



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

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN FINANZAS Y AUDITORÍA**

TEMA:

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

AUTORAS:

MELISSA LISBETH CAMPAÑA CONSTANTE

SHARON LUATHANI VELASTEGUI RUBIO

DIRECTOR: ECO. FRANCISCO CAICEDO

CODIRECTOR: ING. ELISABETH JIMÉNEZ

LATACUNGA

2015



CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

CERTIFICADO

Econ. Francisco Caicedo (DIRECTOR)

Ing. Elisabeth Jiménez (CODIRECTORA)

CERTIFICAN:

Que el trabajo titulado: **“VALORACIÓN A LA EMPRESA DISAMA CÍA. LTDA. Y PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS”**, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple con normas y estatutos establecidos, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

Debido a que constituye un trabajo de excelente contenido científico que coadyuvará a la aplicación de conocimientos y al desarrollo profesional, 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 MELISSA LISBETH CAMPAÑA CONSTANTE y a SHARON LUATHANI VELASTEGUI RUBIO que lo entreguen al Ing. Julio Tapia, en su calidad de Director de la Carrera.

Latacunga, Mayo del 2015

Econ. Francisco Caicedo
(DIRECTOR)

Ing. Elisabeth Jiménez
(CODIRECTORA)



CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo: Melissa Lisbeth Campaña Constante

Yo: Sharon Luathani Velasteguí Rubio

DECLARAMOS QUE:

El proyecto de grado **“VALORACIÓN A LA EMPRESA DISAMA CÍA. LTDA. Y PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS”**, ha sido desarrollado con base a una investigación científica, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de nuestra autoría.

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

Latacunga, Mayo del 2015

Melissa Lisbeth Campaña Constante

C.C.:050338185-7

Sharon Luathani Velasteguí Rubio

C.C.:180303822-1



CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

AUTORIZACIÓN

Yo: Melissa Lisbeth Campaña Constante

Yo: Sharon Luathani Velasteguí Rubio

Autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE para que publique en la biblioteca virtual de la institución el trabajo denominado **“VALORACIÓN A LA EMPRESA DISAMA CÍA. LTDA. Y PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS”**, en el que se encuentra contenido, ideas y criterios que hemos desarrollado bajo nuestra exclusiva autoría.

Latacunga, Mayo del 2015

Melissa Lisbeth Campaña Constante

C.C.:050338185-7

Sharon Luathani Velasteguí Rubio

C.C.:180303822-1

DEDICATORIA

A mis papitos Marco y Bella que me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia y todo lo que hicieron en mi vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme, por sus consejos, comprensión, amor y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba.

A mis hermanitos Andrés y Karelys por sus preocupaciones, por estar siempre presentes acompañándome para poder cumplir mis sueños.

A mi esposito Javier por su paciencia, su comprensión, su amor, su compañía, por darme la fortaleza y porque siempre sacrifico su tiempo para que yo pudiera cumplir mis sueños, gracias por estar siempre a mi lado incluso en los momentos más turbulentos.

A mis abuelitos, tíos y primos que confiaron en mí y siempre estuvieron listos para brindarme toda su ayuda.

Melissa Campaña

DEDICATORIA

Quiero dedicar el presente proyecto principalmente a Dios por ser siempre mi fortaleza, mi compañía y mi guía de vida.

A mis madres Sandrita y Teresita quienes han sido mi pilar, las personas incondicionales que han forjado mi vida tanto personal como académica, demostrándome que la vida es una lucha constante, donde debemos ser valientes para poder continuar.

A toda mi familia quienes me han llenado de frases de aliento para que nunca decaiga y además han depositado en mí toda su confianza para que yo siempre salga adelante y sea un ejemplo a seguir, en especial a mi tía Mirian quien ha sido mi apoyo durante toda mi trayectoria de vida y es mi ejemplo a seguir.

A mis amigos quienes han estado pendientes de mis logros y que con su aprecio y cariño alegran mis días.

Luathani Velasteguí

AGRADECIMIENTO

Primeramente gracias a Diosito y la Virgencita por sus bendiciones y por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar los obstáculos y dificultades a lo largo de mi vida.

A mis papitos gracias por ser mis padres y por confiar siempre en mí, por sus enseñanzas y la motivación constante para el logro de este proyecto.

Al amor de mi vida por todos los sueños que hemos cumplido juntos y la felicidad que me da todos los días de mi vida. Lo amo mi amorcito.

A mis amigas Lua y Eri con quienes he compartido gratos momentos en mi vida estudiantil, gracias por su sincera amistad, por su apoyo y ayuda brindada en todo el transcurso de nuestra carrera universitaria y así culminar juntas este logro tan importante.

Al Eco. Francisco Caicedo y la Ing. Elisabeth Jiménez por transmitirnos sus sabios conocimientos y por la paciencia brindada para el éxito de este proyecto.

Un especial agradecimiento a DISAMA CIA. LTDA. por la apertura para poder ejecutar este proyecto.

Con todo mi cariño para todas las personas que forman parte de mi vida y gracias a su aliento he logrado cumplir este sueño tan importante se volviera realidad.

Mi eterna gratitud a todos ustedes.

Melissa Campaña

AGRADECIMIENTO

“Para empezar un gran proyecto, hace falta valentía y para terminarlo, hace falta perseverancia”

Gracias infinitas a mi Dios y mi virgen Santísima de Agua Santa quienes han derramado sus bendiciones sobre mí y me han brindado sabiduría para que cumpla un logro más de mi vida.

A mis madres Sandrita y Teresita por su comprensión, amor y apoyo constante, mi gratitud ante ustedes por ser la razón de lucha diaria en mi vida, por cuidar de mí y brindarme cariño sincero.

A Andrés Beltrán, por ser la persona que comparte otra etapa de mi vida que me brinda su amor a diario y que con sus palabras de aliento me impulsan a alcanzar mis metas trazadas.

A Melissa Campaña, mi amiga, compañera y hermana, la persona con quien desarrolle el presente proyecto, su apoyo incondicional en cada etapa fue muy importante para que hoy alcancemos esta meta.

A mis mejores amigas Erika, Tatiana y Macarena quienes han compartido junto a mí esos momentos buenos y malos sin dejar que decaiga por lo que tengo la seguridad de seguir contando con su amistad y agradezco también a todas las personas allegadas a mí, que a pesar de no estar su nombre escrito, gracias a ellos he podido llegar a cumplir este logro.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE-L, mis maestros quienes han hecho de mí una buena profesional, en especial a mi director y codirectora del presente proyecto, Econ. Francisco Caicedo e Ing. Elisabeth Jiménez.

Un sincero agradecimiento a DISAMA CIA. LTDA. Por facilitarnos la información para que esta investigación se haya desarrollado de la mejor manera.

Luathani Velasteguí

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA	i
CERTIFICADO	iii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	ivv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO	ix
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
CAPÍTULO I	
INTRODUCCIÓN	1
1.1. Tema del proyecto	1
1.2. Alcance de tiempo.....	1
1.3. Objetivos del estudio.....	1
1.3.1. Objetivo general	1
1.3.2. Objetivos específicos	1
1.4. Importancia y justificación	2
1.5. Hipótesis	13
1.5. Variables	13
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	14
2.1 Valoración de Empresas	14
2.1.1. Definición	14
2.1.2. Aplicación de la valoración de empresas	15
2.1.3. Situaciones de las empresas ante una valoración	18
2.1.4. Métodos de valoración de empresas	20
2.2. Planificación Estratégica Financiera	29
2.2.1. Definición e Importancia.....	29
2.2.2. Elementos de la Planeación Financiera	31
2.2.3. Análisis Situacional de la Empresa	34
2.2.4. Estrategias	53
CAPÍTULO III	
ANÁLISIS SITUACIONAL Y DIAGNÓSTICO ADMINISTRATIVO, OPERATIVO Y FINANCIERO DE LA EMPRESA DISAMA CÍA. LTDA.	59
3.1. Aspectos Generales de la empresa	59
3.1.1. Antecedentes sobre su creación y evolución	59
3.1.2. Ubicación geográfica y disponibilidad de servicios básicos	61

3.1.3. Filosofía de la empresa	62
a. Misión:	63
b. Visión:.....	63
c. Principios y Valores:	63
d. Objetivos:	65
e. Organigrama Estructural	66
3.1.4. Productos que produce y distribuye DISAMA CÍA. LTDA.	71
3.1.5. Clientes y usuarios de los productos y servicios	72
3.1.6. Disponibilidad de recursos (humanos, equipamiento, infraestructura)	73
3.2. Análisis Situacional	74
3.2.1. Análisis externo.....	74
3.2.2. Análisis interno.....	92
3.3. Análisis de los Estados Financieros 2013-2014.....	104
3.3.1. Balance general	104
3.4. Análisis Razones Financieras	113
3.4.1. Razón de rentabilidad	113
3.4.2. Razón de Actividad	117
3.4.3. Razón de liquidez.....	121
3.4.4. Razón de Endeudamiento.....	123
3.5. Método DUPONT	125
3.6. Diagnóstico de la empresa.....	128
3.6.1. Estudio de mercado.	128
3.7. Análisis FODA.....	137
3.7.1. Matrices	137
3.7.2. Síntesis Estratégica	144
CAPÍTULO IV	
VALORACIÓN DE LA EMPRESA	147
4.1. Método de Valoración (Descuento de Flujos de Caja Libres)	147
4.1.1. Elaboración de Proyecciones Financieras	147
a. Ventas	147
b. Costo de Ventas.....	150
c. Gastos de Comercialización.....	152
d. Gastos de Administración.....	155
e. Gastos Financieros	165
f. Otros Ingresos.....	167
g. Estado de resultados proyectado	169
h. Inventario.....	173
i. Cuentas por Cobrar	175

j. Cuentas por Pagar	177
k. Balance proyectado.....	180
l. Inversiones de Activos Fijos	184
m. Capital de Trabajo	184
n. Flujo de Caja Libre	185
o. Tasas de Descuento	186
p. Cálculo de la tasa de costos de oportunidad de los accionistas.	187
q. Valor Residual	191
r. Escenario Optimista	193
s. Escenario Pesimista	195
CAPÍTULO V	
PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS	199
a. Objetivos sobre la Rentabilidad.....	199
b. Objetivos sobre la Actividad Financiera.....	199
c. Objetivos sobre la Liquidez	200
d. Objetivos sobre el Endeudamiento.....	200
e. Estrategias Financieras	200
f. Plan Táctico de las Estrategias Financieras.....	201
5.1. Estrategias de Rentabilidad	204
5.2. Estrategias de Actividad Financiera.....	206
5.2.1. Rotación de Inventarios	207
5.2.2. Rotación de Cuentas Por Cobrar	207
5.2.3. Rotación de Cuentas Por Pagar	211
5.3 Razón de Liquidez	212
5.4. Razón de Endeudamiento.....	212
CAPÍTULO VI	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	213
6.1. CONCLUSIONES	213
6.2. RECOMENDACIONES	216
BIBLIOGRAFÍA	217
LINKOGRAFÍA.....	217
ANEXO	217
ANEXO 1: ESTADOS FINANCIEROS DE DISAMA CIA LTDA 2012,2013,2014	
ANEXO 2: LISTA DE LOS CLIENTES EXTERNOS DE DISAMA CIA. LTDA	
ANEXO 3: LISTA DE PROVEEDORES ACTUALES DE DISAMA CIA. LTDA.	
ANEXO 4: LISTA DE ACTIVOS FIJOS DE DISAMA CIA. LTDA.	
ANEXO 5: AVALUO PERSONAL A LA EMPRESA DISAMA CIA. LTDA.	
ANEXO 6: INFORMACION ECONOMICA WHOLE FOODS MARKET, INC	
ANEXO 7: INFORMACION ECONOMICA SPROUTS FARMES MARKET, INC	
ANEXO 8: RIESGO PAIS DE ESTADOS UNIDOS Y ECUADOR	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. 1	Principales métodos de valoración	2
Tabla 1. 2	Resultados 2010 posición 3768 rankings de empresas	4
Tabla 1. 3	Comparación año 2012-2013	5
Tabla 2. 1	Elementos del microambiente	41
Tabla 2. 2	Formas de segmentación	58
Tabla 3. 1	Accionistas de DISAMA CÍA. LTDA.....	60
Tabla 3. 2	Segmento de productos de DISAMA CÍA. LTDA.....	71
Tabla 3. 3	Canasta Familiar Anual (USD)	75
Tabla 3. 4	PIB del Ecuador 2010-2013 (Miles de Dólares).....	77
Tabla 3. 5	Tasa de variación del PIB	77
Tabla 3. 6	Riesgo País.....	78
Tabla 3. 7	Ranking del Ecuador por percentil.....	80
Tabla 3. 8	Principales clientes externos del año 2014.....	82
Tabla 3. 9	Competencia de DISAMA CIA. LTDA.....	84
Tabla 3. 10	Resultados 2013-2014	94
Tabla 3. 11	Grupo de trabajadores	95
Tabla 3. 12	Escala de Calificación de la Encuesta	96
Tabla 3. 13	Encuesta al representante del área administrativa	97
Tabla 3. 14	Encuesta al representante del área de bodega	98
Tabla 3. 15	Encuesta al representante del área de ventas.....	99
Tabla 3. 16	Encuesta al representante del área producción.....	101
Tabla 3. 17	Análisis horizontal y vertical 2013-2014 estado de situación	105
Tabla 3. 18	Análisis vertical y horizontal 2013-2014 estado de resultados.....	111
Tabla 3. 19	Clientes Externos	130
Tabla 3. 20	Clientes Internos DISAMA CÍA. LTDA.....	131
Tabla 3. 21	Comportamiento histórico de la variación de la demanda en dólares	132
Tabla 3. 22	Comportamiento histórico de la variación de la demanda en clientes.....	133
Tabla 3. 23	Comparación de DISAMA CIA LTDA. con otras empresas de Ambato.....	134
Tabla 3. 24	Matriz de Evaluación de Factores Externos, Oportunidades – Amenazas	138
Tabla 3. 25	Matriz de evaluación de factores internos, Fortalezas – Debilidades	140
Tabla 3. 26	Matriz de impacto	142
Tabla 4. 1	Datos históricos de las ventas	148
Tabla 4. 2	Proyecciones de las Ventas	149
Tabla 4. 3	Datos históricos de los costos de ventas.....	150
Tabla 4. 4	Cálculo del porcentaje para la proyección del costo de ventas....	151
Tabla 4. 5	Proyecciones del costo de ventas	151
Tabla 4. 6	Datos Históricos de los Gastos de Comercialización.....	152
Tabla 4. 7	Proyecciones del gasto de comercialización	153
Tabla 4. 8	Datos Históricos de los Gastos de Administración	155
Tabla 4. 9	Datos Históricos de los Gastos de administración.....	156
Tabla 4. 10	Resumen del avalúo de los activos fijos de DISAMA CIA. LTDA.	158
Tabla 4. 11	Políticas de Depreciación de DISAMA CIA. LTDA.....	159
Tabla 4. 12	Proyecciones de las depreciaciones de Edificios	160
Tabla 4. 13	Proyecciones de las depreciaciones de Maquinaria y Equipo	161
Tabla 4. 14	Proyecciones de las depreciaciones de Herramientas	162

Tabla 4. 15	Proyecciones de las depreciaciones de Equipos de oficina.....	162
Tabla 4. 16	Proyecciones de las depreciaciones de Muebles y Enseres.....	163
Tabla 4. 17	Proyecciones de las depreciaciones de Equipo de Computo	164
Tabla 4. 18	Proyecciones de las depreciaciones de Vehículos	164
Tabla 4. 19	Datos Históricos de los Gastos Financieros	165
Tabla 4. 20	Amortización del préstamo para un año en el Banco Internacional	166
Tabla 4. 21	Proyecciones de los Gastos Financieros.....	166
Tabla 4. 22	Datos Históricos de los Gastos Financieros	167
Tabla 4. 23	Proyecciones de Otros Ingresos	168
Tabla 4. 24	Proyección del estado de Resultados	169
Tabla 4. 25	Datos Históricos de los Inventarios	173
Tabla 4. 26	Cálculo del porcentaje de proyección la provisión de inventarios .	174
Tabla 4. 27	Proyecciones de Inventarios	174
Tabla 4. 28	Datos Históricos de las Cuentas por Cobrar.....	175
Tabla 4. 29	Cálculo del porcentaje de proyección de clientes por ventas y la provisión de cuentas incobrables	176
Tabla 4. 30	Proyecciones de las Cuentas por Cobrar	177
Tabla 4. 31	Datos Históricos de las Cuentas por Pagar	178
Tabla 4. 32	Cálculo del porcentaje de proyección de Cuentas y Documentos por pagar.....	178
Tabla 4. 33	Proyecciones de las Cuentas y documentos por pagar	179
Tabla 4. 34	Proyección del Balance.....	180
Tabla 4. 35	Evolución de Capital de trabajo.....	184
Tabla 4. 36	Flujos de caja libre hasta el 2019	185
Tabla 4. 37	Datos del cálculo para la tasa de descuento	187
Tabla 4. 38	Compañía de similar actividad de EE.UU.....	188
Tabla 4. 39	Cálculo de Beta despalancada de las compañías de EE.UU.....	188
Tabla 4. 40	Riesgo País EE.UU - Ecuador.....	189
Tabla 4. 41	Valor de la empresa	192
Tabla 4. 42	Escenario Optimista	194
Tabla 4. 43	Escenario pesimista	196
Tabla 4. 44	Valor ponderado por los escenarios	197
Tabla 4. 45	Valor Ponderado	198
Tabla 5. 1	Plan Táctico de las Estrategias Financieras.....	201
Tabla 5. 2	DISAMA CIA LTDA. con relación a otras empresas de Ambato ...	206

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. 1	Gráfico ventas rankings 2010 y resultados 2012, 2013	5
Figura 1. 2	Gráfico comparativo rankings 2010 y resultados 2012, 2013	6
Figura 2. 1	Administración. Harold Koon. 2008. Pg. 150.....	15
Figura 2. 2	Proceso de planeación estratégica	33
Figura 2. 3	Variables del Macroambiente	35
Figura 2. 4	Ambiente Demográfico.....	36
Figura 2. 5	Análisis Microambiente	41
Figura 2. 6	Matriz DAFO	52
Figura 2. 7	Las estrategias genéricas según Michael Porter	55
Figura 3. 1	Ubicación geográfica y disponibilidad de servicios básicos	61
Figura 3. 2	Tienda Virtual DISAMA CIA. LTDA.	62
Figura 3. 3	Organigrama Estructural DISAMA CIA. LTDA.....	66
Figura 3. 4	Supermercado en LINEA DISAMA.....	73
Figura 3. 5	Canasta Familiar Anual (USD).....	76
Figura 3. 6	GPS - Sistema de Posicionamiento Global	79
Figura 3. 7	Diagrama Du Pont ampliado de Disama Cía. Ltda.	127
Figura 3. 8	Clientes Externos.....	130
Figura 3. 9	Comparación de DISAMA CIA LTDA. con otras empresas de Ambato.....	135
Figura 3. 10	Valor Proyectado de evolución del sector	136
Figura 3. 11	Valor de las ventas reales de la empresa.....	137
Figura 3. 12	Representación cartesiana de la Matriz FODA.....	143
Figura 4. 1	Datos históricos de los ingresos operacionales comercio de DISAMA CIA. LTDA.....	148
Figura 4. 2	Crecimiento de las ventas proyectadas.....	149
Figura 4. 3	Datos históricos del costo de ventas de DISAMA CIA. LTDA.....	150
Figura 4. 4	Crecimiento del costo de ventas proyectado.....	151
Figura 4. 5	Datos históricos del gasto de comercialización de DISAMA CIA. LTDA.....	152
Figura 4. 6	Gastos de comercialización proyectados al 2019.....	155
Figura 4. 7	Datos históricos del gasto de administración de DISAMA CIA. LTDA.....	156
Figura 4. 8	Gastos de administración proyectados al 2019.....	158
Figura 4. 9	Datos históricos de los gastos financieros de DISAMA CIA. LTDA.	165
Figura 4. 10	Datos históricos de los gastos financieros de DISAMA CIA. LTDA.	167
Figura 4. 11	Otros Ingresos proyectados al 2019.....	168
Figura 4. 12	Datos históricos de Inventarios de DISAMA CIA. LTDA	173
Figura 4. 13	Inventarios proyectados al 2019	175
Figura 4. 14	Datos históricos de Cuentas y Documentos por cobrar de DISAMA CIA. LTDA.....	176
Figura 4. 15	Proyecciones al 2019 de cuentas y documentos por cobrar clientes	177
Figura 4. 16	Datos históricos de Cuentas y Documentos por cobrar de DISAMA CIA. LTDA.....	178
Figura 4. 17	Proyecciones de cuentas y documentos por pagar al 2019.....	179
Figura 4. 18	Representación del valor presente en los diferentes escenarios .	197

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 3. 1	Resumen de Razones Financieras	124
Cuadro 3. 2	Clientes Externos DISAMA CÍA. LTDA.	129
Cuadro 3. 3	Síntesis estratégica	144
Cuadro 5. 1	Estrategias Financieras	200
Cuadro 5. 2	Estrategias de Rentabilidad	204
Cuadro 5. 3	Demanda a Nivel Nacional	205
Cuadro 5. 4	Estrategias de Actividad Financiera	206
Cuadro 5. 5	Análisis del Carácter.....	208
Cuadro 5. 6	Análisis de la Capacidad	209
Cuadro 5. 7	Análisis del Capital	209
Cuadro 5. 8	Estrategias para la Razón de Liquidez	212
Cuadro 5. 9	Estrategias para la Razón de Endeudamiento	212

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo efectuar una valoración a la Distribuidora Salazar Mayorga DISAMA Cía. Ltda., con la finalidad de ayudar al fortalecimiento de la administración a través de estrategias financieras. Se dedica a la producción de los fideos y distribución en el mercado a nivel nacional de productos de consumo masivo. En el primer capítulo, se detallan las generalidades del proyecto y una visión global del enfoque que se va a dar al mismo, en el segundo capítulo se respalda cada uno de los términos necesarios para la ejecución del proyecto, en el tercer capítulo el análisis situacional y diagnóstico financiero englobando los aspectos generales de la empresa y los estados financieros para su respectivo análisis horizontal, vertical y las razones financieras de actividad, liquidez y endeudamiento, lo que ayudará para la ejecución del método DUPONT y determinar la rentabilidad sobre el capital, además se realizara un estudio de mercado realizando análisis de la oferta, demanda y competencia; en el capítulo cuatro se realizara la valoración mediante el método de descuento de flujos de caja libre, analizando cuenta por cuenta y relacionando los posibles índices que implicarían en su incremento o disminución en los años proyectados, análisis de sensibilidad y la ponderación del valor de la empresa, en el capítulo cinco se propone estrategias financieras que permitan el crecimiento y posicionamiento de la empresa en el futuro y en el último capítulo se establece las respectivas conclusiones y recomendaciones.

Palabras Clave: Valoración de Empresas – Analisis Financiero, Métodos de Valoración Empresarial, Estrategias Financieras, Distribuidora Salazar Mayorga DISAMA.

ABSTRACT

The present project has the purpose of making an assessment to Salazar Mayorga DISAMA Corporation, located in the city of Ambato, in order to help strengthen the administration through financial strategies, the same that has been 37 years in operation. It is dedicated to the production of noodles and nationwide distributions of massive consume products. In the first chapter, the generalities of the project are detailed and an overview of the approach to be given to it, the second chapter supports each of the terms required for the implementation of the project, in the third chapter the situational analysis and financial analysis encompassing the general aspects of the company and with reference of 2013 and 2014 for the respective horizontal and vertical analysis and analysis of the financial reasons of activity, liquidity and debt, which will help to implement the method DUPONT and determine the profitability or performance of the company on capital, also a market research making a study of analysis supply, demand and competition, then in chapter four the valuation of the company will be held by the discounted cash flow method to be held free of a series of processes such as the development of financial projections to five years in a future analyzing account by account and relating the possible indexes that involve the increase or decrease in the projected years, the value of Salazar Mayorga DISAMA Corporation, sensitivity analysis and weighting of the value of the company, in chapter five financial strategies for growth and positioning the company in the future and in the last chapter the respective conclusions and recommendations are proposed.

Keywords: Company Valuation - Financial Analysis, Valuation Methods, , Financial Strategies, Distribuidora Salazar Mayorga DISAMA.

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1. Tema del proyecto

“VALORACIÓN A LA DISTRIBUIDORA SALAZAR MAYORGA DISAMA CÍA. LTDA., Y PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS”.

1.2. Alcance de tiempo

Periodo 2012 – 2013 – 2014

1.3. Objetivos del estudio

1.3.1. Objetivo general

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

1.3.2. 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 - 2014.
- 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.

1.4. Importancia y justificación

Según Sanjurjo, Miguel (2003), la necesidad de valorar las empresas es cada día más necesario debido fundamentalmente al aumento de fusiones o adquisiciones de los últimos tiempos, así como a los movimientos accionariales inter compañías. Podríamos definir en forma general la valoración de una empresa como el proceso mediante el cual se busca la cuantificación de los elementos que constituyen el patrimonio de una empresa, su actividad, su potencialidad, o cualquier otra característica de la misma susceptible de ser valorada. En consecuencia una valoración es una estimación del valor que nunca llevara a determinar una cifra exacta y única, sino que esta dependerá de la situación de la empresa, del momento de la transacción, y del método utilizado.

Tabla 1. 1

Principales métodos de valoración

Balance	Cuenta de resultados	Mixtos (Goodwill)	Descuento de flujos	Creación de valor	Opciones
Valor contable	Múltiplos de:	Clásico	Free cash flow	Eva	Black y scholes
Valor contable ajustado	Beneficio: PER	Unión de expertos	Cash flow acciones	Beneficio económico	Opción de invertir

CONTINÚA 

Valor de liquidación	Ventas	Contables europeos	Dividendos	Cash value added	Ampliar proyecto
Valor sustancial	Ebitda	Renta abreviada	Capital cash flow	CFROI	Aplazar inversión
Activo neto real	Otros múltiples	Otros	APV		Usos alternativos

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 cuáles son las falencias que tiene la empresa y mitigar estas a través de estrategias financieras” (Sanjurjo, 2003)

Según Caldas Marco (2001), la planeación estratégica es establecer objetivos y escoger el medio más apropiado para el logro de los mismos antes de emprender la acción. Es el proceso por el cual los miembros guías de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo.

La planificación estratégica permite pensar en el futuro, visualizar nuevas oportunidades y fortalecer, enfocar la misión de la empresa, orientando con visión de futuro el rumbo de una organización y facilitando innovaciones administrativas en la dirección y liderazgo.

La razón principal para la realización de este proyecto es la valoración de la empresa DISAMA Cía. Ltda., proceso que consiste en cuantificar los elementos tangibles como edificios, mobiliario, equipos entre otros e intangibles tales como patentes, marcas, derechos de autor, crédito mercantil, franquicias que forman parte de los reportes que constituyen los estados financieros de la empresa y el planteamiento de estrategias

financieras el cual ayudará en la competitividad, garantizando un mejor posicionamiento en el rankings de empresas ejemplo tenemos lo alcanzado en el 2010 posicionándola en el lugar 3768 entre el total de 5000 empresas del Ecuador tomado del portal de negocios del Ecuador <http://www.ekosnegocios.com>, se muestra este ejemplo del año 2010 pues no aparece información actualizada de la comercializadora en el rankings, esta posición es en cuanto a las ventas, mostrando con mejores resultados respecto a otras empresas del sector como el ejemplo de, Casa Brasil SABRASIL CIA. LTDA., quien obtuvo la posición 3851, posibilitando observar los indicadores financieros de ventas, activos, pasivos, patrimonio y utilidad que muestran la posición de la empresa en el mercado.

Tabla 1. 2

Resultados 2010 posición 3768 rankings de empresas

Ventas	\$2.210.225,00	
Activos	\$696.628,00	
Pasivos	\$215.518,00	
Patrimonio	\$481.110,00	
Utilidad	\$24.341,00	

Fuente: <http://www.ekosnegocios.com>

El análisis permite diagnosticar la situación de DISAMA Cía. Ltda., y proyectarse en un futuro como se va a desarrollar en el mercado. Además la implementación de estrategias financieras permite a la empresa lograr los objetivos planteados y el desarrollo del mismo dentro de la provincia, tenemos como ejemplo en forma resumida los resultados alcanzados en los años 2012-2013.

Tabla 1. 3

Comparación año 2012-2013

Cuentas	2012	2013	Variación
Ventas	\$2.171.382,41	\$2.458.832,39	\$287.449,98
Activos	1.041.807,88	988.459,08	-53.348,80
Pasivos	420.281,60	341.596,65	-78.684,95
Patrimonio	621.526,28	646.862,43	25.336,15
Utilidad	-20.297,13	17.715,15	38.012,28

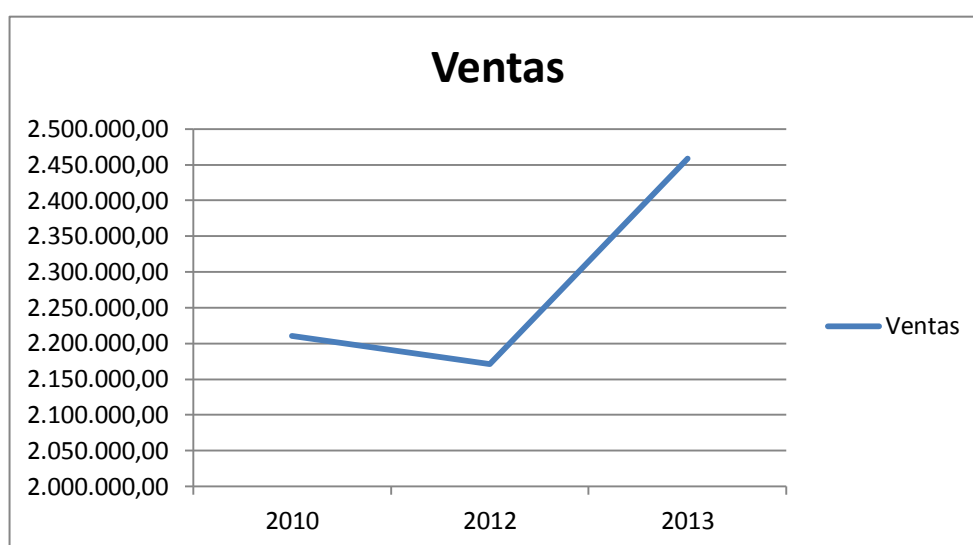


Figura 1. 1 Gráfico ventas rankings 2010 y resultados 2012, 2013

Un análisis de las ventas en estos años muestra una fluctuación decreciente en el 2012 y creciente para el 2013, este aumento en las ventas podría precipitar aumentos en las cuentas por cobrar o en efectivo y pudiera significar una acumulación de inventarios. Al valorar esta empresa se llegaría a conclusiones sobre la existencia o no de la rentabilidad de las ventas.

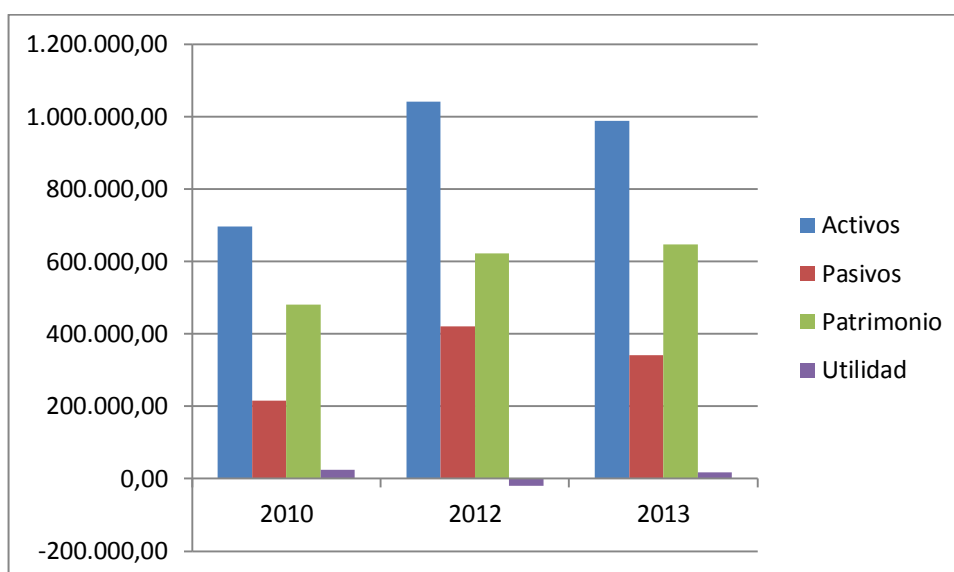


Figura 1. 2 Gráfico comparativo rankings 2010 y resultados 2012, 2013

Al analizar los resultados en estos años se contempla en los activos un decrecimiento en el 2013, pudiendo ser originado por una venta de los activos o el pago de obligaciones, por lo que disminuye el pasivo el cual puede influir en el incremento del patrimonio, este también puede tener relación directa con el incremento de las ventas sobre los gastos, observado esto por el aumento de las utilidades. Cabe señalar que de los gastos es necesario puntualizar en los administrativos, pues estos pueden haber influido en aumento de utilidades.

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. Una estrategia financiera es la mejor manera para conseguir la inversión (los recursos económicos) necesaria para generar el negocio o para expandir ya sea con recursos de potenciales accionistas o recursos de entidades, incluyendo la forma de pago que mejor satisfaga al negocio. Dentro de la estrategia financieras e incluyen los costos y precios de venta que harán del negocio un éxito (Strickland, 2004).

Las estrategias financieras para el largo plazo implican los aspectos: Sobre la inversión: para la aplicación de esta, los instrumentos más precisos son aquellos que consideran el valor del dinero en el tiempo, y dentro de estos resulta recomendable el empleo del VAN, valor actual neto, pues permite conocer en cuanto se incrementará el valor de la empresa de llevarse a cabo el proyecto.

Sobre la estructura financiera: para la definición de la estructura financiera, los métodos que se emplean, 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.

Mediante estos métodos puede determinarse aquella estructura financiera que, a partir de un resultado en operaciones u ejercicio económico determinado.

Sobre la retención y/o reparto de utilidades: esta toca los aspectos tales como, la posibilidad del acceso a préstamos a largo plazo para financiar nuevas inversiones, la posibilidad de los dueños de obtener mayor gratificación 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.

Mientras que las estrategias financieras para el corto plazo consideran los siguientes:

Sobre el capital de trabajo: este se desarrolla mediante tres estrategias básicas: agresiva, conservadora e intermedia.

1. La estrategia agresiva presupone un elevado riesgo con el fin de alcanzar el mayor rendimiento posible. Significa que prácticamente todos los activos circulantes se financian con pasivos circulantes, manteniendo un capital de trabajo neto relativamente pequeño.

2. La estrategia conservadora contempla un nivel bajo de riesgo con el objetivo de operar tranquilamente, sin presiones 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.
3. La estrategia intermedia contempla elementos de las dos anteriores, buscando un equilibrio 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.

Sobre el financiamiento corriente: reúne aquellas fuentes que, combinan adecuadamente la relación riesgo – rendimiento adoptado por la empresa, en correspondencia con su estrategia de capital de trabajo, en función de un bajo costo financiero total.

Sobre la gestión del efectivo: esta se basa en los aspectos tratados de la estrategia del capital tomando acciones con relación al efectivo tales como:

1. Reducir el inventario lo más posible, pero evitando sufrir pérdidas en venta por escasez de materias primas y/o productos terminados.
2. Acelerar los cobros tanto como sea posible sin emplear muchas restricciones para no perder ventas futuras.
3. Demorar los pagos tanto como sea posible, sin afectar la reputación crediticia de la empresa, aprovechando descuentos favorables por pronto pago.

La Distribuidora Salazar Mayorga DISAMA Cía. Ltda., de acuerdo a la escritura de constitución se encarga de la producción y distribución de productos de primera necesidad como fideos, azúcar impalpable, cera de pisos, granos secos, harinas y polvos en el cantón Ambato.

El sector de las pequeñas y medianas empresa (PYMES) hoy en día han incidido en el desarrollo de la provincia de Tungurahua motivo por el cual es importante realizar una valoración de la empresa, permitiendo conocer la situación económica de la misma.

“Una valoración correcta es aquella que está bien fundamentada técnicamente, y se basa en supuestos razonables o correctos, teniendo en cuenta la perspectiva subjetiva bajo la que se lleva a cabo la valoración” (W Luna & J López, 2001)

El componente subjetivo en cualquier valoración económica puede formular preguntas como ¿valorar para qué?, ¿valorar para quién?, y ¿valorar bajo qué circunstancias?

La pregunta para qué se basa en que los resultados para la empresa en análisis de valoración están determinados por el motivo, ya que pueden variar si a empresa está en liquidación, si está en venta o solo pretende conocer lo asertivo de su gestión.

Al observar para quién se tiene en cuenta las percepciones del valor de los interesados los cuales pueden ser compradores, vendedores, accionistas, entre otros.

Las circunstancias pueden variar en dependencia del sector o negocio y el ciclo económico en que se encuentre presentado por el crecimiento, producto a una renovación del capital con efecto multiplicador en la actividad económica, el auge, se presenta al interrumpirse el crecimiento por alcanzar el pleno empleo, el decrecimiento al caer de manera significativa la inversión, la producción y el empleo de manera suave o la crisis caracterizada por baja demanda de consumidores en relación a la capacidad productiva de la empresa.

Al valorar una empresa se pretende determinar un intervalo de valores razonables dentro del cual está incluido el valor definitivo. Se trata de determinar el valor intrínseco de un negocio y no su valor de mercado, ni por supuesto su precio. Además sirve para facilitar puntos de apoyo, entre los que tenemos la valoración de caja descontada, la rentabilidad futura y la ponderación del valor, además de las razones financieras de rentabilidad, endeudamiento, liquidez y actividad que permiten alcanzar el fin.

Por otro lado Guzmán, Alexander (2005), los activos corrientes deben ir relacionadas las cuentas más líquidas de la organización. Cuando se habla de liquidez de un activo se hace referencia a la facilidad con que la empresa puede convertir estos activos en efectivo. En este orden las ideas, el activo más líquido de un ente económico es el efectivo. Por lo tanto, el no tener una valoración oportuna de la información concerniente al desenvolvimiento de las estrategias administrativas y financieras, está poniendo en riesgo la competitividad de la distribuidora DISAMA CIA. LTDA., ya que al no contar con una información clara sobre la capacidad de liquidez que no es más que la capacidad de la empresa de pagar las obligaciones a corto plazo y solvencia capacidad de pago de obligaciones a largo plazo, se ha obstaculizado la toma de decisiones eficaces que le permita invertir en una nueva y mejorada tecnología que extienda la capacidad productiva de la misma.

Por lo tanto, la valoración de empresas al grupo de Activos Corrientes, activos que pueden convertirse en efectivo en un periodo de tiempo inferior a un año, tiene como finalidad maximizar la eficiencia, uso razonable de los recursos de manera racional de la entidad y medir o cuantificar la solvencia y liquidez en sus transacciones, además para una buena administración empresarial es importante valorar, básicamente por dos motivos genéricos que son uno porque dicha medición o cuantificación le proporciona información sobre la utilidad de su negocio y dos porque la evolución que

surge de la valoración de las empresas les informa del grado de acierto de su gestión.

Como podemos darnos cuenta la valoración es muy importante para una empresa, sin embargo también es necesario plantearse estrategias financieras que les ayuden a obtener la máxima efectividad y eficiencia de las mismas mediante las cuales les servirá como base de cualquier operación corporativa para alcanzar sus objetivos económicos además los planes financieros adecuados ayudan a la entidad primero a caminar antes de correr, especialmente cuando se trata de establecer el marco operativo de corto plazo necesario para lograr resultados a largo plazo.

Dentro de los objetivos económicos y financieros según los profesores Bueno, Cruz y Duran (1990), pueden ser de tres tipos:

1- Objetivo de rentabilidad. Indicar que las empresas privadas persiguen objetivos de esta índole, tanto a corto como a largo plazo. Sin embargo, las empresas públicas, anteponen en determinados casos, objetivos de interés social a los objetivos económicos.

2- Objetivo de crecimiento. Este objetivo se suele traducir en cambios estructurales y en consecuentes incrementos de tamaño o dimensión que hace que la empresa sea diferente a su estado anterior y que aumente su poder de mercado como mecanismo para asegurar la obtención de futuros y mejores excedentes. Este objetivo se materializa en:

- a) Aumento de las cifras de producción y venta.
- b) Desarrollo tanto en vertical como en horizontal de su actividad: nuevos productos, nuevos mercados y nuevas explotaciones.
- c) Absorción y participación para ejercitar el control de otras empresas, bien para la constitución de grupos de interacción económica vertical (idéntica actividad) o de grupos de acción horizontal (diversas actividades complementarias o no).

3- Objetivo de supervivencia. Este se concreta en la estabilidad y adaptabilidad respecto al medio o entorno. Ello será posible si se consigue reducir la vulnerabilidad de la empresa ante variaciones coyunturales, lo que encierra problemas de tamaño, de tecnología, de equilibrio financiero, entre otros. Asimismo teniendo en cuenta la separación entre propiedad y administración, hemos de tener presente la pretensión del grupo dirigente de la empresa en mantener y, si es posible, incrementar su poder decisorio.

El análisis financiero permite conocer cómo se encuentra la empresa en lo que respecta a la liquidez, endeudamiento, rentabilidad y actividad esto revela los posibles problemas financieros que posee y permiten mitigar estas dificultades a través de estrategias financieras utilizando de manera adecuada los recursos que posee la empresa. Realizar un análisis de la situación de la empresa a través del estudio de los factores macro y micro económicos que no son más que aquellos factores externos e internos que influyen en la empresa, determinar cuáles son las amenazas y debilidades que tiene la empresa y trabajar en ellos para impulsar su desarrollo además conocer las fortalezas y oportunidades que tiene esta empresa y trabajar en estas para no perder competitividad en el mercado.

Utilizando el método del Valor Sustancial que según Sanjurjo, Miguel (2003), el valor real de los medios de producción, independientemente de la forma en que estén financiados, es decir, estaría constituido por el valor real de todos los bienes y derechos utilizados en la explotación. La importancia del valor sustancial como método de valoración es su fácil comprensión. Es idóneo para empresas no operativas, si bien requiere un gran esfuerzo para llegar a determinar el valor de los bienes individuales de la compañía.

Para la presente investigación se identificara el método adecuado según el tipo de empresa y la función que desempeña DISAMA CIA. LTDA., con la finalidad de que la entidad tenga un enfoque sobre el valor real de la misma, su objetivo es resaltar el valor subyacente o índice de referencia, objeto de

contrato futuro. Los precios de los productos derivados son una función de los precios del valor de referencia. Estos pueden ser: títulos representativos de capital o deuda, índices, tasas y otros instrumentos financieros, que permiten la realización de la actividad del negocio, sirve como soporte y garantía de los valores del mercado.

1.5. Hipótesis

La Valoración de la Distribuidora Salazar Mayorga DISAMA Cía. Ltda., ayuda a la propuesta de estrategias financieras.

H1: la inexistencia de estrategias financieras en DISAMA Cía. Ltda., es por la ausencia de una valoración de la empresa.

Ho: la inexistencia de estrategias financieras en DISAMA Cía. Ltda., se debe a la ausencia de una valoración de la empresa.

1.5. Variables

1.5.1. Variable Dependiente

Propuesta de estrategias financieras

1.5.1. Variable Independiente

Valoración a la empresa DISAMA CIA. LTDA.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Valoración de Empresas

2.1.1. Definición

Según FAUS, Josep (2002) Indica que la valoración de empresas al ser considerado como un proceso mediante el que se pretende la cuantificación de los elementos generadores de valor que constituyen entre otros el patrimonio de las empresas, actividad, capacidad, potencialidad o cualquier otro aspecto que cree valor debería ser valorada para beneficio empresarial.

Una valoración 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).

Las técnicas de valoración de empresas se apoyan en otras disciplinas, tal como se expone a continuación:



Figura 2. 1 Administración. Harold Koon. 2008. Pg. 150

2.1.2. Aplicación de la valoración de empresas

El valor de empresa suele utilizarse para calcular la cantidad a desembolsar para hacerse con el negocio con una posición financiera neutra. La Aplicación de la valoración de empresas puede ser de forma interna y externa.

La interna es para saber cómo está funcionando internamente la empresa.

Entre las aplicaciones son:

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

Entre las aplicaciones externas se encuentran la necesidad de comprobar y demostrar el valor de la empresa ante terceros. Por lo tanto, cuanto mayor es la deuda de una empresa, mayor es el valor de empresa, y cuanto mayor es su dinero en caja, menor es el valor de empresa. Además la valoración de una empresa puede ayudar a responder preguntas tales como:

- ¿Cuánto vale un negocio?
- ¿Cuál ha sido la rentabilidad sobre la inversión de un negocio?
- ¿Qué se puede hacer para mejorar esta rentabilidad y crear riqueza?

Según Alonso Sebastián y Villa Pérez (2007), afirman que la valoración o estimación de los valores de una empresa, puede realizarse por diferentes motivos o circunstancias, encaminados 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 aconsejen su realización son:

a) Circunstancias especiales

1. Modificaciones en la estructura del capital, las cuales responden a hechos que hacen variar los derechos de los socios: ampliaciones y reducciones de capital, compraventa de parte o del conjunto de acciones de una empresa, salida a 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 analizar la conveniencia de compra de acciones y por la propia empresa para fijar el precio de salida y la liquidación de la empresa.
2. Operaciones de crecimiento externo que comprenden las 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 o la aportación parcial de los activos de una empresa a otra.

b) Circunstancias ordinarias en la vida de la empresa.

A lo largo de la vida de la empresa ocurren hechos que obligan a la valoración de la empresa en base a su necesidad.

1. Como medida del cumplimiento de los objetivos de la empresa.

2. Como base para la negociación con terceros ya sea 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 y 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.

3. Como base para cálculos económicos como el cálculo del coste del capital invertido en la empresa. Ello exige conocer el valor de los fondos aportados por los socios y la 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:
Resultados / Capital invertido
Resultados / Valor de la empresa.

4. Información para terceros. Entre ellos destacan:
 - 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 valor intrínseco y extrínseco.
 - Los acreedores, prestamistas, obligacionistas, bancos, quieren conocer las 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 su vencimiento.
 - En el mercado secundario los analistas de renta variable, que entre sus objetivos tienen la búsqueda de acciones de empresas infravaloradas por el mercado para proceder a su compra e incluirlas así en su cartera.

- El Estado y el Físico necesitan conocer el valor de las empresas para saber si los impuestos que pagan están con los resultados que obtienen y con su valor.

2.1.3. Situaciones de las empresas ante una valoración

Las personas que dirigen la empresa pueden estar interesados en medir el grado de eficiencia de su gestión, la cual puede consolidarse estableciendo un estándar de precios de los valores que representan el capital social de la empresa. También la gerencia requiere evaluar las decisiones sobre estructura y costo de capital de la empresa.

La principal situación que la empresa puede enfrentar es que el cálculo del valor de empresa sea positivo, lo cual significa que tiene buen financiamiento, patrimonio y demás activos de la empresa, lo más habitual es utilizar el valor contable de la deuda como una buena aproximación a su valor real.

Otro problema puede ser que existan deudas no reflejadas en el balance. En este caso debemos analizar la memoria, donde deben venir reflejadas este tipo de deudas que la empresa debe afrontar en el futuro.

Se puede dar el caso de empresas con valor de empresa negativo. Esto se puede dar en empresas con dinero en caja que supere a la suma de su deuda neta y capitalización bursátil.

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

a) Empresa en funcionamiento

Es esta una empresa que lleva a cabo una actividad que pueden ser analizadas 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 inversiones 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 estas fases diferenciadas:

- En fase de expansión o crecimiento.
- En fase de recesión o declive.

La valoración de una empresa en funcionamiento es similar a la valoración o evaluación de una inversión caracterizada por los cobros y pagos a los que va a dar lugar durante sus previsible años de vida.

Los métodos o criterios de valoración son los utilizados en la evaluación financiera de inversiones y, en particular el VAN, adaptado en vida útil, crecimiento o decrecimiento de los flujos de caja y tipo de actualización a utilizar.

De ahí se obtiene el precio máximo que se deberá pagar por la empresa obtenido como el VAN de los flujos de caja futuros que se espera conseguir descontados a una tasa de actualización que incorpore el riesgo del negocio.

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 las deudas pendientes. El resultado final es el valor de liquidación.

c) Empresa de nueva o reciente creación

En esta situación la empresa se caracteriza por:

- Ausencia de 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 organizativa definida y de un estilo directivo propio con implantación en la empresa.
- Desconocimiento de la dimensión económicamente 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 permite realizar previsiones exactas de los resultados que pueden obtenerse.

2.1.4. Métodos de valoración de empresas

Los métodos y metodologías de valoración de empresas se orientan hacia el negocio en marcha o cuando cesa sus actividades. En este caso los procesos se encaminan hacia el reconocimiento del valor económico.

Los métodos de valoración consideran al valor económico como la capacidad de un activo para aportar una corriente de flujos de caja después de impuestos para los inversionistas y resulta determinado mediante la evaluación de los flujos de caja futuros potenciales y los riesgos asociados a estos flujos.

Existen diferentes clasificaciones acerca de los métodos que son utilizados para valorar empresas, como afirman Juez y Bautista (2007), las técnicas fundamentales de valoración son las siguientes:

2.1.4.1. Métodos simples

Métodos simples estáticos

Se basan en la valoración de la empresa mediante los datos que se deducen del balance y la cuenta de resultados. Dentro de ellos encontramos:

Valor Contable:

El valor contable de una empresa considera el valor de los recursos propios que se encuentran en el balance, dicho de otro modo, considera capital y reservas que presenta la empresa en su balance. El valor contable también llamado valor en libros, fondos de una empresa o patrimonio neto: Patrimonio o valor contable = Activos - Pasivos

Activo Neto real:

Según Miguel Sanjurjo (2003), este es llamado también valor patrimonial ajustado y revalorizado. Se obtiene por diferencia entre el valor real de sus activos y el valor actual de liquidación de las deudas, por lo que se considera que es la parte patrimonial que corresponde al accionista.

Una desventaja que presenta el método del activo neto real es la subjetividad que incorpora por consecuencia directa de la valoración de los elementos patrimoniales citados anteriormente.

En este método es necesario ajustar una a una las partidas del balance y sustituir los valores contables por valores más cercanos a la realidad.

Valor sustancial:

$$Activo\ Neto\ Real = \frac{Activo\ Contable - Pasivo\ Exigible\ Contable + Plusvalias}{Minusvalias\ de\ Revalorizacion} \quad (1.2)$$

$$Activo\ Neto\ Real = Activo\ Real - Pasivo\ Exigible\ Real \quad (2.2)$$

$$VE = Activos \quad (3.2)$$

El valor sustancial es el valor real de los medios de producción, sin tomar en cuenta de la forma en que estén financiados, es decir, estarían formado por el valor real de todos los bienes y derechos utilizados. En este método no se considera bienes no operativos ni la estructura financiera de la empresa.

El método representa la inversión que debería efectuarse para construir una empresa en idénticas condiciones. Normalmente se considera el valor sustancial como el valor mínimo de la empresa.

Fórmula:

Valor sustancial bruto = Activos operativos totales

Valor sustancial neto = Activos operativos totales

Ejemplo:

Balance de Situación Final	
Activos Circulantes 200	Pasivos 250
Activo fijos 300	Capital Contable 250
Total Activos 500	Total Pasivos +Capital Contable 500

Solución:

Valor sustancial bruto (Total de capital) = 500

Valor sustancial neto (Capital Contable) = 500 -250 = 250.

Valor de liquidación:

El valor de liquidación es un método que se aplica en el caso en el que la empresa se encuentra en estado de liquidación o se piense que la empresa ya no cumple con un principio contable fundamental que es el de negocio en

marcha, considera el valor de los activos si se los negociara ahora para cancelar los pasivos de la empresa.

Este método da como resultado valores muy bajos ya que representa el valor mínimo que puede llegar a alcanzar una empresa, considerando que si la empresa está en funcionamiento con posibilidad de continuar en el mercado por regla general tendrá un mayor valor al de su liquidación.

Para calcular el valor de la empresa a través de este método se considera el valor contable ajustado menos los gastos de liquidación de la empresa, entre los principales gastos de liquidación que se tiene son gastos fiscales, indemnizaciones a empleados, gastos legales entre otros.

$VL = \text{Valor Mercado Activos} - \text{Valor Pasivos} - \text{Pasivos Contingentes}$

Se debe considerar también:

- Tasa impositiva.
- Tiempo para liquidar,
- Valor de reposición.

Métodos simples dinámicos:

Tienen en cuenta las perspectivas de beneficios de una empresa. Es decir, una empresa con muy pocos activos pueden ser muy valiosa si tiene una gran capacidad para generar beneficios. Dentro de ellos encontramos:

Descuento de flujos de efectivo:

Es un método que mide la tesorería que queda disponible después de haber hecho una reinversión necesaria de activos y todas las necesidades operativas de fondos. Este método se basa en estimar el valor de la empresa a partir de proyecciones de las cifras de las distintas variables futuras, en función de las hipótesis realizadas, con lo que podremos determinar los flujos de caja libres.

El valor de la empresa a través de este método es:

WACC = costo promedio del capital

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

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

Beneficios descontados:

El método de beneficios descontados, se orientan del lado de la utilidad, es decir de los flujos de caja esperadas en el futuro y no del valor actual de la empresa como lo hace el método sustancial.

Fórmula:

$$VE = f E Utilidades \quad (6.2)$$

En este método se calcula el valor de una empresa descontando los beneficios que se esperan en el futuro. El valor depende de los beneficios futuros, del horizonte temporal de valoración y de la tasa de riesgo con la cual se descuenta, y dependiendo de la situación de un ingreso por liquidación esperado.

Este método puede ser muy detallado o muy general, dependiendo como se pronostique los beneficios.

Existen dos alternativas de pronosticar:

- a) Se hace un pronóstico muy detallado año por año, lo cual da un resultado muy exacto, o
- b) Se toman beneficios a perpetuidad constantes.

En la segunda alternativa se puede crear un escenario de ganancias futuras o tomar los beneficios pasados y suponer que el futuro sea igual. Por lo general se hace una combinación de los dos métodos. Para los primeros 3 o 5 años se hace un pronóstico muy exacto y para el futuro se calcula un beneficio a perpetuidad. El peligro de crear escenarios futuros es que el futuro es incierto y por consiguiente lleva un alto grado de riesgo de hacer un pronóstico sobre-optimista o –pesimista, lo cual lleva a resultados erróneos.

El valor de la empresa se calcula de la siguiente manera:

Fórmula:

$$VE = U / r \quad (7.2)$$

Valor de la Empresa = Suma (Beneficios esperados / tasa de riesgo del capital social)

Dónde:

VE = Valor de la empresa

U = Utilidades de la empresa

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

APV (Adjusted Present Value):

Este método se basa en el principio de la aditividad de los valores. Lo sugirió por primera vez Stewart Myers.

Consiste en aplicar la metodología básica del descuento de flujos de caja, a cada uno de los tipos de flujos de caja de las empresas. Los más relevantes son:

- Los flujos de caja reales que tienen que ver con la operación mercantil, los ingresos, los costos de explotación en efectivo y los gastos de capital.
- Los relacionados con el programa de financiación de la empresa y pueden ser los valores de las bonificaciones fiscales, la financiación subvencionada, los costos de inversión y las coberturas.

2.1.4.2. Métodos compuestos

Tienen en cuenta ambas perspectivas. Podemos citar, entre otros:

Método Clásico

El método citado parte del concepto de que la empresa es igual al valor de su activo neto real, al que se le suma lo inmaterial, con beneficios y es:

$$Ve = \text{Activo Neto Real} + n \text{ Beneficios Netos Anuales} = \text{Activo Neto Real} + \frac{\text{Beneficios Netos Anuales}}{(1/n)} \quad (8.2)$$

Donde n esta es la utilidad neta sobre las ventas.

Una variante de este método consiste en utilizar el cash flow en lugar del beneficio neto.

Método de las prácticas o mixto:

(Sanjurjo Miguel, 2003), menciona que se le conoce con el nombre de su autor Schamalembach. Este método calcula el valor de la empresa como la media aritmética del valor sustancial ajustado y el valor de rendimiento.

$$Ve = \frac{Vr+Vs}{2} \quad (9.2)$$

Dónde:

Ve = Valor de la empresa.

Vr = Valor de rendimiento.

Vs = Valor sustancial.

Según este método el fondo de comercio es:

$$G = \frac{Vr-Vs}{2} \quad (10.2)$$

Este método trata de partir el fondo de comercio entre comprador y vendedor.

Método indirecto de los anglosajones

Se lo llama también de la renta del fondo de comercio o superbeneficios y es:

$$Ve = Vs + G \quad (11.2)$$

Cuando se ha determinado el valor sustancial ajustado se debe calcular la rentabilidad normal de valor sustancial a una tasa de mercado.

La diferencia entre este interés y la rentabilidad futura representa un superbeneficio que se puede considerar como la renta del fondo de comercio, entonces, capitalizando la renta se puede determinar directamente el fondo de comercio.

La ventaja de este método es que se supone que, con las condiciones actuales, se va a obtener un superbeneficio de forma indefinida, esto es incorrecto ya que se tendrá un límite a partir del cual los superbeneficios ya no dependerán de las condiciones actuales sino de las mejoras que se vayan incorporando con posterioridad (Miguel Sanjurjo, 2003).

Método de la Unión de Expertos Contables Europeos (UEC).

El valor de una empresa se obtiene a partir de:

$$Ve = Vs + (B - iVs) a_{n-i} \quad (12.2)$$

La diferencia con el método anterior es que el valor del fondo de comercio, en el caso no simplificado, se calcula a partir del valor Ve que estamos buscando.

2.1.4.3. Método Valoración Flujo de Caja Descontado

El método de flujo de caja descontado (DCF por sus siglas en inglés) se utiliza para valorar a un proyecto o una empresa. 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. Esto es necesario porque los flujos de fondos en diversos períodos no pueden ser comparados directamente puesto ya que no es lo mismo contar con una cantidad de dinero ahora, que en el futuro.

En un proyecto empresarial es muy importante para analizar la posible rentabilidad del proyecto y sobre todo si es factible o no. Cuando se crea una empresa o se plantea un proyecto hay que invertir un capital y se espera obtener una rentabilidad a lo largo de los años.

Dos parámetros muy usados para calcular la viabilidad de un proyecto son el **VAN** (Valor Actual Neto) y el **TIR** (Tasa Interna de Retorno). Ambos conceptos se basan en lo mismo, y es la estimación de los flujos de caja que tenga la empresa (simplificando, ingresos menos gastos netos).

El valor actual neto se define como el valor que tienen en la actualidad los diferentes flujos de fondos de un proyecto, el VAN nos permite conocer el valor actual del proyecto, trayendo al presente una serie de flujos descontados que se han calculado a futuro.

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de un proyecto o inversión, no es más que la tasa de interés con la cual el valor actual es igual a cero, esta se expresa en porciento, mientras más elevada sea más viables será el proyecto.

Luego de calculado el flujo de caja se calcula el periodo de recuperación de la inversión lo que permitirá determinar el número de años que han de transcurrir para que la acumulación de los flujos de caja proyectados se iguale a la inversión inicial, por lo general las empresas quieren que el desembolso realizado en cualquier proyecto sea recuperado en el menor tiempo posible.

“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).

Otro método de gran importancia es el análisis de datos históricos se aplica para analizar una serie de estados financieros de la misma empresa a fechas o períodos distintos, proporcionando la información necesaria de manera comparativa con un año base donde se apreciará el comportamiento en cuanto al crecimiento o decrecimiento de ingresos y gastos.

2.2. Planificación Estratégica Financiera

2.2.1. Definición e Importancia

Definición:

La Planificación Estratégica, es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer

actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen (Dumorné, 2012).

Importancia:

Con lo que buscamos planificar acciones que en el tiempo nos llevarán a cumplir o lograr determinado fin o misión. La planificación estratégica busca mejorar el rendimiento de la organización y no dejar las decisiones de momentos difíciles a la intuición, ya que es un proceso lógico y analítico para elegir la posición futura de la empresa con respecto al ambiente.

El plan estratégico es un programa que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente (www.guiadelacalidad.com, 2014).

La Planificación a largo plazo:

Es uno de los componentes del plan estratégico ya que permite visualizar que la empresa alcanzará sus objetivos en términos económicos. Este plan debe incluir no sólo la elaboración de un presupuesto, sino también el desarrollo de un plan de ahorro e inversión, la adquisición de las diferentes pólizas de seguros que puedas necesitar, y el análisis y planificación de tus finanzas.

La Planificación a Corto Plazo:

La planificación financiera a corto plazo se ocupa directamente de los activos y pasivos a corto plazo o circulantes en una empresa. Los activos actuales más importantes son: cuentas por cobrar, existencias o inventarios, tesorería y títulos negociables. Los pasivos más importantes son las cuentas por pagar y los préstamos bancarios a corto plazo.

Para que una empresa funcione eficientemente debe tener capital invertido en instalaciones, maquinaria, inventarios, etc. El costo total de estos activos son las llamadas necesidades acumuladas de capital de la empresa. Estas pueden cubrirse con financiación a largo o corto plazo de acuerdo a las variaciones que presente en el período. Para obtener un mejor nivel de financiación a largo plazo en relación con las necesidades acumuladas se tiene en cuenta: ajustes de vencimientos, necesidades permanentes de fondo de maniobra y la comodidad de los excedentes de tesorería.

