conocido como WACC. El costo de capital representa la tasa mínima de rendimiento por un proyecto de inversión. Es la combinación del coste de los fondos ajenos y de los fondos propios ponderados por el peso que tiene cada uno dentro del balance de la empresa.

$$WACC = \frac{Eke + Dkd * (1 + T)}{E + D}$$

Dónde;

D= Valor de mercado de la deuda

E= valor de mercado de las acciones o recursos propios

Kd= coste de la deuda antes de impuestos

T= tasa impositiva

Ke= rentabilidad exigida a las acciones, refleja el riesgo de las mismas

Fórmula

$$V = E + D = \sum_{i=1}^n \frac{FCF}{(1 + WACC)^i}$$

- **DESCUENTO DE FLUJOS DISPONIBLES PARA LOS ACCIONISTAS**

El valor de la empresa para los accionistas se calcula por la diferencia entre el valor operativo y el valor de la deuda, siendo

- ✓ El valor operativo.- el valor actualizado de los flujos de caja de los acreedores
- ✓ Valor de la deuda.- el valor de los flujos de caja de los acreedores

Por tanto, el valor de la compañía mediante el descuento de flujos disponibles para los accionistas se obtiene restando al flujo de fondos libre, los pagos del principal en interés (después de impuestos) que se realizan en cada periodo analizando a los poseedores de la deuda y suman las aportaciones de la nueva deuda. La representación de los flujos disponibles para los accionistas es la siguiente:

Cuadro 2. 3: Flujo de caja disponible para los accionistas

Flujos de caja libres
(-)Intereses de la deuda, después de impuestos, abonados en el periodo
(-)Vencimientos del principal abonados
(+)Fondos provenientes de nueva deuda
(=)Remanente

Fuente: (Sanjurjo & Reinoso, 2003)

• DESCUENTO DE FLUJOS DE CAJA DE CAPITAL

Los flujos de caja de capital (capital cash flow) son los flujos de fondos disponibles para los poseedores de la deuda más los fondos disponibles para las acciones.

Fórmula

$$CCF = CFac + CFd = CFac + I - \Delta D$$

Siendo:

CCF= flujos de caja de capital

CFac= flujo de fondos disponibles para los accionistas

CFd= flujo de fondos disponibles para los poseedores de la deuda

CFd= intereses más la devolución del principal

I= $D * Kd$

D= deuda

Kd= coste de la deuda antes de impuestos

$$WACC = \frac{(E * Ke) + (D * Kd)}{E + D}$$

- **BENEFICIOS DESCONTADOS**

Este método considera que el valor de un negocio viene dado por el valor actual de los beneficios proyectados futuros al que se aplicara un factor de capitalización que se definirá en función del riesgo, el coste de capital y las expectativas de crecimiento de la empresa. La fórmula viene a ser la siguiente:

- ✓ Si la duración de la empresa es infinita

$$Ve = \frac{B}{r}$$

- ✓ Si la duración de la empresa es finita

$$Ve = B * \frac{((1 + r)^n) - 1}{i * (1 + r)^n}$$

Dónde:

B= beneficio medio

r= tipo de interés que los empresarios esperan de este tipo de negocio

n=periodo de recuperación de la inversión

i= tipo de interés

e) TÉRMINOS RELACIONADOS CON LOS MÉTODOS

- **VAN**

Es el valor llevado al momento cero, es decir, el VAN es igual a la diferencia entre el valor actual de los cobros, menos los pagos generados a lo largo de la vida de un proyecto de inversión.

Fórmula:

$$VAN = \frac{C1}{1+i} + \frac{C2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{Cn}{(1+i)^n}$$

Dónde;

C1, C2, Cn= flujos netos generados durante el proyecto

i= tasa de actualización fijada para el proyecto

n= número de periodos de duración del proyecto

- **LA TIR**

La TIR (Tasa interna de retorno) es la tasa de actualización para actualización o tasa de descuento con la que se igualan los flujos de caja o cash flows positivos y negativos de un proyecto de inversión. Es la tasa de descuento que aplicada a los cash flow de un proyecto de inversión hace que el VAN de dicho proyecto sea cero. Constituye, por tanto, una medida de evaluación de un proyecto de inversión en términos relativos, ya que trata de hallar la tasa de rentabilidad o rendimiento.

Fórmula:

$$TIR = TDi + (TDs - TDi) * \frac{VANi}{VANi - VANS}$$

Dónde:

TDi= Tasa de descuento inferior

TDs= Tasa de descuento superior

VANi= Valor actual neto a la tasa de descuento inferior

VANS= Valor actual neto a la tasa de descuento superior

• PROYECCIONES FINANCIERAS

Las proyecciones financieras son la cuantificación en término monetarios de los resultados futuros de una empresa derivados de sus operaciones normales o de nuevas estrategias. Así mismo las proyecciones financieras identifican y cuantifican los recursos monetarios necesarios para obtener estos resultados, por tanto nos informaran sobre los excedentes de tesorería o las necesidades de financiamiento obtenidos en cada periodo proyectado de acuerdo con el plan o política empresarial propuesta. Las proyecciones financieras plasman en papel el desarrollo financiero de un negocio siguiendo las pautas o políticas propuestas normalmente por la dirección.

Los objetivos de las proyecciones financieras son:

- ✓ Búsqueda de socios para acometer un nuevo proyecto.
- ✓ Búsqueda de posible adquirente de la compañía
- ✓ Búsqueda de financiación bancaria para un nuevo proyecto
- ✓ Búsqueda de financiación vía ayudas publicas
- ✓ Valoración de la compañía.

• VALOR RESIDUAL

Es el valor atribuido al negocio a partir del último periodo específicamente proyectado. Suele estimarse como una renta perpetua. En la práctica, se sueña calcular mediante la actualización de los flujos esperados a partir del final del horizonte temporal utilizado en las previsiones, con lo que se estaría considerando una renta infinita. En caso de considerar está alternativa demasiado arriesgada, se podría identificar dicho valor residual con el valor de liquidación de los activos y pasivos. La fórmula del cálculo del valor residual seria la siguiente:

$$Vr = \frac{FC_n * (1 + g)}{k - g}$$

Siendo:

Vr= valor residual

FCn= flujo del último año proyectado

g= crecimiento del flujo a partir del año n

k= tasa de actualización (**Guía de valoración de empresas, 2003**)

2.4. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA FINANCIERA

2.4.1. PLANEACIÓN

a) DEFINICIÓN

Planear es definir los objetivos y determinar los medios para alcanzarlos; es fundamentalmente analizar por anticipado los problemas, planear posibles soluciones y señalar los pasos necesarios para llegar con eficiencia a los objetivos que la solución elegida define. La planeación debe, por tanto, fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y la determinación del tiempo necesario para su planeación.

2.4.2. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

a) DEFINICIÓN

Es un proceso que mantiene unido al equipo directivo para traducir la misión, visión y estrategia en resultados tangibles; así mismo, reduce los conflictos y fomenta la participación y el compromiso en todos los niveles de la organización con los esfuerzos requeridos para hacer realidad el futuro que se desea.

2.4.3. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA FINANCIERA

a) DEFINICIÓN

Es una herramienta o técnica que aplica el administrador financiero para la evolución proyectada, estimada o futura de un organismo, con el fin de prever las necesidades de dinero y su correcta aplicación, en busca de su mejor rendimiento y máxima seguridad.

La planeación estratégica financiera implica la toma de decisiones de carácter financiero de efectos duraderos y difícilmente sistemática de amenazas y oportunidades, así como de las fortalezas y debilidades, realiza un análisis del entorno y de los recursos que le permitan a una organización establecer misiones, objetivos y metas financieras por alcanzar.

2.4.4. IMPORTANCIA

- Propicia el desarrollo de la empresa al establecer métodos para la utilización racional de los recursos.
- Reduce el nivel de incertidumbre que se puede presentar en el futuro
- Prepara a la empresa, con las mayores garantías de éxito, para hacer frente a las contingencias que se presenten.
- Mantiene una mentalidad futurista teniendo una visión del porvenir y un afán de lograr y mejorar las cosas.
- Maximiza el aprovechamiento del tiempo y los recursos en todos los niveles de la empresa.

2.4.5. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA EMPRESA

Es el medio por el cual la empresa realiza un reconocimiento de sus realidad, tanto en los interno como en el entorno. Sirve para evaluar y analizar variables y factores tanto pasados como presentes, así como tendencias hacia el futuro. **(Planeación Financiera Estratégica, 2009)**

a) ANÁLISIS MACROAMBIENTE

En el macro ambiente se considera todas aquellas variables que rodean y condicionan a los emprendimientos asociativos y a las cuales no es posible modificar. Para poder subsistir, el emprendimiento asociativo deberá adaptarse convenientemente a las mismas. Las variables que contempla el estudio del macro ambiente son las siguientes:

- Demográfico
- Económico
- Natural
- Tecnológico
- Político
- Cultural

Del análisis del macro ambiente surgen las oportunidades y amenazas que condicionan al emprendimiento asociativo.

b) ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE

Se refiere a todas aquellas variables intrínsecas de los emprendimientos asociativos y a las cual normalmente es posible modificar. Del estudio del microambiente surgirán las fortalezas y debilidades del emprendimiento asociativo, mediante la estrategia de mercado, se tendrá a desarrollar las fortalezas y corregir debilidades. **(Rodriguez & Fernandez , págs. 60,62)**

2.4.6. ANÁLISIS FODA

Una de las aplicaciones del análisis FODA es la de determinar los factores que pueden favorecer (fortalezas y oportunidades) u obstaculizar (debilidades y amenazas) el logro de los objetivos establecidos con anterioridad para la empresa. El análisis FODA, en consecuencia, permite:

- ✓ Determinar las verdaderas posibilidades que tiene la empresa para alcanzar los objetivos que se había establecido inicialmente
- ✓ Concienciar al dueño de la empresa sobre la dimensión de los obstáculos que deberán afrontar
- ✓ Permitirle explotar más eficazmente los factores positivos y neutralizar o eliminar el efecto de los factores negativos.

- **FORTALEZAS**

Se denomina fortalezas o puntos fuertes aquellas características propias de la empresa que le facilitan o favorecen el logro de los objetivos.

- **OPORTUNIDADES**

Se denomina oportunidades aquellas situaciones que se presentan en el entorno de la empresa y que podrían favorecer el logro de los objetivos

- **DEBILIDADES**

Se denomina debilidades o puntos débiles aquellas características propias de la empresa que constituyen obstáculos internos al logro de los objetivos.

- **AMENAZAS**

Se denomina amenazas aquellas situaciones que se presentan en el entorno de la empresa y que podrían afectar negativamente las posibilidades del logro de los objetivos. **(Borello Antonio , 1994, págs. 157,158,159)**

2.4.7. ESTRATEGIAS

a) DEFINICIÓN

La estrategia de una compañía es el plan de acción de la administración para operar el negocio y dirigir sus operaciones. La elaboración de una

estrategia representa el compromiso administrativo con un conjunto particular de medidas para hacer crecer la organización, atraer y satisfacer a los clientes, competir con éxito, dirigir operaciones y mejorar su desempeño financiero y de mercado.

b) QUE HACE QUE UNA ESTRATEGIA TENGA ÉXITO

Para poner a prueba los méritos de una estrategia con respecto de otra y distinguir entre una exitosa y otra mediocre o equivocada son útiles tres preguntas:

1. ¿Cómo se ajusta la estrategia a la situación de la empresa? Para calificar una estrategia como ganadora, debe ajustarse bien a la industria y a las condiciones competitivas, a las mejores oportunidades de mercado y a otros aspectos del ambiente externo de la empresa. Al mismo tiempo debe acoplarse a las fortalezas y debilidades, competencias y capacidades competitivas de la empresa. A menos que una estrategia presente un buen ajuste con los aspectos internos y externos de la situación general de una empresa, es probable que genere menores resultados comerciales que los que sería posible en otras circunstancias.

2. ¿La estrategia contribuye a obtener una ventaja competitiva permanente? Las estrategias exitosas permiten que una empresa consiga una ventaja competitiva perdurable. Mientras mayor y más duradera sea la ventaja competitiva que la estrategia ayude a lograr, más poderosa y atractiva será.

3. ¿La estrategia genera un mejor desempeño? Una buena estrategia impulsa el desempeño de la empresa. Hay dos clases de mejoras en el desempeño que indican la mayor parte de la naturaleza de una estrategia:

a. Aumento en la rentabilidad y en la fortaleza de las finanzas

b. Aumento en la fortaleza competitiva y posicionamiento en el mercado.

c) ¿QUÉ IMPLICA EL PROCESO DE ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DE UNA ESTRATEGIA?

El proceso administrativo de elaborar y ejecutar una estrategia consta de cinco fases interrelacionadas e integradas:

1. Desarrollar una visión estratégica de la dirección que la empresa necesita tomar y de aquello en lo que debe centrar su futura tecnología de producto, mercado, cliente.
2. Establecer objetivos y emplearlos como señales para medir el desempeño y el progreso de la empresa.
3. Elaborar una estrategia para alcanzar los objetivos y llevar a la empresa por el curso estratégico que trazo la administración.
4. Aplicar y ejecutar la estrategia elegida de forma eficiente y eficaz
5. Evaluar el desempeño y poner en marcha medidas correctivas en la dirección, los objetivos, las estrategias o la ejecución a largo plazo con base en la experiencia real, las condiciones cambiantes, las nuevas ideas y las oportunidades. **(Administración Estratégica, 2008)**

d) ELEMENTOS PRINCIPALES DE LA ESTRATEGIA

- **La evaluación de donde estamos**

Comprensión de la situación de la competencia a la que se enfrenta la organización acerca de la organización y del medio ambiente: sus mercados y competidores, la naturaleza de su industria, gobierno, economía e influencia sociales. También implica la recolección e interpretación de la información sobre la organización interna del medio ambiente, como su capacidad para entregar bienes y servicios valorados y su posición en el mercado y las relaciones con los clientes; sus sistemas, procesos y estructurales, su liderazgo y las cultura.

- **Comprensión de quiénes somos y donde queremos ir**

Los líderes estratégicos son los administradores de la organización. Acá está incluida la visión, misión y valores. Estos factores representan un elemento clave a través del cual los diferentes aspectos de la situación de la competencia se filtran y las principales prioridades de la organización son establecidas.

- **Aprender a llegar**

Uno de los más importantes desafíos de este elemento es la identificación de conductores estratégicos claves, es decir, los factores determinantes de éxito a largo plazo para una determinada organización en un determinado sector.

- **La cultura de la organización**

Los líderes tienen que comprender y formar parte de la cultura de su organización.

- **Comprobación progreso**

Evaluar la eficacia de la organización. Esto supone el estudio de indicadores de los resultados actuales en relación con el desempeño esperado y juzgar si las inversiones son adecuadas y que se realizan para garantizar a la organización una ventaja competitiva sostenible.

e) Característica de la definición de estrategia

- **Sostenibilidad**

Una estrategia tiene poder por su duración sus efectos deben, mantenerse durante un horizonte temporal largo.

- **Mejorar el rendimiento**

La estrategia crea un valor significativo por encima de lo que ya existía antes de. Una estrategia entrega influencia sobre la incertidumbre y la resistencia entrega influencia sobre la incertidumbre y la resistencia. Una estrategia de manera importante realiza mejoras en los rendimientos de los indicadores de éxito. Por lo que una sólida estrategia tiene mayores probabilidades de impacto sobre indicadores de calidad y satisfacción.

- **Calidad**

Algunas estrategias son mejores que otras y la planificación de estas no siempre aseguran el éxito.

- **Dirección**

Hay una linealidad para la estrategia, una dirección, un camino. Esto está en función de la incertidumbre, la resistencia y oportunidades encontradas. Cuando se trata de estrategia, constante se camina en la cuerda floja.

- **Focos**

Centrar la estrategia. De todas las cosas que podrían hacerse, algunas son más importantes y deben llevarse a cabo incluso a costa de comprometer otras, menos importantes.

- **Conexión**

A menudo es difícil de discernir claramente cuando una estrategia termina y cuando comienza otra. Un conjunto de estrategias es saludable cuando muestra un alto nivel de interdependencia y sinergia.

• Importancia

La estrategia trata de la importancia resistencia y la incertidumbre con el fin de lograr un importante. La importancia, es subjetiva, debido que lo que es importante e una situación puede no ser importante en otra. **(Planeación Estratégica fundamentados y casos , 2011)**

f) TIPOS DE ESTRATEGIAS

- ✓ Estrategias maestras o empresariales: su esquema es general y su propósito es establecer acciones trascendentales para la organización
- ✓ Estrategias internas: están enfocadas en asuntos específicos de la organización
- ✓ Estrategias externas: su enfoque está determinado por factores del medio ambiente
- ✓ Estrategias funcionales: son específicas de las áreas clave de la organización **(Planeación Financiera Estratégica, 2009).**

g) ESTRATEGIAS FINANCIERAS

La estrategia financiera en toda organización se define como la elección de los caminos por seguir para el logro de los objetivos financieros y, por ende, necesita ser organizada, presupuestada, supervisada y dirigida para que funcione en el sentido buscado. Al respecto, la estrategia financiera, como toda subestrategia, debe estar en consonancia con la estrategia general y tener en cuenta a los participantes internos y externos. Asimismo, debe centrarse en los aspectos financieros de las decisiones estratégicas, ligados al interés de los accionistas y los mercados financieros.

La efectividad de las estrategias financieras mide por su contribución al objetivo de la empresa, y la cuantificación de los resultados se mide igual que el objetivo de la empresa, esto es, en términos monetarios. Cabe destacar que las estrategias financieras incluyen dos tipos de subestrategias fundamentales:

- las estrategias de inversión, vinculadas con el establecimiento de pautas de selección de inversiones con diversificación del riesgo
- las estrategias de financiación, que buscan establecer la estructura idónea de las fuentes de recursos financieros.

Como aspectos claves en la función financiera, generalmente se señalan los siguientes:

1. Análisis de la rentabilidad de las inversiones y del nivel de beneficios.
2. Análisis del circulante: liquidez y solvencia.
3. Fondo de rotación, análisis del equilibrio económico-financiero.
4. Estructura financiera y nivel general de endeudamiento, con análisis de las distintas fuentes de financiación incluyendo autofinanciación y política de retención y/o reparto de utilidades.
5. Costos financieros.
6. Análisis del riesgo de los créditos concedidos a clientes.

h) PRINCIPALES ESTRATEGIAS FINANCIERAS DE LAS EMPRESAS

1. LAS ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA EL LARGO PLAZO INVOLUCRAN LOS ASPECTOS SIGUIENTES:

1. Sobre la inversión.

Como ya se ha planteado, existen cuatro tipos de estrategias: las ofensivas, las defensivas, de reorientación y de supervivencia, por lo que, para definir la estrategia que deberá seguirla organización acerca de la inversión, resulta indispensable volver a examinar qué plante a la estrategia general del caso en cuestión. De este modo podrá distinguirse alguna de las alternativas siguientes:

- 1) Crecimiento.
- 2) Desinversión.

Generalmente, si la empresa se propone una estrategia ofensiva o de reorientación, incluso, en ocasiones defensiva, entonces es muy probable que las decisiones sobre la inversión apunten hacia el crecimiento. En este caso, corresponde precisar de qué modo resulta conveniente crecer, existiendo diferentes posibilidades entre las que se destacan los llamados crecimiento interno y externo.

El crecimiento interno obedece a la necesidad de ampliar el negocio como consecuencia de que la demanda ya es mayor que la oferta, o por el hecho de haber identificado la posibilidad de nuevos productos y/o servicios que demanden la ampliación de la inversión actual, o sencillamente porque los costos actuales afectan la competitividad del negocio.

En estos casos generalmente las decisiones hay que tomarlas considerando alternativas de incremento de los activos existentes, o de reemplazo de estos por otros más modernos y eficientes. El crecimiento externo se lleva a cabo siguiendo la estrategia de eliminar competidores (generalmente mediante fusiones y/o adquisiciones horizontales, o sea, de la misma naturaleza del negocio en cuestión), o como resultado de la necesidad de eliminar barreras con clientes y proveedores buscando un mayor control (en estos casos mediante fusiones y/o adquisiciones verticales, o sea, de diferente naturaleza del negocio, pero que asegure la cadena de producción– distribución correspondiente).

Otra forma obedece a la estrategia de invertir los excedentes financieros de la forma más rentable posible, por lo que en estos casos se opta por la diversificación de la cartera de inversión reduciendo así el riesgo y en busca de maximizar el rendimiento.

Estos instrumentos de evaluación financiera de inversiones son: los que tienen en cuenta el valor del dinero en el tiempo, a saber, el valor actual neto (VAN), la tasa interna de rentabilidad (TIR), el índice de rentabilidad (IR) y el periodo de recuperación descontado (PRD); y los que no consideran el valor del dinero en el tiempo como son, la rentabilidad contable promedio (RCP) y

el periodo de recuperación (PR). Los instrumentos más precisos para la evaluación son aquellos que consideran el valor del dinero en el tiempo, y dentro de estos resulta recomendable el empleo del VAN, pues permite conocer en cuanto se incrementará el valor de la empresa de llevarse a cabo el proyecto.

b) Sobre la estructura financiera.

La definición de la estructura de financiamiento permanente de la empresa deberá definirse en correspondencia con el resultado económico que ésta sea capaz de lograr. En tal sentido, vale destacar que las estrategias al respecto apuntan directamente hacia el mayor o menor riesgo financiero de la empresa, por lo que en la práctica, en muchas ocasiones se adoptan estrategias más o menos arriesgadas en dependencia del grado de aversión al riesgo de los inversores y administradores, o simplemente como consecuencia de acciones que con llevan al mayor o menor endeudamiento, o sea, no a priori o elaboradas, sino resultantes.

En la actualidad, las empresas buscan economía de recursos aprovechando el financiamiento con deuda al ser más barato y por estar su costo exento del pago del impuesto sobre utilidades. Sin embargo, en la medida en que aumenta el financiamiento por deudas también se incrementa el riesgo financiero de la empresa ante la mayor probabilidad de incumplimiento por parte de ésta ante sus acreedores.

Funcionar con financiamiento ajeno es más económico, pero con su incremento aumenta el riesgo y a su vez aumentan los llamados costos de insolvencia, de modo que el ahorro fiscal logrado por el uso de deudas podría reducirse por el aumento de los referidos costos de insolvencia. Ahora bien, para la definición de la estructura financiera, los métodos que se emplean son: Utilidad antes de intereses e impuestos – utilidad por acción, Utilidad antes de intereses e impuestos – rentabilidad financiera, y el método de las rentabilidades con base el flujo de efectivo.

Si a partir de la estrategia con respecto a la definición de la estructura financiera de la empresa, se logra obtener mayor flujo de caja por peso invertido, el éxito que ello represente en términos de liquidez podrá contribuir al mejor desempeño del resto de las estrategias funcionales, y con ello al de la estrategia maestra.

c) Sobre la retención y/o reparto de utilidades.

En la práctica, las empresas definen su estrategia de retención – reparto de utilidades conforme a determinados aspectos, entre los que pueden mencionarse: la posibilidad del acceso a préstamos a largo plazo para financiar nuevas inversiones, la posibilidad de los dueños de alcanzar mayor retribución en una inversión alternativa, el mantenimiento del precio de las acciones en los mercados financieros en el caso de las sociedades por acciones, entre otros aspectos.

La estrategia con relación a la retención y/o reparto de utilidades se encuentra estrechamente vinculada a la de 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.

2. PARA EL CORTO PLAZO:

a) Sobre el capital de trabajo

Como ya se ha señalado, el capital de trabajo de la empresa está conformado por sus activos circulantes o corrientes, entendiéndose por administración del capital de trabajo a las decisiones que involucran la administración eficiente de éstos, conjuntamente con el financiamiento corriente o pasivo circulante.

De aquí que, desde una perspectiva financiera, corresponde primeramente el establecimiento de las proporciones que deberá tener la empresa con respecto a sus activos y pasivos corrientes en general

Existen tres estrategias básicas: agresiva, conservadora e intermedia. La estrategia agresiva presupone un alto riesgo en aras de alcanzar el mayor rendimiento posible. Significa que prácticamente todos los activos circulantes se financian con pasivos circulantes, manteniendo un capital de trabajo neto o fondo de maniobra relativamente pequeño.

Esta estrategia presupone un alto riesgo, al no poder enfrentar las exigencias derivadas de los compromisos financieros corrientes con aquellos recursos líquidos de la empresa, Por su parte, la estrategia conservadora contempla un bajo riesgo con la finalidad de operar de un modo más relajado, sin presiones relacionadas con las exigencias de los acreedores. Significa que los activos circulantes se financian con pasivos circulantes y permanentes, manteniendo un alto capital de trabajo neto o fondo de maniobra.

Esta estrategia garantiza el funcionamiento de la empresa con liquidez, pero lo anterior determina la reducción del rendimiento total como consecuencia de que estos activos generadores de rendimientos más bajos son financiados a mayor costo derivado de la presencia de fuentes de financiamiento permanentes.

La estrategia intermedia contempla elementos de las dos anteriores, buscando un balance en la relación riesgo – rendimiento, de tal forma que se garantice el normal funcionamiento de la empresa con parámetros de liquidez aceptables, pero buscando a la vez que la participación de fuentes permanentes que propician lo anterior, no determine la presencia de costos excesivamente altos y con ello se pueda lograr un rendimiento total aceptable, o sea, no tal alto como con la estrategia agresiva, pero no tan bajo como con la conservadora.

b) Sobre el financiamiento corriente

El financiamiento corriente de la empresa, llamado el pasivo circulante, está compuesto por fuentes espontáneas (cuentas y efectos por pagar,

salarios, sueldos, impuestos y otras retenciones derivadas del normal funcionamiento de la entidad), así como por fuentes bancarias y extra bancarias (representadas por los créditos que reciben las empresas provenientes de bancos y de otras organizaciones), reporta un costo financiero que en dependencia de la fuente se presenta de forma explícita o no.

Las fuentes espontáneas generalmente no presentan un costo financiero explícito; sin embargo, su utilización proporciona a la empresa un financiamiento que de no explotarse la obligaría a acudir a fuentes que sí tienen un costo financiero explícito. Para una mayor comprensión cabe señalar el caso de una cuenta por pagar, que aparentemente no tiene un costo financiero, cuando se paga (y más aún de forma anticipada), reduce la liquidez y obliga a la dirección financiera a sustituir este financiamiento de algún modo para mantener la estrategia que se haya adoptado con relación al capital de trabajo.

Por su parte, las fuentes bancarias presentan un costo explícito que no es más que el interés que exigen estas instituciones por el financiamiento que otorgan. Finalmente cabe destacar que el criterio para la definición de las estrategias de financiamiento corriente apunta hacia la selección de aquellas fuentes que, combinando adecuadamente la relación riesgo – rendimiento adoptada por la empresa en correspondencia con su estrategia de capital de trabajo, proporcione el menor costo financiero total.

c) Sobre la gestión del efectivo

Las decisiones sobre el efectivo de la empresa, son en gran medida resultantes de los aspectos ya tratados con respecto a la estrategia sobre el capital de trabajo de la empresa. Sin embargo, por su importancia el desempeño, generalmente se les trata de manera específica, enfatizando en las políticas que deberán seguirse con los factores condicionantes de la liquidez de la empresa, a saber, los inventarios, los cobros y los pagos. En tal sentido, las acciones fundamentales con relación al efectivo son:

- Reducir el inventario tanto como sea posible, cuidando siempre no sufrir pérdidas en venta por escasez de materias primas y/o productos terminados.
- Acelerar los cobros tanto como sea posible sin emplear técnicas muy restrictivas para no perder ventas futuras. Los descuentos por pagos de contado, si son justificables económicamente, pueden utilizarse para alcanzar este objetivo.
- Retardar los pagos tanto como sea posible, sin afectar la reputación crediticia de la empresa, pero aprovechar cualquier descuento favorable por pronto pago.

Los criterios que se emplean para medir la efectividad de las acciones asociadas a la gestión del efectivo son: la razón rápida o prueba ácida, el ciclo de caja y/o la rotación de caja, el ciclo y/o la rotación de los cobros, el ciclo y/o la rotación de inventarios, así como el ciclo y/o la rotación de los pagos.

Entre los instrumentos que permiten el cumplimiento de la estrategia para la gestión del efectivo se encuentra la planificación financiera, específicamente la utilización del presupuesto de caja. El empleo del presupuesto de caja permite conocer los excesos y/o defectos de efectivo que se le pueden presentar a la organización en el corto plazo, a partir de lo cual puede adoptar la decisión oportuna que proporcione la mayor eficiencia en cuanto a la inversión del exceso o a la negociación de la mejor alternativa para cubrir el déficit. La administración eficiente del efectivo, resultante de las estrategias que se adopten con relación a las cuentas por cobrar, los inventarios y los pagos, contribuye a mantener la liquidez de la empresa.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

3.1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

3.1.1. BASE LEGAL

SOLINTHA S.A. se constituyó bajo escritura pública el 19 de abril del 2010 ante la Doctora Blanca Buenaño Pérez, NOTARIA TERCERA ENCARGADA DE LA NOTARIA SEGUNDA DEL CANTON LATACUNGA, comparecen los señores Germánico Xavier López Custode, casado, Ángel Marcelo Taco Bastidas, soltero y el señor Jorge Rodrigo Anchatuña Chango, divorciado, ecuatorianos, mayores de edad, domiciliados en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Clausula primera.- Comparecientes y contrato.- Comparece a la celebración de la siguiente escritura, el señor López Custode Germánico Xavier, el señor Taco Bastidas Ángel Marcelo y el señor Jorge Rodrigo Anchatuña Chango. Los comparecientes son mayores de edad, de nacionalidad ecuatoriana, de estado civil casado, soltero y divorciado respectivamente, domiciliados en esta ciudad de Latacunga, hábiles en derecho para contratar y poder obligarse.- por el presente acto, libre y voluntariamente, deciden unir sus capitales, constituyendo una compañía anónima que se registrará por las leyes de la República del Ecuador y por los siguientes estatutos:

Artículo Primero: Denominación.- La denominación de la compañía es Solintha Soluciones Integrales de Hardware Sociedad Anónima y por lo tanto, en todas las operaciones constará este nombre y se registrará por las disposiciones de la ley de compañías, código civil y demás normas pertinentes relacionadas con las actividades que realizare la compañía y las normas que contemplen las siguientes cláusulas de los estatutos.

Artículo segundo.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Latacunga, por resolución de la junta general de accionistas se podrán establecer sucursales, agencias o corresponsales en uno o varios lugares dentro y fuera del país.

Artículo tercero.- Duración.- Maduración de la compañía será de noventa años contados a partir de la fecha de inscripción de este contrato en el Registro Mercantil. Se podrá resolver anticipadamente la disolución, en cualquier momento si así lo decide la Junta Bancaria General de accionistas

Artículo cuarto.- Objeto Social.- a) la compañía se dedicará a la prestación de sistemas de computación y sistemas de control interno, mantenimiento de sistemas de servicios de asesoramiento de software, importaciones y comercialización de equipos electrónicos, de computación y suministros de oficina y partes y piezas de equipos de cómputo b) la compañía podrá abrir sucursales, tanto dentro como fuera del país.

Artículo quinto.- Medios para el cumplimiento de su objeto social.- Para el cumplimiento de su objeto social, la compañía podrá complementariamente comprar, vender, arrendar, permutar, importar, exportar, enajenar toda clase de bienes, constituir gravámenes sobre los mismos y en general podrá celebrar toda clase de actos y contratos permitidos por la ley siempre que se relacionen con su objeto social, adicionalmente podrá contratar préstamos y recibir créditos, adquirir acciones o participaciones de otras compañías, fusionarse con ellas o absorberlas y en general.

Artículo sexto.- Capital.- El capital social de la compañía será de doce mil dólares, dividido en doce mil acciones de un dólar cada una.

Tabla 3. 1: Nómina de accionistas

ACCIONISTAS	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO	CAPITAL A PAGAR A UN AÑO	ACCIONES
López Custode Germánico Xavier	\$3600	\$1800	\$1800	\$3600
Taco Bastidas Ángel Marcelo	\$4800	\$2400	\$2400	\$4800
Jorge Rodrigo Anchatuña Chango	\$3600	\$1800	\$1800	\$3600
TOTAL	\$12000	\$12000	\$12000	\$12000

Fuente: EMPRESA SOLINTHA S.A.

Artículo séptimo.- Gobierno, administración y fiscalización.- La compañía estará gobernada por la junta general de accionistas, administrada por el presidente y el gerente general fiscalizada por el comisario.

3.1.2. MISIÓN

Proveer de productos y servicios tecnológicos, para satisfacer las necesidades de los clientes y contribuir con rentabilidad, productividad y rendimiento general de la organización.

3.1.3. VISIÓN

Consolidarnos como una empresa líder de servicios y soluciones informáticas en el centro del país, ofreciendo soluciones integrales con tecnología de punta para pequeñas, medianas y grandes empresas, contando con profesionales altamente capacitados que mantienen un profundo compromiso de honestidad, eficiencia y calidad en la implementación de aplicaciones, asesorías y soluciones de calidad.

3.1.4. HISTORIA

La empresa SOLINTHA S.A. es una empresa constituida el 19 de abril del 2010 la misma está formada por los socios: Germánico Xavier López Custode, Ángel Marcelo Taco Bastidas y Jorge Rodrigo Anchatuña Chango. Pone a consideración la amplia gama de productos y servicios tecnológicos, se dedican a la distribución, comercialización, mantenimiento, diseño e

implementación de soluciones integrales en el mundo de la informática y las comunicaciones, en su domicilio ubicado al sur de la ciudad de Latacunga calle Unidad nacional y Gabriela Mistral.

La oficina principal de SOLINTHA S.A. se encuentra en la ciudad de Latacunga, manteniendo un centro de investigación y desarrollo que permanentemente está trabajando para ustedes en nuevas versiones. Este constituye un centro tecnológico con más de 800m² brindando una infraestructura adecuada para la consecución de objetivos.

SOLINTHA S.A. es un centro Autorizado de Servicios de COMPUHELP para la zona centro cubriendo las provincias de Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo lo que garantiza a las empresa la satisfacción de los requerimientos a través de técnicos calificados y certificados para brindar un servicio rápido y eficiente.

La infraestructura cuenta con un sin número de facilidades además de un excelente ambiente de trabajo. Cuenta con aulas con capacidad para 50 personas en el cual realizan capacitaciones y presentación de los productos a los clientes, además, de contar con un centro de comercialización de hardware brindando facilidades y ofreciendo a los clientes una solución llave en mano que permitan optimizar tiempo y recursos.

3.1.5. PRINCIPIOS Y VALORES

- **Compromiso.-** Brindar a sus clientes servicios y productos de calidad, utilizando tecnología de vanguardia, para cubrir sus necesidades y su desempeño sea eficiente y eficaz.
- **Calidad.-** Satisfacer las necesidades de los clientes y los miembros de la empresa, haciendo las cosas bien y a tiempo trabajando con personas altamente calificadas.
- **Respeto.-** Valorar los intereses y necesidades de las personas que colaboran y brinda sus servicios en la empresa.

- **Solidaridad.-** Colaboración mutua en cada una de las actividades entre los clientes y colaboradores de la empresa, permitiendo un ambiente laboral agradable.
- **Honestidad.-** Ser transparente en los actos que se realiza procurando salvaguardas los intereses de los clientes, del personal, los accionistas y la sociedad

3.1.6. OBJETIVOS

- Ofrecer productos y servicios competitivos y de calidad.
- Evaluar la satisfacción de los clientes permanentemente.
- Ofrecer un ambiente de trabajo seguro a sus empleados, clientes y la comunidad.
- Capacitar al personal de las diferentes áreas continuamente para brindar un servicio oportuno al cliente y satisfacer sus expectativas.

3.1.7. GIRO DEL NEGOCIO

La compañía se dedica a la prestación de sistemas de computación y sistemas de control interno, mantenimiento de sistemas de servicios de asesoramiento de software, importaciones y comercialización de equipos electrónicos, de computación y suministros de oficina y partes y piezas de equipos de cómputo.

3.2. ANÁLISIS SITUACIONAL

3.2.1. ANÁLISIS INTERNO

a) ADMINISTRACIÓN

Organigrama

Es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización. El Organigrama tiene dos finalidades: la primera es que

desempeña un papel informativo, al permitir que los integrantes de la organización y de las personas vinculadas a ella conozcan, a nivel global, sus características generales. La segunda finalidad es que esta es un instrumento para el análisis estructural.

La empresa SOLINTHA S.A. no cuenta con una estructura organizacional, lo cual es de vital importancia para conocer el desempeño de los miembros de la empresa y conocer los niveles en los que se encuentran, motivo por el cual se propone un organigrama estructural y funcional, permitiendo determinar líneas de autoridad y responsabilidad.

Cuadro 3. 1: Nómina de personal

	PERSONAL DE SOLINTHA S.A.	CARGO
1	Taco Bastidas Ángel Marcelo	Gerente
2	Laica Tarco Segundo Rafael	Técnico
3	Tello Luna Erick Marcelo	Técnico
4	Tirado Mónica	Administrativo
5	Arcos Salome	Técnico
6	Villavicencio Gabriela	Ventas
7	Lasluisa Myriam	Administrativo

Fuente: Empresa Solintha S.A.

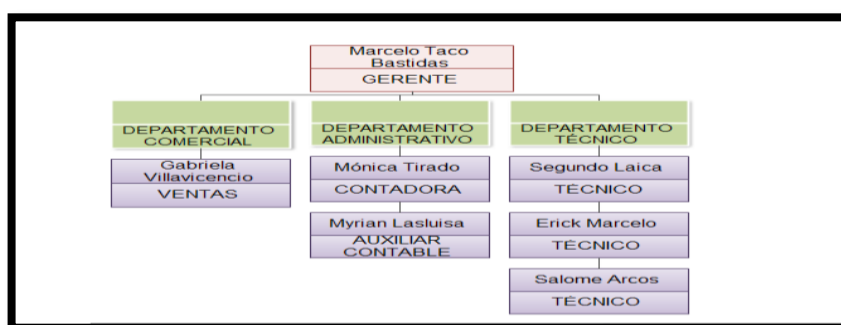


Gráfico 3. 1: Organigrama Estructural Solintha S.A.

Fuente: EMPRESA SOLINTHA S.A.

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA



Gráfico 3. 2: Organigrama Funcional Solintha S.A.

Fuente: EMPRESA SOLINTHA S.A.

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

b) RECURSOS HUMANOS

Es el recurso primordial de una organización ya que los miembros de la empresa día a día trabajan buscando el beneficio de la empresa y la satisfacción de los clientes, motivo por el cual es importante poner énfasis en este departamento, al elegir al personal permitiendo el desarrollo de las destrezas y habilidad de los empleados y creando una ventaja competitiva, el personal debe tener experiencia, ser responsable con el trabajo, trabajar en equipo ya que esto ayuda a facilitar las actividades de la compañía ahorrando recursos y tiempo.

El personal ejecuta sus actividades de lunes a viernes de 8:30 am hasta las 17:00 pm, cuenta con capacitación para los empleados, para que se desempeñen de mejor manera, logrando con esto incrementar las ganancias y utilidades.

PARÁMETROS PARA LA CONTRATACION DE PERSONAL

La contratación del personal se realiza en función a la necesidad que surja en la empresa tanto para la contratación operativa como administrativa se sigue el siguiente proceso;

- Obtención de Aprobación para iniciar el proceso de reclutamiento por parte de presidencia.
- Publicación del anuncio
- Reclutamiento y Selección de carpetas enviadas y recibidas.
- Pre selección, evaluación de experiencia, tema personal. Resumen de mejores perfiles.
- Entrevistas
- Selecciona la mejor opción
- Segunda entrevista por parte del presidente o gerente
- Contrato.
- Proceso legal.

La empresa SOLINTHA S.A. prioriza el conocimiento, experiencia y los principios éticos de las personas que solicitan trabajo, con el propósito de reclutar al mejor personal y ser competitivos en el mercado permitiendo el desarrollo y crecimiento de la empresa.

c) FINANZAS

El área financiera de la empresa es la más importante ya que registra las operaciones que genera la empresa en la venta de hardware y prestación de servicio siendo el factor primordial para el desarrollo y crecimiento de la empresa. El análisis financiero de la empresa permite determinar la solvencia de la empresa SOLINTHA S.A. y determinar deficiencia en dicha área y dar soluciones a las mismas.

Estado financieros del 2010-2011-2012-2013 **(ANEXO 1)**

d) COMERCIALIZACIÓN

Cuadro 3. 2: Cadena de valor área comercial

ACTIVIDADES DE SOPORTE	Departamento de Contabilidad					
		Administración de recursos humanos				
	Departamento técnico					
	Publicidad y mercadeo					
PROVEEDORES	LOGÍSTICA INTERNA (COMPRAS)	OPÉRACIONES	LOGÍSTICA EXTERNA (Ventas)	MARKETING	SERVICIOS	CLIENTES
	<ul style="list-style-type: none"> • Pedidos de los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Catálogo de los productos • Reparación de computadoras 	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad (internet, televisión, radio) 	<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento • Garantía de los productos • Satisfacción del cliente 	
ACTIVIDADES PRIMARIAS						

Fuente: Empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

La empresa SOLINTHA S.A. se dedica a la prestación de sistemas de computación y sistemas de control interno, mantenimiento de sistemas de servicios de asesoramiento de software, importaciones y comercialización de equipos electrónicos, de computación y suministros de oficina, partes y piezas de equipos de cómputo. A continuación algunos productos y servicios:

- Computadores Personales (portátiles y escritorio),
- Tablets
- Impresoras (Laser, Inyección, Térmicas y Matriciales)
- Sistemas de respaldos automáticos
- Licencias Microsoft
- Seguridad informática - Kaspersky Antivirus
- Mantenimiento preventivo, correctivo y reparación (PC, portátiles, servidores, impresoras)
- Virtualización de Servidores
- Diseño e instalación de redes y cableado estructurado
- Implementación de centrales telefónicas IP
- Asesoría Informática.

SOLINTHA S.A. distribuye sus productos a las provincias de Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo lo que garantiza a sus clientes la satisfacción de sus requerimientos a través de técnicos calificados y certificados para brindarle un servicio rápido y eficiente.

Los precios de los productos son accesibles para los clientes, la calidad que ofrece por sus productos son garantizados, posee políticas de ventas acorde a las necesidades de los clientes brindando de esta manera la confianza y satisfacción de los mismos.

La empresa tiene un mercado definido para la comercialización de productos y la prestación de servicios, sus segmentos son las empresas, negocios y personas particulares (Hogares), ya que hoy en día está en auge la utilización de equipos de cómputo, servicios de línea telefónica e internet, facilitando las actividades que diariamente se realiza, como también permite ahorrar tiempo y minimizar costos.

Políticas de financiamiento, depende del tipo de cliente, si es un cliente empresarial tiene que pagar el 50% de entrada y 2 cheques a 30 y 60 días plazo, si es una persona particular pero que pertenece a la cartera de clientes que tiene la empresa paga con cheque posfechados o como garantía firma un pagaré y si son personas que por primera vez utilizan los servicios de la empresa deben pagar al contado.

La empresa lleva 4 años en el mercado, el poco tiempo que se encuentra la empresa ha ido creciendo y desarrollándose ya que tiene clientes fijos por ser parte del grupo Corporación fénix, esta marca es reconocida a nivel nacional, utilizando la televisión como un medio de publicidad, la empresa en un futuro desea que el internet sea otra alternativa de publicidad ya que hoy en día todo gira en base a la tecnología.

La venta de equipos, suministros y de servicios es directa no depende de intermediarios para la distribución de la mercadería. Las ventas durante los 4 años han ido incrementando, como se ve en la siguiente tabla:

Tabla 3. 2: Variación de las ventas

VENTAS	2010	2011	2012	2013	2011-2010	2012-2011	2013-2012
Venta mercadería	\$61.886,98	\$169.652,50	\$218.648,39	\$357.280,03	174%	29%	63%
Venta servicio	\$13.442,01	\$44.407,16	\$47.096,95	\$75.532,09	230%	6%	60%

Fuente: ESTADO DE RESULTADOS 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: Katherine Analuisa

El incremento de las ventas de equipos y suministros como la venta de servicio para el año 2011 creció en 174% y 230% respectivamente, este incremento se dio porque en el año 2010 las empresas no petroleras, es decir las Pymes, tuvieron un crecimiento sostenible abarcaron el 87% de participación en el mercado lo que ayudo para el crecimiento económico del país.

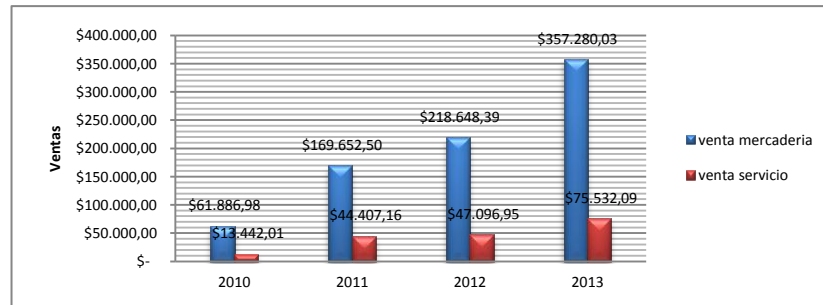


Gráfico 3. 3: Ventas 2010-2011-2012-2013

Fuente: Empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

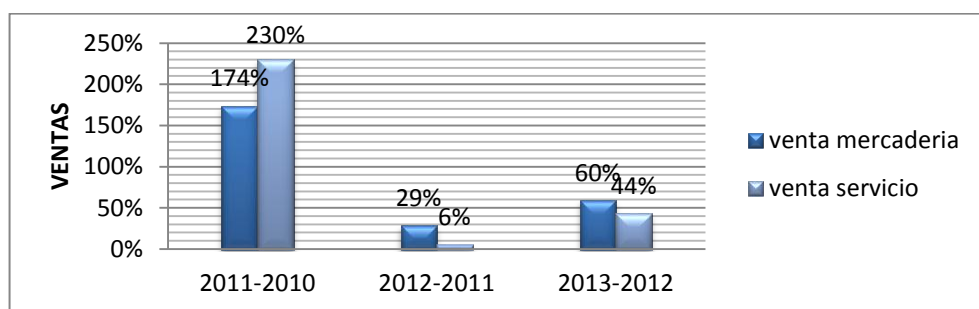


Gráfico 3. 4: Variación de las ventas 2010-2011-2012-2013

Fuente: REVISTA EKOS NEGOCIOS

Elaborado por: Katherine Analuisa

Cabe recalcar que la economía ecuatoriana en el 2010 se recuperó de la crisis del 2009 permitiendo que las empresas y los empleos se estabilicen, brindando un mayor ingreso a las familias. El incremento de ventas se dio por que la empresa ofrece productos y brinda servicio de calidad garantizando la vida útil de los equipos de cómputo y satisfaciendo las expectativas del cliente. El personal de ventas, técnicos recibe capacitación permanente con la finalidad de brindar un servicio satisfactorio al cliente.

3.2.2. ANÁLISIS EXTERNO

a) MACRO ENTORNO

i. FACTOR POLÍTICO

A partir del año 2007 cuando entro a gobernar el Presidente Eco. Rafael Correa, las leyes del Ecuador se han reformado, con el objetivo de encaminar a un desarrollo sostenido, estabilidad financiera, política y social, estos cambios ayudó para que Ecuador no se vea afectado por la crisis mundial del primer mundo en 2010.

En el año 2010 Ecuador se recuperó de la crisis del 2009, la recuperación se dio por la subida de precios internacionales del petróleo y el incremento de la demanda agregada a través de las importaciones y los derivados del petróleo, esto ayudo a la estabilidad de las empresas y a la disminución del desempleo, al tener un trabajo estable.

El gobierno se ha enfocado en estos años a cambiar hábitos de consumo; desarrollo de sectores estratégicos y prioritarios; construcción, mejoramiento de sectores claves; desarrollo de la industria interna; políticas claras de comercio, competitividad, inversión estratégica, mejoramiento laboral, reflejando una disminución de la mendicidad y pobreza extrema, estabilidad de la clase media, disminución de la brecha de las clases sociales, creación de puestos de trabajos, aumento del comercio interno, entre otros.

Los cambios en las reformas políticas, la administración del nuevo gobierno ha incentivado a las personas para que opten por tener su propio negocio, las pequeñas y medias empresas (PYMES) para el año 2012 creció en un 5,1% una tasa menor representada para el 2011, dentro del país existen más de 16 mil de estas organizaciones. Las Pymes son un factor primordial para el crecimiento económico ya que de acuerdo al Banco Central existe una ampliación en el volumen de crédito mensual de 2,76% que significa un incremento de \$ 3,7.

La Ley Especial de Telecomunicaciones se expide considerando que es indispensable proveer a los servicios de telecomunicaciones de un marco legal acorde con la importancia, complejidad, magnitud, tecnología, desarrollando esta actividad con criterios de gestión empresarial y beneficio social; y asegurar una adecuada regulación y expansión de los sistemas radioeléctricos y servicios de telecomunicaciones a la comunidad y mejorar permanentemente la prestación de los servicios existentes, de acuerdo a las necesidades del desarrollo social y económico del país.

ii. **FACTOR ECONÓMICO**

- **PIB**

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador

representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país.

De todas las empresas que están registradas en la Superintendencia de Compañías el 70% son PYMES, las PYMES contribuye el 25% del PIB no petrolero del país y las personas que trabajan en estas compañías representan el 70% de toda la PEA. Sus ingresos a 2011 fueron de USD 23000 millones y su contribución al impuesto a la renta superó los USD 270 millones. Las pymes estas legalmente aporadas por el Gobierno lo que impulso su desarrollo en el mercado y la competitividad con otros sectores económicos.

Las actividades que pertenecen al sector no petrolero y las que aportan para el crecimiento del PIB son: el consumo de los hogares, formación del capital fijo y gasto público. El PIB durante los últimos años ha tenido un crecimiento medio, esto se dio por el incremento de pequeñas y medianas empresas (PYMES) en el mercado.

Tabla 3. 3: Variación anual del PIB

Año	% PIB
2010	3,5%
2011	7,8%
2012	5,1%
2013	4,35%

Fuente: Revista EKOS NEGOCIOS

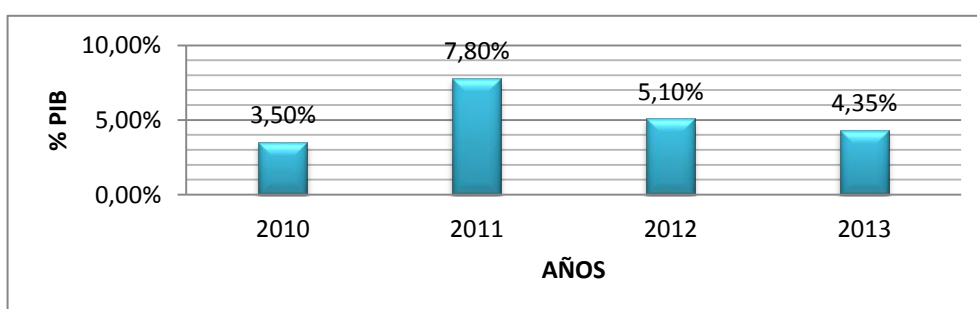


Gráfico 3. 5: Variación anual del PIB

Fuente: Revista EKOS NEGOCIOS

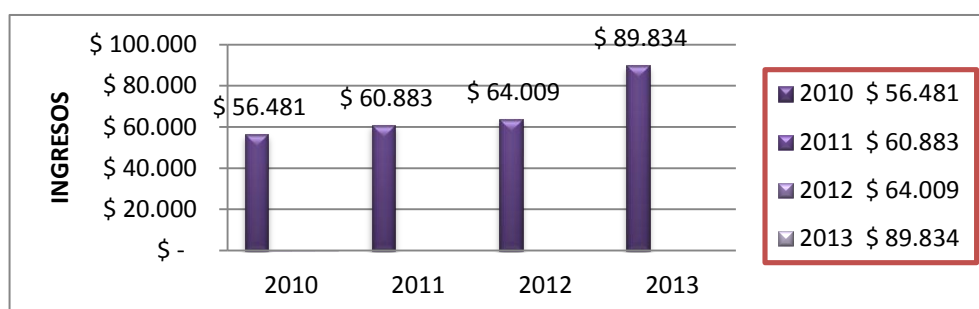
De acuerdo al Banco Central del Ecuador el crecimiento económico del PIB en el periodo 2010-2013 está relacionado con la inversión pública y el

consumo de los hogares. En el 2013 el PIB tuvo un incremento del 4,35% respecto al año 2012.

Tabla 3. 4: Crecimiento real PIB interno bruto

Años	\$ Millones de dólares
2010	\$ 56.481
2011	\$ 60.883
2012	\$ 64.009
2013	\$ 89.834

Fuente: Últimas noticias



Fuente: ULTIMAS NOTICIAS

Gráfico 3. 6: Crecimiento real PIB interno bruto

El PIB tuvo un incremento en el 2011 respecto al 2010 de \$4.402 millones de dólares lo que trajo consigo la reducción de los niveles de pobreza en un 36,77% en el 2012.

