



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES

PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERIA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA – CPA,

TÍTULO DEL PROYECTO

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA “COMERCIAL
MADELYN”, DEDICADA A LA COMPRA- VENTA DE MOTOS Y
ELECTRODOMÈSTICOS Y PROPUESTA DE EXPANSIÓN ANTE EL
CRECIMIENTO DE LA DEMANDA EN EL CANTÓN DURAN AÑO 2012-2017

AUTORAS:

CASTRO PINCAY KERLY DEL ROCIO

MORA SALAZAR MERY JANETH

TUTOR:

Msc. ELY ISRAEL BORJA SALINAS

Guayaquil, Octubre del 2012

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del proyecto de investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de **“Análisis de la situación Financiera de la Empresa “Comercial Madelyn”, dedicada a la compra- venta de Motos y Electrodomésticos y propuesta de expansión ante el crecimiento de la demanda en el Cantón Duran año 2012-2017”** presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: **INGENIERO EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORIA**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por los Egresados:

KERLY DEL ROCIO CASTRO PINCAY

C.I. 0923744023

MERY JANETH MORA SALAZAR

C.I. 0912007895

TUTOR

MsG. Com. Ely Israel Borja S.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotras: Egresadas de la carrera de Contaduría Pública y Auditoría, **KERLY DEL ROCIO CASTRO PINCAY** y **MERY JANETH MORA SALAZAR**, por medio de este documento, entregamos el proyecto; **“Análisis de la situación Financiera de la Empresa “Comercial Madelyn”, dedicada a la compra- venta de Motos y Electrodomésticos y propuesta de expansión ante el crecimiento de la demanda en el Cantón Duran año 2012-2017**, del cual nos responsabilizamos por ser las autoras del mismo y tener la asesoría personal del MsG. Ely Israel Borja Salinas.

Guayaquil, 30 Octubre del 2012

Kerly Castro Pincay
C.I. 0923744023

Mery Mora Salazar
C.I. 091200785

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERIA EN CONTADURIA PÚBLICA Y AUDITORIA, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

A DIOS ser supremo por su ayuda ya que con su amor incalculable quien me dio fortaleza para seguir adelante en los momentos más difíciles. Con inmenso cariño y mucho amor dedico este trabajo a mis padres ya que ellos han sido ejemplo además del apoyo que me brindaron hasta la culminación de mi carrera, también a mi esposo a mis hijos que han sido mi pilar fundamental, quienes de una u otra forma me han ayudado a terminar con éxito esta etapa en mi vida.

MERY MORA S

DEDICATORIA

Por ser una base fundamental en mi vida a DIOS que con su infinita bondad me ha permitido lograr mis metas y sueños aunque con dificultades y pruebas me ha enseñado que todo es posible obtener si hay esfuerzo.

A mi familia que ha estado en los momentos que más he necesitado apoyo y comprensión y que han contribuido de alguna forma para la realización de este proyecto.

KERLY CASTRO P.

AGRADECIMIENTO

Nuestro más sincero agradecimiento en primer lugar a Dios y a todos quienes apoyaron la realización de este trabajo en especial a nuestros padres y familiares por brindarnos todo su apoyo para que este sueño tan anhelado se haga realidad.

A la Universidad Estatal de Milagro por brindarnos la oportunidad de realizar este trabajo, a los profesores que nos impartieron sus conocimientos.

Un especial agradecimiento al tutor Ing. Ely Israel Borja Salinas quien nos supo guiar hasta la culminación del mismo.

KERLY CASTRO P.

MERY MORA S

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Lic. Msc. Jaime Orozco Hernández

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer la entrega de la Cesión de Derecho del Autor del trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **“Análisis de la situación Financiera de la Empresa “Comercial Madelyn”, dedicada a la venta de Motos y Electrodomésticos y propuesta de expansión ante el crecimiento de la demanda en el Cantón Duran año 2012-2017** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Guayaquil, 30 de Octubre del 2012

Kerly Castro Pincay
C.I. 0923744023

Mery Mora Salazar
C.I. 0912007895

INDICE GENERAL

Página de carátula o portada.	i
Página de la constancia de aprobación por el tutor.	ii
Página de declaración autoría de la investigación.	iii
Certificación de la Defensa.	iv
Página de Dedicatoria.	v
Página de Agradecimiento.	vii
Página de Cesión de Derechos de Autor.	viii
Índice General.	ix
Índice de cuadros.	xii
Índice de gráficos.	xviii
Índice de figuras.	xxi
Resumen	xxii
Abstract	xxiii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

	Pág.
INTRODUCCIÓN.	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Problematización	2
1.1.2 Delimitación del problema	4

1.1.3	Formulación del problema	4
1.1.4	Sistematización del problema	4
1.1.5	Determinación del problema	4
1.2	OBJETIVOS	5
1.2.1	Objetivo General de la Investigación	5
1.2.2	Objetivo Específicos de Investigación	5
1.3	JUSTIFICACIÓN	5
1.3.1	Justificación de la Investigación	5

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1	MARCO TEÓRICO	7
2.1.1	Antecedentes Históricos	7
2.1.2	Antecedentes Referenciales	8
2.1.3	Fundamentación Teórica	10
2.2	MARCO LEGAL	43
2.3	MARCO CONCEPTUAL	55
2.4	HIÓTESIS Y VARIABLES	57
2.4.1	Hipótesis General	57
2.4.2	Hipótesis Particulares	57
2.4.3	Declaración de Variables	58
2.4.4	Operacionalización de las Variables	59

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	62
3.2	LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	63
3.2.1	Características de la población	63
3.2.2	Delimitación de la población	63
3.2.3	Tipo de muestra	63
3.2.4	Tamaño de la muestra	64
3.2.5	Proceso de selección	64
3.3	LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	65
3.3.1	Métodos teóricos	65
3.3.2	Métodos empíricos	66
3.3.3	Técnicas e instrumento	66
3.4	EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	66

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1	Análisis de la situación actual	67
4.2	Análisis comparativo, evaluación, tendencia y perspectiva	87
4.3	Resultados	93
4.4	Verificación de hipótesis	94

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1	TEMA	95
5.2	FUNDAMENTACIÓN	95
5.3	JUSTIFICACIÓN	96
5.4	OBJETIVOS	97
5.5	UBICACIÓN	98
5.6	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	98
5.6.1	Factibilidad Legal	98
5.6.1	Factibilidad Técnica Administrativa	128
5.7	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	132
5.7.1	Actividades	147
5.7.2	Recursos, análisis financiero	153
5.7.3	Impacto	157
5.7.4	Cronograma	159
5.7.5	Lineamiento para evaluar la propuesta	159
	Conclusiones	160
	Recomendaciones	161

INDICES DE CUADROS

	PAG
Cuadro 1	
Consecuencias de otorgar Crédito	43
Cuadro 2	

Declaración de Variables	58
Cuadro 3	
Operacionalización de las variables	59
ENCUESTAS A CLIENTES	
Cuadro 4	
Procedencia de Clientes	67
Cuadro 5	
Edad Promedio de Clientes	69
Cuadro 6	
Permanencia en el Sitio de Trabajo	70
Cuadro 7	
Nivel de Ingresos	71
Cuadro 8	
Mejoramiento de los Servicios	72
Cuadro 9	
Cuántas Veces ha Comprado en el Último Año	73
Cuadro 10	
Atención otorgada es de un Negocio en Crecimiento	74
Cuadro 11	
La Administración es Altamente Eficiente	75
Cuadro 12	
Seguridad y Garantía	76
Cuadro 13	

Compraría Nuevamente Artículos	77
Cuadro 14	
Recomendaría a Otras Personas a Comprar en el Comercial	78
Cuadro 15	
La Entrega de Pedidos	79
Cuadro 16	
Opinión de la Administración y de la Organización	80
CORRELACION	
Cuadro 17	
Compraría nuevos artículos & Recomendaría a otras personas (valores)	87
Cuadro 18	
Compraría nuevos artículos & Recomendaría a otras personas (Porcentajes)	87
Cuadro 19	
La Administración de Comercial Madelyn & Recomendaría a otras personas (Valores)	88
Cuadro 20	
La Administración de Comercial Madelyn & Recomendaría a otras personas (Porcentajes)	88
Cuadro 21	
Debería Mejorar los servicios & Que opinión merece la Administración y Organización (Valores)	89
Cuadro 22	
Debería Mejorar los servicios & Que opinión merece la Administración Organización (Porcentajes)	89
Cuadro 23	

Cuántas Veces ha Comprado & La atención Otorgada (Valores)	90
Cuadro 24	
Cuántas Veces ha Comprado & La atención Otorgada (Porcentajes)	90
Cuadro 25	
Procedencia de Clientes & Cuantas Veces ha Comprado (Valores)	91
Cuadro 26	
Procedencia de Clientes & Cuantas Veces ha Comprado (Porcentajes)	91
Cuadro 27	
Nivel de Ingresos & Cuantas veces ha Comprado (Valores)	92
Cuadro 28	
Nivel de Ingresos & Cuantas veces ha Comprado (Porcentajes)	92
Cuadro 29	
Verificación de Hipótesis	94
Cuadro 30	
Balance General	104
Cuadro 31	
Estado de Resultados	105
Cuadro 32	
Composición de los Activos	106
Cuadro 33	
Análisis Vertical del Balance General	107
Cuadro 34	
Detalle del Estado de Resultados	109
Cuadro 34	

Análisis Vertical del Estado de Resultados	110
Cuadro 36	
Detalle del Balance General	111
Cuadro 37	
Análisis Horizontal del Balance General	112
Cuadro 38	
Análisis Horizontal del Estado de Resultados	114
Cuadro 39	
Evaluación de Fuentes y Usos	115
Cuadro 40	
Flujo de Efectivo	116
Cuadro 41	
Análisis de los Indicadores Financieros	117
Cuadro 42	
Análisis del Ciclo Operativo y del Efectivo	126
Cuadro 43	
Análisis FODA	128
Cuadro 44	
Análisis FOFA DODA	129
Cuadro 45	
Manual de Funciones –GERENTE	135
Cuadro 46	
Manual de Funciones –JEFE FINANCIERO	136
Cuadro 47	

Manual de Funciones –PROMOTOR DE VENTAS	138
Cuadro 48	
Manual de Funciones –SUPERVISOR DE COBRANZAS	140
Cuadro 49	
Manual de Funciones –COBRADORES	142
Cuadro 50	
Manual de Funciones –AUXILIAR CONTABLE	143
Cuadro 51	
Tiempo Máximo de Pago de Artículos	148
Cuadro 52	
Recursos –Análisis Financieros	154
Cuadro 53	
Costos por Ampliar Cuentas por Cobrar por Incremento de Ventas	157
Cuadro 54	
Cronograma	159

ÍNDICES DE GRÁFICOS

	PAG
GRÁFICO 1	
Elasticidad de la demanda	27
GRÁFICO 2	
Tipos de Demanda	28
GRÁFICO 3	
Procedencia de Clientes	68
GRAFICO 4	

Edad Promedio de Clientes	69
GRAFICO 5	
Permanencia en el Sitio de Trabajo	70
GRAFICO 6	
Nivel de Ingresos	71
GRAFICO 7	
Mejoramiento de los Servicios	72
GRAFICO 8	
Cuántas Veces ha Comprado en el Último Año	73
GRAFICO 9	
Atención otorgada es de un Negocio en Crecimiento	74
GRAFICO 10	
La Administración es Altamente Eficiente	75
GRAFICO 11	
Seguridad y Garantía	76
GRAFICO 12	
Compraría Nuevamente Artículos	77
GRAFICO 13	
Recomendaría a Otras Personas a Comprar en el Comercial	78
GRAFICO 14	
La Entrega de Pedidos	79
GRAFICO 15	
Opinión de la Administración y de la Organización	80
ENCUESTA REALIZADA A EMPLEADOS	