2.2.2. Elementos de la Planeación Financiera

La planeación financiera incluye el análisis de los flujos financieros de la empresa en general; proyectar las consecuencias de las diversas inversiones, financiamientos, decisiones de dividendo y ponderar los efectos de varias alternativas.

La idea es determinar donde ha estado la empresa, donde se encuentra ahora y a donde va, no solo el curso de los acontecimientos más probables, sino las desviaciones de los resultados más posibles. Si las cosas se tornan desfavorables, la empresa debe tener un plan de respaldo de modo que no la tomen desprevenida, sin alternativas financieras.

Estos pasos conducen a un plan o estrategia financiera que incluya la inversión, el financiamiento y las decisiones de dividendos de la empresa, pues los resultados financieros de la empresa son el producto de estas decisiones. En la planeación financiera, tiene que ser considerado el efecto integrado de esas decisiones ya que pocas veces la suma de las partes es igual al total.

“En general la empresa se fijara metas sobre la base de planes financieros y de otros tipos; el ayudar a lograr estas metas es una de las principales responsabilidades del administrador financiero principal y personal o staff de planeación” (Horne, 2012).

Los tres elementos de la planificación estratégica son:

Visión: Comprende todo lo que quiere ser la empresa sea en corto, mediano y largo plazo.

Misión: Es el propósito de la empresa.

La misión debe contestar a las siguientes preguntas:

- ¿Quién está haciendo el trabajo?
- ¿Qué se está haciendo?
- ¿Dónde se está haciendo?
- ¿Por qué se está haciendo?
- ¿Para quién se está haciendo (beneficiario)?

Rol:

Se considera que el rol es la personalidad pública, es el papel más o menos predecible que asume con el objeto de amoldarse a la sociedad de la que forma parte. El rol está vinculado a la función o papel que cumple.

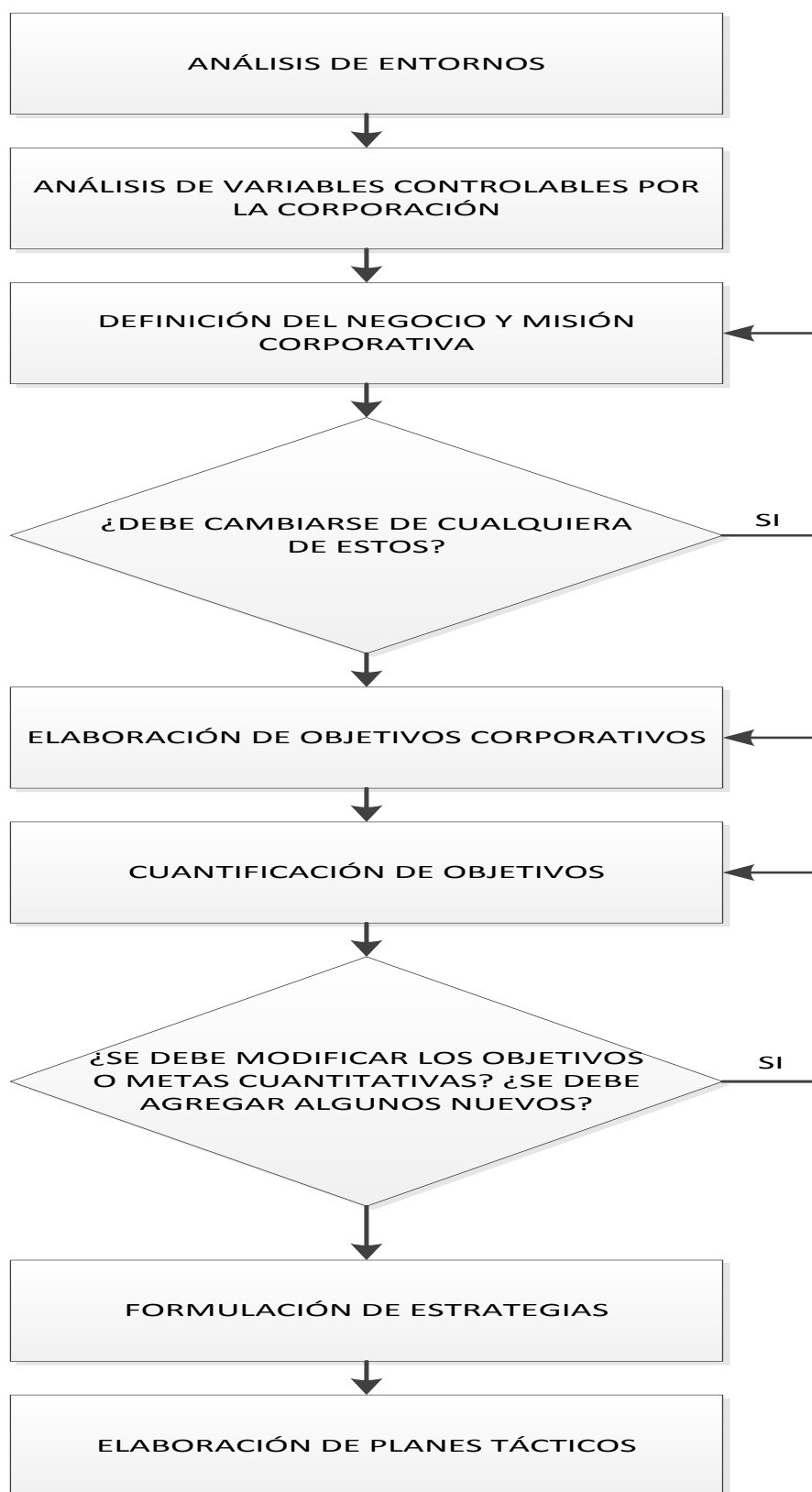


Figura 2. 2 Proceso de planeación estratégica

2.2.3. Análisis Situacional de la Empresa

El análisis situacional es el estudio del medio en que se desenvuelve la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno.

La importancia del análisis situacional se establece en los siguientes aspectos:

- Punto de partida de la planificación estratégica, es decir define los procesos futuros de las empresas.
- Reúne información sobre el ambiente externo e interno de la organización para su análisis, y posterior pronosticación del efecto de tendencias en la industria o ambiente empresarial.
- Conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones para controlar las debilidades, enfrentar las amenazas y aprovechar las oportunidades utilizando las fortalezas de la compañía.
- Establece la relación que existe entre la empresa con sus clientes, proveedores, intermediarios y la competencia.

2.2.3.1. Análisis Macroambiente

El autor Rodríguez Marcelo, menciona que el macroambiente de mercadotecnia 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 contemplan el estudio del macroambiente son las siguientes:

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

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

A través de la planificación se tendera a aprovechar las oportunidades y a neutralizar las amenazas.

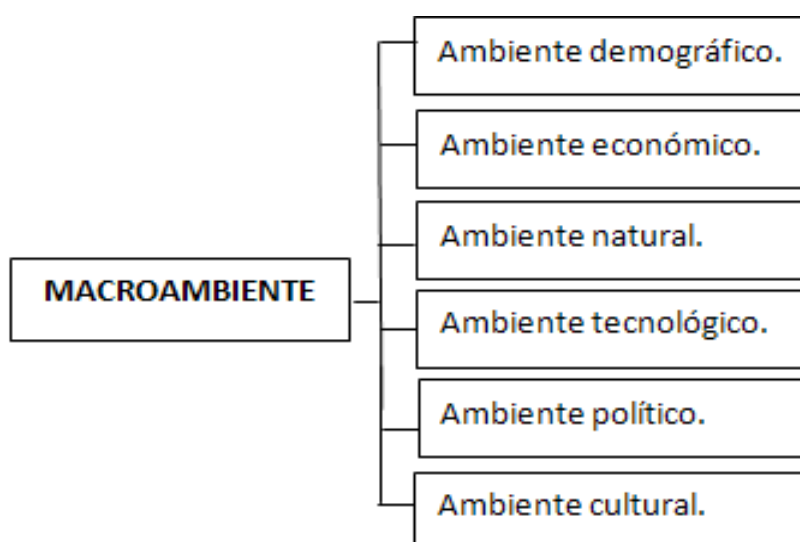


Figura 2. 3 Variables del Macroambiente

Ambiente Demográfico

La importancia de considerar el ambiente demográfico es que involucra a las personas que constituirán nuestros consumidores, o sea a nuestro mercado. Algunos de los elementos que se consideran dentro del ambiente demográfico son los siguientes:

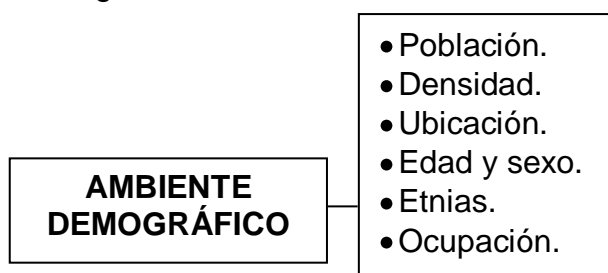


Figura 2. 4 Ambiente Demográfico

Ambiente Económico

“El ambiente económico está integrado por factores que afectan el poder de compra del consumidor, el PIB, canasta básica, riesgo país.” (Kottker, 1998, pág. 157).

Algunas de las variables que consideramos dentro del estudio del ambiente económico son las siguientes:

Desocupación: los niveles de ocupación de la población, nos dan una idea de las posibilidades de consumo de la población.

Niveles de ingresos de la población: es de importancia no solamente la medición en términos absolutos de los ingresos de la población, sino también la distribución que existe de esos ingresos, lo que nos permite definir segmentos de consumidores con comportamientos más o menos homogéneos respecto al consumo.

Cambios en los patrones de consumo de la población: la incidencia de la variación en los niveles de ingresos sobre los hábitos de consumo de la población.

Algunas de las modificaciones en los patrones de consumo de la población, que se producen al incrementarse los niveles de ingresos, son los siguientes:

- En la población más pobre, alimentación y transporte consumen la mayor parte de los ingresos.
- Los consumidores de mayores niveles de ingresos tienen patrones de consumo diferentes, los porcentajes del total de los ingresos destinados a la alimentación y transporte disminuyen, mientras que aumentan los destinados a recreación, deportes, contribuciones, seguros, pensiones, etc. y se reducen los porcentajes de los gastos destinados a alimentos.

Elasticidad de la demanda por categorías de bienes: la elasticidad de la demanda de un determinado bien, la podemos considerar en función de los precios de ese bien, de bienes relacionados (complementarios o sustitutos) o según los niveles de ingreso de la población.

Ambiente Natural

A nivel mundial y en Argentina desde los años 80, comenzaron a tomar importancia a los graves efectos del desarrollo económico sobre el ambiente natural.

Hasta entonces, el criterio general respecto a la naturalezas era el de explotar los recursos de manera indiscriminada al igual que una cantera de minerales. En la actualidad se empieza a esbozar una mayor preocupación social respecto a la fragilidad de los ambientes y a la necesidad de cuidar de ellos.

Algunas de las líneas principales de esta preocupación social se producen a partir de:

- Degradación de los recursos naturales.
- Escasez de las materias primas.
- Reducción de la diversidad genética por extinción de especies.
- Incremento de los costos de energía.
- Incremento de los niveles de contaminación.

Todo lo anterior trajo como consecuencia una mayor toma de conciencia por parte de los consumidores y una fuerte modificación de los hábitos de consumo a parte de la incorporación de la protección de la naturaleza como un valor de primer nivel.

Algunos de los efectos sobre los mercados que este fenómeno trajo como consecuencia, son los siguientes:

- Fuerte revaloración de los productos orgánicos.
- Gran importancia de lo natural en las estrategias de mercadeo de las empresas.
- Líneas verdes, rincones verdes de los supermercados como estrategias de los puntos de venta.
- Terminaciones artesanales en los empaques.

Ambiente Tecnológico

Parte del macroambiente de los emprendimientos asociativos de pequeños productores está constituido por las posibilidades tecnológicas a su alcanza y que contemplan las limitaciones específicas de sus sistemas productivos.

Es importante considerar el desarrollo de tecnologías apropiadas para favorecer la participación de manera más conveniente de los pequeños productores en los diferentes mercados.

Ambiente Legal

Existen múltiples reglamentaciones nacionales, provinciales y municipales que no se adecuan a las circunstancias específicas de los emprendimientos asociativos. Si bien se consideran los aspectos legales como imposibles de cambiar y por lo tanto integran el macroambiente para un emprendimiento aislado, es posible modificar parte de ese ambiente a través de su organización.

Ambiente Cultural

Consiste en un sistema de valores y creencias compartidas por una determinada sociedad. Como la cultura es la forma de relacionarse con uno mismo, con los demás, con la naturaleza, con las instituciones, con el universo, etc. Las tendencias culturales que más afectan al macroambiente, son las siguientes:

Relación consigo mismo

Sociedad egocéntrica vs. Sociedad solidaria

Búsqueda de la autosatisfacción.

Las personas buscan una autoexpresión a través de las cosas.

Aumento de la industria del ocio.

Búsqueda de la satisfacción inmediata.

Relaciones con el prójimo

Caída de los valores de la sociedad, cooperativismos, asociaciones.

Devaluación del trabajo social, la caridad, tercer mundo.

Relación con las instituciones

Perdida de lealtad con las instituciones.

Pérdida de importancia del ciudadano corporativo.

Relaciones con la sociedad

Pérdida de importancia del patriotismo, bajo interés por los asuntos públicos y por el mejoramiento de la sociedad en su conjunto.

Relación con la naturaleza

A partir de los 60 se pasó del dominio de la naturaleza por la tecnología exaltando la generosidad de la naturaleza, al concepto de protección de la naturaleza por la toma de conciencia de su relativa fragilidad.

Relaciones de las personas con el universo

Caída de la religiosidad.

Incremento del secularismo.

Ambiente Político

El sistema institucional no influirá decisivamente en la empresa y la ideología del partido político que este en el poder no influirá de ninguna forma negativa ya que tanto progresistas como conservadores suelen incentivar el sector primario.

- Políticas cambiarias.
- Políticas económicas.
- Políticas fiscales.
- Acuerdos comerciales.

2.2.3.2. Análisis del Microambiente

Según Marcelo Rodríguez dice que el microambiente se refiere a todas aquellas variables intrínsecas de los emprendimientos asociativos y a las cuales normalmente es posible modificar. Del estudio del microambiente surgirán las fortalezas y las debilidades del emprendimiento asociativo.

Mediante la estrategia de mercadeo, se tendera a desarrollar las fortalezas y corregir las debilidades.

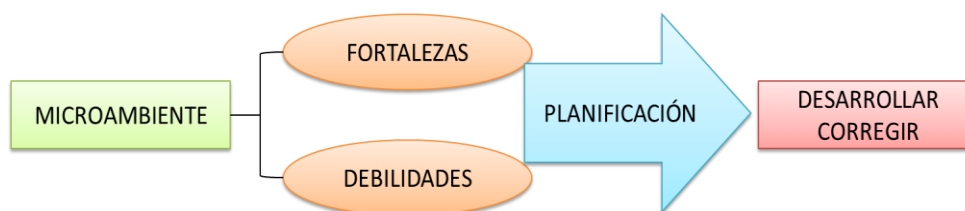


Figura 2. 5 Análisis Microambiente

Tabla 2. 1

Elementos del microambiente

MICROAMBIENTE			
PRODUCCIÓN	ORGANIZACIÓN	RECURSOS PRODUCTIVOS	COMERCIALIZACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Sistema productivo. • Características específicas del producto. • Consideraciones sobre la calidad obtenida – empaque de los productos – procesamiento de los productos. • Volumen de producción. • Estacionalidad de la producción. • Autoconsumo – excedentes. • Previsión de insumos, reproductores. • Costos de producción. • Principales problemas sanitarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Antecedentes. • Organización interna del grupo. • Estatus jurídico. • Número de asociados. • Características de los asociados (sexo, edad, educación formal, etc.) • Inscripciones impositivas. • Vinculación con otros emprendimientos asociativos. • Vinculación con otras organizaciones de productores de 2º y 3º grado. • Apoyo institucional. • Apoyo político. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tierra. • Agua. • Clima. • Capital – financiamiento de actividades. • Infraestructura vial, para procesamiento de productos, de almacenaje, etc. • Servicios de energía eléctrica, transporte de la producción, asesoramiento técnico, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Distancias a los principales centros de consumo. • Canales de comercialización. • Puntos de venta. • Precios de los productos. • Precios de los insumos.

2.2.3.3. Análisis Financiero.

El análisis de los 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 el análisis de estados financieros, cumple con la función esencial de convertir los diferentes datos que dispone una organización o proyecto en información útil.

“El análisis financiero forma parte de un sistema o proceso de información cuya misión es la de aportar datos que permitan conocer la situación actual de la empresa y pronosticar su futuro” (Álvarez, 2004).

El análisis financiero implica el estudio de las relaciones contables, tales como el margen de beneficio neto, y cómo afectan a la liquidez de las empresas. El margen de utilidad neta es igual al ingreso neto dividido por el total de las ventas e indica tendencias de beneficios a corto plazo (eHow, 2014)

2.2.3.4. Aspectos Generales

El análisis financiero es el proceso por el cual se evalúa la situación financiera, presente y pasada, y los resultados de las operaciones de una empresa, con el objetivo de poder establecer las mejores estimaciones y/o predicciones posibles sobre las acciones y sus resultados futuros.

Análisis financiero

Un análisis financiero es el estudio que se hace de la información contable de una empresa (Balance de situación y la Cuenta de Pérdidas y Ganancias), y mediante técnicas analíticas, por ejemplo ratios, obtener de ella medidas que permitan la toma de decisiones. Dependiendo de cómo se enfoque el análisis, este puede ser de selección, de previsión o de diagnóstico.

“El análisis financiero no aminora la necesidad de emplear la capacidad de discernimiento, sino que establece una base firme y sistemática para su aplicación racional” (Fernández y Rodríguez, 2013:7)

Diagnóstico financiero:

Por medio del análisis financiero se llega a un diagnóstico financiero permitiendo a través del estudio de la información que proporciona la contabilidad y de toda la demás información disponible como identificación de amenazas y oportunidades procedentes del entorno, las fortalezas y debilidades internas, determinar la situación financiera de la empresa o de un área específica de ésta, posibilitando la aplicación de estrategias financieras.

2.2.3.5. Análisis Vertical-Horizontal

El análisis e interpretación de los estados financieros permiten a las empresas tomar las decisiones adecuadas en cuanto a la solvencia y liquidez de la misma. Ofreciéndole la oportunidad de crecer en el negocio.

De igual forma el análisis permite identificar el desempeño de las estrategias planteadas por medio de la comprobación de los resultados obtenidos.

Para la realización del análisis financiero de los estados se utilizara las siguientes técnicas:

- ✓ El análisis financiero vertical
- ✓ El análisis financiero horizontal

Análisis Vertical:

El análisis vertical es una de las técnicas más sencillas dentro del análisis financiero y consiste en tomar un estado financiero y relacionar cada una de sus partes con un total determinado, dentro del mismo estado. "... son aquellos que comparan valores de Estados Financieros de una entidad económica que corresponden a un mismo ejercicio contable..." (BARRETO, 2013)

El análisis vertical, consiste en relacionar cada partida de un estado financiero determinado, para luego expresarlo en términos porcentuales.

Análisis horizontal:

El análisis horizontal se ocupa de los cambios en las cuentas individuales de un periodo a otro y, por lo tanto, requiere de dos o más estados financieros de la misma clase, presentados en periodos diferentes. “Llamado también análisis de series de tiempo, consiste en comparar la situación de la empresa a través del tiempo, es decir, con ejercicios anteriores y/o con ejercicios proyectados o futuros” (BARRETO, 2013)

Este análisis también conocido por General o Básico, permite intuir las tasas de incremento o de decremento de las cuentas de un año respecto a otro, mediante el cálculo de variaciones absolutas (números) y relativas (porcientos) de cada componente de los Estados Financieros, para así establecer si un periodo fue bueno, regular o malo.

2.2.3.6. Balance general

El balance general de la empresa describe la posición financiera en la que se encuentra, en un determinado periodo. Dentro de este documento se puede identificar los activos que posee y las obligaciones que sostiene la empresa.

El análisis de los balances también se lo puede conocer como al análisis financiero o análisis contable, la utilización de esta técnica permite evaluar la situación real de la empresa, así como también el alcance de las expectativas planteadas, con la finalidad de tomar las decisiones pertinentes.

2.2.3.7. Estado de resultados

Es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y la utilidad o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo determinado.

La utilidad o pérdida es el resultado de la diferencia entre los ingresos y los gastos; hay utilidad cuando los ingresos son mayores que los gastos, y hay pérdida cuando los ingresos son menores que los gastos.

El estado de resultados posibilita conocer cuáles han sido los ingresos, los gastos y la utilidad o pérdida que ha generado una empresa, al realizar un análisis de la información permite conocer si está generando suficientes ingresos, si está gastando demasiado, si está generando utilidades, si está gastando más de lo que gana, etc.), y, en base al análisis, poder tomar decisiones.

2.2.3.8. Análisis Razones Financieras

Se determina una razón financiera a todos aquellos indicadores que permiten evaluar la realidad económica y financiera de la empresa, así mismo permite determinar la capacidad que posee la empresa para hacer frente a determinadas obligaciones que contraiga, por medio del desarrollo de su operatividad.

Las razones más importantes para la evaluación de la empresa se describen a continuación.

Razón de rentabilidad

“Miden la efectividad de la gerencia para generar utilidades sobre las ventas y la inversión, mediante el control de costos y gastos, y, del correcto uso de los recursos de la empresa” (CLI, 2013).

La rentabilidad es una condición de aquello que es rentable: es decir, que genera renta (provecho, utilidad, ganancia o beneficio). Financiero, por su parte, es lo que se asocia a las finanzas (vinculadas a los caudales o el dinero) La idea de rentabilidad financiera está relacionada a los beneficios que se obtienen mediante ciertos recursos en un periodo temporal determinado.

El concepto, también conocido como ROE por la expresión inglesa (return on equity), suele referirse a las utilidades que reciben los inversionistas (<http://definicion.de>, 2014).

Margen Bruto de Utilidad

Nos indica, cuanto se ha obtenido por cada peso vendido luego de descontar el costo de ventas y va a variar según sea el riesgo y/o el tipo de empresa: Margen Bruto de utilidad=Utilidad Bruta (Ventas Netas – Costos Ventas) / Ventas Netas

Margen Operacional de Utilidad

Nos permite determinar la utilidad obtenida, una vez descontado el costo de ventas y los gastos de administración y ventas. También se conoce con el nombre de utilidad operacional: Margen Operacional de Utilidad = Utilidad Operacional/Ventas Netas

Margen Neto o margen de utilidad

Indicador de rentabilidad que define como la utilidad neta sobre las ventas netas. La utilidad neta es igual a las ventas netas menos el costo de ventas, menos los gastos operacionales, menos la provisión para impuesto de Renta, más otros ingresos menos otros gastos: Margen Neto o margen de utilidad =Utilidad Neta / Ventas Netas

Rendimiento del patrimonio (ROE)

“El índice de retorno sobre patrimonio (ROE por sus siglas en inglés) mide rentabilidad de una empresa con respecto al patrimonio que posee. El ROE nos da una idea de la capacidad de una empresa para generar utilidades con el uso del capital invertido en ella y el dinero que ha generado” (<http://www.gerencie.com>): Rendimiento del patrimonio (ROE)=Utilidad Neta/Patrimonio

Rentabilidad de la Inversión (ROA)

“...mide el rendimiento de los activos totales después de intereses y de impuestos...” (BARRETO, 2013): Rentabilidad de la Inversión (ROA)=Utilidad Neta/Activo Total

Razón de Actividad

Las razones de actividad miden la rapidez con que las cuentas por cobrar o los inventarios se convierten en efectivo. Son un complemento de las razones de liquidez, ya que permiten precisar aproximadamente el período de tiempo que la cuenta respectiva (cuenta por cobrar, inventario), necesita para convertirse en dinero. Miden la capacidad que tiene la gerencia para generar fondos internos, al administrar en forma adecuada los recursos invertidos en estos activos. (javeriana.edu.co, 2015)

Rotación de Cartera

Son los que establecen el grado de eficiencia con el cual la administración de la empresa, maneja los recursos y la recuperación de los mismos: Rotación de cartera=Ventas en el periodo/Cuentas por Cobrar Promedio

Periodo promedio de Cobro:

Mide el tiempo promedio concedido a los clientes, como plazo para pagar el crédito: Periodo promedio de Cobro: Cuentas por Cobrar promedio*360/Ventas a Crédito

Rotación de Inventarios

La rotación de Inventarios es el indicador que permite saber el número de veces en que el inventario es realizado en un periodo determinado. Permite identificar cuantas veces el inventario se convierte en dinero o en cuentas por cobrar (se ha vendido): Rotación de Inventarios=Costo de Ventas del periodo/ Inventario promedio de mercaderías

Inventario promedio = (Inventario Inicial + Inventario Final) / 2

Duración Inventario

Duración Inventario=360/ rotación inventario

Proveedores

Rotación:

Este indicador permite medir el tiempo que le toma a la empresa rotar sus recursos que se mantiene inmovilizados dentro de la misma.

Entre ellas tenemos:

- ✓ Rotación de inventarios,
- ✓ Rotación de cartera,
- ✓ Rotación de las obligaciones o cuentas por pagar,

La fórmula para calcular la rotación de las cuentas por pagar se describe a continuación: Rotación de cuentas X pagar= Compras a Crédito / Cuentas por Pagar promedio

Promedio de Pago

Promedio de Pago= 360/ Rotación de Cuentas por Pagar

Razón de liquidez

Son las razones financieras que nos facilitan las herramientas de análisis, para establecer el grado de liquidez de una empresa y por ende su capacidad de generar efectivo, para atender en forma oportuna el pago de las obligaciones contraídas.

Razón Corriente:

Es un índice generalmente aceptado de liquidez a corto plazo, que indica en qué proporción las exigibilidades a corto plazo, están cubiertas por

activos corrientes que se esperan convertir a efectivo, en un período de tiempo igual o inferior, al de la madurez de las obligaciones corrientes:

Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo corriente

Prueba de Ácido:

Se determina como la capacidad de la empresa para cancelar los pasivos corrientes, sin necesidad de tener que acudir a la liquidación de los inventarios: Prueba de Ácido= (Activo Corriente – Inventarios) / Pasivo Corriente

Liquidez Inmediata:

Mide la capacidad que tiene la entidad de atender sus compromisos a corto plazo con los activos líquidos que posee: Liquidez Inmediata= (Efectivo + Equivalente Efectivo) / Pasivo a Corto Plazo

Razón de Endeudamiento:

Son las razones que nos facilitan establecer el nivel de endeudamiento de la empresa o lo que es igual a establecer la participación de los acreedores sobre los activos de la empresa

Nivel de Endeudamiento:

Nos permite establecer el grado de participación de los acreedores, en los activos de la empresa y se determina: Nivel de Endeudamiento= Total de Pasivo / Total de Activo

Concentración del Endeudamiento:

Establece que porcentaje del total de los pasivos tiene vencimiento corriente (menor de un año): Concentración del Endeudamiento= Pasivo Corriente / Pasivo Total con terceros

2.2.3.9. Método DUPONT

El sistema DUPONT es una técnica que permite analizar la rentabilidad de la empresa, combinando los principales indicadores de rentabilidad que son: Margen de Utilidad, Rendimiento sobre el Activo y el Multiplicador del Patrimonio Neto.

El sistema DUPONT es una de las razones financieras de rentabilidad más importantes en el análisis del desempeño económico y operativo de una empresa. El sistema DUPONT combina los principales indicadores financieros con el fin de determinar la eficiencia con que la empresa está utilizando sus activos, su capital de trabajo y el multiplicador de capital (Apalancamiento financiero) (Gerencie, 2012).

Du Pont= $(\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas}) * (\text{Ventas} / \text{Activo Total}) * (\text{Activo Total} / \text{Patrimonio})$

2.2.3.10. Análisis FODA

La matriz DAFO surge como consecuencia de la aplicación del análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) en el campo de las matrices. A través de ella se buscan las diferentes combinaciones entre los factores internos, es decir, los recursos y capacidades capaces de generar fortalezas o de presentar debilidades, y los aspectos externos, reveladores de amenazas, pero también de oportunidades de negocio.

La combinación de los cuatro aspectos se recogen en un cuadro o matriz que agrupa las estrategias en:

- FO (fortalezas/oportunidades).
- DO (debilidades/oportunidades).
- FA (fortalezas/amenazas).
- DA (debilidades/amenazas).

Las estrategias del tipo FO son las más obvias, ya que tratan de combinar las fortalezas de la empresa para aprovechar las oportunidades externas del mercado. Presentan la situación ideal, puesto que un mercado con oportunidades y una organización deseosa de aprovecharlas y con recursos y capacidades para lograrlo avalan una estrategia exitosa.

En realidad, el resto de las estrategias suelen estar encaminadas a conseguir posiciones que permitan desarrollar estrategias FO. Las debilidades tratan de superarse y convertirse en fortalezas y las amenazas intentan evitarse buscando «nichos estratégicos» que presenten oportunidades.

Las estrategias del tipo DO intentan superar las debilidades internas actuando en campos en los que las oportunidades son amplias.

No siempre es posible explotar las oportunidades del entorno cuando la situación interna es de debilidad en cuanto a recursos y capacidades se refiere, pero a veces la búsqueda de apoyos a través de alianzas o la superación de algunas de las limitaciones internas permiten aprovechar las oportunidades de mercado. Las estrategias del tipo FA aprovechan las fortalezas internas para contrarrestar o evitar las amenazas externas. Aunque las amenazas no pueden evitarse, si se puede, en muchas ocasiones, minimizar su impacto.

	Fortalezas – F 1.- 2.- 3.- 4.-	Debilidades – D 1.- 2.- 3.- 4.-
Oportunidades – O 1.- 2.- 3.- 4.-	Estrategias – FO 1.- 2.- 3.- 4.- Utilizar las fuerzas para aprovechar las oportunidades	Estrategias – DO 1.- 2.- 3.- 4.- Aprovechar las oportunidades para superar los déficit
Amenazas – A 1.- 2.- 3.- 4.-	Estrategias – FA 1.- 2.- 3.- 4.- Utilizar las fuerzas para evitar las amenazas	Estrategias – DA 1.- 2.- 3.- 4.- Reducir debilidades y evitar amenazas

Figura 2. 6 Matriz DAFO

Por último, las estrategias del tipo DA son meras tácticas defensivas que intentan disminuir la debilidad interna y atrincherarse frente a las amenazas del entorno. Los pasos a seguir para construir una matriz DAFO son ocho:

1. Hacer una lista de las oportunidades externas clave para la organización.
2. Hacer una lista de las amenazas externas clave para la organización.
3. Hacer una lista de las fortalezas internas clave.
4. Hacer una lista de las debilidades internas clave.

5. Combinar las fortalezas con las oportunidades clave o críticas e inscribir las posibles estrategias tipo FO en la casilla correspondiente de la matriz.
6. Adecuar las debilidades internas con las oportunidades externas y registrar las estrategias resultantes del tipo DO posibles en la casilla adecuada.
7. Adecuar las fortalezas a las amenazas externas y consignar las estrategias posibles del tipo FA en la casilla correspondiente.
8. Combinar las debilidades con las amenazas y registrar las estrategias posibles del tipo DA en la casilla correspondiente.

En cualquier caso, esta matriz es más bien un mecanismo de representación conjunta de fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que una técnica de evaluación, ya que la selección de las «parejas» de factores a considerar y la elección de la estrategia acorde con dicha selección se deja en manos de quien construye la matriz, que, lógicamente, obrará de acuerdo con su criterio más que con unas reglas predefinidas. En todo caso, es una técnica más de representación de las opciones estratégicas y de su fundamentación que puede ayudar en una posterior discusión acerca de la estrategia o estrategias a utilizar (Buj, 2006).

2.2.4. Estrategias

2.2.4.1. Definición

“La estrategia es un marco de referencia para las decisiones de una empresa que conforman su naturaleza y rumbo. Una estrategia será práctica y útil si un marco de referencia que especifique el alcance y los límites de cada área de decisión” (www.academiadeinversion.com, 2014).

Estrategia es la dirección y el alcance de una organización a largo plazo, y permite conseguir ventajas para la organización a través de su configuración de recursos en un entorno cambiante, para hacer frente a las

necesidades de los mercados y satisfacer las expectativas de los stakeholders (Johnson, 2001) .

Estrategias Financieras

Se conoce la estrategia financiera como 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.

2.2.4.2. Tipos De Estrategias

Existen tres tipos de clasificaciones de las estrategias genéricas que han pasado a la literatura académica como un referente para todos los que abordan estos temas. La primera de ellas, que data nada menos que de 1965, se debe a Igor Ansoff y se deriva de la matriz preconizada por este autor que agrupa las estrategias en cuatro grupos:

1. Penetración del mercado.
2. Desarrollo del producto.
3. Desarrollo del mercado.
4. Expansión geográfica o diversificación.

La estrategia de penetración se basa en los productos y mercados existentes de antemano e intenta la expansión en el mercado directamente o a través de la adquisición de empresas ya existentes. La estrategia de desarrollar el mercado intenta ampliar el negocio buscando nuevos segmentos de mercado o nuevos canales de distribución, aunque también puede buscar la consolidación del mercado al retirarse de aquellos segmentos que ya no se consideran eficientes para la empresa. La estrategia de desarrollar del producto busca la ampliación del producto o la venta de uno nuevo en un mercado ya existente. Por último, la estrategia de expansión geográfica o de diversificación busca ofrecer nuevos productos en nuevas áreas geográficas.

Quince años más tarde, Michael Porter estableció su famosa clasificación de estrategias genéricas, a las que agrupa en:

1. Estrategia de liderazgo en costes.
2. Estrategia de especialización o segmentación.
3. Estrategia de diferenciación.



Figura 2. 7 Las estrategias genéricas según Michael Porter

Esta clasificación descansa sobre la base de dos variables como son la ventaja competitiva y el tipo de enfoque competitivo. Tiene dos grandes ventajas sobre el resto, la primera deriva de su generalización y del conocimiento de la misma que tienen la mayoría de las personas que se dedican a la enseñanza de la dirección estratégica y trabajan sobre estos temas en las empresas especializadas. La segunda se debe a su simplicidad, pues sobre la base de la ventaja competitiva se establecen solamente dos grandes bloques en los cuales estarían representadas todas las estrategias. En opinión de algunos, esta clasificación es, sin embargo, demasiado limitada, ya que las estrategias de costes en muchas ocasiones se confunden, o mejor dicho, en realidad suelen ser estrategias de precios. Por otro lado, la diferenciación y la especialización no siempre son suficientes para explicar todas las acciones estratégicas.

Si bien sobre la misma base podríamos también hablar de una clasificación en dos únicos grupos, esto es, de la mera diferencia entre estrategias basadas en los costes y estrategias basadas en la diferenciación.

1. Cuando las organizaciones quieren mantener un liderazgo en costes deben estudiar su cadena de valor profundizando en los diferentes elementos que la componen y viendo cómo pueden conseguirse rebajas o costes mínimos en cada una de las fases de dicha cadena.

Pero no siempre el minimizar costes es posible y tampoco es el único camino a través del cual las organizaciones pueden obtener o mantener ventajas competitivas frente al resto. Al hablar de liderazgo en los costes, estrategia sumamente común en los años setenta debido a la popularización de la curva de experiencia, conviene señalar como este tipo de estrategia requiere:

- Una construcción de instalaciones para producir grandes volúmenes de forma eficiente.
- Un alto control de los costes y gastos indirectos.
- Minimizar los costes de I + D, publicidad, servicio, etc.

Según Michael Porter, en el uso de este tipo de estrategias « [...] el bajo coste en relación con los competidores es el tema que recorre toda la estrategia, aunque la calidad, el servicio y otras áreas no puedan ser ignoradas [...] »

Las principales ventajas que suelen asociarse a este tipo de estrategias son las siguientes:

- Puede ser utilizada por productos que no se diferencian apenas unos de otros.
- Genera rendimientos mayores a pesar de la competencia.
- Es una defensa contra la rivalidad de los competidores al tener precios bajos.

- Es también una defensa ante proveedores que suben los precios, pues se tiene experiencia en producir a costes muy bajos.
- Genera barreras de entrada frente a posibles sustitutos.

2. La estrategia diferenciación, consiste en buscar estrategias que diferencien a la organización del resto. El concepto de cadena de valor permite buscar diferenciaciones en todas y cada una de las fases de la misma; así, por ejemplo, un restaurante puede diferenciarse tanto en términos de la calidad de la comida como del tipo de cocina que practica. La estrategia de diferenciación del producto o servicio tiene como objetivo el crear algo que sea percibido por el mercado como único. Así, cabe diferenciarse por la imagen de marca como Mercedes, por el diseño como Bang & Olufsen, por la tecnología, por el servicio, etc. Michael Porter afirma que « [...] puede ser que la diferenciación no sea compatible con los bajos costes y con los precios de los competidores para productos comparables y rivales [...] »

3. La especialización o segmentación procede de las posibilidades que ofrecen los mercados amplios, en muchos casos la estrategia no tiene por qué dirigirse a la totalidad del mercado, sino a una parte concreta del mismo. Así pues, también existen muchas formas de estrategias genéricas que no consisten en actuar sobre la totalidad del mercado, sino sobre algún producto o servicios concreto o sobre un grupo diferenciado de consumidores. Su objetivo es el servir más eficazmente y de forma más efectiva a las necesidades de los clientes que los competidores que compiten de una forma más general. Cuando se habla de formas de segmentación caben cuatro enfoques, a saber:

Tabla 2. 2

Formas de segmentación

ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN	ESTRATEGIA DE NO SEGMENTACIÓN	ESTRATEGIA DE NICHOS	ESTRATEGIA INDIVIDUALIZADA
<ul style="list-style-type: none"> • Simple • Detallada • Comprensiva • Selectiva 	<ul style="list-style-type: none"> • Generalista • Universal 	<ul style="list-style-type: none"> • Grupos de compradores • Un segmento de la línea de producto • Un mercado geográfico 	<ul style="list-style-type: none"> • Individualizada pura • Tailorized customization (diseño básico modificable durante el proceso de producción) • Individualización estandarizada (producto montado con componentes estándar, pero según necesidades del cliente).

Las ventajas derivan de una diferenciación de los competidores de servir a coste inferiores, y en el caso de alcanzarse cuotas elevadas, los rendimientos suelen ser altos.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS SITUACIONAL Y DIAGNÓSTICO ADMINISTRATIVO, OPERATIVO Y FINANCIERO DE LA EMPRESA DISAMA CÍA. LTDA.

3.1. Aspectos Generales de la empresa

3.1.1. Antecedentes sobre su creación y evolución

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 con el RUC 1890066573001, siendo el camino para ejecutar sus ideales: DISAMA Cía. Ltda.

Conscientes de que es necesario respaldarse institucionalmente, la empresa se afilia a la Cámara de Comercio y Cámara de Industrias de Ambato. Posteriormente en 1987 invitan al señor Ángel Soria A. (+) y Dr. Jaime Castillo R., a adherirse a este gran propósito, que es de generar trabajo para sus inversores y colaboradores.

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.

Actualmente la firma tiene la siguiente composición de accionistas:

Tabla 3. 1**Accionistas de DISAMA CÍA. LTDA.**

#	ACCIONISTA	VALOR NETO EN DÓLARES
1	Castillo Ríos Jaime Gilberto	9.935,00
2	Mayorga Castillo Fanny Estela	50.916,00
3	Mayorga Castillo Juan Oswaldo	19.455,00
4	Salazar Castillo César Enrique	161.234,00
5	Salazar Carrión Mayra	19.223,00
6	Salazar Silva Marlon	19.223,00
7	Salazar Silva Katty	19.223,00
8	Salazar Silva Pablo	19.222,00
9	Silva Noboa Dalba	76.891,00
10	Soria Castillo Angel Patricio	3.039,00
11	Soria Castillo Blanca Isabel	1.863,00
12	Soria Castillo Idak Soraya	1.863,00
13	Soria Castillo Lupe Susana	1.863,00
	Total	403.950,00

Fuente: Estados Financieros de La Empresa

Análisis:

La composición de los valores de los accionistas muestra que tres personas, claramente, pueden controlar las decisiones de la empresa, César Salazar con 161.234,00 USD, Dalba Silva con 76.891,00 USD y Fanny Mayorga con 50.916,00 USD,

Estas tres personas tienen el 71,5 % del capital contable de la entidad y, si están unidos en los criterios, sus decisiones serán inapelables. Dos de ellas son de la familia fundadora.

Este tipo de estructura, generalmente, no es la más favorable porque la Junta de Accionistas se convierte en un mercado imperfecto donde incluso, las buenas ideas, pueden ser desechadas para servir intereses que pudieran no ser favorables a la entidad.

Lo ideal es que esta estructura fuera más equitativa pero el libre mercado impide establecer controles sobre la libre compra y venta de acciones y, a menos que estas fueran preferentes, junto con la concentración de acciones se centraliza el poder. Se comenta sobre las preferentes porque estas, generalmente, no tienen voto en la Junta de Accionistas.

3.1.2. Ubicación geográfica y disponibilidad de servicios básicos

DISAMA Cía. Ltda., en base a los puntos cardinales, sus coordenadas son: $1^{\circ}15'58.02''$ S; $78^{\circ}36'34.8''$ W con 2653 MSNM, En base a su división política, se encuentra ubicado en Ecuador, Provincia del Tungurahua, Cantón Ambato, Parroquia Pishilata, en la Vía a Tangaiche y Av. El Cóndor S/N American Park, en el sector del Mercado Mayorista de Ambato, donde funciona la planta de producción de fideos y pastas y su planta de distribución y comercialización a distribuidores y consumidor final, cuenta con los servicios básicos de Agua, Luz y teléfono, cuenta con infraestructura para transmisión de datos (internet), así como sus instalaciones para el área administrativa y comercial.



Figura 3. 1 Ubicación geográfica y disponibilidad de servicios básicos

Adicionalmente cuenta con una plataforma de ventas online con página web en la dirección: <http://www.DISAMA.ec>, a través de la cual sus clientes pueden acceder para realizar sus respectivos pedidos y compras.



Figura 3. 2 Tienda Virtual DISAMA CIA. LTDA.

Análisis:

La empresa tiene una buena ubicación geográfica pues se encuentra cerca de su principal proveedor que resulta su propia fábrica de fideos y pastas al tiempo que sus principales clientes también están relativamente cerca. Esto le agrega un valor sustancial pues los gastos se reducen y la oportunidad aumenta debido a la cercanía en la cadena logística cliente - proveedor – cliente – proveedor. Además tiene una infraestructura sólida y locales socio - administrativos suficientes. Así, desde este punto, la entidad es ventajosa.

3.1.3. Filosofía de la empresa

La siguiente información de la empresa DISAMA CÍA. LTDA fue proporcionada por la dirección de la organización:

- **Misión:**

Brindar un servicio de calidad para abastecer el mercado local.
(DISAMA CIA. LTDA)

Análisis:

A esta Misión le faltan elementos como los que siguen:

1. No se sabe con qué personal cuentan ni cuán motivados están.
2. No tratan la oferta, ni la calidad de sus proveedores.
3. No abundan sobre las características de sus clientes.
4. No explican los recursos con que cuentan para dar un servicio de calidad.

- **Visión:**

Ser líder a nivel nacional en la producción y distribución de productos de primera necesidad. (DISAMA CIA. LTDA)

Análisis:

La visión carece de lo que sigue:

1. No se señala para cuánto tiempo se fija lograrla.
2. Para ser líder a nivel nacional deben pasar muchos años, sobre todo teniendo en cuenta los últimos resultados.
3. No tratan la competencia que, en su caso, es fuerte.
4. No destacan las ventajas que puede traerle alguna regulación gubernamental que grave la importaciones de productos similares a los que la empresa vende.

- **Principios y Valores:**

Principios:

- Participación económica de los socios.
- Autonomía e Independencia.

- Compromiso con la comunidad. (DISAMA CIA. LTDA)

Análisis:

Los principios son valores esenciales y la participación económica no lo es, la participación económica es un acto monetario con el que se espera obtener una retribución que supere el rendimiento sin riesgo del país.

La autonomía y la independencia son sinónimos por lo que huelga el planteamiento, es lo uno o lo otro, pero nunca ambos.

Valores:

- Confianza.
- Compromiso.
- Cooperación.
- Honestidad.
- Integridad.
- Justicia Social.
- Lealtad.
- Respeto.
- Responsabilidad.
- Solidaridad
- Trabajo en Equipo. (DISAMA CIA. LTDA)

Análisis:

Hay varios valores que se contienen unos a otros como: Trabajo en Equipo contiene Cooperación, Solidaridad contiene a Respeto, Honestidad contiene Compromiso e Integridad contiene Responsabilidad. Por último Justicia Social es un valor de difícil práctica por una empresa. Habitualmente, estos conceptos se resuelven en una tormenta de ideas, se anotan las más sobresalientes y no se analiza lo que significan todas ellas, luego se queda así y casi nunca se cambian.

- **Objetivos:**

Objetivo General

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes potenciales en el ámbito provincial y nacional. (DISAMA CIA. LTDA)

Análisis:

Es notorio que no se incluya la necesidad vital que las empresas tienen de ganar dinero cada vez más, honestamente. Ellas son las principales contribuyentes del Presupuesto del Estado desde donde se redistribuye la riqueza del país. Esa es su forma de hacer Justicia Social, no parece que el valor que se señaló antes contuviera este concepto.

Objetivos Específicos

- Mantener y mejorar la calidad de nuestra producción.
- Poder importar directamente de nuestros proveedores los productos a comercializar.
- Mantener y mejorar el nivel administrativo.
- Alcanzar en un 100 % el cupo de ventas. (DISAMA CIA. LTDA)

Análisis:

Los tres primeros objetivos específicos pueden ser alcanzables pero el cuarto es una tarea complejísima, supone monopolizar el mercado, algo que a corto plazo parece imposible para la Organización, ya lo es para la Visión, a la que no le ponen fecha.

Organigrama Estructural

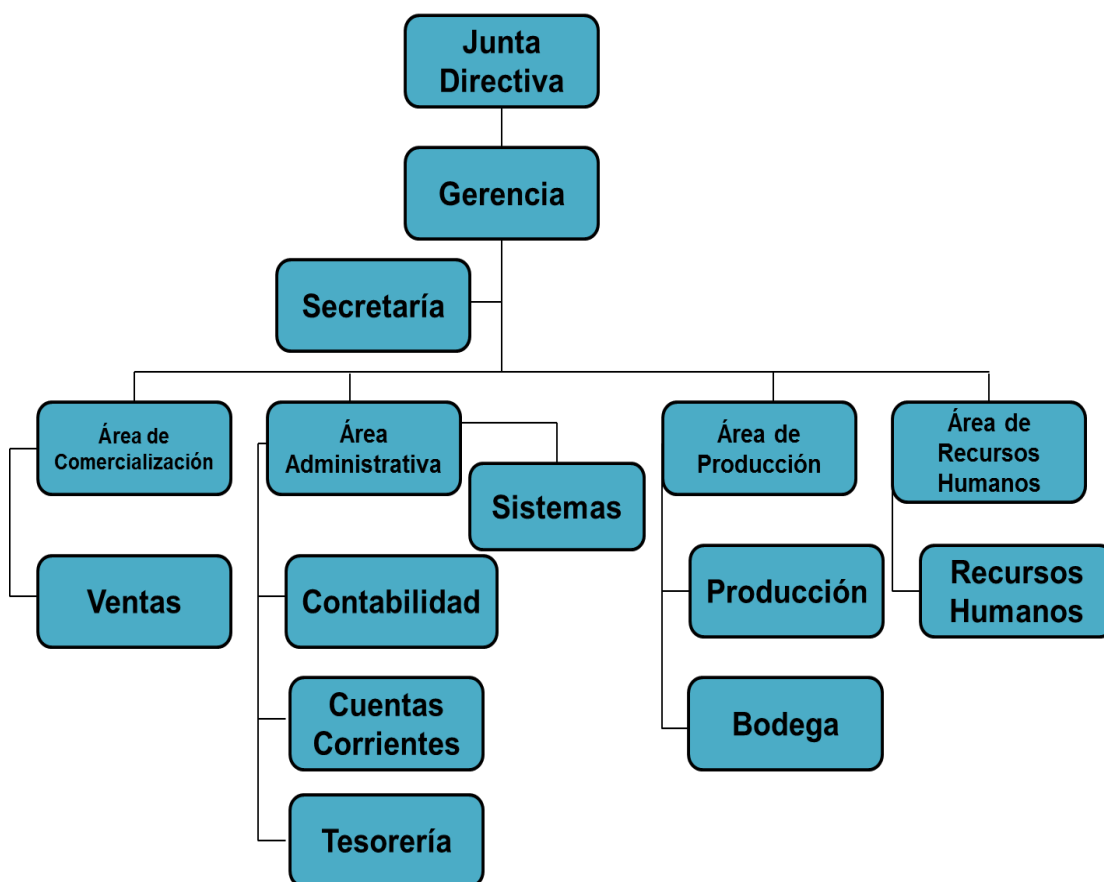


Figura 3. 3 Organigrama Estructural DISAMA CIA. LTDA.

Estructura administrativa

Junta general de accionistas

Funciones:

- Elegir al Presidente de la Compañía, a los Vicepresidentes, al Gerente General, al Subgerente General y fijarles sus retribuciones.
- Nombrar y remover a los vocales del directorio, y auditores externos de la compañía.
- Fijar la retribución de los funcionarios por ella elegidos o nombrados.
- Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales.

- Resolver sobre el aumento de capital autorizado, decidir sobre la suscripción, pago y aumento de capital hasta por el límite del autorizado, así como resolver respecto de la constitución de Reservas Especiales o Facultativas, la Amortización de Acciones y, en general, las modificaciones al contrato social y los estatutos.
- Resolver la fusión, escisión, transformación, disolución y liquidación de la compañía de acuerdo con la Ley y los presentes estatutos.
- Absolver las consultas que formule el Directorio.
- Resolver sobre el establecimiento de Sucursales, agencia u oficinas en cualquier lugar del País o el Exterior.
- Resolver sobre las proposiciones que le hagan los accionistas dentro de sus facultades.

Gerencia

Funciones:

- Representar legalmente a la compañía. Ser responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional.
- Planear, dirigir y controlar las actividades de la empresa.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales. Ejercer autoridad funcional sobre el resto de cargos administrativos y operacionales de la organización.
- Revisar y autorizar el pago de sueldos, salarios y beneficios de ley como Décimos, Utilidades, entre otros.
- Autorizar préstamos y anticipos.
- Autorizar y revisar cuentas por pagar.
- Autoriza el pago a proveedores.
- Autorización de incrementos de sueldo.
- Revisar y controlar los permisos de operación y renovación de la documentación legal como los Contratos.

- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- Dirigir e intervenir en todos los negocios y operaciones de la compañía.
- Abrir cuentas bancarias y girar, aceptar y endosar letras de cambio y otros valores negociables, cheques u órdenes de pago, a nombre y por cuenta de la compañía.
- Comprar, vender o hipotecar inmuebles para beneficio de la empresa.
- Revisar los estados financieros de la compañía.
- Presentar anualmente a la Junta General un informe sobre los negocios sociales, incluyendo cuentas, balance y los documentos que sean pertinentes.
- Prescindir y convocar a Juntas Generales y actuar como secretario de las mismas.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, empleados y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

Secretaría

Funciones:

- Redactar documentaciones específicas y elaborar informes y presentaciones.
- Buscar información a través de internet y gestionar el email.
- Gestionar archivos.
- Filtrar llamadas.
- Llevar a cabo la comunicación y coordinación con el resto de los departamentos.
- Organizar reuniones, recibir visitas externas y gestionar viajes.

Área comercialización

Ventas

Funciones:

- Ventas de productos.
- Entrega de productos a clientes.
- Elaboración de preformas.
- Abrir y cerrar hojas de trabajo.

Área administrativa

Contabilidad

Funciones:

- Elaboración y revisión de asuntos contables – financieros.
- Análisis y registro de cuentas.
- Conciliaciones Bancarias.
- Control de asuntos tributarios.
- Preparación de los reportes para importaciones.
- Arqueo y Control de cajas.
- Elaboración del listado para pagos semanales.
- Pago de cheque a proveedores.
- Registro y actualización del Libro Diario.
- Otorgar créditos.
- Control de vencimientos y cancelaciones.
- Control de cartera vencida.
- Control de cheques protestados.
- Coordinar con Caja el ingreso de dinero recaudado.
- Otorgar visto bueno en cheques.
- Aprobación de solicitudes de crédito.

Sistemas

Funciones:

- Diseño y desarrollo de programas.
- Generar reportes e informes de acuerdo a las necesidades de los diferentes departamentos.
- Obtener respaldos diarios de la información del sistema.
- Verificar el funcionamiento óptimo de computadoras y del sistema.
- Solucionar problemas de computadoras y del sistema.
- Capacitar y dar soporte a los usuarios.
- Supervisar el mantenimiento de las computadoras.
- Instalar y mantener la red física.
- Chequear y componer problemas en las bases de datos del sistema

Área de producción

Producción

Funciones:

- Selección de máquinas y equipos adecuados para la producción.
- Abastecimiento de materias primas.
- Organización del espacio físico dedicado a la producción.
- Control del proceso productivo.
- Almacenamiento de materias primas, productos en proceso y productos terminados.
- Control de calidad.

Bodega

- Coordinar los siguientes trabajos:
- Recepción de mercaderías.
- Entrega de mercaderías.
- Control de distribución de bodega.

- Control de inventario de bodega.

Área de recursos humanos

Funciones:

- Contratación del personal.
- Confección y control de nóminas y seguros.
- Control de infracciones y sanciones.
- Extinción de contratos.
- Planificación de plantillas.
- Acogida y formación de trabajadores.
- Motivación de empleados.
- Prevención de riesgos laborales.
- Valoración de puestos de trabajo.
- Gestión de remuneraciones.

3.1.4. Productos que produce y distribuye DISAMA CÍA. LTDA.

Los productos que la empresa produce son los fideos y pastas, mismos que los distribuye a través de su canal de comercialización, en conjunto con el resto de productos que comercializa de sus proveedores tales como: Nestlé, Colgate, Nirsa, Iris, Rey Ventas, Kimberly Clark, Bic, Dispacific, Loor Igail, Café Minerva, Pydaco entre otras.

Tabla 3. 2

Segmento de productos de DISAMA CÍA. LTDA.

Alimentos	Limpieza	Cuidado Personal	Confitería	Licore s
Aceites	Ambientales	Papel higiénico	Caramelos	Cremas
Harinas	Cera de pisos		Chicles	Whisky
Granos		Cuidado dental	Chocolate	

CONTINÚA 

Sardinias	Detergentes, jabones y suavizantes		Chupetes
Atunes		Shampoo	Galletas
Lácteos	Baño y Cocina	Jabón de tocador	
Bebidas			
Café	Focos	Medicina	
Té	Guantes	Toallas higiénicas	
Cereales	Servilletas y toallas		
Conservas y enlatados			
Culinarios	Productos desechables		
Fideos y pastas			
Repostería y semi-listos	Desinfectantes		

3.1.5. Clientes y usuarios de los productos y servicios

DISAMA CIA. LTDA, al poseer una cadena de producción y comercialización cuyos clientes 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, sin embargo su ubicación no es una limitante para el acceso al resto de clientes de la ciudad de Ambato, puesto que dispone de un supermercado online, en el cual sus clientes pueden realizar sus pedidos, mismos que son entregados a domicilio sin recargo alguno.



Figura 3. 4 Supermercado en LÍNEA DISAMA

3.1.6. Disponibilidad de recursos (humanos, equipamiento, infraestructura)

DISAMA Cía. Ltda., cuenta con los siguientes recursos humanos: Administración 9 personas, Bodega 9 personas, Ventas 7 personas, Producción 13 personas, cuenta con una propiedad, la cual está distribuida en: área de producción, área comercial y área administrativa, misma que se encuentra debidamente distribuida y equipada con una red informática, la cual permite el uso y la gestión del software VINFACA, el mismo que se encuentra distribuido por los módulos: Comercial, Producción (utiliza la fábrica), Contabilidad (roles y Activos Fijos).

Dentro de su equipamiento, aparte de la planta de producción, dispone de una flota de camiones lo cual permite incluir en sus servicios la entrega a domicilio de los pedidos.

Estas son ventajas que la empresa posee y a las que no ha logrado sacarle partido en los últimos años.

3.2. Análisis Situacional

3.2.1. Análisis externo

El análisis externo de la Distribuidora Salazar Mayorga DISAMA CIA. LTDA. Se basa en el estudio de los diferentes factores que intervienen en el desenvolvimiento social en el mercado y son los siguientes:

3.2.1.1. Macroambiente

El Macroambiente está constituido por todos los factores externos que inciden directamente en las actividades de la distribuidora DISAMA CIA. LTDA., entre los principales factores que inciden tenemos:

- **Factores políticos legales**

La legislación de la Distribuidora Salazar Mayorga DISAMA CIA. LTDA será la habitual en las Sociedades Anónimas, se rige y cumple con los siguientes cuerpos legales:

- Constitución Política de La República del Ecuador
- Ley de Compañías
- Ley de La Contraloría General del Estado
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.
- Ley de Auditoría Externa
- Servicio de Rentas Internas
- Código de Trabajo
- Principios De Contabilidad Generalmente Aceptados
- Normas Ecuatorianas De Contabilidad
- Reglamento Interno

Cumplir con los diferentes Cuerpos Legales favorece la posición de la empresa en el entorno, le da crédito ante clientes, proveedores y sus pares y respeto ante las autoridades.

- **Factores económicos**

Los indicadores económicos son valores que muestran estadísticamente el comportamiento de la economía, los mismos ayudan en el análisis y prevención de esta.

“El ambiente económico está integrado por factores que afectan el poder de compra del consumidor, el PIB, canasta básica, riesgo país.” (Kottker, 1998, pág. 157)

- **Canasta Familiar Básica y Canasta Familiar Vital**

Estas canastas se refieren a un hogar promedio de 4 miembros con 1,6 perceptores que ganar están constituidas por 75 artículos de los 299 que conforman la canasta de artículos (Bienes y Servicios), del Índice de Precios al Consumidor (IPC). Los artículos que conforman estas canastas analíticas, se considera que son imprescindibles para satisfacer las necesidades básicas del hogar considerado en: alimentos y bebidas, vivienda, indumentaria y misceláneos.

Según el INEC, el ingreso mínimo familiar mensual (1,6 perceptores de ingresos) es de 634,67 dólares al mes de enero del presente año y la Canasta Familiar Básica para ese mismo mes fue de 634,67 dólares, en tanto que la Canasta Familiar Vital alcanzó un costo de 449,54 dólares. El Salario Básico Unificado para el año 2014 es de 340 dólares mensuales. El Salario Nominal Promedio para el año 2014 es de 396, 67 dólares mensuales. (INEC, 2014)

Tabla 3. 3

Canasta Familiar Anual (USD)

AÑO	COSTO CANASTA BÁSICA	COSTO CANASTA VITAL	INGRESO FAMILIAR
2001	292.33	221.1	200.73
2002	336.3	254.79	221.26

CONTINÚA 

2003	370.74	260.85	253.17
2004	388	270.58	265.95
2005	426.43	286.43	277.84
2006	447.55	303.07	298.67
2007	460.8	321.19	317.28
2008	500.35	351.87	373.12
2009	520.72	368.3	406.72
2010	538.64	385.28	447.68
2011	561.12	404.18	492.8
2012	588.88	426.71	545.07
2013	620.86	593.60	602.48
2014	646.30	634.67	666.03

Si se contara con el dato de salario promedio por trabajador se podrían efectuar comparaciones que permitieran valorar la variación con los ingresos familiares a nivel macroeconómico.

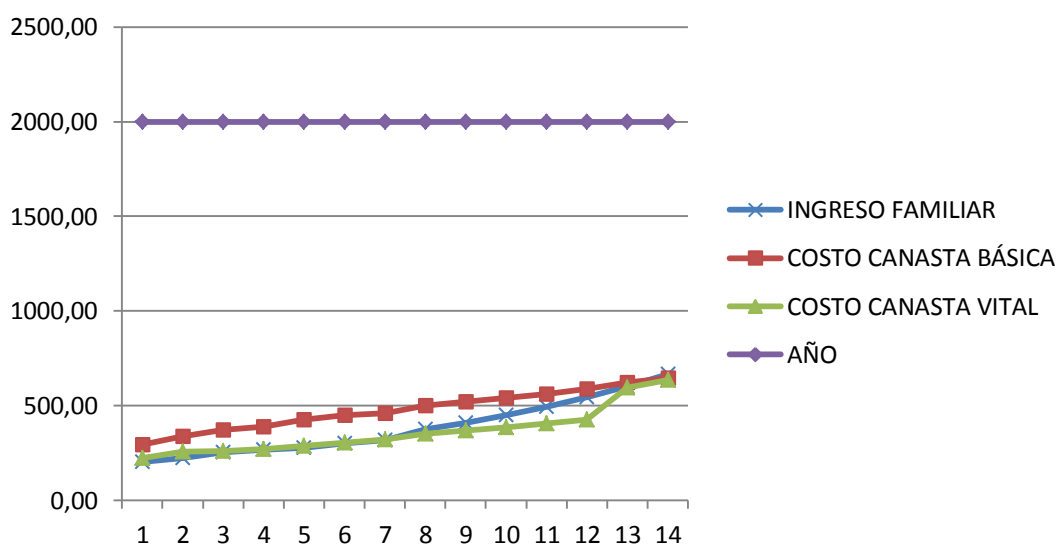


Figura 3. 5 Canasta Familiar Anual (USD)

- **Producto interno bruto (PIB)**

Es un parámetro de crecimiento económico. Es el valor de todos los bienes y servicios finales que se producen en una región o país durante un periodo.