Las actividades que más contribuyeron al crecimiento del PIB en el segundo trimestre del 2013 fueron: petróleo y minas, actividades profesionales, transporte, correo y comunicación, manufactura y servicios financieros como se muestra a continuación:

Tabla 3. 5: Actividades económicas que contribuyeron al PIB II trimestre 2013

ACTIVIDAD ECONÓMICA	%
Servicios financieros	0,12
Petróleo y minas	0,39
Correo y comunicaciones	0,14
Actividad Profesionales	0,16
Alojamiento y servicio de comida	0,05
Servicio domestico	0,00
Pesca	0,01
Otros servicios	0,08
Manufacturas	0,13
Continua	
Construcción	0,10

Enseñanza, servicio, sociales y de salud	0,08
Acuicultura y pesca de camarón	0,00
Gobierno general	0,04
Comercio	0,05
Agricultura	-0,05
Electricidad y agua	-0,14
Refinancian de petróleo	-0,07

Fuente: Banco Central Del Ecuador

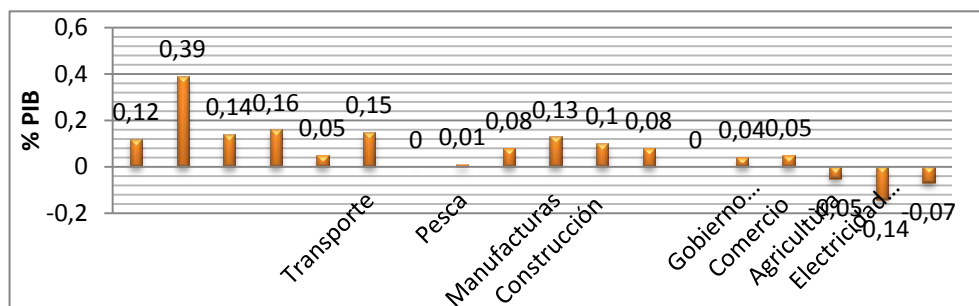


Gráfico 3. 7: Actividades económicas que contribuyeron al PIB II trimestre 2013

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Las actividades que más contribuyeron al crecimiento del PIB anual fueron: construcción, correo y comunicación, petróleo minas y manufactura como se muestra a continuación:

Tabla 3. 6: Actividades económicas que contribuyeron al PIB anual

ACTIVIDAD ECONÓMICA	%
Correo y comunicaciones	0,57
transporte	0,43
Construcción	0,65
Enseñanza, servicio, sociales y de salud	0,42
Petróleo y minas	0,46
Actividades Profesionales	0,28
Pesca	0,02
Agricultura	0,23
Manufacturas	0,34
Gobierno general	0,17
Otros servicios	0,18
Alojamiento y servicios de comida	0,05
Comercio	0,17
Acuicultura y pesca de camarón	0,01
Servicios financieros	0,01
Servicios domésticos	-0,00
Electricidad y agua	0,12

Fuente: Banco Central Del Ecuador

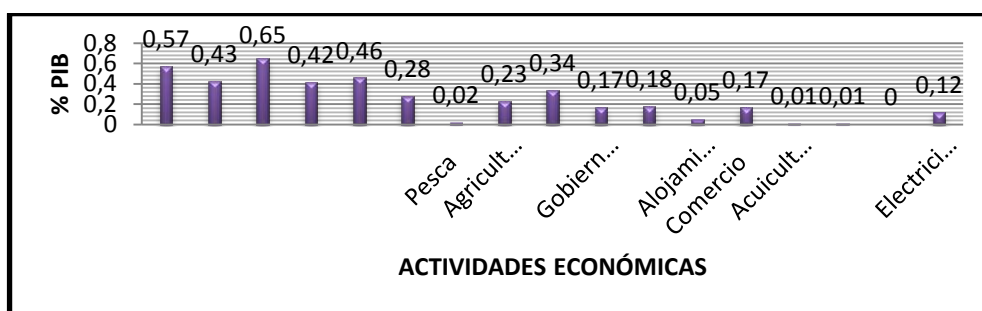


Gráfico 3. 8: Actividades económicas que contribuyeron al PIB anual

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

La empresa SOLINTHA S.A. que representa al sector de correo y comunicaciones contribuye con el 0,14% al PIB trimestralmente y anualmente contribuye con el 0,57% un porcentaje mayor que las otras actividades económicas que conforman el PIB, los mismos que ayudan al crecimiento económico del país ya que contribuyen con un alto porcentaje al PIB.

El sector no petrolero al cual pertenecen las pequeñas y medianas empresas (PYMES) han tenido un crecimiento sostenible como se muestra a continuación:

Tabla 3. 7: Crecimiento real PIB no petrolero

AÑO	% PIB NO PETROLERO
2009	1,42%
2010	7,67%
2011	6%
2012	4,96%
2013	4,2%

Fuente: Revista EKOS Pdf 2009-2013

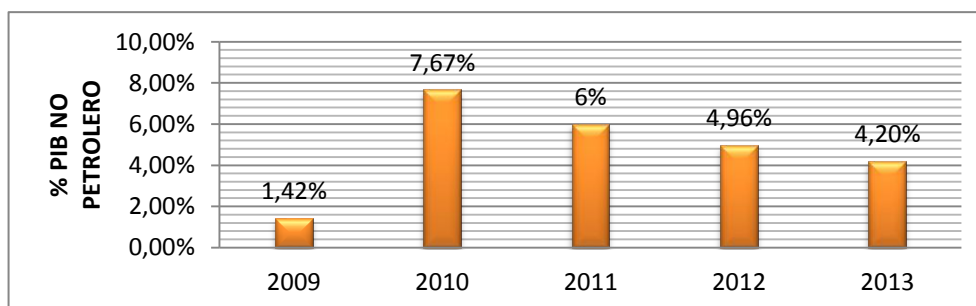


Gráfico 3. 9: Crecimiento real PIB no petrolero

Fuente: Revista EKOS Pdf 2009-2013

Dentro del sector no petrolero y quienes a portaron más a la economía del país son:

Tabla 3. 8: Actividades no petroleras

ACTIVIDAD	2012	2013
Consumo de hogares	0,88%	1,4%
Formación bruta de capital fijo	0,14%	0,9%
Gasto público	0,12%	0,5%

Fuente: Ecuador inmediato.com

Elaborado por: Katherine Analuisa

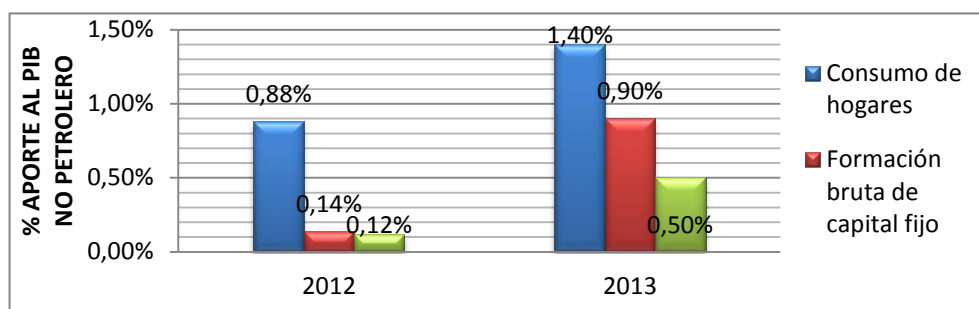


Gráfico 3. 10: Actividades no petroleras

Fuente: Ecuador inmediato.com

Elaborado por: Katherine Analuisa

Las PYMES tuvieron un crecimiento en ventas del 40%, rentabilidad del 40% y carga fiscal del 20%, lo que ayudó para el incremento del PIB.

El sector de software y hardware en Ecuador tiene una mayor participación en el mercado ecuatoriano durante los últimos años, el desarrollo de software TIC'S (Tecnologías de Información y Comunicación) en Ecuador ha ido creciendo desde hace varios años. Ecuador aún se encuentra en una fase de desarrollo y aplicación de las Tic's.

El sector hardware y software representó al 2009 un 2,1% de Producto Interno Bruto no petrolero, el sector de software con 0,5% y el sector del hardware con el 1,6%. En la actualidad se mantiene en constante crecimiento y desarrollo, debido a la inversión que realiza el gobierno para el sector de la TI. Según un estudio realizado en el año 2011 por la Asociación Ecuatoriana de Software (AESOFT), en el Ecuador no existen datos oficiales del sector de software y hardware, sin embargo este utiliza un estimado de

fuentes primarias como: la base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI) y las estadísticas del Banco Central del Ecuador (BCE).

En el año 2010 hubo un crecimiento constante respecto al 2009, mientras que el 2011 hubo un incremento en software y hardware del 4,4% y 13,3% respectivamente a partir de ese año hasta la actualidad el crecimiento es constante como se muestra a continuación.

Tabla 3. 9: El sector de las TI en el PIB no petrolero

SECTOR	2009	2010	2011	2012	2013
Software	0,5%	0,5%	4,4%	4,4%	4,4%
Hardware	1,6%	1,6%	13,3%	13,3%	13,3%
Total sector TI	2,1%	2,1%	17,7%	17,7%	17,7%

Fuente: SRI, BCE, AESOFT

Elaborado por: Katherine Analuisa

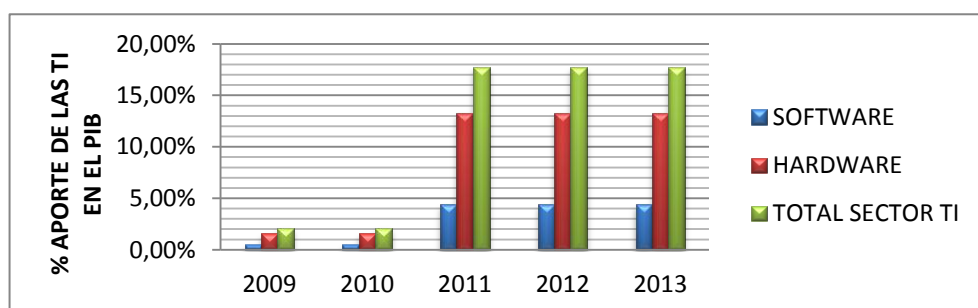


Gráfico 3. 11: El sector de las TI en el PIB no petrolero

Fuente: SRI, BCE, AESOFT

Elaborado por: Katherine Analuisa

El aporte del sector de software y hardware es mínima a diferencia de los otros sectores económicos, de acuerdo a datos del 2010 la participación del mercado de las TI está en crecimiento, por el avance tecnológico facilitando las actividades diarias que realizan las personas. En la siguiente tabla se muestra la participación del mercado en las siguientes categorías:

Tabla 3. 10: Participación en el mercado de las TI

CATEGORÍAS	% DE PARTICIPACIÓN
Servicios de tecnología de la información (TI)	47,70%
Software y servicios de internet	39,50%
Software	12,80%

Fuente: Ecuador-Software.pdf

Elaborado por: Katherine Analuisa

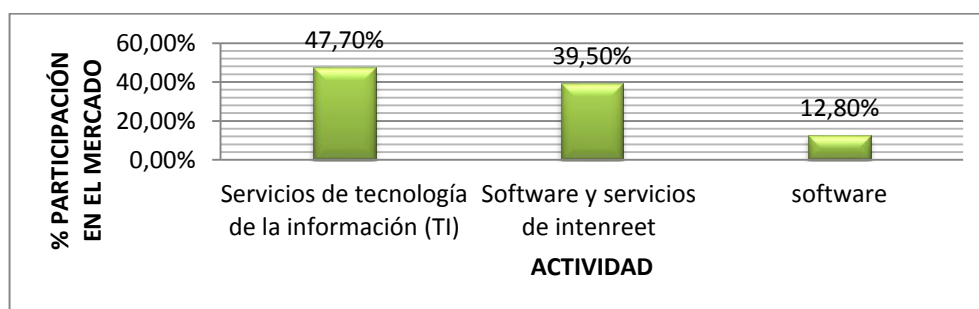


Gráfico 3. 12: Participación en el mercado de las TI

Fuente: Ecuador-Software.pdf

Elaborado por: Katherine Analuisa

• INFLACIÓN

Es el aumento general de los precios del mercado, refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda. Los precios al consumidor a inicios de la década del 2000 presentó cifras porcentuales que fluctuaron entre una inflación anual del 22,4% en el año 2001 y 9,4% en el 2002, este comportamiento sucedió por el inicio de la era de la dolarización en el Ecuador.

A medida que la dolarización avanzó a través de los años, los precios al consumidor (IPC) se estabilizaron en tasas de inflación anual del 9,4% en el año 2002 al 3,3% en 2010. Para el año 2012 la inflación anual fue de 2,12% y la inflación anual de noviembre de 2013 se ubicó en 2,3%. Como se observa en la tabla:

Tabla 3. 11: Variación anual de la inflación

Años	Inflación (%)
2010	6,67
2011	3,10
2012	2,12
2013	2,3

Fuente: BCE

Elaborado por: Katherine Analuisa

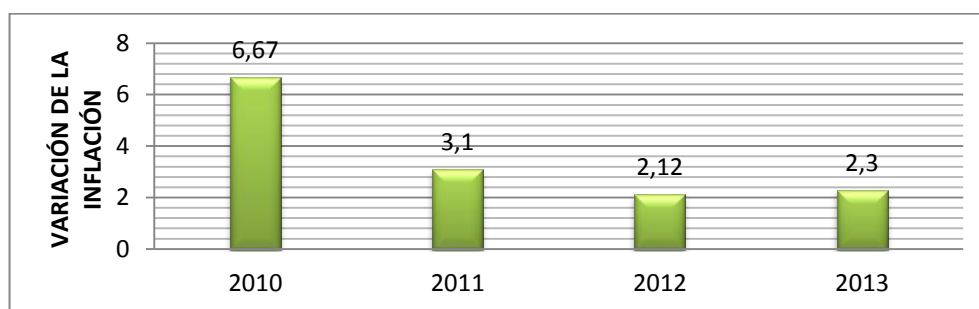


Gráfico 3. 13. Variación anual de la inflación

Elaborado por: Katherine Analuisa

Ecuador registró una inflación anual en el 2010 del 6,67% mientras que el 2011 una inflación anual de 3,10% esta disminución se dio por la estabilidad en la economía después de la crisis del 2009, la recuperación se dio por la alza de precios internacionales especialmente del petróleo lo que ayudo a los ingresos económicos del país.

La inflación anual de noviembre de 2013 se ubicó en 2,3% esto se dio por el incremento de la inflación en las Bebidas Alcohólicas, Restaurantes y Hoteles; Educación; y, Salud. Se registró una deflación en las actividades económicas como son: La Recreación y Cultura y las Comunicaciones. Como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 3. 12: Inflación anual por consumo

CONSUMO	PORCENTAJE
Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	19,4%
Restaurantes y hoteles	6,8%
Educación	6,5%
Salud	4,3%
Bienes y servicios diversos	3,3%
Muebles, artículos para hogar y conservación	3,2%
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otro combustible	2,3%
General	2,3%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	2,1%
Prendas de vestir y calzado	2,1%
Transporte	1,6%
Comunicaciones	-0,1%
Recreación y cultura	-0,05%

Fuente: BCE

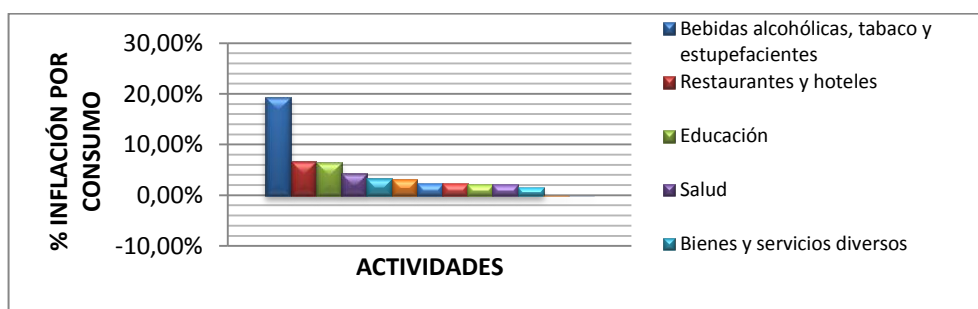


Gráfico 3. 14: Inflación anual por consumo

Fuente: BCE

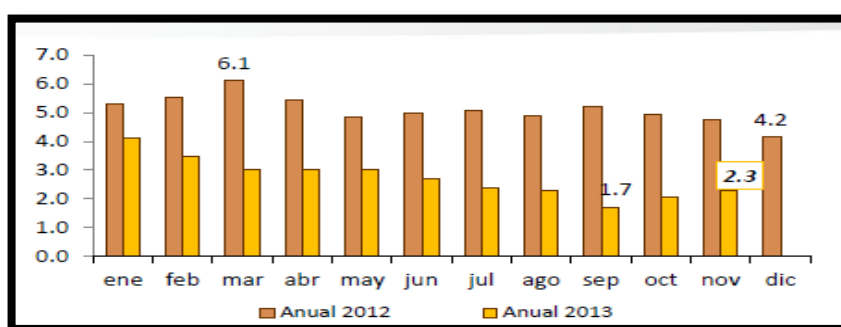


Gráfico 3. 15: Inflación de Enero a Noviembre del 2012 y 2013

Fuente: BCE (PDF 122013)

La inflación mensual de noviembre de 2013 registró el 0,4% por el consumo en restaurantes, hoteles y de bienes y servicios diversos, registró deflación en recreación y cultura, muebles y artículos para el hogar y comunicaciones como se observa a continuación:

Tabla 3. 13: Inflación mensual por consumo

CONSUMO	PORCENTAJE
Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	0,4
Restaurantes y hoteles	1,3
Educación	0,0
Salud	0,5
Bienes y servicios diversos	0,9
Muebles, artículos para hogar y conservación	-0,4
Alojamiento, agua, electricidad, gas y otro combustible	0,2
General	0,4
Alimentos y bebidas no alcohólicas	0,8
Prendas de vestir y calzado	0,8
Transporte	0,1
Comunicaciones	-0,1
Recreación y cultura	-0,8

Fuente: BCE

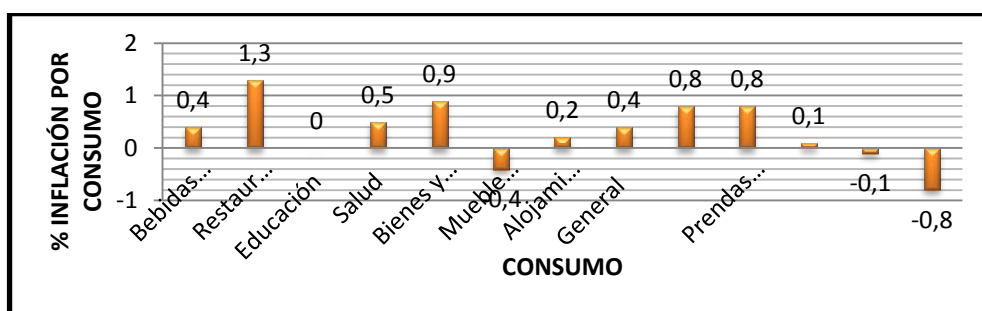


Gráfico 3. 16: Inflación mensual por consumo
Fuente: BCE

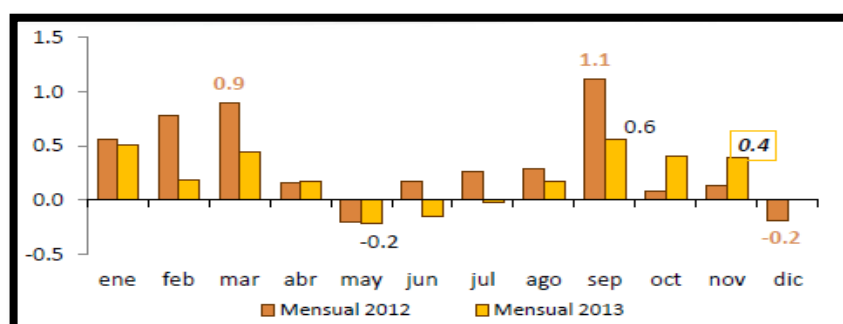


Gráfico 3. 17: Inflación mensual de Enero a Noviembre del 2012 y 2013
Fuente: BCE (PDF 122013)

La inflación anual del Ecuador respecto a los países de América latina esta en 4,16% por debajo de la inflación de diciembre que está en 2,12%.

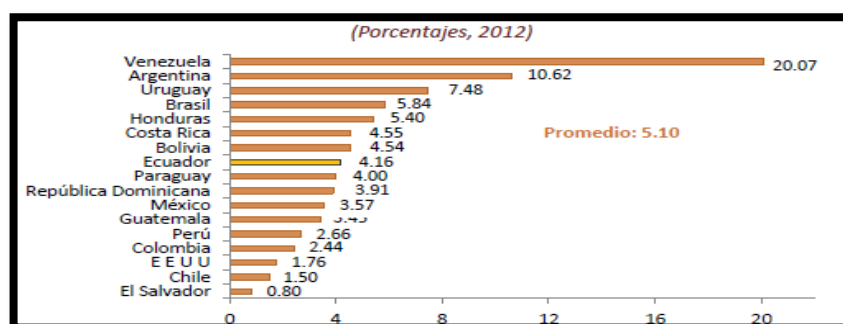


Gráfico 3. 18: Inflación en América Latina
Fuente: BCE (PDF 122013)

• DESEMPLEO

El término desempleo alude a la falta de trabajo. Un desempleado es aquel sujeto que forma parte de la población activa (se encuentra en edad de trabajar) y que busca empleo sin conseguirlo.

El gobierno ecuatoriano busca disminuir la tasa de desempleo permitiendo que empresas pequeñas y medianas (PYMES) entren al mercado. Al analizar la estructura de la PEA se puede observar que en septiembre 2013 la tasa ocupacional plena representa el 50,4%, la tasa de subocupación el 4,2%, la tasa de desocupación el 4,6% como se muestra a continuación:

Tabla 3. 14: Distribución de la PEA

DISTRIBUCIÓN	SEP. 2010	SEP. 2011	SEP. 2012	SEP. 2013
Ocupados no clasificados	1,0%	0,9%	2,0%	2,2%
Desocupados	7,4%	5,5%	4,6%	4,6%
Su ocupados	49,6%	45,7%	42,3%	42,9%
Ocupados plenos	41,9%	47,9%	51,1%	50,4%

Fuente: BCE

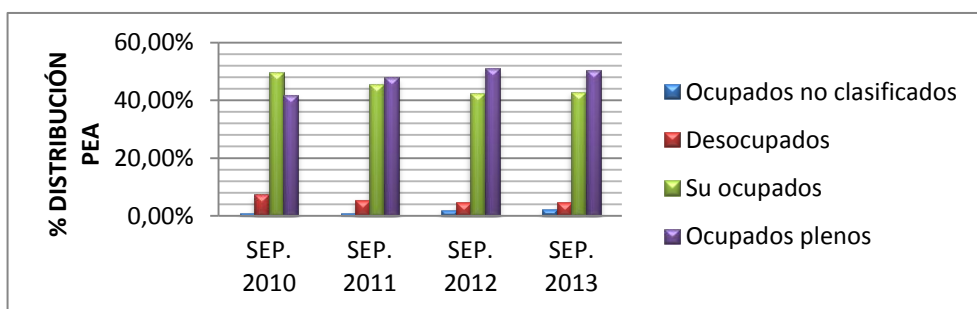


Gráfico 3. 19: Distribución de la PEA

Fuente: BCE

Por la participación de las PYMES con el 25% en el PIB y el 70% en la PEA representa el motor principal de la economía para el crecimiento de la productividad y generación de empleo y representa la disminuyendo de la tasa de desempleo, desde el año 2010 después de superar la crisis del 2009 ha ido incrementado las personas que tiene trabajo en diferentes áreas.

Uno de los principales problemas que presenta las Pymes en el ámbito del mercado laboral, son los salarios en comparación con los salarios de las grandes empresas y el sector público, no son competitivos, representando un conflicto para estos negocios al momento de requerir personal capacitado que ofrezca su mano de obra para el ejercicio del negocio y mantenga su interés a través del tiempo.

Las Pymes utilizan recursos muchas de las veces para financiar actividades vitales de la organización; motivo por el cual la oferta de la mano de obra se ve reducida por la baja aspiración de pertenecer a una empresa determinada.

De acuerdo al censo del 2010 se observa que las empresas pequeñas gastan mensualmente en promedio, por cada uno de sus trabajadores, USD 373; Según datos de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, ENEMDU, de ese año las personas con instrucción superior no universitaria percibieron en promedio (USD 628), universitaria (USD 614) y post-grado (USD 1 164).

Las pymes no ofrecen un salario competitivo a diferencia de las grandes empresas, pero con una adecuada administración de los recursos, podrá optar con un mayor ingreso para cubrir estos gastos y ser competitivas en el mercado antes las otras empresas.

Para el primer cuatrimestre del 2013 las PYMES no tuvieron variación en el crecimiento; de acuerdo al número de empleados, motivo por el cual es importante hacer cambios en la cultura corporativa, calidad de producción, permitiendo el aumento de la productividad, eliminación de procesos repetitivos, aumento de ingresos.

Según el Censo Económico 2010 del INEC, Ecuador repartió alrededor de USD 13.725 millones en salarios para las grandes empresas, un 23% del PIB y alrededor del 10% de las ventas del país.

Las grandes empresas ofrecen una remuneración mensual alta al trabajador, la remuneración mensual de una persona que trabaja en el sector de tecnología (telecomunicaciones y TIC'S) puede ser de USD 460,83 a nivel país.

Tabla 3. 15: Sueldo en el sector de la tecnología (telecomunicaciones y TIC'S)

CARGO	SUELDO (\$)
Presidente Ejecutivo	\$35 827,61
Gerente General	N/D
Ingreso anual CEO	\$429 931,32
Remuneración mayor / menor*	\$116,65
Director Comercial	\$17 808,15
Director Financiero Administrativo	\$15 327,41
Director de Servicio al Cliente	\$14 342,18
Director de Servicio al Cliente	\$14 342,18
Director de Operaciones	\$13 706,35
Director de Sistemas	\$12 255,66
Jefe de Atención y Comercialización	\$3 123,53
Jefe de Negocios Corporativos datos	\$3 053,35
Jefe de Calidad del Servicio	\$2 208,67
Analista Senior de Contabilidad	\$999,43
Cajero de operaciones	\$754,20
Asistente de Gerencia Regional	\$746,06
Analista de Contabilidad	\$742,21
Capacitador (a)	\$622,78
Secretaria	\$589,67
Operador Contact Center	\$583,35
Jefe de billing e interconexión	\$2 208,67
Auxiliar de bodega	\$480,31
Chofer	\$440,33
Operador	\$389,00
Mensajero	\$385,13

Fuente: Revista EKOS

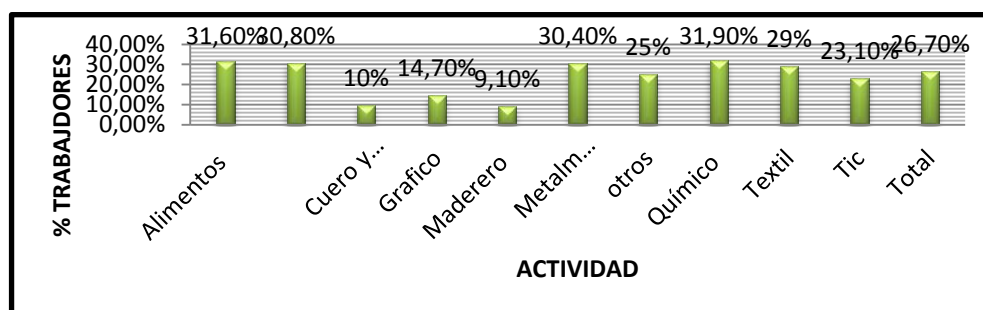
En la organización jurídica de la pequeña y mediana empresa prevalecen las compañías con clasificación de compañía limitada (45.7%) y tienen un peso muy significativo aquellas que operan como sociedad anónima (26.7%).

El sector que nos interesa para nuestro análisis es de las TIC'S y el tipo de compañía Sociedad Anónima y a continuación se muestra la variación que tiene respecto a otras empresas del mercado.

Tabla 3. 16: % Trabajadores de empresas que son S.A.

ACTIVIDAD ECONÓMICA	%
Alimentos	31,6%
Construcción	30,8%
Cuero y calzado	10%
Grafico	14,7%
Maderero	9,1%
Metalmecánico y eléctrico	30,4%
otros	25%
Químico	31,90%
Textil	29%
Tic	23,10%
Total	26,7%

Fuente: Revista EKOS

**Gráfico 3. 20: % Trabajadores de empresas que son S.A.**

Fuente: Revista EKOS

Las TIC'S abarca el 23,10% del mercado laboral a diferencia del sector químico que abarca el 31.90%.

Número de empleados

Los trabajadores permanentes por empresa son en promedio 32 personas, y se determinó que los trabajadores ocasionales llegan a 2. El sector textil tiene un mayor promedio de número de trabajadores permanentes (45), y el de la construcción y de las TIC'S tiene el mayor número de trabajadores ocasionales (5). Como se muestra a continuación:

Tabla 3. 17: Número de trabajadores permanentes

ACTIVIDAD	OCASIONALES		PERMANENTES	
	# Trabajadores	% Trabajadores ocasionales	# Trabajadores	% Trabajadores permanentes
Alimentos	3	9%	37	91%
Construcción	5	15%	35	85%
Grafico	2	6%	23	94%
Maderero	1	3%	34	97%
Metalmecánico y eléctrico	2	6%	36	94%
Químico	0	0%	22	100%
Textil	0	0%	45	100%
Tic	5	15%	12	85%
Total	2		32	

Fuente: Revista EKOS

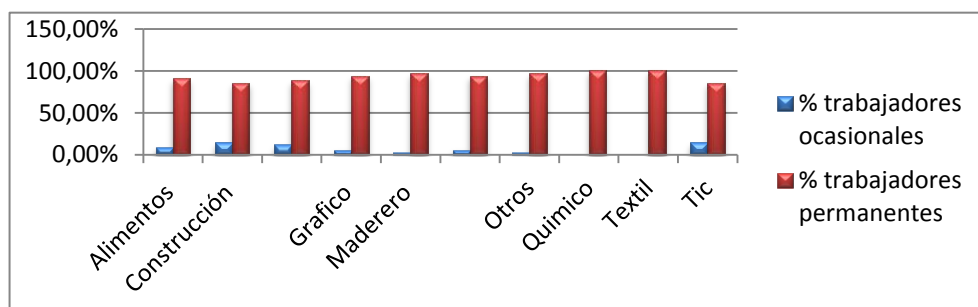


Gráfico 3. 21: Número De Trabajadores Permanentes

Fuente: Revista EKOS

• INTERÉS

Con el incremento de las PYMES en el mercado los Bancos tienen una mayor prioridad en estas empresas, brindan préstamos a una tasa menor a diferencia de los otros sectores económicos. La tasa de interés efectiva referencial para el segmento productivo de las pymes hasta febrero 2013 son las siguientes:

Tabla 3. 18: Tasas máximas del segmento de crédito para las Pymes

SEGMENTO	TASA ACTIVA EFECTIVA MÁXIMA				TASA REFERENCIAL	
	Sep. 07	Oct 08	Jun. 09	Mar. 13	Sep. 07	Mar. 13
Product. Pymes	20,11%	11,83%	11,83%	11,83%	14,17%	11,20%

Fuente: BCE

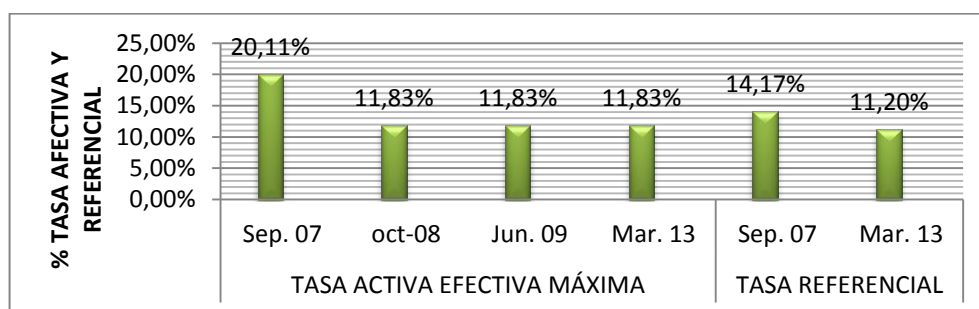


Gráfico 3. 22: Tasas máximas del segmento de crédito para las Pymes

Fuente: BCE

Como se observa en el gráfico la tasa ha ido disminuyendo en los últimos años lo que permite que más personas accedan a créditos y contribuye para el progreso de las pequeñas y medianas empresas (PYMES).

VOLUMÉN DE CRÉDITO OTORGADO A LAS PYMES

El volumen de crédito colocado durante el mes de febrero de 2013 en el segmento productivo de las PYMES fue de \$136,9 millones una disminución respecto al año 2012 como se observa a continuación:

Tabla 3. 19: Volumén de crédito \$ millones

PYMES							
Feb. 2012	Feb. 2013	Variación ene 12- ene 13	%	Ene 13	Feb 13	Variación dic 12- ene 13	%
138,1	136,9	-1,20	-0,87%	133,3	136,9	3,7	2,76

Fuente: BCE

La mayor variación mensual en términos relativos respecto a febrero de 2013 se presentó en los segmentos productivos PYMES con una ampliación en el volumen de crédito de 2,76% que significa en términos absolutos un incremento de \$3,7, de acuerdo a la variación anual las pymes tiene un volumen de crédito negativo de -0,85% como se muestra a continuación.

Tabla 3. 20: Variación mensual de crédito

SEGMENTO	VARIACIÓN
Corporativo	-2,14%
Empresarial	-15,82%
Pymes	2,76%
Consumo	-10,18%
Vivienda	.5,37%
Minorista	-6,78%

Fuente: BCE

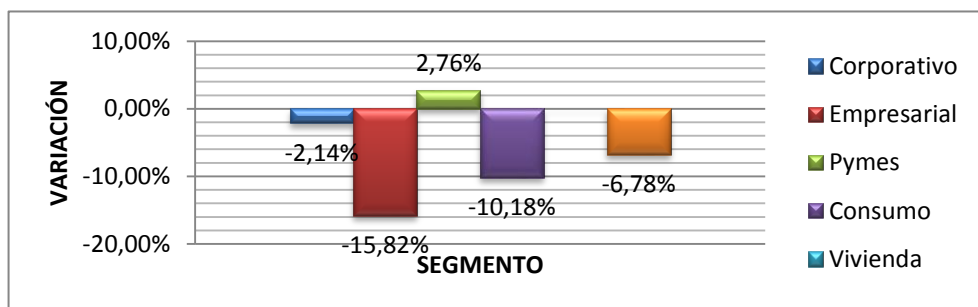


Gráfico 3. 23: Variación mensual de crédito

Fuente: BCE

En la variación anual de crédito las PYMES tienen un porcentaje de -0,85% a diferencia del sector empresarial que tiene una variación del 3,95%.

Tabla 3. 21: Variación anual de crédito

ACTIVIDAD	VARIACIÓN
Corporativo	21,62%
Empresarial	3,95%
Pymes	-0,85%
Consumo	-4,30%
Vivienda	-17,36%
Minorista	-11,60%

Fuente: BCE

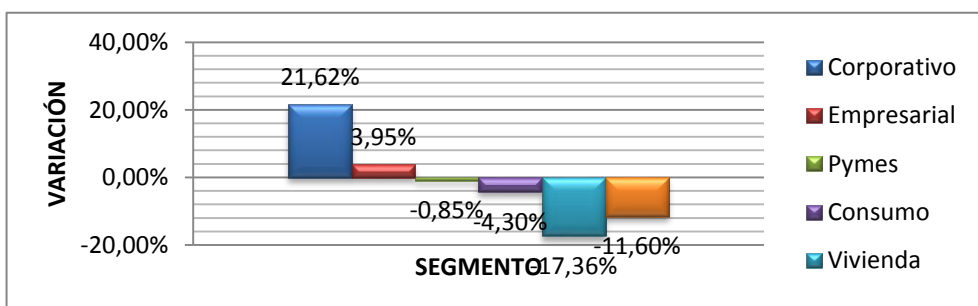


Gráfico 3. 24: Variación anual de crédito

Fuente: BCE

El 27.83% de los créditos en el segmento Productivo PYMES se pactaron con un plazo de 2 a 8 años y el 26.83% en un plazo de 2 a 6 meses.

Tabla 3. 22: Volumen de crédito por actividad económica Pymes

ACTIVIDAD	Feb.12	Ene. 13	Feb. 13
Comercio	66,72%	58,25%	55,59%
Manufactura	16,68%	16,77%	18,37%
Demás actividades	54,4%	58,3%	63%

Fuente: BCE

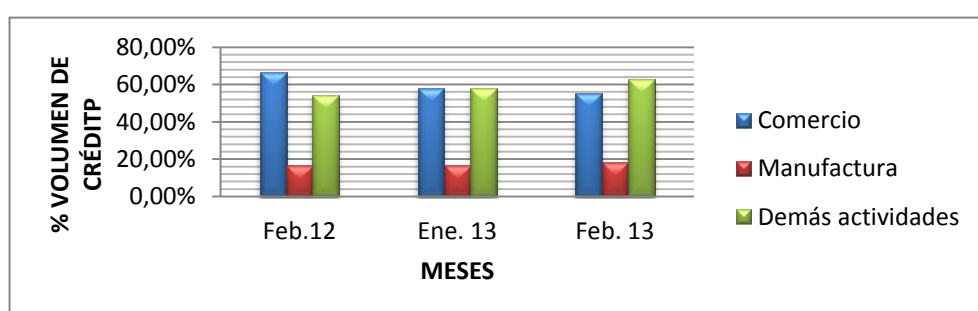


Gráfico 3. 25: Volumen de crédito por actividad económica Pymes

Fuente: BCE

- **BALANZA COMERCIAL**

La balanza comercial forma parte de la balanza de pagos de un país. Esta balanza solo incluye las importaciones y exportaciones de mercancías.

En el caso de la economía ecuatoriana la participación del ingreso neto petrolero es muy importante en la balanza comercial y en el presupuesto general del Estado, se han empeñado en incrementar la producción nacional del petróleo crudo a 15.631 miles de barriles anuales, con una producción promedio por día de 504 miles de barriles. El 75% de la producción petrolera proviene de empresas públicas y tan solo un 25% es producido por las empresas privadas

Por su parte, la balanza comercial no petrolera, es de fundamental importancia, por ello se separa a la balanza comercial en petrolera y no petrolera. A abril de 2013, la balanza comercial no petrolera alcanzó un

déficit de US\$ 483,84 millones, rubro inferior en 23,92% respecto de abril de 2012, situación que responde al alto nivel de importaciones.

Tabla 3. 23: Balanza comercial millones de dólares

	Ene-Oct. 2010	Ene-Oct. 2011	Ene-Oct. 2012	Ene-Oct. 2013
No petroleras	-6003,5	-6898,7	-7328,9	-7820
Petroleras	4513,8	6614	7349,8	6760,1
Total	-1519,6	-284,8	20,9	-1059,9

Fuente: BCE

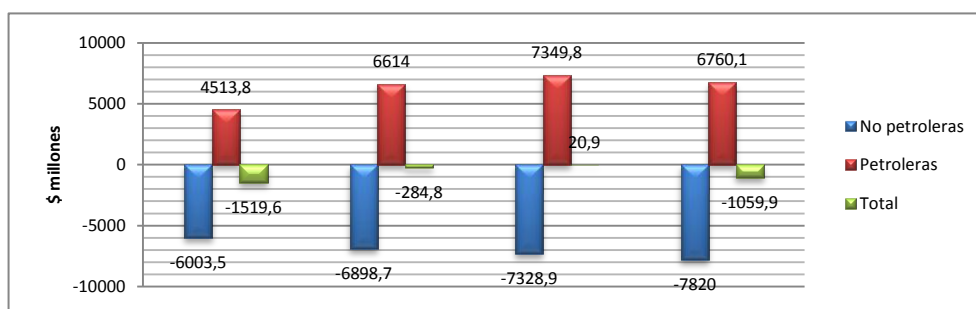


Gráfico 3. 26: Balanza comercial millones de dólares

Fuente: BCE

Este déficit en la balanza comercial se dio por la caída del valor unitario promedio del barril de crudo y el aumento de las importaciones de combustibles y lubricantes, por lo que la economía del país depende de los precios del petróleo para recuperarse en la balanza comercial y tener un superávit.

- **SRI**

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente.

Las actividades con mayores niveles de crecimiento en sus ventas fueron la venta de maquinaria pesada (41,8%), las actividades informáticas (39,4%), la construcción (31,8%), las actividades empresariales (24,3%) y la fabricación de maquinaria y equipo (21,1%). Estos resultados se dan por los mayores niveles de consumo, tanto de los hogares como del Gobierno.

En lo que a rentabilidad se refiere, la telefonía celular es la actividad con los mejores resultados, con un valor promedio de 35,6% para las dos empresas que lo conforman. Le siguen las empresas de telecomunicaciones con 31,8%; los hoteles con 16%; las empresas de cuidado personal, 12,3%; y, la producción de pinturas, 9,5%.

El sector que nos interesa para la realización del presente proyecto es el informático, el mismo que ha tenido un crecimiento del 39,4% ingresos promedio de \$17.342.936 millones y su carga fiscal es del 20%.

Tabla 3. 24: Crecimiento del sector informático

Actividad	Crecimiento	Rentabilidad ingreso promedio	Ingresos promedio por empresa (\$)	Carga fiscal
Actividad Informática	39,4%	4,7%	17.342.936	20%

Fuente: Revista EKOS

Para el pago de los impuestos de las PYMES no se toma en cuenta el nivel de ventas ya que están limitados (de USD 100.000 a menos de USD 1.000.000 en ventas para pequeñas y más de 1.000.000 y menos de 5.000.000 para medianas, lo que reduce los niveles de dispersión, se toma en cuenta los ingresos que han tenido las empresas de acuerdo a esos montos pagan el impuesto a la renta.

El sector de software y hardware presenta impuestos causados por un valor de \$10.6 millones en el 2011, el valor representa un crecimiento anual del 25% el sector de software aporta con el 31%, \$3.3 millones del valor del impuesto causado mientras que el sector de hardware, aporta el 69% restante, \$7.3 millones.

iii. FACTOR SOCIAL

La empresa SOLINTHA S.A. tiene definido el segmento para la venta equipos de hardware y prestación de servicios, como son las empresas, negocios y personas particulares (Hogares). El grupo que más utiliza el internet es la población que se encuentra entre los 16 y 24 años con el 59,4%, seguido de las personas de 25 y 35 años con el 39,6% los que

menos utilizan el internet son las personas de 65 a 74 años con el 3,3%, de acuerdo al último censo como se muestra a continuación:

Tabla 3. 25: Porcentaje de personas que han usado internet por edad

5-15 Años	2010	2011
	33%	38%
16-24 Años	54,8%	59,4%
35-44 Años	21,2%	24,5%
45-54 Años	16,4%	17,9%
55-64 Años	13,1%	11,3%
65-74 Años	5%	3,3%

Fuente: INEC-CENSO 2010

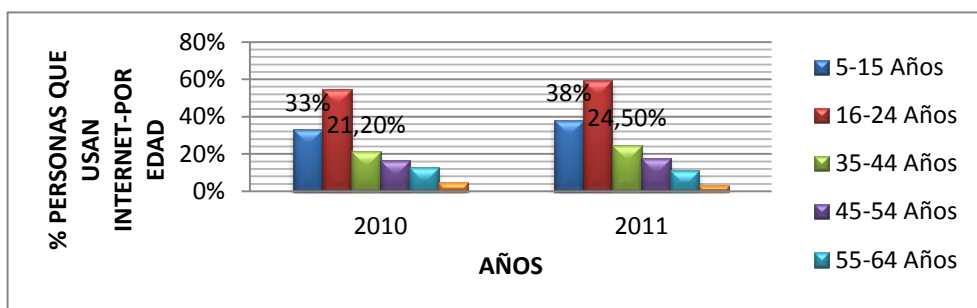


Gráfico 3. 27: Porcentaje de personas que han usado internet por edad

Fuente: INEC-CENSO 2010

La provincia con mayor número de personas que utilizan internet es Pichincha con 44,5%, seguida de Azuay con 36,9%, la que menos tiene es Santa Elena con 18,8% y la provincia de Cotopaxi con 21,3%.

Tabla 3. 26: Uso de internet: nacional

PROVINCIAS	2010	2011
Pichincha	46,9%	44,5%
Azuay	36%	36,9%
Guayas	26,5%	34,8%
Tungurahua	25,9%	34,1%
Loja	24,3%	31,6%
El oro	22,8%	31,2%
Santo Domingo	0%	28,7%
Chimborazo	21,9%	26,7%
Cañar	21,3%	25,9%
Esmeraldas	14,2%	23,9%
Cotopaxi	17,9%	22,8%
Amazonia	16,9%	21,3%
Manabí	12,3%	20,3%
Bolívar	13%	20,2%
Los ríos	13%	20,1%
Santa Elena	0%	18,8%
Total nacional	25,7%	31,4%

Fuente: INEC-CENSO 2010

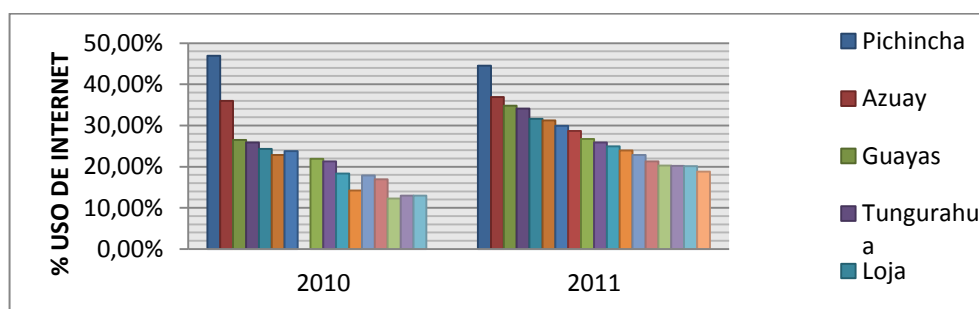


Gráfico 3. 28: Uso de internet: nacional

Fuente: INEC-CENSO 2010

El 38,3% de la población lo usan en el hogar, seguido del 22% que lo usan en las instituciones pública, tendencias que han crecido 3 puntos y 1 punto en los últimos años.

Tabla 3. 27: Lugar de uso de internet

LUGAR	2010	2011
Hogar	35,5%	38,3%
Trabajo	10,8%	9,7%
Instituciones educativas	21,2%	22%
Centros de acceso público	31,2%	28,5%
Casa de otra personas	0,9%	1,4%
Otros	0,4%	0,1%

Fuente: INEC-CENSO 2010

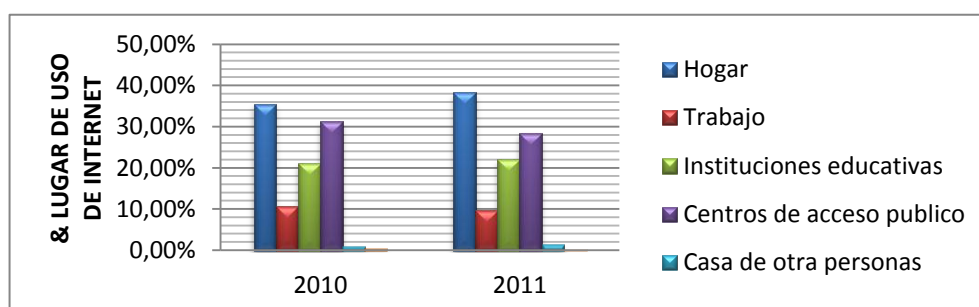


Gráfico 3. 29: Lugar de uso de internet

Fuente: INEC-CENSO 2010

iv. FACTOR TECNOLÓGICO

La evolución del sector informático ha ido en crecimiento año tras año ya que hoy en día es de vital importancia la adquisición de equipos de cómputo para el desempeño de las actividades diarias de las personas. El acceso a las tecnologías de la información y la comunicación en el país, de teléfonos

celulares, computadora y TV cable, En cuanto a acceso a computadora, la región Insular presenta un 46,4%, seguido de la región Sierra con un 25%.

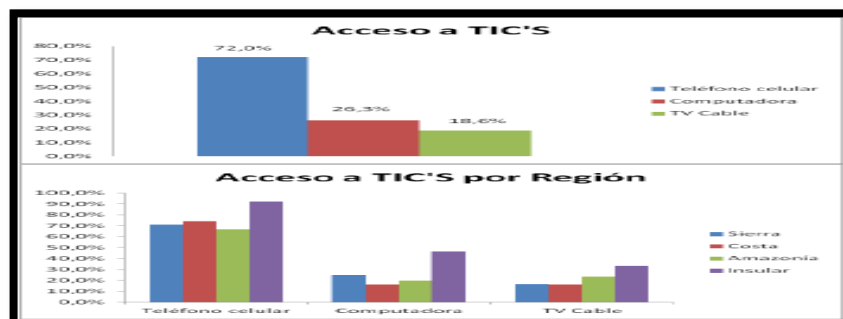


Gráfico 3. 30: Acceso a las TIC'S

Fuente: INEC-CENSO 2010

De acuerdo al último censo realizado se determinó el porcentaje de personas que tienen computadoras de escritorio y portátiles en el hogar como se muestra a continuación:

Tabla 3. 28: Equipamiento del computadoras en el hogar

	2010	2011	2012
Computadora de escritorio	24,00%	24,70%	24,35%
Computadora portátil	9,00%	9,80%	9,40%

Fuente: INEC-CENSO 2010 (Reporte anual de estadísticas sobre tecnologías de la información y comunicaciones TIC'S 2011)

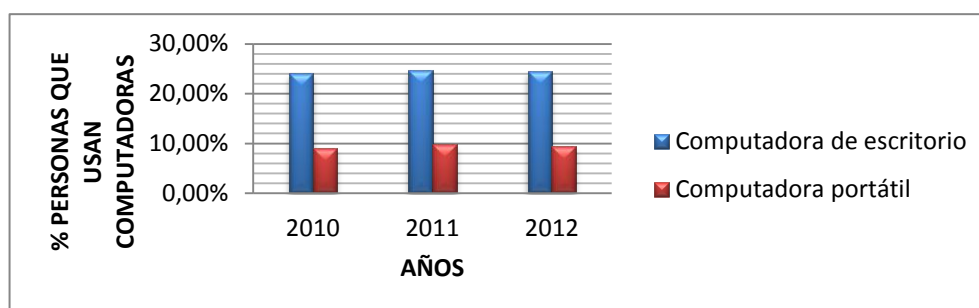


Gráfico 3. 31: Equipamiento del computadoras en el hogar

Fuente: INEC-CENSO 2010

El 32,6% de la población utilizan internet para comunicarse seguido del 31,1% que lo utiliza para obtener información

Tabla 3. 29: Razones de uso de internet

RAZONES	2010	211
Educación y aprendizaje	40%	29,1%
Obtener información	27,2%	31,1%
Comunicación general	22,4%	32,6%
Por razón de trabajo	5,3%	3,4%
Otros	5%	3,9%

Fuente: INEC-CENSO 2010

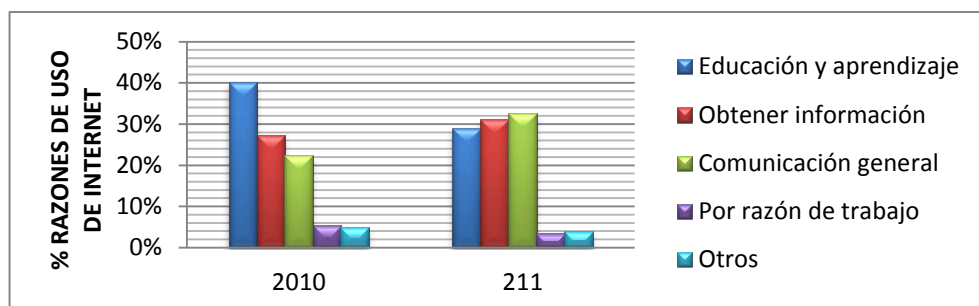


Gráfico 3. 32: Razones de uso de internet

Fuente: INEC-CENSO 2010

El 54,4% de las personas que usan internet lo hacen por lo menos 1 vez al día, mientras el 39,5% lo hace por lo menos 1 vez a la semana.

Tabla 3. 30: Frecuencia de uso de internet-nacional

FRECUENCIA	2010	2011
1 vez al día	51,7%	54,4%
1 vez a la semana	41,4%	39,5%
1 vez al mes	6,5%	5,7%
Menos de 1 vez al mes	0,3%	0,2%
No sabe	0,1%	0,1%

Fuente: INEC-CENSO 2010

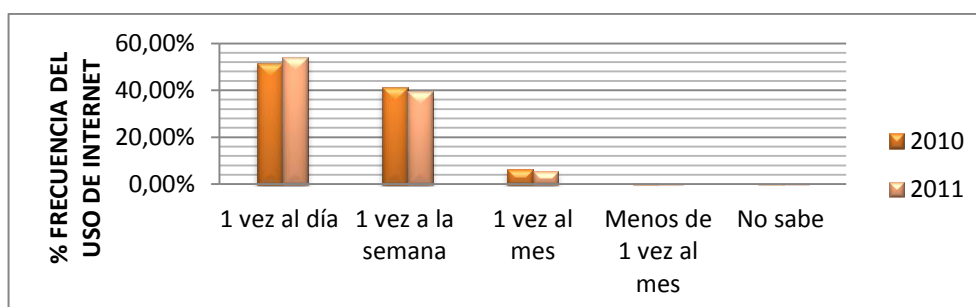


Gráfico 3. 33: Frecuencia de uso de internet-nacional

Fuente: INEC-CENSO 2010

En la provincia de Cotopaxi el uso de internet es del 5% y los hogares que tienen computadora son el 17,3%, durante los últimos 6 meses las personas que utilizaron el internet son 61.992 el 19,4% y las personas que

posee computadora son 80.433 el 25,2% de acuerdo al último censo realizado.

Tabla 3. 31: Utilización de las TIC'S en la provincia de Cotopaxi

	Número de personas		Porcentaje	
	2010	Últimos 6 meses	2010	Últimos 6 meses
Internet	5137	61992	5%	19,4%
Computadoras	17886	80433	17,3%	25,2%

Fuente: INEC-CENSO 2010

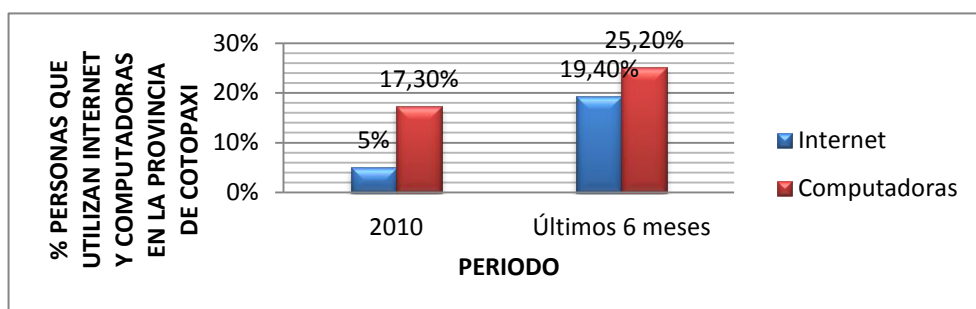


Gráfico 3. 34: Utilización de las TIC'S en la provincia de Cotopaxi

Fuente: INEC-CENSO 2010

v. FACTOR LEGAL

A través de este cuerpo legal, las Pymes obtuvieron un fuerte impulso al proclamarse un sistema económico Social y Solidario, el cual fomenta la producción en todas sus formas y busca el incentivo de la competitividad entre todos los actores económicos.

Política pública que se complementa con la Ley de Economía Popular y Solidaria. En este sentido, se encargó a la Senplades el proceso de identificación y diseño de políticas a corto, mediano y largo plazo para el fortalecimiento de las Pymes. Por otro lado, entidades como el Ministerio de Producción y Competitividad, la Corporación Financiera Nacional (CFN), el Banco Nacional de Fomento (BNF), entre otras han diseñado varios programas específicos para apoyar directamente al fortalecimiento y eficiencia de las Pymes.

