



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

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

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

**“VALORACIÓN A LA EMPRESA DISAMA CÍA. LTDA.  
Y PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS”**

***AUTORES: MELISSA CAMPAÑA  
LUATHANI VELASTEGUI***

***DIRECTOR: ECO. FRANCISCO CAICEDO***

***CODIRECTOR: ING. ELISABETH JIMÉNEZ***





# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**OBJETIVOS**

**IMPORTANCIA Y  
JUSTIFICACIÓN**

**MARCO TEÓRICO**

**ANÁLISIS  
SITUACIONAL Y  
DIAGNÓSTICO DE  
DISAMA CÍA. LTDA.**

**VALORACIÓN DE  
DISAMA CÍA. LTDA.**

**PROPUESTA DE  
ESTRATEGIAS  
FINANCIERAS**

**CONCLUSIONES Y  
RECOMENDACIONES**



## OBJETIVO GENERAL

Efectuar una valoración a la Distribuidora Salazar Mayorga DISAMA Cía. Ltda., para el fortalecimiento de la administración a través de estrategias financieras.

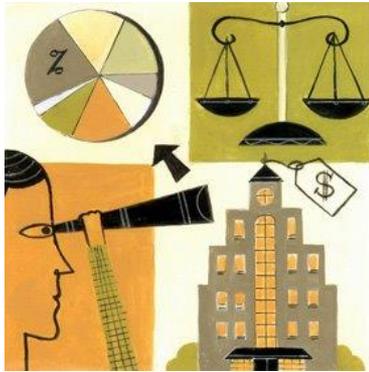
## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar las generalidades que enfocan el proyecto.
- Establecer el marco teórico de la investigación relacionando conceptos y proposiciones de manera ordenada y coherente para el desarrollo del proyecto.
- Realizar un análisis situacional y diagnóstico administrativo, operativo y financiero de la empresa DISAMA Cía. Ltda., de la ciudad de Ambato para conocer características propias e índices financieros.
- Valorar a la empresa DISAMA Cía. Ltda. conociendo el rango de valor en términos monetarios y su desempeño durante los periodos 2012 – 2013.
- Determinar mediante la valoración de la Distribuidora Salazar Mayorga–DISAMA Cía. Ltda. Las estrategias financieras en función del fortalecimiento de la administración.
- Formular las respectivas conclusiones y recomendaciones del proyecto mostrando los resultados de manera resumida y las sugerencias en función de lo detectado.





## IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN



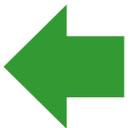
aumento de fusiones o adquisiciones  
de los últimos tiempos

Busca la cuantificación de los elementos que  
constituyen el patrimonio de una empresa,  
tanto tangibles como intangibles

*Esto ayuda a tomar decisión para el beneficio de la empresa y conocer cuáles  
son las falencias que tiene la empresa y mitigar estas a través de estrategias  
financieras*



Acciones combinadas que han emprendido la  
dirección y qué pretende para lograr los  
objetivos financieros y luchar por la misión de  
la organización





# VALORACIÓN DE EMPRESAS



Es una estimación del valor que nunca llevará a determinar una cifra exacta y única, sino que ésta dependerá de la situación de la empresa, del momento de la transacción y del método utilizado (Jacob, 2009).



# MÉTODOS DE VALORACIÓN

## Métodos simples

- Métodos simples estáticos

Valor Contable

Activo Neto real

Valor sustancial

Valor de liquidación

- Métodos simples dinámicos

Descuento de flujos de efectivo

Beneficios descontados

APV (Adjusted Present Value)

## Métodos Compuestos

- Método Clásico
- Método de las prácticas o mixto
- Método indirecto de los anglosajones
- Método de la Unión de Expertos Contables Europeos





## MÉTODOS DE VALORACIÓN FLUJO DE CAJA DESCONTADO

Los métodos de DCF establecen el valor actual de los flujos de caja futuros descontándolos a una tasa que expresa el coste de capital aportado.



“Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial” (Vaquiro, 2010).



## ESTRATEGIAS FINANCIERAS

Son las prácticas que una empresa adopta para alcanzar sus objetivos económicos. La estrategia financiera de una organización consiste en las acciones combinadas que han emprendido la dirección y qué pretende para lograr los objetivos financieros y luchar por la misión de la organización.





## TIPOS DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS

Michael Porter agrupa así:

- Estrategia de liderazgo en costes.
- Estrategia de especialización o segmentación.
- Estrategia de diferenciación.





### Antecedentes de DISAMA CÍA. LDTA.

En 1978, surge la inquietud de aunar esfuerzos, capacidades y capitales por parte de los señores César Salazar Castillo, Alfredo Salazar Castillo (+), Juan y Fanny Mayorga Castillo, con gran visión futurista, dedicándose a la distribución de productos de primera necesidad con un capital social de 500.000 sucres se constituyen legalmente en 1980 y el reconocimiento de la razón social se la realizó en 1981 declarado por las oficinas de rentas internas de la ciudad de Ambato, siendo el camino para ejecutar sus ideales: DISAMA Cía. Ltda.

Han transcurrido 37 años y DISAMA Cía. Ltda., garantiza ocupación a más de 50 soportes de familia y mantiene alto nivel en el concepto de empresa de producción y distribución en el mercado a nivel nacional de productos de consumo masivo.





## **Filosofía DISAMA CÍA. LDTA.**

- **Misión**

Brindar un servicio de calidad para abastecer el mercado local.

- **Visión**

Ser líder a nivel nacional en la producción y distribución de productos de primera necesidad.

- **Principios y Valores**

**Principios:**

Participación económica de los socios, autonomía e Independencia y compromiso con la comunidad.