GRAFICO 16	
Incremento de Pedidos y Ventas	81
GRÁFICO 17	
Realizar Estudios para la expansión Económica y Financiera	81
GRÁFICO 18	
Situación Actual permite el incremento de la demanda	82
GRÁFICO 19	
Las Decisiones Financieras	82
GRÁFICO 20	
Calificación de la Gestión Administrativa	82
GRÁFICO 21	
Correcta Proyección para crecer y Abrir Sucursales	83
GRÁFICO 22	
Pérdida de Oportunidad de Expandirse	83
GRÁFICO 23	
Políticas Actuales Permitirán el Crecimiento del Negocio	83
GRÁFICO 24	
Las Políticas de Crédito son las correctas para mejorar las Finanzas	84
GRÁFICO 25	
La Gerencia posee suficiente Conocimiento de Planificación	84
GRÁFICO 26	
La Administración actual está ejecutando una Correcta Contabilidad	84
GRAFICO 27	
Liquidez y Rotación de Inventario	85

GRAFICO 28	
La Empresa Trabaja con bajo un Presupuesto	85
GRAFICO 29	
La empresa trabajara con Indicadores	86
GRAFICO 30	
Razón Corriente	119
GRAFICO 31	
Prueba Acida	120
GRAFICO 32	
Prueba Defensiva	121
GRAFICO 33	
Capital de Trabajo	121
GRAFICO 34	
Rotación de Cuentas por Cobrar	122
GRAFICO 35	
Periodo Promedio de Cobro	122
GRAFICO 36	
Rotación de Inventarios	123
GRAFICO 37	
Periodo de Inventario	123
GRAFICO 38	
Rotación de Cuentas por Pagar	124
GRAFICO 39	
Periodo de Cuentas por Pagar	124

GRAFICO 40

Razón de Endeudamiento 126

GRAFICO 41

Ciclo Operativo 127

GRAFICO 42

Ciclo de Efectivo 128

ÍNDICE DE FIGURAS

	PAG
Fig. 1	
Moto Deportiva	35
Fig. 2	
Moto de Calle	36
Fig. 3	
Moto Cross Enduro	36
Fig. 4	
Moto Trail	36
Fig. 5	
Ubicación de Comercial Madelyn	98
Fig. 6	
Organigrama de Comercial Madelyn	134
Fig. 7	
Logotipo de Comercial Madelyn	145
Fig. 8	
Tarjeta de Presentación	145



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

INGENIERIA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA – CPA,

Tema

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA “COMERCIAL MADELYN”, DEDICADA A LA COMPRA-VENTA DE MOTOS Y ELECTRODOMÉSTICOS Y PROPUESTA DE EXPANSIÓN ANTE EL CRECIMIENTO DE LA DEMANDA EN EL CANTÓN DURAN AÑO 2012-

AUTORAS:

CASTRO PINCAY KERLY DEL ROCIO

MORA SALAZAR MERY JANETH

ASESOR METODOLÓGICO:

MsG. ELY FRANCISCO BORJAS SALINAS.

RESUMEN

Comercial Madelyn es un negocio dedicado a la compra venta de Electrodomésticos en general y motos dirigido por su propietario Sr. Washington Salazar, su problemática actual es analizar la situación económica y Financiera ante la propuesta y expansión de crecimiento de la demanda, sus principales clientes se encuentran ubicados en el área rural a lo largo de la vía Duran, Naranjal, Machala. El principal objetivo por el cual ha sido objeto de estudio es que las operaciones que se han venido realizando en la empresa no han sido las más adecuadas, existiendo una serie de dificultades en el área administrativa-financiera ya que esto podría provocar problemas serios futuros. Con los diferentes temas que abarcaremos tales como el análisis de los Estados Financieros de la empresa ya que forma parte de un proceso de información cuyo objetivo fundamental, es la de aportar datos para la toma de decisiones, el análisis e interpretación de los Índices financieros, se establecerán políticas de créditos y cobranzas con el fin de fijar parámetros en donde podamos afianzarnos. Finalmente se hacen las debidas recomendaciones al dueño del negocio poner en práctica las recomendaciones fruto de este trabajo que contribuirán a mejorar la gestión administrativa, financiera y económica de la empresa que será de gran utilidad para la toma de decisiones

ANALISIS

SITUACIÓN FINANCIERA

CRECIMIENTO

DEMANDA



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERIA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA – CPA,

Tema

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA “COMERCIAL MADELYN”, DEDICADA A LA COMPRA-
VENTA DE MOTOS Y ELECTRODOMÉSTICOS Y PROPUESTA DE EXPANSIÓN ANTE EL CRECIMIENTO DE LA
DEMANDA EN EL CANTÓN DURAN AÑO 2012-

AUTORAS:

CASTRO PINCAY KERLY DEL ROCIO

MORA SALAZAR MERY JANETH

ASESOR METODOLÓGICO:

M^sG. ELY FRANCISCO BORJAS SALINAS.

ABSTRACT

Commercial Madelyn is a business dedicated to buying appliances for sale motorcycles in general and directed by its owner Mr. Washington Salazar, the current problem is to analyze the economic and financial situation before the proposed expansion and demand growth, its main customers are located in rural areas along the route Duran, Orange, Machala. The main purpose for which it has been studied is that operations have been carried out in the company were not the most appropriate, a number of difficulties exist in the administrative and financial as this could cause serious problems in the future. With that will cover different topics such as the analysis of the financial statements of the company as part of a process of information whose fundamental objective is to provide data for decision making, analysis and interpretation of financial indices, be established credit and collection policies to set parameters in which we can strengthen our position. Finally, make appropriate recommendations to the business owner to implement the recommendations resulting from this work will help to improve the administrative, financial and economic enterprise that will be useful for decision making.

ANALYSIS

FINANCIAL

GROWTH

DEMAND

INTRODUCCIÓN

Comercial Madelyn es un negocio dedicado a la compra venta de electrodomésticos y motos de diferentes marcas, el cual ha venido funcionando desde el año 2002 dirigido por su propietario Sr. Washington Salazar en la ciudad de Duran, pero sus principales clientes se encuentran situados en el área rural a lo largo de la vía Naranjal

Aunque nos resulte un poco extraña la siguiente afirmación, debemos señalar que Ecuador es una de las naciones que más electrodomésticos comercializa en Latinoamérica; junto con Argentina y Brasil, lo ecuatorianos han mostrado un gran interés en los artefactos tecnológicos.

El principal objetivo que ha motivado el estudio es de conocer la situación económica y financiera del negocio, en el cual podremos analizar los diferentes puntos que nos permita realizar una adecuada valoración en los diferentes entornos del negocio y tomar las acciones correctivas en caso de ser necesarias.

La elaboración de esta tesis dará a conocer los problemas que afectan a la empresa y a su vez desarrollar soluciones para los mismos, con el único propósito de ayudar a la empresa a minimizar sus debilidades y potencializar sus fortalezas, además la falta de una buena Planificación Estratégica no ha permitido gestionar esfuerzos comunes encaminados a conseguir objetivos corporativos.

Además de lo dicho anteriormente otros de los objetivos es incrementar las ventas las cuales generarían utilidades para el negocio, abarcando de esta manera más clientes y brindarles una correcta atención y conseguir de esta forma mayor margen de ganancia.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 PROBLEMATIZACIÓN

La mayoría de las personas empiezan sus negocios sin tener conocimientos sólidos en lo que es finanzas y manejo de los recursos. Solo se cree que es necesario con el cumplimiento de las leyes y cumplir con el estado, pero tal aseveración no es cierta, ya que se necesita de conocer de una serie de herramientas para aplicarlas y de esta forma conocer la situación económica y financiera del negocio.

En nuestro país las pequeñas y medianas empresas juegan un papel preponderante, ya que la mayoría de estas según lo que dice el Servicio de Rentas Internas una de las primeras actividades que realiza es la del comercio al por mayor y menor, las mismas que son fuentes generadoras de trabajo

Entre los diversos problemas que presentan las PYMES en Ecuador: escaso nivel tecnológico, dificultad de acceso a fuentes de financiamiento, mano de obra sin calificación, baja calidad de la producción, ausencias de normas y altos costos, ausencia total de políticas y estrategias para el desarrollo del sector.

Dado que nuestro estudio se centra específicamente en lo que es el análisis financiero podríamos decir que es la aplicación de un conjunto de técnicas e instrumentos analíticos en los estados financieros y de esta forma deducir una serie de situaciones que servirán para la toma de decisiones.

Un adecuado análisis de la situación Financiera de la empresa nos demostrará la situación real y el rendimiento de la misma, ya que si se lo hace de la forma que se

lo ha estado haciendo es decir de una forma empírica no se podrán cumplir con los objetivos.

La problemática que existe en la empresa objeto de estudio la ha presentado desde sus inicios ya que empezó como una empresa pequeña pero al pasar el tiempo ha ido creciendo haciéndose necesario llevarla de una forma más organizada y surge la necesidad de realizar un análisis de su situación financiera.

Cabe indicar que la empresa comercial Madelyn ha realizado sus actividades de una manera empírica lo mismo que trae como consecuencia el desfinanciamiento operativo del negocio esto se debe a la poca experiencia de su propietario, además de no haber tenido una debida asesoría profesional del tema, como lo define la Enciclopedia Libre Wikipedia “El conocimiento empírico es todo aquel que el hombre adquiere debido a las diversas necesidades que se presentan en la vida”,

Además de presentar una deficiente gestión administrativa, es decir no existe una debida planificación y no se tiene una idea clara de los objetivos que se pretenden alcanzar, lo mismo que no le permite hacer proyecciones financieras a futuro.

Entre los otros problemas que se presenta, es que no hay una organización funcional apropiada debido a la falta de conocimiento de teorías financieras, lo cual no permite que haya segregación de funciones y de actividades según corresponda a cada cual.

Al no existir un sistema y registros contables confiables, la información que se obtendrá no es real y eficaz, ya que en el medio que nos desenvolvemos exige un enfoque de superación constante y permanente, aprovechando los recursos que nos brinda el avance tecnológico que nos servirá para optimizar el manejo en el área contable. Cabe mencionar que “Comercial Madelyn” no cuenta con políticas financieras adecuadas que le permita hacer la debida gestión de cobranza, pagos y presupuesto, lo cual trae como consecuencia un bajo crecimiento en la misma.

Si la empresa no cuenta con un diagnostico correcto de la situación y salud financiera es muy probable que tenga consecuencias que afecten a su rentabilidad, por lo tanto debe hacerse un correcto análisis lo que le permitirá cumplir con sus obligaciones financieras y así mismo mejorar las ventas y beneficios.

Por lo tanto para poder solucionar el problema es necesario hacer un diagnóstico de la empresa aplicando una serie de herramientas, con el fin de realizar la planeación y control financieros y tomar decisiones que la favorezcan.

1.1.2 Delimitación del Problema

Este estudio se efectuó en la empresa Comercial Madelyn la cual se encuentra ubicada en la ciudad de Duran en la ciudadela panorama Portal de Panorama Manzana I Villa 25, todas las áreas van a ser objeto de estudio ya que todas intervienen para conocer la situación financiera de la empresa. Se realizará en los meses de junio, julio, agosto.

1.1.3 Formulación del problema

¿En qué aspectos está afectando el desconocimiento de la situación económica y financiera de la empresa “Comercial Madelyn “ante el crecimiento de la demanda?

1.1.4 Sistematización de Problema

¿En qué forma el desconocimiento de la situación económica y Financiera de la empresa afecta la expansión del negocio.

¿En qué aspectos el manejo empírico del negocio en el área administrativa y financiera está provocando el desfinanciamiento operativo en la empresa.

¿De qué forma afecta al crecimiento de la empresa las inadecuadas políticas adoptadas hasta este momento.

¿De qué manera afecta la deficiente gestión administrativa para la realización de proyecciones Financieras?

¿De qué forma la ausencia de índices financieros no ha permitido tomar acciones correctivas en todas las áreas de la empresa?