Siendo SOLINTHA S.A. una empresa legalmente constituida debe estar regulada, por las siguientes entidades:

• SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

Tiene la función de expedir normas y resoluciones para el buen gobierno, vigilancia y fiscalización de las compañías sujetas a su control así como también velar por la supervivencia de la empresa y el mantenimiento de las fuentes de riqueza y trabajo.

SOLINTHA S.A. debe cumplir con la ley de compañías desde el Art. 143 al Art. 300 por ser una compañía de Sociedad Anónima, en estos artículos consta lo siguiente:

- ✓ Constitución de la compañía
- ✓ Estatutos
- ✓ Razón social
- ✓ Características, nombre y domicilio de la empresa
- ✓ Capacidad
- ✓ Capital y las acciones
- ✓ Derecho de los accionistas.

• CONSEJO GENERAL DE TELECOMUNICACIONES

El Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) es el organismo encargado de hacer cumplir las políticas de Estado; entregar concesiones y permisos para la prestación de servicios de telecomunicaciones y utilización del espectro radioeléctrico; y, emitir las normas técnicas para la operación y prestación de los servicios de telecomunicaciones por parte de las empresas públicas y privadas.

SOLINTHA S.A. debe cumplir con la ley de telecomunicaciones desde el Art. 9 al Art. 29, en estos artículos consta lo siguiente:

- ✓ Autorización
- ✓ Uso prohibido
- ✓ Tarifas
- ✓ Sanciones

- **EL MINISTERIO DE TELECOMUNICACIONES Y DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN**

El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL) tiene la misión de coordinar las acciones de apoyo y asesoría para garantizar la conectividad y el acceso igualitario a los servicios de telecomunicaciones/TIC con el objetivo de avanzar a la consolidación de la Sociedad de la Información y el Buen Vivir de la población ecuatoriana.

a) MICRO ENTORNO

i. CLIENTE

La empresa SOLINTHA S.A. tiene una demanda y a los clientes se le divide en dos segmentos los clientes empresariales y personas particulares (hogares, uso personal), las personas particulares son los que representa el 53,02% mientras que los clientes empresariales representa el 46,98% de acuerdo a los datos obtenidos de las ventas 2011 y en las ventas del 2012 las personas particulares representan el 50,32% mientras que los clientes empresariales representan el 49,68%.

Llegando a la conclusión de que la empresa está ganando mercado a través de los clientes particulares (Hogares) y está siendo reconocida a nivel provincial por la variedad de servicio que ofrece brindando satisfacción a los clientes en el ámbito de la tecnología y comunicación.

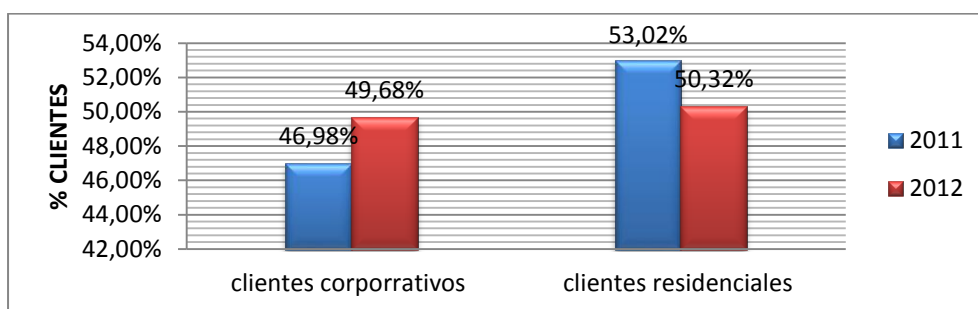


Gráfico 3. 35: crecimiento de la cartera de clientes

Fuente: EMPRESA SOLINTHA S.A.

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Los clientes potenciales de la empresa SOLINTHA S.A. son los siguientes:

- Instituciones educativas
- Ferreterías
- Lavanderías
- Empresas florícolas
- Cooperativas de taxis
- Cooperativas financieras
- Cruz roja
- Centros comerciales
- Municipio
- Clínica

ii. PROVEEDOR

Los proveedores de SOLINTHA S.A. son seleccionados minuciosamente para adquirir equipos, suministros de hardware de última tecnología y brindar un servicio de calidad y con precios accesibles para satisfacer las necesidades de los clientes. Con los proveedores se maneja créditos de 30 y 60 días con cheques posfechados pagados por adelantado.

Algunos de los proveedores de equipos, suministros y servicios que ofrece Solintha S.A.:

- ADS software Cia. Ltda.
- Aesoft
- Actuaría Cía. Ltda.
- Aki Latacunga
- Alfa servicios
- Axcel
- Bn technologies
- Cami computers
- Compuhelp
- Compuimagen Corp.
- Ecuasistem S.A.
- Ecosfel S.A.

iii. **COMPETENCIA**

Con el desarrollo y crecimiento de las TIC'S las empresas optan por implementar tecnología, que ayude al desarrollo de las actividades que se desempeñan las compañías. Motivo por el cual se han creado una variedad de empresas que ofrecen la venta de equipos, suministros de computación y la prestación de servicios.

La empresa SOLINTHA S.A. forma parte de las PYMES las mismas que están en pleno desarrollo la empresa ofrece al cliente la venta de hardware, instalación de internet, línea telefónica y consultorías. Por esta razón en la provincia de Cotopaxi la empresa no tiene una competencia potencial ya que existen empresas que se dedican a la venta de equipos y suministros de cómputo como son: Aj Computación, Compu ventas y RB importaciones

Pero no brindan el servicio de instalar línea telefónica e internet, siendo la única empresa de la provincia de Cotopaxi que ofrece los dos servicios.

3.3. ANÁLISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS 2010-2011-2012-2013

3.3.1. BALANCE GENERAL

a) ANÁLISIS VERTICAL (ANEXO 2)

Balance General 2010-2011-2012-2013 (Análisis vertical)

SOLINTHA S.A.

Tabla 3. 32: Composición del activo 2010-2011-2012-2013

Grupo	2010	2011	2012	2013
Activo Corriente	82,38%	98,27%	85,89%	87,09%
Activo fijo	4,42%	1,57%	14,11%	12,91%
Otros activos	13,20%	0,00%	0,00%	0,00%
Total activos	100%	100%	100%	100%

Fuente: Estados Financieros Solintha S.A. 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

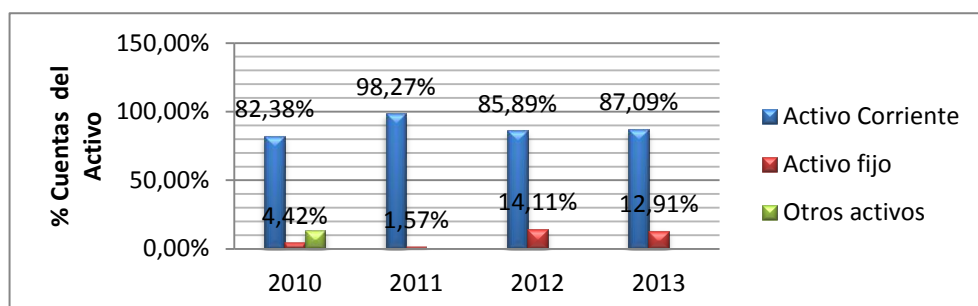


Gráfico 3. 36: Composición del activo 2010-2011-2012-2013

Fuente: Estados Financieros Solintha S.A. 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

INTERPRETACIÓN

La mayor concentración de los activos se encuentra en los activos corrientes en el año 2010 con 82,38%, en el 2011 con 98,27%, en el 2012 con 85,89% y en el año 2013 con 87,09%, cuya participación está en las cuentas por cobrar e inventarios, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 3. 33: Composición de activos corrientes

	2010	2011	2012	2013
Inventarios	16,73%	23,54%	35,39%	38,41%
Cuentas por cobrar	51,75%	49,26%	47,67%	34,61%

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Fuente: Estados Financieros Solintha S.A. 2010-2011-2012-2013

La participación del inventario en el activo corriente se da porque el giro del negocio en la venta de equipos y suministros de hardware, por lo que la empresa debe proveerse de mercadería para ofrecer una amplia variedad de productos de calidad a precios accesibles, también se puede mencionar que los clientes es el pilar fundamental para el crecimiento de la empresa.

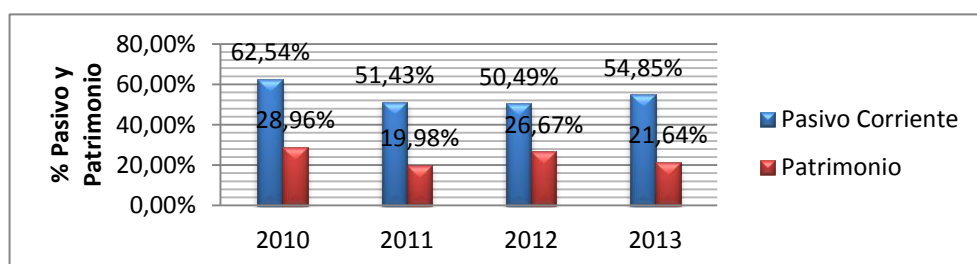
El activo fijo representa en el año 2010 el 5%, en el 2011 el 2%, en el 2012 el 14,11% y en el año 2013 el 12,91%, observando una disminución de activos fijos del 1,2%.

Tabla 3. 34: Composición del Pasivo y Patrimonio 2010-2011-2012-2013

Grupo	2010	2011	2012	2013
Pasivo Corriente	62,54%	51,43%	50,49%	54,85%
Patrimonio	28,96%	19,98%	26,67%	21,64%

Fuente: Estados Financieros Solintha S.A. 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

**Gráfico 3. 37: Composición del Pasivo y Patrimonio 2010-2011-2012-2013**

Fuente: Estados Financieros Solintha S.A. 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Como se observa en el gráfico N° 3.37 el pasivo tiene una mayor concentración que el patrimonio, con un porcentaje en el año 2010 del 62,54%, en el 2011 del 51,43%, en el 2012 del 50,49% y en el año 2013 del 54,85%, en el último año se ha incrementado las obligaciones financieras por el préstamo que está pagando la empresa, para el financiamiento del capital de trabajo.

No cuenta con pasivo a largo plazo ya que la empresa reduce el riesgo de sobre endeudarse optando por financiamientos internos y externos a corto plazo.

b) ANÁLISIS HORIZONTAL (ANEXO 3)

Balance General 2010-2011-2012-2013 (Análisis Horizontal)

Solintha S.A.

Tabla 3. 35: Comparación del activo 2010-2011-2012-2013

Grupo	2011-2010	2012-2011	2013-2012
Activo corriente	525%	104%	664%
Activo fijo	-40%	1356%	11%
Otros activos	-100%	0%	0%

Fuente: Estados Financieros 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

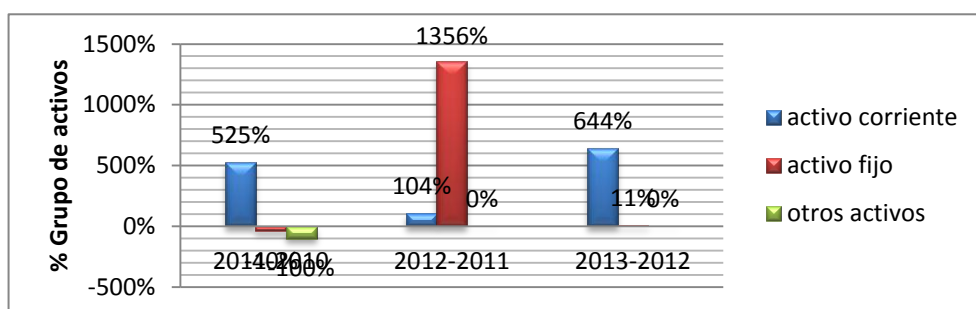


Gráfico 3. 38: Composición de los Activos 2010-2011-2012-2013

Fuente: Estados Financieros 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

INTERPRETACIÓN

La empresa Solintha S.A. en el periodo 2010-2011 el incremento del activo corriente fue de 525%, en el período 2012-2011 de 104% y en el periodo 2013-2012 incremento en 664%, se llega a la conclusión que la liquidez de la empresa es adecuada en el último período, permitiendo cumplir con las obligaciones de pago de la empresa.

La cuenta de inventarios ha ido creciendo en los últimos años en el periodo 2011-2010 tuvo un incremento del 139% en el período 2012-2011

tuvo un incremento del 143%, y en el periodo 2013-2012 un incremento del 32%, debido al incremento en las ventas, con la adquisición de mercadería la empresa oferta una variedad de productos, satisfaciendo las expectativas de los clientes.

La cuenta clientes del grupo de los exigibles está siendo gestionada oportunamente esto se refleja en los estados financieros ya que este rubro está disminuyendo, es decir, se está convirtiendo rápidamente en efectivo permitiendo contar con una mayor liquidez

Los activos fijos de la empresa incrementaron en el período 2012-2011 en 1356% esto se dio por la adquisición de más equipos de cómputo y enseres ya que la empresa a partir del año de constitución ha ido creciendo, por lo que es necesario el mejoramiento de las instalaciones de la empresa y de los equipos de trabajo para un mejor rendimiento.

Tabla 3. 36: Composición del pasivo y patrimonio 2010-2011-2012-2013

Grupos	2011-2010	2012-2011	2013-2012
Pasivo corriente	39%	59%	32%
Patrimonio	17%	116%	-2%

Fuente: Estados Financieros 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

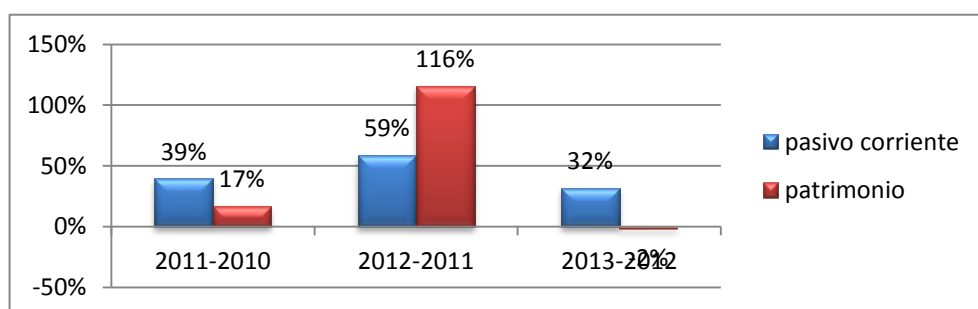


Gráfico 3. 39: Composición del pasivo y patrimonio 2010-2011-2012-2013

Fuente: Estados Financieros 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

El pasivo corriente en el periodo 2011-2010 tuvo un incremento del 39%, en el 2012-2011 del 59% por el aumento de las cuentas por pagar a proveedores en 123% y en el 2013-2012 del 32%, siendo bajo en relación de

años anterior lo que permite el crecimiento del patrimonio al pagar oportunamente las cuentas por pagar.

En el período 2013-2012 el patrimonio disminuye en 2% esto se da por el incremento de los costos de ventas ya que a mayor ventas mayor compra de mercaderías y esto incurre en gastos de mantenimiento de los productos.

3.3.2. ESTADO DE RESULTADOS

a) ANÁLISIS VERTICAL (ANEXO 4)

Estado de Resultados 2010-2011-2012-2013 (Análisis Vertical)

Tabla 3. 37: Composición de las ventas 2010-2011-2012-2013

	2010	2011	2012	2013
Venta Equipos y suministros	80%	79%	82%	82%
Venta de servicios	17%	21%	18%	17%

Fuente: Estados de Resultados 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

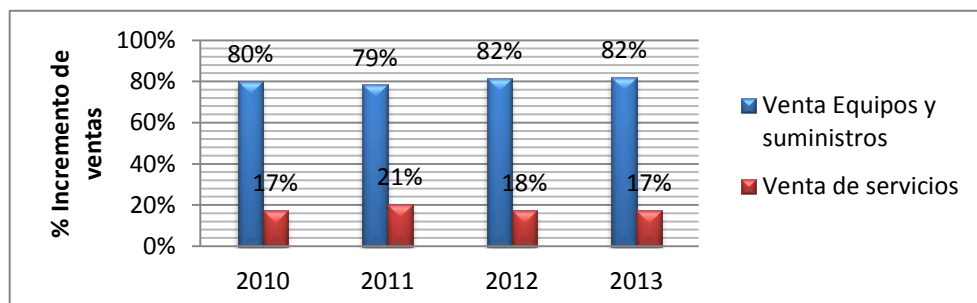


Gráfico 3. 40: Composición de las ventas 2010-2011-2012-2013

Fuente: Estados de Resultados 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

INTERPRETACIÓN

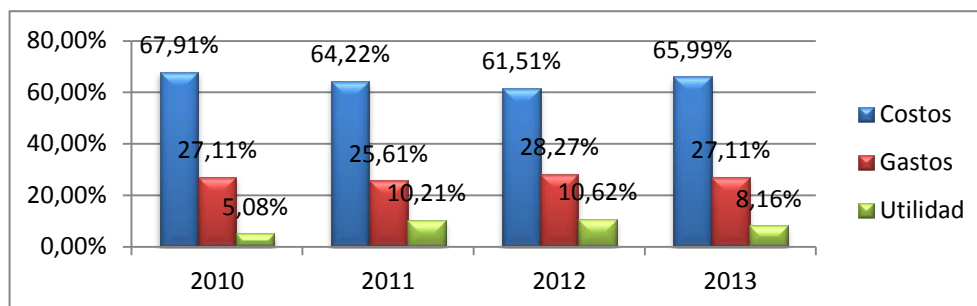
Los ingresos de la empresa Solintha S.A. se da por la venta de equipos y suministros de hardware y la venta de servicios, la venta de equipos y suministros representa los ingresos más altos para la empresa ya que las ventas se han mantenido estables durante los 4 años que está en el mercado con una variación mínima de crecimiento.

Tabla 3. 38: Composición del estado de resultados 2010-2011-2012-2013

Grupo	2010	2011	2012	2013
Costos	68,22%	65,65%	65,06%	65,99%
Gastos	27,23%	26,18%	29,91%	27,11%
Utilidad	4,54%	8,17%	5,03%	8,16%

Fuente: Estados de Resultados 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

**Gráfico 3. 41: Composición del estado de resultados 2010-2011-2012-2013**

Fuente: Estados de Resultados 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

En el gráfico 3.41 se puede evidenciar que mayor concentración tiene los costos por la adquisición de mercadería que realiza la empresa para su inventario esto se evidencia con el crecimiento de las ventas, siendo algo positivo ya que está teniendo stock suficiente para cumplir con los pedidos de los clientes.

Los gastos se mantiene estables durante los 4 años, los gastos administrativos comprende el rubro más alto a diferencia de otros gastos, el incremento en el año 2012 del 28,27% y en el 2013 del 27,11% se da por el pago de los intereses bancarios que tiene la empresa por los préstamos obtenidos para financiar la compra de mercadería. El costo de venta en el último año representa el 65,99% de las ventas es decir que por cada dólar vendido representa el \$0,65 en costo de venta, la variación en los años anteriores no es significativa.

La utilidad en el año 2013 crece en 8,16% una cifra menor a diferencia del año 2012 que crece en el 10,62%.

b) ANÁLISIS HORIZONTAL (ANEXO 5)

Estado de Resultados 2010-2011-2012-2013 (Análisis Horizontal)

Solintha S.A.

Tabla 3. 39: Composición de las ventas 2010-2011-2012-2013

	2011-2010	%	2012-2011	%	2013-2012	%
Venta equipos y suministros de hardware	\$107.765,52	174%	\$48.995,89	29%	\$138.631,65	63%
Venta servicio	\$30.965,15	230%	\$2.689,79	6%	\$28.435,15	60%

Fuente: Estados de Resultados 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

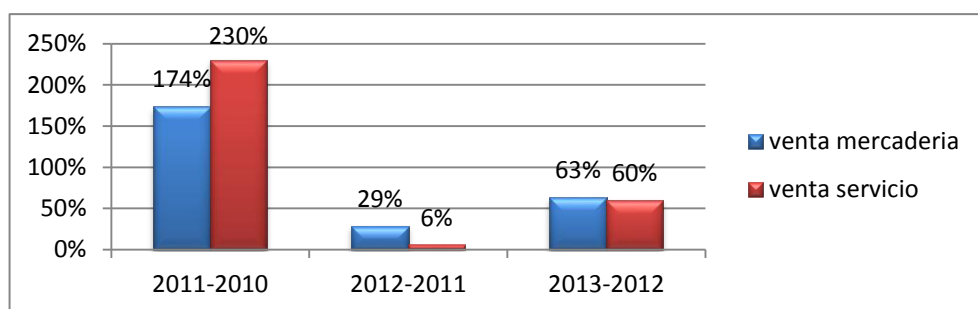


Gráfico 3. 42: Composición de las ventas 2010-2011-2012-2013

Fuente: Estados de Resultados 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

INTERPRETACIÓN

Las ventas en servicio en el año 2011 tuvo un incremento del 230% en el año 2012 hubo un incremento del 6% menor al incremento que tuvo en el 2013 del 60% lo que representa un ingreso del \$28.435,15.

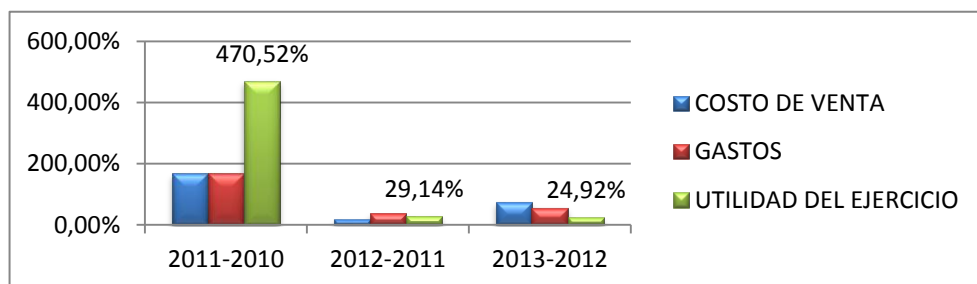
Los ingresos de la empresa Solintha S.A. se da por la venta de equipos y suministros de hardware, representa los ingresos más altos para la empresa ya que las ventas se han mantenido estables durante los 4 años que está en el mercado con una variación mínima de crecimiento.

Tabla 3. 40: Composición del estado de resultados 2010-2011-2012-2013

GRUPO	2011-2010	2012-2011	2013-2012
Costo de venta	168,72%	18,91%	74,47%
Gastos	168,45%	37,08%	55,91%
Utilidad del ejercicio	470,52%	29,14%	24,92%

Fuente: Estados de Resultados 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

**Gráfico 3. 43: COMPOSICIÓN DEL ESTADO DE RESULTADOS 2010-2011-2012-2013**

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Fuente: Estados de Resultados 2010-2011-2012-2013

Los costos en el año 2011 tuvieron un incremento del 168,72% representa el \$86.305,90 en los años posteriores tuvo un incremento de 18,91% y 74,47%, siendo los costos de mayor concentración por la adquisición de mercaderías.

En los gastos en el año 2011 hubo un incremento de 168,72% los gastos ascendieron a \$34.394,05 en el año 2012 y 2013 los gastos representan el 37,08% y 55,91% respectivamente.

Por el incremento de los gastos la empresa, no tuvo un mayor incremento en la utilidad solo en el año 2011 tuvo un incremento del 470,52% esto se da por la recuperación de la economía del país después de la crisis que tuvo a diferencia de los otros años que el incremento fue mínimo del 29,14% en el 2012 y de 24,92% en el año 2013 por el ingreso de nuevas empresa al mercado generando mayor competencia y disminución de la demanda.

3.4. ANÁLISIS DE INDICADORES FINANCIEROS

3.4.1. INDICADORES DE LIQUIDEZ

Tabla 3. 41: Indicadores de liquidez

EMPRESA SOLINTHA S.A.					
RAZONES FINANCIERAS					
INDICADORES	VARIABLES	2010	2011	2012	2013
Liquidez corriente	Activo Corriente/ Pasivo Corriente	1,317	1,914	1,701	1,588
Razón de prueba ácida	(Activo corriente- Inventario)/Pasivo Corriente	1,050	1,456	1,000	0,888
Capital de trabajo neto	Activo corriente- Pasivo corriente	\$8.941,53	\$35.918,43	\$43.731,09	\$48.331,68

Fuente: Estados Financieros 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Por cada \$1 de pasivo corriente, la empresa cuenta con \$1.58 de respaldo en el año 2013, siendo un rubro menor que los años anteriores a pesar de esto la empresa se encuentra en un índice aceptable de liquidez a corto plazo, es decir la empresa cumple adecuadamente el pago de sus obligaciones a corto plazo.

Para el año 2013 la empresa Solintha S.A. una vez cubierta todas las obligaciones corrientes le quedara \$48.331,68 para atender las obligación que surgen en el desarrollo de la empresa.

Por cada dólar que se debe en el pasivo corriente en el año 2013 tiene \$0,89 para la cancelación de las obligaciones con terceros sin la necesidad de hacer efectivo los inventarios, cifra baja en relación a los años anteriores, esto se dio por el incremento de mercadería.

Se concluye que la liquidez de la empresa no es la adecuada ya que si no se le toma en cuenta el rubro de los inventarios la empresa no tiene el dinero suficiente para cubrir las obligaciones, siendo importante el cobro a tiempo de las cuentas por cobrar

3.4.2. INDICADORES DE ACTIVIDAD

Tabla 3. 42: Indicadores de actividad

INDICADORES	VARIABLES	2010	2011	2012	2013
Rotación de inventarios	Costo de bienes vendidos/Inventario	3,150 veces	9,173 veces	3,713 veces	4,904 veces
Edad promedio del inventario	360/Rotación de inventarios	114,30 días	39,24 días	96,96 días	73,41 días
Rotación de cuentas por cobrar	Ventas anuales/Cuentas por cobrar	3,23 veces	5,687 veces	4,512 veces	8,329 veces
Plazo medio de cobro	360/Rotación de cuentas por cobrar	111,45 días	63,31 días	79,78 días	43,22 días
Rotación de los activos totales	ventas/total activos	\$1,67	\$2,80	\$2,15	\$2,88
Rotación de ctas x pagar proveedores	Costo de ventas / Cuentas por Pagar	2,17 veces	6,36 veces	3,38 veces	4,93 veces
Plazo medio de pago proveedores	360 / Rotación de Ctas. Por Pagar	165,60 días	56,61 días	106,38 días	72,98 días

Fuente: Estados Financieros 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Las razones de actividad miden la eficiencia de la inversión del negocio, en el 2013 los inventarios rotan 5 veces al año y cada 73 días se convierten en efectivo, a diferencia del año anterior que el período de almacenamiento de mercaderías es mayor y la rotación de inventario se dio 4 veces al año, es decir, que la rotación de inventarios es buena ya que está rotando cada dos meses y medio.

SOLINTHA S.A. cobra la totalidad de su cartera en 8,39 veces en el año. Este índice es adecuado ya que está en el rango de 6 a 12 veces al año.

Las cuentas por cobrar de la empresa se demoran 43 días en convertirse en efectivo. Este índice es adecuado ya que se encuentra en el rango de la política de cobro que estableció la empresa que es de 30 y 60 días.

En relación a los activos se puede interpretar que por cada dólar invertido en activos la empresa vendió \$2,88 en el 2013 lo que nos indica

que se empleó eficientemente los activos a diferencia del año anterior que por cada dólar invertido en activos la empresa vendió \$2.

SOLINTHA S.A. paga la totalidad de sus cuentas 5 veces al año, lo que nos indica que no se está aprovechando bien el crédito ya que lo ideal es tener una razón lenta entre 1 y 4 veces al año. La empresa se demora 73 días en pagar el crédito a los proveedores siendo positivo ya que tiene el tiempo suficiente para cubrir con las obligaciones.

3.4.3. INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO

Tabla 3. 43: Indicadores de endeudamiento

INDICADORES	VARIABLES	2010	2011	2012	2013
Endeudamiento total	Pasivo total/Activo total	63%	51%	50%	55%
Apalancamiento	Total pasivo/Patrimonio	1,67	1,06	1,02	1,21

Fuente: Estados Financieros 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Endeudamiento sobre activos: la empresa en el año 2013 tiene un endeudamiento del 55%, es decir, por cada \$100 dólares que tiene en su activo se adeudan \$55, el rango adecuado es del 50% mayor a este indica que los activos totales estarían financiado con deudas lo que no es conveniente porque entonces el control de la empresa lo tiene los acreedores, a diferencia de los años anteriores que su rango de endeudamiento es el adecuado.

Apalancamiento: podemos decir que la empresa Solintha S.A. por cada \$1 que el propietario ha invertido tiene comprometido un \$1,21 en pasivos corrientes, es decir que se está trabajando con recursos de terceros.

3.4.4. INDICADORES DE RENTABILIDAD

Tabla 3. 44: Indicadores de Rentabilidad

INDICADORES	VARIABLES	2010	2011	2012	2013
Margen neto, bruto de operación	$(\text{utilidad neta}/\text{ventas}) \times 100$	32%	36%	38%	34%
Rendimiento sobre activos	$(\text{utilidad neta}/\text{activos totales}) \times 100$	5%	17%	13%	14%
Rendimiento sobre el patrimonio	Utilidad Neta/Patrimonio	13%	34%	27%	30%

Fuente: Estados Financieros 2010-2011-2012-2013

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Margen Bruto de Utilidad: se puede observar que la compañía para el año 2013 tuvo una utilidad bruta del 34%, después de que la empresa haya cubierto el costo de lo vendido, un porcentaje menor que del año 2012 que es del 38% este decremento se dio por la variación en los costos y gastos administrativos y ventas.

Rentabilidad sobre activos: por cada \$100 que tiene invertido en sus activos la empresa tienen una utilidad neta de 14% mayor al año 2012, es decir la empresa aprovecha adecuadamente los recursos y no corre el riesgo de tener recursos ociosos, lo que permite el crecimiento de la utilidad de la empresa.

Rendimiento del patrimonio: por cada \$100 que tiene invertido en el patrimonio, la empresa tiene una utilidad en el año 2013 de 30%, una utilidad mayor en referencia del año 2012 que tiene una utilidad de 27%.

3.4.5. ANÁLISIS FODA

Después de realizar el análisis situacional de la empresa SOLINTHA S.A. tanto externo como interno es necesario realizar un resumen de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, con el objetivo de determinar el diagnóstico de la empresa y tomar decisiones adecuadas que mejore las deficiencias y permita que la empresa se posicione en el mercado.

Cuadro 3. 3: Matriz FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANÁLISIS INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del mercado potencial, Distribuye sus productos a las provincias de Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo • Posee técnicos calificados y certificados para brindarle un servicio rápido y eficiente. • Trabaja con proveedores reconocidos a nivel nacional • Buen ambiente laboral • Posee políticas de ventas acorde a las necesidades de los clientes. • La carteras de cliente de la empresa es amplia y enfocada a todo tipo de segmento • La venta de equipos, suministros y de servicios es directa no depende de intermediarios para la distribución de la mercadería. • Ofrece una Buena calidad del producto • Facilidad de acceder a créditos por la compra de equipos y suministros de hardware. • Cuenta con una infraestructura amplia y equipamiento de última generación 	<ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con una estructura organizacional. • Falta de motivación por parte del departamento de los recursos humanos a los empleados • Producto o servicio sin características diferentes a la competencia • Falta de publicidad por otros medios de comunicación • No cuenta con estrategias financieras que ayuden a tener un control más minucioso de los inventarios. • No elaboran presupuestos mensuales ni anuales que respalden los gastos generados en el año fiscal.
ANÁLISIS EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> • Los cambios en las reformas políticas, ha incentivado a las personas para optar por su propio negocio • El mercado en el que se desarrolla la empresa está en crecimiento ya que contribuyen al PIB con el 70%. • En el mercado que se desarrolla la empresa aporta para la disminución de los desempleados • Las instituciones financieras presentan un alto volumen de crédito para financiar a las PYMES • Las PYMES representa al sector no petrolero el ingreso de este sector es importante en la balanza comercial del país. • El sector de software y hardware contribuyen al SRI con el pago del impuesto causado • Fuerte poder adquisitivo de los productos que oferta la empresa. • Incremento de nuevos equipos y suministros de hardware que permita a la empresa ganar nuevos mercados 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad en los impuestos arancelarios lo que imposibilita que la empresa importe productos. • Posible incremento de los precios de los equipos y suministros tecnológico por la alta demanda • Posibilidad que los competidores apliquen estrategias drásticas como ofrecer productos a precios bajos para ganar mercado. • La empresa es nueva en el mercado y corre el riesgo de tomar malas decisiones que implique el declive de la empresa. • Cambios del gobierno que afecte al sector de las TIC'S.

Fuente: Empresa Solintha S.A.

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

3.5. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

3.5.1. ESTUDIO DE MERCADO

Hoy en día es muy importante la utilización de los equipos y suministros de hardware, como también el uso del internet para el desarrollo de las pequeñas, medianas y grandes empresas. El internet es una de los elementos más importantes de las TIC'S el mismo que ayuda para el desempeño, crecimiento y fortalecimiento de las empresas y de la sociedad en general, durante estos años ha ido evolucionando con la implementación de nuevos equipos tecnológicos lo cual ayuda a que las empresas sean competitivas en el mercado al adquirir tecnología de punta y al brindar un servicio que satisfaga al cliente.

Se realiza encuestas en el Cantón Latacunga al segmento de los hogares, negocios y se entrevista a los directivos de la empresa.

3.5.2. OBJETIVO

Determinar la demanda potencial de la empresa, conocer las necesidades de los clientes, la aceptación del producto y servicio que ofrece la empresa dentro del Cantón Latacunga Provincia de Cotopaxi y la perspectiva de los dueños de la empresa en conocer el valor de la empresa en el presente como en el futuro.

3.5.3. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

Por la alta demanda de servicio de internet y la compra de equipos y suministros de Hardware, la empresa se dedica a la prestación de sistemas de computación, mantenimiento de sistemas de servicios de asesoramiento de software y comercialización de equipos electrónicos, de computación y suministros de oficina y partes y piezas de equipos de cómputo en la provincia de Cotopaxi, Ambato y Quito.

3.5.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El acelerado desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), ha ocasionado, cambió en el estilo de vida y negocios, por lo que la demanda por adquirir este servicio está aumentando, como se observa en el incremento de las ventas de la empresa SOLINTHA S.A. en los siguientes periodos.

Datos históricos

Tabla 3. 45: COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA

	Períodos					
	2010-2011		2011-2012		2012-2013	
	Variación	%	Variación	%	Variación	%
Ventas Equipos	\$107.765,52	174%	\$48.995,89	29%	\$138.631,65	63%
Venta de servicios	\$30.965,15	230%	\$2.689,79	6%	\$28.435,15	60%

Fuente: Empresa Solintha S.A.

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Como se observa en la tabla la demanda por los equipos y suministros de hardware en el período 2010-2011 tuvo un incremento considerable del 174% (\$107.765,52), mientras que en el periodo 2011-2012 tuvo un crecimiento del 29% (\$48.995,89) y en el 2012-2013 del 63% (\$138.631,65).

De la misma manera en la venta de servicio, la empresa ha tenido un incremento notable en el período 2010-2011 del 230%, (\$30.965,15) mientras que en el periodo 2011-2012 tuvo un crecimiento del 6% (\$2.689,79) y en el 20102-2013 del 60% (\$28.435,15).

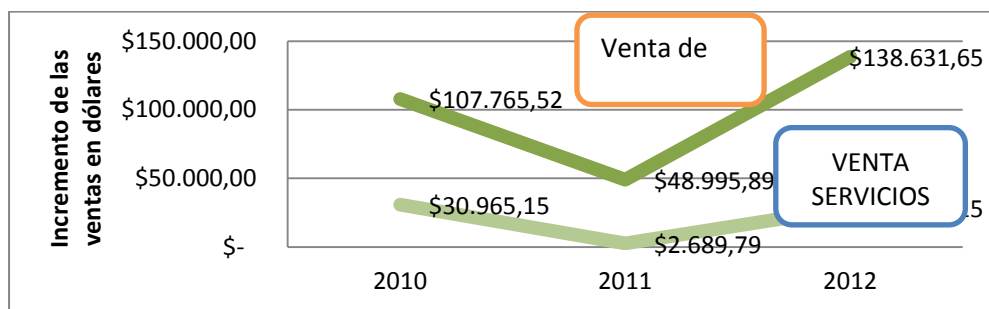


Gráfico 3. 44: Comportamiento histórico de la demanda en dólares

Fuente: Empresa Solintha S.A.

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

3.5.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Los competidores de la empresa SOLINTHA S.A. son Aj Computación, Compu ventas, RB importaciones siendo locales que se dedican a la venta de equipos y suministros de Hardware y no a la instalación de internet y línea telefónica como lo hace la empresa.

3.5.6. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación del mercado en la empresa SOLINTHA S.A. se divide en dos grupos las empresas y las personas particulares, tomando en cuenta las siguientes variables: geográficas, demográficas y psicográficas.

Tabla 3. 46: Grupos socioeconómicos

GRUPOS SOCIOECONÓMICOS	SCORE
A (Alto)	DE 845 a 100 puntos
B (Medio alto)	De 696 a 845 puntos
C+(Medio típico)	De 535 a 696 puntos
C-(Medio bajo)	De 316 a 535 puntos
D (Bajo)	De 0 a 316 puntos

Fuente: Resultados de la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011

Tabla 3. 47: Segmentación

VARIABLES	SEGMENTOS	
	HOGARES	EMPRESAS
Geográficas	Ubicadas en el Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi	Ubicadas en el Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi
Demográficas	Población económicamente activa de clase alta, media alta, medio típico, medio bajo y bajo	Las Pymes y Microempresa
Psicográficas	Necesidad de adquirir suministros y equipos de hardware y el servicio de internet por: información, comunicación, precio, calidad, servicio.	Necesidad de adquirir suministros y equipos de hardware y el servicio de internet por: información, comunicación, precio, calidad, servicio, desarrollo, competitividad.

Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Segmentaci%C3%B3n_de_mercado

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Tabla 3. 48: Población del cantón Latacunga

HOMBRES	MUJERES	TOTAL
82301	88188	170489

Fuente: Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador FASCÍCULO PROVINCIAL COTOPAXI

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

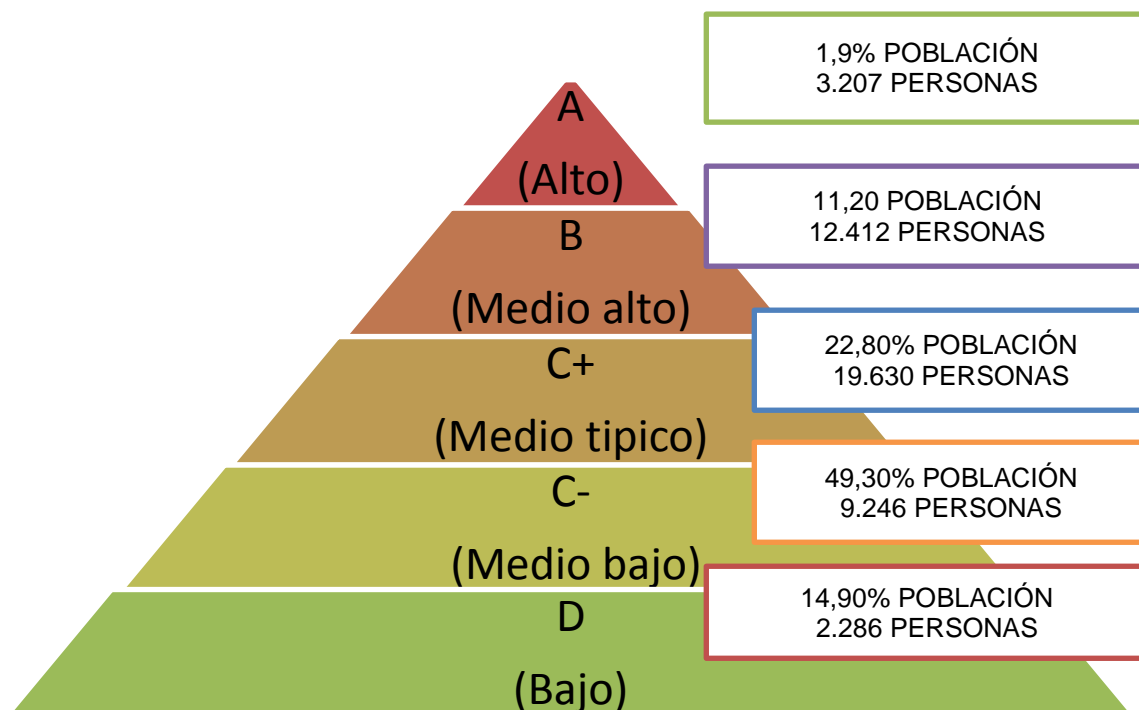


Gráfico 3. 45: Nivel Socioeconómico

Fuente: Resultados de la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Tabla 3. 49: Personas que utilizan computadora e internet

NIVEL ECONO.	% POBLACION	# DE PERSONAS	%TECNOLOGIA			# DE LA POBLACION
			INTERNET	COMPU.	PROMEDIO	
A	1,90%	3239	99,00%		99,00%	3207
B	11,20%	19095	80,00%	50,00%	65,00%	12412
C+	22,80%	38871	39,00%	62,00%	50,50%	19630
C-	49,30%	84051	11,00%		11,00%	9246
D	14,90%	25403	9,00%		9,00%	2286
TOTAL						46780

Fuente: Resultados de la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Número promedio de personas en el hogar= 4 personas

Total de personas / # personas por hogar = 11.754 Hogares

Tabla 3. 50: Total de la población del cantón Latacunga

# Empresas	6534
# Hogares	11754
TOTAL	18288

Fuente: Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Para determinar el posicionamiento de la empresa Solintha S.A. se realizara una investigación de campo, a los segmentos definidos que la empresa vende los suministros y equipos de hardware y presta sus servicios.

3.5.7. MUESTRA

FÓRMULA:

$$n = \frac{N * p * q * Z^2}{(N - 1)e^2 + Z^2 * p * q}$$

DONDE:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza.

p= proporción de respuesta en una categoría

q= proporción de respuesta en otra categoría

e = Límite aceptable de error muestral

Cálculo:

N= 18288

Z=1,96

p=0,5

q=0,5

e= 0,085

$$n = \frac{N * p * q * Z^2}{(N - 1)e^2 + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{18288 * 0,5 * 0,5 * 1,96^2}{(18288 - 1)0,085^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 131,975$$

Tabla 3. 51: La muestra de acuerdo a los segmentos

CLIENTES	%	MUESTRA
Segmento Empresarial	43,12%	57
Segmento de Personas Particulares (Hogares)	56,88%	75

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Fuente: Ventas de la empresa Solintha S.A.

Tabulación de los resultados de las encuestas

Segmento: Personas Particulares (Hogares)

PREGUNTAS

1. ¿Tiene computadora en su hogar?, si su respuesta es afirmativa continúe respondiendo caso contrario pase a la pregunta número 6

a) Si ()

b) No ()

Tabla 3. 52: Tiene computadora en su hogar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	74	96,1	96,1	96,1
	No	3	3,9	3,9	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

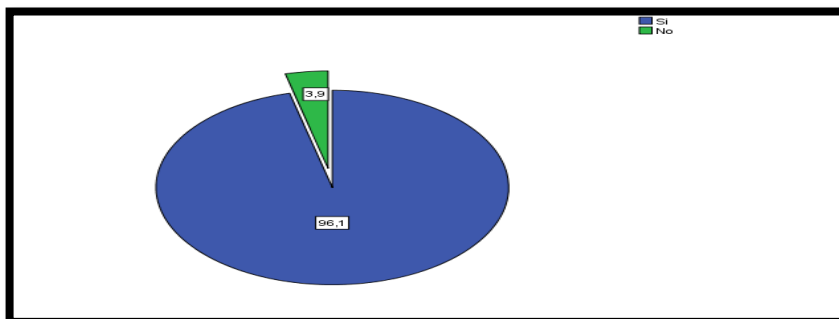


Gráfico 3. 46: Tiene computadora en su hogar

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 77 encuestados que corresponden el 100% se ha obtenido que el 96,1% (74 hogares) tienen computadora, mientras que el 3,9% (3 hogares) no tienen computadora.

Interpretación

Hoy en día es indispensable la utilización de equipos y suministro de hardware en el hogar, por lo que la empresa SOLINTHA S.A. debe dar una mayor importancia al segmento de los hogares promocionando los equipos, suministros de hardware y el servicio de internet.

2. ¿Cuán importante cree usted que es la adquisición de equipos y suministros de hardware en su hogar?

- a) Muy Importante ()
 b) Importante ()
 c) Poco importante ()

Tabla 3. 53: Importancia de la adquisición de equipos y suministros de hardware en el hogar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Importante	45	58,4	60,8	60,8
	Importante	29	37,7	39,2	100,0
	Total	74	96,1	100,0	
Perdidos	Sistema	3	3,9		
Total		77	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

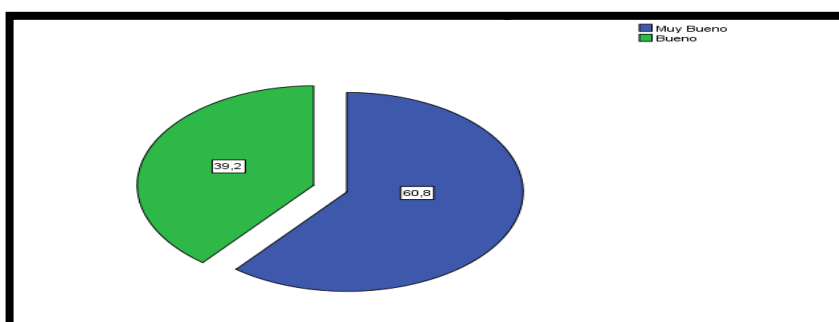


Gráfico 3. 47: Importancia de la adquisición de equipos y suministros de hardware en el hogar

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 77 encuestados 3 personas no tienen computadora y solo 74 hogares corresponden el 100%, de los cuales el 60,8% (45 hogares) consideran muy importante la adquisición de equipos y suministros de hardware, mientras que el 39,2% (29 hogares) lo considera solo importante.

Interpretación

Se debe tener en cuenta que hoy en día la demanda por la adquisición de equipos y suministros de hardware es alta e indispensable para las actividades diarias de las personas, por lo que la empresa SOLINTHA S.A. debe poseer una variedad de productos para satisfacer a los clientes.

3. ¿Qué características considera usted al momento de adquirir este tipo de producto?

- a) Precio ()
- b) Soporte técnico ()
- c) Durabilidad ()
- d) Calidad del producto ()
- e) Otro (cual).....

Tabla 3. 54: Qué características considera al momento de adquirir este tipo de producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Precio	7	9,1	9,5	9,5
	Soporte técnico	13	16,9	17,6	27,0
	Durabilidad	20	26,0	27,0	54,1
	Calidad del producto	34	44,2	45,9	100,0
	Total	74	96,1	100,0	
Perdidos	Sistema	3	3,9		
Total		77	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

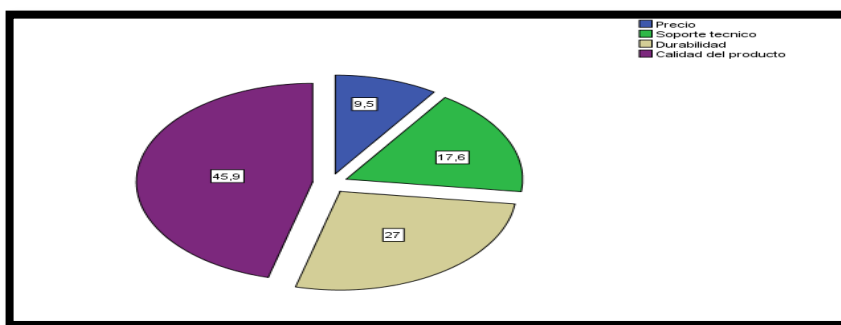


Gráfico 3. 48: Qué características considera al momento de adquirir este tipo de producto

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

Los 74 hogares que tienen computadora representan el 100%, de los cuales el 45,9% (34 hogares) consideran como característica importante la calidad del producto, el 27% (20 hogares) la durabilidad del producto, 17,6% (13 hogares) el soporte técnico y el 9,5% (7 hogares) el precio.

Interpretación

Las características que las personas consideran para la compra de equipos y suministros de hardware son la calidad del producto, durabilidad y el soporte técnico y no el precio del producto, por lo que la empresa SOLINTHA S.A. debe enfocarse en estas tres características.

4. ¿En qué lugar adquiere los suministros y equipos de hardware?

- a) AJ Computación ()
- b) PC Computer ()
- c) Point ()
- d) Compu servicios ()
- e) Solintha S.A. ()
- f) Otro (cual).....

Tabla 3. 55: En qué lugar adquiere los suministros y equipos de hardware

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	AJ Computación	41	53,2	55,4	55,4
	PC Computer	16	20,8	21,6	77,0
	Point	2	2,6	2,7	79,7
	Compu Servicio	5	6,5	6,8	86,5
	Solintha S.A.	4	5,2	5,4	91,9
	Otros	6	7,8	8,1	100,0
	Total	74	96,1	100,0	
Perdidos	Sistema	3	3,9		
Total		77	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

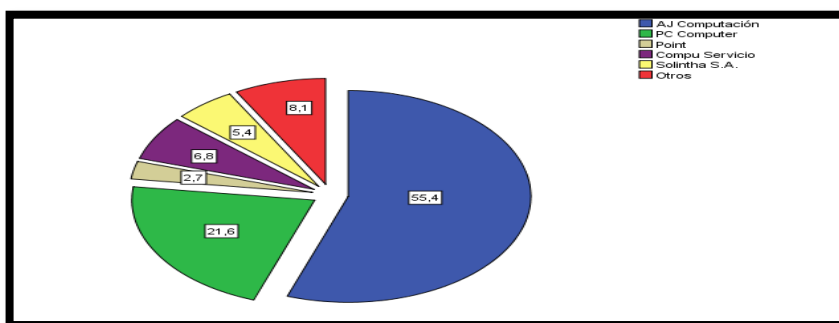


Gráfico 3. 49: En qué lugar adquiere los suministros y equipos de hardware

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

Los 74 hogares que tienen computadora representan el 100%, de los cuales el 55,4% (41 hogares) compran los equipos y suministros de hardware en AJ Computación, el 21,6% (16 hogares) en PC Computer, el 2,7% (2 hogares) en Point, el 6,8% (5 hogares) el Compu Servicio, el 5,4% (4 hogares) en SOLINTHA S.A. y en otros lugares el 8,1% (6 hogares).

Interpretación

La competencia que tiene la empresa SOLINTHA S.A. dentro del cantón Latacunga en la venta de equipos y suministros de hardware es AJ Computación por lo que la empresa debe trabajar en su publicidad y estrategias de venta.

5. ¿Cada que tiempo da mantenimiento a los equipos de cómputo de su hogar?

- a) Cada mes ()
- b) Cada seis meses ()
- c) Cada año ()
- d) Cuando estén con fallas técnicas ()

Tabla 3. 56: Cada que tiempo da mantenimiento a los equipos de cómputo de su hogar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cada mes	3	3,9	4,1	4,1
	Cada seis meses	18	23,4	24,3	28,4
	Cada año	10	13,0	13,5	41,9
	Cuando este con fallas técnicas	43	55,8	58,1	100,0
	Total	74	96,1	100,0	
Perdidos	Sistema	3	3,9		
Total		77	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

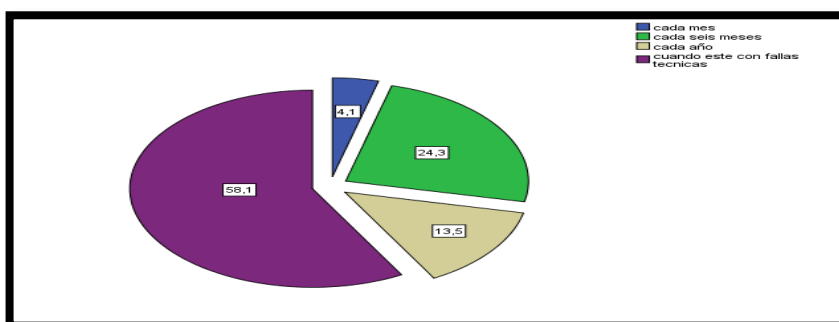


Gráfico 3. 50: Cada que tiempo da mantenimiento a los equipos de cómputo de su hogar

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

Los 74 hogares que tienen computadora representan el 100%, de los cuales el 4,1% (3 hogares) dan mantenimiento a los equipos de cómputo cada mes, el 24,3% (18 hogares) cada seis meses, el 13,5% (10 hogares) cada año y el 58,1% (43 hogares) cuando tiene fallas técnicas.

Interpretación

El mantenimiento a los equipos de cómputo en el hogar no se da a menudo solo cuando tienen fallas técnicas, por esta razón los hogares no tienen un gasto alto en el mantenimiento de los equipos de cómputo siendo un ahorro para ellos.

6. ¿Posee el servicio de internet en su hogar? si su respuesta es afirmativa continúe respondiendo caso contrario pase a la pregunta número 9

a) Si ()

b) No ()

En qué lugar hace uso del internet:

- Institución educativa ()
- Centros de cómputo ()
- Trabajo ()
- Otro ()

Tabla 3. 57: Posee el servicio de internet en su hogar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	57	74,0	74,0	74,0
	No	20	26,0	26,0	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

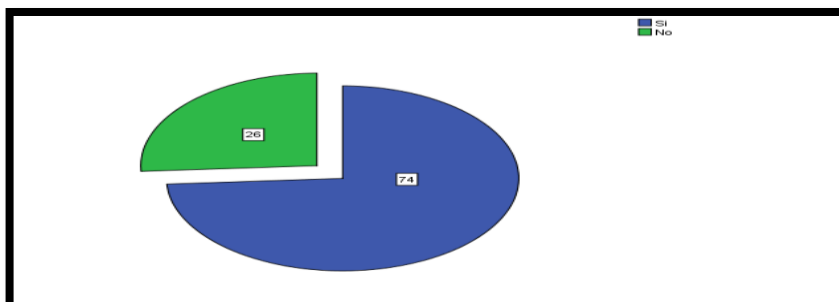


Gráfico 3. 51: Posee el servicio de internet en su hogar

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 77 encuestados que corresponden el 100% se ha obtenido que el 74% (57 hogares) de los encuestados tienen el servicio de internet en el hogar, mientras que el 26% (20 hogares) no lo poseen.