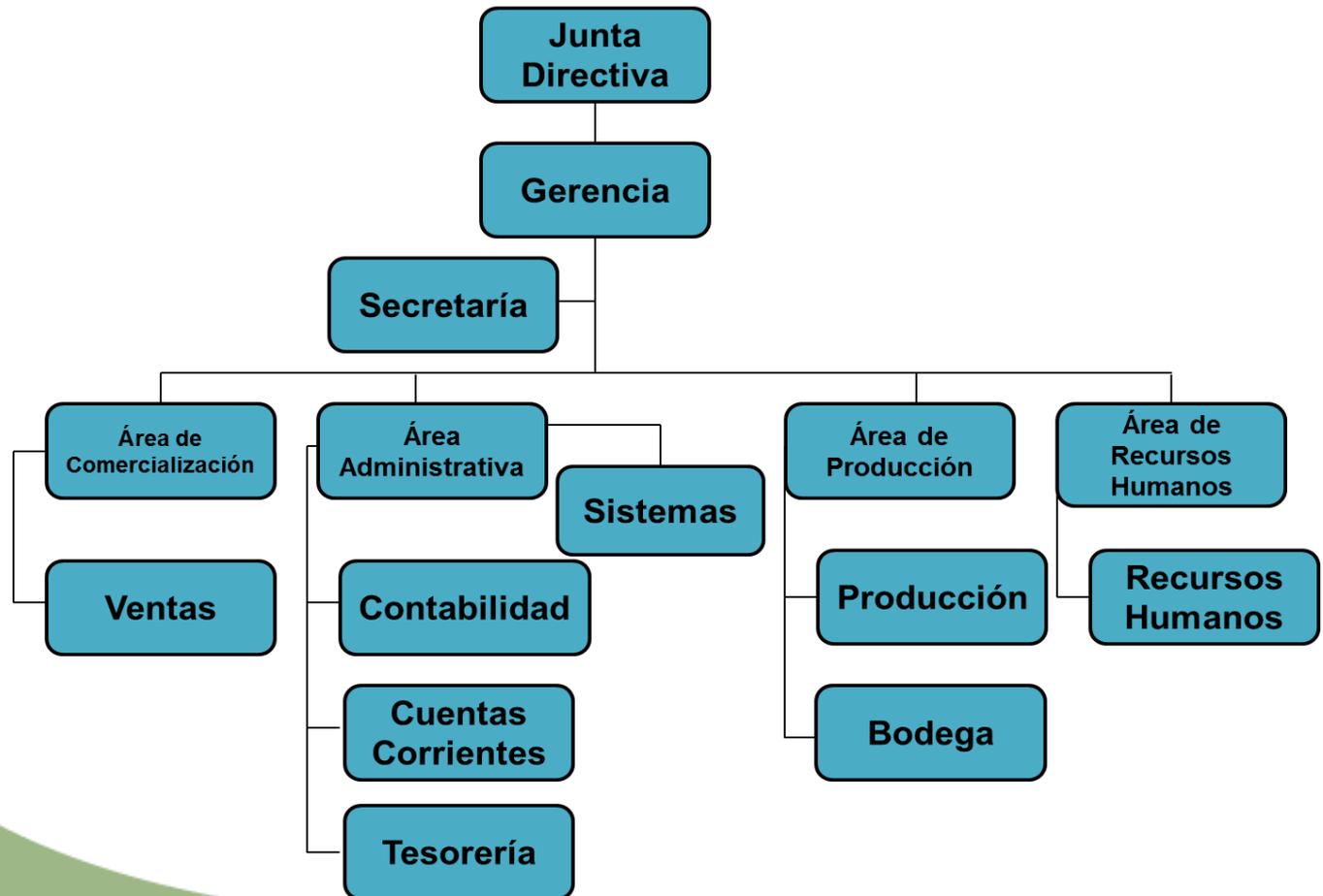
**Valores:**

Confianza, Compromiso, Cooperación, Honestidad, Integridad, Justicia Social, Lealtad, Respeto, Responsabilidad, Solidaridad y Trabajo en Equipo.

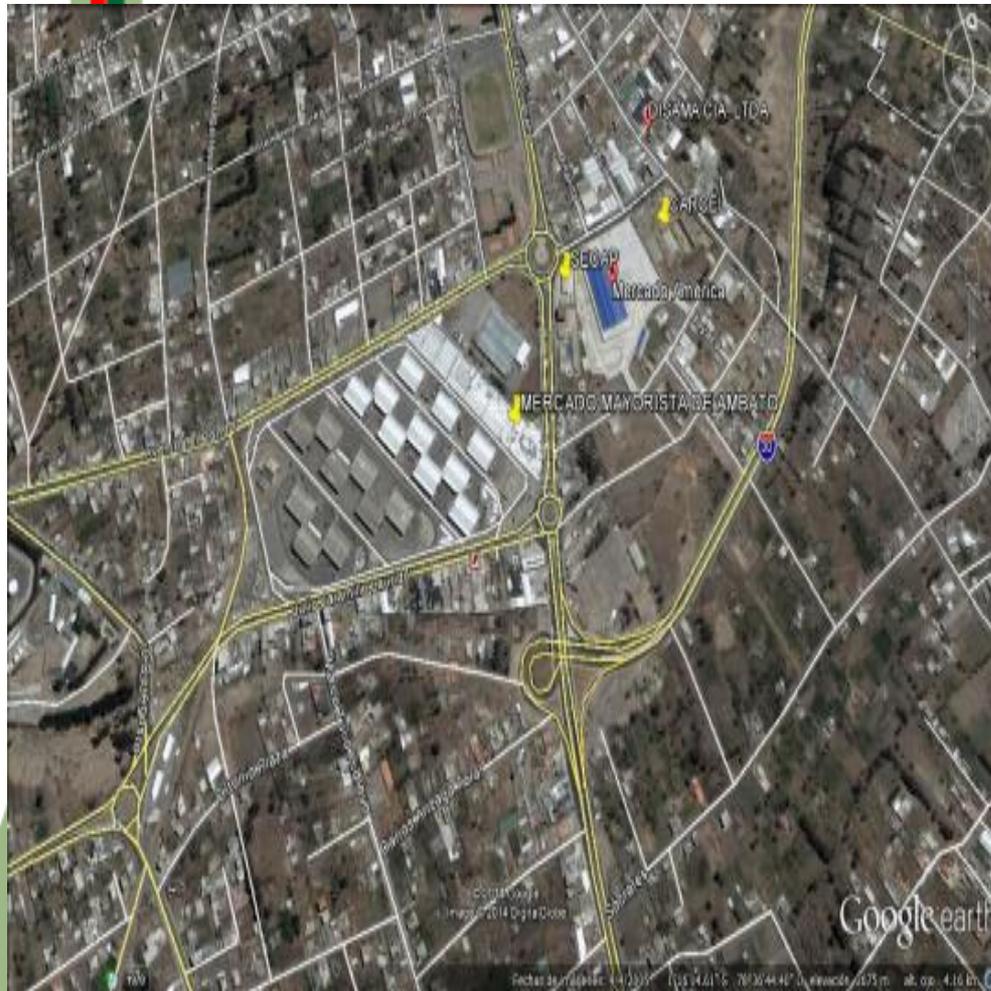


## Filosofía DISAMA CÍA. LDTA.

- Organigrama Estructural



### Productos de DISAMA CÍA. LTDA.



**Ubicación geográfica**

Limpieza	Alimentos	Cuidado Personal	Confitería	Licores
Ambientales	Acelites	Papel Higiénico	Caramelos	Cremas
Cera de pisos	Harinas		Chicles	Whisky
Detergentes, jabones y suavizantes	Granos	Cuidado dental	Chocolate	
	Sardinas	Shampoo	Chupetas	
Baño y Cocina	Atunes		Jabón de tocador	
	Lácteos	Medicina		
Bebidas				
Focos	Café	Toallas higiénicas		
Guantes	Té			
Servilletas y toallas	Cereales			
	Conservas y enlatados			
Productos desechables	Culinarios			
	Fideos y pastas			
Desinfectantes	Repostería y semi-llistos			



### Clientes y usuarios de los productos de DISAMA CÍA. LDTA.

Son tiendas, despensas, minoristas y consumidores finales ha logrado abarcar el mercado del sur oeste de Ambato, así como los sectores aledaños al este del cantón Tungurahua.