El crecimiento del PIB significaría un mejor poder adquisitivo para los ecuatorianos, sin duda representaría mayor consumo.

La influencia del producto interno bruto incide directamente en el crecimiento de la empresa, puesto que mayor ingreso del capital circulante en el país, proporciona a la sociedad mayor capacidad de consumo y por ende mejoramiento de la rentabilidad empresarial.

Tabla 3. 4

PIB del Ecuador 2010-2013 (Miles de Dólares)

PRODUCTO INTERNO BRUTO DEL ECUADOR 2010-2013				
Años	2010	2011	2012	2013
PIB PETROLERO	6,591.049	6,891.756	6,794.739	7,015.846
PIB NO PETROLERO	47,076.717	50,616.022	53,456.391	56,400.26
PIB POR OTROS INGRESOS	2,444.619	2,771.508	3,042.268	3,183.065
PIB TOTAL	56,112.385	60,279.286	63,293.398	66,599.171

Tabla 3. 5

Tasa de variación del PIB

TASA DE VARIACIÓN DEL PIB				
Años	2010	2011	2012	2013
PIB PETROLERO	-3.5	4.6	-1.4	1.7
PIB NO PETROLERO	3.4	7.5	5.6	3.6
PIB POR OTROS INGRESOS	10.8	13.4	9.8	20.1
PIB TOTAL	10.7	25.5	14	25.4

El valor del 2014 no ha sido posible localizarlo en términos absolutos, solo en porcentajes y variaciones de modo que no es posible efectuar comparaciones con la empresa.

- **Riesgo País**

A pesar de que los principales índices del Ecuador han experimentado una recuperación notable, la calificación de riesgo a nivel internacional mantiene, a través de los cuadros de calificación de países, una opinión desfavorable para el Ecuador (CCC+). Internacionalmente al Ecuador se lo percibe como un país inestable políticamente y vulnerable a shocks externos entre los cuales se encuentra la posible caída de los precios del petróleo, además de una desconfianza en su situación económica.

Tabla 3. 6

Riesgo País

Fecha	Valor	Variación
12/12/2014	947	7,49%
11/12/2014	881	17,31%
10/12/2014	751	8,37%
09/12/2014	693	5,32%
08/12/2014	658	6,65%
05/12/2014	617	1,98%
04/12/2014	605	1,00%
03/12/2014	599	-0,66%
02/12/2014	603	-0,66%
01/12/2014	607	10,36%
28/11/2014	550	0,00%
27/11/2014	550	0,00%
26/11/2014	550	-3,34%
25/11/2014	569	1,07%

CONTINÚA 

24/11/2014	563	-1,92%
21/11/2014	574	0,00%
20/11/2014	574	0,53%
19/11/2014	571	-1,04%
18/11/2014	577	0,00%
17/11/2014	577	0,00%

El Riesgo País es de 947 puntos al 12 de diciembre de 2014, según información del BCE.

Este crecimiento dañará a la empresa y a las restantes del país y dificultará la mejoría que necesita la empresa según sus resultados en los últimos tiempos.

- **Factores tecnológicos**

Actualmente, basados en un tema de seguridad y por todos los factores de conflicto armado y desorden público en el país, Disama Cía. Ltda., cuenta con un Sistema de Posicionamiento Global (GPS) el cual permite crear sistemas de rastreo y monitoreo que garantizan el seguimiento y supervisión oportuna y confiable tanto del vehículo como de la mercadería que se transporta hacia la ubicación solicitada por el cliente. Esto es controlado desde una Tablet ingresando a este link: <https://www.cerberusapp.com/> y así vigilan la ruta de los vendedores.

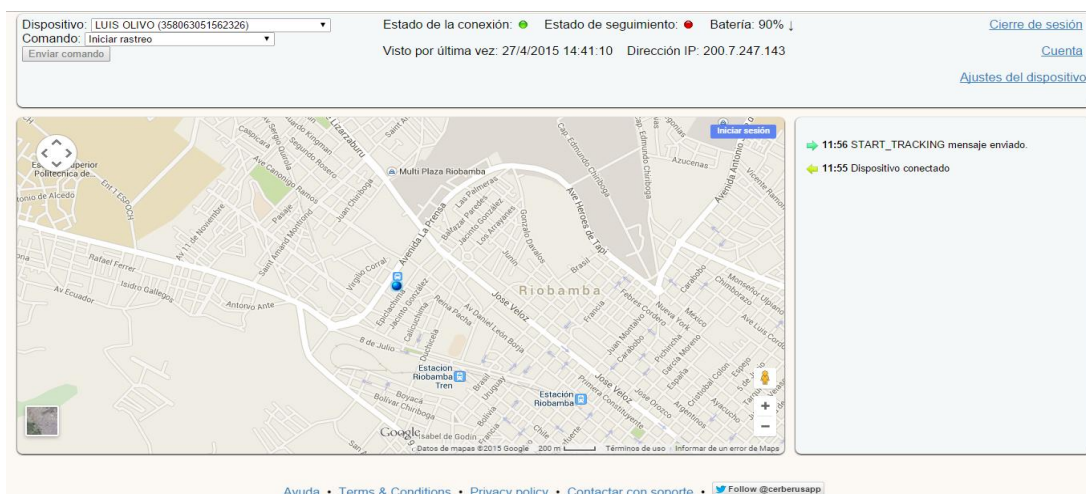


Figura 3. 6 GPS - Sistema de Posicionamiento Global

De forma general el uso de sistemas de rastreo de los vehículos y sus cargas es sumamente favorable no solo para la protección de la carga y el transporte sino para dar seguridad a los clientes de que recibirá lo que compra.

- **Factores competitivos**

Según el estudio de competitividad de Deloitte de 2013, el desempeño del Ecuador es positivo, ubicándolo en el puesto 71 de las 148 economías del mundo. Las mejoras se muestran en infraestructura, sistema educativo, innovación y capacidad tecnológica. Pero falta incrementar la productividad y la competitividad, entre otros factores.

Tabla 3. 7
Ranking del Ecuador por percentil

Factores	2006/ 2007	2007/ 2008	2008/ 2009	2009/ 2010	2010/ 2011	Resultado
Índice Global de Competitividad	0,72	0,79	0,78	0,79	0,76	Positivo
Instituciones	0,93	0,95	0,96	0,94	0,92	Positivo
Infraestructura	0,75	0,74	0,81	0,75	0,69	Positivo
Salud y educación primaria	0,33	0,69	0,69	0,67	0,54	Positivo
Educación superior y entrenamiento	0,78	0,85	0,86	0,77	0,66	Positivo
Sofisticación del mercado financiero		0,76	0,93	0,86	0,83	Positivo
Tamaño de mercado		0,52	0,46	0,45	0,44	Positivo
Sofisticación de los negocios	0,66	0,71	0,74	0,79	0,77	Positivo
Innovación	0,84	0,90	0,96	0,97	0,94	Positivo
Eficiencia en el mercado de bienes	0,90	0,94	0,96	0,95	0,95	Igual
Redes Tecnológicas	0,70	0,76	0,78	0,77	0,77	Igual
Estabilidad Macroeconómica	0,17	0,21	0,12	0,33	0,40	Negativo
Eficiencia en el mercado laboral		0,89	0,91	0,98	0,99	Negativo

Fuente: Reporte Global de Competitividad 2010-2011

En el 2013, los coeficiente de las variables: eficiencia en el mercado de bienes, redes tecnológicas y eficiencia en el mercado laboral disminuyeron, pues el año anterior las dos primeras variables se estancaron y la última aumentó; lo bueno es que el índice de la estabilidad macroeconómica sigue disminuyendo.

En la Distribuidora Salazar Mayorga DISAMA CIA. LTDA., existe un proceso de calidad, que permite ofrecer productos con un buen servicio. El departamento de Marketing realiza constantemente investigaciones de precios de la competencia, lo que permite tener una visión global del mercado a fin de mantener competitividad.

Actualmente no se posee información actualizada del 2014 para valorar si es favorable o no para la empresa.

3.2.1.2. Microambiente

El análisis interno de la Distribuidora Salazar Mayorga DISAMA CIA. LTDA., se centra en el análisis de los diferentes factores que intervienen con el crecimiento de la misma, los cuales tenemos:

- **Proveedores**

Una de las políticas de la empresa es que todos los proveedores, sin importar el tamaño, son importantes para la empresa. Se negocian promociones empresariales y se brinda toda la apertura en cuanto a la publicidad. Entre sus principales proveedores para la comercialización encontramos: Nestle, Colgate, Nirsa, Iris, Rey Ventas, Kimberly Clark, Bic, Dispacific, Loor Igail, Café Minerva, Pydaco entre otras. Mientras que para la producción los principales proveedores son: Molinos Cayambe, Molinos Miraflores, Granja las Viñas, Distribuidora Vargas, tomando en cuenta que los productos que se producen y comercializan son: fideos, azúcar impalpable, cera de pisos, granos secos, harinas y polvos.

Los principales proveedores durante el 2014 fueron:

1. Fábrica Guayaquil – Loor Rigail C.A. con 739,069 USD
2. Provedora Ecuatoriana S.A. PROESA con 114,587 USD
3. Distribuidora Familiar Sociedad Civil con 92,765 USD
4. Fabrica Maicena Iris CIA LTDA CON 70,404 USD
5. Negocios Industriales Real NIRSA S.A. con 68, 763 USD

Estos proveedores suman 1, 085,585 USD que representan el 71,5% del total de compras de ese año lo cual es significativo.

- **Clientes externos**

DISAMA CÍA. LTDA., cuenta con clientes locales aledaños al sector de la empresa, así como de otras provincias. Los clientes externos están distribuidos por rutas las cuales son designadas por día a cada uno de los vendedores.

En la relación de clientes externos se mezclan personas jurídicas y naturales, claramente, las primeras son mucho más voluminosas aunque en menor cantidad.

Tabla 3. 8

Principales clientes externos del año 2014

No.	Código	Cliente	Ventas 2014	Porcentaje
1	3947	ESFORSFT	266698,81	11,43%
2	3899	VACA CORRALES LUIS MIGUEL	37028,27	1,59%
3	1646	SANTILLAN VILLACIS NESTOR VIC	35224,24	1,51%
4	98	QUINATOA PILA NORMA CECILIA	33662,04	1,44%
5	1802	VILLACIS TRUJILLO CARMITA ELI	30760,89	1,32%
6	99	QUIROZ POZO NORMA MONICA	29723,63	1,27%
7	1238	BERMEO QUISHPE RODRIGO EDUARD	28356,44	1,22%

CONTINÚA



8	8	DAVALOS FREIRE MARIA ELIZA	26518,56	1,14%
9	1249	QUISHPE CONDO MARIANA DE JESÚS	25033,19	1,07%
10	43	BOLAÑOS PALMA SARA AMANDA	21718,08	0,93%
11	695	CANDO FREIRE ALEXANDRA JACQUES	20900,11	0,90%
12	2170	MULISA CENTRO DE ACOPIO Y DI	20749,06	0,89%
13	1552	MEDINA GALLEGOS LUIS ELÍAS	20476,09	0,88%
14	541	CÁCERES PAZOS RUTH ALICIA	20295,35	0,87%
15	3518	LÓPEZ JOSÉ MIGUEL	19524,09	0,84%
16	1795	SANTAMARÍA SILVA MARCO ANTONI	19191,46	0,82%
17	1505	OJEDA TORRES MARCO ANTONIO	16703,26	0,72%
18	1	CONSUMIDOR FINAL	14813,8	0,63%
19	109	SUPERMERCADO SANTA LUCILA / S	14637,95	0,63%
20	4111	YAUROPOMA GUACHO MANUEL	14618,94	0,63%
TOTAL			716634,26	30,71%
TOTAL INGRESOS 2014			2333185,32	100%
Fuente: Archivo DISAMA CIA. LTDA				

Estos veinte clientes arrojan un total parcial de 716634,26 USD que representan el 30,71% de los 2333185,32 USD que vendieron ese año. No es práctico valorar al inmenso resto de clientes a pesar de suponer el 60,29% de las ventas.

Esto deja claro que las principales ventas se realizan a personas naturales, las cuales muchas pueden ser trabajadores autónomos así, se hace interminable la lista y no deja mucho margen al análisis.

- **Clientes internos**

DISAMA CÍA. LTDA., tiene como clientes internos a todos sus trabajadores de la empresa los cuales tienen acceso a la compra de la mercadería y se les descuenta al rol de pagos.

Como podrá suponerse, los importes y la cantidad de clientes es insignificante para el volumen de ventas de la Organización, aunque de estos clientes sí se tienen información del 2012, 2013 y 2014.

Lo anterior se comenta por los siguientes datos que se explican solos: Durante el 2012 se vendieron a los clientes internos 21.056,00 USD, en el 2013 la cifra ascendió a 18 292 USD y en el 2014 a 15.586,00.

- **Competencia**

El sector competitivo de la Distribuidora Salazar Mayorga DISAMA CIA. LTDA., está compuesto de las tiendas del sector, los comercios informales, mercados, bodegas mayoristas, supermercados y autoservicios. Los detalles de competencia fundamental se comentan a continuación:

Tabla 3. 9

Competencia de DISAMA CIA. LTDA

COMPETENCIA	PROCEDENCIA	PRODUCTOS
LA UNIVERSAL	Guayaquil	Elabora productos como chocolates, caramelos, galletas y fideos
RIPALDA	Latacunga	Producción de pastas alimenticias
CATEDRAL	Ambato	Elaboración de pasta rosca, regin (tallarín). Cabello de ángel, pasta especial.

CONTINÚA 

PACA	Quito	Producción de fideos en todas las presentaciones
DELICIA	Cuenca	Fábrica de fideos
NIRSA – Negocios Industriales Real S.A.	Guayaquil	Produce atún. Congelados, bebidas, granos, conservas y sardinas.
INDUSTRIAL Y COMERCIAL CASTRO OJEDA ICCO S.A.	Ambato	Producción de galletas y conserverías.

Fuente: Archivo DISAMA CIA. LTDA

Como se observa la competencia, en general, son las grandes cadenas que están distribuyendo directamente en el mercado y por ende ofrecen un precio más bajo y que a su vez son proveedores de DISAMA CIA. LTDA lo que nos debilita en competitividad de costos.

- **Base Legal**

Los organismos representantes de la Base Legal más significativos, y con los que la empresa cumple adecuadamente son:

SRI-Servicio de Rentas Internas

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es un organismo técnico y autónomo, que tiene la responsabilidad del cobro de los impuestos, a partir de una base de datos de contribuyentes. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. Estos trámites los realiza de manera personal y son gratuitos.

Un aspecto fundamental que exige esta entidad es la obtención del RUC (Registro Único de Contribuyentes), en el cual la empresa se debe inscribir dentro de los 30 días hábiles siguientes al inicio de cualquier actividad comercial. (SRI, 2013).

Superintendencia de Compañías

Es la institución que controla, vigila y promueve el mercado de valores y el sector societario mediante sistemas de regulación y servicios, contribuyendo al desarrollo confiable y transparente de la actividad empresarial en el país.

En esta entidad se debe inscribir a la empresa a constituirse, luego de ello la Superintendencia de Compañías se encargará de certificar la autenticidad y legalidad de las empresas registradas a nivel nacional, otorgando un número exclusiva y una licencia que identificará a la empresa inscrita. (Superintendencia de Compañías, 2013).

Mercado de Valores

La Intendencia de Mercado de Valores se encarga, a través de sus departamentos, de promover e impulsar el desarrollo de este sector. Tiene entre sus funciones contribuir a lograr un mercado de valores organizado, integrado, eficaz y transparente. El mercado de valores es un segmento de los mercados de capitales en el cual se negocian valores (renta fija y variable) entre oferentes (emisores) y demandantes (inversionistas), a través de mecanismos previstos en la Ley de Mercado de Valores, con la finalidad de permitir la canalización de los recursos hacia las actividades productivas, sin necesidad de la intermediación de entidades financieras (Superintendencia de Compañías, 2013).

Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador

Fue creada esta institución el 6 de Septiembre de 1927 en el Gobierno del Presidente Isidro Ayora, año en el cual se produjeron significativos cambios en el ámbito bancario y financiero bajo la orientación de la Misión Kemmerer (1925 - 1927), llamada así porque la presidió el doctor Edwin Walter Kemmerer un economista estadounidense conocido como el

“doctor dinero” y quien se distinguió, entre otras cosas, por asesorar financieramente a muchos países latinoamericanos.

En la actualidad la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, institución encargada de la regulación y supervisión de los sistemas: Financiero, de Seguros Privados y de Seguridad Social, es parte de la Función de Transparencia y Control Social. (Superintendencia de Bancos, 2014).

IESS-Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

El IESS es el organismo encargado de brindar la seguridad social a la población tanto urbana como rural con o sin relación de dependencia laboral. Su sede principal es en la ciudad de Quito y tiene agencias en casi todas las capitales de provincia. Toda empresa que contrate personal debe afiliarlos desde el primer día de trabajo. (IESS, 2013).

INEN-Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización

El INEN es el organismo oficial para la normalización, la certificación y la metrología; eje principal del Sistema Ecuatoriano de la Calidad en el país, que contribuye a garantizar el cumplimiento de los derechos ciudadanos relacionados con la seguridad; la protección de la vida y la salud humana, animal y vegetal; la preservación del medio ambiente; la protección del consumidor y la promoción de la cultura de la calidad y el mejoramiento de la productividad y competitividad en la sociedad ecuatoriana. (INEN, 2013).

CONSEP-Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefaciente y Psicotrópicas

Entidad creada para generar y acompañar procesos participativos de prevención integral, en el tema de las drogas, con un enfoque centrado en los sujetos y su buen vivir. Sus objetivos son fortalecer las capacidades

preventivas al uso de sustancias psicoactivas en los ámbitos educativo, comunitario y familiar, así como impulsar el sistema de tratamiento, rehabilitación y reinserción social de las personas consumidoras y dependientes de las sustancias psicoactivas.

Consolidar la institucionalidad relacionada al control de sustancias sujetas a fiscalización y medicamentos que las contengan. Y administrar los bienes objetos de aprehensión, incautación y comiso, garantizando eficiencia y transparencia. (CONSEP, 2013).

CNAE-Clasificación Nacional de Actividades Económicas

La Clasificación Nacional de Actividades Económicas o CNAE permite la clasificación y agrupación de las unidades productoras según la actividad que ejercen a la elaboración de estadísticas. La estructura de la CNAE-2009 está basada en cuatro niveles de clasificación que son: la sección, división, grupo y clase, con rúbricas identificativas mediante un código alfanumérico de uno, dos, tres y cuatro cifras, respectivamente.

El objetivo de esta clasificación es establecer un conjunto jerarquizado de actividades económicas que puede ser utilizado para: favorecer la implementación de estadísticas nacionales que puedan ser diferenciadas de acuerdo con las actividades establecidas, o para clasificar unidades estadísticas y entidades según la actividad económica ejercida. (CNAE, 2013).

Como ya se explicó antes, la empresa cumple con estos organismos pertenecientes a la Base Legal indispensable para operar en el país.

-Organismos de Control

Varios de los elementos que constituyen el marco jurídico rigen el ámbito de desarrollo de la empresa y norman todas sus acciones en todo el tiempo que dure su vida legal, por lo cual se entiende la importancia de

tomarlas en cuenta. A continuación el marco legal por el cual se ve regida “DISAMA”:

- **Ley Orgánica de Defensa al Consumidor**

Art. 1.- Ámbito y objeto.- Las disposiciones de la presente Ley son de orden público y de interés social, sus normas por tratarse de una ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor.

El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre las partes. (CETID)

Ministerio de Salud

A través de este ministerio la empresa puede garantizar la calidad sanitaria de los productos que oferta:

Reglamento para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario:

Art. 7.- A las direcciones provinciales de salud les corresponde otorgar el permiso de funcionamiento anual, para lo cual el interesado deberá presentar una solicitud dirigida al Director Provincial de Salud de la jurisdicción a la que pertenece el domicilio del establecimiento, con los siguientes datos:

- Nombre del propietario o representante legal.
- Nombre o razón social o denominación del establecimiento.

- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) y cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento.

- Actividad o actividades que se realizan en el establecimiento.

- Ubicación del establecimiento: cantón, parroquia, sector, calle principal número e intersecciones, teléfono, fax, correo electrónico si lo tuviere.

A la solicitud debe adjuntar:

- a) Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- b) Copia de la cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento;
- c) Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda;
- d) Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento,

Debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de:

Establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen;

- e) Plano del establecimiento a escala 1:50;
- f) Croquis de ubicación del establecimiento;
- g) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos; y,
- h) Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el Establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

Los establecimientos de categoría artesanal están exonerados del pago del Permiso de Funcionamiento de conformidad a la Ley de Fomento Artesanal. (Ministerio de Salud Pública)

Normas INEN

Ministerio de Industrias y Productividad

Que de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 52 de la Constitución de la República del Ecuador, “Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características”;

Reglamento técnico ecuatoriano RTE INEN 2:1996

Emisiones de vehículos automotores y motores de vehículos usados

Reglamento técnico ecuatoriano PRTE INEN 129

“Filtros de aceite, filtros de combustible: diésel y gasolina, y, filtros del aire de entrada para motores de combustión interna”

Reglamento técnico ecuatoriano PRTE INEN 136

“Motocicletas”

Reglamento técnico ecuatoriano PRTE INEN 201

“Herramientas manuales para albañilería, carpintería y mecánica”.
(Instituto Ecuatoriano de Normalización)

3.2.2. Análisis interno

3.2.2.1. Aspectos Administrativos

DISAMA Cía. Ltda., realiza sus funciones necesarias encaminadas a cumplir con el objetivo fundamental de su creación que es el de obtener una rentabilidad en sus operaciones a través de la gestión encaminada a cubrir las necesidades de sus clientes.

Para lo cual ha desarrollado procedimientos que permitan un mejor desempeño en sus funciones para sus diferentes áreas, especialmente la comercial, la productiva y la administrativa.

Estas áreas, con el objeto de evitar la duplicidad de sus actividades y agilizar su funcionamiento, cuentan con sus respectivos manuales de procedimientos.

Tanto la declaración de su objetivo fundamental como la presencia de manuales de procedimientos suponen ventajas para la Organización que sabe adónde se dirige y que cuenta con las maneras de hacer, debidamente normalizadas, lo que impacta definitivamente en la calidad de cualquiera de sus procesos.

3.2.2.2. Aspectos Operacionales

- **Criterios generales del proceso operativo anual de la empresa.**

DISAMA CIA. LTDA., elabora sus productos según la demanda del mercado y los excesos necesarios para mantener sobre ofertada la red minorista lo que contribuye con el estado de oferta mayor demanda, a los precios actuales, que se necesita en la sociedad para elevar la calidad de vida de nación.

Para llevar a vías de hecho lo anterior, la misma se vale de los ingresos obtenidos por las ventas de sus productos, tanto de su área de producción, como de los generados por lo que son abastecidos por sus proveedores los que también son comprados con los ingresos resultantes de las ventas totales de la entidad.

Sus egresos principalmente están dados por el costo de venta en locales y los costos de producción de la planta conforme a la información obtenida de la administración de la empresa, teniendo como uno de sus gastos principales también el pago de remuneraciones.

Del periodo 2013 al 2014 existen variaciones en los resultados finales de la empresa que han sido desfavorables, en el 2013 hubo una utilidad neta de 21.787, 61 y en el 2014 solo se alcanzó una utilidad de 15.697,07. Este comentario no solo muestra el gradual debilitamiento de la entidad sino que esta variación se suma a lo sucedido en el 2012, período en el que se perdió 20.297,13.

Queda claro que la empresa no está cumpliendo con los objetivos fundamentales propuestos por diferentes razones, entre ellas, la falta de una planeación estratégica adecuada en la que, de manera general y específica, se muestren los objetivos a conseguir.

Cuando se habló de la filosofía empresarial, se hicieron comentarios de las insuficiencias de la Misión, la Visión, los Objetivos y otras categorías lo que refuerza lo analizado en este momento

Tabla 3. 10

Resultados 2013-2014

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES EN DÓLARES		
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013 – 2014		
ELEMENTOS	AÑO 2013	AÑO 2014
INGRESOS	2.464.308,27	2.348.771,32
INGRESOS	2.450.751,50	2.330.770,22
INGRESOS	867,02	-
PROPIEDADES DE INVERSION	-	
OTROS INGRESOS	12.689,75	18.001,10
COSTOS Y GASTOS	(2.427.618,38)	(2.333.074,25)
COSTOS DE VENTAS	(2.056.167,69)	(1.921.836,95)
GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN	(212.126,64)	(237.067,97)
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	(148.330,95)	(165.047,77)
GASTOS FINANCIEROS	(10.993,10)	(9.121,56)
UTILIDAD O PÉRDIDA DEL	36.689,89	15.697,07
UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO NETA	21.787,61	10.407,16

- **Evaluación del desempeño Administrativo-Operativo.**

A continuación se mostrarán datos organizados de las áreas, departamentos y de las maneras de evaluar el desempeño de los trabajadores de esta empresa.

El máximo puntaje se obtiene de la sumatoria del nivel superior de evaluación. Mediante ecuación porcentual se determinará la calificación de cada área, lo que permite tomar las decisiones administrativas adecuadas.

El recurso humano DISAMA CÍA. LTDA., se encuentra distribuido conforme a las áreas existentes, mismas que se han considerado acorde a sus objetivos planteados.

Tabla 3. 11

Grupo de trabajadores

AREAS / DEPARTAMENTOS	CANTIDAD
Administrativos	9
Almacenamiento (bodega)	9
Ventas	7
Producción	13
TOTAL	38

DISAMA Cía. Ltda., desde el punto de vista del Área de Recursos Humanos, de acuerdo a los objetivos planteados, le falta definir de muchos procesos que son para el desarrollo personal, laboral y social de los trabajadores, como por ejemplo actualizar manual de procedimientos.

Sus procesos carecen de una evaluación en sus resultados, duplicándose negativamente al no ser evaluados, por lo que es necesario considerar una evaluación inmediata, basada en principios fundamentales de la evaluación de desempeño, enfocándose en su efectividad, eficiencia, calidad, satisfacción, esto con el objeto de medir el grado de compromiso e implicación con la labor que realiza.

La evaluación de desempeño referido a la efectividad, está relacionada con el logro de los objetivos trazados al inicio de la estrategia de intervención.

La evaluación de desempeño referido a la economía, está relacionada con el desarrollo de las acciones con un mínimo uso de recursos, y se generan a partir de la comparación entre los indicadores de insumo programados con respecto a los ejecutados.

Para dicha evaluación se realizó una encuesta a los colaboradores que forman parte del desempeño laboral de la empresa:

- ✓ **Grupo Administrativo:** Patricio Soria
- ✓ **Grupo Bodega:** Napoleón Núñez
- ✓ **Grupo de Ventas:** Jorge Bonilla
- ✓ **Grupo Producción:** Jaqueline Yépez

Además para su calificación se tomó en cuenta lo siguiente:

Tabla 3. 12

Escala de Calificación de la Encuesta

No.	Rango Porcentual	Calificación	
1	0% - 30%	Deficiente	Alcanzan resultados menores a los aceptables en la calidad y desempeño
2	31%-60%	Satisfactorio	Permite mantener en un nivel aceptable de desempeño
3	61%-90%	Muy Bueno	Manifiesta un alto nivel destacado por un desempeño de calidad
4	91%-100%	Excelente	Supera las expectativas en el cumplimiento de los objetivos

- **Grupo Administrativo**

Tabla 3. 13

Encuesta al representante del área administrativa

Encuesta para la Evaluación del Desempeño							
Área a Evaluarse:				Administrativa			
Según los siguientes indicadores, califique, siendo 1 la calificación más baja y 6 la calificación el más alta:							
No.	INDICADORES	INFERIOR		MEDIA		SUPERIOR	
1	Criterio: Adecuación de respuestas frente a situaciones en las cuales no existen definidos.	1	2	3	4	5	6
2	Toma de decisiones: Eficiencia y autonomía en las decisiones de DISAMA Cía. Ltda.	1	2	3	4	5	6
3	Contactos Personales: Grado en que se relaciona con otras personas dentro y fuera de DISAMA Cía. Ltda., ya sea en forma personal, escrita o telefónica.	1	2	3	4	5	6
4	Cumplimiento de normas: Actitud permanente respeto a las políticas y normas vigentes de DISAMA Cía. Ltda.	1	2	3	4	5	6
5	Austeridad: Esfuerzo y preocupación constante por lograr los resultados.	1	2	3	4	5	6
COMUNES							
6	Puntualidad	1	2	3	4	5	6
7	Calidad	1	2	3	4	5	6
8	Producción	1	2	3	4	5	6
9	Trabajo en Equipo	1	2	3	4	5	6
10	Compromiso con la empresa	1	2	3	4	5	6
11	Conocimiento del puesto	1	2	3	4	5	6
12	Independencia	1	2	3	4	5	6
Total		0	4	3	12	15	18
Puntaje Máximo		72					
Total de puntos		52					
Porcentaje		72,22%					

Con los antecedentes, se procede al análisis de conformidad a la escala de calificación que se encuentra en el número tres de la tabla de calificación, en donde se refleja que, el desempeño de esta área es muy bueno, pero podría mejorar si se esfuerza en la toma de decisiones del personal, así como en el cumplimiento de normas para mantener un orden exhaustivo en esa área, lo que permitirá mantener la austeridad en DISAMA Cía. Ltda., que no es sino mantener políticas que generen ahorro de recursos en la misma.

- **Grupo Bodega:**

Tabla 3. 14

Encuesta al representante del área de bodega

Encuesta para la Evaluación del Desempeño							
Área a Evaluarse:				Bodega			
Según los siguientes indicadores, califique, siendo 1 la calificación más baja y 6 la calificación el más alta:							
No.	INDICADORES	INFERIOR		MEDIA		SUPERIOR	
1	Liderazgo: Nivel de conducción y orientación hacia el personal.	1	2	3	4	5	6
2	Toma de decisiones: Eficiencia y autonomía en las decisiones de DISAMA Cía. Ltda.	1	2	3	4	5	6
3	Logro de Metas: Grado de cumplimiento de los objetivos y metas definidas, con respecto a los plazos y a las condiciones requeridas.	1	2	3	4	5	6
4	Capacidad de Análisis y criterio: Grado de efectividad para desarrollar problemas y llegar a conclusiones correctas.	1	2	3	4	5	6
5	Responsabilidad por Supervisor: Grado de supervisión que ejerce sobre los trabajadores	1	2	3	4	5	6
COMUNES							
6	Puntualidad	1	2	3	4	5	6
7	Calidad	1	2	3	4	5	6

CONTINÚA 

8	Producción	1	2	3	4	5	6
9	Trabajo en Equipo	1	2	3	4	5	6
10	Compromiso con la empresa	1	2	3	4	5	6
11	Conocimiento del puesto	1	2	3	4	5	6
12	Independencia	1	2	3	4	5	6
Total		0	0	0	20	25	12
Puntaje Máximo		72					
Total de puntos		57					
Porcentaje		79,17%					

Con los antecedentes, se procede al análisis de conformidad a la escala de calificación se encuentra en el número tres de la tabla de calificación, por lo que se puede afirmar que la dirección de DISAMA CÍA. LTDA, sigue un camino acertado, sin embargo, se considera que es deseable que el grupo de bodega realice algunas rectificaciones en lo referente al liderazgo, con el propósito de influenciar en los subalternos para que se desempeñe voluntariamente en logro de los objetivos de la empresa.

- **Grupo Ventas:**

Tabla 3. 15

Encuesta al representante del área de ventas

Encuesta para la Evaluación del Desempeño							
Área a Evaluarse:				Ventas			
Según los siguientes indicadores, califique, siendo 1 la calificación más baja y 6 la calificación el más alta:							
No.	INDICADORES	INFERIOR		MEDIA		SUPERIOR	
1	Contactos Personales: Grado en que se relacionan con otras personas dentro o fuera de la empresa, ya sea, en forma personal, escrito o telefónicamente.	1	2	3	4	5	6

CONTINÚA



2	Logro de Metas: Grado de cumplimiento de los objetivos y metas definidas, con respecto a los plazos y a las condiciones requeridas.	1	2	3	4	5	6
3	Orientación al Cliente: Actitud permanente de orientación y compromiso en la satisfacción del cliente.	1	2	3	4	5	6
4	Presentación Personal: Impresión causada a los demás por la presentación personal del trabajador, su manera de vestir, de actuar, su barba, etc.	1	2	3	4	5	6
COMUNES							
6	Puntualidad	1	2	3	4	5	6
7	Calidad	1	2	3	4	5	6
8	Producción	1	2	3	4	5	6
9	Trabajo en Equipo	1	2	3	4	5	6
10	Compromiso con la empresa	1	2	3	4	5	6
11	Conocimiento del puesto	1	2	3	4	5	6
12	Independencia	1	2	3	4	5	6
Total		0	0	0	4	25	24
Puntaje Máximo		72					
Total de puntos		53					
Porcentaje		73,61%					

Con los antecedentes, se procede al análisis de conformidad a la escala de calificación, que se encuentra en el número tres de la tabla de calificación y se nota que su principal fortaleza del desempeño de este grupo es la formación en ventas que se imparten en las capacitaciones realizadas a su personal, formación que es aplicada en el día a día con sus clientes. Se convierte de esta manera en el grupo que da soporte al giro del negocio.

Para elevar el desempeño en esta área es necesario fomentar la orientación del cliente a través de programas de mercado destacando la publicidad de los productos y las ventajas que contienen el canal de distribución a domicilio con que cuenta la empresa, abasteciendo a la entrega de los pedidos realizados por su tienda online.

También, es necesario elevar el grado de independencia del sector comercial, buscando una estructura interna de esta área que permita elevar su desempeño y por ende los ingresos proyectados para cumplir con los objetivos de la empresa.

- **Grupo de Producción:**

Tabla 3. 16

Encuesta al representante del área producción

Encuesta para la Evaluación del Desempeño							
Área a Evaluarse:				Producción			
Según los siguientes indicadores, califique, siendo 1 la calificación más baja y 6 la calificación el más alta:							
No.	INDICADORES	INFERIOR		MEDIA		SUPERIOR	
1	Esfuerzo Físico y Mental: Grado de concentración para desarrollar el trabajo considerando el gasto físico y mental.	1	2	3	4	5	6
2	Complejidad del Trabajo: Grado que presenta complejidad para desarrollar el trabajo y la forma en que resuelven dichos problemas.	1	2	3	4	5	6
3	Calidad de Trabajo: Grado de dominio, exactitud e interés en el cumplimiento de las tareas y obligaciones.	1	2	3	4	5	6
4	Capacidad de mejoramiento: Grado de superación que presenta el trabajador en las funciones que realiza.	1	2	3	4	5	6

CONTINÚA 

5	Disposición para el trabajo: Disposición física y mental para realizar en forma eficiente el trabajo.	1	2	3	4	5	6
COMUNES							
6	Puntualidad	1	2	3	4	5	6
7	Calidad	1	2	3	4	5	6
8	Producción	1	2	3	4	5	6
9	Trabajo en Equipo	1	2	3	4	5	6
10	Compromiso con la empresa	1	2	3	4	5	6
11	Conocimiento del puesto	1	2	3	4	5	6
12	Independencia	1	2	3	4	5	6
Total		0	0	3	16	10	30
Puntaje Máximo		72					
Total de puntos		59					
Porcentaje		81,94%					

Con los antecedentes, se procede al análisis de conformidad a la escala de calificación, que se encuentra en el número tres de la tabla de calificación, en donde el resultado obtenido por este grupo evidencia una total capacidad de operación y gestión, con una clara predisposición a mejorar sus actividades. No obstante es necesario fomentar la independencia dentro del área de acción que corresponde al personal de producción, evitando sobrepasar los niveles jerárquicos de la estructura administrativa. La evaluación realizada se lo ha hecho directamente a los responsables de las áreas evaluadas, quienes han permitido dar una calificación adecuada a cada factor considerado.

3.2.2.3. Aspectos contables y financieros

- **Aspectos contables**

DISAMA Cía. Ltda., desde su creación, viene manteniendo los principales registros contables y declara mensualmente el pago del Impuesto al Valor Agregado por las ventas de los productos elaborados

en su planta de producción y de los obtenidos con sus proveedores, y además cumple con el pago del Impuesto a la Renta, así mismo dispone de los Balances de Situación y de Resultado como respaldo de las actividades que realiza; mismas que sirven de orientación a los directivos en su toma de decisiones financieras, para ello se cuenta con un adecuado control interno, a través de sus respectivos manuales de procedimientos, mismos que responden a las regulaciones contables y a las leyes tributarias vigentes, adicionalmente cuenta con los respectivos procedimientos acorde a los requerimientos de DISAMA Cía. Ltda. Entre ellos podemos detallar los siguientes:

- Procedimiento para determinar los impuestos
- Procedimiento de compras
- Procedimiento de facturación
- Procedimiento de remuneraciones
- Procedimientos para la elaboración de balances
- Procedimientos de cuentas por pagar
- Procedimientos de cuentas por cobrar

En el proceso contable de DISAMA Cía. Ltda., se consideran las siguientes actividades:

- Actualización del Plan de Cuentas
- Contabilización de depreciaciones y amortizaciones (ajustes)
- Contabilización del consumo de materia prima
- Conciliaciones bancarias
- Contabilización de roles de pago.

- **Aspectos Financieros**

Los ingresos de DISAMA Cía. Ltda. son provenientes de las ventas de los productos elaborados por su aparato productivo y de aquellos gestionados por su área de compras con sus proveedores; los egresos y gastos son todos aquellos que se realizan para cumplir con sus

obligaciones derivadas de las operaciones de producción y comercialización, así como también de los generados por la gestión administrativa que ello demanda, las que constantemente demandan recursos, por ello los ingresos producto de sus ventas o financiamiento son destinados para cubrir con el presupuesto elaborado a inicios de año para sus respectivas áreas.

En los últimos años se ha optado por dar cierto grado de autonomía a las áreas de Producción y Comercial, más las finanzas de estas tienen un control directo desde la Gerencia General de DISAMA Cía. Ltda., quienes consideran un porcentaje de las utilidades generadas para la ampliación de su infraestructura instalada, así como de su infraestructura tecnológica.

En las finanzas de DISAMA Cía. Ltda. Se consideran actividades primordiales, como:

- Elaboración de Estados Financieros
- Revisión de Estados Financieros.
- Análisis de los Estados Financieros, con Dirección Administrativa
- Manejo de Convenios y Proyectos.

3.3. Análisis de los Estados Financieros 2013-2014

Para la realización del análisis financiero de los estados se utilizará las siguientes técnicas:

- ✓ El análisis financiero vertical
- ✓ El análisis financiero horizontal

3.3.1. Balance general

La posición financiera en la que se encuentra DISAMA CÍA. LTDA., se analizará de la siguiente manera:

3.3.1.1. Análisis vertical y horizontal

Tabla 3. 17

Análisis horizontal y vertical 2013-2014 estado de situación

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA EN DÓLARES						
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%	100%	-8551,27	-0,87%
ACTIVO CORRIENTE	700.837,64	698.045,04	70,90%	71,24%	-2792,60	-0,40%
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	22.369,79	33.105,60	2,26%	3,38%	10735,81	32,43%
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES	278.821,59	275.302,68	28,21%	28,09%	-3518,91	-1,28%
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	99.747,60	100.392,07	10,09%	10,25%	644,47	0,64%
INVENTARIOS	203.685,09	185.673,36	20,61%	18,95%	-18011,73	-9,70%
SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS	5.515,67	5.082,81	0,56%	0,52%	-432,86	-8,52%
ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	90.697,90	98.488,52	9,18%	10,05%	7790,62	7,91%
ACTIVO NO CORRIENTE	287.621,44	281.862,77	29,10%	28,76%	-5758,67	-2,04%
NO DEPRECIABLES	54.615,60	54.615,60	5,53%	5,57%	0,00	0,00%
DEPRECIABLES	233.005,84	227.247,17	23,57%	23,19%	-5758,67	-2,53%
PASIVO	(341.596,65)	(342.247,07)	-	-	650,42	-0,19%
PASIVO CORRIENTE	(230.219,37)	(259.508,77)	-	-	29289,40	11,29%
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	(187.777,35)	(181.739,54)	-	-	-6037,81	3,32%
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR NO RELACIONADOS	(10.924,34)	(4.889,55)	-1,11%	-0,50%	-6034,79	123,42%

CONTINÚA



OBLIGACIONES INSTITUCIONES FINANCIERAS	-	(51.793,40)	0,00%	-5,29%	51793,40	-100,00%
PROVISIONES	(5.255,81)	(5.384,17)	-0,53%	-0,55%	128,36	-2,38%
OBLIGACIONES PASIVOS LARGO PLAZO	(26.261,87)	(15.702,01)	-2,66%	-1,60%	-10559,86	67,25%
PASIVOS FINANCIEROS OBLIGACIONES EMITIDAS A LARGO PLAZO	(111.377,28)	(82.738,30)	-	11,27%	-28638,98	34,61%
PROVISIONES	(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%
PATRIMONIO	(646.862,43)	(637.660,74)	-	65,44%	9201,69	-1,44%
CAPITAL SOCIAL	(413.950,00)	(413.950,00)	-	41,88%	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%	11380,45	-5,87%
TOTAL PASIVO + TOTAL PATRIMONIO	988.459,08	979.907,81	100%	100%	-8551,27	-0,87%

Análisis Vertical:

El análisis vertical tiene la gran importancia de permitir al analista precisar la situación de propiedad que existe en la Organización, este análisis permite conocer cuan riesgosa o segura es pues, una participación cercana, igual o mayor al 50% de los acreedores supondrá que terceros poseen, o casi poseen, con deudas a corto, mediano o largo plazo, a la Organización.

Esta es una clara situación de riesgo, la que puede apreciar cualquiera que tenga acceso a los Estados Financieros.

Un dominio de los acreedores puede imponerse a los accionistas y exigir condiciones severas, incluso la venta de la empresa.

Por el contrario, si el porcentaje de posesión favorece claramente a los accionistas, estos son dueños de las decisiones y pueden soportar mucho mejor las exigencias de los acreedores, incluso pueden elegir prestamistas y hasta prescindir de ellos.

Esta es una clara situación de seguridad y los que analicen los Estados Financieros podrán comprenderla sin dificultad.

Todo esto se asocia a las políticas de riesgo con que se haya decidido administrar financieramente a la empresa.

Una política riesgosa llevaría a reducir los activos con diversas técnicas como inventario cero a través de la consignación total o parcial y el abastecimiento frecuente.

Reducción de las deudas por cobrar por las negociaciones y por las ventas de estas a los bancos que apliquen factoring.

Asimismo, una política de negociación fuerte con proveedores puede llevar a extender los plazos de pago y financiar a la empresa con su dinero.

Esta política garantiza un elevado nivel de liquidez y la administración de este método requiere de una atención frecuente y profunda. Aún más, es posible aumentar las ventas favoreciendo a los clientes con plazos de cobro más extendidos pues los marcos de financiamiento de las cuentas por pagar y la reducción de los inventarios permitirían cubrir estas extensiones.

Una observación del análisis vertical arrojará situación de riesgo pero si están todas las cuentas por pagar a proveedores dentro de término para nadie supondrá un riesgo real.

Una política conservadora pudiera llevar a pagar rápido, a extender plazo de cobro para atraer clientes y acumular inventarios de todo tipo para asegurar futuras ventas que pudieran lograrse de diferente manera.

En estos casos de los años 2013 y 2014 de la empresa que se analiza la política ha sido conservadora pero las bajas utilidades mantienen la participación patrimonial en la propiedad por los aportes de los dueños.

Esta situación es crítica y de pronóstico reservado.

Año 2013:

Activo Corriente representa el 70.90% del total del activo, siendo el 2.26% valor en efectivo y equivalentes de efectivo. El 28.21% del total de activos corrientes son cuentas y documentos por cobrar clientes, el 10.09% pertenece a otras cuentas y documentos por cobrar, el 20.61% corresponde a inventarios, 0,56% de servicios y otros pagos anticipados y 9,18% activos por impuestos corrientes.

El Activo no Corriente representa el 29.10% del total de Activos, de los cuales el 5.53% es de activos no depreciables y el 23.57% pertenece a activos depreciables.

El 34.56% corresponde a pasivos, de esto el 23.29% pertenece a pasivo corriente.

Del total de pasivos corriente el 19% son cuentas y documentos por pagar, 1.11% otras cuentas y documentos por pagar, 0.53% provisiones y 2.66% obligaciones.

El pasivo a largo plazo representa un el 11.27% de los cuales el 1.53% es de pasivos financieros obligaciones emitidas a largo plazo, 6.44% de provisiones y el 3.3% de pasivo diferido.

El Patrimonio representa el 65.44% del total del financiamiento de la empresa, del cual el 41.88% es capital social, 2.8% de reservas y 20.77% son de resultados.

Año 2014:

Activo Corriente representa el 71.24% del total del activo, siendo el 3.38% valor en efectivo y equivalentes de efectivo. El 28.09% del total de activos corrientes son cuentas y documentos por cobrar clientes, el 10.25% pertenece a otras cuentas y documentos por cobrar, 18.95% inventarios, 0.52% servicios y otros pagos anticipados, 10.05% activos por impuestos corrientes.

El Activo no Corriente representa el 28.76% del total de Activos, de los cuales el 5.57% es de activos no depreciables y el 23.19% pertenece a activos depreciables.

El 34,93% corresponde a pasivos, de esto el 26.48% pertenece a pasivo corriente, el 18.55% son cuentas y documentos por pagar, 0.50% otras cuentas y documentos por pagar, 0.55% provisiones y el 1.60% es de obligaciones.

Por otro lado el 8.44% representa el pasivo a largo plazo en donde el, 5.12% de provisiones y el 3.33% de pasivo diferido.

El Patrimonio representa el 65.07%, 42.24% de capital social, 3.04% de reservas y 19.79% son de resultados

Análisis horizontal

Este análisis es menos sistemático que el anterior pues las comparaciones que establece son de la evolución de una determinada partida en determinados períodos y para interpretarla adecuadamente se requiere de, finalmente, hacer una valoración vertical para poder completar la comprensión del mismo.

Los resultados de las variaciones entre el 2013 y el 2014 se presentan a seguidas:

En el 2014 hubo una disminución del activo en 0.87%, determinado por el activo corriente en un 0.4% un aumento en efectivo y equivalentes de efectivo en 32.43%, disminución en 1.28% de cuentas y documentos por cobrar clientes, un leve incremento de 0.64% en otras cuentas y documentos por cobrar y una disminución en 9.70% inventarios.

En el 2014 hubo una disminución del 8.52% en servicios y otros pagos anticipados y un incremento del 7.91% en Activos por Impuestos Corrientes.

El activo no Corriente tuvo también un decremento del 2.94% que corresponde a depreciables en un 2.53% En el Pasivo hubo un incremento del 0.19% en el 2014 con respecto al año 2013, sin embargo existe un incremento del 11.29% de pasivo corriente y 34.61% en pasivos a largo plazo.

En el Patrimonio una disminución del 1.44% con respecto al 2013 fundamentalmente por 5.87% en resultados.

ANÁLISIS:

Cuentas por Cobrar: Las variaciones en cuentas por cobrar son originadas por un aumento en las ventas a crédito y el cambio en las condiciones de ventas, en cuanto a plazos, descuentos, financiación, dando como resultado el cambio en la eficiencia de las cobranzas.

Activos Fijos: Las variaciones en el activo Fijo, puede darse por ampliación en la planta, se debe verificar si se justifica o no, si se ha hecho un estudio serio al respecto.

Pasivos Corrientes: Variaciones en el pasivo corriente, los incrementos o disminuciones pueden indicar variaciones en la política de financiación o cambios en las obligaciones bancarias. Un aumento en las cuentas por pagar a proveedores puede obedecer a mayores compras en volumen, o a un aumento de precios, o a cambios en las políticas de ventas del proveedor.

3.3.2. Estado de resultados

3.3.2.1. Análisis vertical y horizontal

Tabla 3. 18

Análisis vertical y horizontal 2013-2014 estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES EN DÓLARES						
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	%
INGRESOS	2.464.308,27	2.348.771,32	100,00%	100,00%	-115536,95	-4,69%
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%
COSTOS Y GASTOS	(2.427.618,38)	(2.333.074,25)	-98,51%	-99,33%	94544,13	-3,89%
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 ADMINISTRACION	(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%
UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO NETA	21.787,61	10.407,16	0,88%	0,44%	-11380,45	-52,23%

Análisis vertical:

Como es usual, estos análisis tienen como punto de referencia las ventas totales de la entidad, es decir, todas las relaciones se establecen contra ese indicador y los criterios de análisis, tanto en el vertical como en el horizontal. Los comentarios puntuales que se realizarán extraídos de la tabla informan parcialmente lo sucedido en ambos años, el indicador clave para comprender esto, es que la utilidad bruta en ventas aumentó a pesar de que las ventas totales fueron menores pues la empresa fue capaz de lograr una relación favorable entre los costos de ventas y los ingresos totales al comparar el 2014 con el 2013.

Esta utilidad bruta, que es la generadora de riqueza de cualquier entidad, mejoró en volumen 18.794,79 USD y en por cientos en un 4. Esto deja claro que la gestión de ventas fue, si bien menor en volumen, superior en generación de riqueza.

No obstante, el trato que se le dio a los gastos comerciales y administrativos influyó en estas utilidades brutas en ventas hasta convertirlas en utilidades netas menores en el 2014 que en el 2013.

Detrás de este comportamiento puede haber decisiones administrativas asociadas con aspectos comentados antes, referidos a las utilidades y los dividendos en los últimos tres años.

A seguidas, los comentarios particulares de ambos análisis.

Año 2013:

Los ingresos operacionales comercio es decir las ventas de la empresa representan el 99,45% del total de ingresos, el 0,04% de ingresos operacionales servicios y el 0,51% de otros ingresos. El costo de ventas representa el 83,44% de los ingresos, la utilidad bruta en ventas fue de 17%, mientras el 8.61% son gastos de comercialización, el 6.02% gastos de administración y 0,45% gastos financieros.

Año 2014

Los ingresos operacionales comercio es decir las ventas de la empresa representa el 99,23% del total de ingresos, el 0,77% de otros ingresos. El costo de ventas representa el 81.82% del total de ingresos, así como la utilidad bruta en ventas fue el 18 %, el 10.29% son gastos de comercialización, 7.03% gastos de administración. 0,39% gastos financieros y 0.44% la utilidad del ejercicio.

- **Análisis horizontal**

En el 2014 se registra una disminución del 4.92% de los ingresos con respecto al año anterior, influyendo en la disminución un 5.15% en ingresos operacionales que son las ventas de la empresa, aumentando en un 29.51% en el año 2014 con relación al 2013 a otros ingresos. Los costos y gastos disminuyeron en un 4.05%, los Costos de Ventas disminuyeron en un 6.99% y la utilidad bruta en ventas aumentó en un 4% mientras los gastos de comercialización se incrementaron en 12.21%, así como los gastos de administración en un 10.13%, por otra parte disminuyó en un 20.52% los gastos financieros, la utilidad bruta del ejercicio disminuyó en un 133.74%, así como la utilidad neta decreció en un 2.75%.

3.4. Análisis Razones Financieras

Las razones más importantes para evaluación de la empresa se describen a continuación.

3.4.1. Razón de rentabilidad

3.4.1.1. Margen Bruto de Utilidad

Fórmula:

Margen Bruto de utilidad=Utilidad Bruta (Ventas Netas – Costos Ventas) / Ventas Netas

-Margen Bruto de Utilidad 2013

$$(2450751.5 - 2056167.69) / 2450751.5 = 0,16 = 16\%$$

-Margen Bruto de Utilidad 2014

$$= (2330770.22 - 1921836.95) / 2330770.22 = 0.18 = 18\%$$

Interpretación:

Significa que de cada dólar vendido en el año 2013 generó 0.16 centavos mientras que en el año 2014 generó 0.18 centavos de utilidad bruta con leve variación de solo 0.02 centavos respecto al anterior año, estos resultados ya fueron motivo de comentarios en los análisis vertical y horizontal de los Estados de Resultado, como se puede apreciar este resultado es favorable pues la evolución de un año al otro ha sido superior, por tanto desde esta perspectiva se encuentra mejor, pues la empresa fue capaz de lograr una relación favorable entre los costos de ventas y los ingresos totales.

3.4.1.2 Margen Operacional de Utilidad**Fórmula:**

Margen Operacional de Utilidad = Utilidad Operacional/Ventas Netas

-Margen Operacional de Utilidad 2013

$$= 36689.89 / 2450751.50 = 0.015 = 1,5\%$$

-Margen Operacional de Utilidad 2014

$$= 15697.07 / 2330770.22 = \mathbf{0.067} = \mathbf{0,67\%}$$

Interpretación:

En el año 2013 el margen de utilidad fue de 0.015 lo que infiere que por cada dólar de mercadería vendida 0.04 es de utilidad operacional, mientras que en el año 2014 de cada dólar vendido, 0.004 centavos es utilidad operacional, en menos de un 50% en comparación al anterior año, respecto a las ventas netas del período, demostrándose el empeoramiento que los gastos de comercialización y administrativos le agregan a la utilidad bruta en ventas lograda en el 2014 - la cual fue mayor a la del anterior año-, llevando a estas como se verá a continuación, cuando se calcule el margen neto o margen de utilidad.

3.4.1.3. Margen Neto o margen de utilidad

Fórmula:

Margen Neto o margen de utilidad = Utilidad Neta / Ventas Netas

$$\mathbf{-Margen Neto 2013} = 21787.61 / 2450751.50 = \mathbf{0.009} = \mathbf{0,89\%}$$

$$\mathbf{-Margen Neto 2014} = 10407.16 / 2330770.22 = \mathbf{0.004} = \mathbf{0,45\%}$$

Interpretación:

En el año 2013 se generó un margen neto de 0.89% de utilidad sobre las ventas, mientras que en el 2014 el margen neto es de 0,45%, significa que de cada dólar vendido en el año 2014, genero 0.004 ctvs. de utilidad neta del total de ventas. Esto es la resultante inevitable de lo comentado en el anterior análisis y sustentado por los argumentos de los análisis vertical y horizontal, donde se comentó que los gastos comerciales y administrativos influyeron en estas utilidades brutas en ventas hasta

convertirlas en utilidades netas menores en el 2014 respecto al 2013, algo negativo para esta empresa.

3.4.1.4. Rendimiento del patrimonio (ROE)

Fórmula:

Rendimiento del patrimonio (ROE)=Utilidad Neta/Patrimonio

-Rendimiento del patrimonio 2013

$$= 21787.61 / 646862.43 = 0.034 = 3,37\%$$

-Rendimiento del patrimonio 2014

$$= 10407.16 / 642950.65 = 0.016 = 1,62\%$$

Interpretación:

Lo anterior nos permite concluir que en el año 2013 la rentabilidad del patrimonio fue de 3,37% y la rentabilidad del patrimonio para el año 2014 fue del 1,62%. Esta razón muestra la crítica situación de esta empresa pues las posibilidades de pago de dividendos son escasas, algo que ha venido tratándose a lo largo de esta investigación sobre todo cuando se trató lo relativo a los accionistas, por lo tanto, este resultado, se muestra desfavorable para la empresa, en comparación con el año anterior.

3.4.1.5. Rentabilidad de la Inversión (ROA)

Fórmula:

Rentabilidad de la Inversión (ROA)=Utilidad Neta/Activo Total

$$\text{-Rentabilidad de la Inversión 2013} = 21787.61 / 988459.08 = 0.022$$

$$\text{-Rentabilidad de la Inversión 2014} = 10407.16 / 979907.81 = 0,011$$

Interpretación:

De cada dólar invertido en activo, generó en el 2013, 0.022 ctvs. de utilidad neta y en el 2014 0.011 ctvs. de utilidad neta. Nada de lo que se analice asociado a las utilidades mostrará resultados favorables, como ya se ha dicho antes en el 2012 tuvo una significativa pérdida, en el 2013 mostró una discreta utilidad y en el 2014 las utilidades obtenidas fueron menores que la del 2013, evidenciando que los últimos tres años han sido desfavorables para la Organización.

3.4.2. Razón de Actividad**3.4.2.1. Rotación de Cartera****Fórmula:**

Rotación de cartera=Ventas en el periodo/Cuentas por Cobrar Promedio

$$\text{-Rotación de Cartera 2013} = 2464308,27 / 278821,59 = \mathbf{8,84}$$

$$\text{-Rotación de Cartera 2014} = 2348771,32 / 275302,68 = \mathbf{8,53}$$

Interpretación:

La rotación de cartera en el 2013 fue de 9 al igual que en el año 2014. Estos resultados se obtienen por incluir el total de las ventas del período, algo que cambia si se analiza con las ventas a crédito, como se mostrará en el siguiente análisis.

Periodo promedio de Cobro:**Fórmula:**

Periodo promedio de Cobro: Cuentas por Cobrar promedio*360/ Ventas a Crédito

$$\text{Periodo promedio de Cobro 2013} = 360 / 8,84 = \mathbf{40,9}$$

Periodo promedio de Cobro 2014 = $360 / 8,53 = 42,20$

Interpretación:

Lo anterior nos permite concluir que la empresa demora 41 días tanto para el año 2013 y 42 días para el año 2014, en recuperar la cartera. Esta conclusión está bien relacionada con la anterior demostrando la morosidad en la recuperación de cartera por parte de la empresa, tomando en cuenta que el crédito que otorga la entidad a sus clientes es de máximo 30 días, estos resultados muestran que la empresa no evoluciona sino que por el contrario mantiene una crítica situación en la recuperación de la cartera lo que si no agudiza más la misma se debe a que el volumen de sus ventas a crédito es mucho más pequeño que las que efectúa en efectivo.

3.4.2.3. Rotación de Inventarios

Fórmula:

Rotación de Inventarios=Costo de Ventas del periodo/ Inventario promedio de mercaderías

Inventario promedio = (Inventario Inicial + Inventario Final) / 2

-Rotación de Inventarios2013 =

$$2056167.69 / (242148.18+203685.09)/2 = 9$$

-Rotación de Inventarios2014 =

$$1921836.95 / (203685.09+185673.36)/2 = 10$$

Interpretación:

Esto quiere decir, que la rotación del inventario durante el 2013, fue de 9 veces es decir rotaron cada 1 mes y 9 días (12/9) y para el año 2014 de 10 veces es decir rotaron 1 mes y 6 días. (12/10). Este resultado no

parece suficiente para explicar el incremento de la utilidad bruta en ventas, la cual está asociada a la venta de productos con un margen comercial mucho mayor que en el 2013, resultante de una inteligente política de ventas, un afortunado hecho comercial o ambos, esta situación, al igual que la observada en el período de cobro, no mejora, continuando tan mala como el anterior año, esta situación muestra una inmovilización de los inventarios y por tanto un golpe a la liquidez de la Organización.

3.4.2.4. Duración Inventario

Fórmula:

Duración Inventario=360/ rotación inventario

-Duración Inventario 2013 = 360 / 9 = 39

-Duración Inventario 2014 = 360 / 10 = 36

Interpretación:

El negocio convierte su inventario en efectivo o en cuentas por cobrar cada 39 días en promedio en el 2013 y 36 días en el año 2014, este análisis muestra desde una perspectiva contraria a los resultados anteriores, pero el impacto es el mismo, deterioro de la liquidez en la empresa.

3.4.2.5. Proveedores

-Rotación:

Entre ellas tenemos:

- ✓ Rotación de inventarios,
- ✓ Rotación de cartera,
- ✓ Rotación de las obligaciones o cuentas por pagar,

Fórmula:

La fórmula para calcular la rotación de las cuentas por pagar se describe a continuación.

Rotación de cuentas X pagar= Compras a Crédito / Cuentas por Pagar promedio

-Rotación 2013

Compras a crédito = 2056167,69

Cuentas por pagar promedio = 187777.35

$2056167,69 / 187777.35 = 10,95$

-Rotación 2014

Compras acreditado = 1921836,95

Cuentas por pagar promedio = 181739,54

$1921836,95 / 181739,54 = 10,57$

Interpretación:

Las cuentas por pagar a proveedores giran 10,95 veces en el año 2013 y 10,57 veces para el 2014, lo que refleja que se ha mantenido la misma cultura de pagos de un año a otro, existe una alta rotación de las mismas.

3.4.2.6. Promedio de Pago**Fórmula:**

Promedio de Pago= $360 / \text{Rotación de Cuentas por Pagar}$

-Promedio de Pago 2013 = $360 / 10,95 = 33$

-Promedio de Pago 2014 = $360 / 10,57 = 34$

Interpretación:

En el año 2013 en promedio la empresa tardó 33 días en pagar sus deudas a sus proveedores y en el 2014 tardó 34 días en promedio para cubrir sus cuentas por pagar. Esto corrobora lo que se presenta a continuación. En general el tratamiento a las deudas por cobrar y pagar de esta empresa son aceptables viéndose que en los años de análisis su rotación y período de pago alcanzan a cubrir en un mes aproximadamente, lo que supone un crédito fijo para la Organización por el cumplimiento en sus pagos.