Interpretación

El internet es indispensable para las actividades diarias y los hogares han considerado contar con el servicio de internet el 74% de los encuestados lo posee y la demanda por este servicio ha incrementado, motivo por el cual la empresa SOLINTHA S.A. debe mejorar su publicidad para que los demandantes conozcan de este servicio de internet que brinda.

Tabla 3. 58: En qué lugar hace uso del internet

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Institución educativa	2	2,6	10,0	10,0
	Centros de computo	10	13,0	50,0	60,0
	Trabajo	8	10,4	40,0	100,0
	Total	20	26,0	100,0	
Perdidos	Sistema	57	74,0		
Total		77	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

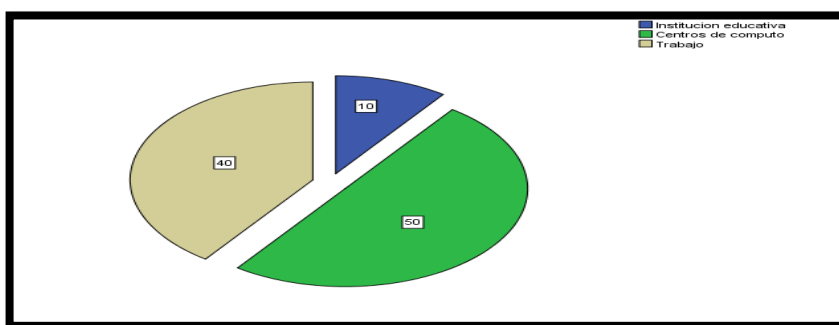


Gráfico 3. 52: En qué lugar hace uso del internet

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 77 encuestados que corresponden el 100% se ha obtenido que el 10% (2 hogares) de los hogares hacen uso del internet en instituciones educativas, el 50% (10 hogares) en centros de cómputo y el 40% (8 hogares) en el trabajo.

Interpretación

El 26% de los encuestados que no tienen internet en el hogar, no creen indispensable tener un proveedor de internet, ya que la mayoría del tiempo están fuera de la casa o en el trabajo y sería un gasto en vano adquirir este servicio.

7. ¿Con qué frecuencia hace uso del servicio de internet?

- a) Diariamente ()
- b) Una o más veces a la semana ()
- c) Una vez al mes ()
- d) Dos o tres veces al mes ()

Tabla 3. 59: Con qué frecuencia hace uso del servicio de internet

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Diariamente	46	59,7	80,7	80,7
	Una o más veces a la semana	8	10,4	14,0	94,7
	una vez al mes	3	3,9	5,3	100,0
	Total	57	74,0	100,0	
Perdidos	Sistema	20	26,0		
Total		77	100,0		

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Fuente: Investigación de campo

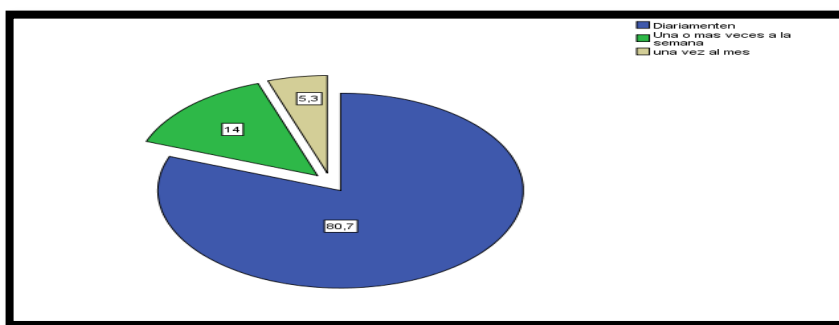


Gráfico 3. 53: Con qué frecuencia hace uso del servicio de internet

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 77 encuestados, 57 hogares tienen internet los que representan el 100% de los cuales el 80,7% (46 hogares) hacen uso de internet diariamente, el 14% (8 hogares) una o más veces a la semana y el 5,3% (3 hogares) una vez al mes.

Interpretación

Debe la empresa SOLINTHA S.A. promocionar el servicio de internet en especial en los hogares, ya que en la actualidad es indispensable el uso del internet para realizar las diferentes actividades diarias, de esta manera la empresa captará más clientes.

8. ¿Cuál es su proveedor de internet?

- a) CNT ()
- b) Movistar ()
- c) Claro ()
- d) Punto Net ()
- e) Solintha S.A. ()
- f) Otro (Mencione cual es).....

Tabla 3. 60: Cuál es su proveedor de internet

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CNT	45	58,4	78,9	78,9
	Movistar	4	5,2	7,0	86,0
	Claro	2	2,6	3,5	89,5
	Punto Net	3	3,9	5,3	94,7
	Solintha S.A.	1	1,3	1,8	96,5
	Otros	2	2,6	3,5	100,0
	Total	57	74,0	100,0	
Perdidos	Sistema	20	26,0		
Total		77	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

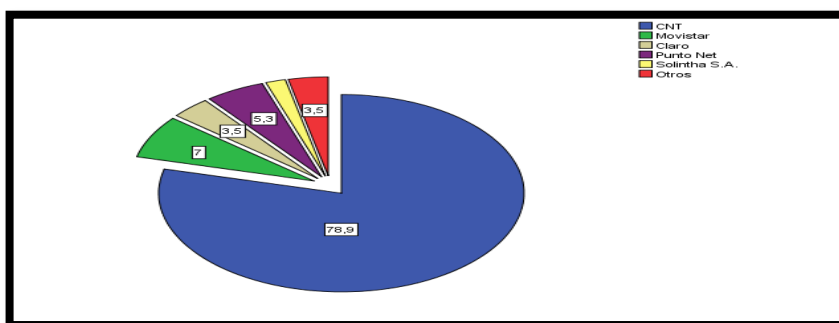


Gráfico 3. 54: Cuál es su proveedor de internet

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 77 encuestados, 57 hogares tienen internet los que representan el 100% de los cuales el 78,9% (45 hogares) tienen como proveedor fijo CNT, el 7% (4 hogares) movistar, el 3,5% (2 hogares) claro, el 5,3% (3 hogares) punto net, el 1,8% (1 hogar) SOLINTHA S.A. y el 3,5% (2 hogares) que corresponde a otros proveedores.

Interpretación

El proveedor de internet más utilizado del cantón Latacunga es CNT con el 78,9% por lo que es indispensable que la empresa SOLINTHA S.A. promocióne el servicio de internet que ofrece para captar más clientes y aumentar su portafolio.

9. ¿Cuánto paga por el servicio de internet?

- a) \$18 ()
- b) \$25 ()
- c) Otro (cuanto) \$.....

Tabla 3. 61: Cuánto paga por el servicio de internet

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$18	20	26,0	35,1	35,1
	\$25	22	28,6	38,6	73,7
	otro	15	19,5	26,3	100,0
	Total	57	74,0	100,0	
Perdidos	Sistema	20	26,0		
Total		77	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

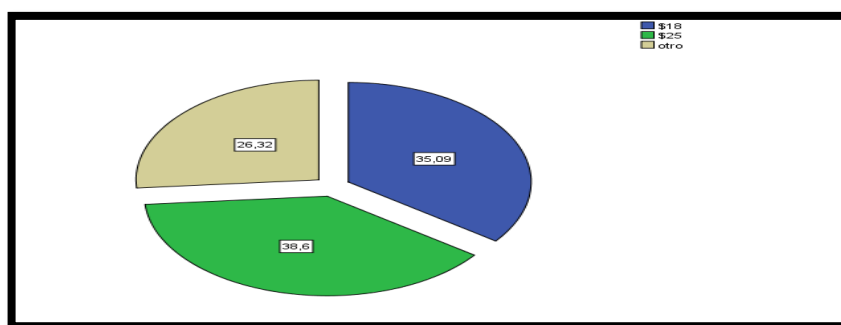


Gráfico 3. 55: Cuánto paga por el servicio de internet

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 77 encuestados, 57 hogares tienen internet los que representan el 100% de los cuales el 35,1% (20 hogares) cancelan por el servicio de internet \$18, el 38,6% (22 hogares) pagan \$22, y el 26,3% (15 hogares) corresponde a otros montos.

Interpretación

Debe considerar la empresa SOLINTHA S.A. cobrar por el servicio de internet montos que no sobrepases de los que están dispuesto a pagar las

personas, ya que ellos no necesitan contratar internet con más megas de lo necesario, de esta manera la empresa podrá conseguir más clientes y al mismo tiempo satisfacer sus necesidades.

10. ¿Ha escuchado hablar de la Empresa SOLINTHA S.A. (Grupo Corporación FÉNIX)?

- a) Si ()
 b) No ()

Tabla 3. 62: Ha escuchado hablar de la Empresa SOLINTHA S.A.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	20	26,0	26,0	26,0
	No	57	74,0	74,0	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

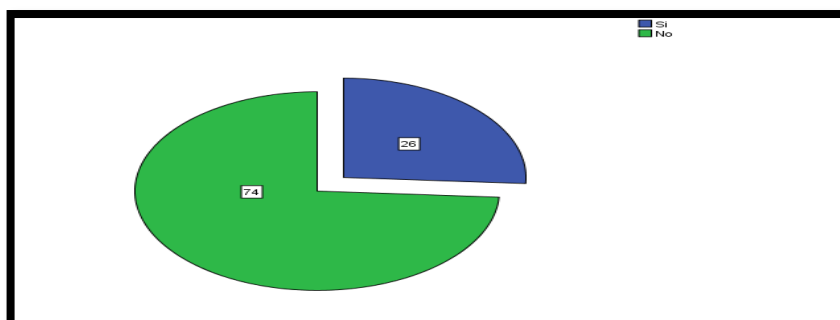


Gráfico 3. 56: Ha escuchado hablar de la Empresa Solintha S.A.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 77 encuestados que corresponden el 100% se ha obtenido que el 26% (20 hogares) de los hogares si han escuchado hablar de la empresa Solintha S.A. mientras que el 74% (57 hogares) no conocen a la empresa.

Interpretación

Por el poco tiempo que la empresa lleva en el mercado no es conocida y son poca las personas que saben de la empresa, por lo que es

indispensable que la empresa ponga énfasis en la publicidad de los productos y servicios que ofrece para conseguir más clientes en el cantón Latacunga.

11. ¿Ha adquirido productos o a utilizado los servicios de esta empresa? si su respuesta es afirmativa continúe respondiendo caso contrario pase a la pregunta número 16

- a) Si ()
 b) No ()

Tabla 3. 63: Ha adquirido productos o ha utilizado los servicios de esta empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	5	6,5	6,5	6,5
	no	72	93,5	93,5	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

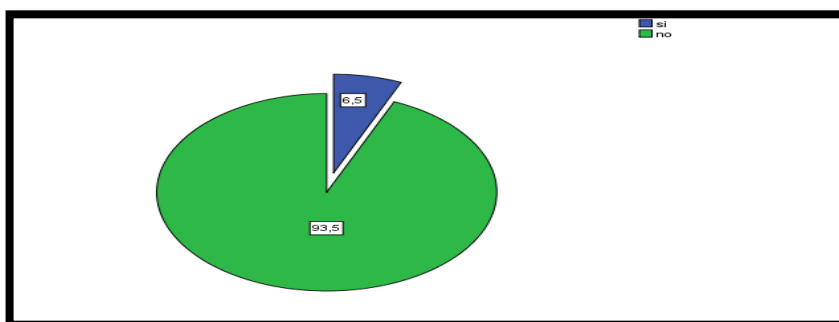


Gráfico 3. 57: Ha adquirido productos o ha utilizado los servicios de esta empresa

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 77 encuestados que corresponden el 100% se ha obtenido que el 6,5% (5 hogares) de los hogares han adquirido los productos y utilizado los servicios de la empresa, mientras que el 93,5% (72 hogares) no lo han hecho.

Interpretación

Debe la empresa darse a conocer a través de la publicidad, ya que la empresa tiene como dificultada ser nueva en el mercado, motivo por el cual no tiene acogida en el cantón Latacunga como proveedor de equipos y suministros de hardware y el servicio de internet.

12. ¿Qué servicios ha requerido de la empresa?

- a) Compra de implementos de hardware ()
 b) Servicio de internet ()
 c) Servicios de mantenimiento ()
 d) Otro (cual).....

Tabla 3. 64: Qué servicios ha requerido de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Compra de hardware	3	3,9	60,0	60,0
	servicio de internet	1	1,3	20,0	80,0
	Servicio de mantenimiento	1	1,3	20,0	100,0
	Total	5	6,5	100,0	
Perdidos	Sistema	72	93,5		
Total		77	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

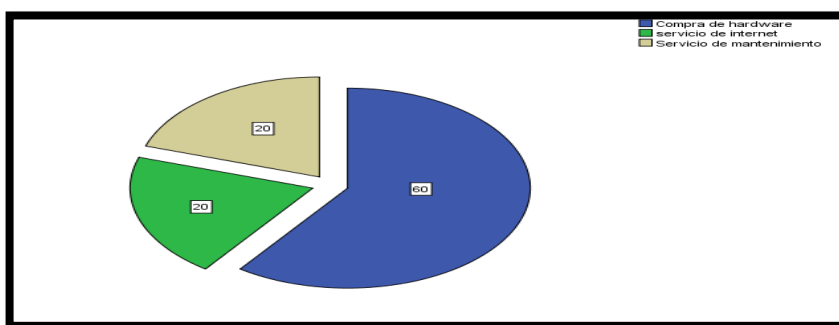


Gráfico 3. 58: Qué servicios ha requerido de la empresa

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 77 encuestados, 5 hogares utilizan los servicios de la empresa SOLINTHA S.A. los que representa el 100%, de los cuales el 60% (3 hogares) han comprado los equipos de hardware, el 20% (1 hogar) han utilizado el servicio de internet, y el 20% (1 hogar) han optado por el servicio de mantenimiento de los equipos de cómputo.

Interpretación

Debe la empresa tener una variedad de equipos y suministros de hardware como también contratar a los mejores técnicos para brindar un buen servicio y satisfacer las necesidades de los clientes.

13. ¿Qué característica considera importante para que usted opte por los productos y el servicio de esta empresa?

- a) Calidad ()
- b) Precio ()
- c) Servicio técnico ()
- d) Otro (cual).....

Tabla 3. 65: Qué característica considera importante para optar por los productos y el servicio de esta empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Calidad	3	3,9	60,0	60,0
	Precio	1	1,3	20,0	80,0
	Servicio Técnico	1	1,3	20,0	100,0
	Total	5	6,5	100,0	
Perdidos	Sistema	72	93,5		
Total		77	100,0		

Fuente: Investigación de campo

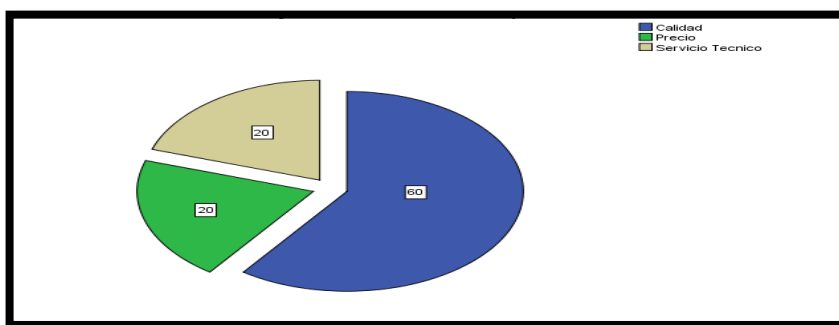


Gráfico 3. 59: Qué característica considera importante para optar por los productos y el servicio de esta empresa

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 77 encuestados, 5 hogares utilizan los servicios de la empresa SOLINTHA S.A. los que representa el 100%, de los cuales el 60% (3 hogares) prefieren la calidad del producto, el 20% (1 hogar) el precio y el 20% (1 hogar) el servicio técnico.

Interpretación

La calidad del producto es importante para los clientes por lo que la empresa debe considerar adquirir los productos de los mejores proveedores con el fin de satisfacer las expectativas de los clientes.

14. ¿Según su opinión que debe prevalecer entre vendedor y cliente para llegar a satisfacer las expectativas y mejorar la imagen de la empresa Solintha S.A.?

- a) Valores ()
- b) Calidad de personalidad ()
- c) Confianza ()
- d) Transparencia ()
- e) Atención oportuna ()

Tabla 3. 66: Según su opinión que debe prevalecer entre vendedor y cliente para llegar a satisfacer las expectativas y mejorar la imagen de la empresa Solintha S.A.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Valores	2	2,6	40	40
	Calidad de personalidad	1	1,3	20	60
	Confianza	0	0,0	0	60
	Transparencia	0	0,0	0	60
	Atención oportuna	2	2,6	40	100
	Total	5	6,5	100	
Perdidos	Sistema	72	93,5		
Total		77	100		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

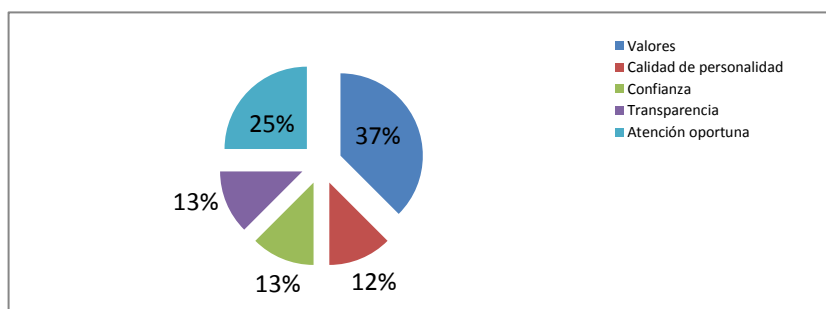


Gráfico 3. 60: Según su opinión que debe prevalecer entre vendedor y cliente para llegar a satisfacer las expectativas y mejorar la imagen de la empresa Solintha S.A.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De acuerdo con la opinión de las personas que adquieren el producto el 40% que corresponde a 2 personas consideran que deben prevalecer los valores en una comunicación, el 20% que pertenece a 1 persona prefiere la calidad de personalidad del vendedor y el 40% señala que la atención oportuna es importante.

Interpretación

Las personas encuestas dan la razón que en la comunicación debe prevalecer los valores seguida por la atención oportuna y la calidad de personalidad esto ayudara a la empresa a captar más clientes y satisfacer sus necesidades.

15. ¿Durante el tiempo que está adquiriendo el producto ha tenido problemas en el servicio de entrega del pedido?

- a) Si
- b) No

Tabla 3. 67: Durante el tiempo que está adquiriendo el producto ha tenido problemas en el servicio de entrega del pedido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	3	3,9	60	60
	No	2	2,6	40	100
	Total	5	6,5	100	
Perdidos	Sistema	72	93,5		
Total		77	100		

Fuente: Investigación de campo

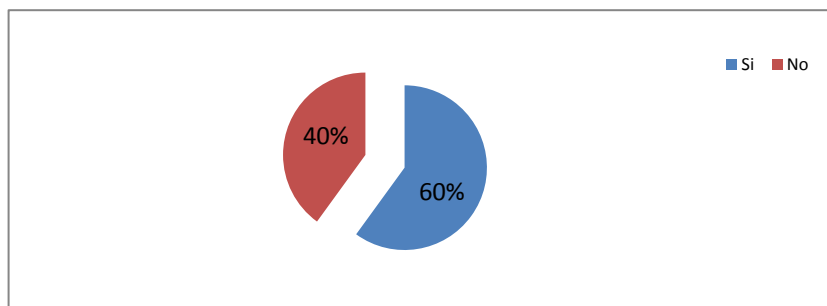


Gráfico 3. 61: Durante el tiempo que está adquiriendo el producto ha tenido problemas en el servicio de entrega del pedido

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De acuerdo a la encuesta el 60% que corresponde a 3 personas han tenido problemas en los pedidos que han realizado y el 40% que corresponde a dos personas no lo han tenido y afirman que los pedidos están a tiempo

Interpretación

La empresa Solitnha S.S. debe enfocarse en cumplir con los pedidos y tener stock suficiente para cubrir las necesidades de los clientes.

16. ¿Cuál es la forma de pago que usted utiliza con mayor frecuencia al adquirir equipos, suministros de hardware y por la prestación de servicio en esta empresa?

a) A contado ()

b) A crédito ()

Tabla 3. 68: Cuál es la forma de pago que utiliza con mayor frecuencia al adquirir equipos, suministros de hardware y por la prestación de servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Contado	4	5,2	80,0	80,0
	Crédito	1	1,3	20,0	100,0
	Total	5	6,5	100,0	
Perdidos	Sistema	72	93,5		
Total		77	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

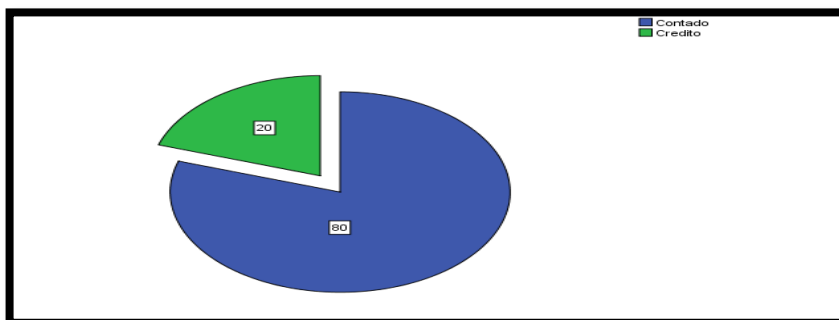


Gráfico 3. 62: Cuál es la forma de pago que utiliza con mayor frecuencia al adquirir equipos, suministros de hardware y por la prestación de servicio

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 77 encuestados, 5 hogares utilizan los servicios de la empresa SOLINTHA S.A. los que representa el 100%, de los cuales el 80% (4 hogares) adquieren el producto y lo pagan a contado, mientras que el 20% (1 hogar) lo pagan a crédito.

Interpretación

Las personas que adquieren los servicios de la empresa prefieren pagar al contado porque es conveniente hacerlo de esta manera, que pagar a crédito ya que el monto a pagar sería mayor.

17. ¿Cuál es su grado de satisfacción por los productos y servicios que oferta la empresa Solintha S.A. (Grupo Corporación FÉNIX)?

- a) Muy satisfecho ()
 b) Satisfecho ()
 c) Poco satisfecho ()

Tabla 3. 69: Cuál es su grado de satisfacción por los productos y servicios que oferta la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Satisfecho	4	5,2	80,0	80,0
	Satisfecho	1	1,3	20,0	100,0
	Total	5	6,5	100,0	
Perdidos	Sistema	72	93,5		
Total		77	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

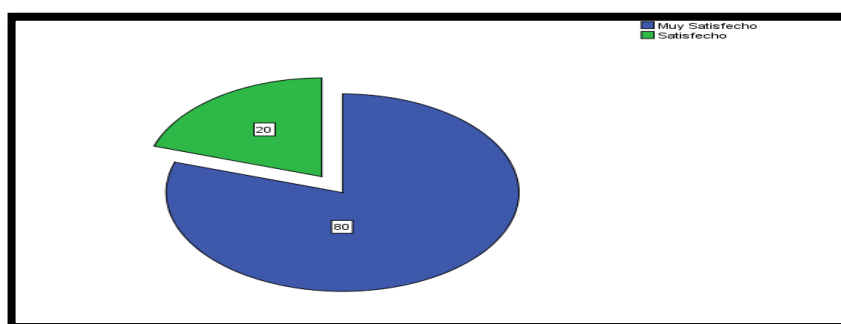


Gráfico 3. 63: Cuál es su grado de satisfacción por los productos y servicios que oferta la empresa

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 77 encuestados, 5 hogares utilizan los servicios de la empresa SOLINTHA S.A. los que representa el 100%, de los cuales el 80% (4 hogares) se encuentran muy satisfecho por la atención brindada por parte de la empresa y el 20% (1 hogar) se encuentra solo satisfecho por los servicios.

Interpretación

La empresa brinda un adecuado servicio a sus clientes por lo que se siente satisfecho por los productos y servicio que oferta la misma.

18. ¿Compraría los suministros, equipos de hardware y el servicio de internet que ofrece la empresa Solintha S.A. (Grupo Corporación FÉNIX)?

- a) Si ()
b) No ()

Tabla 3. 70: Compraría los suministros, equipos de hardware y el servicio de internet que ofrece la empresa Solintha S.A.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	55	71,4	71,4	71,4
	no	22	28,6	28,6	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

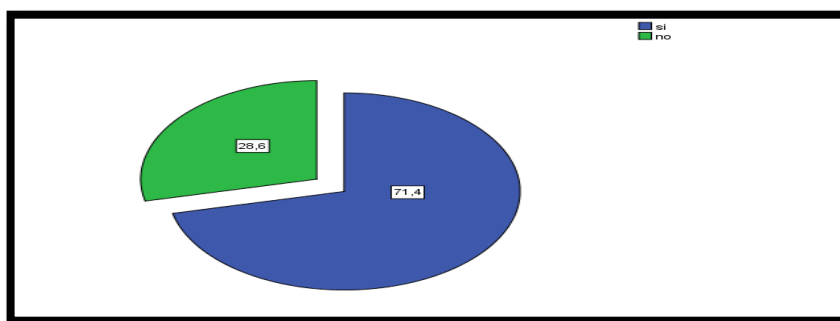


Gráfico 3. 64: Compraría los suministros, equipos de hardware y el servicio de internet que ofrece la empresa Solintha S.A.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 77 encuestados que corresponden el 100% se ha obtenido que el 71,4% (55hogares) de los hogares están dispuestos a comprar los suministros, equipos de hardware y utilizar el servicio de internet de la empresa, mientras que el 28,6% (22 hogares) no comprarían.

Interpretación

La mayoría de los hogares están dispuestos a comprar los productos y utilizar el servicio de internet que oferta la empresa, por lo que es indispensable que la empresa promoción los productos para captar más clientes en el cantón Latacunga.

Segmento: Empresas y negocios

PREGUNTAS

1. ¿Cuenta con un proveedor fijo que le venda suministros, equipos de hardware e internet dentro del Cantón Latacunga?

- a) Si ()
b) No ()

Tabla 3. 71: Cuenta con un proveedor fijo que le venda suministros, equipos de hardware e internet dentro del Cantón Latacunga

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	26	44,8	44,8	44,8
	No	32	55,2	55,2	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

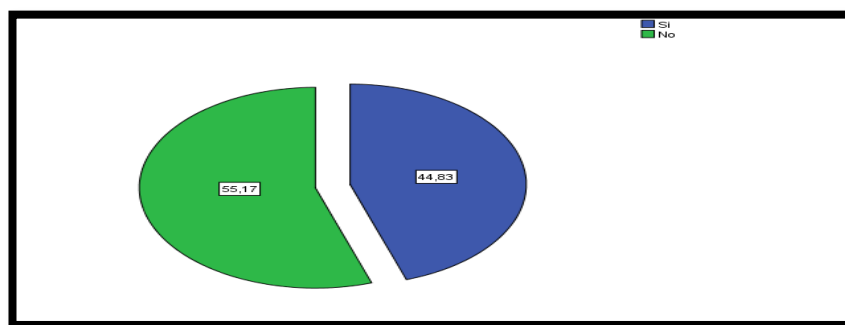


Gráfico 3. 65: Cuenta con un proveedor fijo que le venda suministros, equipos de hardware e internet dentro del Cantón Latacunga

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 58 encuestados que corresponden al 100% se ha obtenido que el 44,8% (26 empresas) de las empresas y negocios cuentan con un proveedor fijo dentro del cantón Latacunga, mientras que el 55,2% (32 empresas) tienen proveedores fuera del cantón Latacunga

Interpretación

El 55,2% de las empresas y negocios que compran los productos de otros proveedores, cree que es conveniente hacerlo ya que pueden encontrar variedad de equipos y suministros de hardware a precios bajos.

2. ¿Qué características considera su empresa y/o negocio al momento de efectuar la compra de suministros y equipos de hardware?

- a) Precio ()
- b) Soporte técnico ()
- c) Durabilidad ()
- d) Calidad del producto ()
- e) Otro (cual).....

Tabla 3. 72: Qué características considera su empresa y/o negocio al momento de efectuar la compra de suministros y equipos de hardware

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Precio	8	13,8	13,8	13,8
	Soporte Técnico	13	22,4	22,4	36,2
	Durabilidad	15	25,9	25,9	62,1
	Calidad del producto	22	37,9	37,9	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

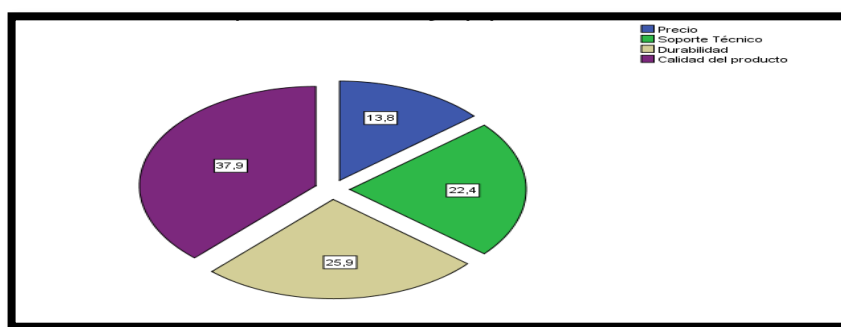


Gráfico 3. 66: Qué características considera su empresa y/o negocio al momento de efectuar la compra de suministros y equipos de hardware

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 58 encuestados que corresponden al 100% se ha obtenido que el 37,9% (22 empresas) de las empresas y negocios considera como característica importante la calidad del producto, el 22,4% (13 empresas) el soporte técnico, el 25,9% (15 empresas) la durabilidad y el 13,8% (8 hogares) el precio del producto.

Interpretación

Las características que las empresas y negocios consideran importante al momento de comprar el producto es la calidad, soporte técnico y durabilidad por el hecho de que la prestación de servicio es a través de los equipos de hardware, motivo por el cual la empresa debe enfocarse en estas tres características para la satisfacción del cliente.

3. ¿Cuán importante cree usted que es la adquisición de equipos, suministros de hardware y el servicio de internet en su empresa y/o negocio?

- a) Muy importante ()
 b) Importante ()
 c) Poco importante ()

Tabla 3. 73: Cuán importante es la adquisición de equipos, suministros de hardware y el servicio de internet en su empresa y/o negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy importante	43	74,1	74,1	74,1
	Importante	15	25,9	25,9	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

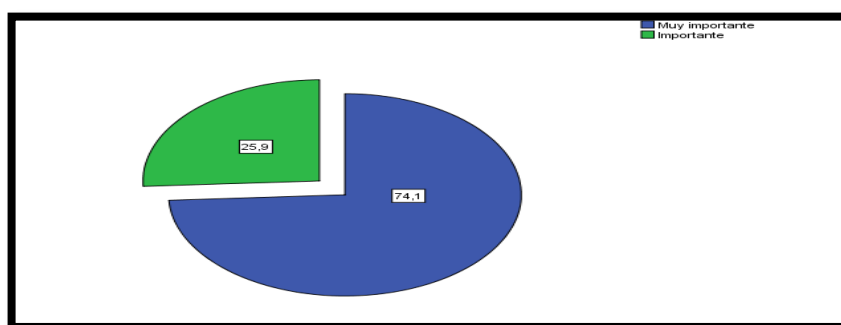


Gráfico 3. 67: Cuán importante es la adquisición de equipos, suministros de hardware y el servicio de internet en su empresa y/o negocio

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 58 encuestados que corresponden al 100% se ha obtenido que el 74,1% (43 empresas) de las empresas y negocios consideran muy importante la adquisición de los equipos y suministros de hardware, mientras que 25,9% (15 empresas) consideran importante.

Interpretación

La empresa SOLINTHA S.A. debe tener en cuenta que hoy en día la demanda por la adquisición de equipos y suministros de hardware es alta e indispensable para las actividades diarias de las empresas y negocios, motivo por el cual la empresa debe ofrecer variedad y calidad del productos.

4. ¿Cuál es su proveedor de suministros y equipos de hardware?

- a) AJ Computación ()
- b) PC Computer ()
- c) Compu servicios ()
- d) Solintha S.A. ()
- e) Otro (cual).....

Tabla 3. 74: Cuál es su proveedor de suministros y equipos de hardware

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	AJ Computación	11	19,0	19,0	19,0
	PC Computer	7	12,1	12,1	31,0
	Compu Servicios	9	15,5	15,5	46,6
	Solintha S.A.	7	12,1	12,1	58,6
	Otros	24	41,4	41,4	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

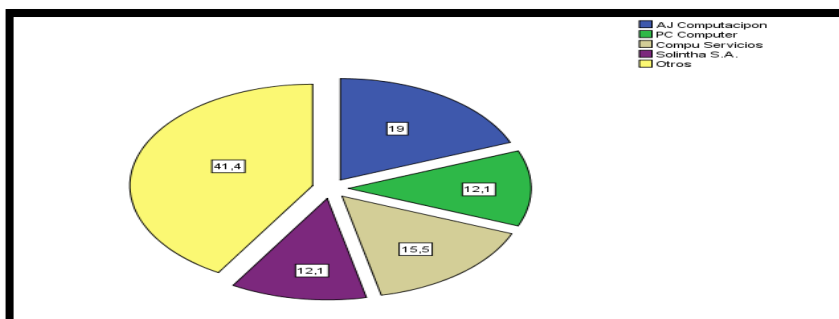


Gráfico 3. 68: Cuál es su proveedor de suministros y equipos de hardware

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 58 encuestados que corresponden al 100% se ha obtenido que el 19% (11 empresas) de las empresas y negocios tienen como proveedor de equipos de hardware AJ Computación, el 12,1% (7 empresas) PC Computer, el 15,5% (9 empresas) Compu servicios, el 12,1% (7 empresas) SOLINTHA S.A. y el 41,4% (24 empresas) otros proveedores

Interpretación

La competencia fuerte que tiene la empresa SOLINTHA S.A. es fuera del cantón Latacunga por ejemplo proveedores de Quito, Ambato, Guayaquil, La Maná, Sigchos, mientras que dentro del cantón Latacunga la competencia es AJ Computación.

5. ¿Cada que tiempo compra suministros y equipos de hardware?

- a) Cada mes ()
 b) Cada seis meses ()
 c) Cada año ()
 d) Otro (cada que tiempo).....

Tabla 3. 75: Cada que tiempo compra suministros y equipos de hardware

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cada mes	7	12,1	12,1	12,1
	Cada seis meses	17	29,3	29,3	41,4
	Cada año	22	37,9	37,9	79,3
	Otro	12	20,7	20,7	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

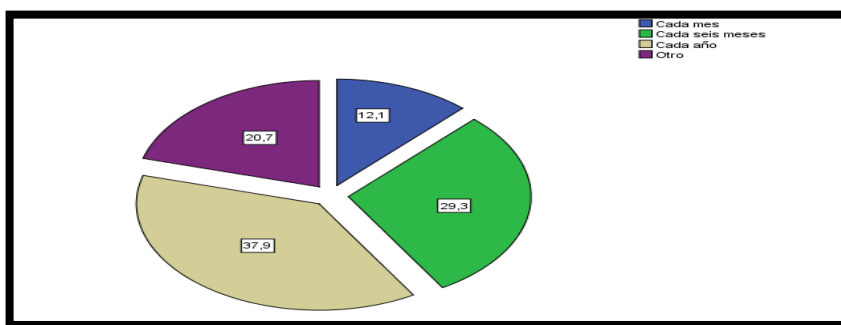


Gráfico 3. 69: Cada que tiempo compra suministros y equipos de hardware

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 58 encuestados que corresponden al 100% se ha obtenido que el 12,1% (7 empresas) de las empresas y negocios compran los equipos de hardware cada mes, el 29,3% (17 empresas) cada seis meses, el 37,9% (22 empresas) cada año y el 20,7% (12 empresas) solo cuando lo necesitan.

Interpretación

Por el hecho de que la prestación de servicio de las empresas y negocios es a través de los equipos de hardware, creen importante realizar la compra cada año para un rendimiento adecuado de sus actividades.

6. ¿Cuál es su proveedor de internet?

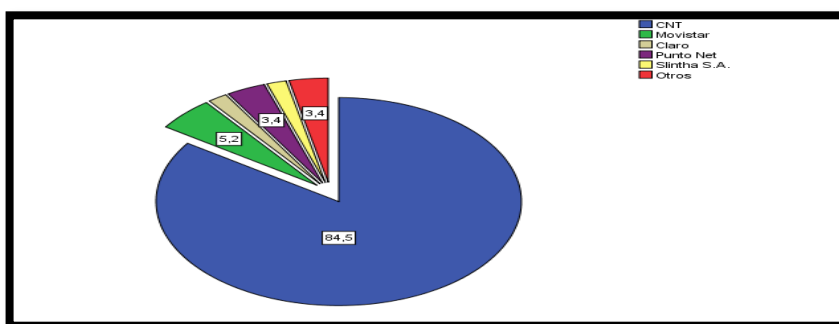
- a) CNT ()
- b) Movistar ()
- c) Claro ()
- d) AJ Computación ()
- e) Punto Net ()
- f) Solintha S.A. ()
- g) Otro (cual).....

Tabla 3. 76: Cuál es su proveedor de internet

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CNT	49	84,5	84,5	84,5
	Movistar	3	5,2	5,2	89,7
	Claro	1	1,7	1,7	91,4
	Punto Net	2	3,4	3,4	94,8
	Slintha S.A.	1	1,7	1,7	96,6
	Otros	2	3,4	3,4	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

**Gráfico 3. 70: Cuál es su proveedor de internet**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 58 encuestados que corresponden al 100% se ha obtenido que el 84,5% (49 empresas) de las empresas y negocios tiene como proveedor fijo de internet CNT, el 5,2% (3 empresas) movistar, el 1,7% (1 empresa) claro, el 3,4% (2 empresas) punto net, el 1,7% (1 empresa) SOLINTHA S.A. y el 3,4% (2 empresas) tienen otro proveedor de internet.

Interpretación

El proveedor de internet más utilizado del cantón Latacunga por parte de las empresas y negocios es CNT, la empresa SOLINTHA S.A. debe promocionar el servicio de internet a este segmento y así poder captar clientes y aumentar su portafolio.

7. ¿Cada que tiempo da mantenimiento a los equipos de cómputo de la empresa y/o negocio?

- a) Cada mes ()
- b) Cada seis meses ()
- c) Cada año ()
- d) Cuando estén con fallas técnicas ()
- e) Otro (cual).....

Tabla 3. 77: Cada que tiempo da mantenimiento a los equipos de cómputo de la empresa y/o negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cada mes	12	20,7	20,7	20,7
	Cada seis meses	22	37,9	37,9	58,6
	Cada año	4	6,9	6,9	65,5
	Cuando esté con fallas técnicas	18	31,0	31,0	96,6
	Otros	2	3,4	3,4	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

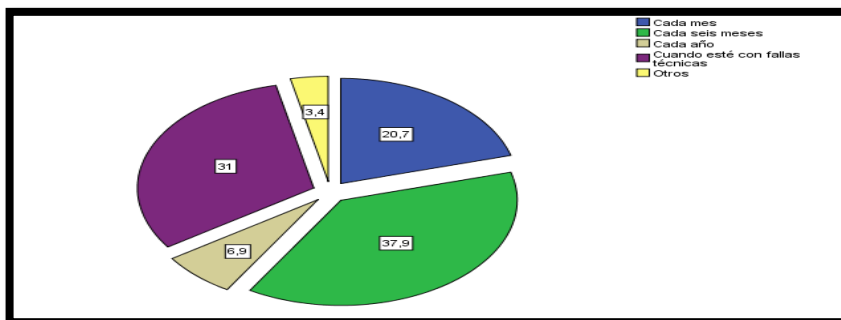


Gráfico 3. 71: Cada que tiempo da mantenimiento a los equipos de cómputo de la empresa y/o negocio

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 58 encuestados que corresponden al 100% se ha obtenido que el 20,7% (12 empresas) de las empresas dan mantenimiento a los equipos de hardware cada mes, el 37,9% (22 empresas) cada seis meses, el 6,9% (4

empresas) cada año, el 31% (18 empresas) cuando están con fallas técnicas y el 3,4% (2 empresas) cuando lo necesite.

Interpretación

La mayoría de empresas y negocios creen conveniente realizar el mantenimiento de los equipos de cómputo cada seis meses para que así el rendimiento de las maquinas sean adecuadas pero también no descartan el hecho de realizar siempre cuando lo necesiten en especial los centros de cómputo por lo virus que se contagian a las maquinas.

8. ¿Cuánto asigna de presupuesto mensual para:

a) El mantenimiento y adquisición de equipos informáticos

- \$50 ()
- \$100 ()
- \$200 ()
- Otro (Cuánto).....

Tabla 3. 78: Cuánto asigna de presupuesto mensual para el mantenimiento de equipos informáticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$50	7	12,1	12,1	12,1
	\$100	14	24,1	24,1	36,2
	\$200	17	29,3	29,3	65,5
	Otro	20	34,5	34,5	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

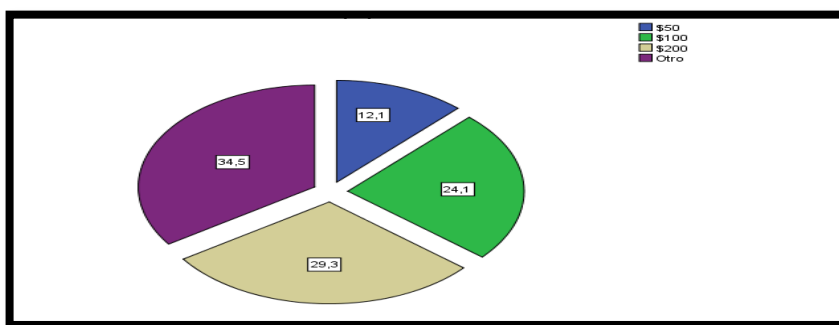


Gráfico 3. 72: Cuánto asigna de presupuesto mensual para el mantenimiento de equipos informáticos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 58 encuestados que corresponden al 100% se ha obtenido que el 12,1% (7 empresas) de las empresas y negocios asigna de presupuesto para el mantenimiento de equipos de cómputo \$50, el 24,1% (14 empresas) \$100, el 29,3% (17 empresas) \$200 y el 34,5% (20 empresas) asigna otros valores.

Interpretación

Es importante dar mantenimiento a los equipos de cómputo, por lo que las empresas y negocios tienen un presupuesto asignado para este rubro, en cambio otras empresas no tienen un presupuesto ya que consideran que no es indispensable porque los gastos de este rubro son bajos.

La empresa SOLINTHA S.A. debe promocionar el servicio técnico que oferta en especial al segmento de las empresas o negocios con el fin de captar más clientes.

b) Por el servicio de internet

- \$25 ()
- \$50 ()
- \$100 ()
- \$200 ()

- Otro (Cuánto).....

Tabla 3. 79: Cuánto asigna de presupuesto mensual para el servicio de internet

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$25	16	27,6	27,6	27,6
	\$50	22	37,9	37,9	65,5
	\$100	14	24,1	24,1	89,7
	\$200	2	3,4	3,4	93,1
	Otro	4	6,9	6,9	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

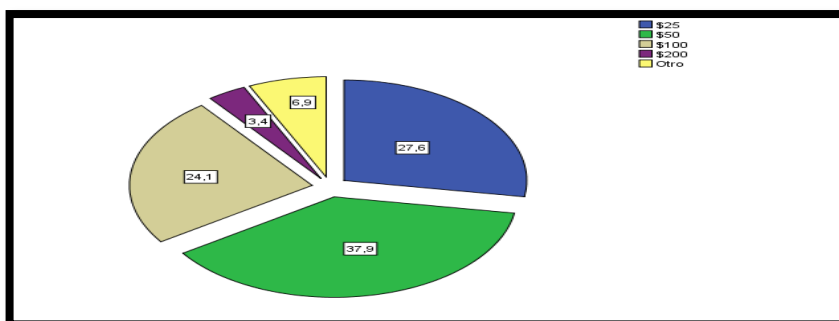


Gráfico 3. 73: Cuánto asigna de presupuesto mensual para el servicio de internet

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 58 encuestados que corresponden al 100% se ha obtenido que el 27,6% (16 empresas) de las empresas y negocios pagan por el servicio de internet \$25, el 37,9% (22 empresas) paga \$50, el 24,1% (14 empresas) paga \$100, el 3,4% (2 empresas) paga \$200 y el 6,9% (4 empresas) paga otro monto por el servicio de internet.

Interpretación

Hoy en día el internet es indispensable para facilitar las actividades diarias que desempeñan las empresas, el monto que pagan depende del lugar en donde se ubique y el tamaño de la empresa o negocio.

9. ¿Ha escuchado hablar de la empresa Solintha S.A. (Grupo Corporación FÉNIX)?

- a) Si ()
b) No ()

Tabla 3. 80: Ha escuchado hablar de la empresa Solintha S.A.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	22	37,9	37,9	37,9
	No	36	62,1	62,1	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

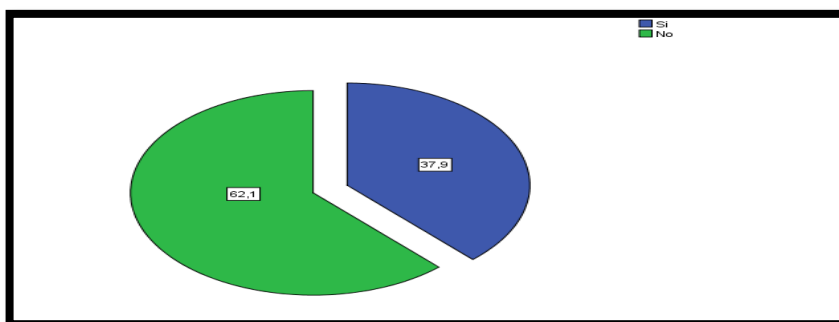


Gráfico 3. 74: Ha escuchado hablar de la empresa Solintha S.A.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 58 encuestados que corresponden al 100% se ha obtenido que el 37,9% (22 empresas) de las empresas y negocios si han escuchado hablar de la empresa SOLINTHA S.A., mientras que el 62,1% (36 empresas) no conocen a la empresa.

Interpretación

Por el poco tiempo que la empresa lleva en el mercado no es conocida y son poca las empresas y negocios que saben de la empresa, por lo que es indispensable que la empresa ponga énfasis en la publicidad de los

productos y servicios que ofrece para conseguir más clientes en el cantón Latacunga.

10. ¿Ha utilizado alguna vez los servicios de la empresa Solintha S.A. (Grupo Corporación FÉNIX)? si su respuesta es afirmativa continúe con la encuesta caso contrario pase a la pregunta número 15

- a) Si ()
b) No ()

Tabla 3. 81: Ha utilizado alguna los servicios de la empresa Solintha S.A.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	8	13,8	13,8	13,8
	No	50	86,2	86,2	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

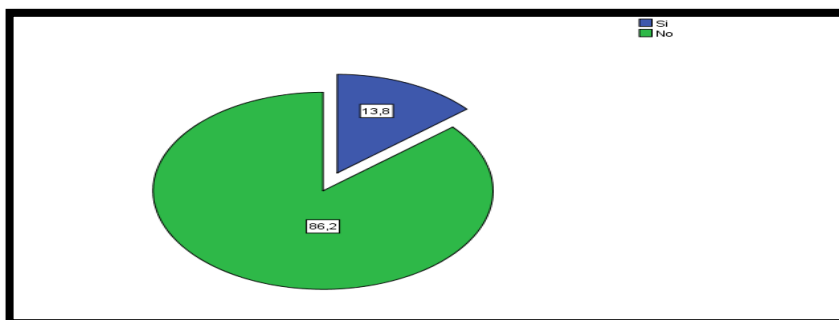


Gráfico 3. 75: Ha utilizado alguna los servicios de la empresa Solintha S.A.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 58 encuestados que corresponden al 100% se ha obtenido que el 13,8% (8 empresas) de las empresas han utilizado los servicios de la empresa SOLINTHA S.A., mientras que el 86,2% (50 empresas) no lo ha hecho.

Interpretación

El porcentaje de empresas que han adquirido los servicios de la empresa SOLINTHA S.A. es bajo, siendo el problema más relevante ser nueva en el mercado, motivo por el cual no tiene acogida en el cantón Latacunga como proveedor de equipos, suministros de hardware y el servicio de internet.

11. ¿Qué servicios ha utilizado de la empresa Solintha S.A. (Grupo Corporación FÉNIX)?

- a) Compra de implementos de hardware ()
 b) Servicio de internet ()
 c) Servicios de mantenimiento ()
 d) Otro (cual).....

Tabla 3. 82: Qué servicios ha utilizado de la empresa Solintha S.A.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Compra de implementos de hardware	7	12,1	87,5	87,5
	Servicio de Internet	1	1,7	12,5	100,0
	Total	8	13,8	100,0	
Perdidos	Sistema	50	86,2		
Total		58	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

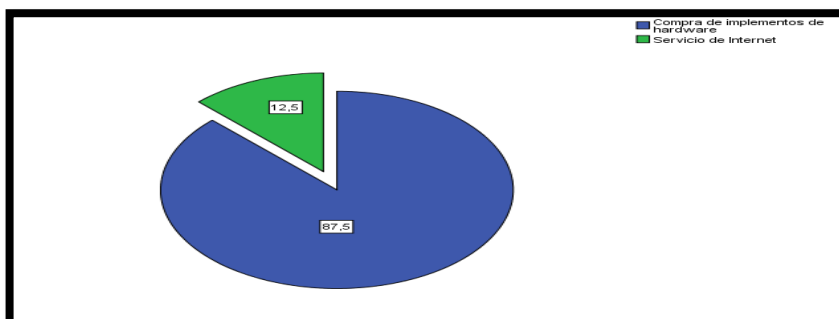


Gráfico 3. 76: Qué servicios ha utilizado de la empresa Solintha S.A.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 58 encuestados, 7 empresas que viene hacer el 100% han utilizado los servicios de la empresa SOLINTHA S.A. se ha obtenido que el 87,5% (7 empresas) de las empresas y negocios han comprado implementos de hardware, mientras que el 12,5% (1 empresa) han utilizan los servicio de internet.

Interpretación

Debe la empresa tener una variedad de equipos y suministros de hardware y ofrecer un adecuado servicio de internet para satisfacer las necesidades de los clientes.

12. ¿Qué características toma en cuenta usted para adquirir los productos y el servicio de la empresa?

- a) Calidad del producto ()
- b) Precio ()
- c) Servicio técnico ()
- d) Otro (cual).....

Tabla 3. 83: Qué características toma en cuenta para adquirir los productos y el servicio de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Calidad del producto	4	6,9	50,0	50,0
	Precio	1	1,7	12,5	62,5
	Servicio técnico	3	5,2	37,5	100,0
	Total	8	13,8	100,0	
Perdidos	Sistema	50	86,2		
Total		58	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

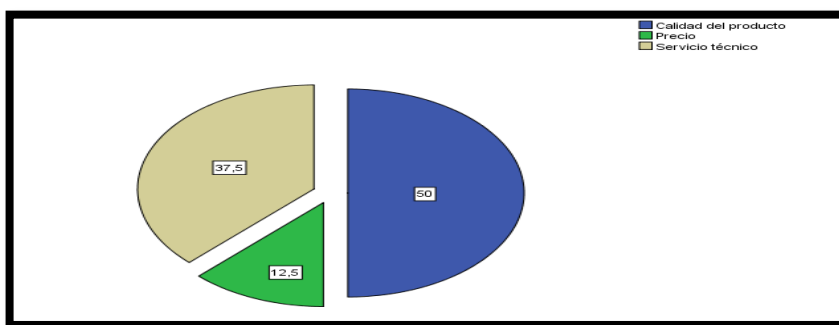


Gráfico 3. 77: Qué características toma en cuenta para adquirir los productos y el servicio de la empresa

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

Las 7 empresas que afirman utilizar los servicios de la empresa SOLINTHA S.A. representan el 100% de los cuales el 50% (4 empresas) prefieren la calidad a la hora de adquirir el producto, el 12,5% (1 empresas) el precio y el 37,5% (3 empresas) el servicio técnico.

Interpretación

La calidad del producto es importante para las empresas y negocios por lo que la empresa debe considerar adquirir los productos de los mejores proveedores con el fin de satisfacer las expectativas de los clientes.

13. ¿Usted como empresario del local considera que la empresa Solitha S.A. cuenta con estrategias para la captación de clientes?

- a) Si ()
- b) No ()

Tabla 3. 84: Usted como empresario del local considera que la empresa Solitha S.A. cuenta con estrategias para la captación de clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	3	5,2	37,5	37,5
	No	5	8,6	62,5	100
	Total	8	13,8	100	
Perdidos	Sistema	50	86,2		
Total		58	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

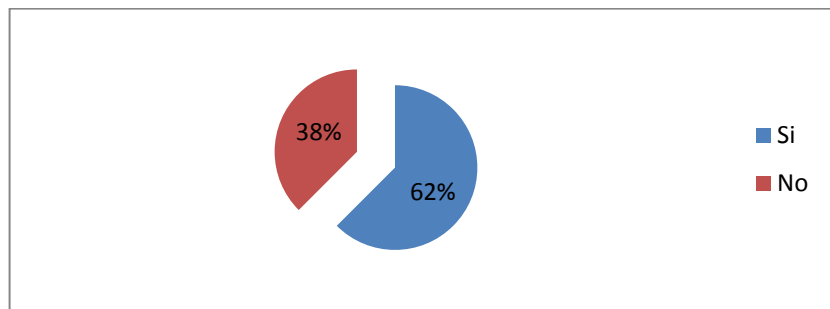


Gráfico 3. 78: Usted como empresario del local considera que la empresa Solitha S.A. cuenta con estrategias para la captación de clientes

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De acuerdo con la opinión de los encuestados el 38% que corresponde a 3 personas consideran que la empresa si tiene estrategias que permite captar clientes y el 62% que corresponde a 5 personas opinan que no poseen estrategia que incentiven a la compra del producto.

Interpretación

Según las encuestas consideran las personas que la empresa Solintha S.A. no cuenta con estrategias que permitan captar clientes a diferencia de otros almacenes del cantón Latacunga por lo que es importante considerar que estrategias son las adecuadas para el crecimiento y desarrollo de la organización en el mercado.

14. ¿Usted considera que la empresa Solintha S.A. cuenta con el stock suficiente para cumplir con los pedidos?