1.1.5 Determinación del tema

Análisis de la situación Financiera de la Empresa “Comercial Madelyn”, dedicada a la venta de Motos y Electrodomésticos y propuesta de expansión ante el crecimiento de la demanda en el Cantón Duran año 2012-2017.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Analizar en que aspectos se está afectando a la situación económica y financiera de la empresa por la falta de un análisis aplicado al crecimiento de la demanda.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Comprobar cómo el desfinanciamiento operativo es ocasionado por el manejo empírico de los recursos.
- Evaluar cómo influyen la aplicación de políticas financieras para el crecimiento del negocio
- Evaluar como una eficiente gestión administrativa afecta a las proyecciones financieras del negocio.
- Analizar si la aplicación de indicadores nos permite tomar medidas correctivas en el área financiera.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la Investigación

Nuestra investigación se justifica porque se va a aplicar un correcto análisis financiero, el cual nos servirá para evaluar la situación y el adecuado desempeño económico de Comercial Madelyn y de esta forma aplicar los correctivos necesarios para una buena toma de decisiones

Mediante la utilización de los indicadores financieros en los estados financieros de la empresa se puede evaluar y analizar la situación de una empresa si esta generando los ingresos adecuados o si tiene pérdida.

Existen muchas empresas pequeñas en la economía de nuestro país, las cuales son generadoras de plazas de trabajo pero que llevan su información de una forma desordenada y que desconocen su situación financiera.

Problemas como la falta de un estructura orgánica donde no se delegan funciones y responsabilidades, gestión administrativa deficiente, mal uso de los recursos y falta

de un análisis financiero son unos de la sintomatología que las pequeñas empresas presentan, haciendo que no puedan ser competitivos por estas causas.

En nuestro estudio se realizara un análisis y evaluación de la información con la que cuenta la empresa Comercial Madelyn para conocer su situación actual, ya que nunca se ha realizado un estudio exhaustivo de los datos que genera, con el fin de contribuir a la resolución de la problemática que la afecta.

Es necesario dar resolución a esta problemática ya que la empresa es generadora de plazas de trabajo y esta contribuye al desarrollo del país lo que sería lamentable que tenga que cerrar su establecimiento por que las personas que la dirigen no utilicen herramientas que faciliten su administración.

Es de suma importancia realizar este estudio ya que además de conocer la situación financiera de la empresa antes mencionada también ayudará a que otras empresas que no realizan este análisis lo realicen, y también servir para las que recién están surgiendo en los negocios.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1. Antecedentes Históricos

Comercial Madelyn es un negocio dedicado a la venta de Electrodomésticos en general y motos dirigido por su propietario Sr. Washington Salazar su venta se la realiza en el área rural.

Se inicio en el año 1998 con su nombre comercial “2 HERMANOS” su actividad principal fue la venta de artículos plásticos al por menor a crédito con una cartera de clientes mínima.

En el año 2002 cambio su nombre a COMERCIAL IMPACTO y comenzó a crecer su cartera de clientes por cuanto ya no solo se dedicaba a la venta de artículos plásticos sino que comenzó a vender nuevos artículos para el hogar tales como televisores , cocinas , lavadoras ,etc.

En el año 2005 se incremento un nuevo producto para venta como son las motocicletas razón por la cual se ha incrementado su cartera de clientes siendo sus principales clientes agricultores, jornaleros, cangrejeros y las amas de casa. En la actualidad este negocio ha crecido.

A partir del año 2007 se comenzó a llevar de una forma más ordenada las operaciones que se realizan, por lo que se vio en la necesidad de contratar más personal ´para hacer las gestiones de cobranzas y ventas.

Actualmente “Comercial Madelyn “ya cuenta con una cartera de clientes considerables por lo que sería necesario implementar un sistema contable que

permita obtener de una manera ágil y oportuna .la información requerida, lo cual facilitara la optimización de recursos.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

La venta de electrodomésticos en Ecuador esta dirigido a todos los Niveles Socio Económicos es decir a Niveles Bajo, Medio y Alto ya que estos productos se han hecho necesarios en los hogares ecuatorianos, ya que nos brindan comodidad en nuestros labores .También se debe destacar que estos productos poseen una vida útil prolongada pero existen otros que se deterioran rápidamente.

En nuestro país los principales Comercializadores son: Créditos Económicos, Artefacta, Almacenes Japón, Orve Hogar, Comandato, La Ganga, Marcimex, Jaher y entre otros, tiene una participación representativa en el mercado y que sirven de referencia para otros almacenes.

Pero aunque no son nombrados existen pequeños almacenes los cuales no tienen mucha participación en el mercado pero que han surgido ante la necesidad de los consumidores por adquirir estos productos, debido a las facilidades que estos almacenes les ofrecen.

Gestión Comercial de ARTEFACTA S.A.

Como referencia podemos citar ciertas cadenas de almacenes que se dedican a la venta de Electrodomésticos en general y motos, los cuales influencia en nuestro medio, tal es el caso de:

La cadena Artefactos ecuatorianos para el Hogar S.A surgió en el mercado el 12 de enero de 1989 el cual se dedica a comercializar electrodomésticos tales como equipos de sonido y video, además equipos de computación y vehículos livianos como son las motos

Actualmente cuenta con aproximadamente 64 sucursales a nivel nacional y además cuenta con 36 grupos de ventas puerta a puerta.

Las compañías con las cuales mantiene relaciones comerciales son: Sony, LG, Daewoo, Philips, Panasonic, Whirlpool, Coby,

Dentro de los productos que ofrece a nivel nacional tiene: Refrigeradoras, cocinas, lavadoras, Televisores, celulares, maquinas de coser, motos, colchones, computador, DVD, aires acondicionados, filmadoras, cámaras digitales, congeladores, etc.

Gestión Comercial ORVE HOGAR

En el año de 1974 se creó la Organización de Ventas Ecuatorianas Ltda. (ORVE), la misma que se dedicaba a la venta de electrodomésticos. Luego en el año 1995 se integró con la industria Constructora Electrónica S.A. (ICESA), que era líder en la producción nacional de equipos electrónicos.

Es una empresa con más de 40 años, brindándonos los mejores productos a los ecuatorianos. Una de las principales estrategias que la marca a utilizado se basa en su filosofía “Para Vivir Mejor”, en la que ofrece a sus clientes electrodomésticos y línea blanca de alta calidad con interesantes paquetes y beneficios en las compras.

Gestión Comercial CREDITOS ECONÓMICO

En el año de 1943 se fundó Créditos Económicos por el señor Domingo Salame Hidrovo con el sistema de compras a crédito, artículos para el hogar. Antes de este sistema solo se vendía al contado. Su primer local estuvo ubicado en las calles Aguirre y Pedro Carbo (Centro de Guayaquil).

El eslogan con el cual surgió fue “Solicítenos un crédito y compre a precios de contado”. En el año de 1978 se hizo una reestructuración tanto administrativa, de expansión y modernización contando ya con sistemas computacionales, para lo cual ya contaba con dos locales uno en Guayaquil y otro en Quito.

Entre los años de 1990- 1997 se abrieron nuevos locales a nivel nacional e internacional (The Gallery USA Inc., en Queens, New York).

En la actualidad Créditos Económicos es considerado por los ecuatorianos como su empresa favorita para la compra de sus electrodomésticos según estudios realizados.

2.1.3 FUNDAMENTACIÓN TEORICA

DEFINICION DE FINANZAS

Valdez, Humberto (2001), conceptúa a las Finanzas como: “La planeación de los recursos económicos y como se los puede aprovechar de una forma óptima posible, además de investigar sobre las fuentes de financiamiento para la obtención de recursos para cuando la empresa tenga necesidades de estos.

Según Zamorano, Enrique (2004) define a las Finanzas como el arte, la ciencia de administrar los recursos monetarios, ya que todas las personas y organizaciones obtienen, invierten y gastan dinero. También nos dice que las Finanzas tienen relación con las instituciones, los mercados y los instrumentos que participan en la intercambio de dinero entre individuos.

Ramírez Padilla, David. (2003), la define a las Finanzas como: “Es la utilización óptima de los recursos, en lo que se refiere a la parte cuantitativa y oportunidades, tanto de las fuentes que suministran los fondos necesarios como el de la utilización que se hacen de ellos”

Es el arte y la ciencia de administrar los recursos, ya que todos los individuos y empresas. Obtienen dinero y los gastan o bien lo invierten.¹

La palabra Finanza proviene del latín “finís” que significa acabar o terminar. Las Finanzas es la manera en que los recursos escasos se destinan a las diferentes actividades financieras a través del tiempo. La principal función es la planificación adecuada de los fondos para el buen funcionamiento de una organización.

¹ LAWRENCE Gitman, Núñez Elisa. Principios de Administración Financiera. Pearson Educación 2003 (Pág. 3)

Las áreas generales de las finanzas son las siguientes:

- 1.- La gerencia financiera (administración eficiente de los recursos económicos y financieros)
- 2.- Los mercados financieros (es en el cual se utiliza un mecanismo financiero y se determinan precios).
- 3.- La inversión financiera (destino eficiente de los recursos financieros)

“El proceso para analizar e interpretar todo tipo de indicador financiero de manera más simple es con el apoyo adecuado de una herramienta financiera, pero es preciso aclarar que dicho análisis debe regirse por principios establecidos para ejecutar una contabilidad empresarial”.²

Bustos Farías Eduardo (2007) El propósito de las finanzas es maximizar el valor para los accionistas o propietarios. Las finanzas tiene una relación con 2 disciplinas: la Contabilidad y la Economía.

Pedro Rubio Domínguez Pedro (2006) considera que el análisis que se realiza a los estados financieros de la empresa es un proceso cuyo fin es evaluar el estado actual y pasado de la empresa y de los resultados de sus operaciones, con la única finalidad de determinar de la mejor manera posible.

El proceso del análisis de los estados financieros consiste en la utilización de técnicas e instrumentos que nos permitan evaluar la condición financiera, el desempeño y tendencias generales y específicas para una adecuada toma de decisiones.

Los objetivos del Análisis Financiero son:

- Uno de los principales objetivos es evaluar la situación real y financiera de la empresa, como: solvencia y liquidez.

² SANCHEZ, Mario, Tesis Análisis financiero y su incidencia en la toma de decisiones de la empresa vihalmoto 2011

- También se determina el origen de los recursos financieros de la empresa, de donde provienen los fondos, en donde se van a invertir y que rentabilidad se esperan de ellos.
- Verificar si los estados financieros reflejan la situación real económica y financiera de la empresa.
- Tomar decisiones adecuadas para la inversión y crédito, con el fin de que se mantenga o aumente la rentabilidad tanto económica y financiera.

Principales Áreas de interés para el análisis financiero

- La constitución patrimonio de la empresa
- El capital de trabajo y la liquidez a corto plazo
- El Flujo de fondos
- El resultado económico y financiero de las operaciones
- Rendimiento y Rentabilidad

Las Técnicas de Análisis Financiero son las siguientes

- Comparación
- Porcentajes (análisis estructural)
- Números índices
- Representación gráfica
- Razones Financieras (Ratios)

Técnica de Comparación

Esta técnica consiste en estudiar el porcentaje de cada grupo que pertenecen tanto al Activo como el Pasivo. Luego que se obtienen los porcentajes se pueden hacer las comparaciones en diferentes ejercicios económicos y de esta forma analizar la evolución o compararlos con otros sectores

Porcentajes

Se procede a realizar el análisis vertical para poder apreciar con facilidad la composición real tanto del Activo, Pasivo y resultados. También no debemos

prescindir de los valores absolutos, los mismos que nos sirven como base para el cálculo de la variación relativa.

Números índices

Consiste en estudiar la orientación de cada grupo de cuentas o de estas entre si, tomando como base un ejercicio normal de operaciones, o sea , que no presente grandes variaciones, para esto se utiliza como numero base de comparación el promedio de algunos años .

Representación Grafica

Permite que los datos contables se muestren a través de gráficos conforme a ciertas normas graficas para presentar al análisis de la estructura y dimensión de la empresa.

Métodos para análisis de los estados financieros

Entre los métodos de evaluación para analizar el contenido de los Estados Financieros tenemos los siguientes:

El Método para realizar un Análisis Vertical: Se utiliza para realizar un análisis de los estados financieros principales de la organización (Balance General, Estado de Resultados, entre otros) y haciendo comparaciones de las cifras en forma vertical.

Método para realizar un Análisis Horizontal:

Este método nos permite hacer comparaciones en los estados financieros de 2 o más periodos en forma consecutiva para determinar tanto los aumentos como las disminuciones y variaciones de las cuentas entre un periodo y otro.