3.4.3. Razón de liquidez

3.4.3.1. Razón Corriente:

Fórmula:

Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo corriente

-Razón Corriente 2013 = $700837.64 / 230219.37 = 3.04$

-Razón Corriente 2014 = $698045.04 / 259508. = 2.69$

Interpretación:

La interpretación de estos resultados nos dice que por cada \$1 de pasivo corriente, la empresa cuenta con \$3.04 y \$2.69 respaldo en el activo corriente, para los años 2013 y 2014 respectivamente. Esto está asociado con la política financiera de la empresa que trata de ser conservadora para mostrar a entes externos la importante participación de los dueños en la propiedad de empresa tal y como se comentó cuando se trató el análisis vertical del Balance General, facilitando que se muestre

atractiva para posibles compradores, algo favorable si se pretende ponerla a la venta.

3.4.3.2. Prueba Ácida:

Fórmula:

Prueba de Ácido= (Activo Corriente – Inventarios) / Pasivo Corriente

-Prueba Ácida 2013 = (700837,64-203685,09) / 230219,37 = 2,16

Prueba Ácida 2014 = (698045.04-185673.36) / 259508.77 = 1.97

Interpretación:

La empresa presenta liquidez de 2.16 en el año 2013, lo que quiere decir que por cada dólar de mercadería que debe pagar en el corto plazo, cuenta con 2.16 dólares de activos corrientes de fácil realización, sin tener que recurrir a la venta de inventarios, mientras que en el 2014 presenta liquidez de 1.97. La valoración de lo que se muestra no es suficientemente explicativa de la situación económico financiera que la empresa vive, sino muestra la posible política financiera de la empresa ya comentada, la cual tiene malos resultados económicos, pero debido al interés de directivos y dueños, la participación del patrimonio en la posesión de la empresa es elevado dando poca participación a los acreedores.

3.4.3.3. Liquidez Inmediata

Fórmula:

Liquidez Inmediata= (Efectivo + Equivalente Efectivo) / Pasivo a Corto Plazo

-Liquidez Inmediata 2013 = 22369.79 / 230219,37 = 0.10

-Liquidez Inmediata 2014 = 33105.60 / 254218.86 = 0.13

Interpretación:

La empresa cuenta con \$0.10 en efectivo en el año 2013 para atender sus obligaciones a corto plazo, mientras en el año 2014 cuenta con \$0.13 para cubrir sus deudas a corto plazo, mostrando una mejoría respecto al 2013, debido a la política de la empresa de financiar básicamente sus recursos con el capital de los dueños, resultando atractiva para la venta de la entidad.

3.4.4. Razón de Endeudamiento**3.4.4.1. Nivel de Endeudamiento****Fórmula:**

Nivel de Endeudamiento= Total de Pasivo / Total de Activo

-Nivel de Endeudamiento 2013 = 341596,65 / 988459,08 = 0,35

-Nivel de Endeudamiento 2014 = 342247.07 / 979907.81 = 0,35

Interpretación:

Por cada dólar de mercadería que la empresa tiene invertido en activos en el año 2013 0,35 centavos de dólar son financiados por los acreedores. Mientras que en año 2014 0,35 centavos son financiados por los acreedores, esto resulta favorable pues reafirma la participación mayor que los dueños tienen en la posesión de los recursos mostrándola atractiva a posibles compradores.

3.4.4.2. Concentración del Endeudamiento**Fórmula:**

Concentración del Endeudamiento= Pasivo Corriente / Pasivo Total con terceros

-Concentración del Endeudamiento 2013

$$= 230219,37 / 341596,65 = 0,67$$

-Concentración del Endeudamiento 2014

$$= 259508.77 / 342247.07 = 0,76$$

Interpretación:

Por cada dólar de mercadería de pasivo corriente la empresa cuenta en el año 2013, con 76 centavos de pasivo a largo plazo, mientras en el 2014 cuenta con 0,67 dólares para financiar cada dólar de pasivos corrientes, esto indica el interés de la administración de estructurar el financiamiento de terceros a favor de las operaciones corrientes, para mostrarse atractiva ante posibles compradores.

Cuadro 3. 1**Resumen de Razones Financieras**

Razón De Rentabilidad					
Razones			Fórmula	Año 2013	Año 2014
Margen Bruto De Utilidad			(Ventas Netas – Costos Ventas) / Ventas Netas	16%	18%
Margen Operacional De Utilidad			Utilidad Operacional/Ventas Netas	1,5%	0,67%
Margen Neto O Margen De Utilidad			Utilidad Neta / Ventas Netas	0,89%	0,45%
Rendimiento Del Patrimonio (ROE)			Utilidad Neta/Patrimonio	3,37%	1,62%
Rentabilidad De La Inversión (ROA)			Utilidad Neta/Activo Total	2,20%	1,06%
Razón De Actividad					
Rotación De Cartera			Ventas En El Periodo/Cuentas Por Cobrar Promedio	9	8
Periodo Promedio De Cobro			(Cuentas Por Cobrar Promedio*360)/ Ventas A Crédito	41	42

CONTINÚA 

Rotación De Inventarios	Costo De Ventas Del Periodo/ Inventario Promedio De Mercaderías	9	10
Duración Inventario	360/ Rotación Inventario	39	36
Rotación De Cuentas X Pagar	Compras A Crédito / Cuentas Por Pagar Promedio	10,95	10,54
Promedio De Pago	360/ Rotación De Cuentas Por Pagar	33	34
Razón De Liquidez			
Razón Corriente	Activo Corriente / Pasivo Corriente	3,04	2,69
Prueba De Ácido	(Activo Corriente – Inventarios) / Pasivo Corriente	2,16	1,97
Liquidez Inmediata	(Efectivo + Equivalente Efectivo) / Pasivo A Corto Plazo	0,1	0,13
Razón De Endeudamiento			
Nivel De Endeudamiento	Total De Pasivo / Total De Activo	0,35	0,35
Concentración Del Endeudamiento	Pasivo Corriente / Pasivo Total Con Terceros	0,67	0,76

Todos los resultados de forma sistemática muestran dos aspectos fundamentales, primero, la empresa no está en capacidad de mejorar sus resultados económicos, segundo, la política financiera de financiamiento a los recursos muestra su intención de ponerla a la venta, al reforzar la participación de los dueños en la posesión de la empresa, algo favorable si realmente esta es la intención.

3.5. Método DUPONT

Fórmula:

Du Pont= (Utilidad Neta / Ventas)*(Ventas / Activo Total)*(Activo Total / Patrimonio)

Du Pont 2013=

$$(21787.61/2450751.50)*(2450751.50/988459.08)*(988459.08/646862.43) \\ = 0.009*2.48*1.53= \mathbf{0.034}$$

Du Pont 2014=

$$(10407.16/2330770.22)*(2330770.22/979907.81)*(979907.81/637660.74) \\ =0.004*2.38*1.54= \mathbf{0.016}$$

Según la información financiera trabajada, el índice DUPONT nos da una rentabilidad del 1.6% en el 2014 con relación a la tasa pasiva según el Banco Central del Ecuador que es el 5.18%, mientras que el 2013 fue en un 3.4% y la tasa pasiva fue 4.53%, se puede concluir que el rendimiento fue debido a la incidencia del segundo factor de la fórmula DuPont. Puesto como ya se explicó antes la utilidad bruta del 2014 fue superior a la del 2013, debido a la estructura más favorable que la empresa tuvo, demostrándose el empeoramiento que los gastos de comercialización y administrativos le agregan a la utilidad bruta en ventas lograda en el 2014 la cual fue mayor a la del anterior año, algo desfavorable ya explicado en múltiples oportunidades.

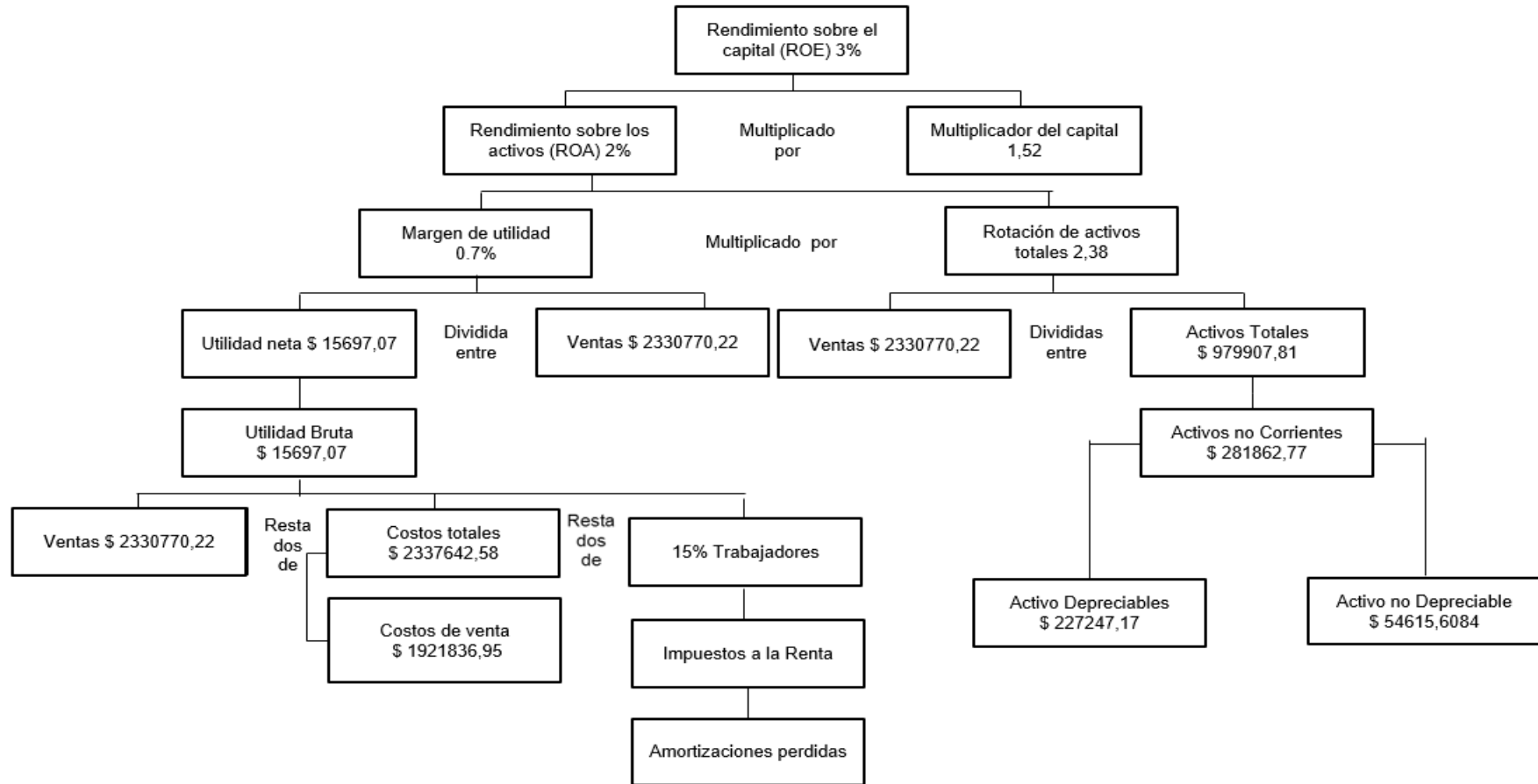


Figura 3. 7 Diagrama Du Pont ampliado de Disama Cía. Ltda.

3.6. Diagnóstico de la empresa

Al pretender conocer la situación actual de una empresa y los principales obstáculos que le imposibilitan seguir creciendo, el diagnóstico empresarial es una de las herramientas más eficaces y empleadas, para efectuar este tipo de estudios. Este análisis permitirá encontrar el origen del problema, lo que favorecerá la correcta toma de decisiones y poner todos los recursos necesarios para enfrentarlas y conseguir la mejora de la Organización.

Estos diagnósticos no solo vinculan a expertos en el tema como consultores o profesionales ajenos a la entidad a evaluar, sino que en muchas oportunidades los propios ejecutivos o dueños toman en sus manos esa tarea.

Dentro de los puntos de vista que determinará el diagnóstico situacional de la empresa, se puede citar los siguientes.

3.6.1. Estudio de mercado.

3.6.1.1. Análisis de la demanda

Dentro del análisis de la demanda de la empresa se puede determinar, que la misma cuenta con una gran línea de consumidores que le guardan fidelidad a los productos, la misma que se encuentra posicionada a nivel nacional.

Por ser una empresa que se dedica a la elaboración y comercialización de productos de consumo masivo, genera una alta demanda dentro del mercado, la misma se encuentra cubierta en una gran parte de negocios mayoristas y minoristas ubicados en diferentes provincias del Ecuador y enfocados a ciudades específicas como se detalla lo siguiente a continuación:

Cuadro 3. 2**Clientes Externos DISAMA CÍA. LTDA.**

Clientes Externos	
Pastaza	Cotopaxi
Mera	Latacunga
Puyo	Pujilí
Shell	Saquisilí
Bolívar	Tungurahua
San Miguel	Ambato
Guaranda	Atahualpa (Chisalata)
Chimborazo	Augusto N. Martínez
Alausí	Baños
Chunchi	Bolívar
Guamote	Cevallos
Pallatanga	Constantino Fernandez
Riobamba	Guambalo (Huambalo)
Tixan	Huachi Grande
Imbabura	Izamba
Atuntaqui	Juan Benigno Vela
Ibarra	Mocha
Otavalo	Pasa
Napo	Pelileo
Archidona	Picaigua
Tena	Pillaro
Pichincha	Quero
Cayambe	Quisapincha (Quizapincha)
Machachi	Tisaleo
Fuente: Archivo DISAMA Cía. Ltda	

Por otro lado la empresa clasifica a sus clientes en externos como lo es todo el mercado e internos que conforman todos los trabajadores que hacen uso del comisariato.

Tabla 3. 19

Clientes Externos

Clientes Externos	Ingresos 2014 (USD)	Porcentaje Clientes	Clientes Actuales	Clientes Registrados	Clientes Potenciales
Bolívar	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
Total Clientes Externos 2014	2333185,32	100%	1453	5534	4081
Porcentaje de demanda			26,26%	100%	73,74%

Fuente: Archivo DISAMA Cía. Ltda.

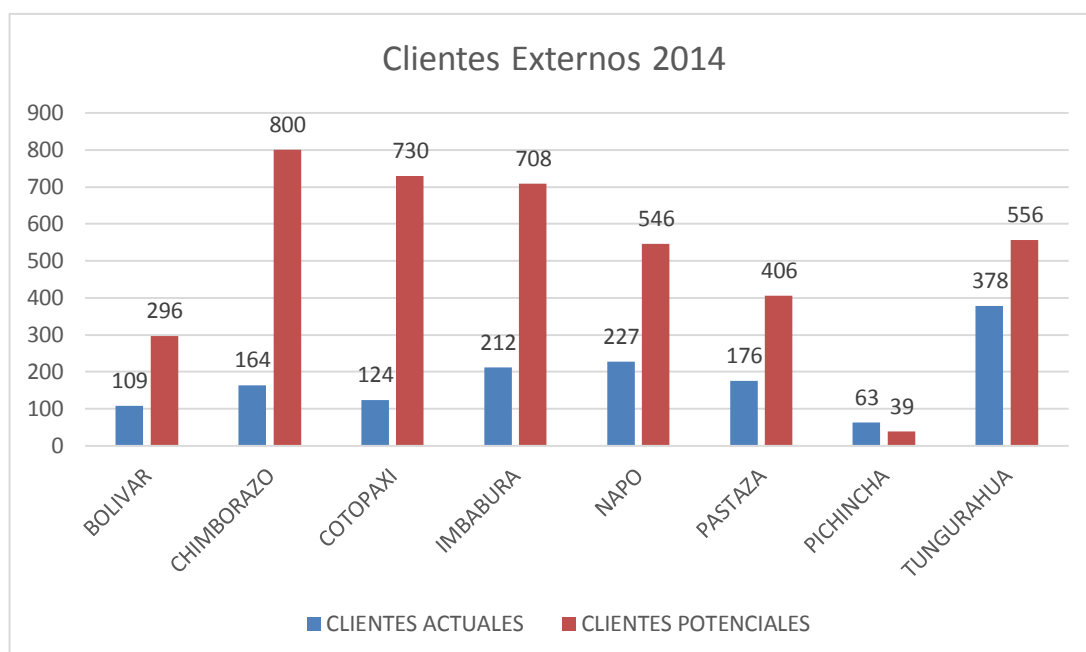


Figura 3. 8 Clientes Externos

Al hablar de clientes externos se puede observar que la base de datos de la empresa refleja que han sido registrados 5534 clientes durante el funcionamiento de la misma pero que apenas un 26,26% del total de la demanda del año 2014 han sido atendidas, generando un ingreso de \$2347811,92 dólares pertenecientes a 1453 compradores sin tomar en cuenta el mercado potencial que en este caso corresponde a 4081 posibles usuarios que representa un 73,74% y que podrá incrementar en los ingresos y tener un desarrollo mayoritario de la entidad, reflejando así una mayor rentabilidad.

Por otra parte como se puede observar el mercado potencial donde se sitúa la demanda mayoritaria para la empresa está ubicado dentro de la provincia de Tungurahua por lo que se debe mantener estable y dar una visión de expansión en el sector.

Tabla 3. 20

Clientes Internos DISAMA CÍA. LTDA.

Clientes Internos	Ingresos 2014 (USD)	Porcentaje Clientes	Clientes Actuales	Total Trabajadores	Clientes Potenciales
Tungurahua Trabajadores DISAMA Cía. Ltda.	15586,00	100%	25	38	13
Total Clientes Internos 2014	15586,00	100%	25	38	13
Porcentaje de demanda			65,79%	100%	34,21%

Los clientes internos son todos los colaboradores que ayudan al funcionamiento y desarrollo de la empresa que corresponden a 38 trabajadores, sin embargo los datos reflejan que 13 trabajadores con el 34,21% del total de la demanda no hacen uso del comisariato por lo que se debería plantear incentivos al personal para que todo el mercado potencial sea cubierto.

Cabe resaltar que la demanda de este tipo de entidad también se calcula por tendencia histórica, al menos que existiera un hecho relevante que la haga variar en un sentido u otro, puesto que, el grueso de sus ventas son minoristas y como vende artículos de primera necesidad ni siquiera la supuesta caída del ingreso familiar pudiera golpear seriamente esa demanda.

Por tanto su impacto en las ventas no debe ser significativo lo cual no es nada positivo para la Organización, la lista de clientes se encuentra en anexos mostrando tanto los internos como los externos, de estos se realizó una selección de los más significativos en el epígrafe 3.2.1.2., de este capítulo.

Tabla 3. 21

Comportamiento histórico de la variación de la demanda en dólares

	2012-2013		2013-2014	
	Variación (USD)	%	Variación (USD)	%
INGRESOS OPERACIONALES COMERCIO	288.459,81	13,34	-119981,28	-4,90
INGRESOS OPERACIONALES SERVICIOS	52,60	6,46	-867,02	-100,00
OTROS INGRESOS	4.413,45	53,33	5.311,35	41,86

La tabla indica que las ventas decayeron en el 2014 con relación al 2013 a diferencia de lo ocurrido el año anterior cuando las ventas del 2013 fueron mayores que en el 2012, razón que causó pérdidas en dicho año.

El resultado del último período se debe a la fuerte competencia que en este sector se lleva a cabo y de lo que ya se comentó anteriormente en el epígrafe 3.2.1.2.

Tabla 3. 22

Comportamiento histórico de la variación de la demanda en clientes

	2012-2013		2013-2014	
	Variación (USD)	%	Variación (USD)	%
CLIENTES EXTERNOS	-138,00	-8,83	85,00	5,97
CLIENTES INTERNOS	-1,00	-2,44	4,00	10,00

Los clientes, a diferencia del volumen de ventas mejoraron su comportamiento en cuanto a participación a pesar de que las ventas disminuyeron en el último período.

Es interesante apreciar como asisten más clientes a comprar en la empresa y sin embargo los volúmenes disminuyen. Esto puede tener su causa en el incremento del aprecio por los productos que se venden en la empresa y la atención en los establecimientos, aunque la posibilidad de compra haya disminuido en productos que no son de gran necesidad.

La composición de los clientes se ha mantenido igual en cuanto a la distribución entre externos e internos, de modo que, en este sentido, el equilibrio se mantiene en ambos años.

3.6.1.2. Análisis de la oferta

Se considera oferta a la totalidad de bienes y servicios disponibles en el mercado a través de cierto número de oferentes que tienen en un posicionamiento estratégico dentro del mercado, por medio de la exposición de precios competitivos.

La empresa tiene un nicho de mercado que está dirigido a tiendas y micro mercados, tanto urbanos como rurales en los cuales entran también otros distribuidores directos los cuales son una de las principales amenazas que esta entidad presenta al ser fuertes competidores en el mercado por diversas razones, las que fueron explicadas adecuadamente en el epígrafe 3.2.1.2, referente a la competencia.

Para el análisis de ofertantes potenciales se toma a dos empresas importantes en la ciudad de Ambato que brindan exactamente los mismos productos que DISMA CIA. LTDA. y están enfocadas al mismo sector.

Tabla 3. 23

Comparación de DISAMA CIA LTDA. con otras empresas de Ambato

Empresas	Ingresos 2014 (USD)	Utilidad 2014 (USD)	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.aspx?ide=1248>

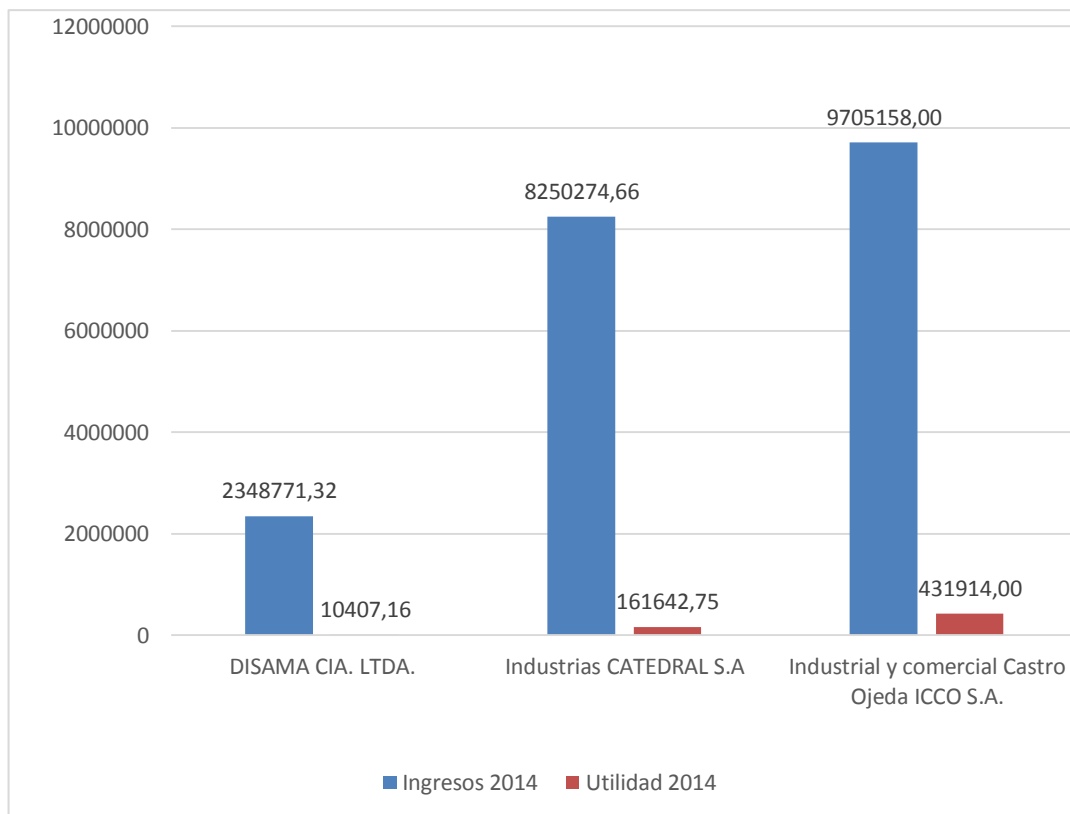


Figura 3. 9 Comparación de DISAMA CIA LTDA. con otras empresas de Ambato en dólares

La empresa a comparación de otros ofertantes mantiene ingresos inferiores a las entidades antes mencionadas y su participación de la utilidad ante los ingresos es muy baja reflejando apenas un 0,44% frente a 1,96% de Industrias Catedral S.A. y 4,45% de Industrial y comercial Castro Ojeda ICCO S.A., lo que indica que está perdiendo mercado y disminuyendo sus ventas como ya se mencionó en análisis anteriores.

3.6.1.3. Comparación de DISAMA CIA. LTDA., con el sector

El desempeño de la distribuidora DISAMA CIA. LTDA., dentro del sector se considerará a través del análisis de las fortalezas y debilidades que se plantearon luego del análisis situacional de la empresa.

Tomando en cuenta la capacidad de venta que ha tenido la empresa en los últimos años.

Los mismos que nos presentan un incremento en la utilidad bruta en ventas, producto del desempeño de la estrategia planteada con el fin de hacer frente a la pérdida que tuvo en el año 2012 y a la baja utilidad del 2013.

Dicha estrategia se fundamentó en el incremento de la venta de productos con mayor margen comercial, sin embargo el incremento de los costos de ventas y administrativos llevaron a la reducción de las utilidades netas en el año 2014, lo que ha agudizado la situación económica y financiera de la empresa.

Actualmente DISAMA CIA. LTDA. frente al sector se encuentra perdiendo mercado según los análisis previos los cuales han demostrado que la posición de la misma no es nada favorable ya que tanto económica como financieramente sus resultados no son positivos.

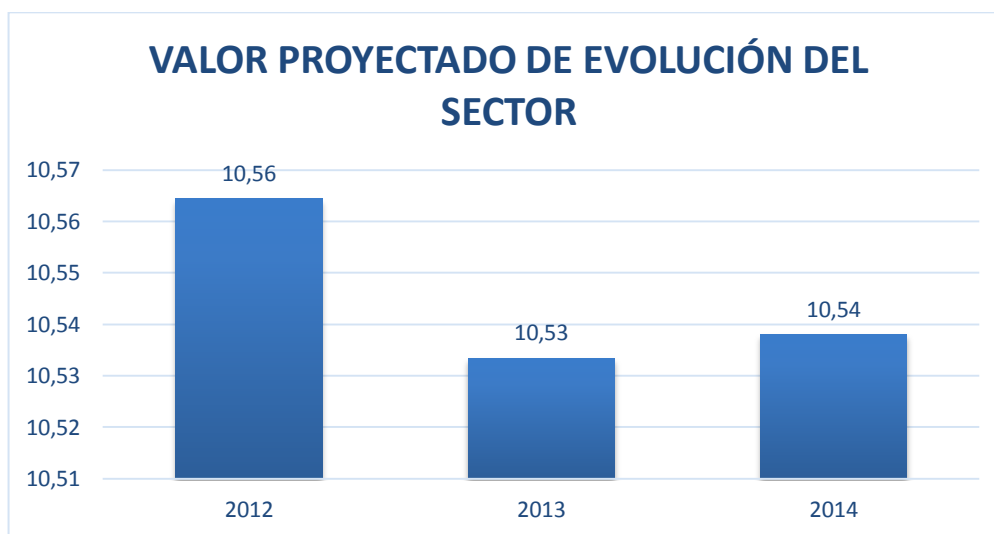


Figura 3. 10 Valor Proyectado de evolución del sector

Esta tabla muestra la evolución del PIB en el sector comercio de forma proyectada para los años 2012, 2013 y 2014 ya que no se cuenta con la información real. Como se aprecia la evolución es negativa pero en tantos por uno de poca importancia. Sin embargo, la caída del 2013 con relación al 2012 resulta decisiva para interpretar este resultado como de desaceleración del sector a pesar de luego mantenerse estable.

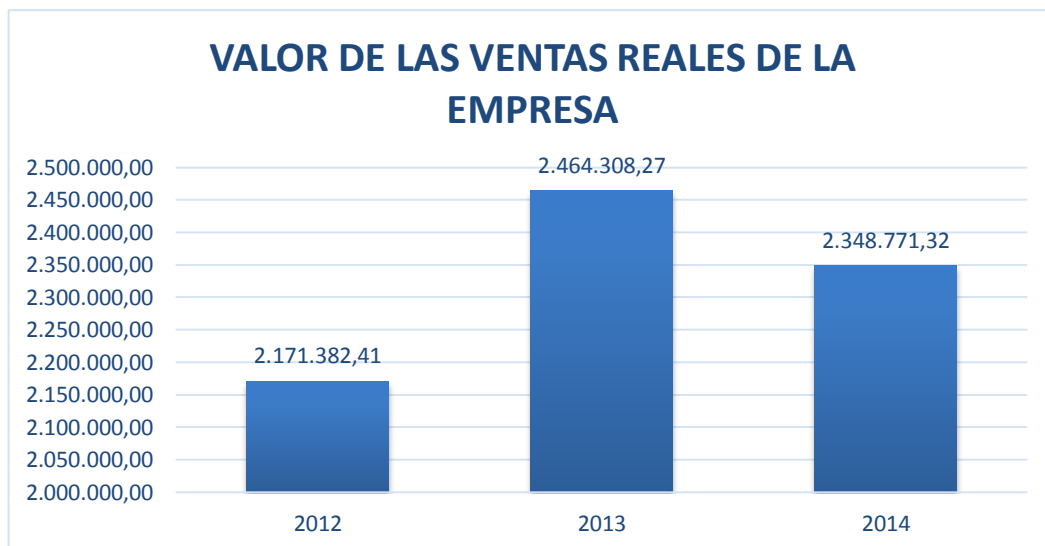


Figura 3. 11 Valor de las ventas reales de la empresa en dólares

La empresa, por su parte, presenta una evolución inversamente proporcional al indicador macro económico que se comentó antes, lo que pone de manifiesto la independencia que muestra en cuanto a los indicadores nacionales del sector. Ciertamente, las ventas de productos de alta necesidad hacen que este tipo de entidades se separen del comportamiento nacional por razones obvias.

3.7. Análisis FODA

3.7.1. Matrices

Una vez establecida la misión, visión, objetivos institucionales, valores y políticas de DISAMA CÍA. LTDA., se va a realizar la siguiente síntesis estratégica:

3.7.1.1. Matriz de evaluación de factores externos

La Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE) permite analizar las amenazas y las oportunidades de DISAMA CÍA. LTDA., el modo para la construcción de esta matriz es el siguiente:

1. Confeccionar una lista de amenazas y oportunidades importantes para la empresa que puede estar entre 5 y 20.

2. Determinar una ponderación a cada factor que oscila desde 0.0 sin importancia a 1.0 muy importante La ponderación dada a cada factor muestra la categoría referente de dicho factor en el éxito de la empresa. Al sumar todas las ponderaciones dadas a los factores deben de llegar a 1.0.
3. Clasificar de 1 a 4 para indicar el impacto que cada variable simboliza si es amenaza importante 1, amenaza menor 2, oportunidad menor 3, oportunidad importante 4.
4. Multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación y así determinar el ponderado para cada variable.
5. Sumar los resultados ya ponderados por cada variable con el propósito de determinar el resultado total ponderado para la empresa.

Tabla 3. 24**Matriz de Evaluación de Factores Externos, Oportunidades – Amenazas**

	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
-Demanda de productos de primera necesidad	0.4	4	1.6
-Mercado de proveedores y clientes relativamente cercano.	0.2	3	0.6
Subtotal			2.2
AMENAZAS			
- Fuerte competencia	0.3	4	1.2
-Tendencias del Consumo	0.1	2	0.2
Subtotal			1.4
TOTAL	1.0		3.6

El mayor resultado del peso ponderado para para la empresa es 4,0 indicando que la entidad se desarrolla en un entorno de significativas oportunidades externas, el resultado ponderado menor posible es 1,0, muestra una organización en un entorno difícil enfrentando graves

amenazas externas, un resultado 2.5 sería el promedio mostrando una entidad equilibrada entre las amenazas y oportunidades del entorno.

El peso ponderado indica que la empresa está por encima de la media ya que se ve que el valor total ponderado de las oportunidades es superior al de las amenazas, viéndose el esfuerzo por seguir estrategias que aprovechan las oportunidades externas en función de enfrentar las amenazas.

3.7.1.2. Matriz de evaluación de factores internos

La Matriz de Evaluación de Factores Internos posibilita analizar las fortalezas y las debilidades de DISAMA CÍA. LTDA., detallamos a continuación el proceder para su desarrollo:

1. Identificar las fortalezas y debilidades de importancia para la institución las cuales podrán estar entre 5 y 20, y se catalogan de 0.0 sin importancia a 1.0 Muy importante.
2. Determinar una ponderación a cada variable para indicar la importancia relativa de dicho factor en el éxito de esta empresa, los factores calificados como los de mayor impacto en el rendimiento deben recibir ponderaciones altas, al sumar estas ponderaciones deben totalizar 1,0.
3. Establecer una clasificación de uno a cuatro a cada factor identificando como debilidad importante 1, debilidad menor 2, fortaleza menor 3, fortaleza importante 4.
4. Multiplicar la ponderación de cada factor por su categorización, estableciendo un ponderado para cada variable.

Tabla 3. 25

Matriz de evaluación de factores internos, Fortalezas – Debilidades

	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
-Puntos de ventas ubicados estratégicamente	0.05	2	0.1
-Aceptable estrategia de venta en cuanto a los productos con mayor margen comercial	0.1	4	0.4
-Infraestructura y manuales de funcionamiento adecuados.	0.1	2	0.2
Subtotal			0.7
DEBILIDADES			
-Composición de accionistas desproporcionada	0.15	2	0.3
-Utilidades de los últimos tres años pequeñas o nulas.	0.2	4	0.8
-Tratamiento inadecuado de las cuentas por cobrar y pagar	0.2	4	0.8
-Gastos administrativos y de comercialización elevados	0.1	4	0.4
-Falta de un estudio de mercado consistente y frecuente	0.1	3	0.3
Subtotal			2.6
TOTAL	1.0		3.3

Al sumar los resultados ponderados para cada variable permite determinar el un total ponderado para la empresa, el resultado total ponderado puede variar de un resultado bajo de 1,0 a otro alto de 4,0, indicando una organización poseedora de una fuerte posición interna, un resultado de 2,5 significa el promedio, si los resultados son menores que 2,5 muestran una empresa con debilidades internas.

Al analizar esta matriz se observa que las fuerzas internas son insuficientes para enfrentar las debilidades de la organización, ya que su peso ponderado de 2.6 en las debilidades supera a los 0.7 de las fortalezas. Soportado esto por los análisis efectuados anteriormente.

3.7.1.3. Matriz de impacto

Para realizar la Matriz de Impacto se plantea el FODA, es decir cada fortaleza, debilidad, oportunidad y amenaza, se la califica estableciéndoles un valor alto, mediano o bajo impacto, los cuales hemos identificado dando un valor numérico, tres corresponde a la categoría de alto impacto, dos corresponde a la categoría de mediano impacto y finalmente uno corresponde a la de bajo impacto.

El análisis FODA constituye a la fecha una de las herramientas más robustas que provee de insumos necesarios para el proceso de análisis estratégica, proporcionando la información necesaria para la planificación e implantación de acciones y medidas correctivas, favoreciendo la innovación y estimulando la generación de nuevos proyectos (...) denomina el proceso de análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, comprendiendo factores tanto económicos, políticos, sociales y culturales que representan las influencias en el ámbito externo de la organización, que impactan directa o indirectamente sobre las decisiones y procesos internos, que potencialmente pueden poner en riesgo o potenciar el cumplimiento de su misión (Gonzalo, 2011).

Tabla 3. 26

Matriz de impacto

MATRIZ DE IMPACTO													
	FORTALEZAS					DEBILIDADES							
	CUADRANTE I					CUADRANTE II							
		F1	F2	F3			D1	D2	D3		D4	D5	
OPORTUNIDADES	O1	3	3	0		6	0	2	2		3	3	10
	O2	3	3	1		7	0	1	1		3	3	8
						13							
	CUADRANTE III					CUADRANTE IV							
AMENAZAS	A1	3	3	1		7	3	3	2		2	3	13
	A2	3	3	1		7	1	1	1		2	3	8
					14								21

Luego de ser calificada cada fortaleza, debilidad, oportunidad y amenaza se representa gráficamente tomando de referencias el peso ponderado según la Matriz de Factores Internos para las fortalezas y debilidades y la Matriz de Factores Externos para las oportunidades y amenazas lo que permitirá reafirmar lo mostrado anteriormente.

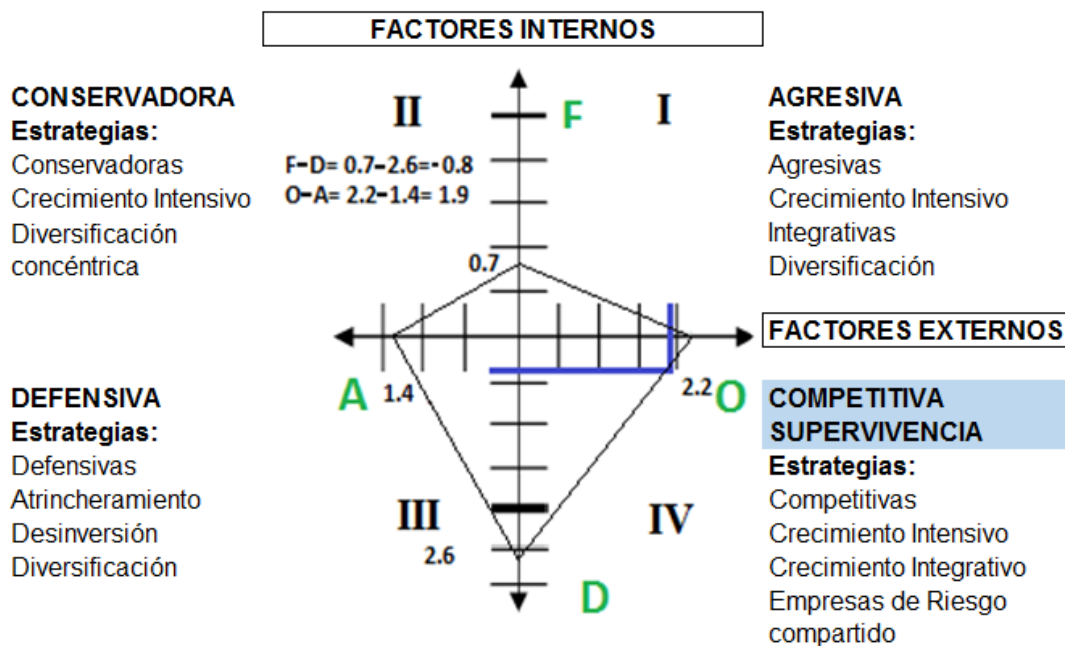


Figura 3. 12 Representación cartesiana de la Matriz FODA.

INTERPRETACIÓN:

Al comparar respectivamente las diferentes relaciones entre oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades, se ha podido observar que el mayor puntaje en la tabla Matriz de Impacto corresponde al cuadrante IV, así también la mayor área en la representación cartesiana corresponde al mismo cuadrante lo cual determina que la estrategia a aplicar es la Supervivencia.

Este análisis es reflejo de todo lo que se ha venido valorando a lo largo de la investigación. Conocer esto permite enfrentar medidas de urgencias que permitan reducir sobre todas las debilidades que llegan a ser cinco. Los aparentes problemas administrativos que pudieran derivarse de la desproporcionada estructura de las accionistas deben ser eliminados para facilitar estas medidas.

Estos resultados evidencian el estado crítico en que se encuentra la organización algo ya observado a todo lo largo de la investigación.

El estado de supervivencia representa las más baja de todas las evaluaciones para cualquier empresa en cualquier sector.

3.7.2. Síntesis Estratégica

La síntesis estratégica se llevó a cabo a través de un estudio profundo de todos los análisis realizados en la investigación, así como los resultados de la matriz FODA evaluadas en las matrices de impacto interno y externo, seguidamente representadas en la matriz de impacto cruzado.

Llegando a estrategias concretas muy relacionadas entre sí lo que evidencia la calidad del trabajo, propiciando la posibilidad de la mejoría de la organización, que hace tres años atraviesa una compleja situación económica y financiera.

Cuadro 3. 3 Síntesis estratégica

	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

CONTINÚA



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.
---	---	--

Estrategias FO

F1- F2-O1- Estudio Comercial para incentivar la venta de productos de primera necesidad con un mayor margen comercial, aprovechando los puntos de venta.

F1-F3-O2 Negociar compras más frecuentes y de menor volumen y sobre-ofertar el mercado minorista para que la demanda quede satisfecha.

Estrategias DO

D2-O1-O2- Aprovechar mejor la demanda y la frecuencia de compras así como la sobreoferta minorista.

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.

Estrategias FA

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.

Estrategias DA

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.

CAPÍTULO IV

VALORACIÓN DE LA EMPRESA

4.1. Método de Valoración (Descuento de Flujos de Caja Libres)

El método de flujo de caja libre se basa principalmente en medir la capacidad que tiene la distribuidora, para generar las riquezas futuras. Es decir que se tomara 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.

- **4.1.1. Elaboración de Proyecciones Financieras**

La elaboración de las proyecciones financieras se realiza en base a la tasa de inflación actual, para el presente periodo la tasa inflacionaria alcanza un porcentaje de 3.76% según el Banco Central del Ecuador.

- **4.1.1.1. Estado de Pérdidas Y Ganancias**

Se requiere proyectar las cuentas relacionadas con la capacidad futura de la producción y comercialización de Disama Cía. Ltda., entre estas tenemos a las Ventas, Costo de Ventas, Sueldos y Salarios, Servicio de Terceros, Depreciaciones, Amortizaciones, Otros gastos, Otros ingresos, etc.

a. **Ventas**

Las ventas es la principal actividad de una empresa, de hecho es la generadora fundamental de las utilidades, una buena gestión por parte de directivos, funcionarios y trabajadores puede aumentar las ventas en la empresa y por ende los ingresos económicos de la misma, permitiendo cumplir con las obligaciones con terceros siempre que exista demanda o la

entidad, debido a una agresiva política de mercado, sea capaz de apropiarse de nuevos nichos de mercado.

Durante los años 2012, 2013 y 2014 las ventas de la empresa que se analiza han tenido una evolución como la que sigue:

Tabla 4. 1

Datos históricos de las ventas en dólares

	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
INGRESOS OPERACIONALES COMERCIO	2162291,69	2450751,5	2330770,22
VENTAS NETAS LOCALES CON TARIFA 12	1222922,08	1308882,05	1238618,75
VENTAS NETAS LOCALES CON TARIFA 0	939369,61	1141869,45	1092151,47
INGRESOS OPERACIONALES SERVICIOS	814,42	867,02	0,00
SERVICIOS NETAS LOCALES CON TARIFA 12	814,42	867,02	0,00

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA.



Figura 4. 1 Datos históricos de los ingresos operacionales comercio de DISAMA CIA. LTDA en dólares

El movimiento que acusa este indicador es significativo por su orientación. El 2012, año en el que se obtuvieron pérdidas, presentó las ventas más bajas del trienio, posteriormente, en el año 2013, las ventas crecieron y con ello aparecieron nuevamente utilidades aunque en cantidades poco representativas, el 2014 experimentó una nueva disminución y arrastró con ello a las utilidades reduciéndolas a niveles mucho más pequeños.

Todo esto pone de manifiesto la inconsistencia de esta entidad y las dificultades que confronta para mantener un volumen estable y creciente de ventas.

Para las siguientes proyecciones financieras tomando en cuenta la representación de la utilidad ante los ingresos de la competencia directa como lo es Industrias CATEDRAL S. A correspondiente a 1,96% más la inflación de 3,76%, obteniendo un porcentaje de 5,72%.

Tabla 4. 2

Proyecciones de las Ventas en dólares

AÑOS	INGRESOS OPERACIONALES COMERCIO (USD)
2015	2.464.090,28
2016	2.605.036,24
2017	2.754.044,31
2018	2.911.575,65
2019	3.078.117,78

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA



Figura 4. 2 Crecimiento de las ventas proyectadas en dólares

- **Costo de Ventas**

Los costos de ventas muestran un comportamiento similar al de las ventas de estos períodos pues ellas deben crecer, generalmente, en proporciones similares a ventas algo que se cumple en los años que se comentarán a seguidas.

Tabla 4. 3

Datos históricos de los costos de ventas en dólares

	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
COSTO DE VENTAS	1.815.871,08	2.056.167,69	1.921.836,95

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA

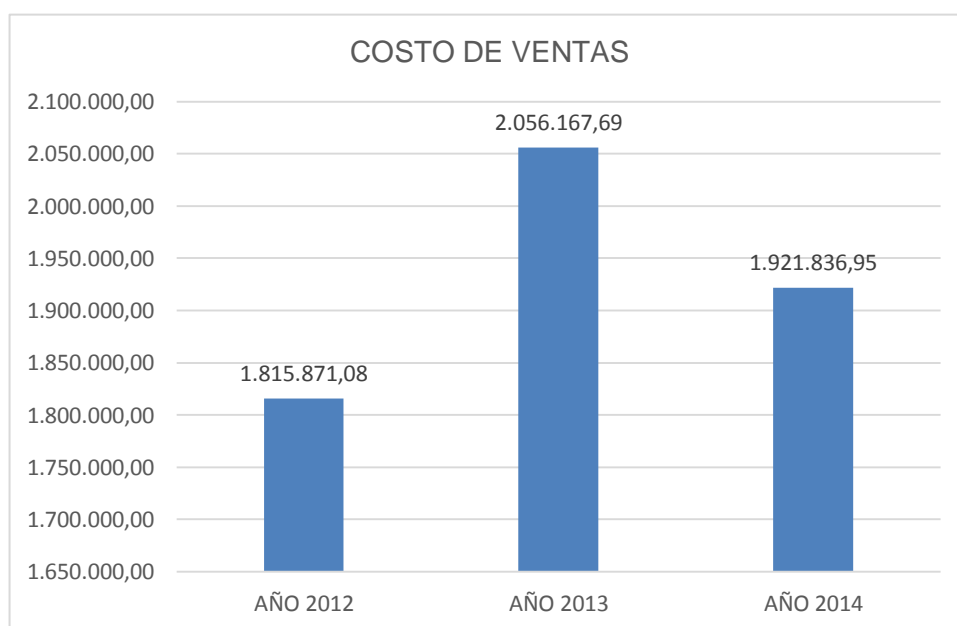


Figura 4. 3 Datos históricos del costo de ventas de DISAMA CIA. LTDA en dólares

Lo interesante es que la utilidad bruta resultante de la resta a las ventas de los costos de ventas en el año 2014 fue mejor que en el 2013 pero las utilidades netas fueron menores, resultado que se debe al crecimiento notable de los gastos de operaciones que acabaron con el buen resultado obtenido hasta el momento.

Para la proyectar la cuenta Costo de Ventas se tomó en cuenta el promedio de los datos históricos de la empresa de los años 2012 - 2013 – 2014 y calculamos el porcentaje de la participación de la cuenta sobre las Ventas dando como resultado el 83,44%, así:

Tabla 4. 4

Cálculo del porcentaje para la proyección del costo de ventas en dólares

	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
INGRESOS OPERACIONALES COMERCIO	2162291,69	2450751,50	2330770,22
COSTOS DE VENTAS	1815871,08	2056167,69	1921836,95
Participación Del Costo De Ventas	83,98%	83,90%	82,46%
Promedio Histórico	83,44%		

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA

Tabla 4. 5

Proyecciones del costo de ventas en dólares

AÑOS	COSTO DE VENTAS
2015	2.056.147,80
2016	2.173.759,46
2017	2.298.098,50
2018	2.429.549,73
2019	2.568.519,98

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA

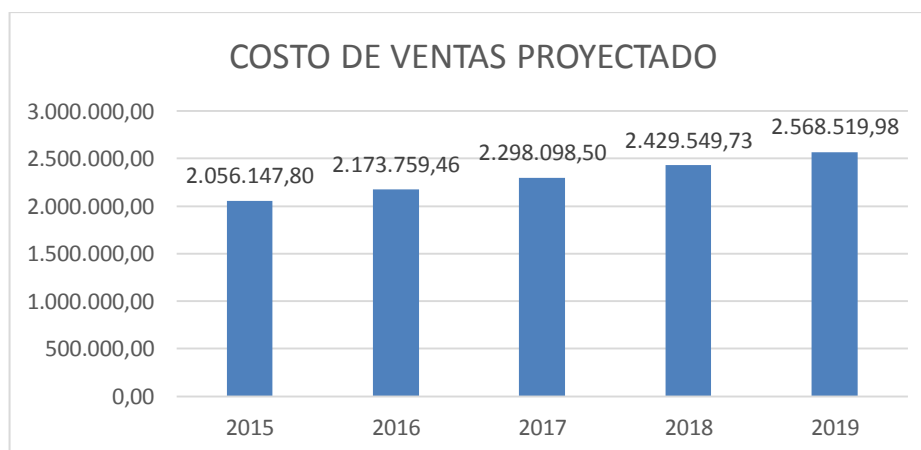


Figura 4. 4 Crecimiento del costo de ventas proyectado en dólares

- **Gastos de Comercialización**

Los gastos de comercialización son todos los valores que se incrementan directamente por el movimiento de las ventas de la empresa, en este caso abarca las remuneraciones, servicios, movilización, mantenimiento, gestión, suministros, gastos de viaje y las depreciaciones de los activos fijos a cargo de los vendedores de DISAMA CIA. LTDA.

Esta fuerza de ventas, está conformada por 6 empleados los que, probablemente, no serán suficientes para el cumplimiento de las actividades si las ventas incrementan en los años posteriores.

Tabla 4. 6

Datos Históricos de los Gastos de Comercialización en dólares

	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN	203997,5	212.126,64	237067,97
REMUNERACIONES	105815,45	108.027,04	114918,77
SERVICIOS	12393,12	24813,76	31876,00
MOVILIZACIÓN	22786,45	15820,04	17711,67
MANTENIMIENTO	17290,33	17790,09	18697,17
GESTIÓN	0,00	0,00	581,66
SUMINISTROS	6974,23	9169,95	8746,35
DEPRECIACIONES	487,51	2651,14	2330,00
GASTOS DE VIAJE	21904	22426,29	26925,31
OTROS GASTOS	16346,41	11428,33	15281,04

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA

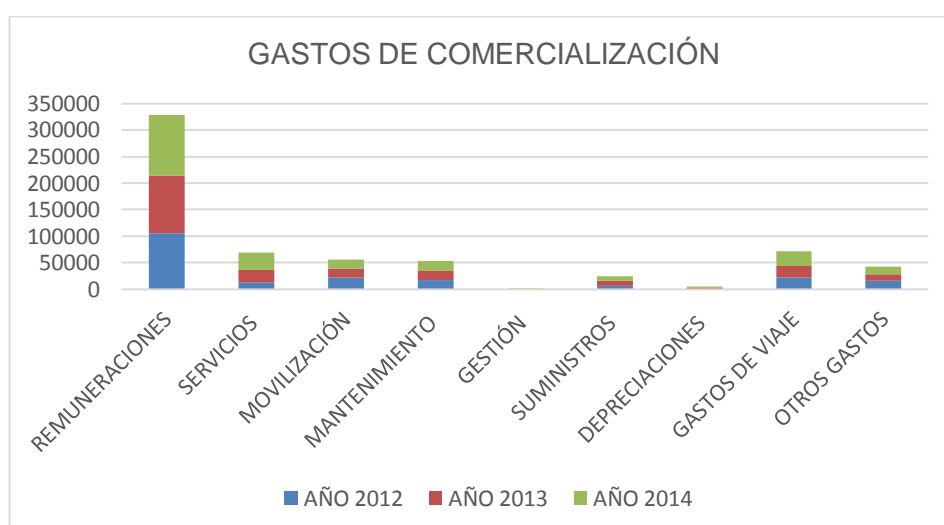


Figura 4. 5 Datos históricos del gasto de comercialización de DISAMA CIA. LTDA en dólares

Para la proyectar la cuenta gastos de comercialización se tomó en cuenta la participación que tiene en la cuenta ventas mediante los datos históricos de los años 2012 - 2013 -2014, el incremento salarial del 4,11% y la tasa de inflación del 3,76% para el 2014 según Banco Central del Ecuador, según corresponda cada subcuenta.

Tabla 4. 7

Proyecciones del gasto de comercialización en dólares

	2015	2016	2017	2018	2019	CRITERIO APLICADO
GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN	240156,15	246391,35	254760,56	263751,68	271646,47	
REMUNERACIONES	119641,93	124559,21	129678,60	135008,39	140557,23	
Sueldos Salarios Y Remuneraciones Que Constituyen Materia Gravada Del less Gv	82848,81	86253,90	89798,93	93489,67	97332,09	Incremento salarial
Aporte A Seguridad Social	20406,32	21245,02	22118,19	23027,25	23973,67	Proporcional de la cuenta
Beneficios Sociales	16386,80	17060,30	17761,48	18491,47	19251,47	
SERVICIOS	21931,85	22813,66	23730,97	24685,22	25677,90	
Servicios Por Honorarios Dietas Por Personas Naturales	16334,42	17005,77	17704,70	18432,37	19189,94	Incremento salarial
Seguros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Servicios Públicos	5597,43	5807,89	6026,27	6252,85	6487,96	Inflación
MOVILIZACIÓN	18058,82	18412,77	18773,66	19141,63	19516,80	
Movilización Local	18058,82	18412,77	18773,66	19141,63	19516,80	Relación a las Ventas
MANTENIMIENTO	19063,63	19437,28	19818,25	20206,69	20602,74	
Mantenimiento	19063,63	19437,28	19818,25	20206,69	20602,74	Relación a las Ventas
GESTIÓN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
ATENCIONES SOCIALES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	No se utilizara a futuro
SUMINISTROS	9075,21	9416,44	9770,50	10137,87	10519,05	
SUMINISTROS Y MATERIALES	9075,21	9416,44	9770,50	10137,87	10519,05	Inflación
DEPRECIACIONES	5415,98	4336,19	3472,01	2780,36	512,30	
NO ACELERADA	5415,98	4336,19	3472,01	2780,36	512,30	

CONTINÚA



Depreciación de Equipo de Oficina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	No se deprecia debido a que los activos se encuentran obsoletos
Depreciación de Vehículos	5382,00	4305,60	3444,48	2755,58	490,00	Depreciación método de línea recta
Depreciación Equipos y Herramientas	33,98	30,59	27,53	24,77	22,30	Depreciación método de línea recta
GASTOS DE VIAJE	27453,05	27991,13	28539,75	29099,13	29669,47	
Gastos De Viaje	27453,05	27991,13	28539,75	29099,13	29669,47	Relación a las Ventas
OTROS GASTOS	19515,68	19424,67	20976,82	22692,40	24590,97	
OTROS GASTOS	19515,68	19424,67	20976,82	22692,40	24590,97	
Publicidad	1037,60	1076,61	1117,09	1159,10	1202,68	Inflación
Correos y Comunicaciones	19,74	20,48	21,25	22,05	22,87	Inflación
Créditos Incobrables	7055,29	7984,69	9036,50	10226,88	11574,06	cuentas tomadas del balance
Provisión inventarios	6006,16	6349,71	6712,91	7096,89	7502,83	cuentas tomadas del balance
Estibaje	1427,44	1455,42	1483,94	1513,03	1542,68	Relación a las Ventas
Misceláneos	1529,40	1559,38	1589,94	1621,10	1652,88	Relación a las Ventas
Diferencia Cancelación Facturas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	No se utilizara a futuro
Gts Vta Esforst	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	No se utilizara a futuro
Gastos BPM	1497,11	0,00	0,00	0,00	0,00	El presupuesto se termina en el 2015
Gastos Seguridad Industrial	942,94	978,39	1015,18	1053,35	1092,96	Inflación
Gastos Sart	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	No se utilizara a futuro, son montos de pruebas que se realizaron para crear otra variedad de productos que no dieron resultado
Gastos Ración	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Gastos Gestión Ambiental	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Gastos Velas Aromáticas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Gastos Pruebas Fideo Instantáneo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

CONTINÚA 

Gastos Pruebas Fideo Jabón Líquido	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
---	------	------	------	------	------	--

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA

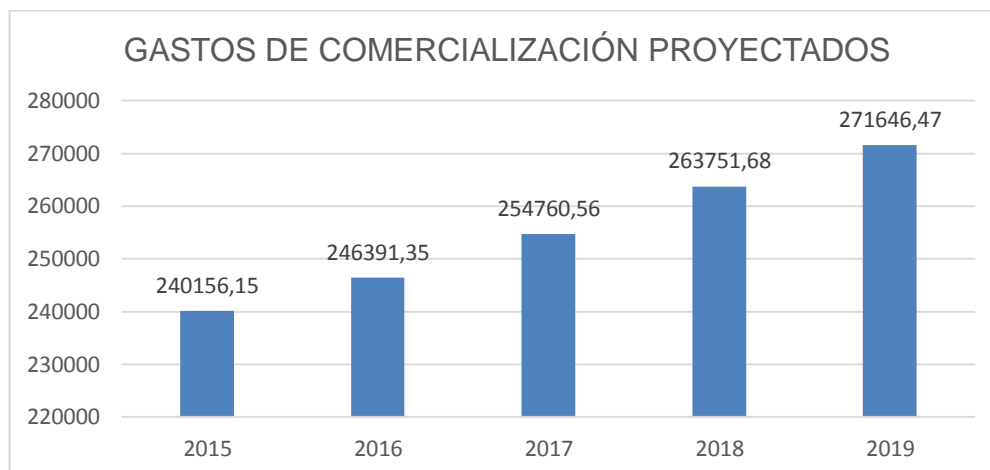


Figura 4. 6 Gastos de comercialización proyectados al 2019 en dólares

- **Gastos de Administración**

Los gastos de administración son aquellos que se generan en el control y la dirección de la empresa la misma que contiene a las remuneraciones, servicios, movilización mantenimiento, gestión, suministros, impuestos, depreciaciones, gastos de viaje y otros gastos relacionados con la planificación administrativa de DISAMA CIA. LTDA.

**Tabla 4. 8
Datos Históricos de los Gastos de Administración en dólares**

	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	154362,06	148330,95	165047,77
REMUNERACIONES	95784,94	66434,11	76875,77
SERVICIOS	25192,94	49574,78	55345,75
MOVILIZACIÓN	509,91	18,23	77,16
MANTENIMIENTO	874,07	2.063,25	3793,31
GESTIÓN			
SUMINISTROS	3993,72	2822	533,39
IMPUESTOS	6022,42	12.040,64	12329,59
DEPRECIACIONES	6092,34	4367,04	6015,82
GASTOS DE VIAJE	5911,43	7887,83	5849,89
OTROS GASTOS	9980,29	3123,07	4227,09

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA

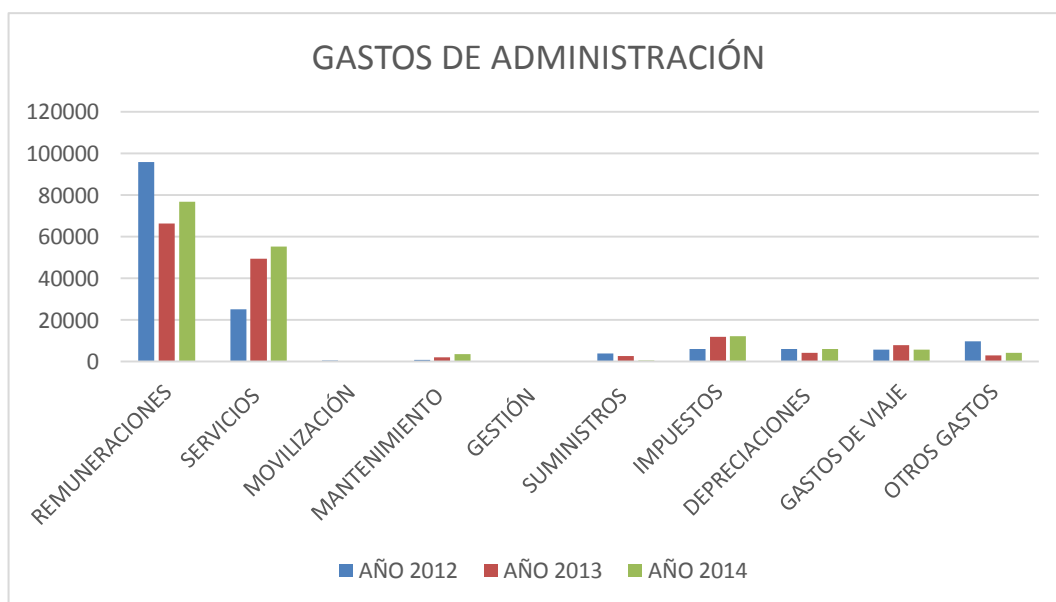


Figura 4. 7 Datos históricos del gasto de administración de DISAMA CIA. LTDA. en dólares

Para la proyectar la cuenta gastos de administración se tomó en cuenta diferentes porcentajes de acuerdo a la procedencia de las subcuentas como son el incremento salarial del 4,11%, la tasa de inflación del 3,76% para el 2014 según Banco Central del Ecuador y la participación que tienen en la cuenta mediante los datos históricos de los años 2012 - 2013 -2014,

Tabla 4. 9

Datos Históricos de los Gastos de administración en dólares

	2015	2016	2017	2018	2019	CRITERIO APLICADO
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	157.594,74	160.692,88	165.968,78	171.109,99	175.066,23	
REMUNERACIONES	67.743,23	70.527,47	73.426,15	76.443,97	79.585,81	
Sueldos Salarios Y Remuneraciones Que Constituyen Materia Gravada Del IESS GV	49.498,89	51.533,30	53.651,31	55.856,38	58.152,08	Incremento Salarial
Aporte Seguridad Social	6.121,99	6.373,60	6.635,56	6.908,28	7.192,21	Proporcional de la cuenta
Beneficios Sociales	12.122,35	12.620,58	13.139,28	13.679,31	14.241,53	
SERVICIOS	56.803,07	59.117,57	61.526,45	64.033,55	66.642,87	
Servicios Honorarios Dietas Por Personas Naturales	51.060,36	53.158,95	55.343,78	57.618,41	59.986,52	Incremento Salarial
MOVILIZACIÓN	78,67	80,21	81,79	83,39	85,02	

CONTINÚA →

Movilización Local	78,67	80,21	81,79	83,39	85,02	Relación a las Ventas
MANTENIMIENTO	3.867,66	3.943,46	4.020,76	4.099,56	4.179,92	
Mantenimien-to	3.867,66	3.943,46	4.020,76	4.099,56	4.179,92	Relación a las Ventas
SUMINIS-TROS	553,45	574,26	595,85	618,25	641,50	
SUMINIS-TROS Y MATERIA-LES	466,85	484,40	502,61	521,51	541,12	Inflación
Suministros De Limpieza Del Local	86,60	89,85	93,23	96,74	100,38	Inflación
IMPUESTOS	12.380,62	12.431,85	12.483,30	12.534,96	12.586,84	
Impuestos Locales	12.380,62	12.431,85	12.483,30	12.534,96	12.586,84	Datos históricos y porcentaje de participa-ción
DEPRECIACIONES	10.203,51	7.936,59	7.633,84	6.974,13	4.898,17	
NO ACELERADA	10.203,51	7.936,59	7.633,84	6.974,13	4.898,17	
Depreciación de Edificios	2.763,06	1.945,84	2.658,04	2.754,94	3.057,76	Deprecia-ción método de línea recta o valor residual dependien-do sus años de vida útil
Depreciación de Muebles y Enseres	313,30	313,30	234,64	234,64	234,64	
Depreciación de Equipos de Oficina	466,59	176,72	176,72	176,72	124,55	
Depreciación de Equipos de Computación	35,24	34,07	32,93	31,84	30,78	
Depreciación de Sistemas de Computación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Depreciación de Equipos y Herramientas	33,98	30,59	27,53	24,77	22,30	
Depreciación Maquinaria y Equipo	1.209,34	1.130,48	1.059,51	995,63	938,15	
Depreciación vehículos	5.382,00	4.305,60	3.444,48	2.755,58	490,00	
Depreciación Instalaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
GASTOS DE VIAJE	5.964,55	6.081,45	6.200,65	6.322,18	6.446,10	
Gastos De Viaje	5.964,55	6.081,45	6.200,65	6.322,18	6.446,10	Relación a las Ventas
OTROS GASTOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Otros Gastos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	No se utilizara a futuro

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA.