- a) Si ()
- b) No ()

Tabla 3. 85: Usted considera que la empresa Solintha S.A. cuenta con el stock suficiente para cumplir con los pedidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	2	3,4	25	25
	No	6	10,3	75	100
	Total	8	13,8	100	
Perdidos	Sistema	50	86,2		
Total		58	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

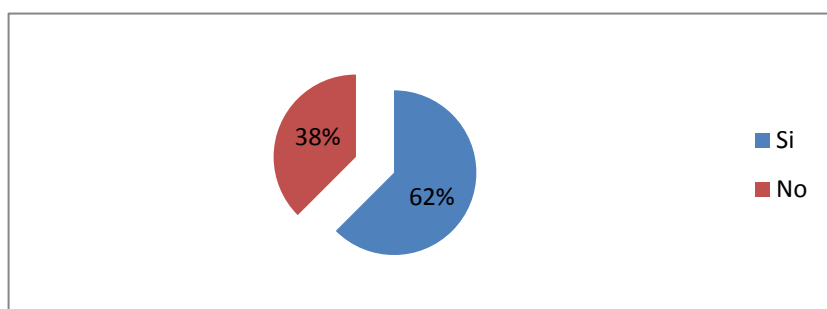


Gráfico 3. 79: Usted considera que la empresa Solintha S.A. cuenta con el stock suficiente para cumplir con los pedidos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De 58 personas que corresponde al 100%, el 25% que corresponde a dos personas consideran que la empresa cuenta con stock suficiente para respaldar los pedidos mientras que el 75% que corresponde a 6 personas afirman que no cuentan con el stock suficiente para los pedidos.

Interpretación

Según las encuestas el mayor número de almacenes consideran que la empresa no cuenta con stock suficiente que respalden los pedidos esto hacen que los cliente no se fidelicen con la entidad sino que se vaya a la competencia a adquirir los productos que no poseen por lo que es importante tener un control e inventario s

15. ¿Según su opinión que debe prevalecer entre vendedor y cliente para llegar a satisfacer las expectativas y mejorar la imagen de la empresa?

- a) Valores ()
 b) Calidad de personalidad ()
 c) Confianza ()
 d) Transparencia ()
 e) Atención oportuna ()

Tabla 3. 86: Según su opinión que debe prevalecer entre vendedor y cliente para llegar a satisfacer las expectativas y mejorar la imagen de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Valores	3	5,2	37,5	37,5
	Calidad de personalidad	1	1,7	12,5	50
	Confianza	1	1,7	12,5	62,5
	Transparencia	1	1,7	12,5	75
	Atención oportuna	2	3,4	25	100
	Total	8	13,8	100	
Perdidos	Sistema	50	86,2		
Total		58	100		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

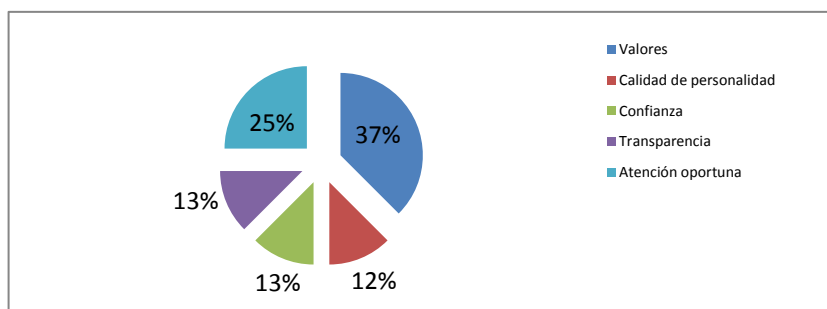


Gráfico 3. 80: Según su opinión que debe prevalecer entre vendedor y cliente para llegar a satisfacer las expectativas y mejorar la imagen de la empresa

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De 58 personas que corresponde el 100%, el 37.5% que corresponde a 3 personas considerarán que los valores en los vendedores es importante, el 12.5% que pertenece a 1 persona la calidad de personalidad consideran importante, el 12.5% que concierne a 1 persona se inclina por la confianza y el 25% que corresponde a 2 personas consideran que la atención oportuna es importante.

Interpretación

Según las encuestas las personas consideran que los valores y atención oportuna son importantes para un servicio de calidad ya que de esta manera los clientes se sienten bien atendidos, por lo que es importante que la empresa tome en cuenta estos ítems y trabaje en ellos, para la fidelización de los clientes.

16. ¿Durante el tiempo que está adquiriendo el producto ha tenido problemas del servicio de entrega de pedido solicitado?

- a) Si ()
b) No ()

Tabla 3. 87: Durante el tiempo que está adquiriendo el producto ha tenido problemas del servicio de entrega de pedido solicitado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	5	8,6	62,5	62,5
	No	3	5,2	37,5	100
	Total	8	13,8	100	
Perdidos	Sistema	50	86,2		
Total		58	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

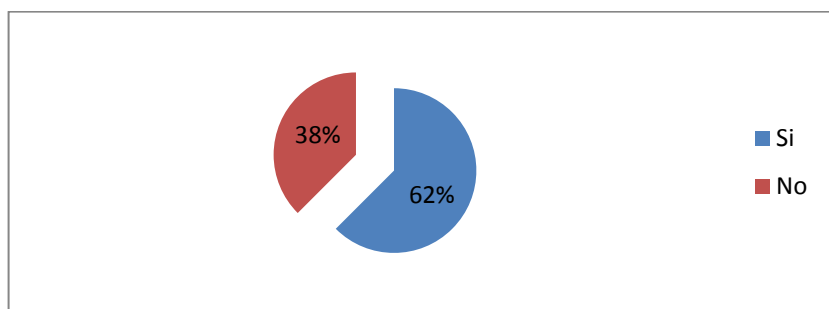


Gráfico 3. 81: Durante el tiempo que está adquiriendo el producto ha tenido problemas del servicio de entrega de pedido solicitado

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De acuerdo a la encuesta el 62.5% que corresponde a 5 personas han tenido problemas en los pedidos que han realizado y el 37.5% que corresponde a 3 personas no lo han tenido y afirman que los pedidos están a tiempo

Interpretación

La empresa Solitnha S.A. debe enfocarse en cumplir con los pedidos y tener stock suficiente para cubrir las necesidades de los clientes.

17. ¿Cuál es la forma de pago que usted utiliza con mayor frecuencia al adquirir equipos, suministros de hardware y por la prestación de servicio en esta empresa?

- a) A contado ()
- b) A crédito ()

Tabla 3. 88: Cuál es la forma de pago que utiliza con mayor frecuencia al adquirir equipos, suministros de hardware

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A contado	7	12,1	87,5	87,5
	A crédito	1	1,7	12,5	100,0
	Total	8	13,8	100,0	
Perdidos	Sistema	50	86,2		
Total		58	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

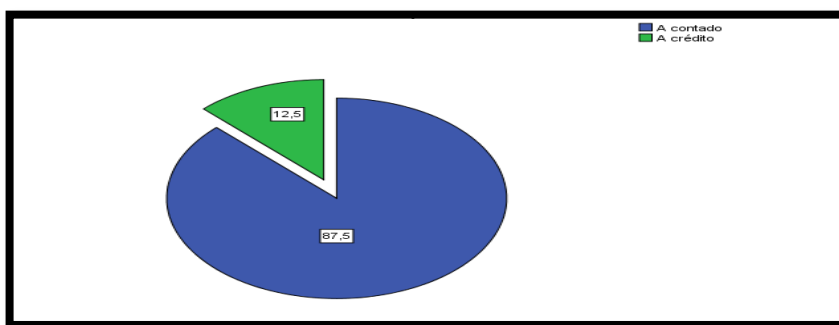


Gráfico 3. 82: Cuál es la forma de pago que utiliza con mayor frecuencia al adquirir equipos, suministros de hardware y por la prestación de servicio

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

Las 7 empresas que afirman utilizar los servicios de la empresa SOLINTHA S.A. representan el 100% de las cuales el 87,5% (7 empresas) adquieren el producto y lo pagan a contado, mientras que el 12,5% (1 empresa) lo pagan a crédito.

Interpretación

Las empresas y negocios que adquieren los servicios de la empresa prefieren pagar al contado porque es conveniente hacerlo de esta manera, que pagar a crédito ya que el monto a pagar sería alto.

18. ¿Cuál es su grado de satisfacción por los productos y servicios que oferta la empresa Solintha S.A. (Grupo Corporación FÉNIX)?

- a) Muy satisfecho ()
- b) Satisfecho ()
- c) Poco satisfecho ()

Tabla 3. 89: Cuál es el grado de satisfacción por los productos y servicios que oferta la empresa Solintha S.A.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy satisfecho	6	10,3	75,0	75,0
	Satisfecho	2	3,4	25,0	100,0
	Total	8	13,8	100,0	
Perdidos	Sistema	50	86,2		
Total		58	100,0		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

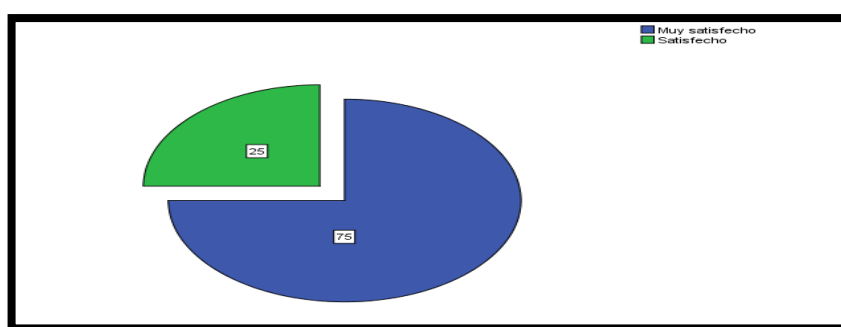


Gráfico 3. 83: Cuál es el grado de satisfacción por los productos y servicios que oferta la empresa Solintha S.A.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

Las 7 empresas que afirman utilizar los servicios de la empresa Solintha S.A. representan el 100% de las cuales el 75% (6 empresas) se siente muy satisfecho por los servicios y productos que ofrece la empresa, mientras que el 25% (2 empresas) están satisfechos.

Interpretación

La empresa brinda un adecuado servicio a sus clientes por lo que se siente satisfecho por los productos y servicio que oferta la misma.

19. ¿Compraría suministros, equipos de hardware y utilizaría el servicio internet que ofrece la empresa Solintha S.A. (Grupo Corporación FÉNIX)?

- a) Si ()
 b) No ()

Tabla 3. 90: Compraría suministros, equipos de hardware y utilizaría el servicio internet

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	27	46,6	46,6	46,6
	No	31	53,4	53,4	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

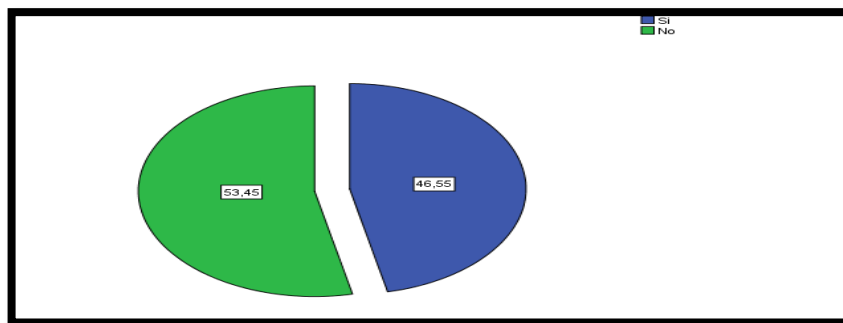


Gráfico 3. 84: Compraría suministros, equipos de hardware y utilizaría el servicio internet

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Análisis

De los 58 encuestados que corresponden al 100% se ha obtenido que el 46,6% (27 empresas) de las empresas y negocios estarían dispuestos a comprar los suministros, equipos de hardware y utilizar el servicio de internet de la empresa, mientras que el 53,4% (31 empresas) no comprarían.

Interpretación

La mayoría de las empresas y negocios tienen proveedores fijos y no estarían dispuestos a cambiar de proveedor, mientras que otra parte desea conocer los servicios y equipos de hardware que ofrece, por lo que es importante que la empresa se promocioe y así podrá captar más clientes en el cantón Latacunga.

Entrevista

1. ¿Ha aplicado alguna vez una metodología que les permita conocer el verdadero patrimonio de la empresa?

- a) Si ()
b) No ()

No, es la primera vez que se aplica dentro de la empresa este método como es la valoración de empresa, creo que es importante conocer cuánto vale la empresa y que se necesita para llegar a mejorar e incrementar el volumen de ventas

2. ¿Aplican ustedes estrategias basadas en estudios financieros?

- a) Si ()
b) No ()

Sí, pero el estudio que más se ha realizado es para el segmento de la publicidad lo que es marketing ya que por ser la empresa nueva en el mercado estamos enfocados en métodos de publicidad.

3. ¿Cree usted que conocer el verdadero valor del patrimonio de la empresa ayuda a tomar decisiones que le permita crecer a la organización en el mercado?

- a) Si ()
b) No ()

Sí, porque de esta manera llegamos a determinar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades que tiene la empresa y que debemos hacer para poder captar más clientes y posicionarnos en el mercado e incrementar el patrimonio de la empresa con la aplicación de estrategias financieras.

4. ¿Qué opina sobre la competencia del sector?

La competencia es el peor enemigo que podemos tener ya que hay una variedad de locales que vende productos de hardware y ya tiene varios años en el mercado como es AJ Computación, PC Computer entre otros almacenes, ya tiene clientela fija, lo positivo de la empresa es que pertenece al Grupo Corporación Fénix siendo una corporación reconocida a nivel nacional.

CONCLUSIONES

- La demanda potencial de la empresa SOLINTHA S.A. son los hogares ya que este segmento es el que está dispuesto a comprar los productos y a utilizar el servicio de internet que oferta la empresa con un porcentaje del 71,4% mientras que las empresas solo el 46,6% están dispuestos a utilizar los servicios de la empresa, siempre y cuando la empresa tenga variedad de productos, el precio sea accesible y el servicio sea el mejor.
- El 28,6% de los hogares y el 53,4% de las empresas y negocios no están dispuestos a utilizar los servicios de la empresa ya que tienen su proveedor fijo tanto para la compra de equipos y suministros de hardware como para el servicio de internet.
- Al hora de comprar tanto hogares como empresas y negocios se fijan en la calidad del producto, la durabilidad y el servicio técnico que brinda, muy pocos se fijan en el precio ya que esto es relevante lo que quieren es un equipo que rinda y no tenga fallas técnicas que perjudiquen el rendimiento de las personas que utilizan este medio para trabajar o estudiar.
- La competencia de la empresa de acuerdo a la investigación de mercado es AJ Computación en el cantón Latacunga ya que es el lugar donde más

adquieren los equipos de hardware con un porcentaje del 55,4% en los hogares y el 19% en las empresas y negocios ya que ofrece una variedad de productos a precios accesibles.

- Otra competencia para la empresa son proveedores externos al cantón Latacunga en especial en el segmento de las empresas y negocios con un porcentaje de 41,4% por la variedad de equipos y suministros de hardware facilidad de pago y por el reconocimiento en el mercado de estos proveedores externos.
- El 74% de los hogares poseen internet fijo, el proveedor más utilizado es CNT con un porcentaje del 78,9% y el 84,5% en las empresas y negocios, en los hogares el 26% no dispone de internet, porque no pasan en el hogar y sería un gasto en vano, por lo que hacen uso de este servicio en los centros de cómputo y en el trabajo.
- Por el poco tiempo que la empresa se encuentra en el mercado la mayor parte de los encuestados no conoce a la empresa SOLINTHA S.A. ni los servicios que ofrece, solo el 6,5% en los hogares y el 13,8% en las empresas y negocios han adquirido los servicios de la empresa.
- De acuerdo a las encuestas realizadas el servicio que la empresa brinda a sus clientes y el ambiente de trabajo es el adecuado ya que los clientes se sienten muy satisfechos, porque cumplen con sus órdenes de pedido a tiempo, los productos son de calidad y el servicio es muy eficiente.
- De acuerdo a la entrevista la empresa necesita conocer el verdadero patrimonio.
 - De acuerdo a la entrevista realizada a los directivos de la empresa consideran importante conocer el valor de la empresa y establecer estrategias que permitan incrementar su utilidad y mejorar su rentabilidad en el mercado, lo cual le permitirá expandirse en toda la sierra centro.

De manera general se concluye de acuerdo a las encuestas y la entrevista realizada, que SOLINTHA S.A. necesita de una valoración de empresa para conocer el verdadero valor del patrimonio lo que ayudara a conseguir nuevos inversionistas y esto permitirá que la organización se

expanda en la provincia de Cotopaxi y a nivel nacional, además es importante la propuesta de estrategias financieras ya que por ser un negocio rentable hay nuevas empresa que están ingresando al mercado lo que incide en el crecimiento y desarrollo de SOLINTHA en el futuro.

3.5.8. COMPARACIÓN DE SOLINTHA S.A. CON EL SECTOR

Comparando a la empresa SOLINTHA S.A.con el sector se pudo evidenciar que de acuerdo a la base de datos del servicio de renta de internas (SRI) las compañías cuya actividad económica principal se enfoca en actividades relacionadas a hardware reportan un ingreso total por \$790 millones en el 2009 presentando una tasa de crecimiento anual del 14,6% siendo una evolución bastante positiva a partir del año 2009 hasta el presente año como se muestra a continuación:

Tabla 3. 91: Ingresos totales del sector hardware y equipos de computación en millones de dólares

2009	2010	2011	2012	2013
\$789,92	\$905,25	\$1037,41	\$1188,88	\$1362,45

Fuente: Estudio de mercado software-hardware Ecuador (AESOFT)
Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

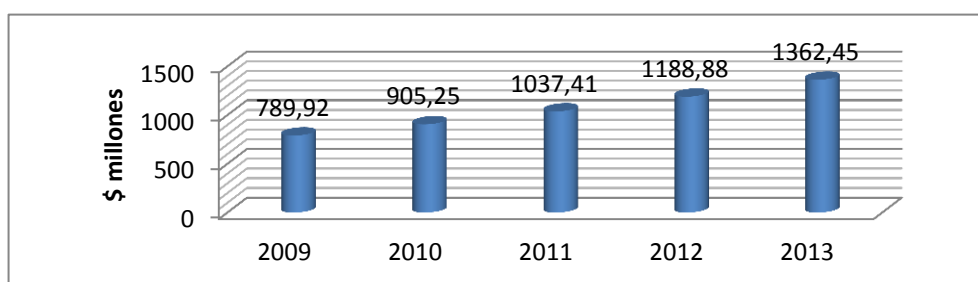


Gráfico 3. 85: Ingresos totales sector Hardware y equipos de computación

Fuente: Estudio de mercado software-hardware Ecuador (AESOFT)
Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

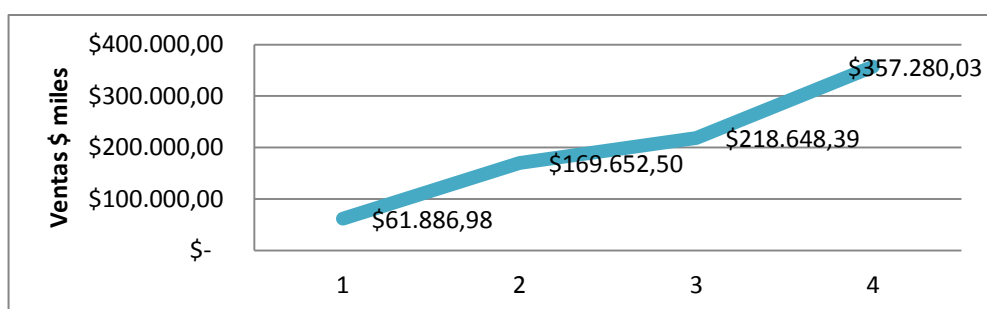
El sector Hardware y equipos de computación ha tenido un crecimiento positivo y de la misma manera la empresa SOLINTHA S.A. ha incrementado sus ingresos años tras año, los mismos que se ven reflejados en sus ventas como se muestra a continuación:

Tabla 3. 92: Ventas de mercadería de la empresa Solintha S.A.

	2010	2011	2012	2013
Venta mercadería	\$61.886,98	\$169.652,50	\$218.648,39	\$357.280,03
Tasas de crecimiento	2011-2010	2012-2011	2013-2012	
	174%	29%	63%	

Fuente: Estado de resultados de la empresa

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

**Gráfico 3. 86: Ventas de mercadería de la empresa Solintha S.A.**

Fuente: Estado de resultados de la empresa

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

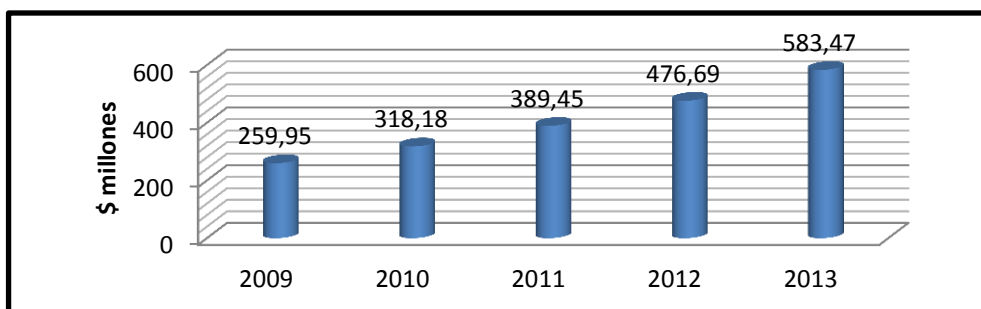
El sector de software en Ecuador alcanzó en el 2009 ingresos totales por \$260 millones de acuerdo a los datos reportados por las empresas al servicio de rentas internas (SRI), con una tasa de crecimiento del 22,4% para los años siguientes como se muestra a continuación:

Tabla 3. 93: Ingresos totales del sector de software en millones de dólares

2009	2010	2011	2012	2013
\$259,95	\$318,18	\$389,45	\$476,69	\$583,47

Fuente: Estudio de mercado software-hardware Ecuador (AESOFT)

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

**Gráfico 3. 87: Ingresos totales del sector de software**

Fuente: Estudio de mercado software-hardware Ecuador (AESOFT)

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

El sector de Software ha tenido una evolución positiva, al igual que la empresa SOLINTHA S.A. ha incrementado sus ingresos los mismos que se ven reflejados en sus ventas como se muestra a continuación:

Tabla 3. 94: Ventas de servicios de la empresa Solintha S.A.

	2010	2011	2012	2013
Venta servicio	\$13.442,01	\$44.407,16	\$47.096,95	\$75.532,09
Tasa de crecimiento	2011-2010	2012-2011	2013-2012	
	230%	6%	60%	

Fuente: Estado de resultados de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

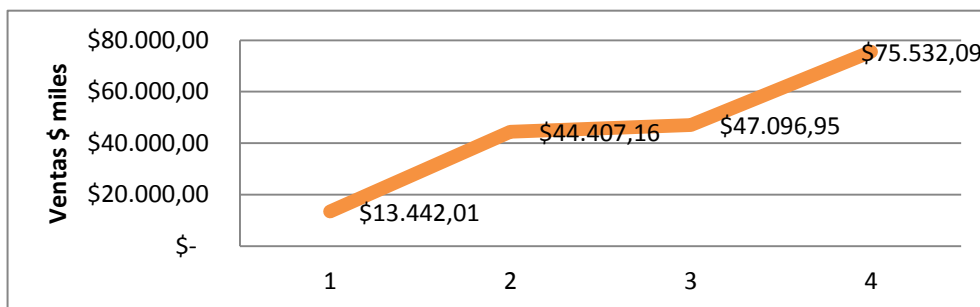


Gráfico 3. 88: Ventas de servicios de la empresa Solintha S.A.

Fuente: Estado de resultados de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Dentro del cantón Latacunga la empresa Solintha S.A. no tiene una gran participación de mercado, siendo el proveedor de equipos y suministros de hardware AJ computación y el proveedor de internet más utilizado CNT, el mismo que tiene una participación de mercado a nivel nacional de 56,32%.

Tabla 3. 95: Participación en el mercado por el servicio de internet

Proveedor	Porcentaje de participación
CNT	97,92%
Solintha S.A.	2,08%

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

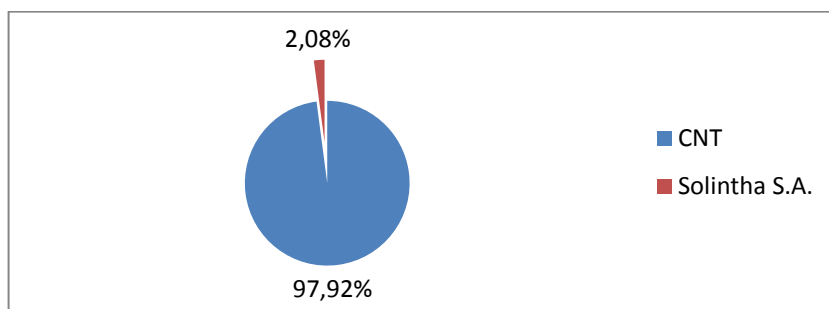


Gráfico 3. 89: Participación en el mercado por el servicio de internet

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Tabla 3. 96: Participación en el mercado en la venta de equipos y suministros de hardware

Proveedor	Porcentaje de participación
AJ Computación	80,96%
Solintha S.A.	19,04%

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Fuente: Investigación de mercado

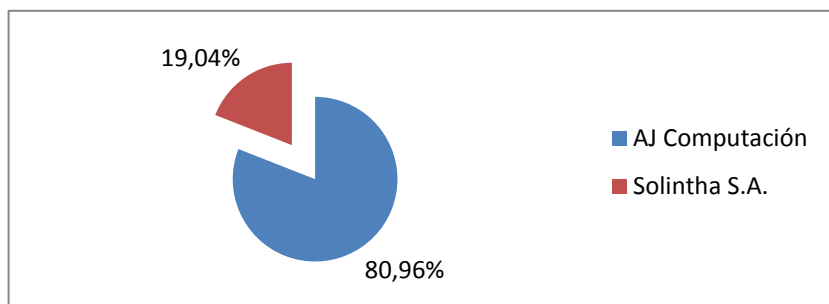


Gráfico 3. 90: Participación en el mercado en la venta de equipos y suministros de hardware

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: KATHERINE ANALUISA

Se concluye que el sector de hardware y el servicio de internet hoy en día está en auge ya que la tecnología es el motor para realizar las actividades diarias tanto para las empresas como para los hogares a nivel nacional, lo que permite reducir la tasa de desempleo y contribuye al PIB no petrolero ya que el sector está creciendo rápidamente a diferencia de otros sectores económicos que su crecimiento es lento.

Motivo por el cual el giro del negocio de la empresa está bien enfocado ya que los ingresos de la empresa crecen de acuerdo al crecimiento del

sector de hardware y software y por pertenecer al grupo de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) la empresa también contribuye para la economía del país, el inconveniente de la empresa es no tener una participación positiva en el mercado del cantón Latacunga por ser una empresa nueva y por falta de promoción y publicidad lo que deben mejorar la empresa para poder captar más clientes.

3.5.9. COMPROBACIÓN DE HIPOTESIS

Para realizar la comprobación de la hipótesis se escoge los resultados de las encuestas del segmento de las empresas y negocios pese a que es el segmento al que menos vende la empresa pero que nos será de ayuda para esta comprobación y también se tomara en cuenta la entrevista que se realiza a la contadora de la empresa Solintha S.A.

Para verificar la hipótesis planteada se considera el proceso estadístico Chi Cuadrado para variables cualitativas nominales.

Variable independiente: Valoración de empresas y definición de estrategias financieras

Tabla 3. 97: variables independientes

INDICADOR	PREGUNTAS	INSTRUMENTO
ESTRATEGIAS FINANCIERAS	¿Usted como empresario del local considera que la empresa Solintha S.A. cuenta con estrategias para la captación de clientes?	Encuesta
	¿Usted considera que la empresa Solintha S.A. cuenta con el stock suficiente para cumplir con los pedidos y la demanda de los productos?	
Valoración de empresa	¿Ha aplicado alguna vez una metodología que les permita conocer el verdadero patrimonio de la empresa?	Entrevista
	¿Cree usted que conocer el verdadero valor del patrimonio de la empresa ayuda a tomar decisiones que le permita crecer a la organización en el mercado?	

Fuente: Encuestas y Entrevista

Elaborado por: Katherine Analuisa

Variable dependiente: Crecimiento de la empresa

Tabla 3. 98: variable dependiente

INDICADOR	PREGUNTAS	INSTRUMENTO
Reclamos	¿Durante el tiempo que está adquiriendo el producto ha tenido problemas del servicio de entrega de pedido solicitado?	Encuesta
Fidelización de clientes	¿Ha utilizado alguna vez los servicios de la empresa Solintha S.A. (Grupo Corporación FÉNIX)?	Encuesta
	¿Aplican ustedes estrategias basadas en estudios financieros?	

Fuente: Encuestas y Entrevista

Elaborado por: Katherine Analuisa

PRUEBA ESTADÍSTICA CHI CUADRADO χ^2

Fórmula:

$$\chi^2 = \frac{(f^o - fe)^2}{fe}$$

Dónde:

χ^2 = Valor estadístico de chi cuadrado

f^o = Frecuencia observada

fe = Frecuencia esperada

Pasos:

1. Realizar un conjetura
2. Escribir la hipótesis nula y la alternativa
3. Calcular el valor de χ^2
4. Determinar el valor de p y el grado de libertad

$$Gl = (Filas - 1)(Columnas - 1)$$

5. Obtener el valor crítico
6. Realizar una comparación entre el chi cuadrado calculado y el valor crítico
7. Interpretar la comparación.

HIPÓTESIS

¿Cuenta la empresa Solintha S.A. con una valoración de empresa eficaz y estrategias financieras adecuadas para su crecimiento?

H1: La falta de valoración y la definición de estrategias adecuadas afectan el crecimiento de la empresa Solintha S.A.

Ho: La falta de valoración y la definición de estrategias adecuadas no afectan el crecimiento de la empresa Solintha S.A.

1. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Las variables que se van a aplicar para el proyecto de tesis son:

DEPENDIENTE:

Crecimiento de la empresa

INDEPENDIENTE:

Valoración de empresas y definición de estrategias financieras

VARIABLE INDEPENDIENTE

Pregunta 13.- ¿Usted como empresario del local considera que la empresa Solintha S.A. cuenta con estrategias para la captación de clientes?

	RESPUESTA	MUESTRA
Si		3
No		5
Total		8

Pregunta 14.- ¿Usted considera que la empresa Solintha S.A. cuenta con el stock suficiente para cumplir con los pedidos y la demanda de los productos?.

	RESPUESTA	MUESTRA
Si	2	
No	6	
Total	8	

VARIABLE DEPENDIENTE

Pregunta 10.- ¿Ha utilizado alguna vez los servicios de la empresa Solintha S.A. (Grupo Corporación FÉNIX)?

	RESPUESTA	MUESTRA
Si	8	
No	50	
Total	8	

Pregunta 16.- ¿Durante el tiempo que está adquiriendo el producto ha tenido problemas del servicio de entrega de pedido solicitado?

	RESPUESTA	MUESTRA
Si	5	
No	3	
Total	8	

Tabla 5. 1: Frecuencias observadas

ALTERNATIVAS	ALTERNATIVAS		Total
	SI	NO	
Pregunta 13	3	5	8
Pregunta 14	5	3	8
Pregunta 10	8	50	58
Pregunta 16	5	3	8
Total	21	61	82

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Encuestas

Determinar la frecuencia esperada

$$f_e = \frac{\text{Total del renglón} * \text{Total de la columna}}{N}$$

Dónde

N= Es el número total de la frecuencia observada

Tabla 5. 2: Frecuencias esperadas

ALTERNATIVAS	ALTERNATIVAS		Total
	SI	NO	
Pregunta 1	2,04878049	5,95121951	8
Pregunta 2	2,04878049	5,95121951	8
Pregunta 3	14,8536585	43,1463415	58
Pregunta 4	2,04878049	5,95121951	8
Total	21	61	82

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Katherine Analuisa

Chi cuadrado contingencia

Fórmula

$$X^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$$

Tabla 3. 99: Cálculo del Chi Cuadrado

ALTERNATIVAS	ALTERNATIVAS		Total
	SI	NO	
Pregunta 1	0,44163763	0,15203918	0,59367681
Pregunta 2	4,25116144	1,46351459	5,71467603
Pregunta 3	3,16236133	1,08868177	4,2510431
Pregunta 4	4,25116144	1,46351459	5,71467603
Total	12,1063218	4,16775014	16,274072

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Katherine Analuisa

Grados de libertad

$$Gl = (\text{Cantidad de filas} - 1) * (\text{Cantidad de columnas} - 1)$$

$$Gl = (4 - 1) * (2 - 1)$$

$$Gl = 3$$

Tabla 5. 3: Estadística Chi cuadrado

Grados de libertad	3
Valor crítico	7,815
Nivel de confianza	95%
Nivel de significancia	5%
Chi cuadrado	16

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Katherine Analuisa

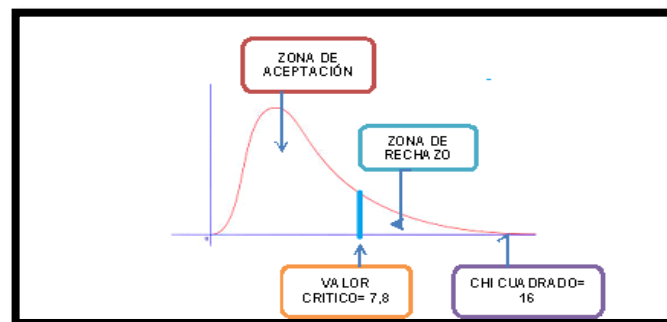


Gráfico 5. 1: Chi Cuadrado

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Katherine Analuisa

Decisión

Como $16 > 7,815$ zona de rechazo por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa H_1

Conclusión

Con un nivel de significancia del 5% podemos afirmar que La falta de valoración y la definición de estrategias adecuadas afectan el crecimiento de la empresa Solintha S.A., por lo cual es indispensable la aplicación de las estrategias para el desarrollo y crecimiento de SOLINTHA S.A.

CAPÍTULO IV

VALORACIÓN DE LA EMPRESA

4.1. MÉTODO DE VALORACIÓN ESTÁTICO (BALANCE GENERAL)

Este método trata de determinar el valor de la empresa en el presente, por tanto analiza el valor en un momento determinado sin tener en cuenta su capacidad de generar o destruir valor en el futuro.

4.1.1. VALOR CONTABLE

Es el valor del patrimonio neto de la empresa, es decir, la diferencia entre el activo y el pasivo exigible con lo cual se obtiene el valor de los recursos propios que conforman el balance. **(García M., 2010, págs. 3,7)**

Fórmula

$$Vc = An - Pe$$

Tabla 4. 1: Datos para el cálculo del valor contable

Cuentas	(An) Activo real neto 2010	Activo real neto 2011	Activo real neto 2012	Activo real neto 2013
Disponibles	\$3.928,58	\$16.858,13	\$1.837,80	\$13.120,45
Realizables	\$7.537,75	\$17.990,11	\$43.723,27	\$57.578,49
Exigibles	\$25.660,42	\$40.370,79	\$60.551,12	\$59.855,99
Activo fijo	\$1.989,93	\$1.197,71	\$17.432,95	\$19.355,18
Gastos diferidos	\$5.948,67	\$ -	\$ -	\$ -
Total	\$45.065,35	\$76.416,74	\$123.545,14	\$149.910,11
(Pe)Pasivo Exigible	\$28.185,22	\$39.300,60	\$62.381,10	\$82.223,25

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

Tabla 4. 2: Valor contable de Solintha S.A.

Cuentas	2010	2011	2012	2013
Activo neto	\$45.065,35	\$76.416,74	\$123.545,14	\$149.910,11
Pasivo exigible	\$28.185,22	\$39.300,60	\$62.381,10	\$82.223,25
Valor contable	\$16.880,13	\$37.116,14	\$61.164,04	\$67.686,86

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

La empresa SOLINTHA S.A. durante los cuatro años que lleva en el mercado ha ido creciendo e incrementado su valor, como se observa en la tabla, el valor contable de la empresa en el año 2013 es de \$67.686,86.

4.2. MÉTODO DE VALORACIÓN (DESCUENTO DE FLUJOS DE CAJA LIBRES)

4.2.1. ELABORACIÓN DE PROYECCIONES FINANCIERAS

a) ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

i. VENTAS

Las ventas es el componente clave de la empresa, una buena gestión por parte de los directivos puede aumentar las ventas en la empresa y por ende los ingresos económicos de la misma, permitiendo cumplir con las obligaciones con terceros. Se tomara en cuenta los datos históricos de la empresa, el crecimiento de las ventas para los años proyectados será del 14,6% de acuerdo al crecimiento del sector de hardware.

Tabla 4. 3: Datos históricos de las ventas

VENTAS	2010	2011	2012	2013
Venta Equipos y suministros	\$ 61.886,98	\$169.652,50	\$218.648,39	\$357.280,03
Venta de servicios	\$ 13.442,01	\$ 44.407,16	\$ 47.096,95	\$75.532,09
TOTAL	\$ 75.328,99	\$214.059,66	\$265.745,33	\$432.812,12

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

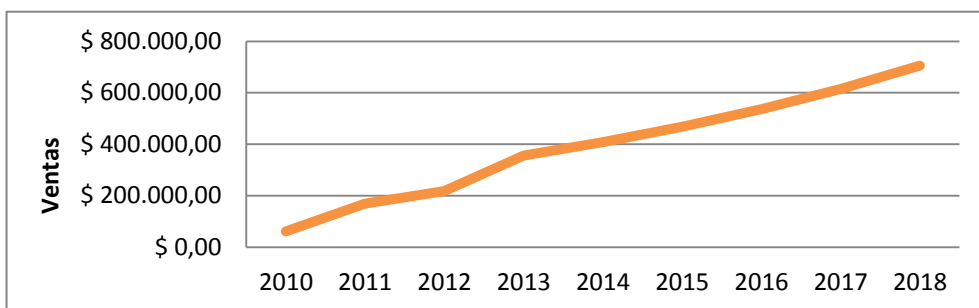
Elaborado por: Katherine Analuisa

Tabla 4. 4: Proyecciones de las Ventas de equipos y suministros de hardware

AÑO	VENTAS PROYECTADAS
2014	\$ 408.681,50
2015	\$ 468.349,00
2016	\$ 536.727,95
2017	\$ 615.090,23
2018	\$ 704.893,41

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

**Gráfico 4. 1: Crecimiento de las ventas de Equipos y suministros de hardware hasta el 2018**

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

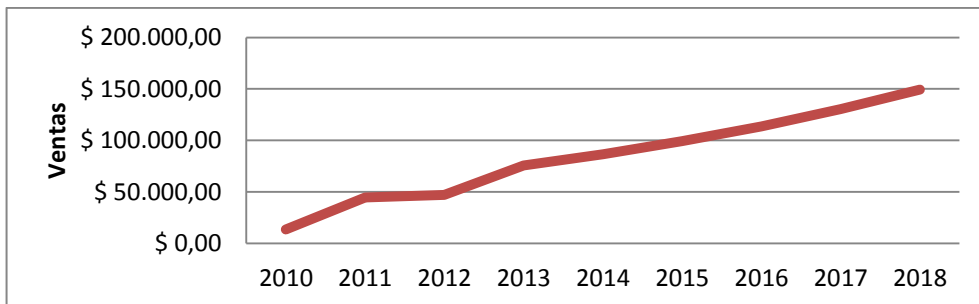
Elaborado por: Katherine Analuisa

Tabla 4. 5: Proyección de ventas de servicio

Año	Ventas proyectadas
2014	\$ 86.559,78
2015	\$ 99.197,50
2016	\$ 113.680,34
2017	\$ 130.277,67
2018	\$ 149.298,21

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

**Gráfico 4. 2: Crecimiento de las ventas de servicio hasta el 2018**

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

ii. COSTO DE VENTAS

Para poder proyectar el costo de ventas se tomó en cuenta los datos históricos de la empresa y de acuerdo al mercado se determina el crecimiento del 10% ya que a mayor compran mayor descuento.

Tabla 4. 6: Datos históricos de los costos de ventas

	2010	2011	2012	2013
Costo de mercaderías	\$51.152,58	\$135.408,27	\$162.336,82	\$281.415,61
Costo de servicios	\$ 0,00	\$ 2.050,21	\$ 1.119,32	\$ 4.123,55
Total costo de ventas	\$51.152,58	\$137.458,48	\$163.456,14	\$285.539,16

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

Tabla 4. 7: Proyección del costo de ventas de mercaderías

Año	Costo de ventas
2014	\$ 309.158,94
2015	\$ 340.074,83
2016	\$ 374.082,31
2017	\$ 411.490,55
2018	\$ 452.639,60

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

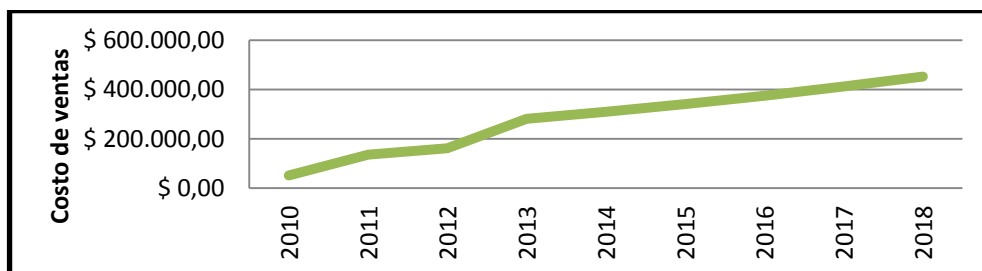


Gráfico 4. 3: Crecimiento del costo de ventas de mercaderías hasta el año 2018

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

Tabla 4. 8: Proyección del costo de venta de servicio

Año	Costo de servicios
2014	\$ 4.535,91
2015	\$ 4.989,50
2016	\$ 5.488,45
2017	\$ 6.037,29
2018	\$ 6.641,02

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

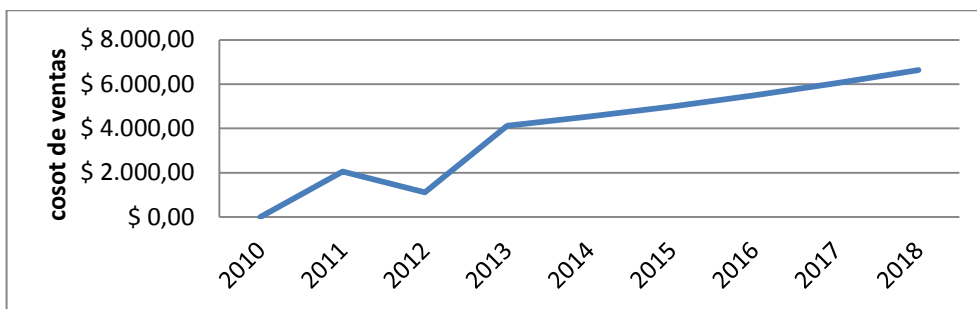


Gráfico 4. 4: Crecimiento del costo de ventas de servicios hasta el año 2018

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

iii. SUELDO Y SALARIOS

El talento humano es un factor primordial para la empresa ya que esto ayuda al crecimiento y fortalecimiento de la misma, en este caso la empresa cuenta con 6 empleados los mismos que no son suficientes para el cumplimiento de las actividades si las ventas incrementa en los años posteriores, la empresa debe contratar más empleados de acuerdo al crecimiento de las ventas ya que en el año 2013 cada empleado vendió \$60.997,68, para que no haya sobrecarga de trabajo la empresa necesitara contratar empleados cada año, los mismos que incurrirán en gastos para la empresa pero que se verá reflejado en las ventas y la satisfacción de los clientes.

Tabla 4. 9: Contratación de empleados

Año	Empleados	Sueldo anual
2014	1	\$4.080
2015	1	\$4.080
2016	1	\$4.080
2017	1	\$4.080
2018	1	\$4.080

Elaborado por: Katherine Analuisa

Salario: \$340

Inflación: 0,027

Tabla 4. 10: Datos históricos del sueldo unificado

	2010	2011	2012	2013
Sueldo unificado	\$5.098,00	\$18.636,18	\$23.081,52	\$33.644,42

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

Tabla 4. 11: Proyección de la cuenta Gastos sueldos empelados

	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldo unificado	\$39.010,82	\$44.560,22	\$50.298,85	\$56.233,17	\$62.369,85
Fondo de reserva (8,33%)	\$3.249,60	\$3.711,87	\$ 4.189,89	\$ 4.684,22	\$ 5.195,41
Total ingresos	\$42.260,42	\$48.272,09	\$54.488,75	\$60.917,39	\$67.565,26
IESS por pagar (12,15%)	\$5.134,64	\$5.865,06	\$ 6.620,38	\$ 7.401,46	\$ 8.209,18
Aporte personal (9,45%)	\$3.993,61	\$4.561,71	\$5.149,19	\$5.756,69	\$6.384,92
Total beneficios sociales	\$9.128,25	\$10.426,77	\$11.769,57	\$13.158,16	\$14.594,10
Décimo tercero	\$3.521,70	\$4.022,67	\$4.540,73	\$5.076,45	\$5.630,44
Décimo cuarto sueldo	\$198	\$255	\$ 283	\$ 340	\$ 368
Vacaciones	\$1.760,85	\$2.011,34	\$2.270,36	\$2.538,22	\$2.815,22
Total provisiones	\$5.480,89	\$6.289,01	\$7.094,43	\$7.954,67	\$8.813,99
Total gastos sueldos y salarios	\$56.869,56	\$64.987,87	\$73.352,74	\$82.030,22	\$90.973,34

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A

Elaborado por: Katherine Analuisa

iv. SERVICIO DE TERCEROS

Los servicios de terceros son dependientes de los ingresos de la empresa, para la proyección de estos servicios se necesita de los datos históricos y el promedio de crecimiento de estas cuentas respecto a las ventas, mencionadas a continuación:

No se menciona la cuenta arriendos para las proyecciones porque la empresa a partir del año 2014 cuenta con edificio propio por lo que es un gasto menos para la entidad.

- Luz y fuerza
- Teléfono-fax-internet
- Útiles de oficina
- Mantenimiento del local

- Guardianía
- Gastos de viaje
- Combustible del vehículo
- Materiales de aseo y otros
- Otros servicios
- Seguros
- Honorarios profesionales
- Publicidad y propaganda
- Seguros

Tabla 4. 12: Datos históricos de los gastos generales

	2010	2011	2012	2013	% proyecciones
Ventas	\$75.328,99	\$214.059,66	\$265.745,33	\$432.812,12	
Luz y fuerza	\$71,81	\$478,20	\$508,95	\$441,05	
	0,10%	0,22%	0,19%	0,10%	0,1530%
Teléfono- fax- internet	\$513,49	\$727,28	\$1.264,21	\$3.127,72	
	0,68%	0,34%	0,48%	0,72%	0,5549%
Útiles de oficina	\$597,08	\$450,24	\$1.446,37	\$1.899,65	
	0,79%	0,21%	0,54%	0,44%	0,4965%
Mantenimiento local	\$1.325,93	\$2.256,58	\$7.782,02	\$9.313,14	
	1,76%	1,05%	2,93%	2,15%	1,9736%
Guardianía	\$36,00	\$175,00	\$165,00	\$5.415,00	
	0,05%	0,08%	0,06%	1,25%	0,3607%
Gastos movilización (SRI)	\$313,81	\$1.406,16	\$2.256,09	\$3.312,16	
	0,42%	0,66%	0,85%	0,77%	0,6719%
Gasto de viaje	\$921,77	\$1.747,86	\$2.661,67	\$3.168,87	
	1,22%	0,82%	1,00%	0,73%	0,9435%
Combustible vehículo	\$408,07	\$850,86	\$846,70	\$941,04	
	0,54%	0,40%	0,32%	0,22%	0,3688%
Materiales de aseo y otros	\$57,85	\$172,86	\$1.244,76	\$1.826,62	
	0,08%	0,08%	0,47%	0,42%	0,2620%
Seguros generales	\$ -	\$25,00	\$607,13	\$1.179,30	
	0,00%	0,01%	0,23%	0,27%	0,1282%

Continúa 

	2010	2011	2012	2013	% proyecciones
Agasajos al personal	\$1.085,17	\$1.152,27	\$2.299,05	\$1.403,18	
	1,44%	0,54%	0,87%	0,32%	0,7921%
Alimentación y hospedaje	\$149,94	\$403,85	\$496,77	\$482,12	
	0,20%	0,19%	0,19%	0,11%	0,1715%
Otros servicios	\$2.175,36	\$1.012,20	\$2.684,56	\$3.810,10	
	2,89%	0,47%	1,01%	0,88%	1,3128%
Honorarios profesionales	\$277,78	\$1.794,46	\$999,97	\$2.239,35	
	0,37%	0,84%	0,38%	0,52%	0,5252%
Capacitaciones	\$150,00	\$3.010,90	\$2.583,60	\$4.133,36	
	0,20%	1,41%	0,97%	0,96%	0,8832%
Gastos generales varios	\$15,17	\$175,00	\$68,39	\$308,25	
	0,02%	0,08%	0,03%	0,07%	0,0497%
Total gastos generales	\$8.099,34	\$15.838,79	\$27.915,34	\$43.001,01	

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

La publicidad depende de las ventas, para determinar el promedio la relación debe ser venta/promoción

Tabla 4. 13: Promedio de proyección para la publicidad

	2010	2011	2012	2013	% proyecciones
Ventas	\$ 75.328,99	\$214.059,66	\$265.745,33	\$432.812,12	
Promoción y publicidad	\$ 886,06	\$ 4.298,79	\$ 3.940,65	\$ 8.066,47	
	1,18%	2,01%	1,48%	1,86%	1,63%

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

v. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

Para la proyección de los activos fijos, la depreciación se realiza en línea recta para los 5 años de proyección, el valor de la cuenta equipo de cómputo crece de acuerdo al número de empleados contratados y los muebles enseres tendrán un crecimiento del 3% respecto a las ventas proyectadas como se muestra a continuación:

Tabla 4. 14: Crecimiento de los Activo Fijo para los años proyectados

	2014	2015	2016	2017	2018
Equipos de computo					
Lapto Toshiba	\$735,00	\$760,06	\$785,98	\$812,78	\$840,50
Impresora	\$277,50	\$286,96	\$296,75	\$306,87	\$317,33
Otros	\$200,00	\$206,82	\$213,87	\$221,17	\$228,71
Total	\$1.212,50	\$1.253,85	\$1.296,60	\$1.340,82	\$1.386,54
Muebles y Enseres (3%)					
Total	\$455,93	\$469,35	\$483,17	\$497,39	\$512,02
Total	\$455,93	\$469,35	\$483,17	\$497,39	\$512,02

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

Tabla 4. 15: Depreciación de los activos fijos

Equipos de computo				
Valor del activo fijo	%	Valor de rescate	Años	Depreciación
\$1.212,50	0,333	\$403,76	3	\$269,58
\$1.253,85	0,333	\$417,53	3	\$278,77
\$1.296,60	0,333	\$431,77	3	\$288,28
\$1.340,82	0,333	\$446,49	3	\$298,11
\$1.386,54	0,333	\$461,72	3	\$308,27
Muebles de enseres				
Valor del activo fijo	%	Valor de rescate	Años	Depreciación
\$455,93	0,1	\$45,59	10	\$41,03
\$469,35	0,1	\$46,94	10	\$42,24
\$483,17	0,1	\$48,32	10	\$43,48
\$497,39	0,1	\$49,74	10	\$44,76
\$512,02	0,1	\$51,20	10	\$46,08

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa.

Tabla 4. 16: Proyección de la depreciación

Equipo de computo							
Años	Valor de compra	Depreciación Acum 2013	Depreciación 2014	Depreciación 2015	Depreciación 2016	Depreciación 2017	Depreciación 2018
2014	\$1.212,50	\$1.758,05	\$269,58	\$269,58	\$269,58		
2015	\$1.253,85			\$278,77	\$278,77	\$278,77	
2016	\$1.296,60				\$288,28	\$288,28	\$288,28
2017	\$1.340,82					\$298,11	\$298,11
2018	\$1.386,54						\$308,27
Total			\$2.027,63	\$2.575,98	\$3.412,61	\$4.277,77	\$5.172,43
Muebles enseres							
Años	Valor de compra	Depreciación acum al 2013	Depreciación 2014	Depreciación 2015	Depreciación 2016	Depreciación 2017	Depreciación 2018
2014	\$455,93	\$1.529,63	\$41,03	\$ 41,03	\$41,03	\$41,03	\$41,03
2015	\$469,35			\$42,24	\$42,24	\$42,24	\$42,24
2016	\$483,17				\$43,48	\$43,48	\$43,48
2017	\$497,39					\$44,76	\$44,76
2018	\$512,02						\$46,08
Total			\$1.570,66	\$1.653,94	\$1.780,70	\$1.952,23	\$2.169,83
Total depreciación			\$3.598,29	\$4.229,92	\$5.193,31	\$6.229,99	\$7.342,26

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

La empresa tiene que cubrir una deuda financiera con el Banco Pichincha la misma que termina de pagar en un año el motivo del préstamo fue para financiar el capital de trabajo de la empresa, por lo que no es necesario realizar proyecciones ya que la deuda termina de pagar en el 2014.

Tabla de amortización

Datos:

Crédito: \$14000

Interés: 0,225 anual (capitalizable mensualmente), 0,01875 mensual

Tiempo: 1 año 12 meses

$$Renta = \frac{A}{\frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i}}$$

$$Renta = \frac{14000}{\frac{1 - (1 + 0,01875)^{-12}}{0,01875}}$$

$$Renta = 1313,69$$

Tabla 4. 17: Tabla de amortización

PERIODO	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO
				\$ 14.000,00
30/11/2013	\$ 1.051,19	\$ 262,50	\$ 1.313,69	\$ 12.948,81
30/12/2013	\$ 1.070,90	\$ 242,79	\$ 1.313,69	\$ 11.877,90
30/01/2014	\$ 1.090,98	\$ 222,71	\$ 1.313,69	\$ 10.786,92
28/02/2014	\$ 1.111,44	\$ 202,25	\$ 1.313,69	\$ 9.675,49
30/03/2014	\$ 1.132,28	\$ 181,42	\$ 1.313,69	\$ 8.543,21
30/04/2014	\$ 1.153,51	\$ 160,19	\$ 1.313,69	\$ 7.389,70
30/05/2014	\$ 1.175,14	\$ 138,56	\$ 1.313,69	\$ 6.214,57
30/06/2014	\$ 1.197,17	\$ 116,52	\$ 1.313,69	\$ 5.017,40
30/07/2014	\$ 1.219,62	\$ 94,08	\$ 1.313,69	\$ 3.797,78
30/08/2014	\$ 1.242,48	\$ 71,21	\$ 1.313,69	\$ 2.555,29
30/09/2014	\$ 1.265,78	\$ 47,91	\$ 1.313,69	\$ 1.289,51
30/10/2014	\$ 1.289,51	\$ 24,18	\$ 1.313,69	\$ 0,00

Fuente: Empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

vi. OTROS GASTOS

En este rubro se encuentra los interés bancarios, la empresa se ve afectada solo en el año 2014 ya que el plazo del prestamos es de un año por lo que no es necesario la proyección de esta cuenta, para el 2014 el gasto será de: \$1.259,02

vii. GASTOS NO DEDUCIBLES

Los gastos no deducibles son todas aquellas compras que siendo para el giro del negocio no están sustentadas con documentos autorizados por la administración.