Este análisis es de suma importancia para la empresa ya que mediante él nos podemos informar de los cambios si estos han sido positivos o negativos,

además podemos de esta forma definir cuáles cuentas necesitan de mayor atención.

Diferencias que existen entre el Análisis Horizontal y Vertical

El análisis horizontal determina la variación que ha sufrido un rubro en un periodo respecto de otro. Esto es importante para determinar cuánto ha crecido o disminuido en un periodo de tiempo determinado.

En análisis vertical, en cambio es determinar que tanto participa un rubro dentro de un total.

LOS ESTADOS FINANCIEROS

Según Moreno, Joaquín (2005) nos dice que los estados financieros tienen como objetivo primordial informar sobre la situación económica y financiera de la empresa en un ejercicio económico y los resultados obtenidos de dichas operaciones y el comportamiento del efectivo en dicho periodo.

Balance General

El Balance General es un documento que refleja el movimiento económico y financiero de la empresa, el cual debe mostrar fielmente la situación firme de la organización en un periodo determinado.

Se deben preparar balances donde sencillamente indican lo que poseen en bienes y lo que deben y el monto de su patrimonio, o sea, con los recursos que cuentan.

El primordial objetivo es el de especificar en donde se encuentran invertidos los valores de la empresa y el origen y la fuente de donde provienen esos valores

Las características que presentan el Balance General son las siguientes:

- Muestra los activos, pasivos y patrimonio de la entidad.
- Se lo realiza sobre el saldo de las cuentas reales.
- La información que brinda está enmarcada en una fecha fija.

El balance debe representar en forma clara los tres grandes rubros de cuentas que componen los Estados Financieros:

- Activos
- Pasivos
- Patrimonio.

Estados de Resultados

El Estado de Resultado nos refleja el desarrollo de la actividad una empresa durante un periodo de tiempo determinado, además indica nomas que bienes o servicios se vendieron y cuanto esto le costó a la empresa los bienes o servicios que entregó a sus clientes, cuanto le costó mantener la organización para desarrollar su actividad y además de eso nos da a conocer cuanto fueron las utilidades que le quedaron a los socios o dueños de la empresa.

Estado de Utilidades o Ganancias Retenidas

Es un documento que muestra la cantidad de las utilidades de la empresa que no se pagaron como dividendos .La cifra de las utilidades retenidas que aparece es este estado es igual a la suma de las utilidades retenidas anualmente.

Estados de Flujo de Efectivo o de Situación Financiera

Es un documento que presenta el impacto que tienen las actividades operativa, de fondos de inversión y de financiamiento de una empresa sobre sus flujos de efectivo o de situación financiera a lo largo de un periodo contable determinado.

ADMINISTRACION FINANCIERA

Se refiere a las obligaciones que tiene el administrador financiero en la empresa. Los administradores financieros administran los asuntos financieros de toda clases de empresas financieras y no financieras, grandes o pequeñas, desempeñando una variedad de tareas financieras, tales como: planeación, prorroga de crédito a los

clientes, hacer una evaluación de todos los gastos propuestos y la consecuencia de dinero para financiar las operaciones.

“En la revista venezolana de gerencia (2009) nos indica que la administración financiera consiste en maximizar el patrimonio de los accionistas de una empresa a través de la correcta consecución, la aplicación y el buen manejo de los fondos que requiera la misma”.

El control Interno Financiero o Contable comprende el plan de organización y los procedimientos y registros que tienen que ver con la custodia de los recursos, así como la verificación de la exactitud y confiabilidad de los registros e informes financieros.³

LOS INDICADORES FINANCIEROS

En la actualidad la mayoría de los negocios o empresas se utilizan como herramienta indispensable los indicadores financieros para determinar su condición o situación financiera; ya que mediante su cálculo e interpretación se pueden hacer los ajustes que se requiera y lograr un mejor desempeño de las operaciones de la organización que nos permitirá localizar aquellas áreas que tengan mayor rendimiento y que necesiten ser mejoradas.

Definición de Razones o Índices Financieros

El ratio o razón financiera es una relación significativa del valor de dos elementos características de la gestión o de la explotación de la empresa. Las razones son, en muchos casos, números relevantes proporcionales, que nos informan sobre la economía y buen funcionamiento de la empresa.

Un índice financiero es una relación que existe entre dos cifras sacadas de los estados financieros (balance general, estado de resultados, flujo de caja, estado fuentes y aplicación de recursos) o de cualquier otro informe interno (presupuesto, gestión de la calidad, etc.), con el cual el usuario de la información busca tener una

³ ESTUPIÑAN, Rodrigo, ESTUPIÑAN Orlando. Control Interno Financiero o Contable Eco Ediciones (Pag.9)

medición de los resultados internos que se obtengan ya sea de un negocio o de un sector específico o puntual de la economía, aspecto que confronta con parámetros previamente establecidos como el promedio de la actividad.

Importancia de los Indicadores o Índices Financieros

El análisis financiero permite medir la eficiencia con la cual una organización utiliza sus activos y otros recursos, a través los indicadores de actividad o eficiencia; los que están enfocados básicamente a determinar la celeridad con la que cuentas específicas se transforman en ventas o efectivo; es decir, son valores que reflejan que tan efectivo están siendo manejados los activos totales, activos fijos, inventarios, cuentas por cobrar, el proceso de cobranzas y cuentas por pagar.

Existen indicadores financieros más destacados que se utilizan con mayor frecuencia para llevar a cabo el análisis financiero, entre los cuales se encuentran los siguientes: indicadores de liquidez y solvencia, indicadores de eficiencia o actividad, indicadores de rentabilidad e indicadores de endeudamiento.

Clasificación de los Indicadores o Índices Financieros

Existen cientos de razones o índices que pueden calcularse con base en los estados financieros de un ente económico, pero no todas son de gran importancia al momento de hacer un diagnóstico de la situación o evaluar los resultados.

Por tales motivos, los diversos indicadores se han clasificado en cuatro grupos y sólo se explicarán aquellos de uso más corriente y que posean una real importancia para los fines previstos. Dichos grupos son:

➤ Razón de Liquidez

- Razón corriente
- Prueba ácida
- Capital de trabajo

Estructuras de capital y solvencia

- Leverage o apalancamiento
- Nivel de endeudamiento
- Cantidad de veces que se gana el interés

➤ **Razón de Actividad**

- Rotación de cartera
- Período o tiempo de cobranza de la cartera
- Rotación de inventarios
- Días de inventario
- Rotación de proveedores
- Numero de días de compra en cuentas por pagar
- Rotación de activos.

➤ **Razones de rentabilidad**

- Retorno o Rendimiento sobre la inversión
- Margen de ganancias
- Rendimiento del patrimonio

INDICADORES O INDICES DE LIQUIDEZ Y SOLVENCIA

Liquidez y solvencia

Según Rubio (2007) nos indica que mucho autores hacen mayor énfasis a la razón de liquidez y muy poco se toma en cuenta a la solvencia, ya que en ciertos casos se refieren el concepto de liquidez con el término de solvencia, por tal motivo es imprescindible distinguir entre estas 2 definiciones, ya que la liquidez significa contar con el efectivo suficiente y de esta forma alcanzar el nivel de crecimiento que se desea alcanzar mientras que la solvencia es la capacidad de pago que tiene la empresa para poder cumplir con sus obligaciones a corto plazo y los recursos con que se cuenta para hacer frente a tales obligaciones.

Importancia

Es de suma importancia determinar los indicadores de liquidez en una empresa ya que estos nos proporcionan la información necesaria acerca del nivel de liquidez que posee la misma; ya que se puede presentar una situación de iliquidez, en la que la organización o empresa no dispone de efectivo para el pago de sus obligaciones, cuya situación es desfavorable a los objetivos de la gestión financiera.

Para que una empresa disponga de solvencia ésta debe estar dispuesta a liquidar los pasivos contraídos al vencimiento de éstos; además, debe demostrar que está en capacidad de continuar con una trayectoria normal que le permita mantener un entorno financiero adecuado en el futuro.

Desde el punto de vista económico, la liquidez está dada por la facilidad o dificultad de convertir un activo en disponibilidad de efectivo de forma inmediata y sin que sufra pérdida significativa de su valor, esto indica que mientras más fácil sea convertir un activo en efectivo más líquido será ese activo.

Este indicador nos permite ver la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo. Estas obligaciones se registran en el balance en el grupo perteneciente al Pasivo Corriente, además entre otros rubros están la obligaciones o pago a proveedores y trabajadores, préstamos bancarios que su vencimiento sea menor a un año, los impuestos por pagar, los dividendos y participaciones a pagar a los accionistas y socios y gastos causados no pagados.

Estos pasivos, deben cubrirse con los activos corrientes, ya que por su naturaleza los hace potencialmente líquidos en el corto plazo. Por esta razón, fundamentalmente el análisis de liquidez se basa en los activos y pasivos circulantes, ya que la finalidad es buscar e identificar la facilidad o dificultades de una empresa que le permita pagar sus pasivos corrientes con la finalidad de convertir a efectivo sus activos.

➤ Razón Corriente

Este indicador mide las disponibilidades actuales de la empresa para atender las obligaciones que existen en la fecha de emisión o presentación de los estados financieros que se están analizando.

Activo Corriente / Pasivo Corriente

La interpretación de esta razón financiera debe realizarse conjuntamente con otros resultados de comportamiento, tales como los índices de rotación y prueba ácida, aunque todo parece indicar que las razones estimadas sobre valores históricos, permitan indicar o señalar de manera mucho más eficaz la situación de las empresas, en el corto plazo, frente a sus obligaciones.

De igual forma, el inventario y las cuentas por cobrar son cuentas de movimiento permanente y es por esta razón, no es nada seguro suponer que un saldo alto deba permanecer así, en el momento en que se lo requiera para atender las obligaciones o pagos corrientes. Estas dos variables o rubros de cuentas están interrelacionadas con conceptos tanto como con nivel de ventas o margen de utilidades.

De lo dicho anteriormente se puede resumir que la liquidez de una empresa depende más de los flujos futuros esperados de efectivo que de los saldos, de la misma naturaleza, que se registran en la contabilidad en el momento de realizar el análisis.

Además, la eficiencia en la rotación del rubro de cuentas por cobrar e inventarios, pretende alcanzar la máxima rentabilidad en el uso de los activos y no necesariamente obtener mayor liquidez.

Otra de las razones corriente es que su resultado se puede manipular fácilmente con la finalidad de obtener cifras que se requieren para algún propósito especial. Por ejemplo, el último día del año podría cancelarse un pasivo importante y volverse a tomar el primer día del ejercicio siguiente, razón por la cual mejora al disminuir simultáneamente, tanto el activo (de cuyos fondos se toman los recursos) como el pasivo corriente.

Prueba ácida

Este indicador señala al no incluir el valor de los inventarios poseídos por la empresa con mayor precisión las disponibilidades inmediatas para el pago de deudas a corto plazo. El numerador, en consecuencia, estará compuesto por efectivo (caja y bancos) más inversiones temporales denominadas hoy día "equivalentes de efectivo", y las cuentas o cartera por cobrar.

$\frac{\text{(Activo Circulante o Corriente- Inventarios)}}{\text{Pasivo Corriente o Circulante}}$
--

Como en el caso de la razón corriente, el indicador de prueba ácida no se ve afectado por la inflación en razón a que sus componentes son partidas monetarias, expresadas en valores nominales de origen, es decir, que estos valores no cambian por efecto de las variaciones en el nivel general de precios, pero si se ven afectados en términos de poder adquisitivo.

➤ Capital de Trabajo

Según Brigham y Houston (2006). El capital de trabajo es la inversión que realiza o hace una organización en activos de fácil conversión como son los activos circulantes a corto plazo, efectivo, valores realizables, inventario.

Esto nos señala que el capital de trabajo incluye todos aquellos recursos que una empresa destina o asigna diariamente para llevar a cabo su actividad productiva, tanto a los activos circulantes como a los pasivos circulantes; esta diferencia origina el denominado capital de trabajo neto.