### Disponibilidad de Recursos de DISAMA CÍA. LDTA.

- Administración (9 personas)
- Bodega (9 personas)
- Ventas (7 personas)
- Producción (13 personas)
- Propiedad:

Área de producción  
Área comercial  
Área administrativa  
Flota de camiones





## ANÁLISIS SITUACIONAL

DISTRIBUIDORA SALAZAR MAYORGA DISAMA CIA. LTDA.						
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
DEL 1 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013- 2014						
CUENTA	DATOS		ANÁLISIS VERTICAL		ANÁLISIS HORIZONTAL	
	AÑO 2013	AÑO 2014	% AÑO 2013	% AÑO 2014	ABSOLUTO	%
ACTIVO	988.459,08	979.907,81	100,00%	100,00%	8551,27	-0,87%

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES						
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013 - 2014						
ELEMENTOS	AÑO 2013	AÑO 2014	ANÁLISIS VERTICAL		ANÁLISIS HORIZONTAL	
			% AÑO 2013	% AÑO 2014	ABSOLUTO	%
<b>INGRESOS</b>	<b>(2.464.308,27)</b>	<b>(2.348.771,32)</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>-115536,95</b>	<b>-4,69%</b>
INGRESOS OPERACIONALES COMERCIO	(2.450.751,50)	(2.330.770,22)	99,45%	99,23%	-119981,28	-4,90%
INGRESOS OPERACIONALES SERVICIOS	(867,02)	-	0,04%	0,00%	-867,02	-100,00%
OTROS INGRESOS	(12.689,75)	(18.001,10)	0,51%	0,77%	5311,35	41,86%
<b>COSTOS Y GASTOS</b>	<b>2.427.618,38</b>	<b>2.333.074,25</b>	<b>-98,51%</b>	<b>-99,33%</b>	<b>94544,13</b>	<b>-3,89%</b>
COSTOS DE VENTAS	2.056.167,69	1.921.836,95	-83,44%	-81,82%	134330,74	-6,53%
GASTOS DE COMERCIALIZACION	212.126,64	237.067,97	-8,61%	-10,09%	-24941,33	11,76%
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	148.330,95	165.047,77	-6,02%	-7,03%	-16716,82	11,27%
GASTOS FINANCIEROS	10.993,10	9.121,56	-0,45%	-0,39%	1871,54	-17,02%
UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	(36.689,89)	(10.407,16)	1,49%	0,44%	-26282,73	-71,63%
<b>UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO NETA</b>	<b>(21.787,61)</b>	<b>(10.407,16)</b>	<b>0,88%</b>	<b>0,44%</b>	<b>-11380,45</b>	<b>-52,23%</b>

PROVISIONES	(5.255,81)	(5.384,17)	-0,53%	-0,55%	128,36	-2,38%
OBLIGACIONES	(26.261,87)	(15.702,01)	-2,66%	-1,60%	-10559,86	67,25%
PASIVOS LARGO PLAZO	(111.377,28)	(82.738,30)	-11,27%	-8,44%	-28638,98	34,61%
PASIVOS FINANCIEROS OBLIGACIONES EMITIDAS A LARGO PLAZO	(15.131,39)	-	-1,53%	0,00%	-15131,39	0,00%
PROVISIONES	(63.636,89)	(50.129,30)	-6,44%	-5,12%	-13507,59	26,95%
PASIVO DIFERIDO	(32.609,00)	(32.609,00)	-3,30%	-3,33%	0,00	0,00%
<b>PATRIMONIO</b>	<b>(646.862,43)</b>	<b>(637.660,74)</b>	<b>-65,44%</b>	<b>-65,07%</b>	<b>9201,69</b>	<b>-1,44%</b>
CAPITAL SOCIAL	(413.950,00)	(413.950,00)	-41,88%	-42,24%	0,00	0,00%
RESERVAS	(27.652,66)	(29.831,42)	-2,80%	-3,04%	-2178,76	7,30%
RESULTADOS	(205.259,77)	(193.879,32)	-20,77%	-19,79%	11380,45	-5,87%
<b>TOTAL PASIVO + TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>988.459,08</b>	<b>979.907,81</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>-8551,27</b>	<b>-0,87%</b>