Dentro de este grupo se encuentra los gastos varios.

Tabla 4. 18: Datos históricos de los gastos deducibles

Cuentas	2010	2011	2012	2013	% Proyecciones
Ventas	\$75.328,99	\$214.059,66	\$265.745,33	\$432.812,12	
Gasto deducible	\$ 106,59 0,141%	\$ 387,73 0,181%	\$ 155,62 0,059%	\$ 473,98 0,110%	0,12%

Elaborado por: Katherine Analuisa

viii. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

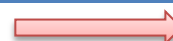
Tabla 4. 19: Estado de resultados proyectado

EMPRESA SOLINTHA S.A					
	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS OPERACIONALES					
VENTAS					
Venta Equipos y suministros	\$408.681,50	\$ 468.349,00	\$ 536.727,95	\$ 615.090,23	\$ 704.893,41
Venta de servicios	\$ 86.559,78	\$ 99.197,50	\$ 113.680,34	\$ 130.277,67	\$ 149.298,21
TOTAL DE VENTAS	\$495.241,28	\$ 567.546,50	\$ 650.408,29	\$ 745.367,90	\$ 854.191,62
COSTO DE VENTAS					
(-)Costo de mercaderías	\$309.158,94	\$ 340.074,83	\$ 374.082,31	\$ 411.490,55	\$ 452.639,60
(-)Costo de servicios	\$ 4.535,91	\$ 4.989,50	\$ 5.488,45	\$ 6.037,29	\$ 6.641,02
CONTINUA					



EMPRESA SOLINTHA S.A					
	2014	2015	2016	2017	2018
TOTAL DE COSTO DE VENTAS	\$313.694,84	\$ 345.064,33	\$ 379.570,76	\$ 417.527,84	\$ 459.280,62
UTILIDAD BRUTA	\$181.546,43	\$ 222.482,17	\$ 270.837,53	\$ 327.840,07	\$ 394.911,00
GASTOS SUELDOS					
Sueldo unificado	\$ 39.010,82	\$ 44.560,22	\$ 50.298,85	\$ 56.233,17	\$ 62.369,85
Fondo de reserva (8,33%)	\$ 3.249,60	\$ 3.711,87	\$ 4.189,89	\$ 4.684,22	\$ 5.195,41
Total ingresos	\$ 42.260,42	\$ 48.272,09	\$ 54.488,75	\$ 60.917,39	\$ 67.565,26
IESS por pagar (12,15%)	\$ 4.712,04	\$ 5.382,34	\$ 6.075,50	\$ 6.792,29	\$ 7.533,53
Aporte personal (9,45%)	\$ 3.993,61	\$ 4.561,71	\$ 5.149,19	\$ 5.756,69	\$ 6.384,92
Total beneficios sociales	\$ 8.705,65	\$ 9.944,05	\$ 11.224,68	\$ 12.548,98	\$ 13.918,44
décimo tercero	\$ 3.521,70	\$ 4.022,67	\$ 4.540,73	\$ 5.076,45	\$ 5.630,44
décimo cuarto sueldo	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33
vacaciones	\$ 1.760,85	\$ 2.011,34	\$ 2.270,36	\$ 2.538,22	\$ 2.815,22
Total provisiones	\$ 5.310,89	\$ 6.062,34	\$ 6.839,43	\$ 7.643,01	\$ 8.473,99
TOTAL GASTOS SUELDOS	\$ 56.276,96	\$ 64.278,48	\$ 72.552,85	\$ 81.109,38	\$ 89.957,69
GASTOS GENERALES					
Luz y fuerza	\$ 758,09	\$ 868,77	\$ 995,62	\$ 1.140,98	\$ 1.307,56
teléfono- fax- internet	\$ 2.749,71	\$ 3.151,16	\$ 3.611,23	\$ 4.138,47	\$ 4.742,69
útiles de oficina	\$ 2.459,88	\$ 2.819,03	\$ 3.230,60	\$ 3.702,27	\$ 4.242,80
mantenimiento	\$ 9.778,32	\$ 11.205,96	\$ 12.842,03	\$ 14.716,96	\$ 16.865,64
guardiania	\$ 1.788,66	\$ 2.049,80	\$ 2.349,07	\$ 2.692,04	\$ 3.085,08
gastos movilización (SRI)	\$ 3.329,13	\$ 3.815,18	\$ 4.372,20	\$ 5.010,54	\$ 5.742,08
gastos de viaje	\$ 4.673,91	\$ 5.356,30	\$ 6.138,32	\$ 7.034,52	\$ 8.061,56
combustible	\$ 1.826,92	\$ 2.093,65	\$ 2.399,32	\$ 2.749,62	\$ 3.151,06
materiales de aseo y otros	\$ 1.298,32	\$ 1.487,88	\$ 1.705,11	\$ 1.954,05	\$ 2.239,34
seguros generales	\$ 635,19	\$ 727,93	\$ 834,21	\$ 956,00	\$ 1.095,58
agasajos al personal	\$ 3.923,18	\$ 4.495,96	\$ 5.152,37	\$ 5.904,62	\$ 6.766,69
alimentación y hospedaje	\$ 849,60	\$ 973,64	\$ 1.115,79	\$ 1.278,69	\$ 1.465,38
otros servicios	\$ 6.503,18	\$ 7.452,65	\$ 8.540,74	\$ 9.787,68	\$ 11.216,68
honorarios profesionales	\$ 2.601,92	\$ 2.981,80	\$ 3.417,14	\$ 3.916,04	\$ 4.487,78
capacitaciones	\$ 4.375,92	\$ 5.014,81	\$ 5.746,97	\$ 6.586,02	\$ 7.547,58
gastos generales	\$ 246,33	\$ 282,29	\$ 323,51	\$ 370,74	\$ 424,87
Publicidad	\$ 8.089,69	\$ 9.270,79	\$ 10.624,32	\$ 12.175,48	\$ 13.953,09
Depreciación	\$ 3.598,31	\$ 4.229,98	\$ 5.193,43	\$ 6.230,20	\$ 7.342,57
TOTAL DE GASTOS GENERALES	\$ 59.486,27	\$ 68.277,57	\$ 78.591,97	\$ 90.344,93	\$ 103.738,05
GASTOS INTERES					

Continúa



EMPRESA SOLINTHA S.A					
	2014	2015	2016	2017	2018
Interés bancario	\$ 1.259,02	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL GASTOS INTERES	\$ 1.259,02	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
GASTOS NO DEDUCIBLES					
Gastos varios	\$ 607,75	\$ 696,48	\$ 798,17	\$ 914,70	\$ 1.048,24
TOTAL GASTOS DEDUCIBLES	\$ 607,75	\$ 696,48	\$ 798,17	\$ 914,70	\$ 1.048,24
TOTAL GASTOS	\$117.629,99	\$ 133.252,53	\$ 151.942,99	\$ 172.369,01	\$ 194.743,99
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 63.916,44	\$ 89.229,64	\$ 118.894,54	\$ 155.471,06	\$ 200.167,01
15% Participacion trabajadores	\$9.587,47	\$13.384,45	\$17.834,18	\$23.320,66	\$30.025,05
UTILIDAD GRAVABLE	\$ 54.328,97	\$ 75.845,19	\$ 101.060,36	\$132.150,40	\$170.141,96
22% Impto. Rta	\$11.952,37	\$16.685,94	\$22.233,28	\$29.073,09	\$37.431,23
10% Reserva Legal	\$5.432,90	\$7.584,52	\$10.106,04	\$13.215,04	\$17.014,20
UTILIDAD NETA	\$ 36.943,70	\$ 51.574,73	\$ 68.721,04	\$89.862,27	\$115.696,53

Elaborado por: Katherine Analuisa

b) MÉTODO DE VALORACIÓN (BALANCE GENERAL)

i. INVENTARIO

Los inventarios dentro de la empresa es un factor primordial para el incremento de ventas, ya que debe a ver variedad de productos los mismos que van a satisfacer las necesidades de los clientes, para la proyección de inventarios se toma en cuenta el plazo medio de inventarios y los costos de ventas.

Fórmula:

$$\text{Inventario} = \frac{\text{Costo de ventas de mercaderias}}{360 \text{ dias}} * \text{Plazo medio de inventario}$$

Tabla 4. 20: Datos históricos de los inventarios

	2010	2011	2012	2013
Plazo medio de inventarios	114,300 días	39,245 días	96,961 días	73,699 días

Elaborado por: Katherine Analuisa

$$\text{Inventario} = \frac{\$309.158,94}{360 \text{ dias}} * 73,699$$

$$\text{Inventario} = \$63.290,51$$

Tabla 4. 21: Proyección de la cuenta inventarios

Año	Costo de ventas	Inventarios
2014	\$ 309.158,94	\$ 63.290,51
2015	\$ 340.074,83	\$ 69.619,56
2016	\$ 374.082,31	\$ 76.581,52
2017	\$ 411.490,55	\$ 84.239,67
2018	\$ 452.639,60	\$ 92.663,63

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

INTERPRETACIÓN

El crecimiento de los inventarios debe ser en la misma proporción que el crecimiento de las ventas para los años proyectados ya que así la empresa podrá cubrir con la demanda y satisfacer las necesidades de los clientes.

ii. CUENTAS POR COBRAR

Al igual que la anterior cuenta el elemento para realizar la proyección es la rotación de las cuentas por cobrar, a diferencia de la anterior esta cuenta tiene relación directa con las ventas de la empresa.

Formula:

$$Ctas * Cobrar = \frac{Ventas}{360 \text{ días}} * \text{Plazo medio de cobro}$$

Tabla 4. 22: Datos históricos cuentas por cobrar

	2010	2011	2012	2013
Plazo medio de cobro	111,45 días	63,31 días	79,78 días	43,222 días

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Indicadores financieros de la empresa Solintha S.A

$$Ctas * Cobrar = \frac{\$495.241,28}{360 \text{ días}} * 43,222$$

$$Ctas * Cobrar = \$59.459,22$$

Tabla 4. 23: Proyección de cuentas por cobrar

Año	Ventas	C*c
2014	\$ 495.241,28	\$ 59.459,22
2015	\$ 567.546,50	\$ 68.140,26
2016	\$ 650.408,29	\$ 78.088,74
2017	\$ 745.367,90	\$ 89.489,70
2018	\$ 854.191,62	\$ 102.555,19

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

INTERPRETACIÓN

Si las ventas crecen las cuentas por cobrar también lo hacen, siendo esta cuenta en la que debe trabajar la empresa para obtener liquidez y así poder cubrir las obligaciones con terceros y disminuir la cartera de cobro.

iii. CUENTAS POR PAGAR

Para realizar la proyección de las cuentas por pagar se necesita conocer la rotación de las cuentas por pagar, esta cuenta se vincula directa con el costo de ventas de la empresa, ya que tiene relación con las compras y los proveedores.

Fórmula:

$$Ctas * Pagar = \frac{Costo de Ventas}{360 \text{ días}} * Plazo medio de pago$$

Tabla 4. 24: Datos históricos de cuentas por pagar

	2010	2011	2012	2013
Plazo medio de pago	165,597	56,610	106,377	72,976

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Indicadores financieros de la empresa Solintha S.A

$$Ctas * Pagar = \frac{\$313.694,84}{360 \text{ días}} * 72,976$$

$$Ctas * Pagar = \$63.589,43$$

Tabla 4. 25: Proyección de cuentas por pagar

Año	Costo de ventas	Ctas * pagar
2014	\$ 313.694,84	\$ 63.589,43
2015	\$ 345.064,33	\$ 69.948,37
2016	\$ 379.570,76	\$ 76.943,21
2017	\$ 417.527,84	\$ 84.637,53
2018	\$ 459.280,62	\$ 93.101,28

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros de la empresa Solintha S.A.

INTERPRETACIÓN

Para que las ventas incrementen la empresa debe adquirir equipos y suministros de hardware lo cual hace que las cuentas por pagar a proveedores se eleven por lo que la empresa debe recuperar lo invertido para poder cubrir con sus obligaciones a tiempo

c) DETERMINACIÓN DEL FLUJO DE CAJA LIBRE

A partir de las proyecciones de las cuentas del estado de resultados y el balance general se procederá a realizar el flujo de caja libre el mismo que define el saldo disponible para pagar a los accionistas y para cubrir el servicio de la deuda.

Si el flujo de caja libre es positivo remunerará a los proveedores del capital tanto propio como ajeno, con el pago de intereses o dividendos. En caso de ser negativo deberá obtener capital adicional, mediante préstamos o aportaciones de los accionistas para financiar a la empresa. **(Miguel Sanjurjo & Mar Reinoso, 2003, pág. 220)**

i. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo permite conocer el grado de solidez de la empresa y el margen de protección que ofrece a los acreedores a corto plazo. Lo calcularemos a través de las proyecciones de las cuentas por cobrar, cuentas por pagar e inventarios.

Tabla 4. 26: Incremento de capital de trabajo

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018
Cuentas por cobrar	\$ 59.459,22	\$ 68.140,26	\$ 78.088,74	\$ 89.489,70	\$ 102.555,19
(+)Inventario	\$ 63.290,51	\$ 69.619,56	\$ 76.581,52	\$ 84.239,67	\$ 92.663,63
(-) Cuentas por pagar	\$ 63.589,43	\$ 69.948,37	\$ 76.943,21	\$ 84.637,53	\$ 93.101,28
(=) Capital de trabajo neto	\$ 59.160,30	\$ 67.811,45	\$ 77.727,05	\$ 89.091,83	\$ 102.117,54
Incremento de capital de trabajo	\$ 8.651,15	\$ 9.915,60	\$ 11.364,79	\$ 13.025,71	\$ 0,00

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros proyectados de la empresa Solintha S.A.

ii. FLUJO DE CAJA LIBRE

Tabla 4. 27: Flujo de caja libre

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad neta	\$ 36.943,70	\$ 51.574,73	\$ 68.721,04	\$ 89.862,27	\$ 115.696,53
(+) Depreciación	\$ 3.598,31	\$ 4.229,98	\$ 5.193,43	\$ 6.230,20	\$ 7.342,57
(+)Amortización	\$ 13.136,93	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-)Incremento de capital de trabajo	\$ 8.651,15	\$ 9.915,60	\$ 11.364,79	\$ 13.025,71	\$ 0,00
Flujos de caja libre	\$ 45.027,79	\$ 45.889,11	\$ 62.549,69	\$ 83.066,76	\$ 123.039,10

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros proyectados de la empresa Solintha S.A.

d) DESCUENTO DE LOS FLUJOS DE CAJA

i. TASAS DE DESCUENTO

Mide el coste de capital medio ponderado entre los recursos ajenos y los recursos propios. Es la media ponderada de lo que ha costado la inversión de activo y su financiación, ya sea propia o ajena.¹

Fórmula:

$$WACC = Ke * \frac{CAA}{CAA + D} + kD * (1 - T) * \frac{D}{CAA + D}$$

¹ <http://aulavirtual.afige.es/webafige/informacion-sobre-que-es-el-wacc>

Dónde:

WACC: Promedio Ponderado del Costo de Capital

Ke: Tasa de costo de oportunidad de los accionistas.

CAA: Capital aportado por los accionistas

D: Deuda financiera contraída

Kd: Costo de la deuda financiera

T: Tasa de Impuestos

La diferencia **1-T** se conoce como escudo fiscal

Tabla 4. 28: Datos del cálculo para la tasa de descuento

	Descripción	Valor	Porcentaje
CAA	Capital total	\$32.665,55	71,17%
D	Pasivo oneroso	\$13.136,93	28,83%
kd	Tasa de interés activa para pymes Sept/2014	14000	11,20% (ANEXO 5)
T	15% trabajadores y 22% impuesto a la renta		37%
ke	Tasa de costo de oportunidad de los accionistas		18,99%

Elaborado por: Katherine Analuisa

Cálculo de ke:

Para calcular el ke (Tasa de costos de oportunidad de los accionistas) se utiliza el modelo de fijación de precios de activos de capital (CAPM)

Fórmula

$$E(R_{i,x}) = R_f + \beta_i * (E(R_M) - R_f) + CR_x$$

Dónde

$E(R_{i,x})$ = Tasa de descuento del proyecto i en el país x

R_f = Tasa libre de riesgo (Bono de tesoro de EE.UU.)

β_i = Beta de una compañía similar en un país desarrollado

$E(R_M)$ =Rendimiento esperado de la cartera de mercado

CR_x = Prima por riesgo del país x

Los países que se dedican a la misma actividad en EE.UU. y los cuales se tomaran en cuenta para el cálculo son:

Tabla 4. 29: Empresas para la comparación

DESCRIPCIÓN	IBM	MICROSOFT
Beta apalancada (β_A)	0,9	0,73
Deuda (D)	\$ 103.431.000,00	\$82.600.000,00
Capital (P)	\$ 22.792.000,00	\$89.784.000,00
Tasa de impuesto a la renta (T)	30%	35%

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Yahoo Finance (**ANEXO 6**)

El impuesto a la renta de Microsoft es alto ya que es una tasa impositiva sobre la renta corporativa y sus fuentes de ingresos están sujetas a gravamen.

Tabla 4. 30: Datos para el cálculo de la tasas de costo de oportunidad

	EE.UU	ECUADOR	
Rendimiento esperado (Rm)	10,34% ²		
Prima de riesgo (Rm-Rf)	8,00%		
Tasa libre de riesgo (Rf)	2,34%		
Inflación esperada	1,67%	4,19%	Agosto 31/2014
Riesgo país (Rp)	1,52%	3,16%	Agosto 31/2014

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Banco central del Ecuador, (**ANEXO 7**)

Para determinar el rendimiento nominal de una empresa dedicada a la venta de equipos de hardware se debe calcular el rendimiento requerido de Estados Unidos, calculando primero el Beta desapalancada de las dos empresas antes mencionadas.

² <http://csimarket.com/stocks/IBM-Return-on-Assets-ROA.html>

Fórmula

$$\beta D = \frac{\beta A}{1 + \frac{D}{P} * (1 - T)}$$

Dónde:

βD =Beta desapalancada

βA = Beta Apalancada

D= Deuda de la empresa

P= Capital social

T= Tasa Impositiva

IBM Company

$$\beta D = \frac{\beta A}{1 + \frac{D}{P} * (1 - T)}$$

$$\beta D = \frac{0,9}{1 + \frac{103.431.000}{22.792.000} * (1 - 0,30)}$$

$$\beta D = \frac{0,9}{1 + 4,53803966 * (1 - 0,30)}$$

$$\beta D = 23,22\%$$

Microsoft Company

$$\beta D = \frac{\beta A}{1 + \frac{D}{P} * (1 - T)}$$

$$\beta D = \frac{0,73}{1 + \frac{82.600.000}{89.784.000} * (1 - 0,35)}$$

$$\beta D = \frac{0,73}{1 + 0,91998574356 * (1 - 0,35)}$$

$$\beta D = 0,32$$

Se calcula el beta promedio de las dos empresas

Fórmula:

$$\beta_{promedio} = \frac{\beta_1 + \beta_2}{2}$$

$$\beta_{promedio} = \frac{0,2322 + 0,3220}{2}$$

$$\beta_{promedio} = 0,27$$

Interpretación

El beta es menor a uno lo que indica que tiene menos volatilidad en el mercado y diversifica el riesgo de la inversión, es decir, la venta de hardware es una negocio rentable Solintha está invirtiendo en un negocio que le permitirá recuperar lo invertido crecer y desarrollarse en el mercado

Se calcula el rendimiento requerido de una empresa dedicada a la venta de equipos de hardware en Estados Unidos

Fórmula:

$$KUSA = R_f + \beta * (R_m - R_f)$$

Donde

KUSA= Rendimiento requerido en los EE.UU.

$$KUSA = 0,0234 + 0,2771 * (0,1034 - 0,0234)$$

$$KUSA = 12,56\%$$

Una empresa que vende equipos de hardware en EE.UU. deberá tener un rendimiento del 12.56%

Se calcula el rendimiento real de EE.UU., considerando la inflación

Fórmula:

Donde

K Real USA= Rendimiento requerido en los EE.UU. real

$$K \text{ Real USA} = \frac{(1 + KUSA)}{(1 + \text{Tasa de inflación USA}) - 1}$$

$$K \text{ Real USA} = \frac{(1 + 0,1256)}{(1 + 0,0167) - 1}$$

$$K \text{ Real USA} = 10,71\%$$

El rendimiento mínimo requerido en Estados Unidos será de 10,71%

Para calcular le rendimiento requerido de una empresa similar en Ecuador, se afecta el rendimiento real mínimo requerido de Estados Unidos por el riesgo país de Ecuador.

Fórmula:

$$K \text{ Real Ecuador} = (1 + K \text{ Real USA}) * (1 + \text{Riesgo país Ecuador}) - 1$$

$$K \text{ Real Ecuador} = (1 + 0,1071) * (1 + 0,0316) - 1$$

$$K \text{ Real Ecuador} = 14,21\%$$

El rendimiento nominal de ecuador

Fórmula

$$K \text{ Nominal Ecuador} = (1 + K \text{ Real Ecuador}) * (1 + \text{Tasa de Inflación Ecuador}) - 1$$

$$K \text{ Nominal Ecuador} = (1 + 0,1421) * (1 + 0,0415) - 1$$

$$K \text{ Nominal Ecuador} = 18,95\%$$

El 18,95% le cuesta a la empresa para financiar sus recursos propios provenientes de accionistas.

$$WACC = K_e * \frac{CAA}{CAA + D} + kD * (1 - T) * \frac{D}{CAA + D}$$

$$WACC = 18,95 * \frac{71,17}{71,17 + 28,83} + 11,20(1 - 37) * \frac{28,83}{71,17 + 28,83}$$

$$WACC = 15,52\%$$

VALOR RESIDUAL COMO RENTA PERPETUA DE GORDON

Es el valor atribuido al negocio a partir del último periodo específicamente proyectado. Suele estimarse como una renta perpetua.

Fórmula:

$$Vr = \frac{R * (1 + g)}{WACC - g} * (1 + WACC)^{-n}$$

Siendo:

Vr= valor residual

R= flujo del último año proyectado

g=tasa de crecimiento a perpetuidad para R

WACC= Tasa de descuento considerada

n= número de años de duración del periodo proyectado

Tabla 4. 31: Valor residual

DATOS	
Flujo caja libre proyectado	\$ 123.039,10
Tasa de crecimiento	4,00%
Wacc	15,518%

Elaborado por: Katherine Analuisa

$$Vr = \frac{\$123.039,10 * (1 + 0,04)}{0,15518 - 0,04} * (1 + 0,15518)^{-5}$$

$$Vr = \frac{127.960,67}{0,1152} * 0,486121167$$

$$Vr = \$540.044,55$$

e) VALOR DE LA EMPRESA SOLINTHA S.A.

Para determinar el valor de la empresa se lo realiza utilizando el valor presente de los flujos de caja libre del periodo proyectado descontando la tasa de actualización WACC que se estima en 18% utilizando la siguiente formula:

$$VP = \frac{\text{Flujo neto del último período}}{(1 + WACC)^n}$$

Tabla 4. 32: Valor de la empresa

Cuentas	2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad neta	\$ 36.943,70	\$ 51.574,73	\$ 68.721,04	\$ 89.862,27	\$ 115.696,53
(+)					
Depreciaciones	\$ 3.598,31	\$ 4.229,98	\$ 5.193,43	\$ 6.230,20	\$ 7.342,57
(+)Amortización	\$ 13.136,93	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-)Incremento de capital de trabajo	\$ 8.651,15	\$ 9.915,60	\$ 11.364,79	\$ 13.025,71	\$ 0,00
Flujos de caja libre	\$ 45.027,79	\$ 45.889,11	\$ 62.549,69	\$ 83.066,76	\$ 123.039,10
Valor residual					\$ 540.044,55
Flujos de caja descontados	\$38.978,89	\$34.388,05	\$40.576,24	\$46.646,91	\$322.339,00
Valor presente de la empresa		\$482.929,09			
V. P. neto		\$333.018,98			

Fuente: Proyecciones

Elaborado por: Katherine Analuisa

Para determinar el valor presente neto de la compañía se debe restar la inversión realizada que viene hacer el total de activos \$149.910,11 de la empresa SOLINTHA S.A, una vez actualizado los flujos de caja futuros y añadido el valor residual se obtiene el valor de la empresa que es de \$333.018,98.

La valoración de la empresa utilizando el método (descuentos de flujos de caja libre) es buena en relación del valor contable que se calcula al presente que es de \$67.686,86. A través de la valoración de la empresa con flujos futuros se determina la alta probabilidad de crecimiento en el futuro debido a las oportunidades que le ofrece el entorno, el crecimiento del sector de hardware y software y el aumento de la demanda de servicios de internet, línea telefónica y la compra de equipos y suministros de hardware.

SOLINTHA S.A. cuenta con un portafolio de servicios y productos integrales que genera las ventas actuales esto se demostró mediante el análisis horizontal y vertical realizado a los estados financieros de la empresa y a través de los indicadores de liquidez, actividad, endeudamiento y rentabilidad que mostraron niveles aceptables de liquidez, los niveles de actividad deben tener un control minucioso por lo cual es indispensable la propuesta de estrategia financieras que ayuden a la empresa a tener un control del inventario, reestructurar las políticas de cobro, disminuir los gastos e incrementar la rentabilidad del negocio en años futuros.

4.3. INDICADORES PARA MEDIR LA CREACIÓN DE VALOR DE UNA EMPRESA

4.3.1. TIR

La tasa interna de retorno es un parámetro que indica la viabilidad de un proyecto basándose en estimaciones de los flujos de caja descontados.

Tabla 4. 33: Cálculo del TIR

AÑOS		INVERSIÓN INICIAL	FLUJO DE CAJA DESCONTADOS
2013	0	-\$ 149.910,11	
2014	1		\$ 38.978,89
2015	2		\$ 34.388,05
2016	3		\$ 40.576,24
2017	4		\$ 46.646,91
2018	5		\$ 322.339,00
		TIR	35%

Elaborado por: Katherine Analuisa

Al realizar la valoración de la empresa se determina un TIR de 35% lo que nos indica que el valor de la empresa es viable ya que la tasa es mayor al costo medio ponderado de capital WACC 15,52%.

4.3.2. EVA

Es una estimación de la verdadera utilidad económica de un negocio durante el año y se distingue claramente de la utilidad contable.

EVA mide hasta qué punto la empresa ha incrementado el valor de los accionistas. Su resultado les da a los accionistas, inversionistas e interesados elementos de juicio para visualizar si se generó valor en determinado periodo de tiempo. **(Jorge Vergiu Canto, 2007, pág. 43)**

FÓRMULA

$$EVA = \left(\frac{NOPAT}{Afn + CT} - WACC \right) * (Afn + CT)$$

Dónde:

NOPAT= Utilidad operativa neta después de impuestos

WACC= Costo medio ponderado de capital

Afn= Activos fijos netos

CT= Capital de trabajo

CI= Capital invertido

Fórmulas:

$$\text{NOPAT} = \text{UO}(1 - \text{TC})$$

$$\text{TC} = \frac{\text{IMPUESTO A LA RENTA}}{\text{UOAI}}$$

Dónde:

UO= Utilidad operativa

Tc= Tasa de impuesto

Cálculo

$$\text{TC} = \frac{\$11.952,37}{\$63.916,44}$$

$$\text{TC} = 0,19$$

$$\text{NOPAT} = \$63.916,44(1 - 0,19)$$

$$\text{NOPAT} = \$51.964,07$$

$$\text{EVA} = \left(\frac{\text{NOPAT}}{\text{CI}} - \text{WACC} \right) * (\text{Afn} + \text{CT})$$

$$\text{EVA} = \left(\frac{51.964,07}{1.668,65 + 63.088,40} - 15,52\% \right) * (1.668,65 + 63.088,40)$$

$$\text{EVA} = 42.524,40$$

Tabla 4. 34: Cálculo del EVA

	2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad Operativa	\$63.916,44	\$89.229,64	\$118.894,54	\$155.471,06	\$200.167,01
Impuesto a la Renta	\$11.952,37	\$16.685,94	\$22.233,28	\$29.073,09	\$37.431,23
Capital de Trabajo	\$59.160,30	\$67.811,45	\$77.727,05	\$89.091,83	\$102.117,54
AFn	\$1.668,65	\$1.723,43	\$1.780,01	\$1.838,46	\$1.898,83
WACC	15,52%				
ROIC	85%	104%	122%	139%	156%
NOPAT	\$51.964,07	\$72.543,70	\$96.661,26	\$126.397,97	\$162.735,78
TC	\$0,19	\$0,19	\$0,19	\$0,19	\$0,19
CI	\$60.828,94	\$69.534,87	\$79.507,05	\$90.930,29	\$104.016,37
EVA	\$42.524,40	\$61.753,01	\$84.323,05	\$112.287,06	\$146.594,12

Elaborado por: Katherine Analuisa

Como se observa en la tabla el indicador de creación de valor EVA ha ido incrementando año tras año, siendo esto positivo para la empresa ya que atrae nuevos inversionistas y el valor de las acciones aumenta.

Conclusión

La valoración de empresa nos permite conocer el patrimonio real de Solintha lo cual es importante ya que esto permitirá captar nuevos inversionistas y esto ayudara a la empresa a crecer y desarrollarse en el mercado ya que de acuerdo a la valoración el giro del negocio de la empresa es rentable, por la competencia que hay dentro del cantón Latacunga es importante establecer estrategias financieras que permitan el desarrollo y crecimiento de la organización en el mercado y expandirse a nivel nacional con el financiamiento de los inversionistas que se va a captar.

CAPÍTULO V

PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS

Es importante que la empresa SOLINTHA S.A. cuente con estrategias financieras ya que pueda estar expuesta a problemas tanto económicos, políticos o sociales que perjudiquen el rendimiento de la empresa, a través de las estrategias la empresa puede minimizar el riesgo de escasez de fondos financieros lo que evite cumplir con las obligaciones con sus acreedores. **(Andres, 2011, pág. 7)**

Previo a la propuesta de estrategias se debe realizar un análisis financiero de los estados ya que esto ayudara a identificar cual es el problema de la empresa y en lo que debe mejorar, los mismos que permitirán definir los objetivos financieros y las estrategias financieras apropiadas para lograr el crecimiento de la empresa en el capítulo anterior se realizó el respectivo análisis.

5.1. PLANTEAMIENTO DE OBJETIVO FINANCIEROS

Cuadro 5. 1: Planteamiento de objetivos financieros

Cuentas	Áreas críticas	Objetivo financiero
Actividad (rotación y edad promedio de inventarios)	<ul style="list-style-type: none"> Rotan 5 veces al año cada 74 días se convierte en efectivo. Representa el 39,13% del total activos 	Disminuir la edad promedio de inventarios a 50 días o menos
Cuentas por cobrar	Plazo medio de cobro 43 días y rota 8 veces al año	Disminuir el riesgo de incobrabilidad de las cuentas por cobrar
Gastos y costos	Los gastos representan el 13,55% y los costos representan el 65,99% del total de las ventas.	Reducir los costos y gastos en un 10% respectivamente, fomentando el ahorro en la empresas SOLINTHA S.A.
Rentabilidad	Competencia alta en el mercado del cantón Latacunga.	Incrementar las ventas en un 16% de acuerdo al crecimiento del sector ce hardware.
Factor económico (Influencias macro económico)	Inflación, índices de precios, tasa de aranceles, nuevas leyes para el sector de las TIC'S	Analizar los cambios macro económico en el que se desenvuelve la empresa sus amenazas y oportunidades
Factor interno (Análisis situacional interno)	Falta de incentivos al personal. Elaboración de un organigrama	Analizar el entorno interno de la empresa sus debilidades y fortalezas

Elaborado por: Katherine Analuisa

5.2. Propuesta de Estrategias financieras

Cuadro 5. 2: Propuesta de estrategias financieras

	Objetivo financiero	Estrategias financieras
Actividad (rotación y edad promedio de inventarios)	Disminuir la edad promedio de inventarios a 50 días o menos	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar el control de inventarios ABC para priorizar los productos que brindan ganancia a la empresa, reduciendo los tiempos de llegada de la nueva mercadería.
Cuentas por cobrar	Disminuir el riesgo de incobrabilidad de las cuentas por cobrar	<ul style="list-style-type: none"> • Propuesta de scoring de crédito para ser más riguroso en la selección de los clientes. • Establecer el descuento por pronto pago del 2/10 neto 30, es decir, si cancela la deuda en 10 días se le realiza el descuento del 2%.
Gastos y costos	Reducir costos y gastos, fomentando el ahorro en la empresa Solintha S.A.	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar presupuestos mensuales y anuales de gastos y costos • Aplicar la metodología de las 5'S para mejorar la calidad y disminuir los costos y gastos.
Rentabilidad	Incrementar las ventas en un 16% de acuerdo al crecimiento del sector de hardware.	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar expoferias cada 6 meses para dar a conocer el producto • Entregar volantes con proformas de los productos que oferta la empresa
Factor económico (Influencias macro económica)	Analizar los cambios macro económicos en el que se desenvuelve la empresa sus amenazas y oportunidades	Capacitar e informar al personal de contabilidad sobre las reformas en la legislación laboral y económica.
Factor interno (Análisis situacional interno)	Analizar el entorno interno de la empresa sus debilidades y fortalezas	Implementar políticas de ventas, que beneficie económicamente a los empleados para su mejor rendimiento

Elaborado por: Katherine Analuisa

5.3. Plan táctico operativo estrategias financieras

Cuadro 5. 3: plan táctico operativo estrategias financieras

Estrategias financieras	Actividades	Medio de verificación	Tiempo	Responsable	Presupuesto
Implementar el control de inventarios ABC para priorizar los productos que brindan ganancias a la empresa, reduciendo los tiempos de llegada de la nueva mercadería.	<ul style="list-style-type: none"> Analizar los precios unitarios de cada grupo de artículos de oferta la empresa. Realizar un informe final de los productos que generan una mayor utilidad a la empresa 	Informe de productos que generan utilidad a la empresa	2014-2016	Persona encarga del control de inventario.	Sueldo de la persona contratada para los dos años \$11.854,08.
Aplicar el método justo a tiempo en los productos de categoría C	<ul style="list-style-type: none"> Determinar los productos del grupo C. Adquirir dichos productos bajo pedido, disminuyendo los costos de almacenamiento 	Informe de productos que corresponde al grupo C			
Propuesta de scoring de crédito para ser más riguroso en la selección de los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación del cliente que requiere el crédito analizando las 5 C del crédito. Calcular la capacidad de pago del cliente en base a las tablas propuestas. 	Informe de los clientes seleccionados para la otorgación del crédito	2014-2016	Personal de ventas	\$0
Establecer descuentos por pronto pago del 2/10 neto 30.	Incentivar al cliente para que pague pronto por la mercadería.	Informe de los créditos pagados antes del plazo.	2014-2016	Personal de ventas	\$0
<ul style="list-style-type: none"> Realizar presupuestos mensuales y anuales de gastos y costos Aplicar la metodología de las 5'S para mejorar la calidad y disminuir los costos y gastos. 	<ul style="list-style-type: none"> Capacitar al personal del funcionamiento de las metodologías mencionadas Elaborar matrices proporcionando información que ayude al desarrollo de la estrategia 	Informe de la reducción de costos y gastos	2014-2016	Contadora	\$0
Implementar estrategias de venta, que beneficie económicamente a los empleados y a la compañía.	<ul style="list-style-type: none"> Capacitar al vendedor proporcionando información suficiente de las características de los productos. Realizar expo ferias cada 6 meses para dar a conocer el producto 	Informe de las ventas realizadas por cada vendedor	2014-2016	Departamento de ventas	\$0

Elaborado por: Katherine Analuisa

5.4. ESTRATEGIAS DE ACTIVIDAD FINANCIERA

5.4.1. ROTACIÓN DE INVENTARIOS

El método que la empresa debería tomar en cuenta es el sistema de control A, B, C ya que este nos muestra cómo manejar el inventario de acuerdo con la clasificación de prioridades, ésta puede realizarse de tres diferentes formas; de acuerdo al costo de unitario, de acuerdo al costo total de existencia.

Este sistema pretende que el costo y el manejo del inventario disminuyan, además puede proporcionar una rotación de inventario más frecuente incrementando las ventas y reduciendo los costos. Al utilizar este método podremos tomar ciertas medidas, como:

- Aplicar un tipo de control específico a cada grupo de artículos en función de su valor.
- Concentrar los esfuerzos de control sobre los productos más importantes.

Los artículos A.- Vienen hacer los bienes cuyo valor de consumo anual es elevado.

Los artículos B.- Son artículos de una clase intermedia, con un valor de consumo medio.

Los artículos C.- Son bienes con el menor valor de consumo.

Dentro de los sistemas más comunes utilizados para realizar esta clasificación se encuentra:

- Clasificación por precio unitario
- Clasificación por valor total
- Clasificación por utilidad y valor
- Clasificación por su aporte a las utilidades

5.4.2. CLASIFICACIÓN POR PRECIO UNITARIO

a) PROCEDIMIENTO

1. Determinar los precios unitarios de los inventarios de los productos de un determinado periodo.
2. Ordenar los artículos del inventario en orden descendente con base en su precio
3. Clasificar como artículo tipo A, al 20% del total de los artículos
4. Clasificar como artículos tipo B, al 30% de los artículos restantes en el mismo orden
5. Clasificar como artículos productos tipos C, 50% de los artículos restantes
6. Con base en la clasificación se establece las políticas de control y periodicidad de los pedidos.

b) RIESGOS

- Al tener poco inventario y al no suplir con el pedido a tiempo, el cliente puede ir a la competencia a cubrir su necesidad y así la empresa quedarse sin cliente.
- De la misma manera si se compra inventario extra para evitar el agotamiento la empresa podrá experimentar mayores costos y tener productos obsoletos a la venta ya que hoy en día la tecnología cambia a cada momento y las personas adquieren productos nuevos e innovadores.

Por este motivo es importante realizar un control de inventarios mensual para determinar faltantes de productos y suplir esta necesidad a tiempo a través de la aplicación de las siguientes formulas

$$\text{Duracion del producto} = \frac{\text{Cantidad disponible de un producto dado}}{\text{Cantidad utilizada durante un periodo determinado}}$$

Para determinar los meses de existencia disponibles

$$\text{Meses de existencia disponibles} = \frac{\text{Existencia disponibles}}{\text{Consumo promedio mensual}}$$

A través de estos indicadores la empresa estará prevenida de cuándo debe realizar el pedido de mercadería de esta manera reducirá los costos sean estos de almacenamiento, mantenimiento de bodega, fletes todos los que interviene para la compra de mercadería.

5.4.3. POLÍTICAS DE GESTIÓN DE INVENTARIO

Cuadro 5. 4: Políticas de gestión de inventario

Características	Políticas de control	Métodos de control
Ítems clase A Son los más importantes, representan el mayor porcentaje de volumen de ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Control estricto con supervisión personal • Comunicación directa con los administradores y los proveedores. • Cubrimiento de existencias entre 1 y 4 semanas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Monitoreo frecuente o continuo • Registros precisos de la mercadería. • Políticas basadas en el nivel de servicio al cliente. • Contar con áreas de almacenamiento aseguradas.
Ítems clase B Los niveles de ventas son considerables	<ul style="list-style-type: none"> • Control clásico de inventarios • Administración por excepción 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de control computarizado clásico • Reporte por excepciones.
Ítems clase C Representa los productos con bajos niveles de ventas o bajo valor unitario.	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión mínima • Pedidos bajo orden • Tamaños de órdenes grandes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de control simple • Evitar agotados y excesos de inventario.

Elaborado por: Katherine Analuisa

5.4.4. CASO PRÁCTICO

La empresa SOLINTHA S.A. cuenta con una variedad de artículos para la venta, cada uno de ellos con sus propias características, por lo tanto, cada uno de ellos necesita de un manejo particular, dependiendo de su importancia en los procesos de la compañía y de las posibilidades de adquisición.

Se utilizara datos del mes de mayo del 2014 para el caso práctico del método de control de inventarios ABC por el sistema de precio unitario.

Tabla 5. 4: Consumo y costo unitario de los artículos

Artículo	Detalle	Costo unitario	Cantidad
1	acce. Amarras tornillos	\$4,08	20
2	accesorios	\$7,25	15
3	cable de red	\$21	10
4	cables adaptadores	\$5	15
5	cámaras digitales	\$270	8
6	canaletas	\$2,25	14
7	cartuchos	\$13,27	8
8	case	\$65	4
9	celulares	\$255	2
10	conectividad	\$120,19	4
11	discos duros	\$58	10
12	DVD writers	\$212,80	3
13	eléctrico	\$42,04	5
14	etiquetas	\$5,54	10
15	impresoras	\$295	5
16	klip	\$8	20
17	licencias	\$195	4
18	MBO	\$1,14	20
19	memorias	\$31,53	5
20	microcomponente	\$171,44	2
21	monitores	\$136	2
22	mouse	\$6,44	15
23	papel	\$4,81	20
24	parlantes	\$13,50	8
25	portátiles	\$235,20	8
26	procesadores	\$18	5
27	proyectores	\$740	2
28	redes	\$6,27	10
29	scanner	\$185	3
30	servidores	\$61,60	5
31	switch	\$70	3
32	tarjeta de redes	\$16,25	2
33	telefonía	\$130	6

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Empresa Solintha S.A.

SOLUCIÓN

1. Promediar los precios unitarios de los inventarios
2. Ordenar los artículos del inventario en orden descendente con base en su precio.

Tabla 5. 5: Ventas totales de los artículos

Artículo	Costo unitario	Cantidad	Ventas totales por artículo
27	\$ 740	2	\$ 1.480
15	\$ 295	5	\$ 1.475
5	\$ 270	8	\$ 2.160
9	\$ 255	2	\$ 510
25	\$ 235,20	8	\$ 1.882
12	\$ 212,80	14	\$ 2.979
17	\$ 195	4	\$ 780
29	\$ 185	3	\$ 555
20	\$ 171,44	4	\$ 686
21	\$ 136	2	\$ 272
33	\$ 130	6	\$ 780
10	\$ 120,19	4	\$ 481
31	\$ 70	3	\$ 210
8	\$ 65	4	\$ 260
30	\$ 61,60	5	\$ 308
11	\$ 58	10	\$ 580
13	\$ 42,04	4	\$ 168
19	\$ 31,53	5	\$ 158
3	\$ 21	10	\$ 210
26	\$ 18	5	\$ 90
32	\$ 16,25	2	\$ 33
24	\$ 13,50	8	\$ 108
7	\$ 13,27	8	\$ 106
16	\$ 8	8	\$ 64
2	\$ 7,25	15	\$ 109
22	\$ 6,44	15	\$ 97
28	\$ 6,27	10	\$ 63
14	\$ 5,54	10	\$ 55
4	\$ 5	15	\$ 75
23	\$ 4,81	20	\$ 96
1	\$ 4,08	20	\$ 82
6	\$ 2,25	14	\$ 32
18	\$ 1,14	20	\$ 23

Elaborado por: Katherine Analuisa

3. Clasificar como artículos tipo A, al 20% del total de artículos

$$A = 0,20 * 33 = 6,6$$

4. Clasificar como artículos tipo B, al 30% del total de artículos

$$B = 0,30 * 26 = 7,8$$

5. Clasificar como artículos tipo C al resto de artículos.

Tabla 5. 6: Participación de los artículos en % de la valorización

Artículo	Costo unitario	Cantidad	Ventas totales por artículo	Clase
27	\$ 740	2	\$ 1.480	A
15	\$ 295	5	\$ 1.475	A
5	\$ 270	8	\$ 2.160	A
9	\$ 255	2	\$ 510	A
25	\$ 235,20	8	\$ 1.882	A
12	\$ 212,80	14	\$ 2.979	A
17	\$ 195	4	\$ 780	A
29	\$ 185	3	\$ 555	B
20	\$ 171,44	4	\$ 686	B
21	\$ 136	2	\$ 272	B
33	\$ 130	6	\$ 780	B
10	\$ 120,19	4	\$ 481	B
31	\$ 70	3	\$ 210	B
8	\$ 65	4	\$ 260	B
30	\$ 61,60	5	\$ 308	B
11	\$ 58	10	\$ 580	C
13	\$ 42,04	4	\$ 168	C
19	\$ 31,53	5	\$ 158	C
3	\$ 21	10	\$ 210	C
26	\$ 18	5	\$ 90	C
32	\$ 16,25	2	\$ 33	C
24	\$ 13,50	8	\$ 108	C
7	\$ 13,27	8	\$ 106	C
16	\$ 8	8	\$ 64	C
2	\$ 7,25	15	\$ 109	C
22	\$ 6,44	15	\$ 97	C
28	\$ 6,27	10	\$ 63	C
14	\$ 5,54	10	\$ 55	C
4	\$ 5	15	\$ 75	C
23	\$ 4,81	20	\$ 96	C
1	\$ 4,08	20	\$ 82	C
6	\$ 2,25	14	\$ 32	C
18	\$ 1,14	20	\$ 23	C

Elaborado por: Katherine Analuisa

Tabla 5. 7: clasificación de los productos con base al precio unitario

Tipo	Productos	Porcentaje	Inversión	Porcentaje
A	7	20%	\$11.266	80%
B	8	30%	\$3.552	15%
C	18	50%	\$2.147	5%
TOTAL	33	100%	\$16.964	100%

Elaborado por: Katherine Analuisa

La empresa debe realizar pedidos de productos que pertenecen al grupo A ya que son estos los que más se venden y ganancias otorga a la empresa, mientras los que pertenecen al grupo C se lo realizará bajo pedido.

5.5. ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR

A continuación se detalla la metodología que será utilizada en el Scoring de Crédito. Es decir: los parámetros, la conceptualización, las categorías, la toma de decisiones.

La metodología para desarrollar la propuesta, se fundamenta en definir un entorno de control a través de los cuales la Empresa SOLINTHA S.A. pueda otorgar con niveles de riesgo aceptable la mercadería a crédito.

Previo a la otorgación del crédito el vendedor debe tomar en cuenta las siguientes alertas que identifique el comportamiento del cliente:

- Verificar las referencia laborales sean estas comerciales, personales cuando el otorgamiento del crédito sea un monto alto
- Verificar el buró de crédito
- Incremento en las cuentas por cobrar del cliente. Es decir si ya tiene una deuda adquirir otra, si está pagando a tiempo y tiene liquidez no hay problema de otorgar otro crédito, pero si esta con mora no deben otorgar un nuevo crédito corre el riesgo de no pagar.
- Cuando se otorga el crédito a una empresa se debe tomar en cuenta el tiempo del negocio, la estabilidad domiciliaria del negocio
- Incremento de las ventas o utilidad

5.5.1. Scoring de crédito

El scoring de crédito que se propone para la empresa SOLINTHA S.A. como estrategia financiera es subjetivo, es decir, no aplica un método específico, por lo contrario se toma en cuenta los parámetros importantes de acuerdo al análisis previamente realizado.

El Scoring es un método analítico- matemático que permite determinar, quién es sujeto de crédito, cuánto dinero se le otorgará y bajo qué condiciones; con el propósito de minimizar el riesgo en la concesión de

crédito. Por lo que es necesario analizar las 5 “C” de crédito bajo un modelo de Scoring el cual nos permitirá ubicar a los clientes en un rango ponderando de riesgo y evitar así el incumplimiento de los pagos al vender mercadería a crédito.

a) Capacidad

Se refiere a la capacidad de pago que tiene el cliente sobre el crédito que solicita, para esto es necesario analizar si el cliente tiene ingresos estables y suficientes para pagar el crédito por lo que se requiere una información detallada de:

Ingresos

- Honorarios profesionales.
- Sueldo principal
- Sueldo cónyuge.
- Arriendos.
- Ventas.
- Comisiones.
- Otros varios del solicitante y cónyuge.

Egresos

- Gastos Familiares en Efectivo.
- Pago Arriendo
- Pago préstamos, tarjetas de crédito, y casas comerciales.
- Gastos Producción.
- Gastos Administrativos.
- Gastos Ventas.
- Gastos Generales.
- Otros Gastos.

Para el análisis de la capacidad de pago, la empresa debe utilizar el siguiente formato tanto para consumo familiar como para empresas.

Cuadro 5. 5: Capacidad de pago consumo familiar

Ingresos	Valor (\$)	Gastos	Valor (\$)
Total ingresos		Total gastos	
Otros ingresos		Otros gastos	
Total otros ingresos		Total otros gastos	
Total ingresos netos		Total gastos brutos	
		Imprevistos 10%	
		Total gastos netos	

Elaborado por: Katherine Analuisa

Utilidad familiar (Ingresos -.Gastos)

Comportamiento para la otorgación del crédito 25%

Cuadro 5. 6: Ingresos del negocio

Nombre del negocio:-----			
Tipo de Negocio:-----			
Domicilio:-----			
Ventas	Bueno	Malo	Promedio
Lunes			
Martes			
Miércoles			
Jueves			
Viernes			
Sábado			
Domingo			
			Total mensual

Elaborado por: Katherine Analuisa

Cuadro 5. 7: Gastos del negocio

Rubros	Monto (\$)
Total gastos	

Elaborado por: Katherine Analuisa

b) Capital

Para la otorgación del crédito en mercadería es necesario que el cliente cuente con activos de respaldo que le permita solventar su deuda en caso de que sea necesario.

Activos

- Efectivo
- Depósitos Bancarios
- Documentos por cobrar.
- Inversiones.
- Mercaderías (valoradas al costo)
- Acciones.
- Bienes Inmuebles.
- Maquinarias.
- Vehículos.
- Muebles y Enseres.

Pasivos

- Deudas bancarias a corto plazo, que deben pagarse en menos de un año.
- Cuentas por pagar a proveedores.
- Documentos por pagar a corto plazo.
- Otras cuentas por pagar a corto plazo
- Deudas Hipotecarias.
- Otras cuentas por pagar a largo plazo, a pagarse en más de un año.

El scoring de crédito calcula el patrimonio a partir de la información de los activos y pasivos que se ingrese además se deriva de dos indicadores a evaluar.

Fórmulas

$$\text{Endeudamiento (anterior)} = \frac{\text{Pasivos}}{\text{Activos}}$$

$$\text{Endeudamiento (actual)} = \frac{\text{Pasivos} + \text{Crédito solicitado}}{\text{Activos}}$$

c) Colateral

En caso de que el cliente incumpla con la obligación contraída de pagar por la mercadería concedida a crédito se le hará efectiva la garantía por la falta de pago.

d) Carácter.

Sera un factor vital de análisis para conceder el crédito ya que la actitud del deudor para responder a un crédito permitirá que el cobro de este se haga efectivo, también con este análisis lo que se busca es predecir el futuro comportamiento de pago del cliente hacia la empresa. La evaluación del carácter del cliente se realizara en base a elementos relevantes, medibles y verificables como la:

- Residencia propia y arrendada
- Cargas familiares
- Historial crediticio en la empresa
- Referencias comerciales y personales.

e) Condiciones.

Las condiciones económicas generales o de la industria serán un factor decisivo al momento de otorgar el crédito en equipos y suministros de hardware ya que dependiendo de estas podremos acceder o no a la otorgación del crédito.

5.5.2. Categorías y Calificación del Sujeto de Crédito

- Aquellos clientes que no tengan retraso en sus pagos o que poseen saldos pendientes se los clasificara en la categoría A.
- Aquellos clientes que no superen un plazo de 15 días en sus pagos o que no poseen saldos pendientes se los clasificara en la categoría B.
- Aquellos clientes que superen los 15 días de retraso en sus pagos se los clasificara en la categoría C.
- Quienes tenga saldos pendientes de pago con la empresa no se les concederá un crédito adicional hasta que cumplan con la liquidación de este, se clasificará en la categoría D.

5.5.3. Descripción de Parámetros y Ponderación

El Scoring de crédito asigna a cada factor un puntaje de acuerdo a parámetros establecidos para cada tipo de crédito. Las ponderaciones se han definido en función del tipo y el sujeto de crédito. Para implantar el scoring de crédito en la empresa Solintha S.A., se realizara énfasis en las tres primeras condiciones, ya que lo que se quiere comprobar es que el cliente tenga suficiente liquidez.