Gitman (2003); nos dice que: que el capital de trabajo es una medida de la liquidez general de la empresa, ya que mientras sea mayor es el margen en que los activos circulantes cubren los compromisos de pagos a corto plazo es mayor la capacidad de pago generada por la empresa para la cancelación de las deudas a su vencimiento; esto se basa en que los activos circulantes o activos corrientes constituyen entradas de efectivo y los pasivos circulantes, desembolsos de efectivo; entonces, resulta necesario disponer de capital de trabajo, y de esta forma

garantizar el efectivo que se requiere para poder responder con el pago de las deudas contraídas al momento de su vencimiento.

Activo Circulante o Corriente – Pasivo Circulante o Corriente

2.- RAZONES DE CAPITAL

La base o estructura de capital de una empresa puede definirse como la suma de los fondos que provienen tanto de los aportes propios y de los que se adquieren mediante endeudamiento a largo plazo; en tanto que la estructura o base financiera que corresponde a la totalidad de las deudas u obligaciones tanto corrientes como no corrientes sumadas al patrimonio o pasivo interno de la empresa.

Las fuentes de requerimientos de fondos, junto con la clase de activos que se posean, determinan el mayor o menor grado de solvencia y de estabilidad financiera del ente económico. La magnitud o importancia relativa de cada uno de los componentes es de mucha relevancia ya que sirve para evaluar la posición financiera en un momento o periodo determinado.

Con la finalidad de evaluar los riesgos citados anteriormente y la posibilidad de atender los pasivos a largo plazo existen algunos indicadores financieros, tales como:

➤ **Leverage Total o apalancamiento**

Esta razón nos indica hasta tanto puede estar comprometido el patrimonio de los propietarios de la empresa con respecto a sus acreedores. También se les denomina razones de apalancamiento, pues se hacen comparaciones de la financiación proveniente de terceros con los recursos aportados por los accionistas o dueños de la empresa, para de esta forma identificar sobre quien recae el mayor riesgo.

Pasivo / Patrimonio

Es necesario recordar que una empresa se considera comercialmente insolvente cuando incurre en incapacidad de cumplir, a cuyo vencimiento, con las obligaciones o los pagos que se adquirieron ya que están representadas en deudas y pasivos con terceros, como consecuencia a que los flujos de efectivo que ha generado el ente económico, son insuficientes y no pueden cubrir sus obligaciones.

- **Razón de Endeudamiento.-** Esta razón nos permite evaluar cuanto representan las obligaciones que se tiene frente a los recursos propios de la empresa. Además nos ayuda a identificar el riesgo asumido por los acreedores y de los propietarios de la organización.

También podemos decir que la razón de endeudamiento es la relación que existe entre el capital propio y capital de crédito que intervienen en una inversión u operación financiera.

Pasivo / Activo

3.- RAZONES DE ACTIVIDAD

Estas razones de actividad, llamadas también indicadores de rotación, son las que miden el grado de eficiencia con el cual una empresa u organización emplea las diferentes categorías de activos que posee o utiliza en sus operaciones, teniendo en cuenta su velocidad de recuperación, expresando el resultado mediante índices o número de veces.

- **Rotación de Cartera**

Establece el número de veces que las cuentas o cartera por cobrar retornan, en promedio, en un período determinado. Normalmente, el factor "ventas" debería corresponder a las ventas a crédito, pero como este valor no se encuentra siempre

disponible para el analista, se acepta tomar las ventas totales de la compañía, sin importar si han sido de contado o a crédito. De tal forma que el denominador de ésta razón es el promedio que se registra en las cuentas o carteras por cobrar a clientes o de deudores por mercancías, el cuál se obtiene sumando el saldo inicial al saldo final y dividiendo éste total entre dos o para mayor precisión el promedio de los doce últimos meses.

Ventas / Cuentas por Cobrar

Este indicador nos permite conocer la rapidez de la cobranza pero no es útil para evaluar si dicha rotación esta de acuerdo con las políticas de crédito fijadas por la empresa. Para éste último comparativo es preciso calcular el número de días de rotación de las cuentas o cartera por cobrar.

➤ **Días de Inventario**

En este caso existe otra forma de medir la eficiencia y efectividad en el empleo de los inventarios, sólo que el resultado se lo expresará a través de número de días, más no como número de veces.

Días / Rotación

➤ **Rotación de Proveedores**

Nos señala o enfatiza el número de veces que las cuentas por pagar a proveedores rotan durante un período de tiempo determinado o, en otras palabras, el número de veces en que tales cuentas por pagar se cancelan usando recursos líquidos de la empresa.

Hay casos en que no se conoce el monto de las compras que se han efectuado durante un año, éstas podrán estimarse a través de la información que se conoce como lo es: inventario inicial, inventario final y el costo de ventas

Compras / Proveedores

El indicador de rotación de cuentas por pagar a proveedores debe calcularse con base en cifras ajustadas por inflación, en razón a que relaciona una partida no monetaria (compras) con otra monetaria (proveedores).

➤ **Días de compras en Cuentas por Pagar**

Esto nos indica otra forma de medir la salida de recursos para poder atender las obligaciones que se han adquirido con los proveedores por compras de inventario, pero expresando el resultado no como número de veces, sino a través del número de días de rotación.

Días / Rotación

➤ **Rotación de Activos**

La rotación de activos mide la eficiencia y la capacidad con la cual se han empleado los activos disponibles para la generación de ventas; expresa cuantas unidades monetarias (pesos) de ventas se han generado por cada unidad monetaria de activos disponibles.

Por lo tanto la rotación de activos, establece la eficiencia en el empleo de los activos, por cuanto los cambios en este indicador señalan también los cambios en dicha eficiencia. Pero en el caso que se presentara un índice de inflación, el resultado tenderá a presentar una serie distorsiones, por cuanto las ventas representan un flujo y se registran en moneda de poder adquisitivo promedio del período analizado. En cambio, los activos de la empresa deberán ser valorados a su costo de adquisición, lo que produce una sub-estimación en el poder de generación de ventas por cada peso invertido en activos.

Ventas / activos

4.- RAZONES DE RENTABILIDAD

Las razones de rentabilidad, conocidas también como razón de rendimiento financiero, se emplean para medir la eficiencia de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos en que debe incurrir y así convertir las ventas en ganancias o utilidades.

Podemos decir que la rentabilidad de las empresas se calcula mediante el empleo de razones financieras tales como rotación de activos y margen de ganancias. Al hacer la combinación de estos dos indicadores nos dará arroja como resultado la razón financiera denominada rendimientos sobre la inversión (RSI) y mide la rentabilidad global de la empresa. Conocido como el método Dupont, es una forma de integrar un indicador de rentabilidad con otro de actividad para establecer de donde proviene el rendimiento o retorno de la inversión: o de la eficiencia en el uso de los recursos para producir ventas o del margen neto de utilidad generado por dichas ventas.

Este índice da a conocer al inversionista la forma como se produce el retorno de la inversión realizada en la empresa, a través de la rentabilidad del patrimonio y del activo total.

Rentabilidad de la Empresa

Para conocer de donde proviene realmente la rentabilidad de la empresa la podemos encontrar, analizando por separado los dos componentes del indicador de “Rendimiento de inversión” es decir la “rotación de activos” y el “margen de ganancias”

Retorno o Rendimiento sobre la Inversión

$\frac{\text{Utilidad}}{\text{Activos}}$
--

➤ **Margen de Ganancias**

$\frac{\text{Utilidades}}{\text{ventas}}$

Nos indica el monto de las utilidades que se obtendrán por cada unidad monetaria de ventas. Además este indicador nos ayuda a medir la eficiencia operativa de la empresa, por cuanto todo incremento en su resultado señala la capacidad de la empresa para aumentar su rendimiento, dado un nivel estable de ventas. Si existiese períodos de inflación el volumen de ventas puede verse incrementado, aunque el volumen físico permanezca sin variación alguna. En consecuencia, el costo de la mercancía vendida también se incrementará, pero en menor proporción al aumento de las ventas, en razón a que dichos costos estarán valuados a precios antiguos (por su valor histórico de compra).

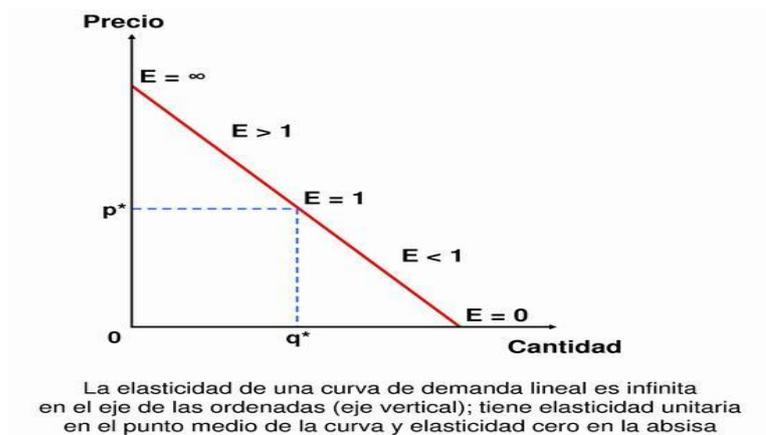
➤ **Rendimiento sobre el Patrimonio**

Este indicador como su nombre lo indica no señala la tasa de rendimiento que obtienen los propietarios de la empresa, respecto de su inversión representada en el patrimonio registrado contablemente:

Utilidad / Patrimonio

ELASTICIDAD DE LA DEMANDA

GRAFICO N° 1



FUENTE: Wiki pedía

La elasticidad también conocida como la elasticidad-precio de la demanda es el impacto que tienen las variaciones en el precio sobre la cantidad demandada.

También se puede decir:

- Si sube el precio de un producto o servicio, la cantidad demandada del producto bajará,
 - Y si baja el precio de ese producto o servicio, en este caso subirá la cantidad demandada
-
- **Uso**

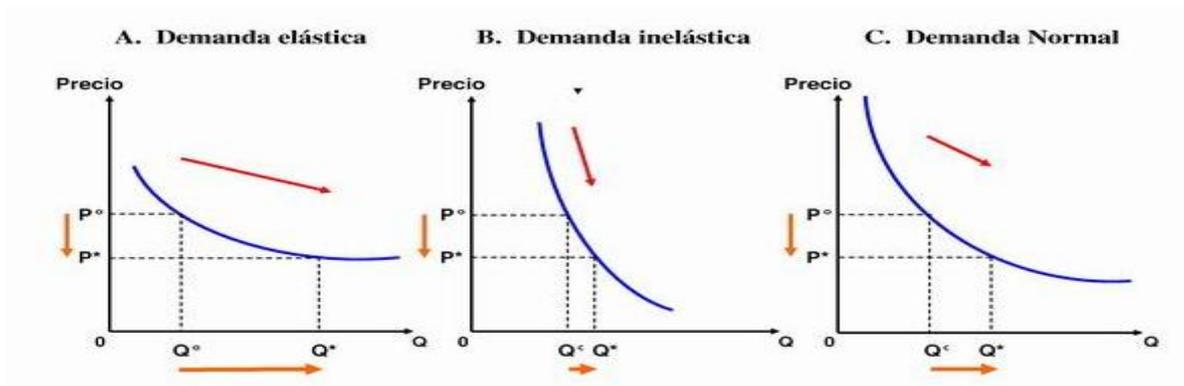
Se utiliza para poder medir la sensibilidad o capacidad de respuesta de un producto al cambiarle su precio.

Gráfica

La elasticidad de la demanda puede ser graficada a través de una simplificación de curvas de demanda.

Tipos de Demanda

GRAFICO N° 2



FUENTE: Wikipedia

Estos son diferentes comportamientos que tiene la demanda dependiendo de la capacidad de respuesta a los cambios de precios puede ser elástica (A) o inelástica (B)

- Cuanto más horizontal sea la curva de demanda, su elasticidad de la demanda será mayor.

- En caso que la curva de la demanda sea más bien vertical, la elasticidad de la demanda entonces será inelástica al precio.

Demanda Elástica:

Cuando en algunos productos o bienes la demanda es muy sensible al precio, al existir pequeñas variaciones en su precio esto puede provocar grandes variaciones en la cantidad demandada.