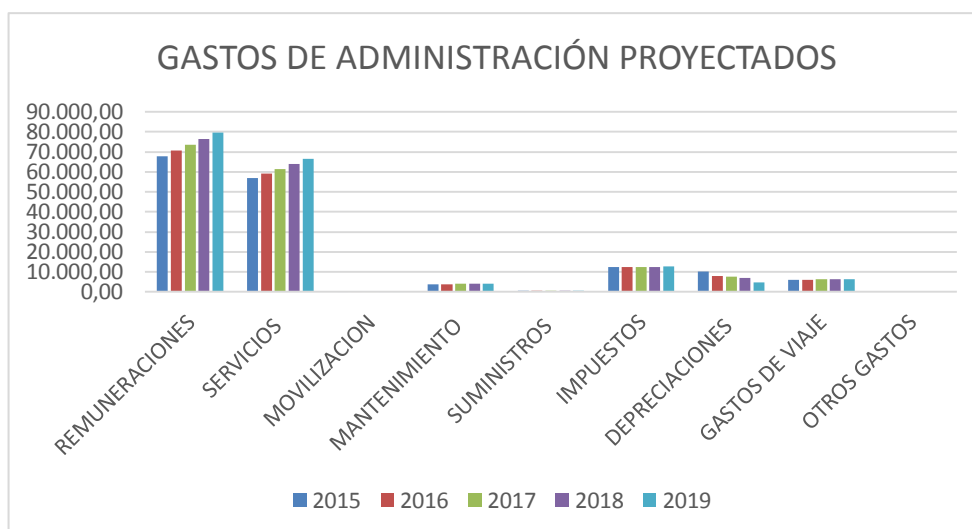


Figura 4. 8 Gastos de administración proyectados al 2019 en dólares

Esta proyección muestra una evolución creciente en todas sus subcuentas exceptuando la de depreciaciones, debido a que los activos fijos de la empresa DISAMA CIA. LTDA fueron revalorizados mediante un peritaje, el mismo que influye en una manera drástica en el incremento o disminución del valor en libros de cada uno de los bienes y por ende las depreciaciones, además que no se proyecta la compra de activos fijos para años futuros por decisión de la junta de accionistas de la entidad.

Tabla 4. 10

Resumen del avalúo de los activos fijos de DISAMA CIA. LTDA. en dólares

AVALUO PERSONAL	
ING. RAFAEL SEVILLA C.	
CALIF. SUPERINTENDENCIA DE BANCOS No. PA-2002-009	
CALIF. SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS No. 01.Q.ICI.055	
CONCEPTO	VALOR COMERCIAL (USD)
Terrenos	458190,20
Edificios	643037,50
Vehículos	85600,00
Maquinaria	48029,30
Herramientas	337,96
Equipos de Oficina	12455,01
Muebles y Enseres	6761,49
Equipo de Cómputo	11700,40
	1.266.111,86

Fuente: Avalúo Personal de la empresa DISAMA CIA. LTDA

El método utilizado para la depreciación correspondiente es el de línea recta para los activo fijos que aún no cumplen sus años de vida útil, en cambio para los activos fijos que ya están obsoletos se aplicó el Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, Decreto Ejecutivo 1051; Registro Oficial Suplemento 337 de 15 de Mayo de 2008 decreto, Artículo. 25. Gastos generales deducibles, depreciaciones de activos fijos, literal f. en donde indica que Cuando un contribuyente haya procedido al reavalúo de activos fijos, podrá continuar depreciando únicamente el valor residual. Si se asigna un nuevo valor a activos completamente depreciados, no se podrá volverlos a depreciar.

Tabla 4. 11

Políticas de Depreciación de DISAMA CIA. LTDA.

ACTIVOS FIJOS	Valor Residual	Vida útil	%
EQUIPO DE COMPUTO	10%	3	3,33%
HERRAMIENTAS	10%	10	10%
MAQUINARIA	10%	10	10%
MUEBLES Y ENSERES	10%	10	10%
EQUIPO DE OFICINA	10%	10	10%
VEHÍCULOS	10%	5	20%
EDIFICIOS	40%	20	5%

Fuente: Archivo digital de la empresa DISAMA CIA. LTDA.

Tabla 4. 12
Proyecciones de las depreciaciones de Edificios en dólares

Detalle	Fecha Adquisición	Valor de Adquisición	Valor de avaluó	Valor de residual	valor de adquisición - valor residual	2015	2016	2017	2018	2019
EDIFICIO FABRICA FIDEO 1	31/12/1995		276392,50							
Bodegas 3 plantas		73.306,02	227046,00	29322,41	43.983,61	2199,18	1381,96	1381,96	1381,96	1381,96
Oficina 1 planta			49346,50							
EDIFICIO FABRICA FIDEO 2	31/12/1996									
Galpón bodega		8.000,13	95220,00	3200,05	4.800,08	240,00	240,00	952,20	952,20	952,20
EDIFICIO ADMINISTRACIÓN 3	31/12/1997									
Galpón Fabrica		8.818,46	72292,50	3527,38	5.291,08	264,55	264,55	264,55	361,46	361,46
EDIFICIO ADMINISTRACIÓN 4	31/12/1998									
Bodegas 2 plantas		390,02	62904,00	156,01	234,01	11,70	11,70	11,70	11,70	314,52
EDIFICIO ADMINISTRACIÓN 5	31/12/1999									
Áreas de maquinas		1.433,85	15167,95	573,54	860,31	43,02	43,02	43,02	43,02	43,02
EDIFICIO FABRICA FIDEO 3	31/12/1999									
Almacén		153,44	10890,60	61,38	92,06	4,60	4,60	4,60	4,60	4,60
Depreciación Edificios						2.763,06	1.945,84	2.658,04	2.754,94	3.057,76
Depreciación Acumulada Edificios						2.763,06	4.708,90	7.366,93	10.121,88	13.179,64

Fuente: Archivo digital de la empresa DISAMA CIA. LTDA

Tabla 4. 13
Proyecciones de las depreciaciones de Maquinaria y Equipo en dólares

Detalle	Fecha Adquisición	Valor de Adquisición	Valor de avalúo	Valor de residual	valor de adquisición - valor residual	2015	2016	2017	2018	2019
BATIDORA LXIN FENG 20 LITROS	13/12/2011	946,43	884,91	94,64	851,79	85,18	76,66	68,99	62,10	55,89
CÁMARA DE FERMENTACIÓN	26/06/2012	425,60	412,83	42,56	383,04	38,30	34,47	31,03	27,92	25,13
CODIFICADOR CM-05	11/04/2007	1.512,00	1094,68	151,20	1.360,80	136,08	122,47	110,22	99,20	89,28
COMPRESOR 3HP 50 GL 140PSI SCHULZ PROFES	07/12/2010	845,41	740,32	84,54	760,87	76,09	68,48	61,63	55,47	49,92
EXTINTOR 20 LIBRAS BUDGER	09/12/2011	180,00	168,3	18,00	162,00	16,20	14,58	13,12	11,81	10,63
HORNO INDUSTRIAL 4 LATAS	03/01/2012	550,00	517	55,00	495,00	49,50	44,55	40,10	36,09	32,48
PRENSA ITALIANA 1959 BRAIBANTIC	05/06/2006	2.352,55	1634,82	235,26	2.117,30	211,73	190,56	171,50	154,35	138,92
SELLADORA PROPIPROPILENO	23/11/2006	1.950,00	1385,34	195,00	1.755,00	175,50	157,95	142,16	127,94	115,15
Depreciación obsoletos Maquinaria y Equipo						420,76	420,76	420,76	420,76	420,76
Depreciación Maquinaria y Equipo						1.209,34	1.130,48	1.059,51	995,63	938,15
Depreciación Acumulada Maquinaria y Equipo						1.209,34	2.339,82	3.399,33	4.394,96	5.333,11

Fuente: Archivo digital de la empresa DISAMA CIA. LTDA

Tabla 4. 14
Proyecciones de las depreciaciones de Herramientas en dólares

Detalle	Fecha Adquisición	Valor de Adquisición	Valor de avaluó	Valor de residual	valor de adquisición - valor residual	2015	2016	2017	2018	2019
Soldadora Lincoln 225a 220v Profesional	14/11/2011	377,60	337,96	37,76	339,84	33,98	30,59	27,53	24,77	22,30
Depreciación Herramientas						33,98	30,59	27,53	24,77	22,30
Depreciación Acumulada Herramientas						33,98	64,57	92,10	116,87	139,17

Fuente: Archivo digital de la empresa DISAMA CIA. LTDA

Tabla 4. 15
Proyecciones de las depreciaciones de Equipos de oficina en dólares

Detalle	Fecha Adquisición	Valor de Adquisición	Valor de avaluó	Valor de residual	valor de adquisición - valor residual	2015	2016	2017	2018	2019
Cámara Digital	12/10/2005	250,00	168,85	25,00	225,00	22,50	1,69	1,69	1,69	1,69
Cámara Vigilancia	12/12/2005	450,80	306,62	45,08	405,72	40,57	3,07	3,07	3,07	3,07
Central Telefónica	18/09/2005	635,56	429,26	63,56	572,00	57,20	4,29	4,29	4,29	4,29
Equipo Biométrico T1	02/12/2008	635,00	498,4	63,50	571,50	57,15	57,15	57,15	57,15	4,98
Fax	20/07/2005	185,95	124,73	18,60	167,36	16,74	1,25	1,25	1,25	1,25
Fotocopiadora	01/09/2005	1.294,64	871,37	129,46	1165,18	116,52	8,71	8,71	8,71	8,71
Sist. Impresión Fotocopiadora	01/09/2005	350,00	235,57	35,00	315,00	31,50	2,36	2,36	2,36	2,36
Teléfono Eje Programador	18/11/2005	105,00	71,41	10,50	94,50	9,45	0,71	0,71	0,71	0,71
Teléfono Eje Programador	18/11/2005	105,00	71,41	10,50	94,50	9,45	0,71	0,71	0,71	0,71
Teléfono Eje Programador	18/11/2005	105,00	71,41	10,50	94,50	9,45	0,71	0,71	0,71	0,71
Depreciación obsoletos Equipos de oficina						96,06	96,06	96,06	96,06	96,06
Depreciación Equipos de oficina						466,59	176,72	176,72	176,72	124,55
Depreciación Acumulada Equipos de oficina						466,59	643,30	820,02	996,73	1.121,28

Fuente: Archivo digital de la empresa DISAMA CIA. LTDA

Tabla 4. 16
Proyecciones de las depreciaciones de Muebles y Enseres en dólares

Detalle	Fecha Adquisición	Valor de Adquisición	Valor de avalúo	Valor de residual	valor de adquisición - valor residual	2015	2016	2017	2018	2019
Escritorio Tipo Secretaria	11/09/2006	266	187,58	26,60	239,40	23,94	23,94	1,88	1,88	1,88
Escritorio Tipo Secretaria	11/09/2006	266	187,58	26,60	239,40	23,94	23,94	1,88	1,88	1,88
Escritorio Tipo Secretaria	11/09/2006	266	187,58	26,60	239,40	23,94	23,94	1,88	1,88	1,88
Escritorio Tp. Secretaria	26/01/2006	150	102,75	15,00	135,00	13,50	13,50	1,03	1,03	1,03
Góndola LIVIANA LATERAL 1 METRO	25/10/2012	137,5	136,12	13,75	123,75	12,38	12,38	12,38	12,38	12,38
Góndola LIVIANA LATERAL 3 METROS	25/10/2012	376,79	373,02	37,68	339,11	33,91	33,91	33,91	33,91	33,91
Góndola LIVIANA LATERAL 3 METROS	25/10/2012	376,79	373,02	37,68	339,11	33,91	33,91	33,91	33,91	33,91
Góndola LIVIANA LATERAL 4 METROS	25/10/2012	496,43	491,47	49,64	446,79	44,68	44,68	44,68	44,68	44,68
Góndola Liviana Lateral	16/11/2012	376,72	374,84	37,67	339,05	33,90	33,90	33,90	33,90	33,90
Góndola Liviana Lateral	16/11/2012	137,5	136,81	13,75	123,75	12,38	12,38	12,38	12,38	12,38
Mesa De Acero Inoxidable	03/01/2012	310	291,40	31,00	279,00	27,90	27,90	27,90	27,90	27,90
Puesto De Cobro	16/11/2012	321,43	319,82	32,14	289,29	28,93	28,93	28,93	28,93	28,93
Depreciación obsoletos Equipos de oficina						36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Depreciación Equipos de oficina						313,3044	313,3044	234,6393	234,6393	234,6393
Depreciación Acumulada Equipos de oficina						313,30	626,61	861,25	1.095,89	1.330,53

Fuente: Archivo digital de la empresa DISAMA CIA. LTDA

Tabla 4. 17
Proyecciones de las depreciaciones de Equipo de Computo en dólares

Detalle	Fecha Adquisición	Valor de Adquisición	Valor de avaluó	Valor de residual	valor de adquisición - valor residual	2015	2016	2017	2018	2019
COMPUTADOR HP COMPAQ	14/03/2012	625,89	532,01	62,59	563,30	18,76	18,13	17,53	16,95	16,38
IMPRESORA ZEBRA MODELO	30/10/2012	550,00	533,50	55,00	495,00	16,48	15,93	15,40	14,89	14,40
Depreciación obsoletos Equipo de Computo						35,28	35,28	35,28	35,28	35,28
Depreciación Equipo de Computo						35,24	34,07	32,93	31,84	30,78
Depreciación Acumulada Equipo de Computo						35,24	69,31	102,24	134,08	164,86

Fuente: Archivo digital de la empresa DISAMA CIA. LTDA

Tabla 4. 18
Proyecciones de las depreciaciones de Vehículos en dólares

Detalle	Fecha Adquisición	Valor de Adquisición	Valor de avaluó	Valor de residual	valor de adquisición - valor residual	2015	2016	2017	2018	2019
Furgón Chevrolet	2013	29900	24500,00	2990,00	26910,00	5.382,00	4.305,60	3.444,48	2.755,58	490,00
Depreciación obsoletos Vehículos						1222,00	1222,00	1222,00	1222,00	1222,00
Depreciación Vehículos						5382,00	4305,60	3444,48	2755,58	490,00
Depreciación Acumulada Vehículos						5.382,00	9.687,60	13.132,08	15.887,66	16.377,66

Fuente: Archivo digital de la empresa DISAMA CIA. LTDA

- **Gastos Financieros**

Son aquellos valores que se originan por la financiación que realiza la empresa con terceros, en esta cuenta destacan las cuentas de intereses de obligaciones, bonos y las pérdidas de valor de activos financieros.

Tabla 4. 19

Datos Históricos de los Gastos Financieros en dólares

	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
GASTOS FINANCIEROS	5083,62	10.993,10	9121,56

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA

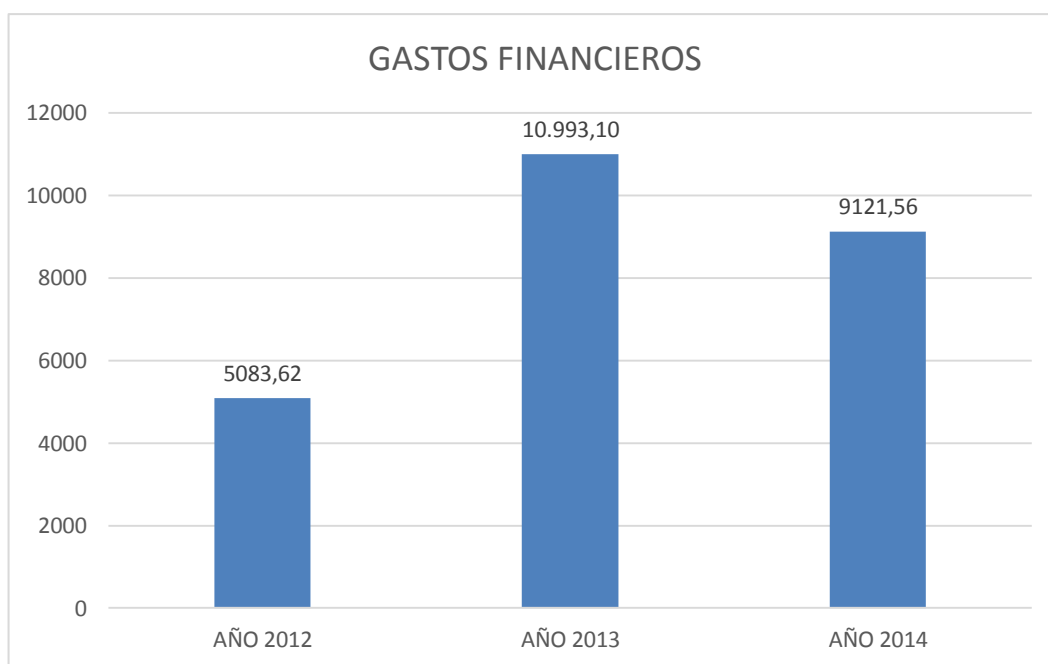


Figura 4. 9 Datos históricos de los gastos financieros de DISAMA CIA. LTDA. en dólares

Esta cuenta no será proyectada para años futuros por decisión de la junta de accionistas de la entidad, es por esto que solo se realiza el respectivo pago al 2015 y saldar este gasto.

Tabla 4. 20

Amortización del préstamo para un año en el Banco Internacional

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
Datos de entrada					
Capital	51.793,50	USD			
Tasa anual	8,19%				
Periodos	12				
Tasa periódica	0,68%				
Cuota a pagar					
	4.510	USD			
Periodo	Saldo inicial (USD)	Intereses (USD)	Abono a capital (USD)	Cuota a pagar (USD)	Saldo final (USD)
1	51.794	353	4.156	4.510	47.637
2	47.637	325	4.185	4.510	43.452
3	43.452	297	4.213	4.510	39.239
4	39.239	268	4.242	4.510	34.997
5	34.997	239	4.271	4.510	30.725
6	30.725	210	4.300	4.510	26.425
7	26.425	180	4.330	4.510	22.095
8	22.095	151	4.359	4.510	17.736
9	17.736	121	4.389	4.510	13.347
10	13.347	91	4.419	4.510	8.928
11	8.928	61	4.449	4.510	4.479
12	4.479	31	4.479	4.510	-
		2.326			

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA

Tabla 4. 21

Proyecciones de los Gastos Financieros en dólares

AÑOS	GASTOS FINANCIEROS
2015	2.326,00
2016	0,00
2017	0,00
2018	0,00
2019	0,00

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA

- **Otros Ingresos**

En DISAMA CIA. LTDA esta cuenta es la que abarca a las utilidades en venta de activos fijos, impuestos diferidos, ingresos por medición en donde integra la recuperación de cartera, reversión beneficio de empleados y reversión de inventarios, indemnización seguros, diferencia cancelación de facturas, gastos administrativos, otros cargos y la diferencia de sobrantes y faltantes.

Tabla 4. 22

Datos Históricos de los Gastos Financieros en dólares

	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
OTROS INGRESOS	8276,3	12.689,75	18001,10

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA

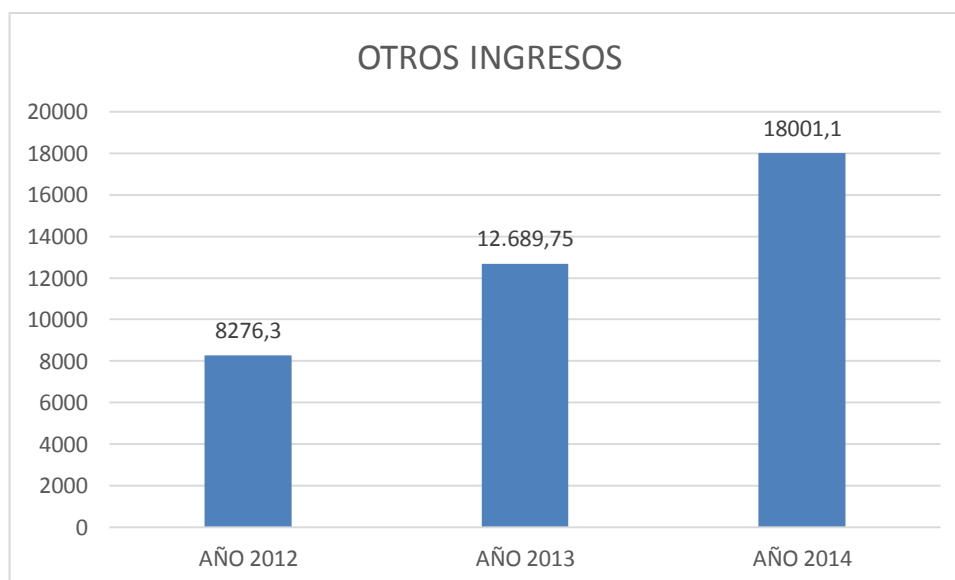


Figura 4. 10 Datos históricos de los gastos financieros de DISAMA CIA. LTDA. en dólares

Para la proyectar la cuenta otros ingresos se tomó el porcentaje de inflación vigente correspondiente a 3,76%.

Tabla 4. 23

Proyecciones de Otros Ingresos en dólares

AÑOS	OTROS INGRESOS
2015	18.677,94
2016	19.380,23
2017	20.108,93
2018	20.865,02
2019	21.649,55

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA.

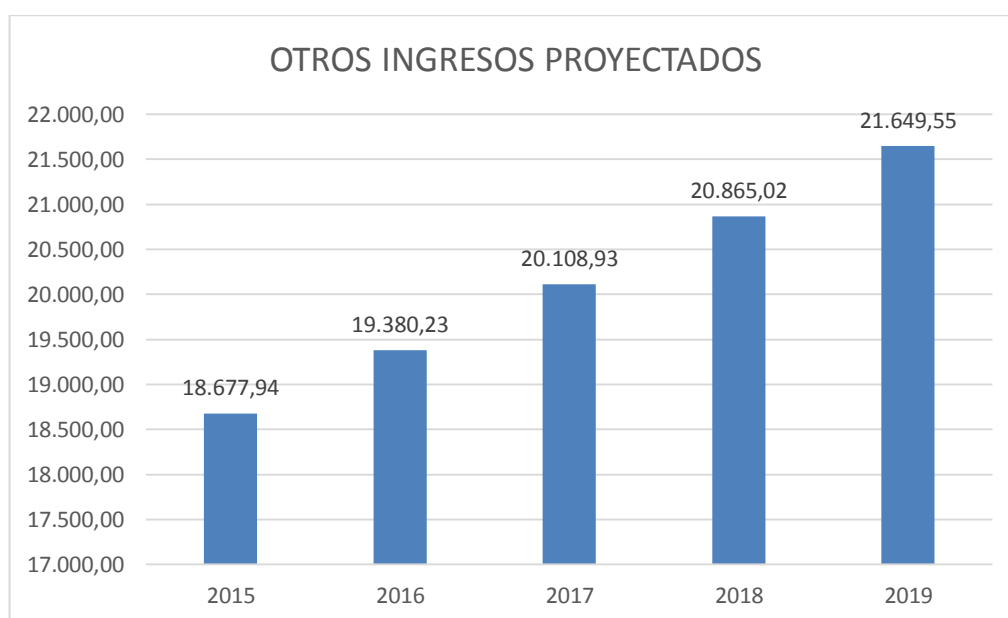


Figura 4. 11 Otros Ingresos proyectados al 2019 en dólares

- Estado de resultados proyectado

Tabla 4. 24

Proyección del estado de Resultados en dólares

DISTRIBUIDORA SALAZAR MAYORGA DISAMA CIA. LTDA.						
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES						
CÓDIGO	CUENTA	2015	2016	2017	2018	2019
4	INGRESOS	2.482.768,22	2.624.416,47	2.774.153,24	2.932.440,67	3.099.767,32
4,1	INGRESOS OPERACIONALES COMERCIO	2.464.090,28	2.605.036,24	2.754.044,31	2.911.575,65	3.078.117,78
4,1,01	VENTAS NETAS LOCALES CON TARIFA 12	1.309.467,74	1.384.369,30	1.463.555,22	1.547.270,58	1.635.774,46
4,1,01,01	VENTAS NETAS TARIFA 12	1.309.467,74	1.384.369,30	1.463.555,22	1.547.270,58	1.635.774,46
4,1,02	VENTAS NETAS LOCALES CON TARIFA 0	1.154.622,53	1.220.666,94	1.290.489,09	1.364.305,07	1.442.343,32
4,1,02,01	VENTAS NETAS TARIFA 0	1.154.622,53	1.220.666,94	1.290.489,09	1.364.305,07	1.442.343,32
4,5	OTROS INGRESOS	18.677,94	19.380,23	20.108,93	20.865,02	21.649,55
4,5,31	INGRESOS POR MEDICIÓN	6.381,24	6.621,17	6.870,13	7.128,45	7.396,48
4,5,31,01	INGRESOS POR MEDICIÓN	6.381,24	6.621,17	6.870,13	7.128,45	7.396,48
4,5,90	INGRESOS POR MEDICIÓN	12.296,70	12.759,06	13.238,80	13.736,58	14.253,07
4,5,90,01	OTROS INGRESOS	12.296,70	12.759,06	13.238,80	13.736,58	14.253,07
5	COSTOS Y GASTOS	-2.456.225,04	-2.580.843,69	-2.718.827,85	-2.864.411,41	-3.015.232,68
5,1,	COSTOS DE VENTAS	-2.056.147,80	-2.173.759,46	-2.298.098,50	-2.429.549,73	-2.568.519,98
5,1,01	COSTOS DE VENTAS LOCALES	-1.613.452,44	-1.705.741,92	-1.803.310,35	-1.906.459,71	-2.015.509,20
5,1,01,01	COSTO VENTAS	-1.613.452,44	-1.705.741,92	-1.803.310,35	-1.906.459,71	-2.015.509,20
5,1,02	COSTOS DE PRODUCCIÓN	-442.695,37	-468.017,54	-494.788,15	-523.090,03	-553.010,78
5,1,02,01	COSTO DE PRODUCCIÓN	-442.695,37	-468.017,54	-494.788,15	-523.090,03	-553.010,78
5,3	GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN	-240.156,15	-246.391,35	-254.760,56	-263.751,68	-271.646,47
5,3,01	REMUNERACIONES	-119.641,93	-124.559,21	-129.678,60	-135.008,39	-140.557,23
5,3,01,01	SUELDOS SALARIOS Y REMUNERACIONES QUE CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS GV	-82.848,81	-86.253,90	-89.798,93	-93.489,67	-97.332,09
5,3,01,03	APORTE A SEGURIDAD SOCIAL	-20.406,32	-21.245,02	-22.118,19	-23.027,25	-23.973,67

CONTINÚA 

5,3,01,05	BENEFICIOS SOCIALES	-16.386,80	-17.060,30	-17.761,48	-18.491,47	-19.251,47
5,3,03	SERVICIOS	-21.931,85	-22.813,66	-23.730,97	-24.685,22	-25.677,90
5,3,03,01	SERVICIOS POR HONORARIOS DIETAS POR PERSONAS NATURALES	-16.334,42	-17.005,77	-17.704,70	-18.432,37	-19.189,94
5,3,03,05	SEGUROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,3,03,07	SERVICIOS PÚBLICOS	-5.597,43	-5.807,89	-6.026,27	-6.252,85	-6.487,96
5,3,07	MOVILIZACION	-18.058,82	-18.412,77	-18.773,66	-19.141,63	-19.516,80
5,3,07,01	MOVILIZACION LOCAL	-18.058,82	-18.412,77	-18.773,66	-19.141,63	-19.516,80
5,3,09	MANTENIMIENTO	-19.063,63	-19.437,28	-19.818,25	-20.206,69	-20.602,74
5,3,09,03	MANTENIMIENTO	-19.063,63	-19.437,28	-19.818,25	-20.206,69	-20.602,74
5,3,11	GESTION	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,3,11,01	ATENCIONES SOCIALES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,3,13	SUMINISTROS	-9.075,21	-9.416,44	-9.770,50	-10.137,87	-10.519,05
5,3,13,01	SUMINISTROS Y MATERIALES	-9.075,21	-9.416,44	-9.770,50	-10.137,87	-10.519,05
5,3,15	DEPRECIACIONES	-5.415,98	-4.336,19	-3.472,01	-2.780,36	-512,30
5,3,15,01	NO ACELERADA	-5.415,98	-4.336,19	-3.472,01	-2.780,36	-512,30
5,3,15,01,01	Depreciación de Equipo de Oficina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,3,15,01,02	Depreciación de Vehículos	-5.382,00	-4.305,60	-3.444,48	-2.755,58	-490,00
5,3,15,01,03	Depreciación Equipos y Herramientas	-33,98	-30,59	-27,53	-24,77	-22,30
5,3,19	GASTOS DE VIAJE	-27.453,05	-27.991,13	-28.539,75	-29.099,13	-29.669,47
5,3,19,01	GASTOS DE VIAJE	-27.453,05	-27.991,13	-28.539,75	-29.099,13	-29.669,47
5,3,21	OTROS GASTOS	-19.515,68	-19.424,67	-20.976,82	-22.692,40	-24.590,97
5,3,21,01	OTROS GASTOS	-19.515,68	-19.424,67	-20.976,82	-22.692,40	-24.590,97
5,3,21,01,01	Publicidad	-1.037,60	-1.076,61	-1.117,09	-1.159,10	-1.202,68
5,3,21,01,03	Correos y Comunicaciones	-19,74	-20,48	-21,25	-22,05	-22,87
5,3,21,01,05	Créditos Incobrables	-7.055,29	-7.984,69	-9.036,50	-10.226,88	-11.574,06
5,3,21,01,06	Provisión inventarios	-6.006,16	-6.349,71	-6.712,91	-7.096,89	-7.502,83
5,3,21,01,07	Estibaje	-1.427,44	-1.455,42	-1.483,94	-1.513,03	-1.542,68
5,3,21,01,09	Misceláneos	-1.529,40	-1.559,38	-1.589,94	-1.621,10	-1.652,88
5,3,21,01,10	Diferencia Cancelación Facturas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,3,21,01,12	Gts Vta Esforst	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

CONTINÚA



5,3,21,01,13	Gastos BPM	-1.497,11	0,00	0,00	0,00	0,00
5,3,21,01,14	Gastos Seguridad Industrial	-942,94	-978,39	-1.015,18	-1.053,35	-1.092,96
5,3,21,01,15	Gastos Sart	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,3,21,01,16	Gastos Ración	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,3,21,01,17	Gastos Gestión Ambiental	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,3,21,01,18	Gastos Velas Aromáticas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,3,21,01,19	Gastos Pruebas Fideo Instantáneo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,3,21,01,20	Gastos Pruebas Fideo Jabón Liquido	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,4	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	-157.594,74	-160.692,88	-165.968,78	-171.109,99	-175.066,23
5,4,01	REMUNERACIONES	-67.743,23	-70.527,47	-73.426,15	-76.443,97	-79.585,81
5,4,01,01	SUELDOS SALARIOS Y REMUNERACIONES QUE CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS GV	-49.498,89	-51.533,30	-53.651,31	-55.856,38	-58.152,08
5,4,01,03	APORTE A SEGURIDAD SOCIAL	-6.121,99	-6.373,60	-6.635,56	-6.908,28	-7.192,21
5,4,01,05	BENEFICIOS SOCIALES	-12.122,35	-12.620,58	-13.139,28	-13.679,31	-14.241,53
5,4,03	SERVICIOS	-56.803,07	-59.117,57	-61.526,45	-64.033,55	-66.642,87
5,4,03,01	SERVICIOS POR HONORARIOS DIETAS POR PERSONAS NATURALES	-51.060,36	-53.158,95	-55.343,78	-57.618,41	-59.986,52
5,4,03,05	SERVICIOS PÚBLICOS	-5.742,70	-5.958,63	-6.182,67	-6.415,14	-6.656,35
5,4,03,07	SEGUROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,4,07	MOVILIZACION	-78,67	-80,21	-81,79	-83,39	-85,02
5,4,07,01	MOVILIZACION LOCAL	-78,67	-80,21	-81,79	-83,39	-85,02
5,4,09	MANTENIMIENTO	-3.867,66	-3.943,46	-4.020,76	-4.099,56	-4.179,92
5,4,09,03	MANTENIMIENTO	-3.867,66	-3.943,46	-4.020,76	-4.099,56	-4.179,92
5,4,13	SUMINISTROS	-553,45	-574,26	-595,85	-618,25	-641,50
5,4,13,01	SUMINISTROS Y MATERIALES	-466,85	-484,40	-502,61	-521,51	-541,12
5,4,13,03	SUMINISTROS DE LIMPIEZA DEL LOCAL	-86,60	-89,85	-93,23	-96,74	-100,38
5,4,15	IMPUESTOS	-12.380,62	-12.431,85	-12.483,30	-12.534,96	-12.586,84
5,4,15,01	IMPUESTOS LOCALES	-12.380,62	-12.431,85	-12.483,30	-12.534,96	-12.586,84
5,4,17	DEPRECIACIONES	-10.203,51	-7.936,59	-7.633,84	-6.974,13	-4.898,17
5,4,17,01	NO ACELERADA	-10.203,51	-7.936,59	-7.633,84	-6.974,13	-4.898,17

CONTINÚA 

5,4,17,01,01	Depreciación de Edificios	-2.763,06	-1.945,84	-2.658,04	-2.754,94	-3.057,76
5,4,17,01,03	Depreciación de Muebles y Enseres	-313,30	-313,30	-234,64	-234,64	-234,64
5,4,17,01,05	Depreciación de Equipos de Oficina	-466,59	-176,72	-176,72	-176,72	-124,55
5,4,17,01,07	Depreciación de Equipos de Computación	-35,24	-34,07	-32,93	-31,84	-30,78
5,4,17,01,09	Depreciación de Sistemas de Computación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,4,17,01,11	Depreciación de Equipos y Herramientas	-33,98	-30,59	-27,53	-24,77	-22,30
5,4,17,01,13	Depreciación Maquinaria y Equipo	-1.209,34	-1.130,48	-1.059,51	-995,63	-938,15
5,4,17,01,14	Depreciación vehículos	-5.382,00	-4.305,60	-3.444,48	-2.755,58	-490,00
5,4,17,01,16	Depreciación Instalaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,4,21	GASTOS DE VIAJE	-5.964,55	-6.081,45	-6.200,65	-6.322,18	-6.446,10
5,4,21,01	GASTOS DE VIAJE	-5.964,55	-6.081,45	-6.200,65	-6.322,18	-6.446,10
5,4,23	OTROS GASTOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,4,23,01	OTROS GASTOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5,5	GASTOS FINANCIEROS	-2.326,34	0,00	0,00	0,00	0,00
5,5,01	GASTOS FINANCIEROS	-2.326,34	0,00	0,00	0,00	0,00
5,5,01,01	INTERESES	-2.326,34	0,00	0,00	0,00	0,00
	UTILIDAD / PERDIDA DEL EJERCICIO	26543,18	43572,78	55325,39	68029,26	84534,65
	15% TRABAJADORES	-3981,48	-6535,92	-8298,81	-10204,39	-12680,20
	IMPUESTO A LA RENTA	-4963,57	-8148,11	-10345,85	-12721,47	-15807,98
	AMORTIZACIÓN PERDIDAS					
	UTILIDAD / PERDIDA DEL EJERCICIO NETA	17598,13	28888,76	36680,74	45103,40	56046,47

4.1.1.2. Método de Valoración (Balance General)

- **Inventario**

Los inventarios son una parte fundamental de la empresa pues comprenden a todos los productos que van a ser realizados o comercializados con el fin de obtener ingresos y generar así una rentabilidad para la entidad.

Tabla 4. 25

Datos Históricos de los Inventarios en dólares

	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
INVENTARIOS	242148,18	203685,09	185673,36
INVENTARIO MATERIA PRIMA	15466,59	27393,48	21.259,85
INVENTARIO MATERIALES Y SUMINISTROS	38854,23	33662,72	33.366,70
INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO	0	147313,45	135.731,37
INVENTARIO PRODUCTOS TERMINADOS PRODUCIDOS	62641,58	0	0
INVENTARIO PRODUCTOS TERMINADOS DE TERCEROS	135187,76	0	0
PROVISIÓN DE INVENTARIOS	10001,98	4684,56	4684,56

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA



Figura 4. 12 Datos históricos de Inventarios de DISAMA CIA. LTDA en dólares

Para realizar las proyecciones de la cuenta Inventario de la empresa se tomó dos consideraciones la primera es que en Inventario de materia prima, materiales y suministros, productos en proceso e inventario de productos terminados se aplicará el porcentaje de proyección para las ventas correspondiente al 5,72% y para la provisión de inventarios el 2,98% correspondiente al promedio de la participación de la provisión de inventarios sobre los inventarios de los datos históricos de la empresa.

Tabla 4. 26

Cálculo del porcentaje de proyección de la provisión de inventarios

CUENTA ACTIVO	2012	2013	2014
INVENTARIOS	242.148,18	203685,09	185.673,36
Provisión De Inventarios	10001,98	4684,56	4684,56
Participación De Provisión	4,13%	2,30%	2,52%
Promedio Histórico Provisión	2,98%		

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA

Tabla 4. 27

Proyecciones de Inventarios en dólares

	2015	2016	2017	2018	2019
INVENTA- RIOS	195240,24	206407,98	218214,52	230696,39	243892,22
Inventario Materia Prima	22475,91	23761,54	25120,70	26557,60	28076,69
Inventario Materiales y Suministro	35275,28	37293,02	39426,18	41681,36	44065,53
Inventario De Productos En Proceso	143495,20	151703,13	160380,55	169554,32	179252,82
Provisión De Inventarios	-6006,16	-6349,71	-6712,91	-7096,89	-7502,83

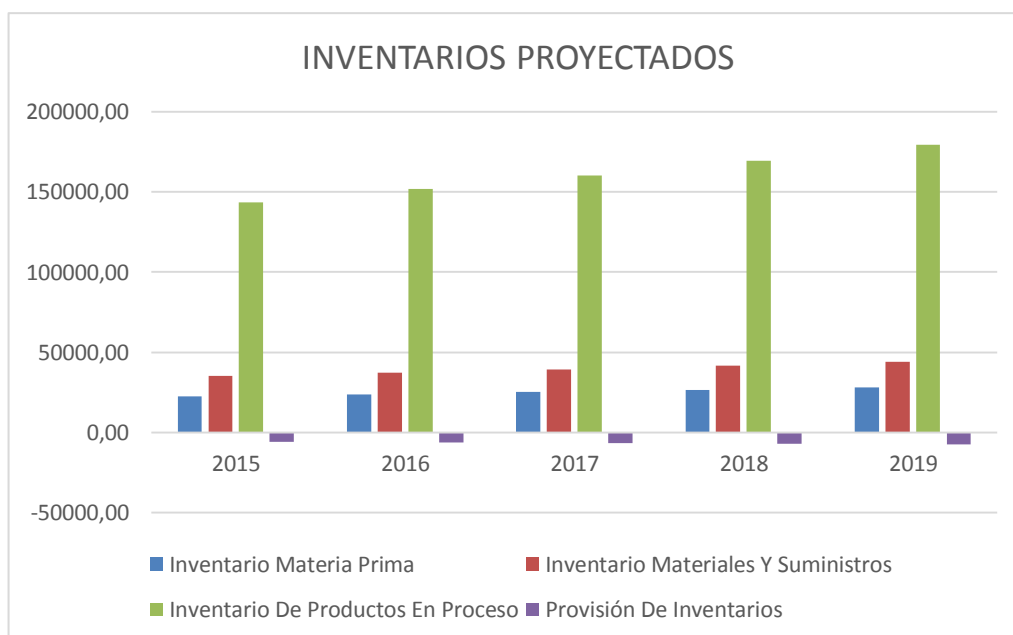


Figura 4. 13 Inventarios proyectados al 2019 en dólares

- **Cuentas por Cobrar**

Las cuentas por cobrar representan el crédito que la entidad concede a sus clientes por la compra de sus productos con el objetivo de conservar los clientes actuales y atraer nuevos clientes.

Tabla 4. 28

Datos Históricos de las Cuentas por Cobrar en dólares

	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES	281516,94	278821,59	275302,68
Cientes Por Ventas	286780,68	285625,65	282106,74
(-) Provisión Cuentas Incobrables	-5263,74	-6804,06	-6.804,06

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA

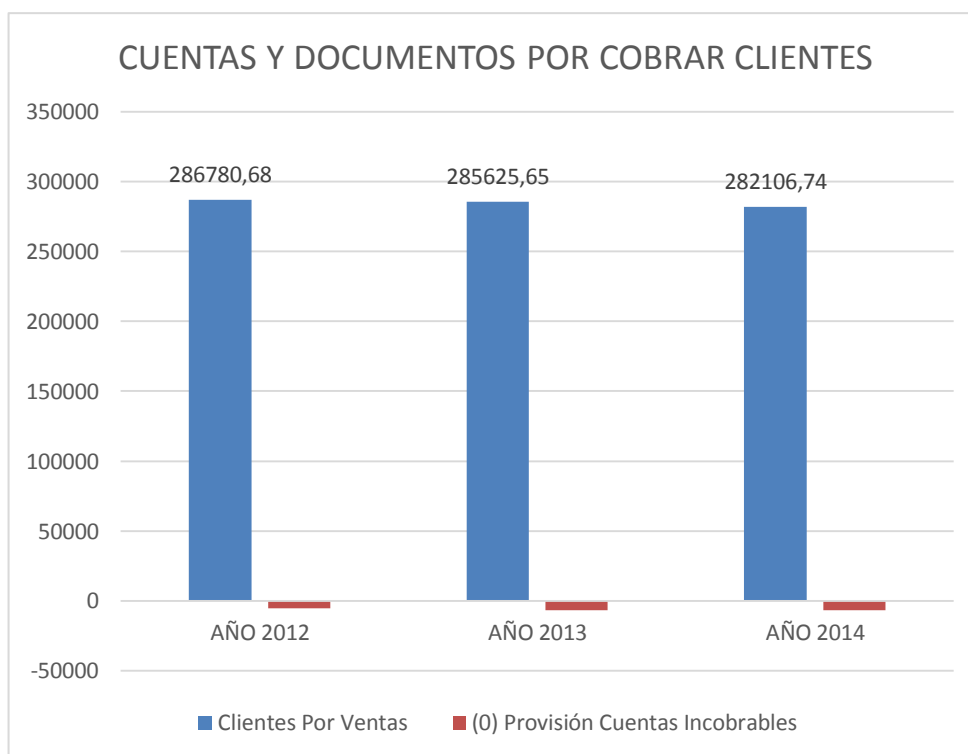


Figura 4. 14 Datos históricos de Cuentas y Documentos por cobrar de DISAMA CIA. LTDA. en dólares

Para realizar las proyecciones de la cuenta Inventario de la empresa se tomó dos consideraciones la primera es que en Inventario de materia prima, materiales y suministros, productos en proceso e inventario de productos terminados se aplicará el porcentaje de proyección para las ventas correspondiente al 5,72% y para la provisión de inventarios el 2,98% correspondiente al promedio de la participación de la provisión de inventarios sobre los inventarios de los datos históricos de la empresa.

Tabla 4. 29

Cálculo del porcentaje de proyección de clientes por ventas y la provisión de cuentas incobrables

	2012	2013	2014
INGRESOS OPERACIONALES COMERCIO	2162291,7	2450751,5	2330770,22
Clientes Por Ventas	286780,68	285625,65	282106,74
Participación De Clientes Por Ventas Sobre Ingresos Operacionales Comercio	13,26%	13,21%	13,05%

CONTINUÍA 

Promedio Participación	13,17%		
(-) Provisión Cuentas Incobrables	-5263,74	-6804,06	-6.804,06
Participación De Provisión Cuentas Incobrables Sobre Clientes Por Ventas	1,84%	2,38%	2,41%
Promedio Participación	2,21%		

Tabla 4. 30

Proyecciones de las Cuentas por Cobrar en dólares

	2015	2016	2017	2018	2019
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES	312.213,24	353.340,94	399.886,38	452.563,23	512.179,18
Clientes por Ventas	319.268,53	361325,63	408922,89	462790,11	523753,24
(-) Provisión cuentas incobrables	-7.055,29	-7.984,69	-9.036,50	-10.226,88	-11.574,06

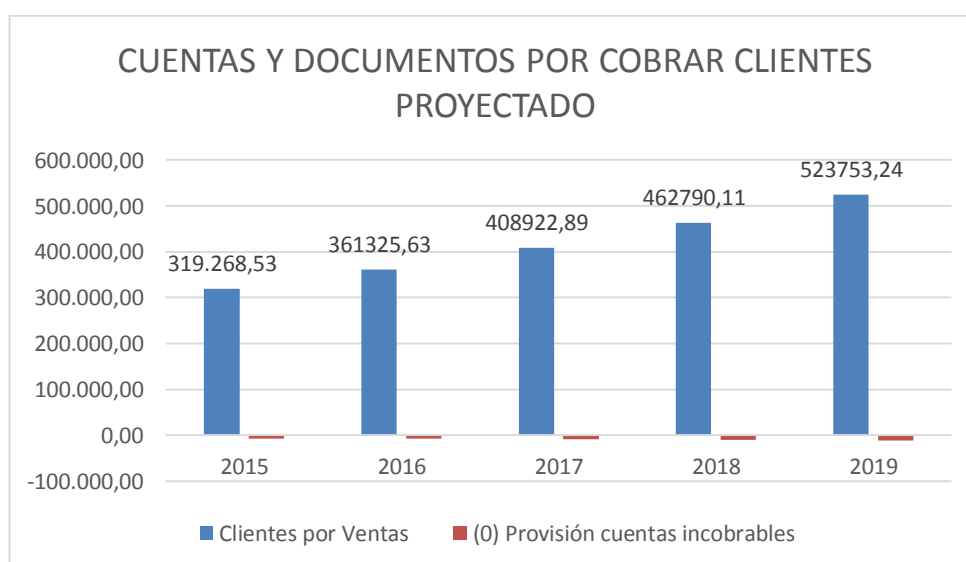


Figura 4. 15 Proyecciones al 2019 de cuentas y documentos por cobrar clientes en dólares

- **Cuentas por Pagar**

Las Cuentas por Pagar se originan por la adquisición a crédito de inventarios o activos fijos, servicios, gastos incurridos en el giro del negocio realizados con terceros, si se pagan a menor de doce meses se registran como Cuentas por Pagar a Corto Plazo y si su vencimiento es a más de doce meses, en Cuentas por Pagar a Largo plazo.

Tabla 4. 31**Datos Históricos de las Cuentas por Pagar en dólares**

	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	230048,2	187777,35	181739,54

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA

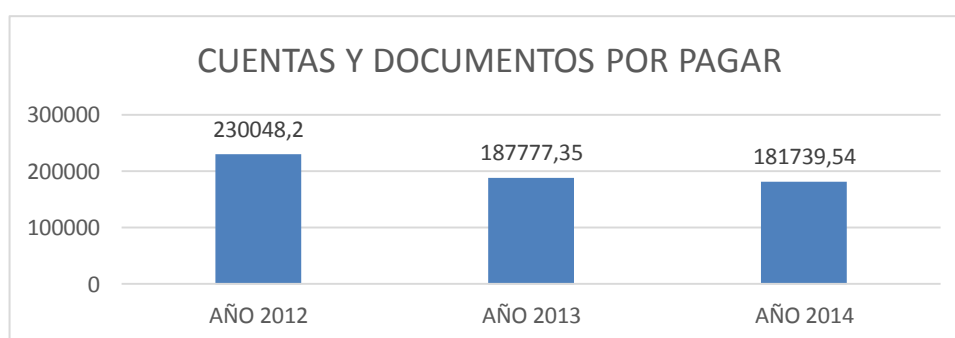


Figura 4. 16 Datos históricos de Cuentas y Documentos por cobrar de DISAMA CIA. LTDA en dólares

En las cuentas por pagar se realizó un análisis para la proyección en donde cada subcuenta será proyectada con el porcentaje que se indica en la tabla siguiente:

Tabla 4. 32**Cálculo del porcentaje de proyección de Cuentas y Documentos por pagar**

	2012	2013	2014	Promedio participación	Promedio de participación mas inflación 3,76%
INGRESOS OPERACIONALES COMERCIO	2162291,7	2450751,5	2330770,22		
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	230048,2	187777,35	181739,54		
Participación de la cuenta sobre los	10,64%	7,66%	7,80%	8,70%	12,46%

CONTINÚA 

ingresos operacionales comercio					
Otras Cuentas Y Documentos Por Pagar No Relacionados	7218,89	5255,81	4889,55		
Participación de la cuenta sobre los ingresos operacionales comercio	0,33%	0,21%	0,21%	0,25%	4,01%
Provisiones	7218,89	5255,81	5384,17		
Participación de la cuenta sobre los ingresos operacionales comercio	0,33%	0,21%	0,23%	0,26%	4,02%
Obligaciones	19670,13	26261,87	15702,01		
Participación de la cuenta sobre los ingresos operacionales comercio	0,91%	1,07%	0,67%	0,88%	4,64%

Tabla 4. 33

Proyecciones de las Cuentas y documentos por pagar en dólares

	2015	2016	2017	2018	2019
Cuentas Y Documentos Por Pagar	204383,39	229848,56	258486,56	290692,72	326911,60
Otras Cuentas Y Documentos Por Pagar	5085,75	5289,83	5502,09	5722,88	5952,52
Provisiones	5600,60	5825,73	6059,91	6303,51	6556,90
Obligaciones	25376,42	41239,18	61799,39	87595,82	120152,81

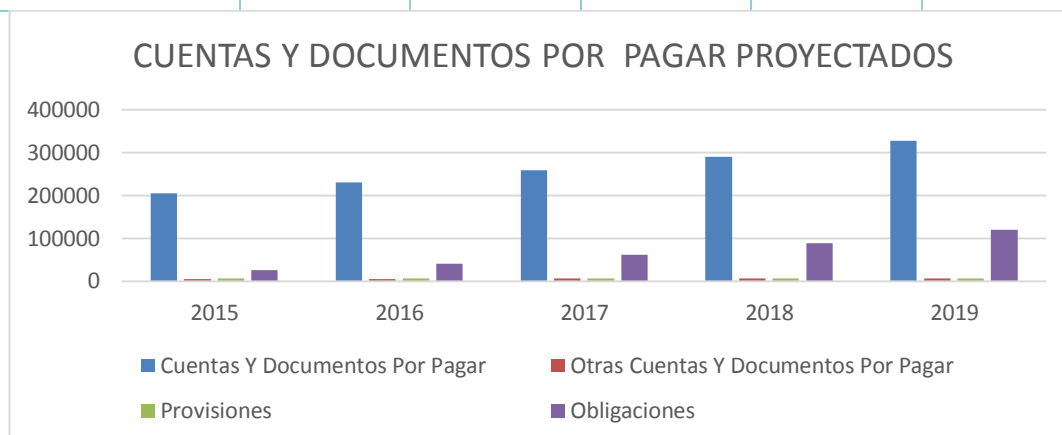


Figura 4. 17 Proyecciones de cuentas y documentos por pagar al 2019 en dólares

- Balance proyectado

Tabla 4. 34

Proyección del Balance en dólares

DISTRIBUIDORA SALAZAR MAYORGA DISAMA CIA. LTDA.						
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
CÓDIGO	CUENTA	2015	2016	2017	2018	2019
1	ACTIVO	1.197.052,91	1.240.732,69	1.286.631,00	1.336.722,01	1.393.963,26
1,1	ACTIVO CORRIENTE	749.066,22	806.064,60	869.284,35	939.481,57	1.017.508,65
1,1,01	EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	33.979,60	34.876,74	35.797,65	36.742,95	37.713,29
1,1,01,01	CAJA	8.131,26	8.367,70	8.611,01	8.861,39	9.119,06
1,1,01,03	BANCOS LOCALES	25.848,33	26.509,04	27.186,64	27.881,56	28.594,24
1,1,03	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES	312.213,24	353.340,94	399.886,38	452.563,23	512.179,18
1,1,03,02	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES NO RELACIONADOS	312.213,24	353.340,94	399.886,38	452.563,23	512.179,18
1,1,03,02,01	Clientes por Ventas	319268,53	361325,63	408922,89	462790,11	523753,24
1,1,03,02,97	(-) Provisión cuentas incobrables	-7.055,29	-7.984,69	-9.036,50	-10.226,88	-11.574,06
1,1,04	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	100.392,07	100.392,07	100.392,07	100.392,07	100.392,07
1,1,04,01	OTRAS CUENTAS POR COBRAR RELACIONADOS0ACCIONISTAS	7130,01	7130,01	7130,01	7130,01	7130,01
1,1,04,03	OTRAS CUENTAS POR COBRAR NO RELACIONADOS	93262,06	93262,06	93262,06	93262,06	93262,06
1,1,05	INVENTARIOS	195.240,24	206.407,98	218.214,52	230.696,39	243.892,22
	INVENTARIO MP,MS,MPP	201.246,39	212.757,69	224.927,43	237.793,28	251.395,05
1,1,05,01	INVENTARIO MATERIA PRIMA	22.475,91	23.761,54	25.120,70	26.557,60	28.076,69
1,1,05,03	INVENTARIO MATERIALES Y SUMINISTROS	35.275,28	37.293,02	39.426,18	41.681,36	44.065,53
1,1,05,05	INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO	143.495,20	151.703,13	160.380,55	169.554,32	179.252,82
1,1,05,99	PROVISIÓN DE INVENTARIOS	-6.006,16	-6.349,71	-6.712,91	-7.096,89	-7.502,83
1,1,06	SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS	5.092,55	5.102,31	5.112,08	5.121,88	5.131,69
1,1,06,03	GASTOS POR ANTICIPADO	5.092,55	5.102,31	5.112,08	5.121,88	5.131,69
1,1,07	ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	102.148,53	105.944,56	109.881,65	113.965,05	118.200,20

CONTINÚA →

1,1,07,03	CRÉDITO TRIBUTARIO A FAVOR DE LA EMPRESA RENTA	102.148,53	105.944,56	109.881,65	113.965,05	118.200,20
1,2	ACTIVO NO CORRIENTE	447.986,69	434.668,09	417.346,65	397.240,44	376.454,61
1,2,01	NO DEPRECIABLES	458.190,20	458.190,20	458.190,20	458.190,20	458.190,20
1,2,01,01	TERRENOS	458.190,20	458.190,20	458.190,20	458.190,20	458.190,20
1,2,02	DEPRECIABLES	-10.203,51	-23.522,11	-40.843,55	-60.949,76	-81.735,59
1,2,02,01	EDIFICIOS	-2.763,06	-4.708,90	-7.366,93	-10.121,88	-13.179,64
1,2,02,01,01	Edificios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1,2,02,01,05	(-) Deprec, Acum, Edificios	-2.763,06	-4.708,90	-7.366,93	-10.121,88	-13.179,64
1,2,02,03	MAQUINARIA Y EQUIPO	-1.243,32	-2.404,39	-3.491,43	-4.511,83	-5.472,28
1,2,02,03,01	Maquinaria y Equipo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1,2,02,03,05	(-) Deprec, Acum, Maquinaria y Equipo	-1.209,34	-2.339,82	-3.399,33	-4.394,96	-5.333,11
1,2,02,03,11	Equipos menores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1,2,02,03,15	(-) Deprec, Acum, Equipos y Herramientas	-33,98	-64,57	-92,10	-116,87	-139,17
1,2,02,05	VEHÍCULOS	-5.382,00	-15.069,60	-28.201,68	-44.089,34	-60.467,01
1,2,02,05,01	Vehículos	0,00	-5.382,00	-15.069,60	-28.201,68	-44.089,34
1,2,02,05,05	(-) Dep, Acum Vehículos	-5.382,00	-9.687,60	-13.132,08	-15.887,66	-16.377,66
1,2,02,07	EQUIPO DE OFICINA	-466,59	-643,30	-820,02	-996,73	-1.121,28
1,2,02,07,01	Equipos de Oficina	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1,2,02,07,05	(-) Deprec Acumulada Equipo de Oficina	-466,59	-643,30	-820,02	-96,73	-1.121,28
1,2,02,09	MUEBLES Y ENSERES	-313,30	-626,61	-861,25	-1.095,89	-1.330,53
1,2,02,09,01	Muebles y Enseres	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1,2,02,09,05	(-) Dep, Acum Muebles y Enseres	-313,30	-626,61	-861,25	-1.095,89	-1.330,53
1,2,02,11	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	-35,24	-69,31	-102,24	-134,08	-164,86
1,2,02,11,01	Equipos de Computación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1,2,02,11,05	(-) Dep, Acum Equipos de Computación	-35,24	-69,31	-102,24	-134,08	-164,86
1,2,02,13	OTROS ACTIVOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1,2,02,13,01	Instalaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1,2,02,13,05	(-) Dep, Acum Instalaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2	PASIVO	-327.968,65	-374.787,68	-429.788,13	-493.921,92	-569.176,79
2,1	PASIVO CORRIENTE	-240.446,17	-282.203,30	-331.847,96	-390.314,93	-459.573,83

CONTINÚA 

2,1,01	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	-204.383,39	-229.848,56	-258.486,56	-290.692,72	-326.911,60
2,1,01,05	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR PROVEEDORES CORRIENTE NO RELACIONADO (Nacional)	-204.383,39	-229.848,56	-258.486,56	-290.692,72	-326.911,60
2,1,02	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	-5.085,75	-5.289,83	-5.502,09	-5.722,88	-5.952,52
2,1,02,03	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR NO RELACIONADOS	-5.085,75	-5.289,83	-5.502,09	-5.722,88	-5.952,52
2,1,03	OBLIGACIONES INSTITUCIONES FINANCIERAS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2,1,03,01	DOCUMENTOS POR PAGAR A BANCOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2,1,04	PROVISIONES	-5.600,60	-5.825,73	-6.059,91	-6.303,51	-6.556,90
2,1,04,01	CON EMPLEADOS	-5600,60	-5825,73	-6059,91	-6303,51	-6556,90
2,1,05	OBLIGACIONES	-25.376,42	-41.239,18	-61.799,39	-87.595,82	-120.152,81
2,1,05,01	CON LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA	-7792,54	-12663,64	-18977,23	-26898,74	-36896,27
2,1,05,03	CON EL IESS	-6759,04	-10984,11	-16460,34	-23331,26	-32002,85
2,1,05,05	CON EMPLEADOS	-10.824,84	-17.591,43	-26.361,82	-37.365,83	-51.253,69
2,2	PASIVOS LARGO PLAZO	-87.522,48	-92.584,38	-97.940,17	-103.606,99	-109.602,96
2,2,03	PROVISIONES	-53.173,94	-56.403,50	-59.829,21	-63.462,99	-67.317,46
2,2,03,01	CON EMPLEADOS	-53173,94	-56403,50	-59829,21	-63462,99	-67317,46
2,2,05	PASIVO DIFERIDO	-34.348,54	-36.180,88	-38.110,96	-40.144,01	-42.285,51
2,2,05,01	IMPUESTOS DIFERIDOS	-34348,54	-36180,88	-38110,96	-40144,01	-42285,51
3	PATRIMONIO	-869.084,27	-865.945,01	-856.842,87	-842.800,10	-824.786,47
3,1	CAPITAL SOCIAL	-413.950,00	-413.950,00	-413.950,00	-413.950,00	-413.950,00
3,1,01	CAPITAL SUSCRITO	-413.950,00	-413.950,00	-413.950,00	-413.950,00	-413.950,00
3,1,01,01	CAPITAL SUSCRITO Y ASIGNADO	-413.950,00	-413.950,00	-413.950,00	-413.950,00	-413.950,00
3,2	RESERVAS	-254.063,98	-239.634,09	-222.739,97	-200.274,53	-171.317,84
3,2,01	RESERVA LEGAL	-14.902,87	-14.902,87	-14.902,87	-14.902,87	-14.902,87
3,2,01,01	RESERVA LEGAL	-14.902,87	-14.902,87	-14.902,87	-14.902,87	-14.902,87
3,2,02	OTRAS RESERVAS	-14.928,55	-14.928,55	-14.928,55	-14.928,55	-14.928,55
3,2,02,01	OTRAS RESERVAS	-14.928,55	-14.928,55	-14.928,55	-14.928,55	-14.928,55
3,2,02,01,03	Reservas Facultativa y Estatutaria	-4,05	-4,05	-4,05	-4,05	-4,05
3,2,02,01,05	Reserva Voluntaria	-14.924,50	-14.924,50	-14.924,50	-14.924,50	-14.924,50
3,2,03	Reserva por Revalorización de Patrimonio	-224.232,56	-209.802,67	-192.908,55	-170.443,11	-141.486,42

CONTINÚA →

3,2,03,01	Ajuste Activo Fijo	-166.214,79	-152.896,19	-135.574,75	-115.468,54	-94.682,71
3,2,03,02	Revalorización de Patrimonio otras cuentas	-58017,77	-56906,48	-57.333,80	-54.974,57	-46803,71
3,3	RESULTADOS	-201.070,29	-212.360,92	-220.152,90	-228.575,56	-239.518,63
3,3,02	RESULTADOS ACUMULADOS	-183.472,16	-183.472,16	-183.472,16	-183.472,16	-183.472,16
3,3,02,01	RESULTADOS AÑOS ANTERIORES	-23.662,11	-23.662,11	-23.662,11	-23.662,11	-23.662,11
3,3,02,03	EFFECTOS ADOPCIÓN NIIF	-159.810,05	-159.810,05	-159.810,05	-159.810,05	-159.810,05
3,3,03	RESULTADOS DEL EJERCICIO	-17.598,13	-28.888,76	-36.680,74	-45.103,40	-56.046,47
3,3,02,01	UTILIDAD DEL EJERCICIO	-17.598,13	-28.888,76	-36.680,74	-45.103,40	-56.046,47
	TOTAL PASIVO + TOTAL PATRIMONIO	-1.197.052,91	-1.240.732,69	-1.286.631,00	-1.336.722,01	-1.393.963,26

4.1.1.3. Determinación del Flujo de Caja Libre

Una vez ya realizadas las proyecciones de los estados financieros se podrá realizar los flujos de caja libres estimados para cada uno de los próximos años.