Cuadro 5. 8: Ponderación del Scoring de Crédito

Categoría de cliente definida	de cliente	Calificación de Scoring de crédito	Tipo de riesgo
Categoría A.- normal	En situación	100<Ponderación<85	Bajo
Categoría B.- potencial	Con riesgo	70<Ponderación<55	Moderado
Categoría C.- riesgo de insolvencia	con alto	55<Ponderación<40	Moderadamente alto
Categoría D.- riesgo de insolvencia	con alto	40<Ponderación	Alto

Elaborado por: Katherine Analuisa

Cuadro 5. 9: Decisiones en base de Scoring

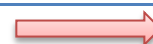
Categoría de cliente	de	Calificación de Scoring de crédito	Riesgo incobrabilidad	Decisión
Categoría A.- En situación normal		100<Ponderación<85	Bajo	Aceptar y conceder crédito
Categoría B.- Con riesgo potencial		70<Ponderación<55	Moderado	Aceptar y conceder crédito asumiendo un riesgo
Categoría C.- con alto riesgo de insolvencia		55<Ponderación<40	Moderadamente Alto	Negar
Categoría D.- con alto riesgo de insolvencia		40<Ponderación	Alto	Negar

Elaborado por: Katherine Analuisa

Cuadro 5. 10: Matriz modelo para un sistema de Scoring de Crédito consumo familiar

5° C	FACTORES DE EVALUACIÓN	SUBFACTORES DE EVALUACIÓN	ESCALAS	PUNTAJE		
CARÁCTER 25%	Residencia	Tipo de referencia	Propia Familiar Arrendada	10 puntos 7 puntos 5 puntos		
		Tiempo de residencia	0 a 6 meses 7 a 12 meses	3 puntos 7 puntos		
			13 meses en adelante	10 puntos		
		Trabajo	Tipo de Trabajo	Fijo Temporal	10 puntos 5 puntos	
	Tiempo de trabajo		12 a 24 meses 25 a 36 meses 37 meses en adelante	5 puntos 7 puntos 10 puntos		
			Credit Report	Experiencia crediticia en la empresa	Primera compra Segunda compra Tres a más compras	5 puntos 7 puntos 10 puntos
				Referencias	Referencias Personales	Buena Regular Mala
	Referencias Comerciales	Buena Regular Mala	10 puntos 5 puntos 0 puntos			
	Capital 15%	Solvencia	Endeudamiento actual	0% a \$40% 40,1% a 65% 65,1% en adelante	10 puntos 5 puntos 1 punto	

CONTINUA



Capacidad de pago 50%	Ingresos depurado mensual	Ingreso mensual depurado	Ingreso depurado entre \$100 y \$200	4 punto
			Ingreso depurado entre \$201 y \$300	6 punto
			Ingreso depurado mayor a \$301	10 punto
	Ahorro mensual	Ahorro mensual	Ahorro entre \$50 y \$100	3 puntos
			Ahorro entre \$101 y \$200	5 puntos
			Ahorro mayor a \$200,00	10 puntos
Condiciones 5%	Internas	Cuentas de pago pendientes	Entre \$50 a \$100	10 puntos
			Entre \$101 a \$200	7 puntos
			\$201 en adelante	5 puntos
Colateral 5%	Garantía	Tipo de garantía	No entrega garantía	10 puntos
			Garantía no real	5 puntos
			Garantía real	10 puntos

Elaborado por: Katherine Analuisa

Cuadro 5. 11: Matriz modelo para un sistema de Scoring de Crédito consumo corporativo

5°C	FACTORES DE EVALUACIÓN	SUBFACTORES DE EVALUACIÓN	ESCALAS	PUNTAJE
CARÁCTER 25%	Negocio	Tipo de referencia	Propia	10 puntos
			Arrendada	5 puntos
		Tiempo del negocio	12 a 24 meses	5 puntos
			25 a 36 meses	7 puntos
		37 meses en adelante	10 puntos	
	Credit Report	Experiencia crediticia en la empresa	Primera compra	5 puntos
			Segunda compra	7 puntos
			Tres a más compras	10 puntos
	Referencias	Referencias Personales	Buena	10 puntos
			Regular	5 puntos
Referencias Comerciales		Mala	0 puntos	
		Buena	10 puntos	
	Regular	5 puntos		
	Mala	0 puntos		

CONTINUA



5°C	FACTORES DE EVALUACIÓN	SUBFACTORES DE EVALUACIÓN	ESCALAS	PUNTAJE
Capital 15%	Solvencia	Endeudamiento actual	0% a \$40%	10 puntos
			40,1% a 65% 65,1% en adelante	5 puntos 1 punto
Capacidad de pago 50%	Ingresos depurado mensual	Ingreso depurado mensual	Ingreso depurado entre \$500 y \$600	4 punto
			Ingreso depurado entre \$601 y \$700	6 punto
			Ingreso depurado mayor a \$701	10 punto
			Ahorro mensual	Ahorro mensual
			Ahorro entre \$301 y \$400	5 puntos
			Ahorro mayor a \$400,00	10 puntos
Condiciones 5%	Internas	Cuentas pendientes de pago	Entre \$50 a \$100	10 puntos
			Entre \$101 a \$200	7 puntos
			Entre \$201 en adelante	5 puntos
			Internas	Ventas netas
			Entre \$501 y \$700	7 puntos
			Entre \$701 en adelante	10 puntos
Colateral 5%	Garantía	Tipo de garantía	No entrega garantía	10 puntos
			Garantía no real	5 puntos
			Garantía real	10 puntos

Elaborado por: Katherine Analuisa

Tabla 5. 8: Ponderación carácter

Calificación	Ponderación	Peso (0,25(Constante)*0,7)*100
10	100%	25
7	0.7	17.5
5	0.5	12.5
3	0.3	7.5

Elaborado por: Katherine Analuisa

Interpretación

- Quienes posean una calificación de 10 representara el 100% del total otorgándole un peso de 25 a la suma de la calificación total
- Quienes posean una calificación de 7 representara el 70% del total otorgándole un peso de 17,5 a la suma de la calificación total
- Quienes posean una calificación de 5 representara el 50% del total otorgándole un peso de 12,5 a la suma de la calificación total
- Quienes posean una calificación de 3 representara el 30% del total otorgándole un peso de 7,5 a la suma de la calificación total

Tabla 5. 9: Ponderación capital

Calificación	Ponderación	Peso
10	100%	15
5	0.5	7.5
1	0.1	1.5

Elaborado por: Katherine Analuisa

Interpretación

- Quienes posean una calificación de 10 representara el 100% del total otorgándole un peso de 15 a la suma de la calificación total
- Quienes posean una calificación de 5 representara el 50% del total otorgándole un peso de 7,5 a la suma de la calificación total
- Quienes posean una calificación de 1 representara el 10% del total otorgándole un peso de 1,5 a la suma de la calificación total

Tabla 5. 10: Ponderación capacidad de pago

Calificación	Ponderación	Peso
10	100%	50
6	0.6	30
4	0.4	20
3	0.3	15
1	0.1	5

Elaborado por: Katherine Analuisa

Interpretación

- Quienes posean una calificación de 10 representara el 100% del total otorgándole un peso de 50 a la suma de la calificación.
- Quienes posean una calificación de 6 representara el 60% del total otorgándole un peso de 30 a la suma de la calificación total.
- Quienes posean una calificación de 4 representara el 40% del total otorgándole un peso de 20 a la suma de la calificación total.
- Quienes posean una calificación de 3 representara el 30% del total otorgándole un peso de 15 a la suma de la calificación total.
- Quienes posean una calificación de 1 representara el 10% del total otorgándole un peso de 5 a la suma de la calificación total.

Tabla 5. 11: Ponderación condición

Calificación	Ponderación	Peso
10	100%	5
7	0.7	3.5
5	0.5	2.5

Elaborado por: Katherine Analuisa

Interpretación

- Quienes posean una calificación de 10 representara el 100% del total otorgándole un peso de 5 a la suma de la calificación total.
- Quienes posean una calificación de 7 representara el 70% del total otorgándole un peso de 3,5 a la suma de la calificación total.
- Quienes posean una calificación de 5 representara el 50% del total otorgándole un peso de 2,5 a la suma de la calificación total.

Tabla 5. 12: Ponderación colateral

Calificación	Ponderación	Peso
10	100%	5
5	0.5	2.5

Elaborado por: Katherine Analuisa

Interpretación

- Quienes posean una calificación de 10 representara el 100% del total otorgándole un peso de 5 a la suma de la calificación total
- Quienes posean una calificación de 5 representara el 50% del total otorgándole un peso de 2,5 a la suma de la calificación total.

5.5.4. APLICACIÓN DEL SCORING DE CRÉDITO A UN CLIENTE

Para nosotros conceder un crédito es necesario realizar un análisis del cliente bajo las 5 C del crédito por lo que se realizara el siguiente ejemplo de forma demostrativa

El señor Byron Gonzales desea adquirir dos portátiles de marca Toshiba valorada en \$735 cada una, un total de \$1470, abona \$800 y de saldo le queda \$670 pagaderos en 6 meses una mensualidad de \$100. Presenta la siguiente información financiera:

Activos

- Efectivo \$500
- Vehículo (Taxi) \$35000
- Muebles y Enseres \$10000

Pasivos

- Deudas bancarias a corto plazo \$235

Fórmulas

$$\text{Endeudamiento (actual)} = \frac{\text{Pasivos} + \text{Crédito solicitado}}{\text{Activos}}$$

$$\text{Endeudamiento (actual)} = \frac{\$235 + \$100}{\$45500}$$

$$\text{Endeudamiento (actual)} = 0,73\%$$

Tabla 5. 13: Capacidad de pago consumo familiar (caso práctico)

Ingresos	Valor (\$)	Gastos	Valor (\$)
Sueldo	\$ 500	Alimentación	\$ 80
Sueldo de la conyugue	\$ 400	Salud	\$ 80
		Educación	\$ 60
		Transporte	\$ 40
		Vestimenta	\$ 30
		Servicios básicos	\$ 20
Total ingresos	\$ 900	Total gastos	\$ 310
Otros ingresos		Otros gastos	
Taxi	\$ 200	Celular	\$ 40
		Pago de crédito	\$ 235
Total otros ingresos	\$ 200	Total otros gastos	\$ 275
Total ingresos netos	\$ 1.100	Total gastos brutos	\$ 585
		Imprevistos 10%	\$ 58,50
		Total gastos netos	\$ 643,50

Elaborado por: Katherine Analuisa

Utilidad familiar (Ingresos -.Gastos)= 456,50

Comprometimiento para la otorgación del crédito 25%=\$114,13

De acuerdo al cálculo realizado el Sr. Byron tiene capacidad de pago y puede cubrir la deuda oportunamente.

Tabla 5. 14: Ponderación matriz caso práctico

5'c	Factores de evaluación	Subfactores de evaluación	Escalas	Puntajes
Carácter 25%	Residencia	Tipo de referencia	Propia	10 puntos
	Credit report	Experiencia crediticia en la empresa	Primer compra	5 puntos
	Referencias	Referencia personal	Buena	10 puntos
Capital 15%	Solvencia	Endeudamiento	0,73	10 puntos
Capacidad de pago 50%	Ingreso mensual	Ingreso depurado mensual	\$750	10 puntos
Condición 5%	Internas	Cuentas pendientes de pago	\$80	10 puntos
Colateral 5%	Garantía	Tipo de garantía	Garantía real: el cliente es propietario de una casa	10 puntos

Elaborado por: Katherine Analuisa

Al analizar la situación financiera del cliente bajo los criterios de las 5”C” del crédito:

Tabla 5. 15: Ponderación carácter caso practico

Rubro	Calificación	Ponderación	Peso
Residencia	10	100%	25

Elaborado por: Katherine Analuisa

Interpretación

El cliente obtuvo una calificación de 10 lo que le representa un puntaje de 25 a la calificación total.

Tabla 5. 16: Ponderación capital caso práctico

Rubro	Calificación	Ponderación	Peso
Credit report	5	100%	7.50

Elaborado por: Katherine Analuisa

Interpretación

El cliente obtuvo una calificación de 10 lo que representara un puntaje de 15 a la calificación total.

Tabla 5. 17: Ponderación capacidad de pago caso practico

Rubro	Calificación	Ponderación	Peso
Referencias	5	100%	50

Elaborado por: Katherine Analuisa

Interpretación

El cliente obtuvo una calificación de 10 lo que representara un puntaje de 50 a la calificación total.

Tabla 5. 18: Ponderación condición caso practico

Rubro	Calificación	Ponderación	Peso
Solvencia	10	100%	5

Elaborado por: Katherine Analuisa

Interpretación

El cliente obtuvo una calificación de 10 lo que representara un puntaje de 5 a la calificación total.

Tabla 5. 19: Ponderación colateral caso práctico

Rubro	Calificación	Ponderación	Peso
Ingreso mensual	10	100%	2.50

Elaborado por: Katherine Analuisa

Interpretación

El cliente obtuvo una calificación de 10 lo que representara un puntaje de 5 a la calificación total.

Calificación total =82.50

- Se cataloga al cliente dentro de la Categoría A
- El riesgo de incobrabilidad es bajo
- Se toma la decisión de conceder el crédito.

5.5.5. Beneficios del scoring de crédito

La implementación de este modelo, ofrecerá los siguientes beneficios

- Reducción del tiempo de respuesta al cliente
- Permitirá generar productos que se adapta a los requerimientos de los clientes
- Mejoramiento de la calidad de servicio
- Mejor calidad de cartera

5.6. COSTOS Y GASTOS

La reducción de costos y gastos tiene como objetivo maximizar los recursos y lograr mayor eficiencia en la empresa SOLINTHA S.A., es importante definir las necesidades de la empresa y determinar cuáles son las

áreas en donde más se gasta. La disminución de los costos y gastos operativos permitirá a la compañía lograr una mayor rentabilidad a futuro.

A continuación se detalla la metodología que será utilizada para la reducción de los costos y gastos operativos.

Cuadro 5. 12: Estrategias para reducir gastos y costos

Estrategias	Actividades	Objetivo
Elaborar presupuestos mensuales y anuales de gastos y costos	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar los rubros de gastos más representativos que son parte del giro del negocio. • Asignar los montos suficiente para cubrir con los gastos optimizando los recursos de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar los gastos innecesarios de la compañía. • Ser minucioso y analítico para comprar los insumos, sin desperdiciar los recursos económicos de la empresa. • Generar una cultura de ahorro en la empresa
Intensificar el uso de las nuevas tecnologías.	Realizar videos llamadas para cerrar un negocio o para supervisar las actividades de las sucursales.	<ul style="list-style-type: none"> • Reducir los gastos de viajes. • Disminuir los gastos de combustible
Mejorar la calidad	Poner en practica la metodología de las 5´S	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr la satisfacción, fidelidad y estabilidad de los clientes • Incrementar las ventas • Mejorar la imagen de la empresa tanto interna y externamente.
Reducción del catálogo de productos	Utilizar el método de control de inventarios ABC	<ul style="list-style-type: none"> • Eliminar mercadería no rentable, • Mantener un stock mínimo de cada producto • Disminuir gastos de almacenaje • Recuperar rápidamente el capital invertido.

Elaborado por: Katherine Analuisa

Metodología de las 5´S

Es una técnica de gestión subjetiva no aplica un método específico, se realiza de acuerdo a las necesidades de la empresa, tiene como finalidad organizar el lugar de trabajo optimizando los recursos de la empresa, para lograr una mayor productividad y un mejor entorno laboral. La aplicación de esta estrategia permitirá mejorar:

- La calidad de la empresas
- Eliminar tiempos muertos
- Reducir costos y gastos

LA 1° S:(CLASIFICACIÓN Y DESCARTE)

Ventajas de Clasificación y Descarte

1. Reducción de necesidades de espacio, stock, almacenamiento.
2. Evita la compra de materiales no necesarios y su deterioro.
3. Provoca un mayor sentido de la clasificación y la economía, menor cansancio físico y mayor facilidad de operación.

• LA 2DA S: (ORGANIZACIÓN)

Cada cosa debe tener un único, y exclusivo lugar donde debe encontrarse antes de su uso, y después de utilizarlo debe volver a él. Tener lo que es necesario, en su justa cantidad, con la calidad requerida, y en el momento y lugar adecuado nos llevará a estas ventajas:

1. Menor necesidad de controles de stock y producción.
2. Menor tiempo de búsqueda de aquello que nos hace falta.
3. Evita la compra de materiales y componentes innecesarios y también de los daños a los materiales o productos almacenados.
4. Aumenta el retorno de capital.
5. Provoca una mayor racionalización del trabajo, menor cansancio físico y mental, y mejor ambiente.

• LA 3ERA S: (LIMPIEZA)

Un ambiente limpio proporciona calidad y seguridad, y además:

1. Facilita la venta del producto.
2. Evita pérdidas y daños materiales y productos.
3. Es fundamental para la imagen interna y externa de la empresa.

•LA 4TA S: (HIGIENE Y VISUALIZACIÓN).

La higiene es el mantenimiento de la Limpieza, del orden. Quien exige y hace calidad cuida mucho la apariencia. En un ambiente Limpio siempre

habrá seguridad. Quien no cuida bien de sí mismo no puede hacer o vender productos o servicios de Calidad.

Las ventajas de uso de la 4ta S

1. Facilita la seguridad y el desempeño de los trabajadores.
2. Mejora la imagen de la empresa interna y externamente.
3. Eleva el nivel de satisfacción y motivación del personal hacia el trabajo.

• LA 5TA: (COMPROMISO Y DISCIPLINA)

Disciplina quiere decir voluntad de hacer las cosas como se supone se deben hacer. Es el deseo de crear un entorno de trabajo en base de buenos hábitos. En suma se trata de la mejora alcanzada con las 4 S anteriores se convierta en una rutina, en una práctica más de nuestros quehaceres. Es el crecimiento a nivel humano y personal.

COSTO BENEFICIO DE LA ESTRATEGIA PROPUESTA

Se toma en cuenta como estrategia principal para que la empresa tenga un desarrollo y crecimiento continuo en los futuros años la implementación del control de inventarios ABC esto ayudara a tener un control de los inventarios, reducir costos e incrementar la utilidad de la empresa Solintha S.A. Se realiza el cálculo del costo beneficio para determinar cuán importante es la propuesta de esta estrategia.

Tabla 5. 20: costo beneficio

Costo	Valor	Beneficio	Valor
Contratación de personal para la implementación de la estrategia	\$11.854,08.	Utilidad promedio de los 5 años proyectados	\$ 72.559,66
Costo beneficio	\$6.12		

Fuente: Valoración de empresa y estrategias propuestas

Elaborado por: Katherine Analuisa

Como se puede visualizar el valor del costo beneficio es mayor que uno lo que significa que la estrategia propuesta es viable para el proyecto ya que tendrá una ganancia de \$8 siendo positivo para la empresa.

5.7. VALORACIÓN DE LA EMPRESA SOLINTHA S.A. APLICANDO LAS ESTRATEGIAS FINANCIERAS

5.7.1. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

a) ESCENARIO OPTIMISTA

Para determinar la tasa de crecimiento de las ventas para el escenario optimista, se tomó como referencia el crecimiento del sector de hardware que se encuentra en el 14,60%, el crecimiento promedio de la utilidades del escenario base que es del 11% y las estrategias financieras propuestas y por este motivo de acuerdo a estos datos la empresa plantea un objetivo crecer en un 16%.

Los costos de ventas se reducirán en un 11% con la implementación de la estrategia financiera propuesta, el plazo medio de inventarios disminuirá a 50 días, ya que la rotación se dará más veces en el año.

Los gastos de ventas se proyectan de acuerdo al crecimiento de las ventas pero aplicada las estrategias financieras los gastos crecerán en el 11%. Si el soring de crédito es aplicado por la empresa las cuentas por cobrar a los clientes se reducirá a 25 días, por lo tanto el plazo medio de pago a los proveedores disminuirá a 55 días ya que va a contar la empresa con dinero en efectivo rápidamente.

Tabla 5. 21: estado de resultados proyectado escenario optimista

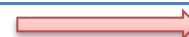
EMPRESA SOLINTHA S.A.					
	2014	2015	2016	2017	2018
VENTAS	\$ 574.479,88	\$658.353,94	\$754.473,62	\$ 864.626,77	\$ 990.862,27
Costo de mercadería	\$ 343.166,42	\$377.483,06	\$415.231,37	\$ 456.754,51	\$ 502.429,96
Costo de servicios	\$ 5.034,85	\$ 5.538,34	\$ 6.092,17	\$ 6.701,39	\$ 7.371,53

Continua



EMPRESA SOLINTHA S.A.					
	2014	2015	2016	2017	2018
Total costos de ventas	\$ 348.201,28	\$383.021,40	\$421.323,54	\$ 463.455,90	\$ 509.801,49
UTILIDAD BRUTA	\$ 226.278,60	\$275.332,54	\$333.150,07	\$ 401.170,87	\$ 481.060,79
GASTOS SUELDOS					
Sueldo unificado	\$ 39.010,82	\$ 44.560,22	\$ 50.298,85	\$ 56.233,17	\$ 62.369,85
Fondo de reserva (8,33%)	\$ 3.249,60	\$ 3.711,87	\$ 4.189,89	\$ 4.684,22	\$ 5.195,41
Total ingresos	\$ 42.260,42	\$ 48.272,09	\$ 54.488,75	\$ 60.917,39	\$ 67.565,26
IESS por pagar (11,15%)	\$ 4.712,04	\$ 5.382,34	\$ 6.075,50	\$ 6.792,29	\$ 7.533,53
Aporte personal (9,45%)	\$ 3.993,61	\$ 4.561,71	\$ 5.149,19	\$ 5.756,69	\$ 6.384,92
Total beneficios sociales	\$ 8.705,65	\$ 9.944,05	\$ 11.224,68	\$ 12.548,98	\$ 13.918,44
décimo tercero	\$ 3.521,70	\$ 4.022,67	\$ 4.540,73	\$ 5.076,45	\$ 5.630,44
décimo cuarto sueldo	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33
vacaciones	\$ 1.760,85	\$ 2.011,34	\$ 2.270,36	\$ 2.538,22	\$ 2.815,22
Total provisiones	\$ 5.310,89	\$ 6.062,34	\$ 6.839,43	\$ 7.643,01	\$ 8.473,99
TOTAL GASTOS SUELDOS	\$ 56.276,96	\$ 64.278,48	\$ 72.552,85	\$ 81.109,38	\$ 89.957,69
GASTOS GENERALES					
Luz y fuerza	\$ 976,12	\$ 1.118,63	\$ 1.281,96	\$ 1.469,12	\$ 1.683,61
teléfono- fax- internet	\$ 3.540,52	\$ 4.057,44	\$ 4.649,83	\$ 5.328,70	\$ 6.106,69
útiles de oficina	\$ 3.167,35	\$ 3.629,78	\$ 4.159,73	\$ 4.767,05	\$ 5.463,04
mantenimiento local	\$ 12.590,57	\$ 14.428,79	\$ 16.535,40	\$ 18.949,56	\$ 21.716,20
guardianía	\$ 2.303,08	\$ 2.639,33	\$ 3.024,67	\$ 3.466,27	\$ 3.972,34
gastos movilización (SRI)	\$ 4.286,59	\$ 4.912,43	\$ 5.629,64	\$ 6.451,57	\$ 7.393,50
gastos de viaje	\$ 6.018,13	\$ 6.896,78	\$ 7.903,71	\$ 9.057,65	\$ 10.380,06
combustible vehículo	\$ 2.352,34	\$ 2.695,78	\$ 3.089,36	\$ 3.540,41	\$ 4.057,31
materiales de aseo y otros	\$ 1.671,72	\$ 1.915,79	\$ 2.195,49	\$ 2.516,04	\$ 2.883,38
seguros generales	\$ 817,87	\$ 937,28	\$ 1.074,12	\$ 1.230,94	\$ 1.410,66
agasajos al personal	\$ 5.051,48	\$ 5.789,00	\$ 6.634,19	\$ 7.602,79	\$ 8.712,79
alimentación y hospedaje	\$ 1.093,94	\$ 1.253,65	\$ 1.436,69	\$ 1.646,44	\$ 1.886,83
otros servicios	\$ 8.373,50	\$ 9.596,03	\$ 10.997,05	\$ 12.602,62	\$ 14.442,60
honorarios profesionales	\$ 0,02	\$ 3.839,36	\$ 4.399,91	\$ 5.042,29	\$ 5.778,47
capacitaciones	\$ 5.634,44	\$ 6.457,06	\$ 7.399,80	\$ 8.480,17	\$ 9.718,27
gastos generales varios	\$ 317,17	\$ 363,48	\$ 416,55	\$ 477,36	\$ 547,06
Publicidad	\$ 10.416,29	\$ 11.937,07	\$ 13.679,88	\$ 15.677,14	\$ 17.966,01
Depreciación	\$ 3.598,31	\$ 4.229,98	\$ 5.193,43	\$ 6.230,20	\$ 7.342,57
TOTAL DE GASTOS GENERALES	\$ 72.209,44	\$ 86.697,66	\$ 99.701,39	\$ 114.536,32	\$ 131.461,39
GASTOS INTERES					
Interés bancario	\$ 1.259,02	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL GASTOS INTERES	\$ 1.259,02	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

Continúa



EMPRESA SOLINTHA S.A.					
	2014	2015	2016	2017	2018
GASTOS NO DEDUCIBLES					
Gastos varios	\$ 704,99	\$ 807,92	\$ 925,87	\$ 1.061,05	\$ 1.215,96
TOTAL GASTOS DEDUCIBLES	\$ 704,99	\$ 807,92	\$ 925,87	\$ 1.061,05	\$ 1.215,96
TOTAL GASTOS	\$ 130.450,40	\$150.976,14	\$172.254,25	\$ 195.645,71	\$ 221.419,09
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 95.828,20	\$124.356,40	\$160.895,83	\$ 205.525,16	\$ 259.641,70
15% Participacion trabajadores	\$14.374,23	\$18.653,46	\$24.134,37	\$30.828,77	\$38.946,26
UTILIDAD GRAVABLE	\$ 81.453,97	\$105.702,94	\$136.761,45	\$174.696,39	\$220.695,45
22% Impto. Rta	\$17.919,87	\$23.254,65	\$30.087,52	\$38.433,20	\$48.553,00
10% Reserva Legal	\$8.145,40	\$10.570,29	\$13.676,15	\$17.469,64	\$22.069,54
UTILIDAD NETA	\$ 55.388,70	\$ 71.878,00	\$ 92.997,79	\$118.793,54	\$150.072,90

Elaborado por: Katherine Analuisa

INVENTARIO

Formula:

$$\text{Inventario} = \frac{\text{Costo de ventas de mercaderias}}{360 \text{ dias}} * \text{Plazo medio de inventarios}$$

$$\text{Inventario} = \frac{\$348.201,28}{360 \text{ dias}} * 50 \text{ dias}$$

$$\text{Inventario} = \$48.361,29$$

Tabla 5. 22: Proyección de la cuenta inventario Escenario Optimista

AÑO	COSTO DE VENTAS	INVENTARIOS
2014	\$ 348.201,28	\$ 48.361,29
2015	\$ 383.021,40	\$ 53.197,42
2016	\$ 421.323,54	\$ 58.517,16
2017	\$ 463.455,90	\$ 64.368,87
2018	\$ 509.801,49	\$ 70.805,76

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros proyectado de la empresa Solintha S.A.

CUENTAS POR COBRAR

Formula:

$$\text{Ctas} * \text{Cobrar} = \frac{\text{Ventas}}{360 \text{ dias}} * \text{Plazo medio de cobro}$$

$$Ctas * Cobrar = \frac{\$574.479,88}{360 \text{ dias}} * 25$$

$$Ctas * Cobrar = \$39.894,44$$

Tabla 5. 23: Proyección cuentas por cobrar Escenario Optimista

AÑO	VENTAAS	c*c
2014	\$ 574.479,88	\$ 39.894,44
2015	\$ 658.353,94	\$ 45.719,02
2016	\$ 754.473,62	\$ 52.394,00
2017	\$ 864.626,77	\$ 60.043,53
2018	\$ 990.862,27	\$ 68.809,88

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros proyectado de la empresa Solintha S.A.

CUENTAS POR PAGAR

Fórmula:

$$Ctas * Pagar = \frac{\text{Costo de Ventas}}{360 \text{ dias}} * \text{Plazo medio de pago}$$

$$Ctas * Pagar = \frac{\$348.201,28}{360 \text{ dias}} * 55$$

$$Ctas * Pagar = \$53.197,42$$

Tabla 5. 24: Proyección de cuentas por pagar Escenario Optimista

AÑO	COSTO DE VENTAS	c*pagar
2014	\$ 348.201,28	\$ 53.197,42
2015	\$ 383.021,40	\$ 58.517,16
2016	\$ 421.323,54	\$ 64.368,87
2017	\$ 463.455,90	\$ 70.805,76
2018	\$ 509.801,49	\$ 77.886,34

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros proyectado de la empresa Solintha S.A.

DETERMINACIÓN DEL FLUJO DE CAJA LIBRE

Tabla 5. 25: Capital de trabajo Escenario Optimista

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018
Cuentas por cobrar	\$ 39.894,44	\$ 45.719,02	\$ 52.394,00	\$ 60.043,53	\$ 68.809,88
(+)Inventario	\$ 48.361,29	\$ 53.197,42	\$ 58.517,16	\$ 64.368,87	\$ 70.805,76
(-) Cuentas por pagar	\$ 53.197,42	\$ 58.517,16	\$ 64.368,87	\$ 70.805,76	\$ 77.886,34
(=) Capital de trabajo neto	\$ 35.058,31	\$ 40.399,28	\$ 46.542,29	\$ 53.606,64	\$ 61.729,30
Incremento de capital de trabajo	\$ 5.340,97	\$ 6.143,00	\$ 7.064,35	\$ 8.122,67	\$ 0,00

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros proyectado de la empresa Solintha S.A.

Tabla 5. 26: Flujo de Caja Libre Escenario Optimista

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad neta	\$ 55.388,70	\$ 71.878,00	\$ 92.997,79	\$ 118.793,54	\$ 150.072,90
(+)					
Depreciaciones	\$ 3.598,31	\$ 4.229,98	\$ 5.193,43	\$ 6.230,20	\$ 7.342,57
(+)Amortización	\$ 13.136,93	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-)Incremento de capital de trabajo	\$ 5.340,97	\$ 6.143,00	\$ 7.064,35	\$ 8.122,67	\$ 0,00
Flujos de caja libre	\$ 66.782,96	\$ 69.964,97	\$ 91.126,86	\$ 116.901,07	\$ 157.415,48

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros proyectado de la empresa Solintha S.A.

DESCUENTO DE LOS FLUJOS DE CAJA

TASAS DE DESCUENTO

El valor de la tasa de descuento para el cálculo en el escenario optimista es:

$$WACC = 15,52\%$$

Se mantiene el mismo valor que del escenario base ya que los indicadores externos de la economía como son la inflación y el riesgo país no se les puede proyectar ya que depende de muchos factores

VALOR RESIDUAL COMO RENTA PERPETUA DE GORDON

Fórmula:

$$Vr = \frac{R * (1 + g)}{WACC - g} * (1 + WACC)^{-n}$$

Tabla 5. 27: VALOR RESIDUAL Escenario Optimista

Flujo caja libre proyectado	\$ 157.415,48
Tasas de crecimiento	4,00%
Wacc	15,518%

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros proyectado de la empresa Solintha S.A.

$$Vr = \frac{\$157.415,48 * (1 + 0,04)}{0,1552 - 0,04} * (1 + 0,1552)^{-5}$$

$$Vr = \frac{163.712,09}{0,1151838} * 0,486121167$$

$$Vr = \$690.929,69$$

Tabla 5. 28: VALOR DE LA EMPRESA SOLINTHA S.A.

Cuentas	2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad neta	\$ 55.388,70	\$ 71.878,00	\$ 92.997,79	\$ 118.793,54	\$ 150.072,90
(+) Depreciaciones	\$ 3.598,31	\$ 4.229,98	\$ 5.193,43	\$ 6.230,20	\$ 7.342,57
(+)Amortización	\$ 13.136,93	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-)Incremento de capital de trabajo	\$ 5.340,97	\$ 6.143,00	\$ 7.064,35	\$ 8.122,67	\$ 0,00
Flujos de caja libre	\$ 66.782,96	\$ 69.964,97	\$ 91.126,86	\$ 116.901,07	\$ 157.415,48
Valor residual					\$ 690.929,69
Flujos de caja descontados	\$57.811,55	\$52.429,83	\$59.114,38	\$65.646,89	\$412.398,54
Valor de la empresa		\$647.401,19			
V. P neto		\$497.491,08			

Fuente: Estados financieros proyectado de la empresa Solintha S.A.

Elaborado por: Katherine Analuisa

INDICADORES PARA MEDIR LA CREACIÓN DE VALOR DE UNA EMPRESA

Tabla 5. 29: Calculo de la TIR

Años	Inversión inicial	Flujo de caja
2013	0	-\$ 149.910,11
2014	1	\$ 57.811,55
2015	2	\$ 52.429,83
2016	3	\$ 59.114,38
2017	4	\$ 65.646,89
2018	5	\$ 412.398,54
TIR		49%

Elaborado por: Katherine Analuisa

EVA

$$EVA = \left(\frac{NOPAT}{CI} - WACC \right) * (Afn + CT)$$

$$EVA = \left(\frac{2,12}{1.668,65 + 35.058,31} - 15,52\% \right) * (1.668,65 + 35.058,31)$$

$$EVA = 72.208,90$$

Tabla 5. 30: Indicador EVA escenario optimista

	2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad operativa	\$95.828,20	\$124.356,40	\$160.895,83	\$205.525,16	\$259.641,70
Impuesto a la renta	\$17.919,87	\$23.254,65	\$30.087,52	\$38.433,20	\$ 48.553,00
Capital de trabajo	\$35.058,31	\$40.399,28	\$46.542,29	\$53.606,64	\$61.729,30
Afn	\$1.668,65	\$1.723,43	\$1.780,01	\$1.838,46	\$1.898,83
WACC	1552%				
ROIC	212%	240%	271%	301%	332%
NOPAT	\$77.908,33	\$101.101,75	\$130.808,31	\$167.091,96	\$211.088,70
TC	\$0,19	\$0,19	\$0,19	\$0,19	\$ 0,19
CI	\$36.726,96	\$42.122,71	\$48.322,29	\$55.445,09	\$ 63.628,13
EVA	\$72.208,90	\$94.564,99	\$123.309,47	\$158.487,77	\$201.214,65

Elaborado por: Katherine Analuisa

b) ESCENARIO PESIMISTA

Para proyectar las ventas en este escenario, se toma también en cuenta el crecimiento del sector que está en un 14,60%, el crecimiento promedio de la utilidad en el escenario base que es de 11% y las estrategias propuestas por lo que se ha determinado que en el peor de los casos al no funcionar la implementación de la estrategia de control de inventarios la empresa crecerá solo en un 10% en sus ventas.

Los costos de ventas y los gastos se reducirán en un 8%. El plazo medio de inventarios será de 65 días, de las cuentas por cobrar el plazo medio de cobro será de 40 días y de las cuentas por pagar el plazo medio de pago será de 70 días.

Tabla 5. 31: Estado de resultados proyectado escenario pesimista

EMPRESA SOLINTHA S.A.					
	2014	2015	2016	2017	2018
VENTAS	\$544.765,40	\$624.301,15	\$715.449,12	\$819.904,69	\$939.610,78
Costo de mercadería	\$333.891,65	\$367.280,82	\$404.008,90	\$444.409,79	\$488.850,77
Costo de servicio	\$ 4.898,78	\$ 5.388,66	\$ 5.927,52	\$ 6.520,27	\$ 7.172,30
TOTAL COSTO DE VENTAS	\$338.790,43	\$372.669,47	\$409.936,42	\$450.930,06	\$ 496.023,07
UTILIDAD BRUTA	\$205.974,97	\$251.631,68	\$305.512,70	\$368.974,63	\$ 443.587,71
GASTOS SUELDOS					
Sueldo unificado	\$ 39.010,82	\$ 44.560,22	\$ 50.298,85	\$ 56.233,17	\$ 62.369,85
Fondo de reserva (8,33%)	\$ 3.249,60	\$ 3.711,87	\$ 4.189,89	\$ 4.684,22	\$ 5.195,41
Total ingresos	\$ 42.260,42	\$ 48.272,09	\$ 54.488,75	\$ 60.917,39	\$ 67.565,26
IESS por pagar (11,15%)	\$ 4.712,04	\$ 5.382,34	\$ 6.075,50	\$ 6.792,29	\$ 7.533,53
Aporte personal (9,45%)	\$ 3.993,61	\$ 4.561,71	\$ 5.149,19	\$ 5.756,69	\$ 6.384,92
Total beneficios sociales	\$ 8.705,65	\$ 9.944,05	\$ 11.224,68	\$ 12.548,98	\$ 13.918,44
décimo tercero	\$ 3.521,70	\$ 4.022,67	\$ 4.540,73	\$ 5.076,45	\$ 5.630,44
décimo cuarto sueldo	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33
vacaciones	\$ 1.760,85	\$ 2.011,34	\$ 2.270,36	\$ 2.538,22	\$ 2.815,22
Total provisiones	\$ 5.310,89	\$ 6.062,34	\$ 6.839,43	\$ 7.643,01	\$ 8.473,99
TOTAL GASTOS SUELDOS	\$ 56.276,96	\$ 64.278,48	\$ 72.552,85	\$ 81.109,38	\$ 89.957,69
G. GENERALES					
Luz y fuerza	\$ 900,61	\$ 1.032,10	\$ 1.182,79	\$ 1.355,48	\$ 1.553,38

Continúa



EMPRESA SOLINTHA S.A.					
	2014	2015	2016	2017	2018
teléfono- fax	\$ 3.266,65	\$ 3.743,58	\$ 4.290,15	\$ 4.916,51	\$ 5.634,32
útiles de oficina	\$ 2.922,34	\$ 3.349,00	\$ 3.837,96	\$ 4.398,30	\$ 5.040,45
mantenimiento	\$ 11.616,65	\$ 13.312,68	\$ 15.256,33	\$ 17.483,75	\$ 20.036,38
guardianía	\$ 2.124,93	\$ 2.435,17	\$ 2.790,70	\$ 3.198,14	\$ 3.665,07
gastos movilización (SRI)	\$ 3.955,01	\$ 4.532,44	\$ 5.194,17	\$ 5.952,52	\$ 6.821,59
gastos de viaje	\$ 5.552,61	\$ 6.363,29	\$ 7.292,33	\$ 8.357,01	\$ 9.577,13
combustible	\$ 2.170,38	\$ 2.487,25	\$ 2.850,39	\$ 3.266,55	\$ 3.743,46
materiales de aseo	\$ 1.542,41	\$ 1.767,60	\$ 2.025,67	\$ 2.321,41	\$ 2.660,34
seguros generales	\$ 754,61	\$ 864,78	\$ 991,04	\$ 1.135,73	\$ 1.301,54
agasajos al personal	\$ 4.660,73	\$ 5.341,20	\$ 6.121,02	\$ 7.014,69	\$ 8.038,83
alimentación y hospedaje	\$ 1.009,32	\$ 1.156,68	\$ 1.325,56	\$ 1.519,09	\$ 1.740,87
otros servicios	\$ 7.725,78	\$ 8.853,75	\$ 10.146,39	\$ 11.627,77	\$ 13.325,42
honorarios profesionales	\$ 3.091,08	\$ 3.542,37	\$ 4.059,56	\$ 4.652,26	\$ 5.331,49
capacitaciones	\$ 5.198,59	\$ 5.957,59	\$ 6.827,40	\$ 7.824,20	\$ 8.966,53
gastos generales	\$ 292,64	\$ 335,36	\$ 384,33	\$ 440,44	\$ 504,74
Publicidad	\$ 9.610,56	\$ 11.013,70	\$ 12.621,70	\$ 14.464,46	\$ 16.576,28
Depreciación	\$ 3.598,31	\$ 4.229,98	\$ 5.193,43	\$ 6.230,20	\$ 7.342,57
T. DE GASTOS GENERALES	\$ 69.993,20	\$ 80.318,52	\$ 92.390,90	\$ 106.158,50	\$ 121.860,40
GASTOS INTERES					
Interés bancario	\$ 1.259,02	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL GASTOS INTERES	\$ 1.259,02	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
GASTOS NO DEDUCIBLES					
Gastos varios	\$ 668,52	\$ 766,13	\$ 877,98	\$ 1.006,17	\$ 1.153,07
T. GASTOS DEDUCIBLES	\$ 668,52	\$ 766,13	\$ 877,98	\$ 1.006,17	\$ 1.153,07
TOTAL GASTOS	\$ 128.197,70	\$ 144.597,00	\$ 164.943,75	\$ 187.267,88	\$ 211.818,10
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 77.777,27	\$ 107.034,68	\$ 140.568,95	\$ 181.706,75	\$ 231.769,61
15% Participación trabajadores	\$ 11.666,59	\$ 16.055,20	\$ 21.085,34	\$ 27.256,01	\$ 34.765,44
UTILIDAD GRAVABLE	\$ 66.110,68	\$ 90.979,48	\$ 119.483,60	\$ 154.450,74	\$ 197.004,17
22% Impto. Rta	\$ 14.544,35	\$ 20.015,48	\$ 26.286,39	\$ 33.979,16	\$ 43.340,92
10% Reserva L.	\$ 6.611,07	\$ 9.097,95	\$ 11.948,36	\$ 15.445,07	\$ 19.700,42
UTILIDAD NETA	\$ 44.955,26	\$ 61.866,04	\$ 81.248,85	\$ 105.026,50	\$ 133.962,84

Elaborado por: Katherine Analuisa

INVENTARIO

Fórmula:

$$\text{Inventario} = \frac{\text{Costo de ventas de mercaderías}}{360 \text{ días}} * \text{Plazo medio de inventarios}$$

$$\text{Inventario} = \frac{\$338.790,43}{360 \text{ dias}} * 65 \text{ dias}$$

$$\text{Inventario} = \$61.170,49$$

Tabla 5. 32: Proyección de la cuenta inventarios Escenario Pesimista

AÑO	COSTO DE VENTAS	INVENTARIOS
2014	\$ 338.790,43	\$ 61.170,49
2015	\$ 372.669,47	\$ 67.287,54
2016	\$ 409.936,42	\$ 74.016,30
2017	\$ 450.930,06	\$ 81.417,93
2018	\$ 496.023,07	\$ 89.559,72

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros proyectado de la empresa Solintha S.A.

CUENTAS POR COBRAR

Fórmula:

$$\text{Ctas} * \text{Cobrar} = \frac{\text{Ventas}}{360 \text{ dias}} * \text{Plazo medio de cobro}$$

$$\text{Ctas} * \text{Cobrar} = \frac{\$544.765,40}{360 \text{ dias}} * 40$$

$$\text{Ctas} * \text{Cobrar} = \$60.529,49$$

Tabla 5. 33: Proyección de cuentas por cobrar Escenario Pesimista

Año	Ventas	Ctas*cobrar
2014	\$ 544.765,40	\$ 60.529,49
2015	\$ 624.301,15	\$ 69.366,79
2016	\$ 715.449,12	\$ 79.494,35
2017	\$ 819.904,69	\$ 91.100,52
2018	\$ 939.610,78	\$ 104.401,20

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros proyectado de la empresa Solintha S.A.

CUENTAS POR PAGAR

Fórmula:

$$\text{Ctas} * \text{Pagar} = \frac{\text{Costo de Ventas}}{360 \text{ dias}} * \text{Plazo medio de pago}$$

$$Ctas * Pagar = \frac{\$338.790,43}{360 \text{ dias}} * 70$$

$$Ctas * Pagar = \$65.875,92$$

Tabla 5. 34: Proyección de cuentas por pagar Escenario Pesimista

Año	Costo de ventas	Ctas * pagar
2014	\$ 338.790,43	\$ 65.875,92
2015	\$ 372.669,47	\$ 72.463,51
2016	\$ 409.936,42	\$ 79.709,86
2017	\$ 450.930,06	\$ 87.680,85
2018	\$ 496.023,07	\$ 96.448,93

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros proyectado de la empresa Solintha S.A.

DETERMINACIÓN DEL FLUJO DE CAJA LIBRE

Tabla 5. 35: CAPITAL DE TRABAJO Escenario Pesimista

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018
Cuentas por cobrar	\$ 60.529,49	\$ 69.366,79	\$ 79.494,35	\$ 91.100,52	\$ 104.401,20
(+)Inventario	\$ 61.170,49	\$ 67.287,54	\$ 74.016,30	\$ 81.417,93	\$ 89.559,72
(-) Cuentas por pagar	\$ 65.875,92	\$ 72.463,51	\$ 79.709,86	\$ 87.680,85	\$ 96.448,93
(=) Capital de trabajo neto	\$ 55.824,07	\$ 64.190,83	\$ 73.800,79	\$ 84.837,60	\$ 97.511,99
Incremento de capital de trabajo	\$ 8.366,76	\$ 9.609,96	\$ 11.036,82	\$ 12.674,38	\$ 0,00

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros proyectado de la empresa Solintha S.A.

Tabla 5. 36: flujo de caja libre Escenario pesimista

Cuentas	2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad neta	\$ 44.955,26	\$ 61.866,04	\$ 81.248,85	\$ 105.026,50	\$ 133.962,84
(+)					
Depreciaciones	\$ 3.598,31	\$ 4.229,98	\$ 5.193,43	\$ 6.230,20	\$ 7.342,57
(+)Amortización	\$ 13.136,93	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-)Incremento de capital de trabajo	\$ 8.366,76	\$ 9.609,96	\$ 11.036,82	\$ 12.674,38	\$ 0,00
Flujos de caja libre	\$ 53.323,74	\$ 56.486,07	\$ 75.405,46	\$ 98.582,31	\$ 141.305,41

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros proyectado de la empresa Solintha S.A.

DESCUENTO DE LOS FLUJOS DE CAJA

TASAS DE DESCUENTO

El valor de la tasa de descuento para el cálculo en el escenario optimista es el mismo que del escenario base.

$$WACC = 115,52\%$$

VALOR RESIDUAL COMO RENTA PERPETUA DE GORDON

Fórmula:

$$Vr = \frac{R * (1 + g)}{WACC - g} * (1 + WACC)^{-n}$$

Tabla 5. 37: VALOR RESIDUAL Escenario Pesimista

Flujo caja libre proyectado	\$ 141.305,41
Tasas de crecimiento	4,00%
Wacc	15,518%

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros proyectado de la empresa Solintha S.A.

$$Vr = \frac{\$141.305,41 * (1 + 0,04)}{0,1552 - 0,04} * (1 + 0,1552)^{-5}$$

$$Vr = \frac{146.957,62}{0,11518381} * 0,486121167$$

$$Vr = \$620.219,21$$

Tabla 5. 38: VALOR DE LA EMPRESA SOLINTHA S.A. Escenario Pesimista

Cuentas	2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad neta	\$ 44.955,26	\$ 61.866,04	\$ 81.248,85	\$ 105.026,50	\$ 133.962,84
(+) Depreciaciones	\$ 3.598,31	\$ 4.229,98	\$ 5.193,43	\$ 6.230,20	\$ 7.342,57
(+)Amortización	\$ 13.136,93	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-)Incremento de capital de trabajo	\$ 8.366,76	\$ 9.609,96	\$ 11.036,82	\$ 12.674,38	\$ 0,00
Flujos de caja libre	\$ 53.323,74	\$ 56.486,07	\$ 75.405,46	\$ 98.582,31	\$ 141.305,41
Valor residual					\$ 620.219,21
Flujos de caja descontados	\$ 46.160,39	\$ 42.329,11	\$ 48.915,84	\$ 55.359,81	\$ 370.193,24
Valor de la empresa		\$ 562.958,40			
V. P. neto		\$ 413.048,29			

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Estados financieros proyectado de la empresa Solintha S.A.

INDICADORES PARA MEDIR LA CREACIÓN DE VALOR DE UNA EMPRESA

Tabla 5. 39: Calculo de la TIR escenario pesimista

AÑOS	INVERSION INICIAL	FLUJOS DESCONTADOS
2013	0 \$ (149.910,11)	
2014	1	\$ 46.160,39
2015	2	\$ 42.329,11
2016	3	\$ 48.915,84
2017	4	\$ 55.359,81
2018	5	\$ 370.193,24
TIR		42%

Elaborado por: Katherine Analuisa

EVA

$$EVA = \left(\frac{NOPAT}{CI} - WACC \right) * (Afn + CT)$$

$$EVA = \left(\frac{2,12}{1.668,65 + 35.058,31} - 15,52\% \right) * (1.668,65 + 35.058,31)$$

$$EVA = 72.208,90$$

Tabla 5. 40: Indicador EVA

	2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad operativa	\$77.777,27	\$107.034,68	\$140.568,95	\$181.706,75	\$ 231.769,61
Impuesto a la renta	\$14.544,35	\$20.015,48	\$26.286,39	\$33.979,16	\$43.340,92
Capital de trabajo	\$55.824,07	\$64.190,83	\$73.800,79	\$84.837,60	\$97.511,99
Afn	\$1.668,65	\$1.723,43	\$1.780,01	\$1.838,46	\$1.898,83
WACC	1552%				
ROIC	110%	132%	151%	170%	190%
NOPAT	\$63.232,92	\$87.019,19	\$114.282,55	\$147.727,59	\$188.428,69
TC	\$0,19	\$0,19	\$0,19	\$0,19	\$0,19
CI	\$57.492,71	\$65.914,25	\$75.580,79	\$86.676,06	\$ 99.410,82
EVA	\$54.310,98	\$76.790,37	\$102.553,64	\$134.276,87	\$ 173.001,75

Elaborado por: Katherine Analuisa

La implementación de las estrategias financieras es viable ya que incrementa el valor de la empresa tanto en el escenario optimista como pesimista.

Tabla 5. 41: Crecimiento de los rubros ventas, gastos y utilidad

	Ventas	costos	Gastos	Utilidad
Escenario moderado	\$563.917,39	\$218.958,77	\$ 153.987,70	11%
Escenario optimista	Incrementa 16% \$768.559,30	Incrementa 11% \$425.160,72	Incrementa 11% \$174.149,12	12%
Escenario pesimista	Incrementa 10% \$728.806,23	Incrementa 8% \$413.669,89	Incrementa 8% \$167.364,89	11%

Elaborado por: Katherine Analuisa

5.8. PONDERACIÓN DEL VALOR DE LA EMPRESA SOLINTHA S.A.

Una vez analizado cada uno de los escenarios y tomando en cuenta que le sector de Hardware y software está en constante crecimiento y las pequeñas y medianas empresas contribuyen a la economía del país, se ha determinado que las probabilidades de ocurrencia para cada escenario es de la siguiente manera el 50% para el escenario base, el escenario optimista tendrá una ponderación del 15% y el escenario pesimista tendrá una ponderación del 35% ya que el sector está en constante desarrollo lo que puede hacer que la situación de la empresas cambie.

Tabla 5. 42: PONDERACIÓN DEL VALOR DE LA EMPRESA SOLINTHA S.A.

Escenario	Valor de la empresa	Ponderación	Valor ponderado
Base	\$333.018,98	50%	\$166.509,49
Optimista	\$497.491,08	15%	\$74.623,66
Pesimista	\$ 413.048,29	35%	\$144.566,90
TOTAL PONDERADO			\$385.700,05

Elaborado por: Katherine Analuisa

Fuente: Cálculo del valor de la empresa escenario optimista, pesimista y base

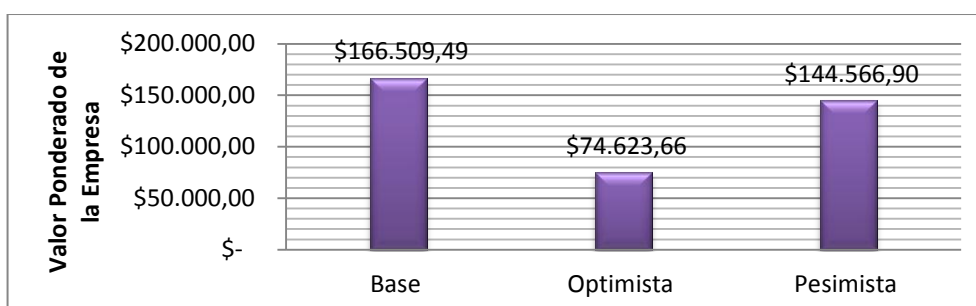


Gráfico 5. 2: Ponderación Del Valor De La Empresa SOLINTHA S.A.

Fuente: Cálculo del valor de la empresa escenario optimista, pesimista y base

Elaborado por: Katherine Analuisa

El valor ponderado de la empresa Solintha S.A. para los 5 años proyectados es de \$385.700,05 siendo una cifra mayor del valor de la empresa sin aplicar las estrategias financieras que es de \$333.018,98.

Siendo algo positivo para la empresa ya que la propuesta de estrategias financieras ayuda al crecimiento y desarrollo de SOLINTHA S.A. en el futuro.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- Las pequeñas y medianas empresas consideradas PYMES y el sector de correo y comunicación especialmente en el servicio de tecnología de la información (TIC'S) han contribuido en el crecimiento económico del país, ya que el avance tecnológico hoy en día facilita las actividades diarias, por lo cual han incrementado las empresas que vende equipos, suministros de hardware y brindan el servicio de internet. Una de estas es la **EMPRESAS SOLINTHA S.A. GRUPO CORPORACIÓN FÉNIX** constituida en el año 2010 como sociedad anónima.
- La **EMPRESAS SOLINTHA S.A. GRUPO CORPORACIÓN FÉNIX** se encuentra en el mercado 4 años cubre toda la sierra centro del país, en el poco tiempo que lleva a demostrado su capacidad de crecimiento lo cual se evidencia en las ventas.
- Con respecto a la situación actual que a traviesa la compañía en el cantón Latacunga se ha identificado debilidades internas como son: falta de publicidad para difundir sus productos y servicios que oferta, siendo una de las estrategias para captar más mercado, falta de políticas internas.
- En cuanto a la situación financiera de la **EMPRESAS SOLINTHA S.A. GRUPO CORPORACIÓN FÉNIX** que refleja los estados financieros y los índices financieros del periodo 2010-2013 la compañía se considera una

empresa sólida, la utilidad de la empresa en el último periodo crece con respecto a las ventas 8% ya que los costos de las mercaderías se elevan a 65,99%

- La valoración de empresas es una herramienta importante de gestión y planificación que ayuda a tener un amplio conocimiento sobre la situación financiera de la empresa, conocer falencias y trabajar en estas para el crecimiento de la compañía,
- Se realizó una comparación con el mercado a través de encuestas enfocadas a los dos segmentos que son hogares y empresas, identificando su demanda potencial, competencia más fuerte y el grado de aceptación que tiene la empresa en el cantón Latacunga.
- Para determinar el método de valoración más apropiado para la empresa, se realizó un análisis interno y un análisis de factores externos sobre la economía del país, lo cual ayuda a obtener un conocimiento amplio de la compañía con el fin de desarrollar expectativas realistas sobre el crecimiento en el mercado
- Para el presente estudio se decidió que la metodología del flujo de Caja libre es la más idónea, ya que permite realizar un análisis en base a la capacidad de la empresa para generar utilidades futuras teniendo en cuenta las inversiones necesarias para obtener dichos resultados.
- Se estableció una proyección de 5 años, con el fin de que los datos no distorsionen mucho de la realidad, en un escenario normal el valor presente neto de la **EMPRESAS SOLINTHA S.A. GRUPO CORPORACIÓN FÉNIX** es de \$333.018,98, aplicando las estrategias financieras el valor de la

empresa en el escenario optimista asciende a \$497.491,08, mientras que en un escenario pesimista el valor disminuye a \$413.048,29. Por lo tanto la ponderación del valor de la empresa en función de la probabilidad de ocurrencia de cada uno de los escenarios es de \$ 385.700,05.

- Las estrategias financieras son una herramienta que hoy en día se debe utilizar, principalmente en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) debido a su crecimiento en el mercado y a la alta competencia que presenta, las estrategias mitigan el riesgo que pueden presentar la empresa tanto interna como externamente que salga de las manos de la administración de la compañía y permiten un manejo adecuado de los recursos.

6.2. RECOMENDACIONES

- El sector de las TIC'S presenta una oportunidad para la empresas con muchas ventajas económicas ya que hoy en día el sector está en constate crecimiento por lo que se recomienda a los dueños de la empresas asumir el reto que se presenta en el mercado, asumir el riesgo de expandir el negocio y poner en práctica las estrategias financieras propuestas, ya que no asumirlo trae como consecuencia dejar a otras empresas que se desarrollen en el mercado del cantón Latacunga.
- Se recomienda que se cree políticas internas que delimite las funciones y responsabilidades de cada trabajador y cada departamento, permitiendo que el rendimiento sea evaluado por el cumplimiento de metas alcanzadas.
- Se recomienda que la administración este atenta a todos los cambios tecnológicos y de mercado y evaluar oportunidades que se presente con el

objetivo de que los clientes se sientan satisfechos con la variación de la cartera de productos y la atención prestada, ya que si el crecimiento de la empresa es positivo la tasa de desempleo disminuirá contribuyendo a la economía del país elevando su valor económico en el mercado.