Cuando el precio de la demanda es mayor que 1, esto nos indica que la demanda de este bien es elástica o relativamente elástica. Ejemplo:

Si el precio de algún bien disminuye en un 5% y la demanda aumenta en un 10%: $10\% / -5\% = -2\%$. La elasticidad es igual a 2, en valor absoluto.

La relación inversa entre precio y cantidad genera un coeficiente negativo, por eso generalmente se toma el valor de la elasticidad en valor absoluto.

Demanda Inelástica:

En cambio cuando los bienes son poco sensibles al precio se dice que tienen demanda inelástica o rígida, esto al contrario pueden producirse grandes variaciones en los precios sin que esto los consumidores varíen las cantidades que demandan.

Esto quiere que las variaciones en el precio tienen un efecto relativamente pequeño en la cantidad demandada del bien. Ejemplo:

Podemos citar como ejemplo el precio de la insulina el mismo que tiene una variación prácticamente nula en la cantidad demandada, o sea que es insensible o inelástica al precio.

Principales factores que pueden influir en la elasticidad precio de la demanda

- a) Existencia o disponibilidad de bienes o productos sustitutos

Mientras exista mayor cantidad para reemplazar los bienes o productos, su demanda será mucho más elástica, debido al efecto de la sustitución y por lo tanto mayor sensibilidad de la demanda y por tanto se presentaran cambios tanto en el propio precio y así también en los precios de bienes de empresas competidoras.

b) Proporción o parte que representa el bien o producto en el presupuesto del consumidor:

Este factor nos indica que mientras sea mayor sea el monto del gasto en un bien o producto con el presupuesto del consumidor, por lo tanto su elasticidad será mayor.

c) La durabilidad de los bienes o productos

La elasticidad de precio de la demanda en los productos duraderos es mayor a la de los productos perecederos, es decir las compras de bienes o productos durables son propuestas por el consumidor, por lo tanto el aumento en el precio puede provocar una posible reducción en el consumo.

d) Periodo o tiempo de ajuste

Entre mayor sea el periodo empleado en función de la demanda su elasticidad precio será mayor, esto nos indica que mientras mayor es el periodo, el consumidor tendrá más oportunidad de encontrar bienes o productos sustitutos

LA INVESTIGACION DE MERCADO

La investigación de mercado es una herramienta indispensable parte del análisis de algunos cambios en el entorno y del comportamiento de los consumidores. Permite generar un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas de una organización.

La Investigación de mercado se utiliza para poder tomar decisiones sobre:

- La introducción al mercado de un nuevo producto o servicio
- Los canales o medios de que se utilizaran para la distribución del producto.

- Los cambios que deben hacerse en las diferentes estrategias de promoción y publicidad⁴

Investigación de Mercado y su importancia:

Robert Duboff (2000) dice: “La investigación de mercado debe ser la columna vertebral de cualquier estrategia de negocios. Hecha con cuidado y creatividad, la investigación pasa a ser un medio que hace ver con claridad ilumine la toma de decisiones y un radar que alerte a su empresa de las amenazas y oportunidades que se aproximan”.

Una investigación de mercado nos muestra:

- ✓ Cambios en la conducta del consumidor
- ✓ Cambios en los hábitos de compra
- ✓ La opinión de los consumidores

Objetivo de investigación de mercado

El objetivo de una investigación es de obtener datos que sean de importancia sobre nuestro mercado y la competencia, los mismos que nos servirán de guía para la tomar decisiones.

Al momento de iniciar un negocio no se debe limitar el proceso normal de investigación, mas bien debe convertirse en una continua actividad.

La investigación de mercado puede involucrar el uso de algunos instrumentos para analizar las tendencias del consumidor que pueden incluir: encuestas, estudios estadísticos, observación, entrevista y grupos focales.

Utilidad que tiene investigación de mercado

La información que se obtiene en una investigación científica de mercado puede ser confiable y debe ser utilizada como guía para el desarrollo de las estrategias empresariales.

⁴Según Lectura Pagina :http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_de_mercados

La investigación de mercado es una guía para la comunicación con los clientes que tenemos en la actualidad y posibles futuros clientes potenciales.

Al realizar una adecuada investigación, estos resultados le ayudarán a diseñar una campaña efectiva de mercadeo, que brinde a los consumidores potenciales la información que a ellos les interesa.

Con la investigación podemos determinar si se ha logrado cumplir con las metas y los objetivos propuestos al iniciar el negocio.

Datos demográficos:

Una información puntual y específica sobre una población. Incluye:

- edad
- sexo
- ingreso aproximado
- preparación académica
- estado civil
- composición familiar
- nacionalidad
- zona residencial

Datos psicológicos:

Estos datos recopilan la información que se encuentra en la mente del consumidor:

- actitudes
- estilos de vida
- intereses
- valores
- cultura

Con esta información obtendremos:

- Identificar qué motivan al consumidor a comprar nuestro producto o servicio
- Identificar o descubrir cualquier predisposición por parte del consumidor por razones culturales o ambientales.

- Saber cuales son las preferencias del consumidor

Con la recopilación de los datos demográficos y psicológicos la empresa ahorra tiempo y dinero⁵.

ELECTRODOMESTICOS

Origen

En La edad moderna y especialmente a mediados del siglo XX han surgido diferentes tipos de electrodomésticos, los mismos que entraron en la vida de las personas para facilitar el trabajo.

En el hogar se requiere de muchos artículos que permitan hacer la vida mucho más fácil y mejorar las condiciones de vida y así dar solución a cualquier tipo de problemas o necesidades que presenten en el cotidiano vivir.

Definición

Podemos definir como electrodoméstico al aparato, utensilio o máquina usado en el hogar cuya fuente de energía es la electricidad y que forma parte de la vida de las personas. Se ubican dentro de la realización de las tareas del hogar en su diario desarrollo; de allí lo de su nombre puesto que se emplean para tareas domesticas.

También existen otros aparatos eléctricos usados en otros ámbitos que no sea el hogar, como por ejemplo, la computadora que es utilizada en la oficina. Cabe mencionar que se incluyen en esta definición algunos aparatos que usan otras fuentes de energía como el gas natural.

Aplicaciones

Podemos encontrar las siguientes aplicaciones:

- Cocinar y preparar diferentes alimentos,

⁵ Según Lectura Pagina: http://archive.sba.gov/espanol/Primeros_Pasos/investigaciondemercado.html

- La conservación de los mismos por medio de la refrigeración,
- Tareas de Limpieza

Clasificación de los electrodomésticos

Un punto de gran relevancia en relación a los electrodomésticos, es que dependiendo de su aplicación tendrán una clasificación especial dentro del grupo de los electrodomésticos, así se pueden clasificar de la siguiente forma:

- **La línea marrón:** en este grupo de los electrodomésticos se ubican los diferentes aparatos destinados para actividades relacionadas con el audio y el video. Este subgrupo de los electrodomésticos es uno de los de mayor presencia en lo hogares puesto que casi todos los integrantes de los hogares hacen uso de esta manifestación de electrodomésticos, tanto que en los puntos de comercio de electrodomésticos los de la línea marrón tienen la mayor participación.
- **La línea blanca:** A este grupo de electrodomésticos pertenecen los componentes de la cocina es así que la línea blanca presentan una mayor variedad de productos, se pueden encontrar ciertas maquinas como hornos, estufas, lavadoras y secadoras, neveras, extractores, tostadoras, aire acondicionado.

Otros Electrodomésticos

- Existe otro subgrupo de calificación de los electrodomésticos, el cual se ha denominado pequeñas aplicaciones de electrodomésticos, entre los que se encuentran las planchas, las aspiradoras, depiladoras, maquinas de afeitar, secador de cabello, entre muchas otras manifestaciones⁶.

⁶ Según Lectura Pagina: http://www.articulo.org/articulo/9045/los_electrodomesticos.htm -
www.abcpedia.com

MOTOCICLETAS

Definición

Es un vehículo de transporte que posee dos ruedas impulsado por un motor que acciona la llanta trasera mediante un mecanismo por cadena combustión interna a gasolina.

Capacidad de Transporte

Las motocicletas pueden transportar como máximo hasta dos personas, y tres si están dotadas de sidecar. (Especie de cochecito de un solo asiento y dotado de una rueda lateral, que se acopla lateralmente a una motocicleta)⁷

Modelos de Motos

Los modelos de motos que a continuación se detallan son los modelos que se comercializan en Comercial Madelyn y que es necesario darlos a conocer.

Los modelos son diversos y cambian de acuerdo a la necesidad de los clientes existen de diferentes precios, con una gama de colores de acuerdo a los gustos del cliente. En el mercado actual existen un sinnúmero de marcas pero la mayoría son modelos chinos.

➤ Motos Deportivas



Definición: La mayoría de las motos deportivas están equipadas de un carenado (carrocería) que mejora su aerodinámica con el fin de alcanzar altas velocidades, habitualmente por encima de los 250km/h o incluso más de 300km/h en los modelos más exóticos.

⁷Según Lectura Pagina :www.autocity.com/tramites_dgt/legislacion/.../anexo2.html - España

➤ **Moto Calle**



Definición:

Son todas aquellas motos de baja cilindrada 100cc a 250cc, que están diseñadas para uso de ciudad, ya sea como transporte o trabajo. Estas motos son muy económicas, tanto por su precio como por su consumo, y además facilitan su manejo en ciudades congestionadas son livianas y ágiles.

También la mayoría de marcas como Bajaj, Auteco, UM, Yamaha, Kawasaki, Suzuki, etc., cuentan con este tipo de motos entre sus catálogos.

Pero han tenido bastante acogida en el campo para los trabajos ya que se han convertido en una herramienta muy necesaria.

➤ **Motos Cross y Enduro**



Definición: Las motos "Cross" se caracterizan por su capacidad para circular por terrenos irregulares. Estas clases de motos tienen las suspensiones con más recorrido que otro tipo de motos y se aplica toda la potencia para

sacarle la mayor aceleración posible ya que no hace falta que tengan mucha velocidad. Su uso está diseñado para circuitos.

La enduro es una moto que es un término medio entre la moto de Cross y la moto de trail. Estéticamente es muy parecida a la moto de Cross es un vehículo apto para ir por los caminos, subir montañas, transitar rutas y cruzar ríos.

➤ **Motos Trail**



Definición: Como anteriormente la mencionamos este tipo de moto son capaces de evolucionar bien sobre carretera y por cualquier terreno rural. La moda de estas motos de

Trail surge casi al fin de la década de los 70 con los comienzos de las grandes competiciones de Enduro que tenían lugar en tierras africanas.

Estas motos derivan de las motos de enduro o de Cross, pero cuentan con todo el equipamiento para poder circular con seguridad por la carretera.

SERVICIO AL CLIENTE

Es el servicio que ofrece una empresa con el fin de relacionarse mejor con sus clientes y de esta forma brindarle una adecuada atención ofreciéndoles productos y servicios que satisfagan sus necesidades. El servicio que se ofrece a los clientes debe ser una herramienta indispensable ya que a través de ellos se puede lograr los objetivos que se persiguen en la empresa tales como: captar la mayor cantidad de clientes y lograr el volumen de ventas proyectadas

➤ **Atención al cliente**

Es uno de los retos más importantes del negocio, porque en la medida que tengamos más y mejores clientes, los volúmenes de venta ventas e ingresos serán mayores y por tanto, el negocio podrá sostenerse y crecer.

Esto tiene que ver con diversos aspectos:

- Reconocer y entender lo importante que son los clientes para nuestro negocio.
- Definir estrategias y actitudes para conocer sus preferencias de compra
Saber las formas de trato adecuado para conservar su aceptación.

➤ **Importancia del cliente**

Siempre debemos dar al cliente la importancia que merece lo que significa proporcionar un servicio de calidad, el cual dependerá del desempeño y las actitudes de las personas que laboran en el negocio y de su compromiso para atender de la mejor forma a los clientes.

Debemos ponernos en lugar de nuestros clientes para comprender cuales son sus necesidades y que espera cada uno de ellos.⁸

Una adecuada atención al cliente es primordial en el negocio.

Un factor totalmente diferenciador en una microempresa debe ser el de contar con un buen servicio al cliente, es así cuando se atiende a un cliente, el microempresario debe convertirse en un asesor de compras.