- **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. Las variaciones que hay en algunas cuentas se deben, si son al alza, a procesos de reposición poco significativos y si son a la baja, a la terminación de la vida útil de algún bien aunque se siga usando.

- **Capital de Trabajo**

El capital de trabajo abarca a todos aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar y que es financiada con recursos de carácter permanente, siendo este una medida para conocer de la capacidad que tiene la empresa para continuar con el desarrollo de las actividades en el corto plazo.

Para la determinación de este fondo de maniobra se restan los valores obtenidos en el Activo Corriente y el pasivo corriente.

Tabla 4. 35

Evolución de Capital de trabajo en dólares

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

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA

La evolución del Capital de Trabajo Neto ha ido en aumento, esto se debe al crecimiento en los ingresos operacionales de la empresa ya que esta cuenta es la que afecta directamente a las sus cuentas por cobrar, inventarios y cuentas por pagar.

- **Flujo de Caja Libre**

Es la cantidad de dinero disponible para pagar, cubrir deudas o repartir dividendos a los accionistas de la empresa.

Tabla 4. 36

Flujos de caja libre hasta el 2019 en dólares

	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos Operacionales Comercio	2464090,28	2605036,24	2754044,31	2911575,65	3078117,78
(-) Costo de Ventas	-2056147,80	-2173759,46	-2298098,50	-2429549,73	-2568519,98
(=) Margen Operativo Bruto	407942,47	431276,78	455945,81	482025,91	509597,80
(-) Gastos de Comercialización	-240156,15	-246391,35	-254760,56	-263751,68	-271646,47
(-) Gasto de Administración	-157594,74	-160692,88	-165968,78	-171109,99	-175066,23
(-) Gasto Financieros	-2326,34	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Otros Ingresos	18677,94	19380,23	20108,93	20865,02	21649,55
(=) Beneficio Antes de Impuestos e Intereses	26543,18	43572,78	55325,39	68029,26	84534,65
(-) Impuestos	-4963,57	-8148,11	-10345,85	-12721,47	-15807,98
(-) Intereses	-2326,34	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Beneficio Después de	19253,27	35424,67	44979,55	55307,79	68726,67

CONTINÚA



Impuestos e Intereses					
(+) Gasto Depreciación	15619,50	12272,78	11105,85	9754,49	5410,47
(=) Flujo de Caja Bruto	34872,76	47697,45	56085,39	65062,28	74137,14
(-) Inversión del Capital de trabajo	15241,24	13575,09	11730,25	8768,19	0,00
(=) FLUJO DE CAJA LIBRE	19631,52	34122,36	44355,14	56294,09	74137,14

Fuente: Estados Financieros DISAMA CIA. LTDA

4.1.1.4. Descuento de los Flujos de Caja

- **Tasas de Descuento**

La tasa de descuento que se utilizará es la del promedio ponderado del costo de capital WACC, el mismo que trabaja en función de los flujos de caja tanto presentes como futuros de la empresa, los mismos que se descuentan a un tipo o coste de oportunidad que es el WACC. (Fernández, P., Noussan, G; 2005)

La razón principal de esta operación es conocer el valor del dinero en el tiempo y poder demostrar si un proyecto o inversión es rentable o no.

WACC = costo promedio del capital

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

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. 37

Datos del cálculo para la tasa de descuento

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

Cálculo de la tasa de costos de oportunidad de los accionistas ke:

Se utiliza el modelo de fijación de precios de activos de capital (CAPM), para dicho cálculo. (Fernández, P., Noussan, G; 2005)

Fórmula

$$E(R_{i,x}) = R_f + \beta_i * (E(R_M) - R_f) + CR_x$$

Dónde

R_f = Tasa libre de riesgo (Bono de tesoro EE.UU)

β_i = Beta de una compañía similar en un país desarrollado

$E(R_{i,x})$ = Rendimiento esperado de la cartera de mercado

CR_x = Prima por riesgo del país x

Para este cálculo se tomaron en cuenta a dos empresas de EE.UU que se dedican a la misma actividad de DISAMA CIA. LTDA.

Tabla 4. 38

Compañía de similar actividad de EE.UU.

	Whole Foods Market Inc.	Sprouts Farmers Market Inc
Beta	0,93	1,036
Deuda	\$1.259.000,00	\$257.722,00
Capital	\$3.813.000,00	\$685.389,00
Tasa IR	38,79%	38,15%

Fuente: <https://es.finance.yahoo.com/> (Ver ANEXOS 6 y 7)

Para obtener el rendimiento nominal de las empresas antes mencionadas se debe calcular el rendimiento requerido de Estados Unidos, el cual tiene como primer paso el cálculo de Beta desapalancada.

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 Socia;

T = Tasa Impositiva

Tabla 4. 39

Cálculo de Beta desapalancada de las compañías de EE.UU

Whole Foods Market Inc.		Beta Desapalancada	Beta Promedio
Beta	0,93	0,14	0,18
Deuda	\$ 1.259.000,00		
Capital	\$ 3.813.000,00		
Tasa Ir	38,79%		
Sprouts Farmers Market Inc		Beta Desapalancada	
Beta	1,036	0,22	
Deuda	\$ 257.722,00		
Capital	\$ 685.389,00		
Tasa Ir	38,15%		

El beta es menor a uno lo que indica que su riesgo de inversión es bajo y tiene menos volatilidad en el mercado lo que refleja que los productos que se producen y comercializan en la empresa DISAMA. CIA. LTDA. generan un negocio productivo el cual se desarrolla fácilmente en el mercado.

Luego de dicho análisis se halla el rendimiento requerido de una de las empresas de EE.UU relacionadas con la actividad que realiza DISAMA CIA. LTDA.

Fórmula:

$$KUSA = R_f + \beta^*(R_m - R_f)$$

Dónde:

KUSA= Rendimiento requerido en EE.UU

Rf= Tasa libre de riesgo

Rm= Rendimiento esperado

(Rm-Rf)= Prima de riesgo

Tabla 4. 40

Riesgo País EE.UU - Ecuador

RIESGO PAÍS	%	PUNTOS
USA	1,58	158
ECUADOR	7,01	701
	5,43	

Fuente: Índices Banco Central del Ecuador

$$KUSA = 1,58 + 0,18^*(16,10 - 1,58)$$

$$KUSA = 4\%$$

Deberá tener un rendimiento del 4% una empresa que produce y comercializa productos de consumo en EE.UU.

Para el cálculo del rendimiento real de EE.UU., considerando la inflación.

Fórmula:

$$K \text{ Real USA} = \frac{(1 + KUSA)}{(1 + \text{Tasa de inflación USA}) - 1}$$

Dónde:

K Real USA= Rendimiento requerido en los EE.UU. real

Según Global Rates la tasa de inflación de Estados Unidos es de -0,074%

$$K \text{ Real USA} = ((1+4\%)/(1+(1,58\%))) - 1$$

$$K \text{ Real USA} = 6\%$$

El 6% será rendimiento mínimo requerido en Estados Unidos.

En el cálculo del 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:

$$K \text{ Real Ecuador} = (1 + K \text{ Real USA}) * (1 + \text{Riesgo país Ecuador}) - 1$$

$$K \text{ Real Ecuador} = (1 + 6\%) * (1 + 7,01\%) - 1$$

$$K \text{ Real Ecuador} = 13\%$$

El rendimiento nominal de Ecuador

Fórmula:

$$K \text{ Nominal Ecuador} = (1 + K \text{ Real Ecuador}) * (1 + \text{Tasa de Inflación Ecuador}) - 1$$

$$K \text{ Nominal Ecuador} = (1 + 13\%) * (1 + 3,76\%) - 1$$

$$K \text{ Nominal Ecuador} = 18\%$$

El 18% le cuesta a la empresa para financiar sus recursos propios provenientes de accionistas.

$$WACC = 18\% \frac{95,99\%}{95,99\% + 4,01\%} \times 8,19\% (1 - 37\%) \frac{4,01\%}{95,99\% + 4,01\%}$$

$$WACC = 0,170462418$$

- **Valor Residual**

Este valor suele estimarse como una renta perpetua y se asigna a la entidad a partir del último periodo específicamente proyectado.

Fórmula:

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

Dónde:

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

Vr= $74.137,14 * (1 + 3,76\%) / ((0,170462418 - 3,76\%) * ((1 + 0,170462418)^{-5}))$

Vr= 1.271.894,22

4.1.1.5. Valor de la Distribuidora Salazar Mayorga Disama Cía. Ltda.

Además se tomara en cuenta que la empresa estará valorada desde el punto de vista estático, en donde consideramos el balance del 2015 que en activo no corriente es de **\$1.018.931,01** tomando como antecedentes los peritajes a todos los activos antes mencionados, en cambio desde el punto de vista dinámico consideramos las proyecciones de flujos de caja con los indicadores de la empresa, del sector e indicadores macroeconómicos.

Tabla 4. 41
Valor de la empresa

VALOR PRESENTE DE LOS FLUJOS DE CAJA						
		2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos Operacionales Comercio		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
(=) Margen Operativo Bruto		407.942,47	431.276,78	455.945,81	482.025,91	509.597,80
(-) 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
(=) Beneficio Antes de Impuestos e Intereses		26.543,18	43.572,78	55.325,39	68.029,26	84.534,65
(-) 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
(=) Beneficio Después de Impuestos e Intereses		19.253,27	35.424,67	44.979,55	55.307,79	68.726,67
(+) Gasto Depreciación		15.619,50	12.272,78	11.105,85	9.754,49	5.410,47
(=) Flujo de Caja Bruto		34.872,76	47.697,45	56.085,39	65.062,28	74.137,14
(-) Inversión del Capital de trabajo		15.241,24	13.575,09	11.730,25	8.768,19	0,00
(=) FLUJO DE CAJA LIBRE		19.631,52	34.122,36	44.355,14	56.294,09	74.137,14
(=) FCL + VR	-281.862,77	19.631,52	34.122,36	44.355,14	56.294,09	1.502.456,63
(=) FLUJO DE CAJA DESCONTADO		16.772,45	24.907,16	27.661,23	29.993,90	612.728,11
				VALOR ACTUAL		1.500.434,47
				INVERSIÓN		281.862,77
				VAN		1.218.571,70
				TIR		43%

La empresa DISAMA CIA. LTDA 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 cabe recalcar que en la determinación del valor presente neto no participa inversión alguna pues como se planteó anteriormente, esta empresa no invertirá en activos, solo las variaciones de estos muestran reposiciones o bajas de los mismos.

Mediante la valoración de la empresa por medio de los flujos de caja futuros, se manifiesta un probable crecimiento futuro, debido no solo a las oportunidades del entorno, sino a las correctas herramientas a emplear por la dirección mediante la negociación de los tiempos de cobro y pago, así como la reducción del ciclo de los inventarios mediante una correcta gestión de venta obteniéndose un aumento del efectivo y liquidez de la empresa.

4.1.1.6. Análisis de Sensibilidad

Un cambio en la situación de la empresa lo determinan el incremento o disminución de variables como las ventas o la tasa de descuento, permitiendo observar los valores que la misma alcanza bajo diferentes condiciones. Mediante un análisis de sensibilidad en escenarios optimistas y pesimistas, se podrá comprobar si las proyecciones realizadas en 5 años para determinar el valor actual de la empresa, con cierto direccionamiento e estratégico son las adecuadas para este negocio.

- **Escenario Optimista**

Para mostrar la variación del valor de la empresa se considera un aumento en un 10,53% que corresponde al crecimiento del sector en el cual se localiza DISAMA CIA. LTDA de las ventas reflejadas en el efectivo, manteniendo los correctos ciclos de cobro y pago logrados y una disminución de la tasa de descuento al 0,10.

Tabla 4. 42
Escenario Optimista

VALOR PRESENTE DE LOS FLUJOS DE CAJA (OPTIMISTA)						
		2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos Operacionales Comercio		2.723.558,98	2.879.346,56	3.044.045,18	3.218.164,56	3.402.243,58
(-) Costo de Ventas		-2.272.660,17	-2.402.656,33	-2.540.088,27	-2.685.381,32	-2.838.985,13
(=)Margen Operativo Bruto		450.898,81	476.690,23	503.956,91	532.783,24	563.258,44
(-) 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
(=) Beneficio Antes de Impuestos e Intereses		69.499,52	88.986,23	103.336,49	118.786,59	138.195,29
(-) 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
(=) Beneficio Después de Impuestos e Intereses		62.209,61	80.838,12	92.990,64	106.065,12	122.387,32
(+) Gasto Depreciación		15.619,50	12.272,78	11.105,85	9.754,49	5.410,47
(=) Flujo de Caja Bruto		77.829,10	93.110,90	104.096,49	115.819,61	127.797,79
(-) Inversión del Capital de trabajo		-30.682,77	-34.005,43	-37.738,19	-41.935,17	0,00
(=) FLUJO DE CAJA LIBRE		47.146,34	59.105,47	66.358,30	73.884,44	127.797,79
(=) FCL + VR	-281.862,77	47.146,34	59.105,47	66.358,30	73.884,44	1.399.692,00
(=) FLUJO DE CAJA DESCONTADO		42.860,31	59.105,47	66.358,30	73.884,44	1.399.692,00
				VALOR ACTUAL		1.646.186,55
				INVERSIÓN		281.862,77
				VAN		1.364.323,78
				TIR		49%

Un aumento del efectivo respaldado por el aumento de las ventas propiciado por una correcta proyección de gestión, posibilita que ascienda el valor de la empresa a **1.364.323,78** ante los **1.218.571,70** base calculados anteriormente.

- **Escenario Pesimista**

Desde un punto de vista pesimista se considera una disminución de los mismos 10,53% de las ventas repercutiendo en el efectivo, pero sin dejar los ciclos de cobro y pago logrados, así como aumento a un 0,9 de la tasa de descuento, para posteriormente combinar los dos escenarios y mostrar la repercusión que tendrán en el valor de la distribuidora.

Tabla 4. 43
Escenario pesimista

VALOR PRESENTE DE LOS FLUJOS DE CAJA (PESIMISTA)						
		2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos Operacionales Comercio		2.204.621,57	2.330.725,92	2.464.043,45	2.604.986,73	2.753.991,97
(-) Costo de Ventas		-1.839.635,44	-1.944.862,59	-2.056.108,73	-2.173.718,15	-2.298.054,82
(=) Margen Operativo Bruto		364.986,13	385.863,34	407.934,72	431.268,59	455.937,15
(-) 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
(=) Beneficio Antes de Impuestos e Intereses		-16.413,16	-1.840,66	7.314,30	17.271,94	30.874,00
(-) 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
(=) Beneficio Después de Impuestos e Intereses		-23.703,08	-9.988,77	-3.031,55	4.550,46	15.066,02
(+) Gasto Depreciación		15.619,50	12.272,78	11.105,85	9.754,49	5.410,47
(=) Flujo de Caja Bruto		-8.083,58	2.284,01	8.074,30	14.304,95	20.476,49
(-) Inversión del Capital de trabajo		-27.759,67	-30.765,79	-34.142,94	-37.940,08	0,00
(=) FLUJO DE CAJA LIBRE		-35.843,25	-28.481,78	-26.068,64	-23.635,13	20.476,49
(=) FCL + VR	-281.862,77	-35.843,25	-28.481,78	-26.068,64	-23.635,13	1.292.370,71
(=) FLUJO DE CAJA DESCONTADO		-18.864,87	-14.990,41	-13.720,34	-12.439,54	680.195,11
				VALOR ACTUAL		1.178.341,90
				INVERSIÓN		281.862,77
				VAN		896.479,13
				TIR		30%

Un aumento de la tasa de descuento unida a una disminución de las ventas daría un valor muy bajo de esta empresa lo que no sería tan tentador para los dueños si tienen la intención de vender el negocio, por lo que evitar que estos escenarios se manifiesten es objetivo principal de la administración de la empresa.

Tabla 4. 44

Valor ponderado por los escenarios

ESCENARIOS	VALOR PRESENTE	VALOR PONDERADO
OPTIMISTA	\$ 1.364.323,78	111,96%
BASE	\$ 1.218.571,70	
PESIMISTA	\$ 896.479,13	73,57%

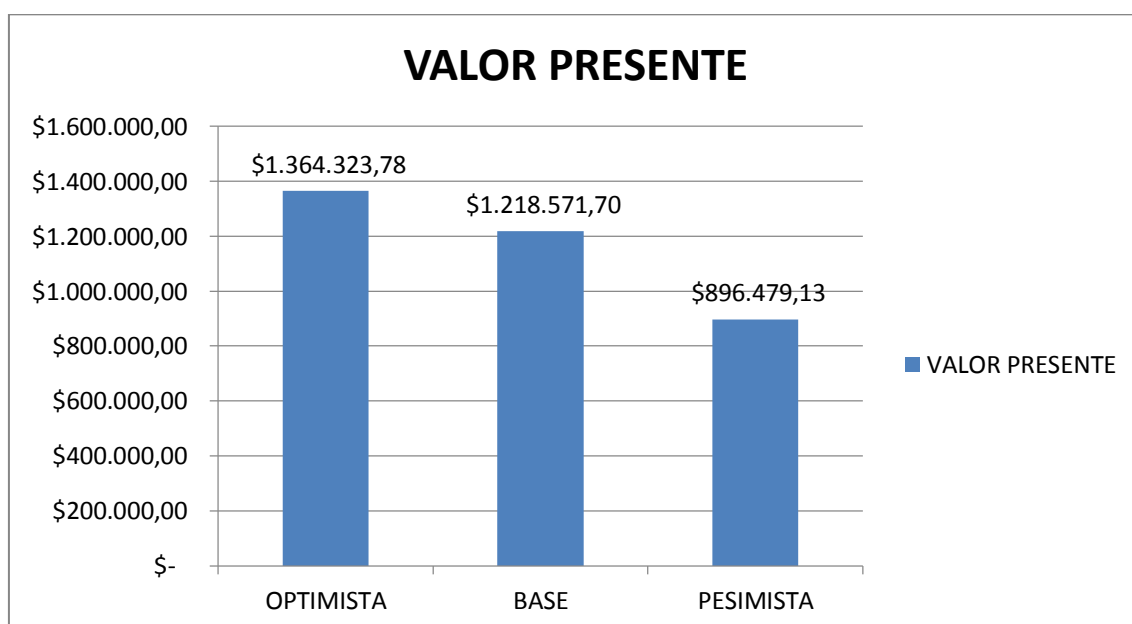


Figura 4. 18 Representación del valor presente en los diferentes escenarios

4.1.1.7. Ponderación del Valor de la Distribuidora Salazar Mayorga Disama Cía. Ltda.

En la ponderación del valor de la DISTRIBUIDORA SALAZAR MAYORGA DISAMA CIA. LTDA se otorga porcentajes de probabilidad de ocurrencia a cada escenario abordado, el base con un 50% el optimista con un 15% y para el pesimista un 35%, sumándose posteriormente cada valor ponderado según se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 4. 45

Valor Ponderado

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			375900,70

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

CAPÍTULO V

PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS

En este capítulo elaboraremos las estrategias financieras que consiste en asignar las acciones necesarias para la dirección y el logro de los objetivos financieros de Disama Cía. Ltda.

Las estrategias financieras tienen que ser discutidas y compartidas con los accionistas, ejecutivos y empleados de la empresa para que todos estén en la misma página financieramente, por lo cual hay que difundir esta información para que Disama Cía. Ltda. logre cumplir con estas metas financieras y mejorar de desempeño en el mercado.

Después de un previo 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 nos planteamos los siguientes objetivos para la elaboración de las estrategias financieras de Disama Cía. Ltda.:

- **Objetivos sobre la Rentabilidad**

Incrementar los ingresos de la empresa en un 10.53% según la tasa de crecimiento del sector al que pertenece Disama Cía. Ltda.

Realizar un estudio de mercado que permita ver el comportamiento de la competencia y las tendencias del consumo.

- **Objetivos sobre la Actividad Financiera**

Implementar políticas de crédito para disminuir las cuentas incobrables de varios años atrás de Disama Cía. Ltda.

- **Objetivos sobre la Liquidez**

Disminuir los gastos administrativos y de comercialización en un 10%.

- **Objetivos sobre el Endeudamiento**

Establecer políticas de pago para disminuir las deudas a los proveedores de Disama Cía. Ltda.

- **Estrategias Financieras**

Cuadro 5. 1

Estrategias Financieras

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

- **Plan Táctico de las Estrategias Financieras**

Tabla 5. 1

Plan Táctico de las Estrategias Financieras

ESTRATEGIAS FINANCIERAS	ACCIÓN	MEDIO DE VERIFICACIÓN	TIEMPO PROGRAMADO	PRESUPUESTO	RESPONSABLE
<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar las ventas de la empresa en un 10.53% ampliando su nicho de mercado expandiéndose a las provincias que aún no son comercializadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar la información de la demanda actual de la empresa ampliar las ventas y los nichos de mercado. 	Listado de la demanda.	2015 - 2019	\$ 0,00 porque va dentro del sueldo que percibe la encargada.	Contadora
	<ul style="list-style-type: none"> • Participar de ferias donde puedan exponer los productos. 	Informe de la participación de las ferias.	2015 - 2019	\$200 por evento	Contadora Vendedores
<ul style="list-style-type: none"> • Reducir los costos fabricación de la empresa en un 10%. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	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"> • Emitir un informe a gerencia de los resultados para determinar la posición de la empresa en el mercado. 	Informe de los resultados.			
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener un control mensual a las 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar las 6´Cs de crédito para mantener un 	Cuadro de	2015 - 2019	\$ 0,00 porque va dentro del	

CONTINÚA 

cuentas por cobrar de la empresa.	control cuidadoso de los clientes a los que se otorga el crédito.	análisis de los clientes.		suelo que percibe la encargada	Personal de la Cartera de Crédito
<ul style="list-style-type: none"> Disminuir el plazo promedio de cobro de 42 a 30 días. 	<ul style="list-style-type: none"> Establecer un plazo promedio de cobro mensual para los clientes e informarles del tiempo que tiene para cubrir las deudas. 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. 	<p>Informe del plazo promedio de cobro para los clientes.</p> <p>Informe de las visitas o llamadas a los clientes.</p>	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"> Realizar presupuestos mensuales y anuales con los gastos necesarios tanto para la producción como para la comercialización de los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> 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 una cuadro de base para los próximos años. 	<p>Listado de gastos de administración y comercialización.</p> <p>Matriz de gastos</p>	2015 - 2019	\$ 0,00 porque va dentro del sueldo que percibe la encargada	Tesorería

CONTINÚA 

<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar las cuotas de pago mensuales a los proveedores para disminuir las cuentas estableciendo un plazo promedio de pago. 	Informe de los pagos mensuales a los proveedores.	2015 - 2019	\$ 0,00 porque va dentro del sueldo que percibe la encargada	Tesorería
---	--	---	-------------	--	-----------

5.1. ESTRATEGIAS DE RENTABILIDAD

Cuadro 5. 2

Estrategias de Rentabilidad

ESTRATEGIAS FINANCIERAS	ACCIÓN	MEDIO DE VERIFICACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> Incrementar las ventas de la empresa en un 10.53% ampliando su nicho de mercado expandiéndose a las provincias que aún no son comercializadas. 	<ul style="list-style-type: none"> Analizar la información de la demanda actual de la empresa para ampliar las ventas y los nichos de mercado. 	Listado de la demanda.
	<ul style="list-style-type: none"> Participar de ferias donde puedan exponer los productos. 	Informe de la participación de las ferias.
<ul style="list-style-type: none"> Reducir los costos fabricación de la empresa en un 10%. 	<ul style="list-style-type: none"> 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. 	Estados Financieros de los ejercicios fiscales.
	<ul style="list-style-type: none"> Emitir un informe a gerencia de los resultados para determinar la posición de la empresa en el mercado. 	Informe de los resultados.

La empresa Disama Cía. Ltda. tiene muchos problemas de rentabilidad he incluso comparándola con las industrias del sector como fideos La Catedral esta industria ha decrecido paulatinamente, es por ello que se ampliara el nicho de mercado expandiéndose a las provincias que aún no son comercializadas, como por ejemplo a la costa del Ecuador y otros sectores de la Sierra y Oriente logrando así una captación del mercado muy amplia y posicionando a nuestros productos como los más cotizados por los clientes en los supermercado, tiendas, etc. Se realiza mediante un análisis

de la demandas actual que tiene la empresa para poder establecer los otros lugares a los cuales se va enfocar.

Cuadro 5. 3

Demanda a Nivel Nacional

Pastaza	Cotopaxi
Mera	Latacunga
Puyo	Pujilí
Shell	Saquisilí
Bolívar	Tungurahua
San Miguel	Ambato
Guaranda	Atahualpa (Chisalata)
Chimborazo	Augusto N. Martínez
Alausí	Baños
Chunchi	Bolívar
Guamote	Cevallos
Pallatanga	Constantino Fernández
Riobamba	Guambalo (Huambalo)
Tixan	Huachi Grande
Imbabura	Izamba
Atuntaqui	Juan Benigno Vela
Ibarra	Mocha
Otavalo	Pasa
Napo	Pelileo
Archidona	Picaigua
Tena	Pillaro
Pichincha	Quero
Cayambe	Quisapincha (Quizapincha)
Machachi	Tisaleo
Fuente: Archivo DISAMA Cía. Ltda.	

Además se realizarán exposiciones de nuestra gama de productos en ferias tradicionales que se realizan en las distintas provincias del Ecuador, para dar a conocer nuestros productos, esto se realizara por lo menos tres exposiciones al año. Disama Cía. Ltda. no realiza un análisis de los estados financieros ni comparaciones con el mercado, es por esto que se efectuará una evaluación a la empresa anualmente mediante un análisis vertical,

análisis horizontal, las razones financieras, el método Du-Pont y una comparación con las industrias que se encuentran en el mercado como la del cuadro a continuación:

Tabla 5. 2

DISAMA CIA LTDA. con relación a otras empresas de Ambato

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.aspx?ide=1248>

Esto le ayuda a la empresa para conocer su situación financiera y con esto tomar las decisiones correctas para créditos o adquisiciones de activos fijos.

5.2. ESTRATEGIAS DE ACTIVIDAD FINANCIERA

cuadro 5. 4

Estrategias de Actividad Financiera

ESTRATEGIAS FINANCIERAS	ACCIÓN	MEDIO DE VERIFICACIÓN
• Mantener un control mensual a las cuentas por cobrar de la empresa.	• Aplicar las 6´Cs de crédito para mantener un control cuidadoso de los clientes a los que se otorga el crédito.	Cuadro de análisis de los clientes.
• Disminuir el plazo promedio de cobro de 42 a 30 días.	• Establecer un plazo promedio de cobro mensual para los clientes e informarles del tiempo que tiene para cubrir las deudas.	Informe del plazo promedio de cobro para los clientes.
	• Realizar un control continuo a los clientes	Informe de las visitas o llamadas a los

CONTINÚA 

	llamándoles para recordarles el valor de la deuda o visitándoles en su domicilio hasta lograr reducir el plazo promedio de cobro.	clientes.
• 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..	• Incrementar las cuotas de pago mensuales a los proveedores para disminuir las cuentas estableciendo un plazo promedio de pago.	Informe de los pagos mensuales a los proveedores.

• 5.2.1. ROTACIÓN DE INVENTARIOS

La Rotación de Inventarios en Disama Cía. Ltda. es de 10 veces es decir rotaron 1 mes y 6 días en el año, lo cual se encuentra sin ningún problema financiero ya que tienen un control específicos en el departamento con el cual la mercadería no se caduca y se rota de la manera adecuada para no generar pérdidas a la empresa.

• 5.2.2. ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR

La Rotación de Cuentas por Cobrar en Disama Cía. Ltda. en el año es de 8 veces con un promedio de cobro de 42 días, lo cual ha dificultado hasta el día del hoy el cobro de la totalidad de dichas cuentas, es por esto que se implementa este sistema para evaluar al cliente que solicite el crédito:

Las Seis C de un Crédito

Debido a que el proceso de otorgamiento de un crédito es un proceso complejo. El mismo requiere un mayor nivel de atención y de reflexión. Por

lo tanto, un buen crédito depende de un análisis profundo de las llamadas seis “C” de créditos.

1) **Carácter:**

Esta es la más importante de todas las “C”. No hay sustituto para el carácter. Es un factor vital. El carácter de una persona puede ser causa de que la escala de decisión pueda cambiar de “si” a “no”. Honestidad e integridad del cliente son de importancia primordial. La actividad anterior del potencial cliente resulta una buena forma de evaluar sobre su futura evolución cuando se está considerando su actual solicitud de crédito.

Cuadro 5. 5

Análisis del Carácter para nuestros clientes mayoristas

Cedula y papeleta de votación del representante legal
Copia del RUC del Servicio de Rentas Internas
Historial Crediticio de la persona o empresa.
Referencias personales y bancarias.

2) **Capacidad:**

Es la metodología o factor de habilidad gerencial. Explica el éxito de una empresa en el pasado y cómo lo será posiblemente en el futuro. Una empresa puede manejarse con un balance financiero excelente con buenas utilidades, pero si la gerencia no tiene capacidad y determinación pasará poco tiempo para que se deterioren las condiciones financieras. Cuando una empresa tiene una situación financiera satisfactoria pero no muy fuerte y demuestra tener una excelente gerencia, puede lograr un buen rendimiento por cada dólar invertido. El resultado final será una operación rentable con un buen beneficio para los dueños. Ambos, carácter y capacidad, ganan el derecho al crédito.

Cuadro 5. 6**Análisis de la Capacidad**

INGRESOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas del negocio • Otros ingresos • Comisiones • Sueldos
GASTOS	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios Básicos • Gastos generales (alimentos, salud, vivienda, educación, etc.) • Arriendos. • Gastos varios.

3) Capital:

Este es el respaldo monetario. El aporte de capital hecho por los inversores representa su fe en la empresa en sus productos y su futuro. También indica a los acreedores la habilidad financiera de la empresa. Las instituciones de préstamo necesitan conocer si el aporte de capital proviene de los dueños o los acreedores. El capital es el patrón de medida del crédito que puede otorgarse a aquellos que han ganado el derecho a solicitar un préstamo.

Cuadro 5. 7**Análisis del Capital**

ACTIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Bienes que posee. • Cuenta bancarias. • Inversiones. • Acciones. • Efectivo.
PASIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Préstamos. • Hipotecas. • Otras cuentas por pagar.
PATRIMONIO	<ul style="list-style-type: none"> • Activo - Pasivo

4) Colateral:

Muchas veces el colateral (garantía) es tomado para compensar una debilidad en una "C" más de las otras "C". No puede, sin embargo sustituir el carácter. Todos los colaterales de que puede disponer el prestatario para presentar al Banco no convertirán un préstamo malo en uno bueno, pero mejorará un buen préstamo. Si el banquero pasa por alto el carácter y la capacidad en favor de los colaterales está buscándose problemas ya que la omisión de estos dos factores agotará, en última instancia, el colateral hasta el punto en que perderá todo su valor. En algunos casos se toma un colateral para fortalecer una debilidad del capital. Sin embargo, en estos casos, el factor gerencial tiene un peso considerable. No debe concederse un préstamo cuando la única fuente de repago conocida en el momento de otorgarlo sea la proveniente de la liquidación del colateral. En la empresa DISAMA CIA. LTDA. controlaran este ítem mediante letras de cambio o cheques contra entrega.

5) Condiciones:

La condición económica del país y la situación de la evolución comercial de ese ramo del negocio, en particular dentro de la misma, juntamente con la posición del negocio del presunto prestatario en el ciclo industrial en el momento de la solicitud del crédito, tendrán un peso definitivo sobre la decisión. Una solicitud de crédito para mejorar el capital con la esperanza de producir un aumento en las ventas de artículos de consumo, no originará un rápido "sí" en un período de receso económico. La velocidad de innovación en el campo técnico puede ser predecesora de acontecimientos económicos que tornarían este crédito indeseable en una fecha futura. DISAMA CIA. LTDA. controlará como política de crédito que las 3 primeras compras se realizaran en efectivo a partir de la cuarta compra podrán solicitar un crédito pero los mismo montos de la mercadería adquirida anteriormente.

6) Consolidación:

Cuando se trata de un cliente que conforma un grupo económico debe estudiarse qué importancia tiene este cliente para el grupo y deben obtenerse balances consolidados para analizar la performance del grupo en general. Teniendo para el conjunto las consideraciones citadas en las otras "C" de créditos. Además la empresa necesita disminuir el plazo promedio de cobro de 42 a unos 30 días hasta que cree una cultura de pago de deudas en sus clientes, ya que existen deudas pendientes de muchos años atrás. Disama Cía. Ltda. realizará controles continuos a sus clientes ya sea mediante llamadas telefónicas para recordarles el saldo pendiente de pago o realizando visitas frecuentes a su domicilios o negocios dependiendo el caso, con el fin de cubrir las deudas de todos los clientes; esto incrementa un valor parcial en los gastos por el consumo telefónico y por los viáticos del personal que se movilizará, sin embargo no son costos muy elevados los cuales se recuperaran al cobrar las cuentas pendientes.

- **5.2.3. ROTACIÓN DE CUENTAS POR PAGAR**

En la rotación de Cuentas por Pagar de Disama Cía. Ltda. existe un plazo promedio de pago de 34 días los cuales ha generado un deuda a los proveedores muy alta que hasta la fecha no se logra cancelar totalmente, por ello se establecerá un plazo de pago para cubrir las deudas generadas en cada ejercicio fiscal, mediante un acuerdo con el proveedor para pagar en cuotas específicas que se podrán cumplir con el incremento de las ventas antes mencionado; por ello se realizará un informe de los pagos de manera mensual. DISAMA CIA. LTDA, realizará un Portafolio de Proveedores especificando los montos y los tiempos de las deudas

5.3 RAZÓN DE LIQUIDEZ

Cuadro 5. 8

Estrategias para la Razón de Liquidez

ESTRATEGIAS FINANCIERAS	ACCIÓN	MEDIO DE VERIFICACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> Realizar presupuestos mensuales y anuales con los gastos necesarios tanto para la producción como para la comercialización de los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> 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. 	<p>Listado de gastos de administración y comercialización.</p> <p>Matriz de gastos</p>

La liquidez de Disama Cía. Ltda. se encuentra en riesgo ya que ha decaído paulatinamente desde el 2012, es por ello que se disminuirán los gastos innecesarios como asuntos sociales que se realizaban en la empresa por los gastos necesarios para la producción y la comercialización de los productos, se generará una matriz de gastos estándar para generar los costos correspondientes a cada periodo.

5.4. RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO

Cuadro 5. 9

Estrategias para la Razón de Endeudamiento

ESTRATEGIAS FINANCIERAS	ACCIÓN	MEDIO DE VERIFICACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> 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. 	<ul style="list-style-type: none"> Incrementar las cuotas de pago mensuales a los proveedores para disminuir las cuentas estableciendo un plazo promedio de pago. 	<p>Informe de los pagos mensuales a los proveedores.</p>

El endeudamiento de Disama Cía. Ltda. va de la mano de la rotación de las cuentas por pagar las cuales van hacer tratadas mediante un control de pago mensual para cubrir las deudas a los proveedores en el menor tiempo posible.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- DISAMA Cía. Ltda., con el RUC 1890066573001, se encuentra ubicado en Ecuador, Provincia del Tungurahua, Cantón Ambato, Parroquia Pishilata, en la Vía a Tangaiche y Av. El Cóndor S/N American Park, en el sector del Mercado Mayorista de Ambato, lleva 37 años en funcionamiento se dedica a la producción de los fideos y pastas, mismos que los distribuye a través de su canal de comercialización, en conjunto con el resto de productos que comercializa de sus proveedores tales como: Nestle, Colgate, Nirsa, Iris, Rey Ventas, Kimberly Clark, Bic, Dispacific, Loor Igail, Café Minerva, Pydaco entre otras, por lo cual 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.
- Mediante el conocimiento de diferentes criterios de las definiciones de los términos a utilizarse para el desarrollo del presente proyecto se determinó los procedimientos correspondientes de aplicación en cada capítulo.
- 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 práctica, 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 y la base legal la cual representa diferentes organismos que influyen directamente con el funcionamiento de la empresa con los se cumple a cabalidad.

- La empresa elabora sus productos según la demanda del mercado y los excesos necesarios para mantener sobre ofertada la red minorista lo que contribuye con el estado de oferta mayor demanda, a los precios actuales, que se necesita en la sociedad para elevar la calidad de vida de nación, se vale de los ingresos obtenidos por las ventas de sus productos y sus egresos principalmente están dados por el costo de venta en locales y los costos de producción de la planta conforme a la información obtenida de la administración de la empresa, teniendo como uno de sus gastos principales también el pago de remuneraciones.
- Los resultados de las variaciones más relevantes entre el 2013 y el 2014 fue una disminución del activo en 0.87%, determinado por el activo corriente en un 0.4% un aumento en efectivo y equivalentes de efectivo en 32.43%, disminución en 1.28% de cuentas y documentos por cobrar clientes, un leve incremento de 0.64% en otras cuentas y documentos por cobrar y una disminución en 9.70% inventarios, La empresa se demora 41 días aproximadamente en recuperación de 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 aproximadamente.
- Para la valoración respectiva se utilizó el método de flujo de caja libres el cual se basa principalmente en medir la capacidad que tiene la distribuidora, para generar las riquezas futuras. 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.
- 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 profesional calificado por la Superintendencia de Bancos No. PA-2002-009 y la Superintendencia de Compañías No. 01.Q.ICI.055.

- La empresa DISAMA CIA. LTDA 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.

6.2. 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 contante 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.
- Manejar un presupuesto de gastos necesarios por parte de la empresa y monitorearlo para evitar adquirir bienes o servicios que no se utilizaran 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.
- 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.
- DISAMA CIA. LTDA. Deberá aplicar las estrategias financieras planteadas en el capítulo V con el fin de mejorar el desempeño de la misma.

BIBLIOGRAFÍA

Alonso, R. y Villa, A. (2007). *Valoración de Empresas*, (1ª ed). Madrid: La ley.

Caldas M. (2001). *Maestría en gerencia de proyectos educativos y sociales*, (Primera ed.), Quito: Efecce.

Garrido S. (2006). *Dirección Estratégica*, (Segunda ed.). España: Mc Graw Hill.

Juez Martel, P. y Martin Molina, P. (2007). *Manual de contabilidad para juristas*. Madrid: Mundi-Prensa.

Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R (2001). *Dirección Estratégica*, (Séptima ed.). España: Pearson Education.

Kottker, P. (1998). Dirección de Mercadotecnia. Mexico: Prentice-Hall.

Rodriguez M. (1996). *El mercadeo en los emprendimientos asociativos de pequeños productores rurales*. Argentina.

Saenz Rodrigo. (1998). *Manual de Valoración de Empresas*. (Ed. Primera). Ecuador.

Sanjurjo M., Reinoso M. (2003). *Guía de Valoración de Empresas*. (Segunda Edición). Prentice Hall.

Van Horne J. (1993). *Administración Financiera*, (Novena ed.). México: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.

LINKOGRAFÍA

Academia de la inversion. (18 de enero de 2014). Obtenido de academiadela inversion: <http://www.academiadeinversion.com/valor-de-empresa-definicion-calculo-ejemplo/>.

Banco Central del Ecuador (10 de abril del 2015). Obteniendo tasas de indicadores económicos: [/www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754](http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754).

Datos macro (12 de mayo del 2015). Obteniendo información de tasas de Estados Unidos: www.datosmacro.com/prima-riesgo

El Universo (Marzo 2015) – Obteniendo la tasa del incremento salarial 2015: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/12/30/nota/4388021/salario-basico-unificado-2015-sera-354-alza-14>

Industria Catedral S. A. Obteniendo información de la empresa; <http://www.industriascatedral.com/index.php/quienes-somos/estados-financieros>

GerenciaActual. (5 de noviembre de 2013). Obtenido de GerenciaActual: <http://www.gerenciaactual.com/2009/11/3-tipos-de-estrategias-en-las-empresas.html>

Yahoo Finanzas (Mayo del 2015). Obteniendo información de empresas de Estados Unidos que cotizan en la bolsa; <https://es.finance.yahoo.com/>

ANEXOS

ANEXO 1:**Estados Financieros de DISAMA CIA. LTDA de los años 2012 - 2013 - 2014**

DISTRIBUIDORA SALAZAR MAYORGA DISAMA CIA, LTDA,				
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA				
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012 – 2013 - 2014				
				Folio# 1
CÓDIGO	CUENTA	2012	2013	2014
1	ACTIVO	1041807,88	988459,08	979907,81
1,1	ACTIVO CORRIENTE	741583,51	700837,64	698045,04
1,1,01	EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	49696,33	22369,79	33105,60
1,1,01,01	CAJA	44026,19	11471,09	7.901,51
1,1,01,01,01	Caja General 0 Cheques Posfechados	43406,19	10851,09	7.281,51
1,1,01,01,10	Caja Chica 0 Guadalupe Nuñez	600	600	600
1,1,01,01,11	Caja Chica 0 Monica Moya	20	20	20
1,1,01,03	BANCOS LOCALES	5670,14	10898,7	25.204,09
1,1,01,03,01	Banco Internacional	1809,38	24758,19	22.755,80
1,1,01,03,11	Banco Pichincha	3860,76	13859,49	2.448,29
1,1,01,05	BANCOS LOCALES AHORROS	0	0	0
1,1,01,05,01	Banco Pichincha Matriz	0	0	0
1,1,01,07	BANCOS DEL EXTERIOR	0	0	0
1,1,01,07,01	Nn	0	0	0
1,1,02	ACTIVOS FINANCIEROS	0	0	0
1,1,02,01	ACTIVOS FINANCIEROS INVERSIONES	0	0	0
1,1,02,01,01	Nn	0	0	0
1,1,03	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES	281516,94	278821,59	275302,68
1,1,03,01	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES RELACIONADOS	0	0	0
1,1,03,01,01	Nn	0	0	
1,1,03,02	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES NO RELACIONADOS	281516,94	278821,59	275.302,68
1,1,03,02,01	Cientes por Ventas	286780,68	285625,65	282.106,74
1,1,03,02,03	Cientes por Arriendos	0	0	
1,1,03,02,97	(-) Provisión cuentas incobrables	2905,19	4445,51	4.445,51
1,1,03,02,99	(-) Provisión cuentas incobrables NIIF	2358,55	2358,55	2.358,55
1,1,04	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	95062,62	99747,6	100392,07
1,1,04,01	OTRAS CUENTAS POR COBRAR RELACIONADOS0ACCIONISTAS	1933,59	6485,25	7.130,01

1,1,04,02,01	Otras Cuentas por Cobrar	1673,47	1829,82	677,88
1,1,04,02,03	Préstamos y Anticipos Empleados	260,12	3634,09	6.452,13
1,1,04,02,04	Otros Cheques Protestados	0	1021,34	
1,1,04,03	OTRAS CUENTAS POR COBRAR NO RELACIONADOS	93129,03	93262,35	93.262,06
1,1,04,03,01	Anticipos a Proveedores	0	133,32	133,03
1,1,04,03,10	Ctas por cobrar dudoso cobro	93129,03	93129,03	93.129,03
1,1,05	INVENTARIOS	242148,18	203685,09	185673,36
1,1,05,01	INVENTARIO MATERIA PRIMA	15466,59	27393,48	21.259,85
1,1,05,01,01	Bodega Planta	15466,59	27393,48	21.259,85
1,1,05,03	INVENTARIO MATERIALES Y SUMINISTROS	38854,23	33662,72	33.366,70
1,1,05,03,01	Material de Empaque	34447,14	28591,13	28.016,00
1,1,05,03,02	Otros insumos	1089,18	1007,05	16.986,00
1,1,05,03,03	Materiales repuestos accesorios	3317,91	4064,54	36.521,00
1,1,05,03,04	Otros Uso general	0	0	
1,1,05,05	INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO	0	147313,45	135.731,37
1,1,05,05,01	Bodega Central	0	147313,45	135.731,37
1,1,05,07	INVENTARIO PRODUCTOS TERMINADOS PRODUCIDOS	62641,58	0	0
1,1,05,07,01	Bodega Central	62641,58	0	
1,1,05,09	INVENTARIO PRODUCTOS TERMINADOS DE TERCEROS	135187,76	0	0
1,1,05,09,01	Bodega Central	135187,76	0	
1,1,05,11	INVENTARIOS EN TRANSITO	0	0	0
1,1,05,11,01	Importaciones	0	0	
1,1,05,99	PROVISIÓN DE INVENTARIOS	10001,98	4684,56	4684,56
1,1,05,99,01	Provisión por deterioro	9640,41	4590,72	4590,72
1,1,05,99,02	Provisión por VNR	361,57	93,84	93,84
1,1,06	SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS	2846,78	5515,67	5082,81
1,1,06,03	GASTOS POR ANTICIPADO	2846,78	5515,67	5.082,81
1,1,06,03,01	Seguros	2724,78	2805,87	5.008,81
1,1,06,03,03	Suministros	122	4	74
1,1,06,03,04	Gastos de Adecuaciones	0	2705,8	0
1,1,07	ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	70312,66	90697,9	98488,52
1,1,07,01	CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DE LA EMPRESA IVA	0	725,85	0
1,1,07,01,01	Crédito Tributario 12% Compras	0	725,85	
1,1,07,01,03	Crédito Tributario 12% Servicios	0	0	
1,1,07,01,05	Crédito Tributario 12% Importación	0	0	

1,1,07,03	CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DE LA EMPRESA RENTA	70312,66	89972,05	98.488,52
1,1,07,03,01	Crédito Tributario Impuesto a la Renta por Retenciones	11062,45	24943,82	14.693,38
1,1,07,03,03	Anticipo Impuesto Renta	5097,76	10875,78	7.556,62
1,1,07,03,05	Impuesto a la Renta Pagado años anteriores	32482,78	44406,63	70.176,28
1,1,07,03,07	Saldo a liquidarse en declaración próximo año	21669,67	9745,82	6.062,24
1,2	ACTIVO NO CORRIENTE	300224,37	287621,44	281862,77
1,2,01	NO DEPRECIABLES	54615,6	54615,6	54615,6
1,2,01,01	TERRENOS	54615,6	54615,6	54.615,60
1,2,01,01,01	Terrenos	2866,15	2866,15	2.866,15
1,2,01,01,02	Terrenos NIIF	51749,45	51749,45	51.749,45
1,2,02	DEPRECIABLES	239174,4	233005,84	227247,17
1,2,02,01	EDIFICIOS	122.484,07	120.670,27	116.065,27
1,2,02,01,01	Edificios	156570,88	156570,88	156.570,88
1,2,02,01,03	Valuación Edificios	0	0	
1,2,02,01,05	(-) Deprec, Acum, Edificios	138310,89	139419,21	144.024,21
1,2,02,01,06	(-) Deprec, Acum, Edificios NIIF	104224,08	103518,6	103.518,60
1,2,02,01,07	(-) Deprec, Val, Edificios	0	0	
1,2,02,01,09	(-) Deterioro Acumulado Edificios	0	0	
1,2,02,03	MAQUINARIA Y EQUIPO	48367,26	45358,26	48.408,17
1,2,02,03,01	Maquinaria y Equipo	92106,46	92106,46	96.430,23
1,2,02,03,05	(-) Deprec, Acum, Maquinaria y Equipo	89165,26	89684,61	90.659,27
1,2,02,03,06	(-) Deprec, Acum, Maquinaria y Equipo NIIF	45088,1	42632,41	42.632,41
1,2,02,03,07	(-) Deprec, Val, Maquinaria y Equipo	0	0	
1,2,02,03,09	(-) Deterioro Acumulado Maquinaria y Equipo	0	0	
1,2,02,03,11	Equipos menores	377,6	377,6	568,87
1,2,02,03,15	(-) Deprec, Acum, Equipos y Herramientas	39,64	73,6	573,67
1,2,02,05	VEHICULOS	37406,17	35124,61	29.601,37
1,2,02,05,01	Vehiculos	40046,16	45683,46	45.683,46
1,2,02,05,05	(-) Dep, Acum Vehiculos	13192,28	20486,54	26.009,78
1,2,02,05,06	(-) Dep, Acum Vehiculos NIIF	10552,29	9927,69	9.927,69
1,2,02,05,07	(-) Dep, Val, Vehiculos	0	0	
1,2,02,05,09	(-) Deterioro Vehiculos	0	0	
1,2,02,07	EQUIPO DE OFICINA	12455,01	13542,88	13.201,37
1,2,02,07,01	Equipos de Oficina	23941,85	25818,21	26.124,78
1,2,02,07,03	Valuación Equipos de Oficina	0	0	
1,2,02,07,05	(-) Deprec Acumulada Equipo de Oficina	22852,8	23108,13	23.756,21

1,2,02,07,06	(-) Deprec Acumulada Equipo de Oficina NIIF	11365,96	10832,8	1.083,28
1,2,02,07,07	(-) Deprec, Val, Equipo de Oficina	0	0	
1,2,02,07,09	(-) Deterioro Equipos de Oficina	0	0	
1,2,02,09	MUEBLES Y ENSERES	6761,49	6346,89	6.831,52
1,2,02,09,01	Muebles y Enseres	11014,39	11014,39	11.978,68
1,2,02,09,03	Valuacion Muebles y Enseres	0	0	
1,2,02,09,05	(-) Dep, Acum Muebles y Enseres	8392,58	8588,3	9.286,84
1,2,02,09,06	(-) Dep, Acum Muebles y Enseres NIIF	4139,68	3920,8	4.139,68
1,2,02,09,07	(-) Dep, Val, Muebles y Enseres	0	0	
1,2,02,09,09	(-) Deterioro Muebles y Enseres	0	0	
1,2,02,11	EQUIPOS DE COMPUTACION	11700,4	11962,93	13.048,60
1,2,02,11,01	Equipos de Computación	30440,22	33579,33	36.898,47
1,2,02,11,03	Valuacion Equipos de Computación	0	0	
1,2,02,11,05	(-) Dep, Acum Equipos de Computación	30829,8	31402,74	33.593,25
1,2,02,11,06	(-) Dep, Acum Equipos de Computación NIIF	12089,98	9786,34	12.089,98
1,2,02,11,07	(-) Dep, Val, Equipos de Computación	0	0	
1,2,02,11,09	(-) Deterioro Equipos de Computación	0	0	
1,2,02,11,11	Sistemas de Computación	0	0	
1,2,02,11,15	(-) Dep, Acum Sistemas de Computación	0	0	2.346,60
1,2,02,13	OTROS ACTIVOS	0	0	90,87
1,2,02,13,01	Instalaciones	0	0	100
1,2,02,13,05	(-) Dep, Acum Instalaciones	0	0	9,13
1,2,02,13,11	Laboratorio	0	0	
1,2,02,13,15	(-) Dep, Acum Laboratorio	0	0	
1,2,02,13,21	Inventario activo fijo para la baja	0	0	
1,2,04	ACTIVO DIFERIDO	6434,37	0	0
1,2,04,01	GASTOS DIFERIDOS	6434,37	0	0
1,2,04,01,01	Impuesto Diferido por Cobrar	6434,37	0	
1,2,06	ACTIVO LARGO PLAZO	0	0	0
1,2,06,01	OTRAS INVERSIONES A LAGO PLAZO	0	0	
1,2,06,03	OTROS ACTIVOS LARGO PLAZO	0	0	
1,2,06,05	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR LP	0	0	0
1,2,06,05,01	Garantias de Arriendos	0	0	
2	PASIVO	420281,6	341596,65	342247,07
2,1	PASIVO CORRIENTE	314607,91	230219,37	259508,77
2,1,01	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	230048,2	187777,35	181739,54

2,1,01,01	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR PROVEEDORES CORRIENTE RELACIONADO (Nacional)	0	0	0
2,1,01,01,01	NN	0	0	0
2,1,01,03	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR PROVEEDORES CORRIENTE RELACIONADO (Del Exterior)	0	0	0
2,1,01,03,01	NN	0	0	
2,1,01,05	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR PROVEEDORES CORRIENTE NO RELACIONADO (Nacional)	230048,2	187777,35	181.739,54
2,1,01,05,01	Proveedores Nacionales	230048,2	187777,35	181.739,54
2,1,01,07	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR PROVEEDORES CORRIENTE NO RELACIONADO (Del Exterior)	0	0	0
2,1,01,07,01	Nn	0	0	0
2,1,02	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	11302,08	10924,34	4889,55
2,1,02,01	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR RELACIONADOS	0	0	0
2,1,02,01,01	Prestamo Accionistas	0	0	
2,1,02,03	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR NO RELACIONADOS	11302,08	10924,34	4.889,55
2,1,02,03,01	Camiseria del Salto	90,01	432,45	585,11
2,1,02,03,03	Librería	0	0	15,17
2,1,02,03,04	Telefonía Celular	0	886,93	391,36
2,1,02,03,05	Otras personas	9845,94	9266,2	3.884,77
2,1,02,03,06	Vendedores Push Money	0	310,52	93,23
2,1,02,03,11	Comisariato Oficina	0	21,4	0,01
2,1,02,03,19	Otros Terceros	80,97	0	589,17
2,1,02,03,21	Clientes Varios	1719,96	1835,96	249,96
2,1,02,03,22	Otros clientes	434,8	55,26	136,49
2,1,03	OBLIGACIONES INSTITUCIONES FINANCIERAS	46368,61	0	51.793,50
2,1,03,01	DOCUMENTOS POR PAGAR A BANCOS	46368,61	0	51.793,50
2,1,03,01,01	Banco NN	46368,61	0	51.793,50
2,1,04	PROVISIONES	7218,89	5255,81	5384,17
2,1,04,01	CON EMPLEADOS	7218,89	5255,81	5.384,17
2,1,04,01,01	Décimo Tercer Sueldo	1143,88	1311,82	1.307,33
2,1,04,01,03	Décimo Cuarto Sueldo	4043,6	3905,24	4.076,84
2,1,04,01,05	Fondo de Reserva	0	38,75	
2,1,04,01,07	Vacaciones	38,75	0	

2,1,04,01,09	Provisión Jubilación	0	0	
2,1,04,01,11	Provisión por Pagar	1992,66	0	
2,1,05	OBLIGACIONES	19670,13	26261,87	15.702,01
2,1,05,01	CON LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA	4862,96	16091,48	4.821,74
2,1,05,01,01	Retenciones en la fuente por Terceros	1552,39	3962,76	1.820,10
2,1,05,01,11	Retenciones en la fuente por Relación de Dependencia	0	0	
2,1,05,01,13	IVA por Pagar	958,95	0	455,52
2,1,05,01,15	Retenciones en la fuente por Pagar de Iva	2351,62	5667,59	2.546,12
2,1,05,01,17	Impuesto a la Renta por Pagar	0	6461,13	
2,1,05,03	CON EL IESS	3540,13	4194,22	4.182,25
2,1,05,03,01	Aportes Individuales IESS por Pagar	1283,5	1471,78	1.488,83
2,1,05,03,02	Aportes Patronales IESS por Pagar	1667,91	1755,19	1.756,73
2,1,05,03,03	Aporte IECE SETEC	0	157,44	157,52
2,1,05,03,05	Préstamos IESS por Pagar	0	652,96	
2,1,05,03,07	Fondos de Reserva IESS por Pagar	588,72	156,85	779,17
2,1,05,05	CON EMPLEADOS	11267,04	5976,17	6.698,02
2,1,05,05,01	Sueldos por Pagar	9124,52	0	
2,1,05,05,03	Comisiones por Pagar	0	0	2391,89
2,1,05,05,05	Participación trabajadores por pagar del ejercicio	1058,96	4892,61	
2,1,05,05,07	Multas a Trabajadores	0	0	1698,02
2,1,05,05,09	Otros valores a Pagar Empleados	1083,56	1083,56	2.608,11
2,1,05,07	CON ACCIONISTAS	0	0	0
2,1,05,07,01	Dividendos por Pagar	0	0	
2,2	PASIVOS LARGO PLAZO	105673,69	111377,28	82738,3
2,2,01	PASIVOS FINANCIEROS OBLIGACIONES EMITIDAS A LARGO PLAZO	15131,39	15131,39	0
2,2,01,01	DOCUMENTOS Y CUENTAS POR PAGAR LARGO PLAZO	15131,39	15131,39	0
2,2,01,01,01	Banco Internacional	15131,39	15131,39	0
2,2,03	PROVISIONES	47426,47	63636,89	50.129,30
2,2,03,01	CON EMPLEADOS	47426,47	63636,89	50.129,30
2,2,03,01,01	Provisión por jubilación	31761,33	39706,22	29.536,79
2,2,03,01,02	Provisión por jubilación NIIF	4616,81	12547,81	12.547,81
2,2,03,01,03	Provisión por Desahucio	0	0	
2,2,03,01,04	Provisión por Desahucio NIIF	11048,33	11382,86	8.044,70
2,2,03,01,90	Provisión indemnizaciones	0	0	
2,2,05	PASIVO DIFERIDO	43115,83	32609	32.609,00