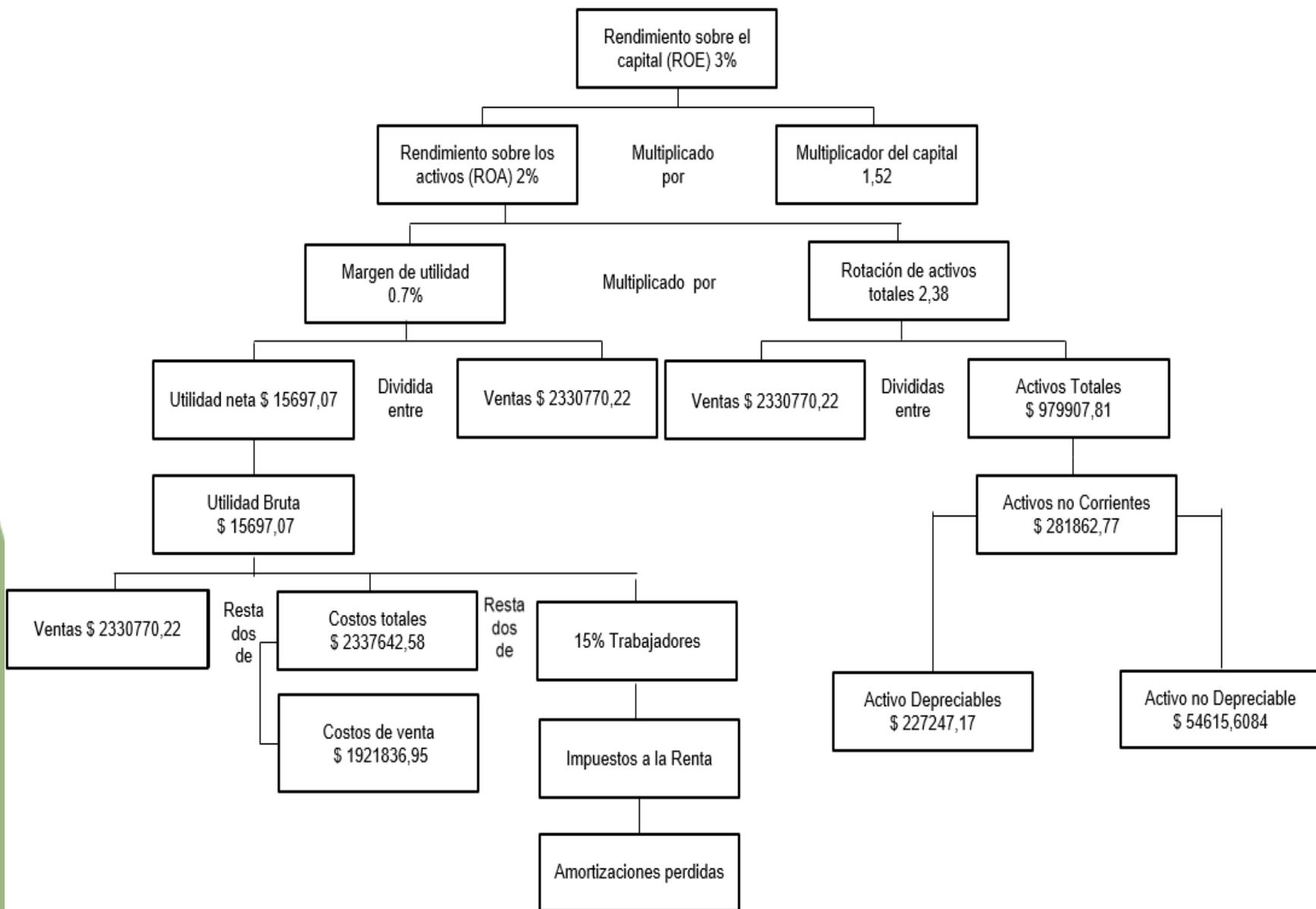


## Análisis Razones Financieras

<b>Razón de Rentabilidad</b>			
Razones	Fórmula	Año 2013	Año 2014
Margen Bruto de Utilidad	$(\text{Ventas Netas} - \text{Costos Ventas}) / \text{Ventas Netas}$	16%	18%
Margen Operacional de Utilidad	$\text{Utilidad Operacional} / \text{Ventas Netas}$	1,50%	0,67%
Margen Neto o margen de utilidad	$\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas Netas}$	0,86%	0,45%
Rendimiento del patrimonio (ROE)	$\text{Utilidad Neta} / \text{Patrimonio}$	3,37%	1,62%
Rentabilidad de la Inversión (ROA)	$\text{Utilidad Neta} / \text{Activo Total}$	2,20%	1,06%
<b>Razón de Actividad</b>			
Rotación de cartera	$\text{Ventas en el periodo} / \text{Cuentas por Cobrar Promedio}$	9	8
Periodo promedio de Cobro	$(\text{Cuentas por Cobrar promedio} * 360) / \text{Ventas a Crédito}$	41	42
Rotación de Inventarios	$\text{Costo de Ventas del periodo} / \text{Inventario promedio de mercaderías}$	9	10
Duración Inventario	$360 / \text{rotación inventario}$	39	36
Rotación de cuentas X pagar	$\text{Compras a Crédito} / \text{Cuentas por Pagar promedio}$	90	0,98
Promedio de Pago	$360 / \text{Rotación de Cuentas por Pagar}$	33	34
<b>Razón de Liquidez</b>			
Razón Corriente	$\text{Activo Corriente} / \text{Pasivo corriente}$	3,04	2,69
Prueba de Ácido	$(\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}) / \text{Pasivo Corriente}$	2,16	1,97
Liquidez Inmediata	$(\text{Efectivo} + \text{Equivalente Efectivo}) / \text{Pasivo a Corto Plazo}$	0,1	0,13
<b>Razón de Endeudamiento</b>			
Nivel de Endeudamiento	$\text{Total de Pasivo} / \text{Total de Activo}$	0,34	0,35
Concentración del Endeudamiento	$\text{Pasivo Corriente} / \text{Pasivo Total con terceros}$	0,67	0,76



# Método DUPONT

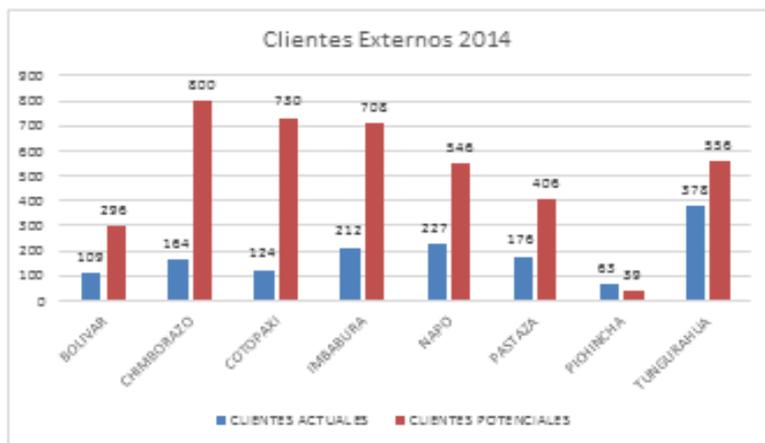




## Análisis de la Demanda

Clientes Externos	Ingresos 2014	Porcentaje Clientes	Clientes Actuales	Clientes Registrados	Clientes Potenciales
Bolivar	51698,9	7,50%	109	405	296
Chimborazo	84075,05	11,29%	164	964	800
Cotopaxi	76443,09	8,53%	124	854	730
Imbabura	926129,1	14,59%	212	920	708
Napo	93544,92	15,62%	227	773	546
Pastaza	58222,4	12,11%	176	582	406
Pichincha	3440,12	4,34%	63	102	39
Tungurahua	1039631,74	26,02%	378	934	556
<b>Total Clientes Externos 2014</b>	<b>2333185,32</b>	<b>100%</b>	<b>1453</b>	<b>5534</b>	<b>4081</b>
<b>Porcentaje de demanda</b>			<b>26,26%</b>	<b>100%</b>	<b>73,74%</b>

Fuente: Archivo DISAMA Cia. Ltda.