- Realizar constantemente el análisis financiero y situacional de la empresa para conocer las deficiencias y poder trabajar en ellas y tomar medidas que permitan el desarrollo y crecimiento de la compañía en el mercado.
- Para que se cumpla con los flujos esperados del negocio ampliado, es recomendable tener un monitoreo constante de los ingresos y gastos que presenta la empresa y tomar correctivos pertinentes para evitar variaciones que afecte a las metas y objetivos de la compañía.
- Se recomienda que la empresa realice un estudio de mercado por lo menos una vez al año para conocer las necesidades de los clientes, la demanda potencial, su competencia y saber si está ganando mercado o no, se debe mejorar las campaña publicitaria de la empresa con el propósito de que las personas conozcan los productos y servicios que oferta ya que esta es la debilidad más fuerte que posee la compañía y así puedan captar clientes.
- Utilizar el modelo de valoración como una herramienta de planificación y gestión para implementar nuevos proyectos y tomar decisiones acertadas para crear valor y mantener un continuo crecimiento de la empresa.
- La empresas debe aprovechar la situación financiera que mantiene planteándose estrategias financieras como:

- ✓ Utilizar el método de control de inventario ABC para disminuir el ciclo de caja, evitando el financiamiento de capital de trabajo de terceros, ya que el inventario rotara más veces en el año teniendo liquidez permanente.
- ✓ Implementación del modelo Scoring de crédito en base a las 5 C'S del crédito para seleccionar clientes potenciales de la empresa.
- ✓ Elaborar presupuestos tantos mensuales como anuales para controlar los recursos monetarios de la compañía.
- ✓ Aplicar la metodología de las 5'S con la finalidad de mejorar la calidad de la empresa y al mismo tiempo reducir costos y gastos innecesarios.

BIBLIOGRAFÍA

- HERNÁNDEZ Sergio, 2008, Administración, México, Editorial: Mc Graw Interamericana
- CALDAS M. Marco Antonio, 2004, Maestría en Gerencia de proyectos y sociales (Planificación Financiera), Quito, Editorial: Efecce
- C. Van Horne James, 2001, Administración Financiera, México, Editorial: Pearson Educación
- VILLA Ramón, 2007, Valoración de empresas, México, Editorial: Mundi-Prensa
- SANJURJO & Reinoso, 2003, Guía de Valoración de Empresa, España, Pearson Educación S.A.
- ORTEGA Castro Alfonso, 2009, Planeación Financiero Estratégica, México, Editorial: Mc Graw Hill Interamericana

NETGRAFIA

- <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=2476>
Corte al 30/Septiembre/2013
- <http://www.grupoenroke.com/index.php/proyecto-pymes/46-que-son-las-pymes>
Corte al 25/Agosto/2013
- <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=1229>
Corte al 7/Noviembre/2011
- GALINO Lucas Alfonso, 2005, Libros Gratis, corte al 12/Marzo/2005
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2005/agl/agl.pdf>
- FERNÁNDEZ Reguero Francisco, 2013, Plan de negocios, corte al 04/Junio/2013
<http://www.gurusblog.com/archives/la-importancia-de-tener-una-valoracion-de-mi-empresa/04/07/2013/>
- SAMUEL Immanuel Brugger Jakob, 2000, Aula Fácil, corte al 12/Febrero/2000
http://www.aulafacil.com/cursosenviados/valoracionempresas.htm#_Toc116639379
- <http://www.gerencie.com/que-es-el-analisis-financiero.html>
Corte al 10/Septiembre/2013
- ESTUPIÑAN Gaitan Orlando, 2006, corte al 13/Mayo/2006
<http://books.google.com.ec/books?id=5a6W69SesW8C&pg=PA111&dq=analisis+vertical&hl=es&sa=X&ei=GeFfUounGpPS9gTY2IGYDw&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q=analisis%20vertical&f=false>
- WARREN & Reeve & Fess, 2005, corte al 25/Abril/2005
http://books.google.com.ec/books?id=5nDXlh_yO8QC&pg=PA504&dq=analisis+horizontal&hl=es&sa=X&ei=yuRfUsa0MoOu9ATJ6IDwBw&sqj=2&ved=0CE4Q6AEwBg#v=onepage&q=analisis%20horizontal&f=false
- RODRIGUEZ & Fernández, 2002, corte al 26/Mayo/ 2002

<http://books.google.com.ec/books?id=fHkqAAAAYAAJ&pg=PA60&dq=analisis+macroambiente+y+microambiente&hl=es&sa=X&ei=TK5gUuzKHKbk4APbkIGADg&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q=analisis%20macroambiente%20y%20microambiente&f=false>

- BORELLO Antonio, 1994, corte al 16/Agosto/1994

<http://books.google.com.ec/books?id=9GnvdQknUeIC&pg=PA157&dq=analisis++foda&hl=es&sa=X&ei=p7JgUtuUFsfF4AOI9YDwBw&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q=analisis%20%20foda&f=false>

- <http://es.scribd.com/doc/52191956/Estrategias-Financieras>

Corte al 26/Octubre/2012

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Desempleo>

Corte al 24/Diciembre/2013

- http://es.wikipedia.org/wiki/Segmentaci%C3%B3n_de_mercado

Corte al 22/Mayo/2013

- <http://es.slideshare.net/armando310388/prueba-chic cuadrado>

Corte al Mayo/2011

- GARCIA M, 2010, corte al 12/Julio/2010

<https://es.scribd.com/doc/38226848/valoracion-empresas>

- http://www.debi.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=73&Itemid=122

Corte al 14/Diciembre/2010

- <http://aulavirtual.afige.es/webafige/informacion-sobre-que-es-el-wacc>

Corte al 6/Febrero/2010

- <http://csimarket.com/stocks/IBM-Return-on-Assets-ROA.html>

Corte al 12/Junio/2014

- VERGIU Canto Jorge, 2007, corte al 12/Marzo/2007

http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/indata/vol10_n1/a07.pdf

- BAÑOS Eduardo & Pérez Iris & Vásquez, 2011, Corte al 1/Noviembre/2011

http://ri.ues.edu.sv/1032/1/Estrategias_Financieras_para_minimizar_el_riesgo_de_liquidez.pdf

- <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4060015/Lecciones/Capitulo%20III/abc.htm>

Corte al 31/Marzo/2000

- <http://www.lokad.com/es/definicion-analisis-abc-%28inventario%29>

Corte al 12/Septiembre/2010

- http://thesmadruga2.blogspot.com/2012/01/organimetria-organigrama-un-organigrama_3038.html

Corte al 01/01/2012

- <http://www.ekosnegocios.com/negocios/m/verArticulo.aspx?idart=2476&c=1>

Corte al 30/Septiembre/2013

- <http://ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=1217>

Corte al 13/Octubre/2011

- http://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador#Medios_de_comunicaci.C3.B3n

Corte al 02/Diciembre/2012

- http://es.wikipedia.org/wiki/Telecomunicaciones_en_la_Rep%C3%BAblica_del_Ecuador#Ley_Especial_de_Telecomunicaciones

Corte al 02/Diciembre/2012

- http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm

Corte al 25/2/2012

- <http://www.ekosnegocios.com/negocios/m/verArticulo.aspx?idart=2479&c=1>

Corte al 30/Septiembre/2013

- <http://www.ekosnegocios.com/empresas/RankingEcuador.aspx#>

Corte al 01/Octubre/2013

- http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818750428&umt=sector_no_petrolero_permite_crecimiento_economico_ecuador_en_un_35

Corte al 23/Junio/2013

- <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=1229>

Corte al 7/Noviembre/2012

- http://www.revistalideres.ec/tecnologia/Estudio-mercado-software-hardware-Ecuador_LIDFIL20120620_0001.pdf

Corte al 12/Septiembre/2011

- <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/411.pdf>

Corte al 23/Junio/2012

- <http://www.sri.gob.ec/web/guest/servicios-mas-utilizados>

Corte al 15/Abril/2012

- http://www.inec.gob.ec/sitio_tics/internet.html

Corte al 2/Mayo/2011

- <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

Corte al 3/Abril/2011

- <http://www.ceintec.com/articulos/como-disminuir-costos-en-la-empresa-930.html>

Corte al 6/Agosto/2012

- http://www.paritarios.cl/especial_las_5s.htm

Corte al 17/Mayo/2012

ANEXOS

ANEXO 1 Estados Financieros

EMPRESA SOLINTA S.A. DEL 01/01/2010 AL 31/12/2010	
ACTIVO	
CAJA GENERAL	\$ 1.155,64
BANCOS	\$ 469,74
GARANTÍAS	\$ 2.303,20
INVENTARIOS	\$ 7.537,75
CUENTAS POR COBRAR	\$ 23.321,21
IMPUESTOS	\$ 2.811,98
ANTICIPOS EMPLEADOS	\$ 91,08
PRESTAMOS EMPLEADOS	\$ 0,00
CTAS. A LIQUIDAR	-\$ 83,59
CTAS. PARA INCOBRABLES EXIGIBLE	-\$ 480,26
ACTIVOS FIJOS	\$ 2.161,64
DEPRECIACIONES	-\$ 171,71
DIF. GASTOS Y GASTOS	\$ 5.948,67
AMORTIZACIONES	\$ 0,00
TOTAL ACTIVO	\$ 45.065,35
PASIVO	
BANCOS, OBL. Y CTAS POR PAGAR	\$ 0,00
PROVEEDORES	\$ 23.529,75
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 1.725,62
IMPOSICIONES LABORALES	\$ 1.519,85
OTRAS CTAS.	\$ 1.410,00
PRESTAMOS DE SOCIOS	\$ 0,00
TOTAL PASIVO	\$ 28.185,22
PATRIMONIO	
CAPITAL SOCIAL	\$ 12.000,00
APORTES FUTURAS CAPITALIZACIONES	\$ 1.050,00
RESERVA LEGAL	\$ 0,00
PÉRDIDAS Y GANANCIAS ACUM	\$ 0,00
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 3.830,13
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 45.065,35

EMPRESA SOLINTA S.A.
DEL 01/01/2011 AL 31/12/2011

ACTIVO	
CAJA GENERAL	\$ 7.170,81
BANCOS	\$ 9.187,32
GARANTIAS	\$ 500,00
INVENTARIOS	\$ 17.990,11
CUENTAS POR COBRAR	\$ 37.642,25
IMPUESTOS	\$ 1.931,19
ANTICIPOS EMPLEADOS	\$ 798,24
PRESTAMOS EMPLEADOS	\$ 127,60
CTAS. A LIQUIDAR	\$ 351,77
CTAS. PARA INCOBRABLES EXIGIBLE	-\$ 480,26
ACTIVOS FIJOS	\$ 2.161,64
DEPRECIACIONES	-\$ 963,93
DIF. GASTOS Y GASTOS AMORTIZACIONES	\$ 0,00
TOTAL ACTIVO	\$ 76.416,74
PASIVO	
BANCOS, OBL. Y CTAS POR PAGAR	\$ 0,00
PROVEEDORES	\$ 21.615,45
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 2.789,29
IMPOSICIONES LABORALES	\$ 1.866,99
OTRAS CTAS.	\$ 13.028,87
PRESTAMOS DE SOCIOS	\$ 0,00
TOTAL PASIVO	\$ 39.300,60
PATRIMONIO	
CAPITAL SOCIAL	\$ 12.000,00
APORTES FUTURAS CAPITALIZACIONES	\$ 1.050,00
RESERVA LEGAL	\$ 251,63
PERDIDAS Y GANANCIAS ACUM	\$ 1.962,69
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 21.851,82
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 76.416,74

EMPRESA SOLINTA S.A.
DEL 01/01/2012 AL 31/12/2012

ACTIVO	
CAJA GENERAL	\$ 1.337,80
BANCOS	\$ 0,00
GARANTIAS	\$ 500,00
INVENTARIOS	\$ 43.723,27
CUENTAS POR COBRAR	\$ 58.894,73
IMPUESTOS	-\$ 328,65
ANTICIPOS EMPLEADOS	\$ 0,00
PRESTAMOS EMPLEADOS	\$ 2.186,27
CTAS. A LIQUIDAR	\$ 279,03
CTAS. PARA INCOBRABLES EXIGIBLE	-\$ 480,26
ACTIVOS FIJOS	\$ 19.212,52
DEPRECIACIONES	-\$ 1.779,57
DIF. GASTOS Y GASTOS AMORTIZACIONES	\$ 0,00
TOTAL ACTIVO	\$ 123.545,14
PASIVO	
BANCOS, OBL. Y CTAS POR PAGAR	\$ 0,00
PROVEEDORES	\$ 48.300,14
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 3.564,52
IMPOSICIONES LABORALES	\$ 6.732,31
OTRAS CTAS.	\$ 3.784,13
PRESTAMOS DE SOCIOS	\$ 0,00
TOTAL PASIVO	\$ 62.381,10
PATRIMONIO	
CAPITAL SOCIAL	\$ 12.000,00
APORTES FUTURAS CAPITALIZACIONES	\$ 1.050,00
RESERVA LEGAL	\$ 3.225,76
PERDIDAS Y GANANCIAS ACUM	\$ 16.668,52
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 28.219,76
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 123.545,14

EMPRESA SOLINTA S.A.
DEL 01/01/2013 AL 31/12/2013

ACTIVO		
CORRIENTE		
CAJA TOTAL	\$	13.120,45
INVENTARIOS	\$	57.578,49
CUENTAS POR COBRAR	\$	51.883,70
IMPUESTOS	\$	7.241,49
ANTICIPOS EMPLEADOS	\$	1.550,09
PRESTAMOS EMPLEADOS	\$	-
CTAS. A LIQUIDAR	\$	53,25
CTAS. PARA INCOBRABLES	\$	(872,54)
ACTIVO FIJO	\$	22.642,86
DEPRECIACIONES	\$	(3.287,68)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$	19.355,18
GASTOS Y CARGOS DIFERIDOS		
DIF. GASTOS Y GASTOS	\$	-
AMORTIZACIONES	\$	-
TOTAL GASTOS Y CARGOS	\$	-
TOTAL ACTIVO	\$	149.910,11
PASIVO		
BANCOS, OBL. Y CTAS X PAGAR	\$	8.670,48
PROVEEDORES	\$	57.808,22
IMPUESTOS POR PAGAR	\$	642,80
IMPOSICIONES LABORALES	\$	4.823,37
OTRAS CTAS.	\$	10.278,38
PRESTAMOS DE SOCIOS	\$	-
TOTAL PASIVO	\$	82.223,25
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL	\$	12.000,00
APORTES FUTURAS. CAPITALIZACIONES	\$	1.050,00
RESERVA LEGAL	\$	2.996,31
PERDIDAS Y GANANCIAS ACUM	\$	16.389,79
TOTAL PATRIMONIO	\$	32.436,10
RESULTADO DEL PERIODO	\$	35.250,76
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$	149.910,11

EMPRESA SOLINTA S.A.
DEL 01/01/2010 AL 31/12/2010

INGRESOS	
VENTAS	\$ 75.328,99
INTERES COMISIONES	\$ 0,24
OTROS INGRESOS	\$ 71,45
TOTAL INGRESOS	\$ 75.400,68
COSTOS	
COSTO DE MERCADERIAS	\$ 51.152,58
GASTOS SUELDOS DE IMP. LABORALES	\$ 8.246,63
GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVO	\$ 12.105,31
GASTOS INTERESES-COMISIONES	-\$ 40,56
GASTOS NO DEDUCIBLES	\$ 106,59
TOTAL COSTO Y GASTOS	\$ 71.570,55
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 3.830,13

EMPRESA SOLINTA S.A.
DEL 01/01/2011 AL 31/12/2011

INGRESOS	
VENTAS	\$ 214.059,66
INTERES COMISIONES	\$ 0,00
OTROS INGRESOS	\$ 62,66
TOTAL INGRESOS	\$ 214.122,32
COSTOS	
COSTO DE MERCADERIAS	\$ 137.458,48
GASTOS SUELDOS DE IMP. LABORALES	\$ 28.299,91
GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVO	\$ 24.920,00
GASTOS INTERESES-COMISIONES	\$ 1.204,38
GASTOS NO DEDUCIBLES	\$ 387,73
TOTAL COSTO Y GASTOS	\$ 192.270,50
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 21.851,82

EMPRESA SOLINTA S.A.
DEL 01/01/2012 AL 31/12/2012

INGRESOS	
VENTAS	\$ 265.745,33
INTERES COMISIONES	-\$ 35,16
OTROS INGRESOS	\$ 1.100,51
TOTAL INGRESOS	\$ 266.810,68
COSTOS	
COSTO DE MERCADERIAS	\$ 163.456,14
GASTOS SUELDOS DE IMP. LABORALES	\$ 34.707,98
GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVO	\$ 39.144,52
GASTOS INTERESES-COMISIONES	\$ 1.126,66
GASTOS NO DEDUCIBLES	\$ 155,62
TOTAL COSTO Y GASTOS	\$ 238.590,92
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 28.219,76

EMPRESA SOLINTHA S.A.
DEL 01/01/2013 AL 31/12/2013

VENTAS	\$	432.147,71
INTERESES-COMISIONES	\$	4.435,28
OTROS INGRESOS	\$	984,05
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	\$	437.567,04
COSTO		
COSTO DE VENTA	\$	285.177,13
GASTO DE SUELDO EMPLEADOS	\$	51.946,49
GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVOS	\$	58.543,09
GASTOS INTERESES-COMISIONES	\$	6.175,59
GASTOS NO DEDUCIBLES	\$	473,98
TOTAL GASTOS	\$	117.139,15
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$	402.316,28
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$	35.250,76

ANEXO 2 Análisis vertical Balance General

EMPRESA SOLINTHA S.A. ANÁLISIS VERTICAL		
	2010	%
ACTIVO		
CORRIENTE		
CAJA GENERAL	\$1.155,64	2,56%
BANCOS	\$469,74	1,04%
GARANTÍAS	\$2.303,20	5,11%
TOTAL CAJA TOTAL	\$3.928,58	8,72%
REALIZABLE		
INVENTARIOS	\$7.537,75	16,73%
TOTAL REALIZABLE	\$7.537,75	16,73%
EXIGIBLE		
CUENTAS POR COBRAR	\$23.321,21	51,75%
IMPUESTOS	\$2.811,98	6,24%
ANTICIPOS EMPLEADOS	\$91,08	0,20%
PRESTAMOS EMPLEADOS	\$ -	0,00%
CTAS. A LIQUIDAR	\$(83,59)	-0,19%
CTAS. PARA INCOBRABLES	\$(480,26)	-1,07%
TOTAL EXIGIBLE	\$25.660,42	56,94%
DEPRECIABLE	\$2.161,64	4,80%
DEPRECIACIONES	\$(171,71)	-0,38%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$1.989,93	4,42%
GASTOS Y CARGOS DIFERIDOS		
DIF. GASTOS Y GASTOS	\$5.948,67	13,20%
AMORTIZACIONES	\$ -	0,00%
TOTAL GASTOS Y CARGOS	\$5.948,67	13,20%
TOTAL ACTIVO	\$45.065,35	100,00%
PASIVO		
BANCOS, OBL Y CTAS X PAGAR	\$ -	0,00%
PROVEEDORES	\$23.529,75	52,21%
IMPUESTOS POR PAGAR	\$1.725,62	3,83%
IMPOSICIONES LABORALES	\$1.519,85	3,37%
OTRAS CTAS.	\$1.410,00	3,13%
PRESTAMOS DE SOCIOS	\$ -	0,00%
TOTAL EXIGIBLE POR PAGAR	\$28.185,22	63%
TOTAL PASIVO	\$28.185,22	63%
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL	\$12.000,00	26,63%
APORTES FUT. CAP	\$1.050,00	2,33%
RESERVA LEGAL	\$ -	0,00%
PÉRDIDAS Y GANANCIAS	\$ -	0,00%
TOTAL PATRIMONIO	\$13.050,00	29%
RESULTADO DEL PERIODO	\$3.830,13	8,50%
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$45.065,35	100%

EMPRESA SOLINTHA S.A.

ANÁLISIS VERTICAL

	2011	%
ACTIVO		
CORRIENTE		
CAJA GENERAL	\$7.170,81	9,38%
BANCOS	\$9.187,32	12,02%
GARANTÍAS	\$500,00	0,65%
TOTAL CAJA TOTAL	\$16.858,13	22,06%
REALIZABLE		
INVENTARIOS	\$17.990,11	23,54%
TOTAL REALIZABLE	\$17.990,11	23,54%
EXIGIBLE		
CUENTAS POR COBRAR	\$37.642,25	49,26%
IMPUESTOS	\$1.931,19	2,53%
ANTICIPOS EMPLEADOS	\$798,24	1,04%
PRESTAMOS EMPLEADOS	\$127,60	0,17%
CTAS. A LIQUIDAR	\$351,77	0,46%
CTAS. PARA INCOBRABLES	\$(480,26)	-0,63%
TOTAL EXIGIBLE	\$40.370,79	52,66%
DEPRECIABLE	\$2.161,64	2,83%
DEPRECIACIONES	\$(963,93)	-1,26%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$1.197,71	1,57%
GASTOS Y CARGOS DIFERIDOS		
DIF. GASTOS Y GASTOS	\$ -	0,00%
AMORTIZACIONES	\$ -	0,00%
TOTAL GASTOS Y CARGOS	\$ -	0,00%
TOTAL ACTIVO	\$76.416,74	100%
PASIVO		
BANCOS, OBL Y CTAS X PAGAR	\$ -	0,00%
PROVEEDORES	\$21.615,45	28,29%
IMPUESTOS POR PAGAR	\$2.789,29	3,65%
IMPOSICIONES LABORALES	\$1.866,99	2,44%
OTRAS CTAS.	\$13.028,87	17,05%
PRESTAMOS DE SOCIOS	\$ -	0,00%
TOTAL EXIGIBLE POR PAGAR	\$39.300,60	51%
TOTAL PASIVO	\$39.300,60	51%
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL	\$12.000,00	15,70%
APORTES FUT. CAP	\$1.050,00	1,37%
RESERVA LEGAL	\$251,63	0,33%
PERDIDAS Y GANANCIAS	\$1.962,69	2,57%
TOTAL PATRIMONIO	\$15.264,32	20%
RESULTADO DEL PERIODO	\$21.851,82	28,60%
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$76.416,74	100%

EMPRESA SOLINTHA S.A.
ANÁLISIS VERTICAL

	2012	%
ACTIVO		
CORRIENTE		
CAJA GENERAL	\$ 1.337,80	1,08%
BANCOS	\$ -	0,00%
GARANTIAS	\$500,00	0,40%
TOTAL CAJA TOTAL	\$1.837,80	1,49%
REALIZABLE		
INVENTARIOS	\$43.723,27	35,39%
TOTAL REALIZABLE	\$43.723,27	35,39%
EXIGIBLE		
CUENTAS POR COBRAR	\$58.894,73	47,67%
IMPUESTOS	\$(328,65)	-0,27%
ANTICIPOS EMPLEADOS	\$2.186,27	1,77%
PRESTAMOS EMPLEADOS	\$ -	0,00%
CTAS. A LIQUIDAR	\$ 279,03	0,23%
CTAS. PARA INCOBRABLES	\$(480,26)	-0,39%
TOTAL EXIGIBLE	\$60.551,12	49,01%
DEPRECIABLE	\$19.212,52	15,55%
DEPRECIACIONES	\$(1.779,57)	-1,44%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$17.432,95	14,11%
GASTOS Y CARGOS DIFERIDOS		
DIF. GASTOS Y GASTOS	\$ -	0,00%
AMORTIZACIONES	\$ -	0,00%
TOTAL GASTOS Y CARGOS	\$ -	0,00%
TOTAL ACTIVO	\$123.545,14	100%
PASIVO		
BANCOS, OBL Y CTAS X PAGAR	\$ -	0,00%
PROVEEDORES	\$48.300,14	39,10%
IMPUESTOS POR PAGAR	\$3.564,52	2,89%
IMPOSICIONES LABORALES	\$6.732,31	5,45%
OTRAS CTAS.	\$3.784,13	3,06%
PRESTAMOS DE SOCIOS	\$ -	0,00%
TOTAL EXIGIBLE POR PAGAR	\$62.381,10	50%
TOTAL PASIVO	\$62.381,10	50%
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL	\$12.000,00	9,71%
APORTES FUT. CAP	\$1.050,00	0,85%
RESERVA LEGAL	\$3.225,76	2,61%
PERDIDAS Y GANANCIAS	\$16.668,52	13,49%
TOTAL PATRIMONIO	\$32.944,28	27%
RESULTADO DEL PERIODO	\$28.219,76	22,84%
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$123.545,14	100%

EMPRESA SOLINTHA S.A.
ANÁLISIS VERTICAL

	2013	%
ACTIVO		
CORRIENTE		
CAJA GENERAL	\$ 11.452,16	7,64%
BANCOS	\$ 1.668,29	1,11%
GARANTIAS	\$ -	0,00%
TOTAL CAJA TOTAL	\$ 13.120,45	8,75%
INVENTARIOS	\$ 57.578,49	38,41%
TOTAL REALIZABLE	\$ 57.578,49	38,41%
CUENTAS POR COBRAR	\$ 51.883,70	34,61%
IMPUESTOS	\$ 7.241,49	4,83%
ANTICIPOS EMPLEADOS	\$ 1.550,09	1,03%
PRESTAMOS EMPLEADOS	\$ -	0,00%
CTAS. A LIQUIDAR	\$ 53,25	0,04%
CTAS. PARA INCOBRABLES	\$ (872,54)	-0,58%
TOTAL EXIGIBLE	\$ 59.855,99	39,93%
DEPRECIABLE	\$ 22.642,86	15,10%
DEPRECIACIONES	\$ (3.287,68)	-2,19%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 19.355,18	12,91%
GASTOS Y CARGOS DIFERIDOS		
DIF. GASTOS Y GASTOS	\$ -	0,00%
AMORTIZACIONES	\$ -	0,00%
TOTAL GASTOS Y CARGOS	\$ -	0,00%
TOTAL ACTIVO	\$ 149.910,11	100%
PASIVO		
BANCOS, OBL Y CTAS X PAGAR	\$ 8.670,48	5,78%
PROVEEDORES	\$ 57.808,22	38,56%
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 642,80	0,43%
IMPOSICIONES LABORALES	\$ 4.823,37	3,22%
OTRAS CTAS.	\$ 10.278,38	6,86%
PRESTAMOS DE SOCIOS	\$ -	0,00%
TOTAL PASIVO	\$ 82.223,25	55%
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL	\$ 12.000,00	8,00%
APORTES FUT. CAP	\$ 1.050,00	0,70%
RESERVA LEGAL	\$ 2.996,31	2,00%
PERDIDAS Y GANANCIAS	\$ 16.389,79	10,93%
TOTAL PATRIMONIO	\$ 32.436,10	22%
RESULTADO DEL PERIODO	\$ 35.250,76	23,51%
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 149.910,11	100%

ANEXO 3 Análisis Horizontal Balance General

EMPRESA SOLINTHA S.A. ANÁLISIS HORIZONTAL				
	2010	2011	2011-2010	
			VARIACIÓN	%
ACTIVO				
CORRIENTE				((P2/P1)-1)*100
CAJA GENERAL	\$1.155,64	\$7.170,81	\$6.015,17	521%
BANCOS	\$469,74	\$9.187,32	\$8.717,58	1856%
GARANTIAS	\$2.303,20	\$500,00	\$(1.803,20)	-78%
TOTAL CAJA TOTAL	\$3.928,58	\$16.858,13	\$12.929,55	329%
REALIZABLE				
INVENTARIOS	\$7.537,75	\$17.990,11	\$10.452,36	139%
TOTAL REALIZABLE	\$7.537,75	\$17.990,11	\$10.452,36	139%
EXIGIBLE				
CUENTAS POR COBRAR	\$23.321,21	\$37.642,25	\$14.321,04	61%
IMPUESTOS	\$2.811,98	\$1.931,19	\$(880,79)	-31%
ANTICIPOS EMPLEADOS	\$91,08	\$798,24	\$707,16	776%
PRESTAMOS EMPLEADOS	\$ -	\$127,60	\$127,60	0%
CTAS. A LIQUIDAR	\$(83,59)	\$351,77	\$435,36	-521%
CTAS. PARA INCOBRABLES	\$(480,26)	\$(480,26)	\$ -	0%
TOTAL EXIGIBLE	\$25.660,42	\$40.370,79	\$14.710,37	57%
Depreciable	\$2.161,64	\$2.161,64	\$ -	0%
DEPRECIACIONES	\$(171,71)	\$(963,93)	\$(792,22)	461%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$1.989,93	\$1.197,71	\$(792,22)	-40%
GASTOS Y CARGOS DIFERIDOS				
DIF. GASTOS Y GASTOS	\$5.948,67	\$ -	\$(5.948,67)	-100%
AMORTIZACIONES	\$ -	\$ -	\$ -	0%
TOTAL GASTOS Y CARGOS	\$5.948,67	\$ -	\$(5.948,67)	-100%
TOTAL ACTIVO	\$45.065,35	\$76.416,74	\$31.351,39	70%
PASIVO				
BANCOS, OBL. Y CTAS X PAGAR	\$ -	\$ -	\$ -	0%
PROVEEDORES	\$23.529,75	\$21.615,45	\$(1.914,30)	-8%
IMPUESTOS POR PAGAR	\$1.725,62	\$2.789,29	\$1.063,67	0%
IMPOSICIONES LABORALES	\$1.519,85	\$1.866,99	\$347,14	23%
OTRAS CTAS.	\$1.410,00	\$13.028,87	\$11.618,87	824%
PRESTAMOS DE SOCIOS	\$ -	\$ -	\$ -	0%
TOTAL EXIGIBLE POR PAGAR	\$28.185,22	\$39.300,60	\$11.115,38	39%
TOTAL PASIVO	\$28.185,22	\$39.300,60	\$11.115,38	39%
PATRIMONIO				
CAPITAL SOCIAL	\$12.000,00	\$12.000,00	\$ -	0%
APORTES FUTURAS. CAPITALIZACIONES	\$1.050,00	\$1.050,00	\$ -	0%
RESERVA LEGAL	\$ -	\$251,63	\$ 251,63	0%
PERDIDAS Y GANANCIAS ACUM	\$ -	\$1.962,69	\$1.962,69	0%
TOTAL PATRIMONIO	\$13.050,00	\$15.264,32	\$2.214,32	17%
RESULTADO DEL PERIODO	\$3.830,13	\$21.851,82	\$18.021,69	471%
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$45.065,35	\$76.416,74	\$31.351,39	70%

EMPRESA SOLINTHA S.A.
ANÁLISIS VERTICAL

	2011	2012	2012-2011	
			VARIACIÓN	%
ACTIVO				
CORRIENTE				
CAJA GENERAL	\$7.170,81	\$ 1.337,80	\$(5.833,01)	-81%
BANCOS	\$9.187,32	\$ -	\$(9.187,32)	-100%
GARANTIAS	\$500,00	\$500,00	\$ -	0%
TOTAL CAJA TOTAL	\$16.858,13	\$1.837,80	\$(15.020,33)	-89%
REALIZABLE				
INVENTARIOS	\$17.990,11	\$43.723,27	\$25.733,16	143%
TOTAL REALIZABLE	\$17.990,11	\$43.723,27	\$25.733,16	143%
EXIGIBLE				
CUENTAS POR COBRAR	\$37.642,25	\$58.894,73	\$21.252,48	56%
IMPUESTOS	\$1.931,19	\$(328,65)	\$(2.259,84)	-117%
ANTICIPOS EMPLEADOS	\$798,24	\$2.186,27	\$1.388,03	174%
PRESTAMOS EMPLEADOS	\$127,60	\$ -	\$(127,60)	-100%
CTAS. A LIQUIDAR	\$351,77	\$ 279,03	\$(72,74)	-21%
CTAS. PARA INCOBRABLES	\$(480,26)	\$(480,26)	\$ -	0%
TOTAL EXIGIBLE	\$40.370,79	\$60.551,12	\$20.180,33	50%
Depreciable	\$2.161,64	\$19.212,52	\$17.050,88	789%
DEPRECIACIONES	\$(963,93)	\$(1.779,57)	\$(815,64)	85%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$1.197,71	\$17.432,95	\$16.235,24	1356%
GASTOS Y CARGOS DIF				
DIF. GASTOS Y GASTOS	\$ -	\$ -	\$ -	0%
AMORTIZACIONES	\$ -	\$ -	\$ -	0%
TOTAL GASTOS Y CARGOS	\$ -	\$ -	\$ -	0%
TOTAL ACTIVO	\$76.416,74	\$123.545,14	\$47.128,40	62%
PASIVO				
BANCOS, OBL. Y CTAS X PAGAR	\$ -	\$ -	\$ -	0%
PROVEEDORES	\$21.615,45	\$48.300,14	\$ 26.684,69	123%
IMPUESTOS POR PAGAR	\$2.789,29	\$3.564,52	\$775,23	28%
IMPOSICIONES LABORALES	\$1.866,99	\$6.732,31	\$ 4.865,32	261%
OTRAS CTAS.	\$13.028,87	\$3.784,13	\$(9.244,74)	-71%
PRESTAMOS DE SOCIOS	\$ -	\$ -	\$ -	0%
TOTAL EXIGIBLE POR PAGAR	\$39.300,60	\$62.381,10	\$23.080,50	59%
TOTAL PASIVO	\$39.300,60	\$62.381,10	\$23.080,50	59%
PATRIMONIO				
CAPITAL SOCIAL	\$12.000,00	\$12.000,00	\$ -	0%
APORTES FUTURAS.	\$1.050,00	\$1.050,00	\$ -	0%
CAPITALIZACIONES				
RESERVA LEGAL	\$251,63	\$3.225,76	\$2.974,13	1182%
PERDIDAS Y GANANCIAS ACUM	\$1.962,69	\$16.668,52	\$14.705,83	749%
TOTAL PATRIMONIO	\$15.264,32	\$32.944,28	\$17.679,96	116%
RESULTADO DEL PERIODO	\$21.851,82	\$28.219,76	\$6.367,94	29%
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$76.416,74	\$123.545,14	\$47.128,40	62%

EMPRESA SOLINTHA S.A.
ANÁLISIS VERTICAL

	2013-2012			
	2012	2013	VARIACIÓN	%
ACTIVO				
CAJA GENERAL	\$ 1.337,80	\$ 2.742,41	\$1.404,61	105%
BANCOS	\$ -	\$(713,63)	\$(713,63)	0%
GARANTIAS	\$500,00	\$ -	\$(500,00)	-100%
TOTAL CAJA TOTAL	\$1.837,80	\$2.028,78	\$190,98	10%
REALIZABLE				
INVENTARIOS	\$43.723,27	\$47.525,20	\$3.801,93	9%
TOTAL REALIZABLE	\$43.723,27	\$47.525,20	\$3.801,93	9%
EXIGIBLE				
CUENTAS POR COBRAR	\$58.894,73	\$39.228,02	\$(19.666,71)	-33%
IMPUESTOS	\$(328,65)	\$7.241,49	\$7.570,14	-2303%
ANTICIPOS EMPLEADOS	\$2.186,27	\$1.550,09	\$(636,18)	-29%
PRESTAMOS EMPLEADOS	\$ -	\$ -	\$ -	0%
CTAS. A LIQUIDAR	\$ 279,03	\$53,25	\$(225,78)	-81%
CTAS. PARA INCOBRABLES	\$(480,26)	\$(872,54)	\$ (392,28)	82%
TOTAL EXIGIBLE	\$60.551,12	\$47.200,31	\$(13.350,81)	-22%
Depreciable	\$19.212,52	\$22.642,86	\$3.430,34	18%
DEPRECIACIONES	\$(1.779,57)	\$(3.287,68)	\$(1.508,11)	85%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$17.432,95	\$19.355,18	\$1.922,23	11%
DIF. GASTOS Y GASTOS	\$ -	\$ -	\$ -	0%
AMORTIZACIONES	\$ -	\$ -	\$ -	0%
TOTAL GASTOS Y CARGOS	\$ -	\$ -	\$ -	0%
TOTAL ACTIVO	\$123.545,14	\$116.109,47	\$(7.435,67)	-6%
PASIVO				
BANCOS, OBL. Y CTAS X PAGAR	\$ -	\$8.670,48	\$8.670,48	0%
PROVEEDORES	\$48.300,14	\$55.417,33	\$7.117,19	15%
IMPUESTOS POR PAGAR	\$3.564,52	\$642,80	\$(2.921,72)	-82%
IMPOSICIONES LABORALES	\$6.732,31	\$4.823,37	\$(1.908,94)	-28%
OTRAS CTAS.	\$3.784,13	\$10.278,38	\$6.494,25	172%
PRESTAMOS DE SOCIOS	\$ -	\$ -	\$ -	0%
TOTAL EXIGIBLE POR PAGAR	\$62.381,10	\$79.832,36	\$17.451,26	28%
TOTAL PASIVO	\$62.381,10	\$79.832,36	\$17.451,26	28%
PATRIMONIO				
CAPITAL SOCIAL	\$12.000,00	\$12.000,00	\$ -	0%
APORTES FUTURAS. CAPITALIZACIONES	\$1.050,00	\$1.050,00	\$ -	0%
RESERVA LEGAL	\$3.225,76	\$3.225,76	\$ -	0%
PERDIDAS Y GANANCIAS ACUM	\$16.668,52	\$16.389,79	\$(278,73)	-2%
TOTAL PATRIMONIO	\$32.944,28	\$32.665,55	\$(278,73)	-1%
RESULTADO DEL PERIODO	\$28.219,76	\$3.611,56	\$(24.608,20)	-87%
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$123.545,14	\$116.109,47	\$(7.435,67)	-6%

ANEXO 4 Análisis vertical Estado de Resultados

EMPRESA SOLINTHA S.A. ANÁLISIS VERTICAL		
	2010	%
INGRESOS OPERACIONALES		
VENTAS	\$75.328,99	100%
INTERESES-COMISIONES	\$0,24	0,00%
OTROS INGRESOS	\$71,45	0,09%
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	\$75.400,68	100%
COSTO		
COSTO DE VENTAS	\$51.152,58	68%
TOTAL DE COSTO	\$51.152,58	68%
GASTOS		
GASTO DE SUELDO EMPLEADOS	\$8.246,63	11%
GASTOS GENERALES-ADMINISTRATIVOS	\$12.105,31	16%
GASTOS INTERESES-COMISIONES	\$(40,56)	0%
GASTOS NO DEDUCIBLES	\$106,59	0%
TOTAL GASTOS	\$20.417,97	27%
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$71.570,55	95%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$3.830,13	5%

EMPRESA SOLINTHA S.A. ANÁLISIS VERTICAL		
	2011	%
INGRESOS OPERACIONALES		
VENTAS	\$214.059,66	100%
INTERESES-COMISIONES	\$ -	0%
OTROS INGRESOS	\$62,66	0%
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	\$214.122,32	100%
COSTO		
COSTO DE VENTAS	\$137.458,48	64%
TOTAL DE COSTO	\$137.458,48	64%
GASTOS		
GASTO DE SUELDO EMPLEADOS	\$28.299,91	13%
GASTOS GENERALES-ADMI	\$24.920,00	12%
GASTOS INTERESES-COMISIONES	\$1.204,38	1%
GASTOS NO DEDUCIBLES	\$387,73	0%
TOTAL GASTOS	\$54.812,02	26%
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$192.270,50	90%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$21.851,82	10%

**EMPRESA SOLINTHA S.A.
ANÁLISIS VERTICAL**

	2012	%
INGRESOS OPERACIONALES		
VENTAS	\$ 265.745,33	100%
INTERESES-COMISIONES	\$(35,16)	0%
OTROS INGRESOS	\$1.100,51	0%
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	\$266.810,68	100%
COSTO		
COSTO DE VENTAS	\$163.456,14	62%
TOTAL DE COSTO	\$163.456,14	62%
GASTOS		
GASTO DE SUELDO EMPLEADOS	\$34.707,98	13%
GASTOS GENERALES-ADMINISTRATIVOS	\$39.144,52	15%
GASTOS INTERESES-COMISIONES	\$1.126,66	0%
GASTOS NO DEDUCIBLES	\$155,62	0%
TOTAL GASTOS	\$75.134,78	28%
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$238.590,92	90%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$28.219,76	11%

**EMPRESA SOLINTHA S.A.
ANÁLISIS VERTICAL**

	2013	%
INGRESOS OPERACIONALES		
VENTAS	\$ 416.328,11	100,00%
INTERESES-COMISIONES	\$ 4.435,28	1,07%
OTROS INGRESOS	\$ 984,05	0,24%
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	\$ 421.747,44	100%
COSTO		
COSTO DE VENTAS	\$ 300.996,73	72,30%
TOTAL DE COSTO	\$ 300.996,73	72%
GASTOS		
GASTO DE SUELDO EMPLEADOS	\$ 51.946,49	12,48%
GASTOS GENERALES-ADMINISTRATIVOS	\$ 58.543,09	14,06%
GASTOS INTERESES-COMISIONES	\$ 6.175,59	1,48%
GASTOS NO DEDUCIBLES	\$ 473,98	0,11%
TOTAL GASTOS	\$ 117.139,15	28%
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 418.135,88	100%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 3.611,56	1%

ANEXO 5 análisis horizontal Estado de Resultados

EMPRESA SOLINTHA S.A. ANÁLISIS VERTICAL				
	2010	2011	2011-2010	
			VARIACIÓN	%
INGRESOS OPERACIONALES				
VENTAS	\$75.328,99	\$214.059,66	\$138.730,67	184,17%
INTERESES-COMISIONES	\$0,24	\$ -	\$(0,24)	-100,00%
OTROS INGRESOS	\$71,45	\$62,66	\$(8,79)	-12,30%
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	\$75.400,68	\$214.122,32	\$138.721,64	183,98%
COSTO				
COSTO DE VENTA	\$51.152,58	\$137.458,48	\$86.305,90	168,72%
TOTAL COSTO	\$51.152,58	\$137.458,48	\$86.305,90	168,72%
GASTOS				
GASTO DE SUELDO EMPLEADOS	\$8.246,63	\$28.299,91	\$20.053,28	243,17%
GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVOS	\$12.105,31	\$24.920,00	\$12.814,69	105,86%
GASTOS INTERESES-COMISIONES	\$(40,56)	\$1.204,38	\$1.244,94	-3069,38%
GASTOS NO DEDUCIBLES	\$106,59	\$387,73	\$281,14	263,76%
TOTAL GASTOS	\$20.417,97	\$54.812,02	\$34.394,05	168,45%
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$71.570,55	\$192.270,50	\$120.699,95	168,64%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$3.830,13	\$21.851,82	\$18.021,69	470,52%

EMPRESA SOLINTHA S.A. ANÁLISIS VERTICAL				
	2011	2012	2012-2011	
			VARIACIÓN	%
INGRESOS OPERACIONALES				
VENTAS	\$214.059,66	\$265.745,33	\$51.685,67	24,15%
INTERESES-COMISIONES	\$ -	\$(35,16)	\$(35,16)	0,00%
OTROS INGRESOS	\$62,66	\$1.100,51	\$1.037,85	1656,32%
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	\$214.122,32	\$266.810,68	\$52.688,36	24,61%
COSTO				
COSTO DE VENTA	\$137.458,48	\$163.456,14	\$25.997,66	18,91%
TOTAL COSTO	\$137.458,48	\$163.456,14	\$25.997,66	18,91%
GASTOS				
GASTO DE SUELDO EMPLEADOS	\$28.299,91	\$34.707,98	\$6.408,07	22,64%
GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVOS	\$24.920,00	\$39.144,52	\$14.224,52	57,08%
GASTOS INTERESES-COMISIONES	\$1.204,38	\$1.126,66	\$(77,72)	-6,45%
GASTOS NO DEDUCIBLES	\$387,73	\$155,62	\$(232,11)	-59,86%
TOTAL GASTOS	\$54.812,02	\$75.134,78	\$20.322,76	37,08%
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$192.270,50	\$238.590,92	\$46.320,42	24,09%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$21.851,82	\$28.219,76	\$6.367,94	29,14%

**EMPRESA SOLINTHA S.A.
ANÁLISIS VERTICAL**

	2012	2013	2013-2012	
			VARIACIÓN	%
INGRESOS OPERACIONALES				
VENTAS	\$265.745,33	\$416.328,11	\$150.582,78	56,66%
INTERESES-COMISIONES	\$(35,16)	\$4.435,28	\$4.470,44	-12714,56%
OTROS INGRESOS	\$1.100,51	\$984,05	\$(116,46)	-10,58%
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	\$266.810,68	\$421.747,44	\$154.936,76	58,07%
COSTO				
COSTO DE VENTA	\$163.456,14	\$300.996,73	\$137.540,59	84,15%
TOTAL COSTO	\$163.456,14	\$300.996,73	\$137.540,59	84,15%
GASTOS				
GASTO DE SUELDO EMPLEADOS	\$34.707,98	\$51.946,49	\$17.238,51	49,67%
GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVOS	\$39.144,52	\$58.543,09	\$19.398,57	49,56%
GASTOS INTERESES-COMISIONES	\$1.126,66	\$6.175,59	\$5.048,93	448,13%
GASTOS NO DEDUCIBLES	\$155,62	\$473,98	\$318,36	204,58%
TOTAL GASTOS	\$75.134,78	\$117.139,15	\$42.004,37	55,91%
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$238.590,92	\$418.135,88	\$179.544,96	75,25%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$28.219,76	\$3.611,56	\$(24.608,20)	-87,20%

ANEXO 5 Tasa de Interés

Desarrollo en Gestión Eficiente
Aporta al logro de los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir

BANCO NACIONAL DE FOMENTO
COMPROMISO, CUMPLIMIENTO Y RESPONSABILIDAD

Inicio > Derechos del usuario > Tasas y tarifas > Tasas de Interés Activas

Tasas de Interés Activas

Circular GF. 41-2014 Quito, 30 de septiembre de 2014

Señor Gerente Sucursal BANFOMENTO

Circular Tasas de Interés para el Banco Nacional de Fomento

Para el periodo de octubre de 2014

Tasas Activas Efectivas

CRÉDITO COMERCIAL		APLICACIÓN DE REAJUSTES: COMERCIALIZACIÓN
COMERCIALIZACIÓN	TASA INTERÉS 11.2%	EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO, SERÁ 1,33 PUNTOS SOBRE LA TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTIVO PYMES DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTE EN LA SEMANA DE REAJUSTE, LA TASA RESULTANTE NO SERÁ MAYOR A LA TASA EFECTIVA MÁXIMA PRODUCTIVO PYMES.
PRODUCCIÓN CICLO CORTO (2 AÑOS)		
PRODUCCIÓN CICLO CORTO (2 AÑOS)	TASA INTERÉS 11.2%	EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO, SERÁ 1,33 PUNTO SOBRE LA TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTIVO DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTE EN LA SEMANA DE REAJUSTE, LA TASA RESULTANTE NO SERÁ MAYOR A LA TASA EFECTIVA MÁXIMA PRODUCTIVO PYMES.

https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=49%3Atasas-de-interes-activas&catid=20%3Atransparencia-de-informacion&Itemid=88&lang=es

ANEXO 6

BETA IBM

Dow ↑ 0.58% Nasdaq ↓ 0.06%

More On IBM

QUOTES

Summary

Order Book

Options

Historical Prices

CHARTS

Interactive

Basic Chart

Basic Tech. Analysis

NEWS & INFO

Headlines

Press Releases

Company Events

Message Boards

Market Pulse

COMPANY

Profile

Key Statistics

International Business Machines Corporation (IBM) - NYSE ★ Watchlist

161.82 +0.83 (0.51%) 4:01PM EST

After Hours: **161.79** +0.03 (0.02%) 7:53PM EST

Prev Close:	162.65	Day's Range:	161.56 - 163.54
Open:	163.13	52wk Range:	161.10 - 199.21
Bid:	161.65 x 200	Volume:	4,104,747
Ask:	162.47 x 200	Avg Vol (3m):	4,097,130
1y Target Est:	169.14	Market Cap:	160.15B
Beta:	0.9	P/E (ttm):	13.11
Next Earnings Date:	20-Jan-15	EPS (ttm):	12.34
		Div & Yield:	4.40 (2.70%)

Beat the market

Get the app

International Business Machines



Quotes delayed, except where indicated otherwise. Currency in USD.

PROPIEDAD	Deudas a largo plazo circulante / corto plazo	6.862.000	9.181.000	8.463.000
Accionistas principales	Otro pasivo circulante	12.557.000	11.952.000	12.197.000
Transacciones de iniciados	Pasivo circulante total	40.154.000	43.625.000	42.123.000
Accionistas miembros de la empresa	Deuda a largo plazo	32.856.000	24.088.000	22.857.000
FINANZAS	Otro pasivo	26.176.000	28.025.000	27.370.000
Informe de ingresos	Cargos diferidos de pasivo a largo plazo	4.108.000	4.491.000	3.847.000
Balance general	Interés minoritario	137.000	124.000	97.000
Flujo de caja	Fondo de comercio negativo	-	-	-
	Pasivo total	103.431.000	100.353.000	96.294.000
	Capital social			
	Garantías de opciones de acción	-	-	-
	Acción preferente redimible	-	-	-
	Acciones preferentes	-	-	-
	Acciones ordinarias	51.594.000	50.110.000	48.129.000
	Beneficios retenidos	130.042.000	117.641.000	104.857.000
	Acciones compradas por la empresa	(137.242.000)	(123.131.000)	(110.963.000)
	Excedente de capital	-	-	-
	Otro capital social	(21.602.000)	(25.759.000)	(21.885.000)
	Total de capital social	22.792.000	18.860.000	20.138.000
	Activos tangibles netos	(12.263.000)	(14.174.000)	(9.467.000)

BETA MICROSOFT

Dow ↑ 0.58% Nasdaq ↓ 0.06%

More On MSFT

QUOTES

Summary

Order Book

Options

Historical Prices

CHARTS

Interactive

Basic Chart

Basic Tech. Analysis

NEWS & INFO

Headlines

Press Releases

Company Events

Message Boards

Market Pulse

COMPANY

Profile

Key Statistics



Microsoft Corporation (MSFT) - NasdaqGS ★ Watchlist

47.86 +0.29 (0.61%) 4:00PM EST

After Hours : **47.87** +0.01 (0.02%) 7:58PM EST

Beat the market

Get the app



Prev Close:	47.57	Day's Range:	47.26 - 47.90
Open:	47.81	52wk Range:	34.63 - 47.90
Bid:	N/A	Volume:	22,449,594
Ask:	49.90 x 1000	Avg Vol (3m):	33,898,100
1y Target Est:	49.21	Market Cap:	394.50B
Beta:	0.73	P/E (ttm):	18.76
Earnings Date:	Jan 21 - Jan 26 (Est.)	EPS (ttm):	2.55
		Div & Yield:	1.24 (2.60%)

Microsoft Corporation



Quotes delayed, except where indicated otherwise. Currency in USD.

COBERTURA DE ANALISTAS	Total de activos	172.384.000	142.431.000	121.271.000
Opinión del analista	Pasivo			
Estimados de los analistas	Pasivo actual			
PROPIEDAD	Cuentas pagables	13.569.000	10.182.000	9.653.000
Accionistas principales	Deudas a largo plazo circulante / corto plazo	2.000.000	2.999.000	1.231.000
Transacciones de iniciados	Otro pasivo circulante	30.056.000	24.236.000	21.804.000
Accionistas miembros de la empresa	Pasivo circulante total	45.625.000	37.417.000	32.688.000
FINANZAS	Deuda a largo plazo	20.645.000	12.601.000	10.713.000
Informe de ingresos	Otro pasivo	11.594.000	10.000.000	8.208.000
Balance general	Cargos diferidos de pasivo a largo plazo	4.736.000	3.469.000	3.299.000
Flujo de caja	Interés minoritario	-	-	-
	Fondo de comercio negativo	-	-	-
	Pasivo total	82.600.000	63.487.000	54.908.000
	Capital social			
	Garantías de opciones de acción	-	-	-
	Acción preferente redimible	-	-	-
	Acciones preferentes	-	-	-
	Acciones ordinarias	68.366.000	67.306.000	65.797.000
	Beneficios retenidos	17.710.000	9.895.000	(856.000)
	Acciones compradas por la empresa	-	-	-
	Excedente de capital	-	-	-
	Otro capital social	3.708.000	1.743.000	1.422.000
	Total de capital social	89.784.000	78.944.000	66.363.000
	Activos tangibles netos	62.676.000	61.206.000	49.741.000

ANEXO 7

BONOS DE EE.UU

Investing.com
Acceso / Registro

OPERE ACCIONES YA

FxPro

Trade Forex Like a Pro

Cotizaciones
Gráficos
Noticias
Opinión
Técnico
Social Trading
Brokers
Herramientas
Portfolio
Más

Tasas y Bonos
Futuros Financieros
Bonos Gubernamentales
Spreads de Bonos
Tasas Interbancarias
Cotizaciones Forward

Rendimiento de Bono E.E.U.U. 10-Años

Nueva York

↓ 2,341 -0,009 (-0,40%)

🕒 4:54:51 - Mercado cerrado. ([Aviso legal](#))

Tipo: Bono
 Grupo: Gobierno
 Mercado: Estados Unidos

Cierre: 2,350 | Día: 2,339 - 2,348
Comercie ya

General
Gráfico
Técnico
Noticias & Análisis
Foro

Resumen | [Información Histórica](#)

E.E.U.U. 10-Años Resumen de Rendimiento

Me gusta
 2

Índices
Mat. Primas
Divisas
Bonos

Cotizaciones de CFDs

Índice	Último	Cambio	%	Tendencia
IBEX 35	10.276,90	+122,50	+1,21%	🔴
S&P 500 Futuros	2.017,45	-1,30	-0,06%	🟢
NQ 100 Futuros	4.144,10	+1,60	+0,04%	🟢
Dow 30	17.484,53	+100,69	+0,58%	🔴
DAX	9.315,48	+149,01	+1,63%	🔴
EUR/USD	1,090,00	+0,00	+0,00%	🔴

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE

EXTENSIÓN LATACUNGA

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por la señorita: Analuisa Miguashca Katherine Maribel, bajo nuestra supervisión:

ING. ELISABETH JIMÉNEZ SILVA

ECO. MARCO VELOZ

ING. XAVIER FABARA

DIRECTOR DE LA CARRERA

DR. RODRIGO VACA

SECRETARIO ACADÉMICO