2,2,05,01	IMPUESTOS DIFERIDOS	43115,83	32609	32.609,00
2,2,05,01,01	Impuesto diferido por Pagar	43115,83	32609	32.609,00
2,2,07	INGRESOS DIFERIDOS	0	0	0
2,2,07,01	POR FACTURACION	0	0	0
2,2,07,01,01	NN	0	0	
2,2,07,03	POR ANTICIPOS	0	0	0
2,2,07,03,01	NN	0	0	0
3	PATRIMONIO	621526,28	646862,43	637660,74
3,1	CAPITAL SOCIAL	413950	413950	413950
3,1,01	CAPITAL SUSCRITO	413950	413950	413950
3,1,01,01	CAPITAL SUSCRITO Y ASIGNADO	413950	413950	413950
3,1,01,01,01	Castillo Rios Jaime Gilberto	9935	9935	9.935,00
3,1,01,01,03	Mayorga Castillo Fanny Esthela	50916	50916	50.916,00
3,1,01,01,05	Mayorga Castillo Juan Oswaldo	19455	19455	19.455,00
3,1,01,01,07	Salazar Castillo César Enrique	161234	161234	161.234,00
3,1,01,01,09	Salazar Carrion Mayra	19223	19223	19.223,00
3,1,01,01,11	Salazar Silva Marlon	19223	19223	19.223,00
3,1,01,01,13	Salazar Silva Katty	19223	19223	19.223,00
3,1,01,01,15	Salazar Silva Pablo	19222	19222	19.222,00
3,1,01,01,17	Silva Noboa Dalba	76891	76891	76.891,00
3,1,01,01,19	Soria Castillo Angel Patricio	13039	13039	13.039,00
3,1,01,01,21	Soria Castillo Blanca Isabel	1863	1863	1.863,00
3,1,01,01,23	Soria Castillo Idak Soraya	1863	1863	1.863,00
3,1,01,01,25	Soria Castillo Lupe Susana	1863	1863	1.863,00
3,1,01,03	CAPITAL SUSCRITO Y ASIGNADO NO PAGADO	0	0	0
3,1,01,03,01	Socio	0	0	0
3,1,02	APORTES FUTURAS CAPITALIZACIONES	0	0	0
3,1,02,01	APORTES SOCIOS Y ACCIONISTAS	0	0	0
3,1,02,01,01	Aporte Futura Capitalización	0	0	
3,2	RESERVAS	27652,66	27652,66	29831,42
3,2,01	RESERVA LEGAL	13813,49	13813,49	14902,87
3,2,01,01	RESERVA LEGAL	13813,49	13813,49	14.902,87
3,2,01,01,01	Reserva Legal	13813,49	13813,49	14.928,55
3,2,02	OTRAS RESERVAS	13839,17	13839,17	14928,55
3,2,02,01	OTRAS RESERVAS	13839,17	13839,17	14928,55
3,2,02,01,01	Reserva de Capital	0	0	0
3,2,02,01,03	Reservas Facultativa y Estatutaria	4,05	4,05	4,05
3,2,02,01,05	Reserva Voluntaria	13835,12	13835,12	14.924,50

3,3	RESULTADOS	179923,62	205259,77	193879,32
3,3,01	OTROS RESULTADOS INTEGRALES	0	0	0
3,3,01,01	OTROS RESULTADOS INTEGRALES	0	0	0
3,3,01,01,01	Superavit por Revaluación Activos fijos	0	0	0
3,3,01,01,03	Superavit por Revaluacion Intangibles	0	0	0
3,3,02	RESULTADOS ACUMULADOS	188243,38	183472,16	183472,16
3,3,02,01	RESULTADOS AÑOS ANTERIORES	28433,33	23662,11	23.662,11
3,3,02,01,01	Utilidad del Ejercicio	25673,48	25673,48	25.673,48
3,3,02,01,03	Pérdida del Ejercicio	9907,94	14679,16	14679,16
3,3,02,01,09	Ajuste de NIIF 2011	12667,79	12667,79	12667,79
3,3,02,03	EFFECTOS ADOPCION NIIF	159810,05	159810,05	159810,05
3,3,02,03,01	Efectos de Adopción por Primera Vez 2010	159810,05	159810,05	159810,05
3,3,03	RESULTADOS DEL EJERCICIO	-8319,76	21787,61	10407,16
3,3,02,01	UTILIDAD DEL EJERCICIO	4116,13	21787,61	10407,16
3,3,03,01,01	Utilidad del Ejercicio	4116,13	28115,87	10407,16
3,3,03,01,03	Utilidad del Ejercicio NIIF	0	6328,26	0,00
3,3,03,01,05	Utilidad del Ejercicio ORI	0	0	0,00
3,3,03,01	PERDIDA DEL EJERCICIO	12435,89	0	0,00
3,3,03,01,01	Perdida del Ejercicio	12435,89	0	0,00
3,3,03,01,03	Perdida del Ejercicio NIIF	0	0	0,00
3,3,03,01,05	Perdida del Ejercicio ORI	0	0	0,00
	TOTAL PASIVO + TOTAL PATRIMONIO	1041807,88	988459,08	979907,81

DISTRIBUIDORA SALAZAR MAYORGA DISAMA CIA, LTDA,				
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES				
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012-2013-2014				
		2012	2013	2014
4	INGRESOS	-2171382,41	-2464.308,27	-2348771,32
4,1	INGRESOS OPERACIONALES COMERCIO	-2162291,69	-2450751,5	-2330770,22
4,1,01	VENTAS NETAS LOCALES CON TARIFA 12	-1222922,08	-1308882,05	-1238618,75
4,1,01,01	VENTAS NETAS TARIFA 12	-1222922,08	-1308882,05	-1238618,75
4,1,01,01,01	Ventas	-1290353,18	-1387754,5	-1278118,04
4,1,01,01,90	Interes implicito ventas 12%	-1175,78		
4,1,01,01,93	(-) Descuento en venta	1908,81	239,75	253,07
4,1,01,01,95	(-) Devolución en venta	66698,07	78632,7	39246,22
4,1,02	VENTAS NETAS LOCALES CON TARIFA 0	-939369,61	-1141869,45	-1092151,47
4,1,02,01	VENTAS NETAS TARIFA 0	-939369,61	-1141869,45	-1092151,47
4,1,02,01,01	Ventas	-999454,15	-1227166,51	-1168728,28
4,1,02,01,90	Interés implícito ventas 0%	-903,16	27812,6	
4,1,02,01,93	(-) Descuento en venta	1936,31	57484,46	37351,65
4,1,02,01,95	(-) Devolución en venta	59051,39	-867,02	39225,16
4,2	INGRESOS OPERACIONALES SERVICIOS	-814,42	-867,02	0,00
4,2,01	SERVICIOS NETAS LOCALES CON TARIFA 12	-814,42	-867,02	0,00
4,2,01,01	SERVICIOS NETOS CON TARIFA 12	-205,84		0,00
4,2,01,01,01	Servicios	-205,84	-867,02	
4,1,01,01,03	(-) Descuento en venta			
4,1,01,01,05	(-) Devolución en venta			
4,2,01,02	SERVICIOS NETOS CON TARIFA 0	-608,58		0,00
4,2,01,01,01	Servicios de Transporte	-608,58		
4,1,01,01,03	(-) Descuento en venta			
4,1,01,01,05	(-) Devolución en ventaWA			
4,2,03	INGRESOS FINANCIEROS ACTIVIDAD FINANCIERA (Intermediación de valores)			0,00
4,2,03,01	INTERESES FINANCIEROS			0,00
4,2,03,01,01	Intereses			
4,3	PROPIEDADES DE INVERSION			
4,5	OTROS INGRESOS	-8276,3	(12.689,75)	-18001,10
4,5,01	OTROS INGRESOS	-2289		0,00
4,5,01,01	UTILIDADES EN VENTAS DE ACTIVOS FIJOS QUITO	-2289		0,00
4,5,01,01,01	Utilidad en Venta de Activos Fijos	-2289		
4,5,21	IMPUESTOS DIFERIDOS		(5.475,88)	0,00
4,5,21,01	INGRESO POR IMPUESTO DIFERIDO		(5.475,88)	0,00
4,5,21,01,01	Ingresos por impuestos diferidos		(5.475,88)	
4,5,31	INGRESOS POR MEDICION	-1483,47	-5317,42	-6150,00
4,5,31,01	INGRESOS POR MEDICION	-1483,47	-5317,42	-6150,00
4,5,31,01,01	Recuperación de cartera	-1483,47		

4,5,31,01,03	Por reversión Beneficio a Empleados			-6150,00
4,5,31,01,04	Por reversión Inventarios		-5317,42	
4,5,90	INGRESOS POR MEDICION	-4503,83	-1896,45	-11851,10
4,5,90,01	OTROS INGRESOS	-4503,83	-1896,45	-11851,10
4,5,90,01,01	Indemnización Seguros	-274,66		-9184,00
4,5,90,01,03	Diferencia cancelación facturas	-1437,27	-821,33	-2667,10
4,5,90,01,05	Gastos administrativos	-979,03	-735,14	
4,5,90,01,07	Otros cargos	-1832,07	-328,03	
4,5,90,01,09	Diferencia sobrantes y faltantes	19,2	-11,95	
5	COSTOS Y GASTOS	2179314,26	2427618,38	2333074,25
5,1,	COSTOS DE VENTAS	1815871,08	2.056.167,69	1921836,95
5,1,01	COSTOS DE VENTAS LOCALES	1281418,15	1.549.282,39	1508059,15
5,1,01,01	COSTO VENTAS	1281418,15	1.549.282,39	1508059,15
5,1,01,01,01	COSTO DE VENTAS	1281418,15	1.549.282,39	1508059,15
5,1,02	COSTOS DE PRODUCCION	534452,93	506.885,30	413777,80
5,1,02,01	COSTO DE PRODUCCION	534452,93	506.885,30	413777,80
5,1,02,01,01	MATERIA PRIMA	439969,6	412.063,17	324149,52
5,1,02,01,03	MANO DE OBRA	71797,28	71.579,59	67501,35
5,1,02,01,05	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	22686,05	23.242,54	22126,93
5,3	GASTOS DE COMERCIALIZACION	203997,5	212.126,64	237067,97
5,3,01	REMUNERACIONES	105815,45	108.027,04	114918,77
5,3,01,01	SUELDOS SALARIOS Y REMUNNERACIONES QUE CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS GV	79636,85	73.675,90	79578,15
5,3,01,01,01	Sueldos y Salarios	63459,28	69410,47	75211,10
5,3,01,01,03	Horas Extras	2462,53	2139,04	2609,78
5,3,01,01,05	Comisiones Pagadas	13465,04	450	0,00
5,3,01,01,07	Bonificación por Responsabilidad	250	1676,39	1757,27
5,3,01,03	APORTE A SEGURIDAD SOCIAL	13886,17	15302,32	19600,73
5,3,01,03,01	Aportes Patronal	9686,64	10357,53	10344,72
5,3,01,03,03	Fondos de Reserva (Pag IESS)	4199,53	4944,79	9256,01
5,3,01,05	BENEFICIOS SOCIALES	12292,43	19048,82	15739,89
5,3,01,05,01	Décimo Tercer Sueldo	6643,88	7103,92	8413,90
5,3,01,05,03	Décimo Cuarto Sueldo	4961,76	5379,95	5913,58
5,3,01,05,05	Vacaciones	686,79	246,27	784,85
5,3,01,05,07	Indemnizaciones	-		
5,3,01,05,09	Fondos de Reserva pagado en Rol	-	4255,41	
5,3,01,05,10	Uniformes	-	1822,91	166,96
5,3,01,05,11	Otros	-	240,36	460,60
5,3,03	SERVICIOS	12393,12	24813,76	31876,00

5,3,03,01	SERVICIOS POR HONORARIOS DIETAS POR PERSONAS NATURALES	673,83	13828,94	15689,58
5,3,03,01,01	Honorarios Profesionales	-	60	276,00
5,3,03,01,03	Notarios y Registradores de la Propiedad	-	227,1	304,40
5,3,03,01,05	Comisiones	-	13541,84	15109,18
5,3,03,01,07	Servicios Prestados	184,93		
5,3,03,01,09	Push money	488,9		
5,3,03,03	SERVICIO DE SOCIEDADES	1394,57		0,00
5,3,03,03,01	Vigilancia y Monitoreo			
5,3,03,03,03	Gastos Legales	1394,57		
5,3,03,05	SEGUROS	8410,69	9096,59	10791,83
5,3,03,05,01	Seguros de Accidentes Personales	787,97		
5,3,03,05,03	Provisión Seguros de Accidentes Personales		713,8	1174,59
5,3,03,05,05	Seguros de Incendios	693,87	681,04	736,41
5,3,03,05,07	Provisión Seguros de Incendios			
5,3,03,05,09	Seguros de Robos	195,35	202,15	359,97
5,3,03,05,11	Provisión Seguros de Robos			
5,3,03,05,13	Seguros de Equipo Electrónico	33,04	34,47	304,06
5,3,03,05,15	Provisión Seguros de Equipo Electrónico			
5,3,03,05,17	Seguros de Vehículos	2890,57	3598,81	3654,39
5,3,03,05,19	Provisión Seguros de Vehículos			
5,3,03,05,21	Seguros de Transporte de mercadería	1408,83	1474,51	1300,56
5,3,03,05,23	Provisión Seguros de Transporte de mercadería	-		
5,3,03,05,25	Seguros de Fidelidad	411,03	379,38	309,49
5,3,03,05,27	Provisión Seguros de Fidelidad	-		
5,3,03,05,29	Seguros de Transporte de dinero	1990,03	2012,43	2952,36
5,3,03,05,31	Provisión Seguros de Transporte de dinero	-		
5,3,03,07	SERVICIOS PUBLICOS	1914,03	1888,23	5394,59
5,3,03,07,01	Agua	-	38,52	
5,3,03,07,03	Energía	365,06	298,61	465,12
5,3,03,07,05	Telecomunicaciones	1548,97	1551,1	4929,47
5,3,05	ARRENDAMIENTOS	-	-	0,00
5,3,05,01	ARRENDAMIENTO OPERATIVO	-	-	0,00
5,3,05,01,01	Arriendos Personas Naturales	-	-	
5,3,05,01,03	Arriendos a Sociedades	-	-	
5,3,07	MOVILIZACION	22786,45	15820,04	17711,67
5,3,07,01	MOVILIZACION LOCAL	22786,45	15820,04	17711,67
5,3,07,01,01	Combustible y Lubricantes	10013,82	9851,04	9946,26
5,3,07,01,03	Gasto de Vehiculos	-		
5,3,07,01,05	Transporte y Movilización	1293,41	2965,48	3970,57

5,3,07,01,07	Repuestos y Accesorios	8907,55		
5,3,07,01,09	Matriculación Vehicular	2571,67	3003,52	3794,84
5,3,09	MANTENIMIENTO	17290,33	17790,09	18697,17
5,3,09,01	ADECUACIONES DEL LOCAL	-	-	0,00
5,3,09,01,01	Instalaciones y Adecuaciones	-	-	
5,3,09,03	MANTENIMIENTO	17290,33	17790,09	18697,17
5,3,09,03,01	Mantenimiento Equipo de Oficina	120,99	70,19	77,00
5,3,09,03,03	Mantenimiento Muebles y Enseres	119,3		58,17
5,3,09,03,05	Mantenimiento Equipo de Cómputo	-	189,64	379,18
5,3,09,03,07	Mantenimiento Vehículos	10126,42	11776,81	10669,48
5,3,09,03,09	Mantenimiento Edificios	6923,62	1256,07	755,38
5,3,09,03,21	Reparaciones Equipos	-	4497,38	6757,96
5,3,11	GESTION	-	-	581,66
5,3,11,01	ATENCIONES SOCIALES	-	-	581,66
5,3,11,01,01	Gastos de Gestión (Acciones)	-	-	
5,3,11,01,03	Gastos de Gestión (Empleados)	-	-	15,18
5,3,11,01,05	Gastos de Gestión (Clientes)	-	-	201,77
5,3,11,01,07	Gastos de Gestión (Terceros)	-	-	364,71
5,3,13	SUMINISTROS	6974,23	9169,95	8746,35
5,3,13,01	SUMINISTROS Y MATERIALES	6898,91	9052,41	8746,35
5,3,13,01,01	Suministros y Materiales	6898,91	9052,41	8746,35
5,3,13,03	SUMINISTROS DE LIMPIEZA DEL LOCAL	75,32	117,54	0,00
5,3,13,03,01	Útiles de Limpieza y Aseo	75,32	117,54	0,00
5,3,13,05	SUMINISTROS DE COMPUTACION	-	-	0,00
5,3,13,05,01	Gastos de Computación	-	-	
5,3,15	DEPRECIACIONES	487,51	2651,14	2330,00
5,3,15,01	NO ACELERADA	487,51	2651,14	2330,00
5,3,15,01,01	Depreciación de Equipo de Oficina	34,2	309,14	10,76
5,3,15,01,02	Depreciación de Vehículos	415,63	2281,56	2281,56
5,3,15,01,03	Depreciación Equipos y Herramientas	37,68	60,44	37,68
5,3,17	AMORTIZACIONES			0,00
5,3,17,01	AMORTIZACIONES			0,00
5,3,17,01,01	Amortizaciones Derechos Autor			
5,3,19	GASTOS DE VIAJE	21904	22426,29	26925,31
5,3,19,01	GASTOS DE VIAJE	21904	22426,29	26925,31
5,3,19,01,01	Gastos de Viajes del Exterior			
5,3,19,01,03	Alimentación	9354,77	10880,76	12639,69
5,3,19,01,05	Movilización	8474,03	8550,07	11260,81
5,3,19,01,07	Hospedaje	3036,88	2995,46	3024,81
5,3,19,01,09	Cursos y Capacitación	100		
5,3,19,01,21	Otros	938,32		
5,3,21	OTROS GASTOS	16346,41	11428,33	15281,04
5,3,21,01	OTROS GASTOS	16346,41	11428,33	15281,04

5,3,21,01,01	Publicidad	9213,52	3383,82	1000,00
5,3,21,01,03	Correos y Comunicaciones	13,81	94,32	19,02
5,3,21,01,05	Créditos Incobrables	2551,36	1540,32	2416,71
5,3,21,01,07	Estibaje	250,2	1674,18	1400,00
5,3,21,01,09	Misceláneos	287,04	1450,49	1500,00
5,3,21,01,10	Diferencia Cancelación Facturas	-	50,55	112,04
5,3,21,01,11	Pérdidas y bajas de inventario	4030,48		
5,3,21,01,12	Gts Vta Esforst	-	3234,65	4762,15
5,3,21,01,13	Gastos BPM			1442,86
5,3,21,01,14	Gastos Seguridad Industrial			908,77
5,3,21,01,15	Gastos Sart			513,00
5,3,21,01,16	Gastos Ración			995,61
5,3,21,01,17	Gastos Gestión Ambiental			35,00
5,3,21,01,18	Gastos Velas Aromaticas			30,04
5,3,21,01,19	Gastos Pruebas Fideo Instantaneo			102,41
5,3,21,01,20	Gastos Pruebas Fideo Jabon Liquido			43,43
5,3,21,01,21	Gastos no deducibles			
5,4	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	154362,06	148330,95	165047,77
5,4,01	REMUNERACIONES	95784,94	66434,11	76875,77
5,4,01,01	SUELDOS SALARIOS Y REMUNNERACIONES QUE CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS GV	60829,78	36909,49	47544,80
5,4,01,01,01	Sueldos y Salarios	38309,21	36772,16	47325,99
5,4,01,01,03	Provisión Sueldos			
5,4,01,01,05	Horas Extras	240,76	137,33	207,14
5,4,01,01,09	Comisiones Pagadas			11,67
5,4,01,01,11	Provisión Comisiones	7713,65		
5,4,01,01,13	Bonificación por Responsabilidad			
5,4,01,01,15	Provisión Servicios Prestados	14566,16		
5,4,01,03	APORTE A SEGURIDAD SOCIAL	7443,76	7167,59	9842,17
5,4,01,03,01	Aportes Patronal	4685,08	4608,34	7251,24
5,4,01,03,03	Fondos de Reserva	2758,68	2559,25	2590,93
5,4,01,05	BENEFICIOS SOCIALES	27511,4	22357,03	19488,8
5,4,01,05,01	Décimo Tercer Sueldo	3287,45	3159,23	4062,36
5,4,01,05,03	Décimo Cuarto Sueldo	2244,3	2063,07	2648,42
5,4,01,05,05	Vacaciones	399,13	523,49	756,25
5,4,01,05,07	Indemnizaciones			
5,4,01,05,09	Fondos de Reserva pagado en Rol			
5,4,01,05,11	15% participación laboral			
5,4,01,05,13	Aporte Individual IESS		370,32	
5,4,01,05,15	Jubilación Patronal	17569,32	14070,85	1221,77
5,4,01,05,17	Provisión por Desahucio	4011,2	2170,07	
5,4,03	SERVICIOS	25192,94	49574,78	55345,75
5,4,03,01	SERVICIOS POR HONORARIOS DIETAS POR PERSONAS NATURALES	13273,33	39753,63	49044,63
5,4,03,01,01	Honorarios Profesionales	5923,33	6793,33	11215,00
5,4,03,01,03	Notarios y Registradores de la Propiedad	-	506,67	971,68
5,4,03,01,05	Comisiones	-	8721,68	7747,62

5,4,03,01,07	Asesorías y Auditorias	-		
5,4,03,01,09	Servicios Prestados	7350	23731,95	29110,33
5,4,03,03	SERVICIO DE SOCIEDADES	4786,48		
5,4,03,03,01	Vigilancia y Monitoreo			
5,4,03,03,03	Gastos Legales	3268,68		
5,4,03,03,05	Internet	1517,8		
5,4,03,05	SERVICIOS PUBLICOS	5383,33	7.774,79	5534,60
5,4,03,05,01	Agua	1570,77	1.153,44	175,31
5,4,03,05,02	Provisión Agua	45,49	-	
5,4,03,05,03	Energía	1177,07	1.266,79	720,28
5,4,03,05,05	Telecomunicaciones	2590	5.354,56	4639,01
5,4,03,07	SEGUROS	1749,8	2.046,36	766,52
5,4,03,07,01	Seguros de Accidentes Personales	301,83	251,89	100,63
5,4,03,07,03	Provisión Seguros de Accidentes Personales		-	
5,4,03,07,05	Seguros de Incendios	738,5	722,73	67,19
5,4,03,07,07	Provisión Seguros de Incendios			
5,4,03,07,09	Seguros de Robos	74,81	71,39	195,81
5,4,03,07,11	Provisión Seguros de Robos		-	
5,4,03,07,13	Seguros de Equipo Electrónico	343,32	-	
5,4,03,07,15	Provisión Seguro Equipo Electrónico	-	344,86	29,47
5,4,03,07,17	Seguros de Fidelidad	-	521,30	
5,4,03,07,21	Seguros de Transporte de dinero	132,63	134,19	0,00
5,4,03,07,23	Provisión Seguro Transporte de dinero			
5,4,03,07,25	Provisión Seguros de Fidelidad	158,71		373,42
5,4,05	ARRENDAMIENTOS			
5,4,05,01	ARRENDAMINETO OPERATIVO			
5,4,05,01,01	Arriendos Personas Naturales			
5,4,05,01,03	Arriendos a Sociedades			
5,4,05,03	ARRENDAMINETO FINANCIERO			
5,4,07	MOVILIZACION	509,91	18,23	77,16
5,4,07,01	MOVILIZACION LOCAL	509,91	18,23	77,16
5,4,07,01,01	Combustible y Lubricantes	385,9	9,50	38,66
5,4,07,01,03	Gasto de Vehículos	-	-	
5,4,07,01,05	Transporte y Movilización Personal	52	8,73	38,50
5,4,07,01,07	Repuestos y Accesorios	72,01	-	
5,4,09	MANTENIMIENTO	874,07	2.063,25	3793,31
5,4,09,01	ADECUACIONES DEL LOCAL			0,00

		-	-	
5,4,09,01,01	Instalaciones y Adecuaciones	-	-	
5,4,09,03	MANTENIMIENTO	874,07	2.063,25	3793,31
5,4,09,03,01	Mantenimiento Muebles y Enseres	110,29	233,10	5,00
5,4,09,03,03	Mantenimiento Equipo de Oficina	356,56	831,53	202,20
5,4,09,03,05	Mantenimiento Equipo de Cómputo	2,5	66,40	458,30
5,4,09,03,07	Mantenimiento Edificios	404,72	163,35	3116,38
5,4,09,03,19	Mantenimiento Varios		768,87	
5,4,09,03,21	Reparaciones			11,43
5,4,09,05	GASTOS DE SOFTWARE			0,00
5,4,09,05,01	Licencias y Programas			
5,4,11	GESTION			
5,4,11,01	ATENCIONES SOCIALES			
5,4,11,01,01	Gastos de Gestión (Acciones)			
5,4,11,01,03	Gastos de Gestión (Empleados)			
5,4,11,01,05	Gastos de Gestión (Clientes)			
5,4,11,01,07	Gastos de Gestión (Terceros)			
5,4,13	SUMINISTROS	3993,72	2822	533,39
5,4,13,01	SUMINISTROS Y MATERIALES	3508,83	2622,19	449,93
5,4,13,01,01	Suministros y Materiales	3508,83	2622,19	449,93
5,4,13,03	SUMINISTROS DE LIMPIEZA DEL LOCAL	484,89	199,81	83,46
5,4,13,03,01	Útiles de Limpieza y Aseo	484,89	199,81	83,46
5,4,13,05	SUMINISTROS DE COMPUTACION	-	-	0,00
5,4,13,05,01	Gastos de Computación	-	-	
5,4,15	IMPUESTOS	6022,42	12.040,64	12329,59
5,4,15,01	IMPUESTOS LOCALES	6022,42	10.637,22	12329,59
5,4,15,01,01	Impuestos Municipales	4236,74	6.977,67	4827,27
5,4,15,01,03	Impuestos Contrib, Super, Cias	527,88	882,06	450,00
5,4,15,01,05	Impuesto al Valor Agregado	-	-	
5,4,15,01,07	Impuestos Asumidos GND	-	-	
5,4,15,01,09	Otros Impuestos y Contribuciones	1257,8	2.777,49	6442,82
5,4,15,01,11	Intereses y Multas Impuestos GND	-	-	609,50
5,4,15,03	IMPUESTOS AL EXTERIOR	-	-	0,00
5,4,15,03,01	Impuestos a la Salida de Divisas	-	-	
5,4,15,05	IMPUESTOS DIFERIDO	-	1.403,42	0,00
5,4,15,05,01	Gasto por impuesto diferido	-	1.403,42	
5,4,17	DEPRECIACIONES	6092,34	4367,04	6015,82

5,4,17,01	NO ACELERADA	6092,34	4367,04	6015,82
5,4,17,01,01	Depreciación de Edificios	-	532,08	
5,4,17,01,03	Depreciación de Muebles y Enseres	299,49	399,11	382,17
5,4,17,01,05	Depreciación de Equipos de Oficina	727,27	471,31	864,52
5,4,17,01,07	Depreciación de Equipos de Computación	2655,3	2876,58	2275,05
5,4,17,01,09	Depreciación de Sistemas de Computación	-	-	71,04
5,4,17,01,11	Depreciación de Equipos y Herramientas	16,17	-	-37,68
5,4,17,01,13	Depreciación Maquinaria y Equipo	2046,99	87,96	2451,59
5,4,17,01,14	Depreciación vehículos	347,12	-	
5,4,17,01,15	Depreciación Laboratorio	-	-	
5,4,17,01,16	Depreciación Instalaciones	-	-	9,13
5,4,19	AMORTIZACIONES	-	-	0,00
5,4,19,01	AMORTIZACIONES	-	-	0,00
5,4,19,01,01	NN	-	-	
5,4,21	GASTOS DE VIAJE	5911,43	7887,83	5849,89
5,4,21,01	GASTOS DE VIAJE	5911,43	7887,83	5849,89
5,4,21,01,01	Gastos de Viajes al Exterior	-	-	
5,4,21,01,03	Alimentación	788,63	1328,59	1710,55
5,4,21,01,05	Movilización	214,64	123,95	107,03
5,4,21,01,07	Hospedaje	-	-	
5,4,21,01,09	Cursos y Capacitación	605,29	342,5	0,00
5,4,21,01,11	Uniformes	886,64	913,25	0,00
5,4,21,01,12	Otros	131,96	134,46	
5,4,21,01,13	Agasajos	3284,27	5045,08	4032,31
5,4,23	OTROS GASTOS	9980,29	3123,07	4227,09
5,4,23,01	OTROS GASTOS	9980,29	3123,07	4227,09
5,4,23,01,01	Publicidad y Propaganda	1175,55	521,37	
5,4,23,01,03	Correos y Comunicaciones	362	318	
5,4,23,01,05	Guardianía y Seguridad	-	-	
5,4,23,01,07	Misceláneos	1347,66	2,54	
5,4,23,01,09	Gastos no deducibles	1537,74	2281,16	3201,89
5,4,23,01,11	Difer, cancelación facturas	53,64		
5,4,23,01,13	Juicios Socios	-	-	
5,4,23,01,14	Provisión Cuentas Incobrables	-	-	
5,4,23,01,15	Provisión por deterioro de Inventario	-	-	1025,20
5,4,23,01,16	Provisión por VNR de Inventario	42,4	-	0,00
5,4,23,01,17	Arriendo Datafast	542,5	-	0,00
5,4,23,01,19	Consumo interno	38,71	-	
5,4,23,01,21	Pérdida anticipo SRI	4880,09	-	
5,5	GASTOS FINANCIEROS	5083,62	10.993,10	9121,56
5,5,01	GASTOS FINANCIEROS	5083,62	10.993,10	9121,56

5,5,01,01	INTERESES	5083,62	10.993,10	9121,56
5,5,01,01,01	Intereses Pagados	2289,14	5.005,97	4533,07
5,5,01,01,02	Intereses Por Beneficios empleados	-	2.774,75	
5,5,01,01,03	Comisiones y Gastos Bancarios	2794,48	3.212,38	4588,49
6	COSTOS Y GASTOS	-	-	-
6,1	OTROS RESULTADOS INTEGRALES	-	-	-
6,1,01	OTROS RESULTADOS INTEGRALES	-	-	-
6,1,01,01	OTROS RESULTADOS INTEGRALES	-	-	-
6,1,01,01,01	Por Beneficio a Empleados	-	-	-
6,1,01,01,03	Por revaluación	-	-	-
6,1,01,01,09	Impuestos diferidos por resultados integrales	-	-	-
	UTILIDAD / PERDIDA DEL EJERCICIO	7931,85	-36689,89	-15697,07
	15% TRABAJADORES		5503,48	2354,56
	IMPUESTO A LA RENTA		6861,01	2935,35
	AMORTIZACION PERDIDAS		2537,79	
	UTILIDAD / PERDIDA DEL EJERCICIO NETA		-21787,61	-10407,16

ANEXO 2:

Lista de los clientes externos de DISAMA CIA. LTDA.

- De los 1453 clientes actuales se tomaron los 100 primeros

NO.	CODIGO	CLIENTE	VENTAS 2014	PROMEDIO
1	3947	ANONIMO 1	266,698.81	22,224.90
2	3899	ANONIMO 2	37,028.27	3,085.68
3	1646	ANONIMO 3	35,224.24	2,935.35
4	98	ANONIMO 4	33,662.04	2,805.17
5	1802	ANONIMO 5	30,760.89	2,563.40
6	99	ANONIMO 6	29,723.63	2,476.96
7	1238	ANONIMO 7	28,356.44	2,363.03
8	8	ANONIMO 8	26,518.56	2,209.88
9	1249	ANONIMO 9	25,033.19	2,086.09
10	43	ANONIMO 10	21,718.08	1,809.84
11	695	ANONIMO 11	20,900.11	1,741.67
12	2170	ANONIMO 12	20,749.06	1,729.08
13	1552	ANONIMO 13	20,476.09	1,706.34
14	541	ANONIMO 14	20,295.35	1,691.27
15	3518	ANONIMO 15	19,524.09	1,627.00
16	1795	ANONIMO 16	19,191.46	1,599.28
17	1505	ANONIMO 17	16,703.26	1,391.93
18	1	ANONIMO 18	14,813.80	1,234.48
19	109	ANONIMO 19	14,637.95	1,219.82
20	4111	ANONIMO 20	14,618.94	1,461.89
21	334	ANONIMO 21	13,832.17	1,152.68
22	1242	ANONIMO 22	13,764.11	1,147.00
23	3906	ANONIMO 23	13,639.44	1,136.62
24	2830	ANONIMO 24	13,516.17	1,126.34
25	2166	ANONIMO 25	13,019.15	1,084.92
26	1990	ANONIMO 26	12,535.88	1,044.65
27	2921	ANONIMO 27	11,660.03	971.66
28	3955	ANONIMO 28	11,557.02	963.08
29	4056	ANONIMO 29	10,772.03	897.66
30	2799	ANONIMO 30	10,429.98	869.16
31	3635	ANONIMO 31	9,897.37	824.78
32	2459	ANONIMO 32	9,838.67	819.88
33	797	ANONIMO 33	9,484.05	790.33

34	3842	ANONIMO 34	9,321.45	776.78
35	1062	ANONIMO 35	8,911.86	742.65
36	3859	ANONIMO 36	8,695.49	724.62
37	1023	ANONIMO 37	8,529.50	710.79
38	3096	ANONIMO 38	8,325.54	693.79
39	3546	ANONIMO 39	8,296.51	691.37
40	470	ANONIMO 40	8,049.64	670.80
41	4216	ANONIMO 41	7,963.39	1,137.62
42	498	ANONIMO 42	7,923.08	660.25
43	4050	ANONIMO 43	7,615.56	634.63
44	108	ANONIMO 44	7,605.53	633.79
45	16	ANONIMO 45	7,557.84	629.82
46	38	ANONIMO 46	7,516.67	626.38
47	3579	ANONIMO 47	7,486.47	623.87
48	1989	ANONIMO 48	7,453.48	621.12
49	554	ANONIMO 49	7,314.14	609.51
50	3092	ANONIMO 50	7,151.38	595.94
51	687	ANONIMO 51	7,043.70	586.97
52	3956	ANONIMO 52	7,017.76	584.81
53	3704	ANONIMO 53	6,982.26	581.85
54	2628	ANONIMO 54	6,915.36	576.28
55	4175	ANONIMO 55	6,820.41	757.82
56	2460	ANONIMO 56	6,691.21	557.60
57	3873	ANONIMO 57	6,666.06	555.50
58	682	ANONIMO 58	6,547.03	545.58
59	196	ANONIMO 59	6,480.32	540.02
60	3972	ANONIMO 60	6,426.72	535.56
61	1438	ANONIMO 61	6,366.66	530.55
62	4055	ANONIMO 62	6,335.21	527.93
63	2551	ANONIMO 63	6,326.16	527.18
64	1319	ANONIMO 64	6,248.17	520.68
65	4109	ANONIMO 65	6,133.06	613.30
66	2559	ANONIMO 66	6,006.79	500.56
67	1358	ANONIMO 67	5,919.15	493.26
68	2945	ANONIMO 68	5,908.52	492.37
69	935	ANONIMO 69	5,884.52	490.37
70	2895	ANONIMO 70	5,802.78	483.56
71	3474	ANONIMO 71	5,741.46	478.45
72	759	ANONIMO 72	5,687.90	473.99
73	949	ANONIMO 73	5,483.95	456.99

74	1796	ANONIMO 74	5,361.42	446.78
75	749	ANONIMO 75	5,235.13	436.26
76	4060	ANONIMO 76	5,186.66	432.22
77	1443	ANONIMO 77	5,145.14	428.76
78	2711	ANONIMO 78	5,139.20	428.26
79	4207	ANONIMO 79	5,092.83	636.60
80	2483	ANONIMO 80	5,065.32	422.11
81	3773	ANONIMO 81	5,042.23	420.18
82	3931	ANONIMO 82	4,971.69	414.30
83	207	ANONIMO 83	4,936.19	411.34
84	52	ANONIMO 84	4,928.79	410.73
85	325	ANONIMO 85	4,676.59	389.71
86	3924	ANONIMO 86	4,646.81	387.23
87	466	ANONIMO 87	4,619.16	384.93
88	307	ANONIMO 88	4,517.83	376.48
89	4277	ANONIMO 89	4,514.99	752.49
90	1248	ANONIMO 90	4,507.17	375.59
91	950	ANONIMO 91	4,433.48	369.45
92	742	ANONIMO 92	4,413.09	367.75
93	4469	ANONIMO 93	4,389.70	2,194.85
94	1938	ANONIMO 94	4,387.84	365.65
95	2165	ANONIMO 95	4,365.67	363.80
96	2683	ANONIMO 96	4,353.00	362.75
97	3712	ANONIMO 97	4,337.78	361.48
98	3058	ANONIMO 98	4,330.59	360.88
99	1561	ANONIMO 99	4,293.94	357.82
100	4151	ANONIMO 100	4,276.40	427.64

ANEXO 3:**Lista de proveedores actuales de DISAMA CIA. LTDA**

CODIGO	CLIENTE	COMPRAS 2014
005	COMPANIA ECUATORIANA DEL TE C.A. CETCA	38.212
006	DISTRIBUIDORA DISPACIF S.A.	50.514
008	FÁBRICA GUAYAQUIL - LOOR RIGAIL C.A.	739.069
009	FÁBRICA DE MAICENA IRIS CIA.LTDA.	70.404
012	MARTE INDUSTRIAS C.A.	14.648
014	NEGOCIOS INDUSTRIALES REAL NIRSA S.A.	68.763
015	JACOME Y ORTIZ DE COMERCIO	40.739
027	SOCIEDAD ALIMENTICIA LA CUENCANA SOALCA CIA. LTDA.	4.758
032	LA FABRIL S.A.	43.475
033	PROALCO CIA. LTDA.	21.959
042	INDUSTRIAL Y COMERCIAL CASTRO OJEDA ICCO S.A.	27.817
053	MULTISERVICIOS JUAN DE LA CRUZ S.A.	18.424
054	MODERNA ALIMENTOS S.A.	21.516
058	PUSUQUI GRANDE Y ANEXOS C.A.	41.188
079	PROVEEDORA ECUATORIANA S.A. PROESA	114.587
081	VVK ALIMENTOS CIA.LTDA.	1.744

ANEXO 4:**Lista de Activos Fijos de DISAMA CIA. LTDA.**

MAQUINARIA		
Detalle	Fecha Adquisición	Valor de Adquisición
AMASADORA 1QQ CAP	31/08/1993	580,23
AMASADORA 1QQ CP	22/10/1993	413,66
AMASADORA CON MOTOR	30/06/1990	408,25
AMASADORA-LAMINADORA-CORTADORA	18/03/1985	5.531,48
BALANZA 150 KLS WS150R029	10/05/2001	808,64
BALANZA MECANICA CAP.2610 GR.	22/10/1996	255,46
BALANZA MOD.2081 TOLEDO CAP. 60 KG. 44985TM	17/02/1995	321,09
BALANZA TRIPPLE BEAN 2610 GR.	06/10/1997	121,89
BATIDORA LXIN FENG 20 LITROS	13/12/2011	946,43
BOMBA PARA COMBUSTIBLE	03/05/1996	707,07
CALDERO	24/01/1997	129,98
CALDERO AUTOMATICO	18/11/1996	823,35
CALDERO VERTICAL AUTOMATICO 30 HP	27/01/1997	1.873,22
CALDERO VERTICAL AUTOMATICO TUBULAR 40 HP	08/05/1996	1.571,29
CÁMARA DE FERMENTACIÓN	26/06/2012	425,60
COCINETA SUPER INDUSTRIAL 2 QUEMADORES	16/12/1991	294,07
CODIFICADOR CM-05	11/04/2007	1.512,00
COMPRESOR 3HP 50 GL 140PSI SCHULZ PROFES	07/12/2010	845,41
CONSTRUCCION MOLINO PULVERIZADOR 25 CM	12/12/1996	533,28
CONTS.PLACA CONTROL DOSIFICADORA	20/11/1996	219,57
DESCARGADORA ARROZ CEBADA	11/09/2000	200,00
DISEÑO CONTROL DOSIFICADORA AUTOMATICO	21/01/1997	262,93
EOLITICOS	12/11/2001	537,60
EOLITICOS EX 400-20	21/08/2001	547,20
EOLITICOS EX 600-28	23/08/2001	592,80
EQUIPO D-IONER DE AGUA DESTILADA	15/05/1996	628,51
EXTINTOR 20 LIBRAS BUDGER	09/12/2011	180,00
HORNO INDUSTRIAL 4 LATAS	03/01/2012	550,00
LAMINADORA 40CMTS	29/08/2002	2.240,00
LAMINADORA 45 CM NACIONAL	15/04/1993	1.572,33
LAMINADORA DESTROCADORA DE MASAS	13/01/1992	3.068,73

LAVADORA DE QUINUA CON MOTOR 30 3400 RPM 7.5	13/08/1992	919,85
LICUADORA INDUSTRIAL	27/09/1996	898,51
LIMPIADORA GRANOS JATUN HUAYRA 1MOTOR 3HP Y 1 MOTO	31/12/2000	3.230,08
MAQ.SELLAR AUDIO PRONTO 970918582	20/03/1998	392,25
MAQ.SELLAR AUDIO PRONTO 970918582	23/04/1998	392,14
MAQ.SELLAR AUDIO PRONTO 980118586	19/05/1998	884,13
MAQ.SELLAR PLAST AUDIO 001211C569	19/05/1998	383,14
MAQUINA COSEDORA FISCHBEIN	21/12/1993	849,93
MAQUINA ENROSCADORA ZAMBONY 45 CM.	15/04/1996	5.577,64
MAQUINA PRECIADORA MOD-1115	21/07/1998	132,75
MOLDE 60 CM LAZO#2 ZAMBONY	31/08/1993	412,66
MOLDE 60 CM LAZO#2 ZAMBONY	31/08/1993	412,66
MOLDE 60 CM MARGARITA #2 RICCIARELLY	31/08/1993	412,66
MOLDE 60 CM MARGARITA NO.1 ZAMBONY	24/10/1995	913,72
MOLDE 60 CM. CAPELETI GRANDE ZAMBONY	10/12/1991	1.013,25
MOLDE 60 CM. LAZO # 3 ZAMBONY	21/05/1992	371,53
MOLDE 60 CM. LAZO # 5 RICCIARELLY	22/10/1993	243,32
MOLDE 60 CM. LAZO # 8 ZAMBONY	22/10/1993	243,32
MOLDE 60 CM. LAZO # 9 ZAMBONY	22/10/1993	243,32
MOLDE 60 CM. MARGARITA # 3 RICCIARELLY	22/10/1993	243,32
MOLDE 60 CM.MARGARITA #3 ZAMBONY	22/10/1993	243,32
MOLDE CHOCHITO 60 CM ZAMBONI	10/12/1991	1.091,18
MOLDE DE ENROSCADORA 45 CM.	22/03/1996	331,14
MOLDE DE MARGARITA #4 60 CM. RICHIARELLY	17/09/1993	516,91
MOLDE LAZO #1 ILUSION 60 CM ZAMBONI	10/03/1993	1.964,49
MOLINO 3 HP SABADELL	28/10/1996	1.488,65
MOLINO CON MOTOR BRASILEÑO NOGUEIRA 10 HP VERDE	21/05/1992	594,43
MOLINO DE PIEDRA VERTICAL COCODAN 10 HP PLOMO	31/05/1989	452,41
MOLINO DESCASCADOR CEBADA Y MOROCHO 3HP	24/11/1999	410,75
MOLINO ELECTRICO 7.5 HP PULVERIZADOR CONST.NACIONA	06/10/1999	120,23
MOLINO ELECTRICO PARA AZUCAR SOTORRIVA 3HP	12/09/1986	327,99
MOLINO PULVERIZADOR 7.5 FABRIC.NACIONAL	20/08/1997	1.215,89
MONTACARGAS FÁBRICA	23/08/2000	2.150,00
MOTOR 1/2 HP	18/01/2000	379,20
MOTOR 3 1720 1-5 HP SECADEROS	26/01/1993	127,59
MOTOR DE 1.5 HP MEG	20/04/1993	211,73

MOTOR MOLINO GE 7.5 HP	15/09/1997	132,04
PESADORA AUTOMATICA CON ALINEADOR	16/06/1999	242,93
PICADORA 60 CM	31/08/1993	1.108,58
PICADORA 60 CM ANCHO	22/10/1993	2.211,29
PICADORA DE 60 CM	31/08/1993	1.580,26
PICADORA DE FIDEO DE 600 MM	29/05/1992	5.149,79
PRENSA ITALIANA 1959 BRAIBANTIC	05/06/2006	2.352,55
QUEMADOR FH 4.0-15 GOH 10-	20/03/2002	1.710,74
SECADERO NO. 3	31/12/1996	958,67
SECADERO NO. 4	31/12/1996	958,67
SECADERO NUEVO NO. 10	31/12/1998	1.732,99
SECADERO NUEVO NO. 11	31/12/1998	1.732,99
SECADERO NUEVO NO. 12	31/12/1998	1.732,99
SECADERO NUEVO NO. 13	31/12/1998	1.732,99
SECADERO NUEVO NO. 2	03/01/1997	139,49
SECADERO NUEVO NO. 5	31/12/1999	419,20
SECADERO NUEVO NO. 9	31/12/1998	1.732,99
SELLADORA POLIPROPILENO-CELOFAN-ALUMINIO	19/05/2003	195,00
SELLADORA PROPIPROPILENO	23/11/2006	1.950,00
SURTIDOR COMBUSTIBLE	28/03/1996	1.435,94
TENDALES	31/01/2001	3.094,69
TENDALES(250) **	31/12/2001	1.303,51

HERRAMIENTAS		
Detalle	Fecha Adquisición	Valor de Adquisición
SOLDADORA LINCOLN 225A 220V PROFESIONAL	14/11/2011	377,60

EQUIPOS DE OFICINA		
Detalle	Fecha Adquisición	Valor de Adquisición
ALIMENTADORA CALIBRE 9MM SOBAQUERA	17/10/1995	240,57
ARBOL DE NAVIDAD	24/08/1994	256,05
ASPIRADORA 1000 WST	07/01/2003	1.237,50
BASE FIJA TLF.CELULAR	17/07/2001	171,00
BETAMAX MOD. 20	24/01/1985	129,05
BOMBA DE AGUA 1 HP	12/07/1999	288,96
CALCULADORA DR 1212T	27/05/1992	110,36

CALCULADORA DR 1212T	27/05/1992	110,36
CALCULADORA 120V	10/06/2003	84,82
CALCULADORA 8620	30/10/1990	164,09
CALCULADORA DR 1212 L	10/06/2003	84,82
CALCULADORA DR 1212L	21/01/1995	113,84
CALCULADORA DR 1212T	21/01/1995	113,84
CALCULADORA MP31-DH11 CANON	07/07/2000	107,52
CALENTADORA A GAS DE 40 GL.CAP	19/05/1992	194,96
CAMARA DIGITAL	12/10/2005	250,00
CAMARA VIGILANCIA	12/12/2005	450,80
CENTRAL TELEFONICA	18/09/2005	635,56
COMGELADOR WESTING HOUSE	07/06/1991	246,18
CUADRO FOTOGRAFICO CIUDAD AMBATO	09/09/1997	144,92
EQUIPO BIOMETRICO T1	02/12/2008	635,00
EQUIPO DE AMPLIFICACION (2 BOC. AMPL.) CON MICROFO	30/09/1985	112,40
EQUIPO DE SONIDO MOD FH616GR	27/12/1991	272,80
EQUIPO MODULAR M 20 W SIST 4	31/03/1986	184,38
ESCOPETA CALIBRE 12 USA 12	06/03/1995	481,86
EXTINGUIDOR DE CO2 BC 5 KILOS GLORIA	21/08/1998	261,75
EXTINGUIDOR DE CO2 BC5 KILOS - GLORIA	21/08/1998	261,75
EXTINTOR DE POLVO QUIMICO SECO	09/07/1999	197,37
FAX	20/07/2005	185,95
FOTOCOPIADORA	01/09/2005	1.294,64
GENERADOR DE LUZ	30/09/1992	989,27
GENERADOR TRADEWINDS JL40 A125	26/09/1995	5.843,43
HORNO MICRO ONDAS GOLD STAR	15/03/1991	377,33
LAMPARA DE TIEMPO MILTON DIGITAL	23/09/1997	430,41
MAQUINA DE ESCRIBIR ELECTRICA (AR)	30/04/1992	227,84
MAQUINA DE ESCRIBIR ELECTRICA MOD.IV/196	19/02/1986	274,06
MAQUINA DE ESCRIBIR MANUAL LINEA 98	18/12/1985	105,63
MAQUINA DE ESCRIBIR MANUAL 21-	28/10/1985	150,90
MAQUINA REMARCADORA 1115	27/09/1995	116,06
MINICOMPONENTE UX-C7	31/12/1997	412,50
NEVERA COLOR CAFE	16/09/1993	206,79
PISTOLA 9 MM	06/12/1994	1.276,93
PIZARRA DE TISA LIQUIDA	21/05/1991	70,95
PRECIADORA 1110 MONARCH	14/06/1999	132,91
PROYECTOR MDOW	25/09/1995	584,12
RADIO GRABADORA	07/07/1993	129,74
RADIO GRABADORA CFS W 4805	15/12/1995	122,06

RADIO SONY MODELO CDF-S550	23/07/2004	112,00
REFRIGERADORA DUREX 9-	07/06/1991	246,18
SECADOR DE MANOS	03/09/1996	138,68
SECADOR DE MANOS	03/09/1996	138,68
SIST.IMPRESION FOTOCOPIADORA	01/09/2005	350,00
TELEFONO EJE PROGRAMADOR	18/11/2005	105,00
TELEFONO EJE PROGRAMADOR	18/11/2005	105,00
TELEFONO EJE PROGRAMADOR	18/11/2005	105,00
TELEVISOR 20 - 20VM30	05/01/1998	181,88
TELEVISOR COLOR 20-	30/09/1984	103,65
TELEVISOR COLOR 27-	02/08/1991	516,58
VHS 373	30/04/1992	342,61

MUEBLES Y ENSERES

Detalle	Fecha Adquisición	Valor de Adquisición
ANAQUEL MADERA 3 CUERPOS CAFE	22/06/1994	243,35
ANAQUEL MADERA AGLOMERADO BLANCO	29/09/1993	109,51
ARCHIVADOR DE MADERA 4 GAVETAS ARTEPRACTICO	25/03/1982	28,93
CAJA FUERTE	16/03/2000	371,84
CAJA FUERTE (REPARACION)	13/06/1997	176,57
CAJA FUERTE FAB.NACIONAL	03/09/1995	361,44
CAJA FUERTE MO 1500	07/04/1997	358,63
CREDENZA 3 CUERPOS	16/11/1999	169,84
ESCRITORIO CAFE SECRETARIA MADERA	30/04/1998	118,02
ESCRITORIO DE MADERA AGLOMERADO	15/11/1996	133,29
ESCRITORIO EJECUTIVO	30/11/1999	325,54
ESCRITORIO EJECUTIVO MONTECARLO	31/03/1992	165,03
ESCRITORIO GRANDE CAFE	30/04/1998	136,8
ESCRITORIO MADERA AGLOM.DIBSA 3 GAVETAS	03/12/1993	129,48
ESCRITORIO MADERA AGLOMERADO 3 GAVETAS	01/11/1995	119,15
ESCRITORIO TIPO SECRETARIA	11/09/2006	266
ESCRITORIO TIPO SECRETARIA	11/09/2006	266
ESCRITORIO TIPO SECRETARIA	11/09/2006	266
ESCRITORIO TP.SECRETARIA	26/01/2006	150
Góndola LIVIANA LATERAL 1 METRO	25/10/2012	137,5
Góndola LIVIANA LATERAL 3 METROS	25/10/2012	376,79
Góndola LIVIANA LATERAL 3 METROS	25/10/2012	376,79
GaNDOLA LIVIANA LATERAL 4 METROS	25/10/2012	496,43
GONDOLA LIVIANA LATERAL	16/11/2012	376,72

GONDOLA LIVIANA LATERAL	16/11/2012	137,5
MESA DE ACERO INOXIDABLE	03/01/2012	310
MESA LASER P.COMPUT.C/HABANA ATU	16/06/1989	110,25
MESA LASSER PARA COMPUTADOR HABANO MODELO 951	30/03/1991	152,73
MESA LASSER PARA COMPUTADORA HABANA ATU	29/11/1989	113,01
MESA OVALADA TALLADA	26/08/1996	123,21
MESA RECTANGULAR	15/10/1996	150,38
MODULAR CAFE	30/04/1998	239,37
MODULAR DE MADERA 3 CUERPOS FAB/EMPRESA	04/07/1991	133,76
MODULAR Y ANAQUEL MADE.AGLOMERADO	08/06/1994	573,12
MODULARES DE MADERA 3 CUERPOS ELABORADO EMPRESA	14/05/1992	199,99
PUESTO DE COBRO	16/11/2012	321,43
SILLA GIRATORIA ARISTA CAFE	02/08/1995	241,8
SILLA GIRATORIA ARISTA CAFE	02/08/1995	241,8
SILLON CANCELLER NEGRO CUERO	08/08/1990	140,41
SILLON CANCELLER NEGRO CUERO	08/08/1990	140,41
SILLON GIRATORIO ARISTA CAFE C/A	06/05/1993	304,49
SILLON GIRATORIO ARISTA CAFE C/A	06/05/1993	304,49
SILLON GIRATORIO CAFE ATU	20/05/1992	108,15
SILLON GIRATORIO CONTORNO NEGRO A GAS	19/03/1993	623,55
SILLON INDIVIDUAL DAMASCO NEGRO	27/01/1994	152,46
SILLON INDIVIDUAL DAMASCO NEGRO	27/01/1994	152,46
SOFA DOBLE DAMASCO NEGRO	27/01/1994	245,04

EQUIPO DE COMPUTO

Detalle	Fecha Adquisición	Valor de Adquisición
ACCESS POINT	30/11/2005	232,00
ACCESS POINT DLINK	11/11/2005	105,77
COMP 170 IP4	31/03/2005	1.329,44
COMP INTEL ATOM 525	21/09/2011	545,69
COMP INTEL CORE 2 DUO	26/02/2009	643,00
COMP INTEL CORE 2 DUO	26/02/2009	643,00
COMP INTEL CORE 2 DUO	26/02/2009	643,00
COMP PENTIUM D 3.4 GH	13/02/2007	654,77
COMP.CELERON 256 MB RAM	07/03/2003	615,90
COMP.DUAL CORE 2.0	27/08/2008	615,18
COMPUTADOR DELL DIMENSION	21/02/2006	1.262,00

COMPUTADOR HP COMPAQ	14/03/2012	625,89
COMPUTADOR MICROS	28/04/2003	600,00
COMPUTADORA	26/12/2005	715,50
DELL DIMENSION 460	30/07/2004	2.008,96
DELL OPTIPLEX 745 CORE 2 DUO	31/08/2007	1.252,63
DESKPRO EP.PII/400 MHZ/64 RAM	30/11/1999	776,61
DESKPRO PII	30/11/1999	776,61
ESTABILIZADOR LAB.LINE 20L TEMP A 2000 CC	16/04/1993	910,32
FAX MODEN EXTERNO	13/07/1999	136,98
IMPRESORA DFX-8000	19/11/1998	157,21
IMPRESORA EPSON TX110 MULTIFUNCION	22/09/2010	166,00
IMPRESORA FX2190	09/09/2010	680,00
IMPRESORA FX890	28/03/2007	358,00
IMPRESORA HP.845	10/10/2002	140,00
IMPRESORA LASER COLOR 3600N	28/03/2007	674,00
IMPRESORA ZEBRA MODELO	30/10/2012	550,00
INTEL PENTIUM III 800 MHZ	15/07/2002	750,00
LAPTOP DELL	20/07/2005	2.673,77
MONITOR 14-	30/11/1999	187,97
MONITOR 14- V45	30/11/1999	187,97
MONITOR SVGA S/N	20/11/1997	223,77
NIVELINE 600	10/07/1991	224,09
PENTIUM 4 F:60902 F:190802	10/10/2002	485,00
PENTIUN 41.7 GHZ	13/08/2002	408,10
PROL 800 PIII	30/11/1999	2.346,67
SCANNER HP 4070	14/11/2006	118,00
SERVIDOR LINUX K-6	30/01/2006	550,00
SERVIDOR PROLIANT ML150	23/01/2009	1.266,00
UPS 9120 3000 VA	31/08/2003	2.794,40
UPS BLACK APS 350	01/12/1999	156,02
UPS BLACK KNIGHT PRO	30/07/2003	125,00
UPS BLACK KNIGHT PRO 600 AP	30/07/2003	125,00

ANEXO 5:

Avaluó Personal a la empresa DISAMA CIA. LTDA.



Edificio Suora 3er. piso.
Calle Suora 09-52 y Guayaquil.
Telf. 2421-761 2824-845
E-mail: rsevilcallejas@yahoo.fr

AVALUO PERSONAL

FECHA SOLICITUD AVALUO:		25-sep-14		FECHA ELABORACION AVALUO:		24-sep-14	
NOMBRE DEL SOLICITANTE:				DISAMA			
NOMBRE DEL PROPIETARIO:				DISAMA			
IDENTIFICACION PREDIAL:							
DIRECCION:		CALLE REAL AUDIENCIA DE QUITO Y YAHUARCOCHA ENTRE AV. EL CONDOR		TELEFONOS #:		****	
				PROVINCIA:		TUNGURAHUA	
CANTON:	AMBATO	PARROQUIA:	PISHILATA	BARRIO	LA UNIVERSAL	SECTOR AMERICAN PARK	
TIPO DE INMUEBLE:	INDUSTRIAL	ENTORNO:	RESIDENCIAL-COMERCIAL				
1.- DESCRIPCION DE LA ZONA							
El sector corresponde a la Zona Sur Oriente de la ciudad de Ambato, con presencia de varias industrias y bodegas con edificaciones de 1 y 2 plantas, se encuentra a 2 cuadras del Centro de Rehabilitación de Ambato, además se encuentra en la zona el Mercado America, Mercado Mayorista, además se encuentran varios comercios hacia la Calle Real Audiencia. La zona esta dirigida a un estrato socio económico medio y cuenta con todos los servicios básicos: agua potable, redes de alcantarillado, eléctricas y líneas telefónicas, calles pavimentadas con aceras y bordillos, así como transporte público.							
2.- CARACTERISTICAS DEL INMUEBLE							
La propiedad cuenta con varias construcciones como galpones destinados para bodegas de almacenamiento de productos de primera necesidad, oficinas, área de laboratorios, fábrica para la producción de fideos. Las construcciones son de 1 2 y 3 plantas, las cuales se encuentran en buen estado con mantenimiento continuo, la propiedad comparte la guardería y el patio de maniobras con la propiedad de la Familia Chacón-Soria.							
3.- PLUSVALIA							
Las características de la zona y su entorno, hacen prever una buena plusvalía para el estrato al que va dirigida.							
4.- RIESGOS							
Ninguno							
5.- COMENTARIOS GENERALES DEL BIEN							
El inmueble se encuentra con varias construcciones para industria y bodegas de Disama.							
INFORMACION DEL SECTOR Y PREDIO							
ESTRATO SOCIO-ECONOMICO:		MEDIO		AREAS CERTIFICADAS EN BASE A:		ESTIMACION EN SITIO	
DEPRECIACION: 8 AÑOS		OFERTA: MODERADA		DEMANDA: MODERADA			
LINDEROS Y SUPERFICIE DEL TERRENO:							
NORTE		VARIOS PROPIETARIOS				133,21 mts.	
SUR		VARIOS PROPIETARIOS				78,75 mts.	
ESTE		CALLE YAHUARCOCHA				5,53 mts.	
		VARIOS PROPIETARIOS				33,90 mts.	
DESTE		AV. REAL AUDIENCIA DE QUITO				46,60 mts.	
SUPERFICIE SEGUN LA ESCRITURA:		3.305,10 m ²		SUPERFICIE VERIFICADA EN EL SITIO:		3.120,57 m ²	
TOPOGRAFIA:	PLANO	FORMA:	RECTANGULAR	CERRAMIENTOS:	BLOQUE		
INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS BASICOS							
ALCANTARILLADO:	<input checked="" type="checkbox"/>	TRANSPORTE PUBLICO:	<input checked="" type="checkbox"/>	ACERAS:	<input checked="" type="checkbox"/>		
AGUA POTABLE:	<input checked="" type="checkbox"/>	SERVICIOS PUBLICOS:	<input checked="" type="checkbox"/>	BORDILLOS:	<input checked="" type="checkbox"/>		
ENERGIA ELECTRICA:	<input checked="" type="checkbox"/>	TIPOS DE VIAS:	PAVIMENTADAS		OTROS: *****		
RED TELEFONICA:	REDES Y CANALIZACION		ALUMBRADO PUBLICO:	<input checked="" type="checkbox"/>			

ING. RAFAEL SEVILLA C.