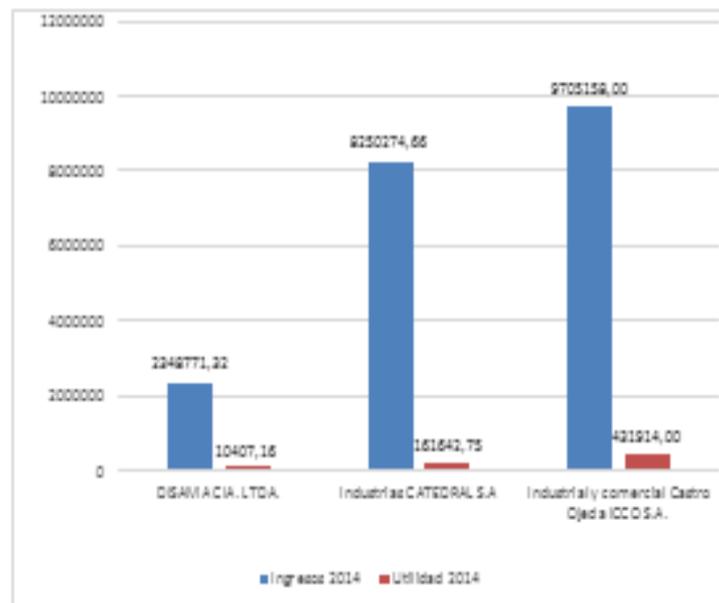


## Análisis de la Oferta

Empresas	Ingresos 2014	Utilidad 2014	Representación de la utilidad ante los Ingresos
DISAMA CIA. LTDA.	2348771,32	10407,16	0,44%
Industrias CATEDRAL S.A.	8250274,66	161642,75	1,96%
Industrial y comercial Castro Ojeda ICCO S.A.	9705158,00	431914,00	4,45%

Fuente: <http://www.industriascatedral.com/index.php/quienes-somos/estados-financieros>

<http://www.ekosnegocios.com/empresas/m/empresasg.as.px?id=1248>





## Análisis FODA

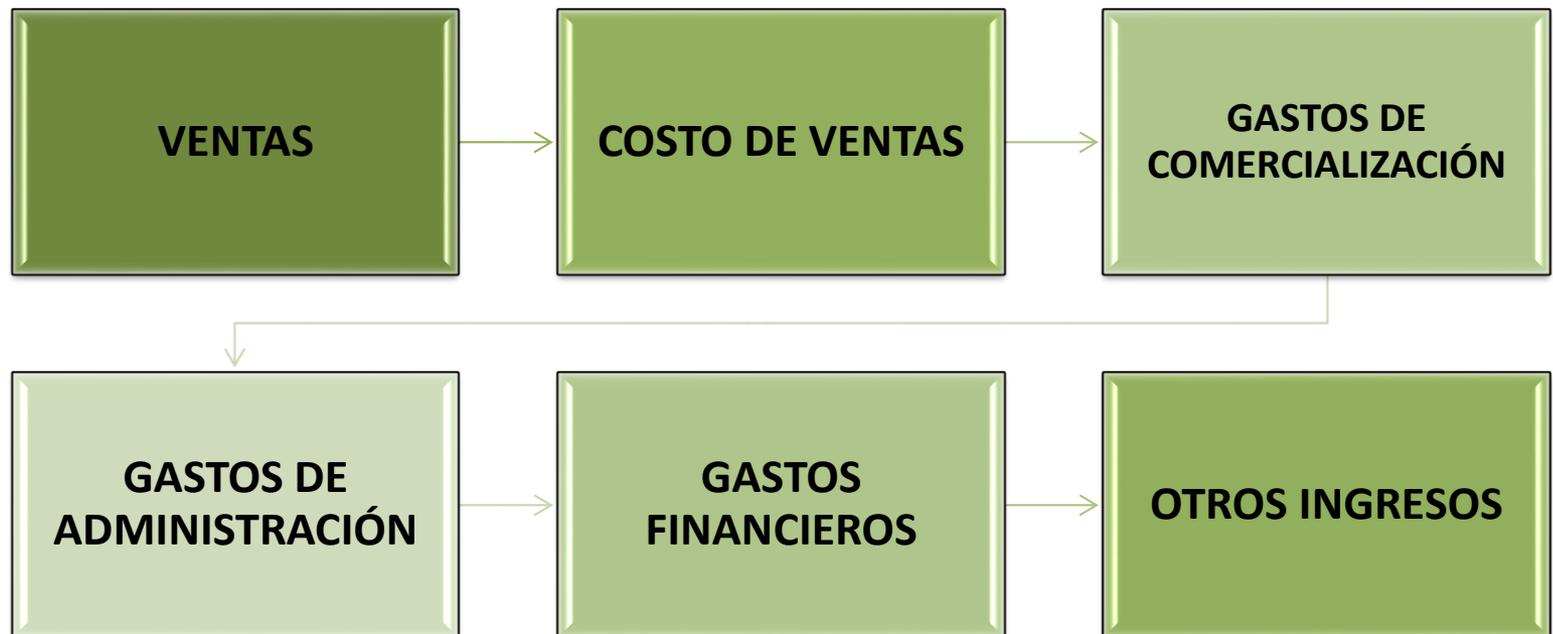


		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		-Puntos de ventas ubicados estratégicamente	-Composición de accionistas desproporcionada
		-Aceptable estrategia de venta en cuanto a los productos con mayor margen comercial	-Utilidades de los últimos tres años pequeñas o nulas. -Tratamiento inadecuado de las cuentas por cobrar y pagar
		-Infraestructura y manuales de funcionamiento adecuados.	-Gastos administrativos y de comercialización elevados -Falta de un estudio de mercado consistente y frecuente
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO	
O1.-Demanda de productos de primera necesidad	F1- F2-O1- Estudio Comercial para incentivar la venta de productos de primera necesidad con un mayor margen comercial, aprovechando los puntos de venta.	D2-O1-O2- Aprovechar mejor la demanda y la frecuencia de compras así como la sobreoferta minorista.	
O2 -Mercado de proveedores y clientes relativamente cercanos.	F1-F3-O2 Negociar compras más frecuentes y de menor volumen y sobre-ofertar el mercado minorista para que la demanda quede satisfecha.	D5-O1-O2- Elaborar un estudio de mercado que permita obtener información del comportamiento de la de clientes y proveedores y demanda de primera necesidad.	
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA	
A1 - Fuerte competencia A2 -Tendencias del Consumo	F1-F2-F3-A1-A2. Aprovechamiento de las fortalezas para enfrentar la competencia y las tendencias de consumo así como las estrategias que se deriven del estudio de mercado.	D1-A1-A2. Proceso de convencimiento con los principales accionistas para que apoyen todas las estrategias propuestas. D2-D3-D4-D5 Elaborar un estudio de mercado que permita obtener información del comportamiento de la competencia y las tendencias del consumo para poder plantear estrategias y hacerles frente.	