Se sugieren estos dos consejos para hacerlo:

➤ **Monitorea**

Si no se hace el debido monitoreo para medir el nivel de satisfacción de los clientes, lamentablemente nos daremos cuenta de su insatisfacción una vez que se hayan ido, lo cual será demasiado tarde. Y, lo que es peor, se ha podido constatar que un cliente insatisfecho contará su mala experiencia de compras a un número mínimo de 8 personas.

Sin embargo, si se incrementa el nivel de satisfacción, el mismo cliente se encargará de comunicar a más de 10 personas de su grandiosa experiencia.

➤ **Dar beneficios a clientes antiguos**

Un Beneficio debe darse no solamente a los clientes nuevos sino especialmente, a los clientes antiguos. Pero se comete un grave error, muchas empresas atienden extraordinariamente bien a los nuevos clientes y descuidan a los clientes antiguos.

El costo de ganar un nuevo cliente es cuatro veces mayor que conservar un cliente antiguo. Por lo tanto, la labor de atención excelente a clientes debe ser enfocada tanto a nuevos como a antiguos clientes⁹.

⁸ Según Lectura Pagina: http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente

⁹ Según Lectura Pagina : <http://cuidatufuturo.com/?p=496> 09/02/2012 por Equipo Editorial

Importancia del servicio al cliente

El Servicio al cliente juega un papel de suma importancia ya que de él depende la idealización y satisfacción del cliente.

Es de suma importancia tener una estrategia y un plan que involucre a todos los que conforman la empresa para retener y hacer que los consumidores o clientes se vuelvan apasionados, es decir hay que hacer que ellos se enamoren de nuestros productos o servicios.

El Servicio al cliente como valor agregado

- Mantiene la existente satisfacción del cliente
- Atrae clientes potenciales
- Recoge información sobre el nivel de servicio

MARKETING PUBLICITARIO

Muchas personas piensan que el marketing o mercadotecnia consiste en realizar publicidad para poder vender un producto servicio

Algunas definiciones son necesarias para entender el marketing tales como necesidades, deseos, mercado, demanda, producto, etc.

Por lo tanto diremos que Marketing es la combinación de conocimientos y técnicas que están orientadas a comprender el mercado y a influir en él. Dentro de la empresa el marketing desempeña una función básica y primordial la misma que debe estar perfectamente coordinada con las funciones en todas las areas de la empresa

EXPANSION EN NEGOCIOS

Expansión

Definición

Se conoce como crecimiento o desarrollo de la actividad económica de una empresa mediante la ampliación de la diferente gama de productos o servicios que ofrece o la ampliación hacia nuevos mercados.

Crecimiento

Definición

El crecimiento económico es el aumento de la renta o valor de bienes y servicios finales que son producidos por la economía en un país en un periodo determinado

CRECIMIENTO Y EXPANSION

Para asegurar una supervivencia del negocio o empresa a largo plazo y obtener beneficios es necesario utilizar una buena estrategia y planificación

Los beneficios serán:

- Diferentes formas de financiamiento
- Mejorar sus ingresos, etc.

Negocio en Crecimiento

El crecimiento exitoso de un negocio es el resultado de una adecuada fusión de diferentes acciones conservadoras, comportamiento arriesgado y buenas decisiones.

Crecimiento de una solo negocio

Cuando se tiene conocimiento de que en el lugar que está ocupando actualmente el negocio queda muy reducido ya, es necesario tomar medidas extremas tanto es así que los clientes llenan todo el espacio, no hay el espacio suficiente en los anaqueles para poder exhibir toda la mercadería, entonces es momento de ampliarlo o abrir sucursales para atender los diferentes requerimientos de los clientes en una forma más organizada.

Crecimiento de un solo negocio detallista

Existen otras formas de ampliarse sin necesidad de abrir otro establecimiento, tales como:

- Incorporar nuevas líneas de mercadería

- Abrir un departamento de ventas por catálogos
- Crear una página web para atraer y atender a más clientes

La mercadería o productos que se incorporen al negocio deben ser muy llamativos para que llamen la atención de los clientes.

LAS POLÍTICAS DE CREDITO Y COBRANZAS PARA LA EMPRESA COMERCIAL

El crédito y las cobranzas en las diferentes empresas es una de las actividades más difíciles de realizar, las mismas que están incluidas entre las muchas que desempeña una empresa.

Las políticas y diferentes procedimientos que se utilizan para otorgar los créditos, recaudación del dinero que produzcan los cobros de lo créditos, los instrumentos que se utilicen para ejercer un control efectivo sobre los créditos y las cobranzas, entre otras, van a ser las variables que los empresarios que tienen visión financiera tendrán que tomar en cuenta con el fin de orientar efectiva y eficientemente el departamento de crédito y cobranzas.

De esta manera se pretende lograr los objetivos propuestos para la empresa en donde el volumen de sus ventas y el nivel de sus utilidades netas dependen de las ventas a crédito que se realicen¹⁰.

Principios de las Políticas de Crédito

Lo mismo que en cualquier otra área de la empresa, la gestión de crédito debe seguir ciertos objetivos y políticas para establecer normas de conducta homogéneas con el resto de la empresa.

Aspectos de las Políticas de Crédito

- Estructura organizativa de la organización
- Relaciones interdepartamentales

Las características y la situación de cada una de ellas tendrán un carácter propio y exclusivo para el establecimiento de una política eficaz de créditos. Depende del

¹⁰ Según Lectura Página: http://www.eduardobuero.com.ar/politicas_de_cobranzas.htm

tamaño de la empresa para condicionar el grado de rigor y la posibilidad real para aplicar la política más adecuada para el otorgamiento de créditos.

Una condición importante puede ser la existencia de una política centralizada o descentralizada. En una empresa mediana y grande, con cifras de ventas significativas, esta función se centraliza a través de una persona o departamento con autonomía plena.

Pero en organizaciones más pequeñas estas decisiones las asumirá el departamento comercial o el responsable de finanzas administración, en ambos casos se exige una perfecta coordinación para conseguir el éxito que se espera obtener.

Como formular una Política de Crédito

La decisión que puede adoptar una empresa ante la necesidad de implantación una política en el otorgamiento o denegación de crédito a los clientes, así como lo que conlleve su implementación, puede condicionar en mayor o menor medida su política actual comercial y sus resultados.

En el siguiente enunciado podemos observar las consecuencias de una formulación en material de otorgamiento de crédito a un cliente.

Los parámetros elegidos tienen una relación directa con los resultados que se conseguirán si se concede el crédito en uno de los siguientes casos:

- Cuando un cliente paga puntualmente
- Cuando resulta ser un cliente moroso
- Cuando se trata de un cliente fallido¹¹

¹¹ SANDREU, Eliseu. 2009. Manual de Gestión de Crédito a clientes Ediciones Deusto España

CUADRO N°1

Supuesto número 1	
Si el cliente:	Consecuencias en el caso de haber concedido el crédito:
Paga puntualmente	Incrementa la venta real y los resultados
Se atrasa en el pago	Genera gastos de financiación y cobro
Resulta fallido	Genera gastos por la no recuperación de los costes del servicio, más todos aquellos generados por la propia reclamación

Fuente: Manual de Gestión de Crédito

2.2 MARCO CONCEPTUAL

MARCO LEGAL

CONSTITUCION POLITICA DEL ECUADOR

Sección octava

Trabajo y seguridad social

Art. 33

El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 39

Párrafo 2do.-El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

Literal 15.- El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Art. 83

Literal 15- Cooperar con el Estado y la comunidad en la seguridad social, y pagar los tributos establecidos por la ley.

Art. 276

El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

Literal 2.- Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

Art. 304

La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sus formas de organización de la producción y su gestión sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

Formas de trabajo y su retribución

Art. 325

El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores¹²

LEY DE DERECHO MERCANTIL

ART.1

El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

ART.2

Se consideraran comerciantes a las personas naturales y jurídicas , nacionales y extranjeras , domiciliadas en el Ecuador , que intervengan en el comercio de muebles e inmuebles , que realicen servicios relacionados con actividades comerciales , y que teniendo capacidad para contratar , hagan del comercio su profesión habitual y actúen con un capital en giro propio y ajeno , mínimo de treinta mil sucres para la jurisdicción de las cámaras de Comercio de Quito y Guayaquil: de ocho mil sucres para Cuenca , Manta y Bahía de Caraquez ;y , de cinco mil sucres para los demás cantones.

ART.3

Son actos de comercio, ya de parte de todos los contratantes, ya de parte de alguno de ellos solamente:

Literal 1.-La compra o permuta de cosas muebles, hechas con animo de revenderlas o permutas en la misma forma o en otra distinta; y la reventa o permuta de estas mismas cosas.

¹² <http://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Ecuador/ecuador98.html>

ART.6

Toda persona que, según las disposiciones del Código Civil, tiene capacidad para contratar, la tiene igualmente para ejercer el comercio.

ART.22

Toda persona que quiera ejercer el comercio con un capital mayor de mil Suces, se hará inscribir en la matricula del cantón. Al efecto se dirige por escrito a uno de los jueces de lo Civil, haciéndose conocer el giro que va a emprender, el lugar donde va a establecerse, el nombre o razón con la que va ha de girar, el modelo de la firma que usara y si intenta ejercer por mayor o menor la profesión mercantil el capital que destina a este comercio.

ART.37

Todo comerciante esta obligado a llevar contabilidad en los términos que establece la Ley de Régimen Tributario Interno.

ART.40

En el diario se asentaran día por día y por el orden en que vayan ocurriendo, todas las operaciones que haga el comerciante, designando el carácter y las circunstancia de cada operación y el resultado que produce a su cargo o descargo, de modo que cada partida manifieste quien el acreedor y quien el deudor en la negociación a que se refiere.

Los gastos del establecimiento y los domésticos del comerciante, bastara que se expresen en resumen al fin de cada mes, pero en cuentas distintas.

ART.41

Se llevaran también libros especiales de facturas, que podrán ser copiadore de prensa.

ART.42

En el Libro Mayor se abrirán las cuentas con cada persona u objeto, por Debe y Haber trasladándose las partidas que le correspondan con referencia al Diario, y por el mismo orden de fechas que tengas en este.

ART.43

Todo comerciante, al empezar su giro, y al fin de cada año , hará en el Libro de Inventarios una descripción estimativa de todos sus bienes , tanto muebles como inmuebles , y de todos sus créditos activos y pasivos.

Estos inventarios serán firmados por todos los interesados en el establecimiento de comercio que se hallen presentes a su formación.

En el Libro de Caja se asentaran todas las partidas de entrada y salida de dinero, pudiendo recopilarse al fin de cada mes todas las de cada cuenta distinta al pie del último día del mes.

ART.45

Se prohíbe a los comerciantes:

- 1.- Alterar en los asientos el orden y la fecha de las operaciones descritas,
- 2.-Dejar blancos en el cuerpo de los asientos, o a continuación de ellos;
- 3.-Poner asientos al margen y hacer interlineados, raspaduras o enmiendas.
- 4.-Borrar los asientos o parte de ellos, y
- 5.-Arrancar hojas, alterar la encuadernación y foliatura y mutilar alguna parte de los libros.

LIBRO SEGUNDO

DE LOS CONTRATOS Y OBLIGACIONES MERCANTILES EN GENERAL

ART.160

El deudor que paga tiene derecho de exigir recibo y no esta obligado a contentarse con la devolución del título de la deuda.

ART.159

El acreedor no está obligado a aceptar el pago antes del vencimiento de la obligación.

ART.170

En la venta de una cosa que se tiene a la vista y es designada al tiempo del contrato solo por su especie, no se entiende que el comprador se reserva la facultad de examinarla.

ART.192

Entregadas las mercaderías vendidas al comprador este no será oído en las reclamaciones sobre defecto de calidad o falta de cantidad siempre que las hubiere examinado al tiempo de la entrega y recibido sin reserva.

ART.194

La entrega de la cosa vendida se hará por alguno de los medios prescritos en el Código Civil y además:

Por el envío que de ella haga el vendedor al comprador, a su domicilio o a otro lugar convenido en el contrato a menos que la remita a un agente suyo con orden de no entregara hasta que el comprador pague el precio.