Calif. Superintendencia de Bancos No. PA-2002-009

ESPECIFICACIONES TECNICAS Y DE ACABADOS

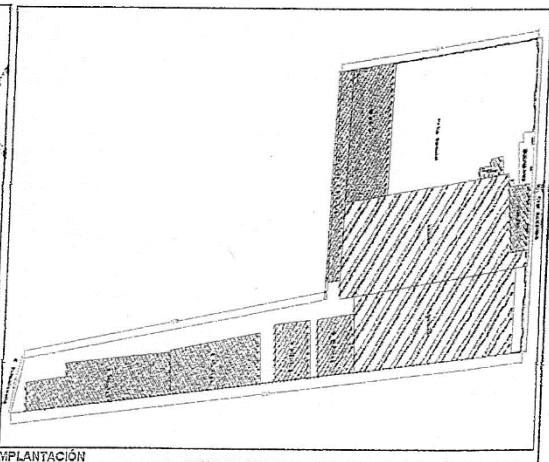
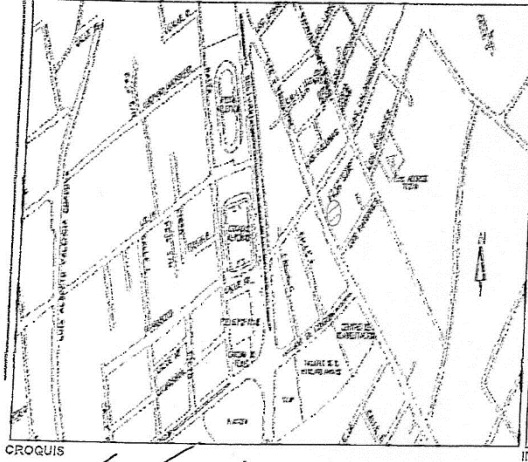
GENERALES: Tipo de Inmueble: Industrial Años construido: 13 años Uso actual: Bodegas y fábrica Estado conservación: Bueno Estructura: H. armado Entrepisos: Losa Cubierta: Madera-etenit y losa Ventanería: Hierro Mamposterías: Bloque Cerram. frontal: Bloque Cerram. Lateral 1: ***** Cerram. Lateral 2: ***** Cerram. posterior: Bloque RECUBRIMIENTO PAREDES: Fachadas: Pint. De caucho Area social: Pint. De caucho Dormitorios: ***** Cocina: ***** Baños: Cerámica	RECUBRIMIENTO DE PISOS: Area Social: Flotante Dormitorios: ***** Cocina: Cerámica Baño: Cerámica Hall/escaleras: H. armado Exteriores: Encementados Terraza: ***** Patio: ***** CARPINTERIA: Puerta principal: Metálicas Puertas interiores: Tamborada Closets: ***** M. Cocina altos: ***** M. Cocina bajos: ***** M. Baño: ***** Mesón: *****	EQUIPAMIENTO: Canalización eléctrica: Empotradas Tubería agua fría: PVC Tubería agua caliente: PVC Piezas eléctricas: Plásticas Cerraduras: Yale Sanitarios: Mancosa Grifería: FV Fregadero: H.G Calentador: ***** Tina: ***** OTROS SERVICIOS: Cuarto servicio: <input type="checkbox"/> Cuarto máquinas: <input checked="" type="checkbox"/> Garaje cubierto: <input type="checkbox"/> Garaje descub.: <input checked="" type="checkbox"/> Control de ingreso: <input checked="" type="checkbox"/>	CIELO RABO: Area Social: Champeados y estuco Dormitorios: ***** Cocina: Champeados Baños: Champeados SERVICIOS GENERALES: Cisterna: ***** Piscina: ***** Hidromasaje: ***** Plant. emergencia: ***** Gab.cont. inoand.: ***** Siamesa: ***** Ascensores: ***** No. Ascensores: ***** Capacidad: ***** Guardianía: SI Conserjería: ***** Salón comunal: *****
---	---	--	---

VALORACION ECONOMICA

CONCEPTO	AREAS (m²)	VALOR COMERCIAL		VARIABLES PARA EL CALCULO
		COSTO / M2	COSTO TOTAL	
TERRENO	3.305,10	100,00	330.510,20	UTILIDAD: 0% Depreciación: 18 años Factor: 1,100
GALPON BODEGA	634,80	150,00	95.220,00	
GALPON FABRICA	481,95	150,00	72.292,50	
BODEGAS 2 PLANTAS	314,52	200,00	62.904,00	
BODEGAS 3 PLANTAS	1.135,23	200,00	227.046,00	
ALMACEN	51,88	210,00	10.890,50	
AREAS DE MAQUINAS	73,89	205,00	15.167,95	
OFICINA 1 PLANTA	214,55	230,00	49.346,50	
OFICINA 4 PLANTAS	408,68	255,00	103.703,40	
PATIO ENCEMENTADO	318,41	15,00	4.776,15	
CERRAMIENTO	21,13	80,00	1.690,40	
COSTO TOTAL:			973.547,70	

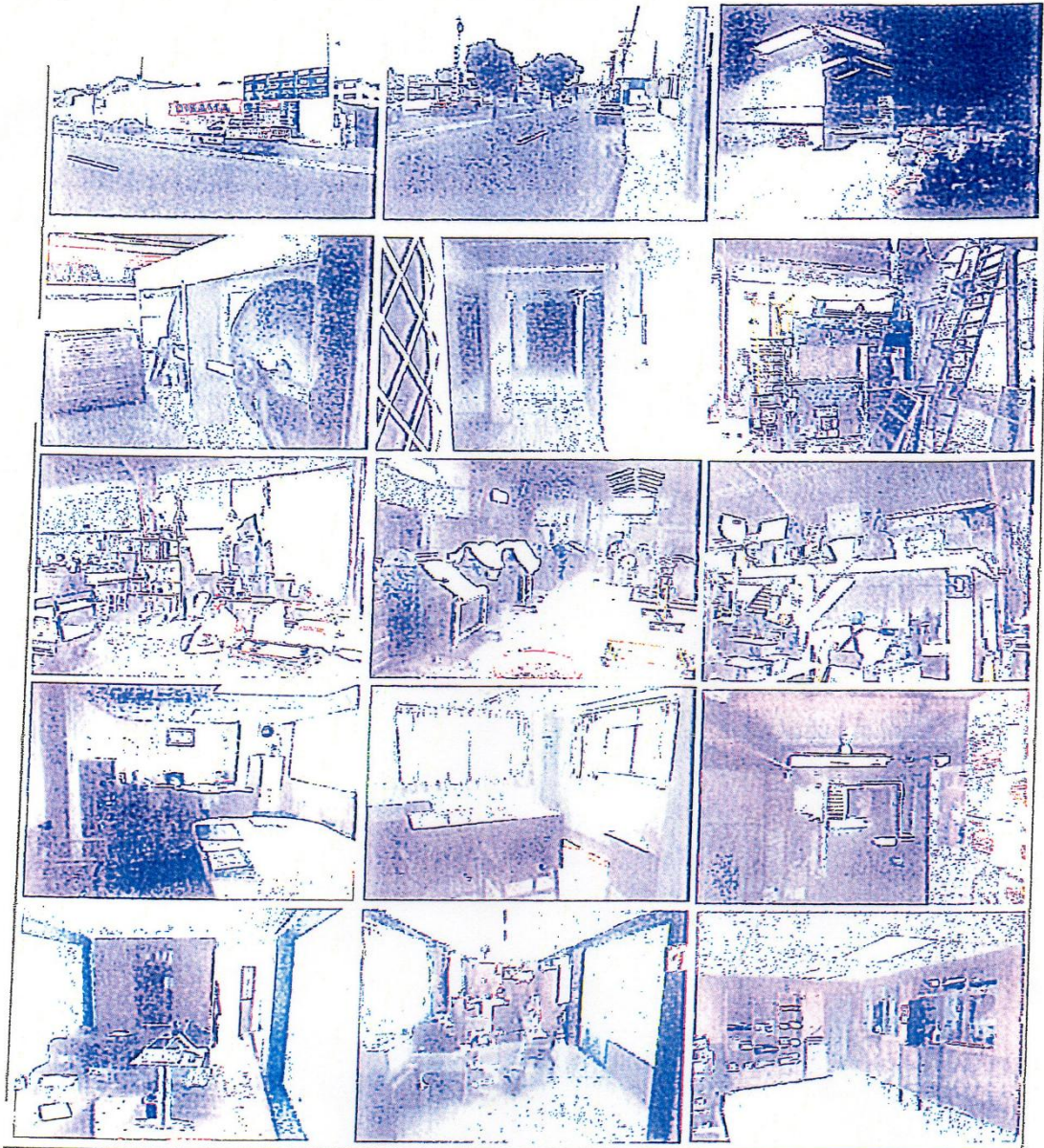
SON: NOVECIENTOS SETENTA Y TRES MIL QUINIENTOS CUARENTA Y SIETE, 70/100 DOLARES

FOTOGRAFIAS Y CROQUIS DE UBICACION.



[Handwritten Signature]
ING. RAFAEL SEVILLA C.

ANEXO FOTOGRAFICO



AVALUO PERSONAL

FECHA SOLICITUD AVALUO:		25-sep-14		FECHA ELABORACION AVALUO: 24-sep-14	
NOMBRE DEL SOLICITANTE:			DISAMA		
NOMBRE DEL PROPIETARIO:			DISAMA		
IDENTIFICACION PREDIAL:					
DIRECCION:		CALLE "F" Y CALLE DOS		TELEFONOS #: ****	
PROVINCIA: TUNGURAHUA					
CANTON:	AMBATO	PARROQUIA:	IZAMBA	ZONA:	NORTE
SECTOR PARQUE INDUSTRIAL					
TIPO DE INMUEBLE:	INDUSTRIAL	ENTORNO:	INDUSTRIAL		
1.- DESCRIPCION DE LA ZONA					
El sector corresponde al Parque Industrial de la ciudad de Ambato, con presencia de varias industrias con edificaciones de 1 y 2 plantas, se encuentra a 2 cuadras de la Via Panamericana Norte, además se encuentran varios comercios hacia la panamericana. La zona esta dirigida a un estrato socio económico medio y cuenta con todos los servicios básicos: agua potable, redes de alcantarillado, eléctricas y líneas telefónicas, calles pavimentadas con aceras y bordillos, así como transporte público.					
2.- CARACTERISTICAS DEL INMUEBLE					
La propiedad se localiza en el Parque Industrial, sector Industrial-comercial de la ciudad de Ambato, barrio consolidado y conformado por edificaciones destinadas para industrias.					
En el terreno no se encuentra ninguna construcción, así como la propiedad no cuenta con cerramiento perimetral.					
3.- PLUSVALIA					
Las características de la zona y su entorno, hacen prever una buena plusvalía para el estrato al que va dirigida.					
4.- RIESGOS					
Ninguno					
5.- COMENTARIOS GENERALES DEL BIEN					
El inmueble se encuentra sin uso y sin mantenimiento.					
INFORMACION DEL SECTOR Y PREDIO					
ESTRATO SOCIO-ECONOMICO:		MEDIO		AREAS CERTIFICADAS EN BASE A:	
DEPRECIACION: 8 AÑOS		OFERTA: MODERADA		DEMANDA: MODERADA	
LINDEROS Y SUPERFICIE DEL TERRENO:					
NORTE		CALLE F		57,00 mts.	
SUR		LOTE #3-B		57,00 mts.	
ESTE		LOTE #2-A		32,00 mts.	
OESTE		CALLE DOS		32,00 mts.	
SUPERFICIE SEGUN LA ESCRITURA:		1.824,00 M ²		SUPERFICIE VERIFICADA EN EL SITIO:	
				1.824,00 M ²	
TOPOGRAFIA:		PLANO		FORMA: RECTANGULAR	
				CERRAMIENTOS: NINGUNO	
INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS BASICOS					
ALCANTARILLADO: <input checked="" type="checkbox"/>		TRANSPORTE PUBLICO: <input checked="" type="checkbox"/>		ACERAS: <input checked="" type="checkbox"/>	
AGUA POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/>		SERVICIOS PUBLICOS: <input checked="" type="checkbox"/>		BORDILLOS: <input checked="" type="checkbox"/>	
ENERGIA ELECTRICA: <input checked="" type="checkbox"/>		TIPOS DE VIAS: EMPEDRADA		OTROS: *****	
RED TELEFONICA: REDES Y CANALIZACION		ALUMBRADO PUBLICO: <input checked="" type="checkbox"/>			


RAFAEL SEVILLA C

ESPECIFICACIONES TECNICAS Y DE ACABADOS

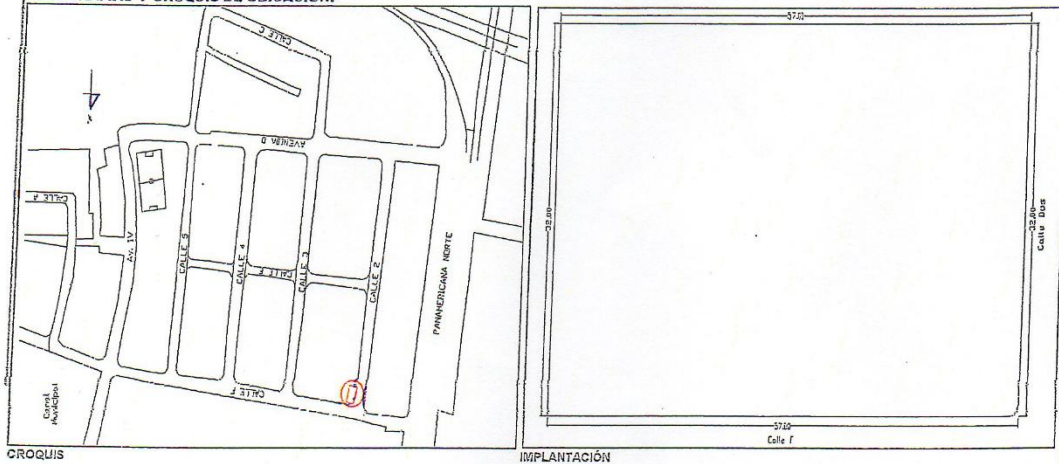
GENERALES:	RECUBRIMIENTO DE PISOS:	EQUIPAMIENTO:	CIELO RASO:
Tipo de inmueble: Terreno	Area Social: *****	Canalización eléctrica *****	Area Social: *****
Años construido: 0 años	Dormitorios: *****	Tubería agua fría: *****	Dormitorios: *****
Uso actual: *****	Cocina: *****	Tubería agua caliente *****	Cocina: *****
Estado conservación *****	Baño: *****	Piezas eléctricas: *****	Baños: *****
Estructura: *****	Hall/escaleras: *****	Cerraduras: *****	SERVICIOS GENERALES:
Entrepisos: *****	Exteriores: *****	Sanitarios: *****	Sistema: *****
Cubierta: *****	Terraza: *****	Grifería: *****	Piscina: *****
Ventanería: *****	Patio: *****	Fregadero *****	Hidromasaje: *****
Mamposterías: *****	CARPINTERIA:	Calentador: *****	Plant. emergencia: *****
Cerram. frontal: *****	Puerta principal: *****	Tina: *****	Gab.cont. incend.: *****
Cerram. Lateral 1: *****	Puertas Interiores: *****	OTROS SERVICIOS:	Siamesa: *****
Cerram. Lateral 2: *****	Closets: *****	Cuarto servicio: <input type="checkbox"/>	Ascensores *****
Cerram. posterior: *****	M. Cocina altos: *****	Cuarto máquinas: <input type="checkbox"/>	No. Ascensores: *****
RECUBRIMIENTO PAREDES:	M. Cocina bajos: *****	Garaje cubierto: <input type="checkbox"/>	Capacidad: *****
Fachadas: *****	M. Baño: *****	Garaje descub.: <input type="checkbox"/>	Guardiania: Si
Area social: *****	Mesón: *****	Control de ingreso: <input type="checkbox"/>	Conserjería: No
Dormitorios: *****			Salón comunal: *****
Cocina: *****			
Baños: *****			

VALORACION ECONOMICA

CONCEPTO	AREAS (m²)	VALOR COMERCIAL		VALOR DE OPORTUNIDAD	VARIABLES PARA EL CALCULO
		COSTO/M2	COSTO TOTAL		
TERRENO	1.824,00	70,00	127.680		UTILIDAD: 0%
					Depreciación: 0 años
					Factor: 1,100
COSTO TOTAL:			\$/ 127.680		

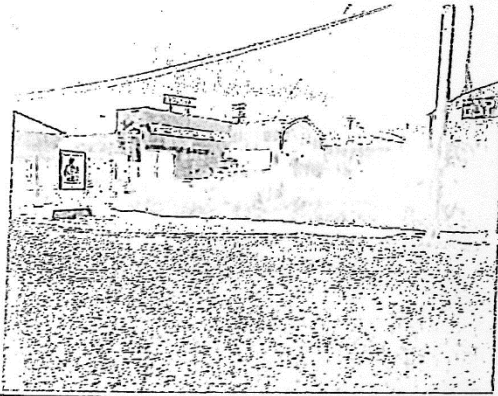
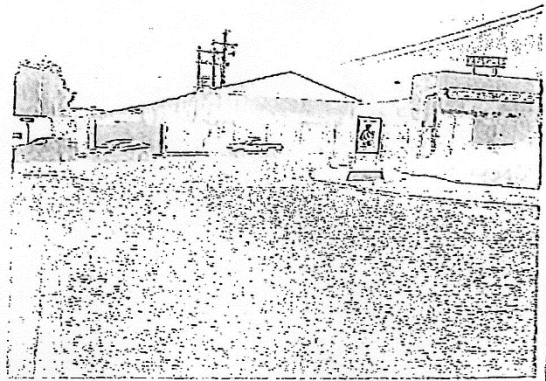
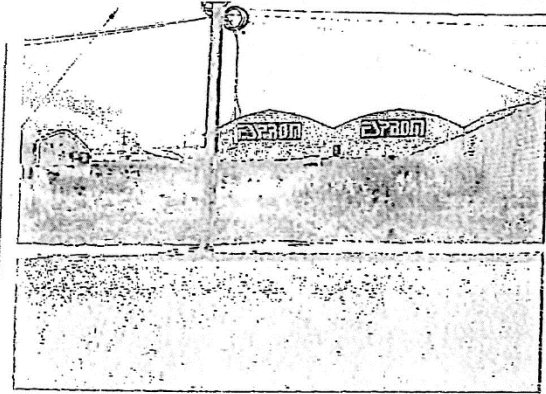
SON: CIENTO VEINTE Y SIETE MIL SEISCIENTOS OCHENTA, 00/100 DOLARES

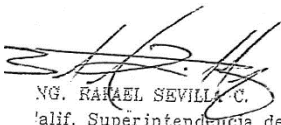
FOTOGRAFIAS Y CROQUIS DE UBICACION.-



[Handwritten Signature]
 NG. RAFAEL SEVILLA C.

ANEXO FOTOGRAFICO





INFORME DE AVALUO ACTIVOS FIJOS

CLIENTE: DISAMA

FECHA DEL INFORME: 29 DE SEPTIEMBRE DEL 2014

FECHA DE INSPECCION: 17 DE SEPTIEMBRE DEL 2014

DIRECCION: Av. REAL AUDIENCIA DE QUITO Y YAHUARCOCHA

CIUDAD: AMBATO

PROVINCIA: TUNGURAHUA

MAQUINARIA

Detalle	Fecha Adquisicion	Valor
AMASADORA 1QQ CAP	31/08/1993	266,37
AMASADORA 1QQ CP	22/10/1993	190,67
AMASADORA CON MOTOR	30/06/1990	174,13
AMASADORA-LAMINADORA-CORTADORA	18/03/1985	2.125,25
BALANZA 150 KLS WS150R029	10/05/2001	463,13
BALANZA MECANICA CAP.2610 GR.	22/10/1996	127,15
BALANZA MOD.2081 TOLEDO CAP. 60 KG. 44985TM	17/02/1995	152,97
BALANZA TRIPPLE BEAN 2610 GR.	06/10/1997	62,38
BATIDORA LXIN FENG 20 LITROS	13/12/2011	884,91
BOMBA PARA COMBUSTIBLE	03/05/1996	347,23
CALDERO	24/01/1997	65,14
CALDERO AUTOMATICO	18/11/1996	410,74
CALDERO VERTICAL AUTOMATICO 30 HP	27/01/1997	938,75
CALDERO VERTICAL AUTOMATICO TUBULAR 40 HP	08/05/1996	773,36
CAMARA DE FERMENTACION	26/06/2012	412,83
COCINETA SUPER INDUSTRIAL 2 QUEMADORES	16/12/1991	129,62
CODIFICADOR CM-05	11/04/2007	1.094,68
COMPRESOR 3HP 50 GL 140PSI SCHULZ PROFES	07/12/2010	740,32
CONSTRUCCION MOLINO PULVERIZADOR 25 CM	12/12/1996	266,64
CONTS.PLACA CONTROL DOSIFICADORA	20/11/1996	109,53
DESCARGADORA ARROZ CEBADA	11/09/2000	112,07
DISEÑO CONTROL DOSIFICADORA AUTOMATICO	21/01/1997	131,77
EOLITICOS	12/11/2001	313,14
EOLITICOS EX 400-20	21/08/2001	316,04
EOLITICOS EX 600-28	23/08/2001	342,37
EQUIPO D-IONER DE AGUA DESTILADA	15/05/1996	309,34
EXTINTOR 20 LIBRAS BUDGER	09/12/2011	168,30
HORNO INDUSTRIAL 4 LATAS	03/01/2012	517,00
LAMINADORA 40CMTS	29/08/2002	1.339,23
LAMINADORA 45 CM NACIONAL	15/04/1993	714,70
LAMINADORA DESTROCADORA DE MASAS	13/01/1992	1.355,17
LAVADORA DE QUINUA CON MOTOR 30 3400 RPM 7.5	13/08/1992	411,66
LICUADORA INDUSTRIAL	27/09/1996	446,21
LIMPIADORA GRANOS JATUN HUAYRA 1MOTOR 3HP Y 1 MOTO	31/12/2000	1.824,68
MAQ.SELLAR AUDIO PRONTO 970918582	20/03/1998	203,13

ING. RAFAEL SEVILLA C.

Calif. Superintendencia de Bancos No. PA-2002-009

Calif. Superintendencia de Compañías No. 01.O.ICI.055

MAQ.SELLAR AUDIO PRONTO 970918582	23/04/1998	203,56
MAQ.SELLAR AUDIO PRONTO 980118586	19/05/1998	460,06
MAQ.SELLAR PLAST AUDIO 001211C569	19/05/1998	199,37
MAQUINA COSEDORA FISCHBEIN	21/12/1993	393,34
MAQUINA ENROSCADORA ZAMBONY 45 CM.	15/04/1996	2.739,10
MAQUINA PRECIADORA MOD-1115	21/07/1998	69,41
MOLDE 60 CM LAZO#2 ZAMBONY	31/08/1993	189,44
MOLDE 60 CM LAZO#2 ZAMBONY	31/08/1993	189,44
MOLDE 60 CM MARGARITA #2 RICCIARELLY	31/08/1993	189,44
MOLDE 60 CM MARGARITA NO.1 ZAMBONY	24/10/1995	442,84
MOLDE 60 CM. CAPELETI GRANDE ZAMBONY	10/12/1991	446,62
MOLDE 60 CM. LAZO # 3 ZAMBONY	21/05/1992	165,32
MOLDE 60 CM. LAZO # 5 RICCIARELLY	22/10/1993	112,15
MOLDE 60 CM. LAZO # 8 ZAMBONY	22/10/1993	112,15
MOLDE 60 CM. LAZO # 9 ZAMBONY	22/10/1993	112,15
MOLDE 60 CM. MARGARITA # 3 RICCIARELLY	22/10/1993	112,15
MOLDE 60 CM.MARGARITA #3 ZAMBONY	22/10/1993	112,15
MOLDE CHOCHITO 60 CM ZAMBONI	10/12/1991	480,97
MOLDE DE ENROSCADORA 45 CM.	22/03/1996	162,26
MOLDE DE MARGARITA #4 60 CM. RICHIARELLY	17/09/1993	237,78
MOLDE LAZO #1 ILUSION 60 CM ZAMBONI	10/03/1993	891,20
MOLINO 3 HP SABADELL	28/10/1996	740,95
MOLINO CON MOTOR BRASILEÑO NOGUEIRA 10 HP VERDE	21/05/1992	264,50
MOLINO DE PIEDRA VERTICAL COCODAN 10 HP PLOMO	31/05/1989	188,62
MOLINO DESCASCARADOR CEBADA Y MOROCHO 3HP	24/11/1999	224,15
MOLINO ELECTRICO 7.5 HP PULVERIZADOR CONST.NACIONA	06/10/1999	65,27
MOLINO ELECTRICO PARA AZUCAR SOTORRIVA 3HP	12/09/1986	129,54
MOLINO PULVERIZADOR 7.5 FABRIC.NACIONAL	20/08/1997	619,29
MONTACARGAS FABRICA	23/08/2000	1.201,47
MOTOR 1/2 HP	18/01/2000	208,02
MOTOR 3 1720 1-5 HP SECADEROS	26/01/1993	57,77
MOTOR DE 1.5 HP MEG	20/04/1993	96,43
MOTOR MOLINO GE 7.5 HP	15/09/1997	67,41
PESADORA AUTOMATICA CON ALINEADOR	16/06/1999	130,55
PICADORA 60 CM	31/08/1993	508,93
PICADORA 60 CM ANCHO	22/10/1993	1.019,24
PICADORA DE 60 CM	31/08/1993	725,46
PICADORA DE FIDEO DE 600 MM	29/05/1992	2.295,84
PRENSA ITALIANA 1959 BRAIBANTIC	05/06/2006	1.634,82
QUEMADOR FH 4.0-15 GOH 10-	20/03/2002	1.007,96
SECADERO NO. 3	31/12/1996	480,43
SECADERO NO. 4	31/12/1996	480,43
SECADERO NUEVO NO. 10	31/12/1998	919,66
SECADERO NUEVO NO. 11	31/12/1998	919,66
SECADERO NUEVO NO. 12	31/12/1998	919,66
SECADERO NUEVO NO. 13	31/12/1998	919,66
SECADERO NUEVO NO. 2	03/01/1997	69,91
SECADERO NUEVO NO. 5	31/12/1999	229,36
SECADERO NUEVO NO. 9	31/12/1998	919,66
SELLADORA POLIPROPILENO-CELOFAN-ALUMINIO	19/05/2003	119,79
SELLADORA PROPIPROPILENO	23/11/2006	1.385,34

ING. RAFAEL SEVILLA C.

Calif. Superintendencia de Bancos No. PA-2002-009
Calif. Superintendencia de Bancos No. PA-2002-009

SURTIDOR COMBUSTIBLE	28/03/1996	703,61
TENDALES	31/01/2001	1.752,97
TENDALES(250) **	31/12/2001	761,43
		48.029,30

HERRAMIENTAS

Detalle	Fecha Adquisicion	Valor
SOLDADORA LINCOLN 225A 220V PROFESIONAL	14/11/2011	337,96
		337,96

EQUIPOS DE OFICINA

Detalle	Fecha Adquisicion	Valor
ALIMENTADORA CALIBRE 9MM SOBAQUERA	17/10/1995	116,59
ARBOL DE NAVIDAD	24/08/1994	120,45
ASPIRADORA 1000 WST	07/01/2003	750,99
BASE FIJA TLF.CELULAR	17/07/2001	98,48
BETAMAX MOD. 20	24/01/1985	49,43
BOMBA DE AGUA 1 HP	12/07/1999	155,68
CALCULADORA DR 1212T	27/05/1992	49,20
CALCULADORA DR 1212T	27/05/1992	49,20
CALCULADORA 120V	07/07/2000	59,76
CALCULADORA 8620	30/10/1990	70,49
CALCULADORA DR 1212L	21/01/1995	54,12
CALCULADORA DR 1212L	21/01/1995	54,12
CALCULADORA DR 1212T	21/01/1995	54,12
CALCULADORA MP31-DH11 CANON	07/07/2000	59,76
CALENTADORA A GAS DE 40 GL.CAP	19/05/1992	86,75
CAMARA DIGITAL	12/10/2005	168,85
CAMARA VIGILANCIA	12/12/2005	306,62
CENTRAL TELEFONICA	18/09/2005	429,26
COMGELADOR WESTING HOUSE	07/06/1991	107,31
CUADRO FOTOGRAFICO CIUDAD AMBATO	09/09/1997	73,98
EQUIPO BIOMETRICO T1	02/12/2008	498,40
EQUIPO DE AMPLIFICACION (2 BOC. AMPL.) CON MICROFO	30/09/1985	43,65
EQUIPO DE SONIDO MOD FH616GR	27/12/1991	120,47
EQUIPO MODULAR M 20 W SIST 4	31/03/1986	72,26
ESCOPETA CALIBRE 12 USA 12	06/03/1995	229,56
EXTINGUIDOR DE CO2 BC 5 KILOS GLORIA	21/08/1998	137,20
EXTINGUIDOR DE CO2 BCS KILOS - GLORIA	21/08/1998	137,20
EXTINTOR DE POLVO QUIMICO SECO	09/07/1999	106,33
FAX	20/07/2005	124,73
FOTOCOPIADORA	01/09/2005	871,37
GENERADOR DE LUZ	30/09/1992	444,43
GENERADOR TRADEWINDS JL40 A125	26/09/1995	2.825,92
HORNO MICRO ONDAS GOLD STAR	15/03/1991	163,57
LAMPARA DE TIEMPO MILTON DIGITAL	23/09/1997	219,74
MAQUINA DE ESCRIBIR ELECTRICA (AR)	30/04/1992	101,38

ING. RAFAEL SEVILLA C.

Calif. Superintendencia de Bancos No. PA-2002-009
Calif. Superintendencia de Compañías No. 01 O ICK 055

MAQUINA DE ESCRIBIR ELECTRICA MOD.IV/196	19/02/1986	107,07
MAQUINA DE ESCRIBIR MANUAL LINEA 98	18/12/1985	41,14
MAQUINA DE ESCRIBIR MANUAL 21-	28/10/1985	58,59
MAQUINA REMARCADORA 1115	27/09/1995	56,13
MINICOMPONENTE UX-C7	31/12/1997	212,60
NEVERA COLOR CAFE	16/09/1993	94,93
PISTOLA 9 MM	06/12/1994	604,50
PLANTA ELECTRICA SALDO	09/09/1996	517,37
PRECIADORA 1110 MONARCH	14/06/1999	71,43
PROYECTOR MDOW	25/09/1995	282,48
RADIO GRABADORA	07/07/1993	59,32
RADIO GRABADORA CFS W 4805	15/12/1995	59,42
RADIO SONY MODELO CDF-S550	23/07/2004	72,15
REFRIGERADORA DUREX 9-	07/06/1991	107,31
SECADOR DE MANOS	03/09/1996	68,87
SECADOR DE MANOS	03/09/1996	68,87
SIST.IMPRESION FOTOCOPIADORA	01/09/2005	235,57
TELEFONO EJE PROGRAMADOR	18/11/2005	71,41
TELEFONO EJE PROGRAMADOR	18/11/2005	71,41
TELEFONO EJE PROGRAMADOR	18/11/2005	71,41
TELEVISOR 20 - 20VM30	05/01/1998	93,74
TELEVISOR COLOR 20-	30/09/1984	39,47
TELEVISOR COLOR 27-	02/08/1991	226,00
VHS 373	30/04/1992	152,45
		12.455,01

MUEBLES Y ENSERES

Detalle	Fecha Adquisicion	Valor
ANAQUEL MADERA 3 CUERPOS CAFE	22/06/1994	114,01
ANAQUEL MADERA AGLOMERADO BLANCO	29/09/1993	50,38
ARCHIVADORES DE MADERA 4 GAVETAS ARTEPRACTICO	06/04/1992	72,77
CAJA FUERTE	16/03/2000	205,05
CAJA FUERTE (REPARACION)	13/06/1997	89,51
CAJA FUERTE FAB.NACIONAL	03/09/1995	174,41
CAJA FUERTE MO 1500	07/04/1997	180,97
CREDENZA 3 CUERPOS	16/11/1999	92,69
ESCRITORIO CAFE SECRETARIA MADERA	30/04/1998	61,41
ESCRITORIO DE MADERA AGLOMERADO	15/11/1996	66,49
ESCRITORIO EJECUTIVO	30/11/1999	177,65
ESCRITORIO EJECUTIVO MONTECARLO	31/03/1992	73,29
ESCRITORIO GRANDE CAFE	30/04/1998	71,19
ESCRITORIO MADERA AGLOM.DIBSA 3 GAVETAS	03/12/1993	59,81
ESCRITORIO MADERA AGLOMERADO 3 GAVETAS	01/11/1995	57,74
ESCRITORIO TIPO SECRETARIA	11/09/2006 *	187,58
ESCRITORIO TIPO SECRETARIA	11/09/2006 *	187,58
ESCRITORIO TIPO SECRETARIA	11/09/2006 *	187,58
ESCRITORIO TP.SECRETARIA	26/01/2006 *	102,75
GaNDOLA LIVIANA LATERAL 1 METRO	25/10/2012 *	136,12
GaNDOLA LIVIANA LATERAL 3 METROS	25/10/2012 *	373,02
GaNDOLA LIVIANA LATERAL 3 METROS	25/10/2012 *	373,02
GaNDOLA LIVIANA LATERAL 4 METROS	25/10/2012 *	491,47

ING. RAFAEL SEVILLA C.

Calif. Superintendencia de Bancos No. PA-2002-009

Calif. Superintendencia de Compañías No. 01.O.I.C. 055

GONDOLA LIVIANA LATERAL	16/11/2012	374,84
GONDOLA LIVIANA LATERAL	16/11/2012	136,81
MESA DE ACERO INOXIDABLE	03/01/2012	291,40
MESA LASER P.COMPUT.C/HABANA ATU	16/06/1989	46,05
MESA LASSER PARA COMPUTADOR HABANO MODELO 951	30/03/1991	66,21
MESA LASSER PARA COMPUTADORA HABANA ATU	29/11/1989	47,61
MESA OVALADA TALLADA	26/08/1996	61,05
MESA RECTANGULAR	15/10/1996	74,85
MODULAR CAFE	30/04/1998	124,56
MODULAR DE MADERA 3 CUERPOS FAB/EMPRESA	04/07/1991	58,42
MODULAR Y ANAQUEL MADE.AGLOMERADO	08/06/1994	267,96
MODULARES DE MADERA 3 CUERPOS ELABORADO EMPRESA	14/05/1992	88,99
PUESTO DE COBRO	16/11/2012	319,82
SILLA GIRATORIA ARISTA CAFE	02/08/1995	116,43
SILLA GIRATORIA ARISTA CAFE	02/08/1995	116,43
SILLON CANCELLER NEGRO CUERO	08/08/1990	60,10
SILLON CANCELLER NEGRO CUERO	08/08/1990	60,10
SILLON GIRATORIO ARISTA CAFE C/A	06/05/1993	138,67
SILLON GIRATORIO ARISTA CAFE C/A	06/05/1993	138,67
SILLON GIRATORIO CAFE ATU	20/05/1992	48,12
SILLON GIRATORIO CONTORNO NEGRO A GAS	19/03/1993	282,88
SILLON INDIVIDUAL DAMASCO NEGRO	27/01/1994	70,70
SILLON INDIVIDUAL DAMASCO NEGRO	27/01/1994	70,70
SOFA DOBLE DAMASCO NEGRO	27/01/1994	113,63
		6.761,49

EQUIPO DE COMPUTO

Detalle	Fecha Adquisicion	Valor
ACCESS POINT	30/11/2005	84,81
ACCESS POINT DLINK	11/11/2005	38,44
COMP 170 IP4	31/03/2005	464,28
COMP INTEL ATOM 525	21/09/2011	422,91
COMP INTEL CORE 2 DUO	26/02/2009	318,36
COMP INTEL CORE 2 DUO	26/02/2009	318,36
COMP INTEL CORE 2 DUO	26/02/2009	318,36
COMP PENTIUM D 3.4 GH	13/02/2007	263,74
COMP.CELERON 256 MB RAM	07/03/2003	190,34
COMP.DUAL CORE 2.0	27/08/2008	285,47
COMPUTADOR DELL DIMENSION	21/02/2006	469,81
COMPUTADOR HP COMPAQ	14/03/2012	532,01
COMPUTADOR MICROS	28/04/2003	187,06
COMPUTADORA	26/12/2005	263,14
DELL DIMENSION 460	30/07/2004	672,57
DELL OPTIPLEX 745 CORE 2 DUO	31/08/2007	527,10
DESKPRO EP.PII/400 MHZ/64 RAM	30/11/1999	206,70
DESKPRO PII	30/11/1999	206,70
ESTABILIZADOR LAB.LINE 20L TEMP A 2000 CC	16/04/1993	197,90
FAX MODEN EXTERNO	13/07/1999	35,89
IMPRESORA DFX-8000	19/11/1998	40,21
IMPRESORA EPSON TX110 MULTIFUNCION	22/09/2010	101,97

ING. RAFAEL SEVILLA C.

Calif. Superintendencia de Bancos No. PA-2002-009

Calif. Superintendencia de Compañías No. 01.C.I.C.055

IMPRESORA FX2190	09/09/2010	412,25
IMPRESORA FX890	28/03/2007	145,22
IMPRESORA HP.845	10/10/2002	42,35
IMPRESORA LASER COLOR 3600N	28/03/2007	273,42
IMPRESORA ZEBRA MODELO	30/10/2012	533,50
INTEL PENTIUM III 800 MHZ	15/07/2002	224,08
LAPTOP DELL	20/07/2005	954,92
MONITOR 14-	30/11/1999	50,03
MONITOR 14- V45	30/11/1999	50,03
MONITOR SVGA S/N	20/11/1997	55,33
NIVELINE 600	10/07/1991	46,85
PENTIUM 4 F:60902 F:190802	10/10/2002	146,71
PENTIUM 4 1.7 GHZ	13/08/2002	122,43
PROL 800 PIII	30/11/1999	624,57
SCANNER HP 4070	14/11/2006	46,55
SERVIDOR LINUX K-6	30/01/2006	203,50
SERVIDOR PROLIANT ML150	23/01/2009	614,92
UPS 9120 3000 VA	31/08/2003	887,08
UPS BLACK APS 350	01/12/1999	41,53
UPS BLACK KNIGHT PRO	30/07/2003	39,50
UPS BLACK KNIGHT PRO 600 AP	30/07/2003	39,50
		11.700,40

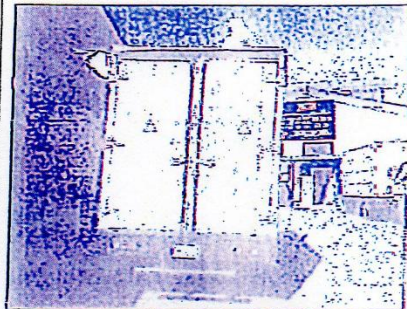
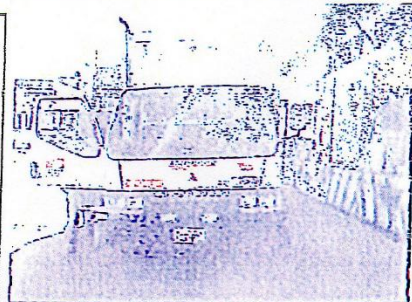
TOTAL AVALUO ACTIVOS FIJOS	79.284,16
-----------------------------------	------------------


ING. RAFAEL SEVILA C.

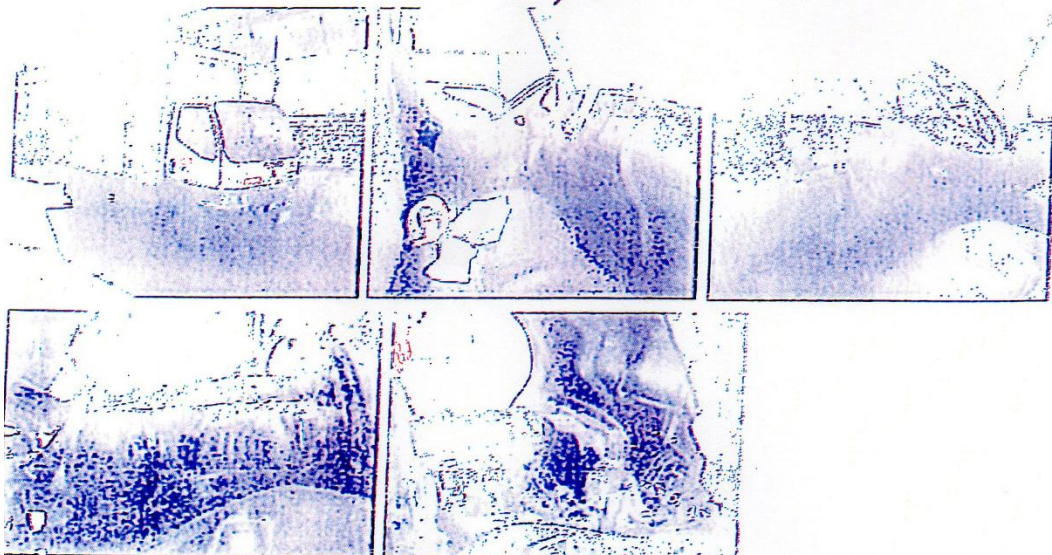
INFORME DE AVALUO DE VEHICULO

NOMBRE DEL SOLICITANTE	DISAMA
TELEFONO	2-850-796
FECHA	25 DE SEPTIEMBRE DEL 2014

MARCA	MITSUBISHI
MODELO	CANTER
MATRICULA	TCT 0882
AÑO DE FABRICACION	2002
MATRICULA HASTA EL AÑO	2014
# DE MOTOR	4D34H93029
# DE CHASIS	JJ6BJE6H52L003513
FABRICACION	JAPON
TIPO	CAMION
COLOR	BLANCO
CILINDRAJE	3.908 cc
CAPACIDAD	6 TONELADAS
KILOMETRAJE	465.807 Km
FRENOS	HIDRAULICA
TRACCION	TRASERA
COMBUSTIBLE	DIESEL
ESTADO DE LA TAPICERÍA	BUENA
ESTADO DE LA PINTURA	BUENA
ESTADO DE LAS LLANTAS	BUENA
EXTINTORES	1



VALOR COMERCIAL\$: 13.400,00
SON: TRECE MIL CUATROCIENTOS, 00/100 DOLARES



[Handwritten Signature]



R A F A E L
SEVILLA
PROMOTORA - CONSTRUCTORA

Edificio Sucre 3er. piso.
Calle Sucre 09-52 y Guayaquil.
Telf. 2421-761 2824-645
E-mail: rsevillacallejas@yahoo.fr

INFORME DE AVALUO DE VEHICULO

NOMBRE DEL SOLICITANTE	DISAMA
TELEFONO	2-850-796
FECHA	25 DE SEPTIEMBRE DEL 2014

MARCA	MITSUBISHI
MODELO	CANTER 6.0
MATRICULA	TCT 0882
AÑO DE FABRICACION	2002
MATRICULA HASTA EL AÑO	2014
# DE MOTOR	4D34H93029
# DE CHASIS	JJ6BJE6H52L003513
FABRICACION	JAPON
CLASE	CAMION
TIPO	FURGON-C
COLOR	BLANCO
CILINDRAJE	3.908 cc
CAPACIDAD	6.00 TONELADAS
KILOMETRAJE	S/DATO
FRENOS	HIDRAULICA
TRACCION	TRASERA
COMBUSTIBLE	DIESEL
ESTADO DE LA TAPICERÍA	BUENA
ESTADO DE LA PINTURA	BUENA
ESTADO DE LAS LLANTAS	BUENA
EXTINTORES	1

VALOR COMERCIAL\$: 13.400,00
SON: TRECE MIL CUATROCIENTOS, 00/100 DOLARES



R A F A E L
SEVILLA
PROMOTORA - CONSTRUCTORA

Edificio Sucre 3er. piso.
Calle Sucre 09-52 y Guayaquil.
Telf. 2421-761 2824-645

E-mail: rsevilla@yahoofr.com

INFORME DE AVALUO DE VEHICULO

NOMBRE DEL SOLICITANTE	DISAMA
TELEFONO	2-850-796
FECHA	25 DE SEPTIEMBRE DEL 2014

MARCA	HINO
MODELO	FD194
MATRICULA	PKG 0650
AÑO DE FABRICACION	1990
MATRICULA HASTA EL AÑO	2014
# DE MOTOR	H06CTE27447
# DE CHASIS	FD194S10195
FABRICACION	JAPON
CLASE	CAMION
TIPO	FURGON-C
COLOR	BLANCO
CILINDRAJE	4.530 cc
CAPACIDAD	4 TONELADAS
KILOMETRAJE	S/DATO
FRENOS	HIDRAULICA
TRACCION	TRASERA
COMBUSTIBLE	DIESEL
ESTADO DE LA TAPICERÍA	BUENA
ESTADO DE LA PINTURA	BUENA
ESTADO DE LAS LLANTAS	BUENA
EXTINTORES	1

VALOR COMERCIAL\$: 15.000,00
SON: QUINCE MIL, 00/100 DOLARES



R A F A E L
SEVILLA
PROMOTORA - CONSTRUCTORA

Edificio Sucre 3er. piso.
Calle Sucre 09-52 y Guayaquil.
Telf. 2421-761 2824-645

E-mail: rsevillacallejas@yahoo.fr

INFORME DE AVALUO DE VEHICULO

NOMBRE DEL SOLICITANTE	DISAMA
TELEFONO	2-850-796
FECHA	25 DE SEPTIEMBRE DEL 2014

MARCA	DAIHATSU
MODELO	DELTA
MATRICULA	TBC0565
AÑO DE FABRICACION	1981
MATRICULA HASTA EL AÑO	2014
# DE MOTOR	V980765146
# DE CHASIS	V1020831
FABRICACION	JAPON
CLASE	CAMIONETA
TIPO	FURGON
COLOR	BLANCO
CILINDRAJE	3500 cc
CAPACIDAD	3,5 TONELADAS
KILOMETRAJE	S/DATO
FRENOS	HIDRAULICA
TRACCION	TRASERA
COMBUSTIBLE	DIESEL
ESTADO DE LA TAPICERÍA	BUENA
ESTADO DE LA PINTURA	BUENA
ESTADO DE LAS LLANTAS	BUENA
EXTINTORES	1

VALOR COMERCIAL\$: 4.200,00
SON: CUATRO MIL DOSCIENTOS, 00/100 DOLARES



RAFAEL
SEVILLA
PROMOTORA - CONSTRUCTORA

Edificio Sucre 3er. piso.
Calle Sucre 09-52 y Guayaquil.
Telf. 2421-761 2824-645
E-mail: rsevillacallejas@yahoo.fr.

INFORME DE AVALUO DE VEHICULO

NOMBRE DEL SOLICITANTE	DISAMA
TELEFONO	2-850-796
FECHA	25 DE SEPTIEMBRE DEL 2014

MARCA	NISSAN
MODELO	CABALL
MATRICULA	TBD0661
AÑO DE FABRICACION	1978
MATRICULA HASTA EL AÑO	2014
# DE MOTOR	H20728753
# DE CHASIS	HLC340104139
FABRICACION	JAPON
CLASE	CAMION
TIPO	FURGON-C
COLOR	BLANCO
CILINDRAJE	2.000 cc
CAPACIDAD	2.00 TONELADAS
KILOMETRAJE	S/DATOS
FRENOS	HIDRAULICA
TRACCION	TRASERA
COMBUSTIBLE	DIESEL
ESTADO DE LA TAPICERÍA	BUENA
ESTADO DE LA PINTURA	BUENA
ESTADO DE LAS LLANTAS	BUENA
EXTINTORES	1

VALOR COMERCIAL\$: 8.500,00
SON: OCHO MIL QUINIENTOS, 00/100 DOLARES



R A F A E L
SEVILLA
 PROMOTORA - CONSTRUCTORA

Edificio Sucre 3er. piso.
 Calle Sucre 09-52 y Guayaquil.
 Telf. 2421-761 2824-645

E-mail: rsevillacallejas@yahoo.fr.

INFORME DE AVALUO DE VEHICULO

NOMBRE DEL SOLICITANTE	DISAMA
TELEFONO	2-850-796
FECHA	25 DE SEPTIEMBRE DEL 2014

MARCA	HINO
MODELO	FF2HMSA
MATRICULA	TCB 0187
AÑO DE FABRICACION	1995
MATRICULA HASTA EL AÑO	2014
# DE MOTOR	H07CTA39912
# DE CHASIS	FF2HMS10045
FABRICACION	JAPON
CLASE	CAMION
TIPO	FURGON-C
COLOR	BLANCO
CILINDRAJE	6000 cc
CAPACIDAD	6.00 TONELADAS
KILOMETRAJE	S/DATO
FRENOS	HIDRAULICA
TRACCION	TRASERA
COMBUSTIBLE	DIESEL
ESTADO DE LA TAPICERÍA	BUENA
ESTADO DE LA PINTURA	BUENA
ESTADO DE LAS LLANTAS	BUENA
EXTINTORES	1

VALOR COMERCIAL\$: 20.000,00
SON: VEINTE MIL, 00/100 DOLARES



R A F A E L
SEVILLA
PROMOTORA - CONSTRUCTORA

Edificio Sucre 3er. piso.
Calle Sucre 09-52 y Guayaquil.
Telf. 2421-761 2824-645

E-mail: rsevillacallejas@yahoo.fr

INFORME DE AVALUO DE VEHICULO


NOMBRE DEL SOLICITANTE	DISAMA
TELEFONO	2-850-796
FECHA	25 DE SEPTIEMBRE DEL 2014

MARCA	CHEVROLET
MODELO	NLR 55E CAMION CHASIS CABINADO
MATRICULA	TBC 2587
AÑO DE FABRICACION	2013
MATRICULA HASTA EL AÑO	2016
# DE MOTOR	4JB1307423
# DE CHASIS	JAANLR55ED7102929
FABRICACION	JAPON
CLASE	CÁMION
TIPO	FURGON-C
COLOR	BLANCO
CILINDRAJE	2777 cc
CAPACIDAD	2.50 TONELADAS
KILOMETRAJE	S/DATO
FRENOS	HIDRAULICA
TRACCION	TRASERA
COMBUSTIBLE	DIESEL
ESTADO DE LA TAPICERÍA	BUENA
ESTADO DE LA PINTURA	BUENA
ESTADO DE LAS LLANTAS	BUENA
EXTINTORES	1

VALOR COMERCIAL\$: 24.500,00
SON: VEINTE Y CUATRO MIL QUINIENTOS, 00/100 DOLARES

ANEXO 6:

Información económica recopilada para el cálculo del Coeficiente Beta, Empresa de economía subdesarrollada, Whole Foods Market, inc.

Whole Foods Market, Inc. (WFM) - NasdaqGS + Añadir a Cartera  Me gusta 1

42,51 ↓0,22(0.50%) 22:00 | Fuera de hora : **42,48** ↓0,03 (0.07%) 22:55 - Precio en tiempo real Nasdaq

Balance general Consulta Balance general de :

Ver: [Datos anuales](#) | [Datos trimestrales](#) Todos los números en miles

Periodo Finalizado	28/09/2014	29/09/2013	30/09/2012
Activos			
Activo actual			
Caja y equivalentes de caja	299.000	401.000	192.000
Inversiones a corto plazo	553.000	733.000	1.131.000
Cuentas por cobrar, neto	386.000	339.000	329.000
Inventario	441.000	414.000	374.000
Otro activo circulante	97.000	93.000	77.000
Activo circulante total	1.756.000	1.980.000	2.103.000
Inversiones a largo plazo	120.000	302.000	221.000
Maquinaria y equipos en propiedad	2.923.000	2.428.000	2.193.000
Fondo de comercio	708.000	679.000	663.000
Activos intangibles	81.000	65.000	62.000
Amortización acumulada	-	-	-
Otro activo	24.000	12.000	9.000
Cargos diferidos de activo a largo plazo	132.000	72.000	43.000
Total de activos	5.744.000	5.538.000	5.294.000
Pasivo			
Pasivo actual			
Cuentas pagables	698.000	651.000	580.000
Deudas a largo plazo circulante / corto plazo	2.000	1.000	1.000
Otro pasivo circulante	557.000	438.000	398.000
Pasivo circulante total	1.257.000	1.088.000	977.000
Deuda a largo plazo	60.000	26.000	23.000
Otro pasivo	66.000	46.000	51.000
Cargos diferidos de pasivo a largo plazo	548.000	500.000	441.000
Interés minoritario	-	-	-
Fondo de comercio negativo	-	-	-
Pasivo total	1.931.000	1.660.000	1.492.000
Capital social			
Garantías de opciones de acción	-	-	-
Acción preferente redimible	-	-	-
Acciones preferentes	-	-	-
Acciones ordinarias	2.863.000	2.765.000	2.592.000
Beneficios retenidos	1.668.000	1.265.000	1.233.000
Acciones compradas por la empresa	(711.000)	(153.000)	(28.000)
Excedente de capital	-	-	-
Otro capital social	(7.000)	1.000	5.000
Total de capital social	3.813.000	3.878.000	3.802.000
Activos tangibles netos	3.024.000	3.134.000	3.077.000

<https://es.finance.yahoo.com/>

Whole Foods Market, Inc. (WFM) - NasdaqGS

+ Añadir a Cartera

f Me gusta

1

42,51 **+0,22(0.50%)** 22:00 | Fuera de hora : **42,51** **-0,03 (0,07%)** 22:55 - Precio en tiempo real Nasdaq

Informe de ingresos

Consulta Informe de Ingresos de :

Buscar

Ver: [Datos anuales](#) | [Datos trimestrales](#)

Todos los números en miles

Periodo Finalizado	28/09/2014	29/09/2013	30/09/2012
Ingresos totales	14.194.000	12.917.000	11.699.000
Coste de ingresos	9.150.000	8.288.000	7.543.000
Beneficio bruto	5.044.000	4.629.000	4.156.000
Gastos operativos			
Investigación y desarrollo	-	-	-
Venta de general y administrativo	4.032.000	3.682.000	3.355.000
No recurrente	78.000	84.000	57.000
Otros	-	-	-
Total de gastos de explotación	-	-	-
Beneficio o pérdida de explotación	934.000	883.000	744.000
Ingresos por operaciones continuas			
Total otros ingresos/gastos, neto	12.000	11.000	8.000
Ganancias antes de intereses e impuestos	946.000	894.000	752.000
Gastos de interés	-	-	-
Ingresos antes de impuestos	946.000	894.000	752.000
Impuesto a las ganancias	367.000	343.000	288.000
Interés minoritario	-	-	-
Ingresos netos de operaciones continuas	579.000	551.000	466.000
Eventos no recurrentes			
Operaciones discontinuadas	-	-	-
Elemento extraordinario	-	-	-
Efecto de cambios en la contabilidad	-	-	-
Otro elemento	-	-	-
Ingreso neto	579.000	551.000	466.000
Acciones preferentes y otros ajustes	-	-	-
Ingreso neto aplicable a acciones ordinarias	579.000	551.000	466.000

Whole Foods Market, Inc. (WFM) - NasdaqGS

[+ Añadir a Cartera](#)

[Me gusta](#)

1

42,51 **+0,22(0.50%)** 22:00 | Fuera de hora : **42,48** **+0,03 (0.07%)** 22:55 - Precio en tiempo real Nasdaq

Cierre anterior:	42,72
Apertura:	42,62
Oferta:	42,47 x 2000
Demanda:	42,56 x 1000
Objetivo est 1a:	49,44
Beta:	0,93
Próxima fecha de beneficios:	N/A

Rango diario:	42,41 - 42,94
Rango a 52sem:	36,08 - 57,57
Volumen:	4.023.517
Vol medio (3m):	4.195.390
Capitalización de mercado:	15,34MM
Precio/Beneficio (P/E) (ttm):	26,60
BPA (ttm):	1,60
Div & Rendimiento:	0,52 (1,00%)

Whole Foods Market, Inc.



ANEXO 7:

Información económica recopilada para el cálculo del Coeficiente Beta, Empresa de economía subdesarrollada, Sprouts Farmers Market, inc.

Sprouts Farmers Market, Inc. (SFM) - NasdaqGS			
28,97 +1,15(4.13%)		22:00 Fuera de hora : 28,97 0,00 (0.00%)	22:45 - Precio en tiempo real Nasdaq
Balance general		Consulta Balance general de :	<input type="text"/> <input type="button" value="Buscar"/>
Ver: Datos anuales Datos trimestrales		Todos los números en miles	
Periodo Finalizado	28/12/2014	29/12/2013	30/12/2012
Activos			
Activo actual			
Caja y equivalentes de caja	130.513	77.652	67.211
Inversiones a corto plazo	-	-	-
Cuentas por cobrar, neto	49.671	27.670	33.007
Inventario	142.793	118.266	98.382
Otro activo circulante	11.152	8.049	4.521
Activo circulante total	334.129	231.627	203.121
Activo no circulante			
Inversiones a largo plazo	-	-	-
Maquinaria y equipos en propiedad	454.889	348.830	303.166
Fondo de comercio	368.078	368.078	368.078
Activos intangibles	194.176	195.467	196.772
Amortización acumulada	-	-	-
Otro activo	17.801	13.135	9.521
Cargos diferidos de activo a largo plazo	-	15.267	22.578
Total de activos	1.369.073	1.172.404	1.103.236
Pasivo			
Pasivo actual			
Cuentas pagables	183.958	166.404	131.679
Deudas a largo plazo circulante / corto plazo	36.882	9.217	5.167
Otro pasivo circulante	-	-	-
Pasivo circulante total	220.840	175.621	136.846
Pasivo no circulante			
Deuda a largo plazo	370.173	421.595	529.016
Otro pasivo	74.071	61.417	50.619
Cargos diferidos de pasivo a largo plazo	18.600	-	-
Interés minoritario	-	-	-
Fondo de comercio negativo	-	-	-
Pasivo total	683.684	658.633	716.481
Capital social			
Garantías de opciones de acción	-	-	-
Acción preferente redimible	-	-	-
Acciones preferentes	-	-	-
Acciones ordinarias	152	147	126
Beneficios retenidos	142.189	34.497	(8.851)
Acciones compradas por la empresa	-	-	-
Excedente de capital	543.048	479.127	395.480
Otro capital social	-	-	-
Total de capital social	685.389	513.771	386.755
Activos tangibles netos	123.135	(49.774)	(178.095)

<https://es.finance.yahoo.com/>

Sprouts Farmers Market, Inc. (SFM) - NasdaqGS

[Añadir a Cartera](#)

[Me gusta](#) 0

28,97 **+1,15(4,13%)** 22:00 | Fuera de hora : **28,97** 0,00 (0,00%) 22:45 - Precio en tiempo real Nasdaq

Informe de ingresos

Consulta informe de ingresos de : [Buscar](#)

Ver: [Datos anuales](#) | [Datos trimestrales](#)

Todos los números en miles

Periodo Finalizado	28/12/2014	29/12/2013	30/12/2012
Ingresos totales	2.967.424	2.437.911	1.794.823
Coste de ingresos	2.082.221	1.712.644	1.284.514
Beneficio bruto	885.203	725.267	530.309
Gastos operativos			
Investigación y desarrollo	-	-	-
Venta de general y administrativo	677.018	577.978	454.687
No recurrente	8.474	7.785	4.937
Otros	-	-	-
Total de gastos de explotación	-	-	-
Beneficio o pérdida de explotación	199.711	139.504	70.685
Ingresos por operaciones continuas			
Total otros ingresos/gastos, neto	(542)	(18.234)	(430)
Ganancias antes de intereses e impuestos	199.169	121.270	70.255
Gastos de interés	25.063	37.203	35.488
Ingresos antes de impuestos	174.106	84.067	34.767
Impuesto a las ganancias	66.414	32.741	15.267
Interés minoritario	-	-	-
Ingresos netos de operaciones continuas	108.554	32.605	18.508
Eventos no recurrentes			
Operaciones discontinuadas	-	-	-
Elemento extraordinario	-	-	-
Efecto de cambios en la contabilidad	-	-	-
Otro elemento	-	-	-
Ingreso neto	107.692	51.326	19.500
Acciones preferentes y otros ajustes	-	-	-
Ingreso neto aplicable a acciones ordinarias	107.692	51.326	19.500

Sprouts Farmers Market, Inc. (SFM) - NasdaqGS

[Añadir a Cartera](#)

[Me gusta](#) 0

28,97 **+1,15(4,13%)** 22:00 | Fuera de hora : **28,97** 0,00 (0,00%) 22:45 - Precio en tiempo real Nasdaq

Cierre anterior:	27,82	Rango diario:	27,65 - 29,08
Apertura:	27,82	Rango a 52sem:	26,60 - 38,45
Oferta:	28,92 x 100	Volumen:	4.162.516
Demanda:	29,94 x 100	Vol medio (3m):	1.782.070
Objetivo est 1a:	35,00	Capitalización de mercado:	4,44MM
Beta:	-11,036	Precio/Beneficio (P/E) (ttm):	41,39
Próxima fecha de beneficios:	N/A	BPA (ttm):	0,70
		Div & Rendimiento:	N/A (N/A)



ANEXO 8:

Riesgo país de Estados Unidos y Ecuador.

ESTADOS UNIDOS

Países	Fecha	Prima	Var.	Var. Mes	Var. Año
España [+]	12/05/2015	115	-0	7	-32
Reino Unido [+]	12/05/2015	132	-3	-11	5
Francia [+]	12/05/2015	30	-0	2	-15
Italia [+]	12/05/2015	118	2	11	-32
Portugal [+]	12/05/2015	174	-2	30	-37
Estados Unidos [+]	12/05/2015	158	-7	-21	39

www.datosmacro.com/prima-riesgo

ECUADOR



Banco Central del Ecuador

BCE | Transparencia | Comunicación | Atención Ciudadana | Dinero Electrónico | Facturación Electrónica

Búsqueda

Usted está aquí: Inicio

INDICADORES ECONÓMICOS

Indicadores ECONÓMICOS

▶ Deuda Externa Pública como % del PIB (Diciembre 2014):	17.40%
▶ Inflación Anual (Abril-2015/Abril-2014):	4.32%
▶ Inflación Mensual (Abril-2015):	0.84%
▶ Tasa de Desempleo Urbano a Marzo-31-2015:	4.84%
▶ Tasa de interés activa (mayo/15):	8.45%
▶ Tasa de interés pasiva (mayo/15):	5.51%
▶ Barril Petróleo (WTI 11-May-15):	59.25USD
▶ Índice Dow Jones (11-May-2015):	18105.17
▶ Riesgo País (26-Abr-2015):	701.00

- Cotizaciones
- Mercados Internacionales

www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754



CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por las señoritas: Melissa Lisbeth Campaña Constante y Sharon Luathani Velasteguí Rubio, bajo nuestra supervisión:

**ECO. FRANCISCO CAICEDO
DIRECTOR DEL PROYECTO**

**ING. ELISABETH JIMÉNEZ SILVA
CODIRECTORA DEL PROYECTO**

**ING. JULIO TAPIA
DIRECTOR DE LA CARRERA**

**DR. RODRIGO VACA
SECRETARIO ACADÉMICO**