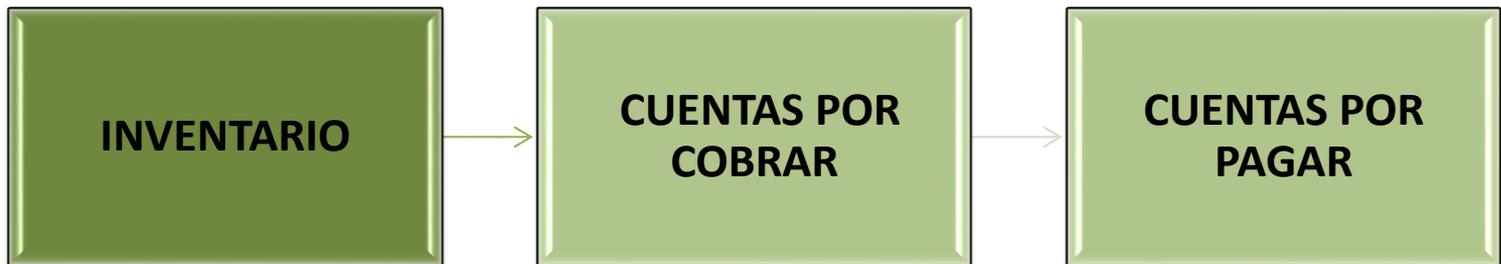


## ELABORACIÓN DE PROYECCIONES FINANCIERAS





## ELABORACIÓN DE PROYECCIONES FINANCIERAS





## DETERMINACIÓN DEL FLUJO DE CAJA LIBRE

**Inversiones  
de Activos  
Fijos**



Esta empresa no tiene planeado efectuar ninguna inversión, como se vio en la evolución histórica de los Activos Fijos y la proyección para los próximos 5 años.

**Capital de  
Trabajo**

Año	Activo Corriente	Pasivo Corriente	Capital De Trabajo	Evolución Del Capital De Trabajo
2014	698045,04	-259508,77	438536,27	70083,79
2015	749066,22	-240446,17	508620,06	15241,24
2016	806064,60	-282203,30	523861,30	13575,09
2017	869284,35	-331847,96	537436,39	11730,25
2018	939481,57	-390314,93	549166,64	8768,19
2019	1017508,65	-459573,83	557934,83	8768,19



## DETERMINACIÓN DEL FLUJO DE CAJA LIBRE

### Flujo de Caja Libre

	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas	2.464.090,28	2.605.036,24	2.754.044,31	2.911.575,65	3.078.117,78
(-) Costo de Ventas	-2.056.147,80	-2.173.759,46	-2.298.098,50	-2.429.549,73	-2.568.519,98
<b>(=) Margen Operativo Bruto</b>	<b>407.942,47</b>	<b>431.276,78</b>	<b>455.945,81</b>	<b>482.025,91</b>	<b>509.597,80</b>
(-) Gastos de Comercialización	-240.156,15	-246.391,35	-254.760,56	-263.751,68	-271.646,47
(-) Gasto de Administración	-157.594,74	-160.692,88	-165.968,78	-171.109,99	-175.066,23
(-) Gasto Financieros	-2.326,34	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Otros Ingresos	18.677,94	19.380,23	20.108,93	20.865,02	21.649,55
<b>(=) Beneficio Antes de Impuestos e Intereses</b>	<b>26.543,18</b>	<b>43.572,78</b>	<b>55.325,39</b>	<b>68.029,26</b>	<b>84.534,65</b>
(-) Impuestos	-4.963,57	-8.148,11	-10.345,85	-12.721,47	-15.807,98
(-) Intereses	-2.326,34	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) Beneficio Después de Impuestos e Intereses</b>	<b>19.253,27</b>	<b>35.424,67</b>	<b>44.979,55</b>	<b>55.307,79</b>	<b>68.726,67</b>
(+) Gasto Depreciación	15.619,50	12.272,78	11.105,85	9.754,49	5.410,47
<b>(=) Flujo de Caja Bruto</b>	<b>34.872,76</b>	<b>47.697,45</b>	<b>56.085,39</b>	<b>65.062,28</b>	<b>74.137,14</b>
(-) Inversión del Fondo de Maniobra	15.241,24	13.575,09	11.730,25	8.768,19	0,00
<b>(=) FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	<b>19.631,52</b>	<b>34.122,36</b>	<b>44.355,14</b>	<b>56.294,09</b>	<b>74.137,14</b>



## TASAS DE DESCUENTO

### WACC (Promedio Ponderado del Costo de Capital)

<b>Ke</b>	Tasa de costo de oportunidad de los accionistas.	17,54%	
<b>CAA</b>	Capital de los accionistas	1.238.958,30	95,99%
<b>D</b>	Deuda financiera contraída	51.793,50	4,01%
<b>Kd</b>	Costo de la deuda financiera	8,19%	
<b>T</b>	Tasa de impuestos (22% Imp a la Renta + 15% Participación Trabajadores)	37%	

$$WACC = Ke \frac{CAA}{CAA + D} Kd(1 - T) + \left[ \frac{D}{CAA + D} \right]$$

$$WACC = 0,1704624181$$



## TASAS DE DESCUENTO

### Valor Residual

$$Vr = \frac{R * (1 + g)}{WACC - g} * (1 + WACC)^{-n}$$

$$Vr = 74.137,14 * (1 + 3,76\%) / ((0,1704624181 - 3,76\%) * ((1 + 0,1704624181)^{-5}))$$

$$Vr = 1.271.894,22$$



## VALOR DE DISAMA CÍA. LTDA.

### VALOR PRESENTE DE LOS FLUJOS DE CAJA

	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Ingresos Operacionales Comercio</b>	2.464.090,28	2.605.036,24	2.754.044,31	2.911.575,65	3.078.117,78
<b>(-) Costo de Ventas</b>	-2.056.147,80	-2.173.759,46	-2.298.098,50	-2.429.549,73	-2.568.519,98
<b>(=) Margen Operativo Bruto</b>	407.942,47	431.276,78	455.945,81	482.025,91	509.597,80
<b>(-) Gastos de Comercialización</b>	-240.156,15	-246.391,35	-254.760,56	-263.751,68	-271.646,47
<b>(-) Gasto de Administración</b>	-157.594,74	-160.692,88	-165.968,78	-171.109,99	-175.066,23
<b>(-) Gasto Financieros</b>	-2.326,34	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(+) Otros Ingresos</b>	18.677,94	19.380,23	20.108,93	20.865,02	21.649,55
<b>(=) Beneficio Antes de Impuestos e Intereses</b>	26.543,18	43.572,78	55.325,39	68.029,26	84.534,65
<b>(-) Impuestos</b>	-4.963,57	-8.148,11	-10.345,85	-12.721,47	-15.807,98
<b>(-) Intereses</b>	-2.326,34	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) Beneficio Después de Impuestos e Intereses</b>	19.253,27	35.424,67	44.979,55	55.307,79	68.726,67
<b>(+) Gasto Depreciación</b>	15.619,50	12.272,78	11.105,85	9.754,49	5.410,47
<b>(=) Flujo de Caja Bruto</b>	34.872,76	47.697,45	56.085,39	65.062,28	74.137,14
<b>(-) Inversión del Capital de trabajo</b>	15.241,24	13.575,09	11.730,25	8.768,19	0,00
<b>(=) FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	19.631,52	34.122,36	44.355,14	56.294,09	74.137,14
<b>(=) FCL + VR</b>	-281.862,77	19.631,52	44.355,14	56.294,09	1.502.456,63
<b>(=) FLUJO DE CAJA DESCONTADO</b>	12.293,31	13.380,39	10.891,53	8.656,10	144.669,34
				<b>VALOR ACTUAL</b>	<b>1.500.434,47</b>
				<b>INVERSIÓN</b>	<b>281.862,77</b>
				<b>VAN</b>	<b>\$ 1.218.571,70</b>
				<b>TIR</b>	<b>43%</b>



# ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

## ESCENARIO BASE

VALOR ACTUAL	\$ 1.500.434,47
INVERSIÓN	281.862,77
VAN	\$ 1.218.571,70
TIR	43%

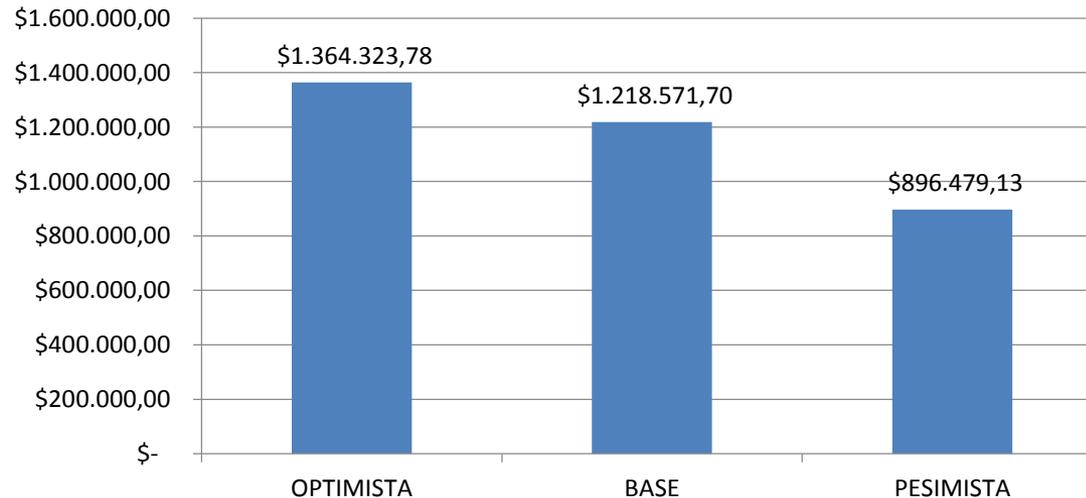
## ESCENARIO OPTIMISTA

VALOR ACTUAL	\$ 1.646.186,55
INVERSIÓN	281.862,77
VAN	\$ 1.364.323,78
TIR	49%

## ESCENARIO PESIMISTA

VALOR ACTUAL	\$ 1.178.341,90
INVERSIÓN	281.862,77
VAN	\$ 896.479,13
TIR	30%

## VALOR PRESENTE





## PONDERACIÓN DEL VALOR DE DISAMA CÍA. LDTA.

ESCENARIOS	VALOR PRESENTE	PROBABILIDAD	VALOR PONDERADO
OPTIMISTA	1364323,78	0,15	204648,57
BASE	1218571,70	0,50	609285,85
PESIMISTA	896479,13	0,35	313767,70
PONDERACIÓN DE LA EMPRESA USD			<b>375900,70</b>

El valor ponderado de la distribuidora es inferior al valor base, por lo que deben plantearse estrategias financieras apropiadas que incidan a corto, mediano y largo plazo en el valor intrínseco de la empresa, para así lograr el crecimiento de la misma.





## PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS

OBJETIVO		ESTRATEGIAS FINANCIERAS
<b>Rentabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Incrementar las ventas de la empresa en un 10.53% según la tasa de crecimiento del sector al que pertenece Disama Cía. Ltda.</li><li>Realizar un estudio de mercado que permita ver el comportamiento de la competencia y las tendencias del consumo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Incrementar las ventas de la empresa en un 10.53% ampliando su nicho de mercado expandiéndose a las provincias que aún no son comercializadas.</li><li>Reducir los costos fabricación de la empresa en un 10%.</li></ul>
<b>Actividad Financiera</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Implementar políticas de crédito para disminuir las cuentas incobrables de varios años atrás de Disama Cía. Ltda.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Mantener un control mensual a las cuentas por cobrar de la empresa.</li><li>Disminuir el plazo promedio de cobro de 42 a 30 días.</li></ul>
<b>Liquidez</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Disminuir los gastos administrativos y de comercialización en un 10%.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Realizar presupuestos mensuales y anuales con los gastos necesarios tanto para la producción como para la comercialización de los productos con el fin de reducir en un 10%.</li></ul>
<b>Endeudamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Establecer políticas de pago para disminuir las deudas a los proveedores de Disama Cía. Ltda.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Mantener un control sobre las cuentas por pagar de la empresa incrementando las cuotas de pago mensuales a los proveedores para disminuir las cuentas anteriores.</li></ul>



ESTRATEGIAS FINANCIERAS	ACCIÓN	MEDIO DE VERIFICACIÓN	TIEMPO PROGRAMADO	PRESUPUESTO	RESPONSABLE
<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementar las ventas de la empresa en un 10.53% ampliando su nicho de mercado expandiéndose a las provincias que aún no son comercializadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar la información de la demanda actual de la empresa ampliar las ventas y los nichos de mercado.</li> </ul>	Listado de la demanda.	2015 - 2019	\$ 0,00 porque va dentro del sueldo que percibe la encargada.	Contadora
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participar de ferias donde puedan exponer los productos.</li> </ul>	Informe de la participación de las ferias.	2015 - 2019	\$200 por evento	Contadora Vendedores
<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducir los costos fabricación de la empresa en un 10%.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Autoevaluarse anualmente para conocer cómo está la empresa en el mercado realizando un análisis vertical-horizontal, las razones financieras y el método Du-Pont anualmente.</li> </ul>	Estados Financieros de los ejercicios fiscales.	2015 - 2019	\$ 0,00 porque va dentro del sueldo que percibe la encargada.	Contadora
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emitir un informe a gerencia de los resultados para determinar la posición de la empresa en el mercado.</li> </ul>	Informe de los resultados.			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantener un control mensual a las cuentas por cobrar de la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicar las 6´Cs de crédito para mantener un control cuidadoso de los clientes a los que se otorga el crédito.</li> </ul>	Cuadro de análisis de los clientes.	2015 - 2019	\$ 0,00 porque va dentro del sueldo que percibe la encargada	Personal de la Cartera de Crédito
<ul style="list-style-type: none"> <li>Disminuir el plazo promedio de cobro de 42 a 30 días.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer un plazo promedio de cobro mensual para los clientes e informarles del tiempo que tiene para cubrir las deudas.</li> </ul>	Informe del plazo promedio de cobro para los clientes.	2015 - 2019	Consumo telefónico \$100,00 mensuales aparte del consumo normal de la empresa y los gastos de movilización del encargado \$ 10 mensuales.	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar un control continuo a los clientes llamándoles para recordarles el valor de la deuda o visitándoles en su domicilio hasta lograr reducir el plazo promedio de cobro.</li> </ul>	Informe de las visitas o llamadas a los clientes.			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar presupuestos mensuales y anuales con los gastos necesarios tanto para la producción como para la comercialización de los productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaborar un listado de los gastos administrativos y de comercialización que sean necesarios para la producción y la venta, con ello generar una matriz donde especifiquen los gastos que se deben realizar y cuales se deben mitigar para crear un cuadro de base para los próximos años.</li> </ul>	Listado de gastos de administración y comercialización.	2015 - 2019	\$ 0,00 porque va dentro del sueldo que percibe la encargada	Tesorería
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantener un control sobre las cuentas por pagar de la empresa incrementando las cuotas de pago mensuales a los proveedores para disminuir las cuentas anteriores.</li> </ul>		Matriz de gastos			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantener un control sobre las cuentas por pagar de la empresa incrementando las cuotas de pago mensuales a los proveedores para disminuir las cuentas anteriores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementar las cuotas de pago mensuales a los proveedores para disminuir las cuentas estableciendo un plazo promedio de pago.</li> </ul>	Informe de los pagos mensuales a los proveedores.	2015 - 2019	\$ 0,00 porque va dentro del sueldo que percibe la encargada



## CONCLUSIONES

En el análisis situacional y diagnóstico de la empresa se determina que mantienen una filosofía de empresa que no está bien estructurada y que tampoco se la practica, los clientes externos están distribuidos por rutas las cuales son designadas por día a cada uno de los vendedores, los clientes internos son los trabajadores de la empresa los cuales tienen acceso a la compra de la mercadería y se les descuenta al rol de pagos, la competencia son las grandes cadenas que están distribuyendo directamente en el mercado y por ende ofrecen un precio más bajo.

Los resultados de las variaciones más relevantes entre el 2013 y el 2014 fue una disminución del activo en 0.87%. La empresa se demora 41 día en recuperar la cartera demostrando una morosidad tomando en cuenta que el crédito que otorga la entidad a sus clientes es de máximo 30 días, por otro lado la empresa cubre sus deudas con terceros en 33 días.

Para la valoración respectiva se utilizó el método de flujo de caja libres. Es decir que se tomó el valor de los flujos de caja que represente menos una tasa de descuento del costo que represente el dinero, para la realización de este método se tomara como referente el flujo de efectivo que generen los activos en conjunto proyectados a 5 años.



## CONCLUSIONES

Para la proyección del balance y el estado de resultado se fue analizando cuenta por cuenta relacionando los índices que implican su incremento para los años proyectados, demostrando la relevancia e influencia de la cuenta ingresos operacionales comercio para los dos estados financieros, además del reavalúo de activos fijos realizados a DISAMA CIA. LTDA por parte del Ing. Rafael Sevilla .

Utilizando el método (descuentos de flujos de caja libre) está valorada en \$1.218.571,70 dólares americanos, presentando una probabilidad de crecimiento en el futuro debido a las oportunidades que le ofrece el entorno al tener una gran variedad de productos de consumo masivo, los cuales han demostrado mediante todo el análisis que tiene un crecimiento paulatino en ventas, además se aplicó estrategias financieras para el valor de la empresa en donde el escenario optimista asciende a \$1.364.328,78, mientras que en un escenario pesimista el valor disminuye a \$896.479,13, 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 \$375.900,70.

Partiendo del análisis a los estados financieros de los años 2012-2013-2014 mediante un análisis vertical, un análisis horizontal, la aplicación de las razones financieras y la ejecución de la Matriz FODA se determinó las estrategias financieras para el mejoramiento de la rentabilidad, actividad financiera, liquidez y endeudamiento. Podemos concluir que la Distribuidora Salazar Mayorga DISAMA Cía. Ltda. se encuentra en una etapa de supervivencia con una rentabilidad de 1,06%, con liquidez de 0,13 centavos por cada dólar para cubrir las deudas a corto plazo



## RECOMENDACIONES

Utilizar la ubicación estratégica que mantiene la empresa para realizar un estudio de mercado permitiendo conocer las necesidades de los clientes tanto internos como externos, la demanda potencial del sector al cual se enfoca y así poder combatir con la competencia, dando un mejor enfoque en cuanto a publicidad con el propósito de que las personas prefieran nuestra propuesta.

Se recomienda que se realice una difusión a todos los trabajadores acerca de la filosofía de la empresa y las políticas internas que describan las funciones y responsabilidades de cada integrante de la misma y por ende de cada departamento, para así poder realizar una evaluación de constante de su desempeño y el cumplimiento de las metas trazadas.

Efectuar de manera constante un análisis financiero de la empresa y situacional de la empresa con el fin de conocer por qué esta en esa posición destacando sus debilidades y fortalezas para combatirlas y obtener una mejor rentabilidad.



## RECOMENDACIONES

Manejar un presupuesto de gastos necesarios por parte de la empresa y monitorearlo para evitar adquirir bienes o servicios que no se utilizarán en el funcionamiento de DISAMA CIA. LTDA. para así no afectar de manera drástica al estado de resultados.

Hacer uso del modelo de valoración como una herramienta de administración con la finalidad de planificar, organizar, dirigir, evaluar y retroalimentar la toma de decisiones para futuros proyectos y como tal el crecimiento de DISAMA CIA. LTDA.

- DISAMA CIA. LTDA. Deberá aplicar las estrategias financieras planteadas en el capítulo V con el fin de mejorar el desempeño de la misma.

Aplicar las estrategias financieras propuestas para el mejoramiento de la rentabilidad, actividad financiera, liquidez y endeudamiento, las mismas que deben ser discutidas y compartidas con los accionistas, ejecutivos y empleados de la empresa para que todos estén informados de las metas planteadas para poder mejorar de desempeño en el mercado.



Nuestra recompensa  
se encuentra en el esfuerzo  
y no en el resultado.

Un esfuerzo total  
es una victoria completa.

*Mahatma Gandhi*