ART.201

El comprador tiene derecho a exigir del vendedor que le entregue una factura de las mercaderías vendidas, que ponga al pie de ella el recibo del precio total de la parte que se le hubiere entregado.

Art.202 I

Si el comprador no pagare la cuota o cuotas establecidas en el contrato, o si vencido el plazo no cancelare lo que estuviere adeudando, la cosa vendida volverá a poder del vendedor, siguiendo el procedimiento señalado en el Art.14 de la reforma (art.202-N) antes indicado

EL PAGARÉ

ART.486:

El pagaré contendrá:

1.- La denominación del documento inserta en el texto mismo y expresado en el idioma empleado en la redacción del documento;

Los pagare que no lleven la referida denominación, serán, sin embargo validos, si contuvieren la indicación expresa de ser a la orden;

2.- La promesa incondicional de pagar una suma determinada;

3.- La indicación del vencimiento

ART.489

El suscriptor de un pagare se obliga del mismo modo que el aceptante de una letra de cambio¹³

LEY ORGANICA DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

ART.10

Deducciones.- En general, con el propósito de determinar la base imponible sujeta a este impuesto se deducirán los gastos que se efectúen con el propósito de obtener, mantener y mejorar los ingresos de fuente ecuatoriana que no estén exentos.

En particular se aplicarán las siguientes deducciones:

LITERAL11.- Las provisiones para créditos incobrables originados en operaciones del giro ordinario del negocio, efectuadas en cada ejercicio impositivo a razón del 1% anual sobre los créditos comerciales concedidos en dicho ejercicio y que se encuentren pendientes de recaudación al cierre del mismo, sin que la provisión acumulada pueda exceder del 10% de la cartera total.

¹³ http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/LEY_DE_CAMARAS_DE_COMERCIO.pdf

Las provisiones voluntarias así como las realizadas en acatamiento a leyes orgánicas, especiales o disposiciones de los órganos de control no serán deducibles para efectos tributarios en la parte que excedan de los límites antes establecidos.

La eliminación definitiva de los créditos incobrables se realizará con cargo a esta provisión y a los resultados del ejercicio, en la parte no cubierta por la provisión, cuando se haya cumplido una de las siguientes condiciones:

- Haber constado como tales, durante cinco años o más en la contabilidad;
- Haber transcurrido más de cinco años desde la fecha de vencimiento original del crédito;
- Haber prescrito la acción para el cobro del crédito
- En caso de quiebra o insolvencia del deudor;
- Si el deudor es una sociedad, cuando ésta haya sido liquidada o cancelado su permiso de operación.

No se reconoce el carácter de créditos incobrables a los créditos concedidos por la sociedad al socio, a su cónyuge o a sus parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad ni los otorgados a sociedades relacionadas. En el caso de recuperación de los créditos, a que se refiere este artículo, el ingreso obtenido por este concepto deberá ser contabilizado, caso contrario se considerará defraudación.

El monto de las provisiones requeridas para cubrir riesgos de incobrabilidad o pérdida del valor de los activos de riesgo de las instituciones del sistema financiero, que se hagan con cargo al estado de pérdidas y ganancias de dichas instituciones, serán deducibles de la base imponible correspondiente al ejercicio corriente en que se constituyan las mencionadas provisiones. Las provisiones serán deducibles hasta por el monto que la Junta Bancaria establezca.

Si la Junta Bancaria estableciera que las provisiones han sido excesivas, podrá ordenar la reversión del excedente; este excedente no será deducible.

Para fines de la liquidación y determinación del impuesto a la renta, no serán deducibles las provisiones realizadas por los créditos que excedan los porcentajes determinados en el artículo 72 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero así como por los créditos vinculados concedidos por instituciones del sistema financiero a favor de terceros relacionados, directa o indirectamente, con la propiedad o administración de las mismas; y en general, tampoco serán deducibles las provisiones que se formen por créditos concedidos al margen de las disposiciones de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.

CONTABILIDAD Y ESTADOS FINANCIEROS

ART. 19

Obligación de llevar contabilidad.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

ART.20

Principios generales.- La contabilidad se llevará por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos de América, tomando en consideración los principios contables de general aceptación, para registrar el movimiento económico y determinar el estado de situación financiera y los resultados imputables al respectivo ejercicio impositivo.

ART.21

Estados financieros.- Los estados financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, así como también para su presentación a la Superintendencia de Compañías y a la Superintendencia de Bancos y Seguros, según el caso. Las entidades financieras así como las entidades y organismos del sector público que, para cualquier trámite, requieran conocer sobre la situación financiera de las empresas, exigirán la presentación de los mismos estados financieros que sirvieron para fines tributarios.

ART.23

Determinación por la administración.- La administración efectuará las determinaciones directa o presuntiva referidas en el Código Tributario, en los casos en que fuere procedente.

La determinación directa se hará en base a la contabilidad del sujeto pasivo, así como sobre la base de los documentos, datos, informes que se obtengan de los responsables o de terceros, siempre que con tales fuentes de información sea posible llegar a conclusiones más o menos exactas de la renta percibida por el sujeto pasivo.

La administración tributaria podrá determinar los ingresos, los costos y gastos deducibles de los contribuyentes, estableciendo el precio o valor de la contraprestación en operaciones celebradas entre partes relacionadas, considerando para esas operaciones los precios y valores de contraprestaciones que hubieran utilizado partes independientes en operaciones comparables, ya sea que éstas se hayan realizado con sociedades residentes en el país o en el extranjero, personas naturales y establecimientos permanentes en el país de residentes en el exterior, así como en el caso de las actividades realizadas a través de fideicomisos.

El sujeto activo podrá, dentro de la determinación directa, establecer las normas necesarias para regular los precios de transferencia en transacciones sobre bienes,

derechos o servicios para efectos tributarios. El ejercicio de esta facultad procederá, entre otros, en los siguientes casos:

Si las ventas se efectúan al costo o a un valor inferior al costo, salvo que el contribuyente demuestre documentadamente que los bienes vendidos sufrieron demérito o existieron circunstancias que determinaron la necesidad de efectuar transferencias en tales condiciones;

La administración realizará la determinación presuntiva cuando el sujeto pasivo no hubiese presentado su declaración y no mantenga contabilidad o, cuando habiendo presentado la misma no estuviese respaldada en la contabilidad o cuando por causas debidamente demostradas que afecten sustancialmente los resultados, especialmente las que se detallan a continuación, no sea posible efectuar la determinación directa:

- 1.- Mercaderías en existencia sin el respaldo de documentos de adquisición;
- 2.- No haberse registrado en la contabilidad facturas de compras o de ventas;
- 3.- Diferencias físicas en los inventarios de mercaderías que no sean satisfactoriamente justificadas;
- 4.-Cuentas bancarias no registradas; y,
- 5.- Incremento injustificado de patrimonio.

En los casos en que la determinación presuntiva sea aplicable, según lo antes dispuesto, los funcionarios competentes que la apliquen están obligados a motivar su procedencia expresando, con claridad y precisión, los fundamentos de hecho y de derecho que la sustenten, debidamente explicados en la correspondiente acta que, para el efecto, deberá ser formulada. En todo caso, estas presunciones constituyen simples presunciones de hecho que admiten prueba en contrario, mediante los procedimientos legalmente establecidos.

Cuando el contribuyente se negare a proporcionar los documentos y registros contables solicitados por el Servicio de Rentas Internas, siempre que sean aquellos que está obligado a llevar, de acuerdo con los principios contables de general

aceptación, previo tres requerimientos escritos, emitidos por la autoridad competente y notificados legalmente, luego de transcurridos treinta días laborables, contados a partir de la notificación, la administración tributaria procederá a determinar presuntivamente los resultados según las disposiciones del artículo 24 de esta ley¹⁴

LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO

ART.51

Los bancos podrán efectuar las siguientes operaciones en moneda nacional o extranjera, o en unidades de cuenta establecidas en la ley:

Negociar letras de cambio, libranzas, pagarés, facturas y otros documentos que representen obligación de pago creados por ventas a crédito, así como el anticipo de fondos con respaldo de los documentos referidos;¹⁵

ART.72

(Reformado por la disposición reformativa primera de la Ley 2001-55, R.O. 465-S, 30-XI-2001).- Ninguna institución del sistema financiero podrá realizar operaciones activas y contingentes con una persona natural o jurídica por una suma que exceda, en conjunto, el diez por ciento (10%) del patrimonio técnico de la institución.

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

Cuando en enero de 2007 iniciamos la construcción del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010, “Plan para la Revolución Ciudadana”, no partimos de cero. La propuesta de cambio, definida en el Plan de Gobierno que el Movimiento País presentó a la ciudadanía, en el marco de su participación electoral de los años 2006, 2007 y 2008, trazó ya los grandes lineamientos de una agenda alternativa para el Ecuador. Ahora, nuestro desafío es su consolidación, por ello el Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013 plantea nuevos retos orientados hacia la materialización y radicalización

¹⁴ http://www.derechoecuador.com/index.php?Itemid=457&id=4424&option=com_content&task=view

¹⁵ http://oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-mla-law-finance.html

del proyecto de cambio de la Revolución Ciudadana, a la construcción de un Estado Plurinacionalidad e Intercultural y finalmente a alcanzar el Buen Vivir de las y los ecuatorianos.

Los objetivos actualizados del Plan Nacional para el Buen Vivir son:

- Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial en la diversidad.
- Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.
- Mejorar la calidad de vida de la población.
- Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable.
- Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración Latinoamericana.
- Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.
- Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común.
- Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.
- Garantizar la vigencia de los derechos y la justicia.
- Garantizar el acceso a la participación pública y política.
- Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.
- Construir un Estado democrático para el Buen Vivir¹⁶.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Análisis.- Consiste en identificarlos componentes de un todo, separarlos y examinarlos para lograr acceder a sus principios más elementales.

Capital de Trabajo.- Es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos a corto plazo, es la capacidad que tiene la empresa para continuar con el desarrollo de sus actividades en corto plazo.

¹⁶ http://issuu.com/pnbv/docs/completo_pnbv_2009_2013

Cobranza.- Se refiere a percepción o recogida de algo, generalmente dinero, en concepto de la compra o el pago por el uso de algún servicio.

Crecimiento.- El crecimiento económico es el aumento de la renta o valor de bienes y servicios finales producidos por una economía (generalmente un país o una región) en un determinado período.

Ciclo de caja.- O Ciclo del flujo de efectivo es uno de los mecanismos que se utilizan para controlar el efectivo, establece la relación que existe entre los pagos y los cobros; o sea, expresa la cantidad de tiempo que transcurre a partir del momento que la empresa compra la materia prima hasta que se efectúa el cobro por concepto de la venta del producto terminado o el servicio prestado

Expansión.- Es el crecimiento o desarrollo de las diferentes actividades económicas de una empresa mediante la ampliación de una serie de productos o servicios que se ofrecen la diversificación del desarrollo de nuevos mercados.

Evaluación.- Es la acción de estimar, apreciar, calcular o señalar el valor de algo. La evaluación es la determinación sistemática del mérito, el valor y el significado de algo o alguien en función de unos criterios respecto a un conjunto de normas.

Estado de flujo de efectivo (EFE) es un estado contable básico que informa sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes, distribuidas en tres categorías: actividades operativas, de inversión y de financiamiento

Finanzas.- Son las actividades que se relacionan con los flujos de capital y dinero entre otros individuos, empresas, se denomina finanza también al análisis de estas actividades como especialidad de la economía.

Flujo de Efectivo.- El flujo de efectivo es un estado financiero proyectado de las entradas y salidas de dinero en un periodo determinado. Se realiza con el fin de conocer la cantidad de efectivo que requiere el negocio para operar durante un periodo determinado (semana, mes, trimestre, semestre, año).

Indicadores.- Es una medida que nos permite ir observando el parámetro de avance en el cumplimiento de objetivos y metas que proporciona un medio sencillo y fiable para medir logros.

Inversión.- Empleo de capital en la producción general de bienes o en el aumento de la reserva de bienes productivos.

Política.- Es una actividad orientada en forma ideológica a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos.

Propuesta.- Es el ofrecimiento para hacer una cosa determinada, puede ser una proposición de una acción conjunta que por acción de los que interesan ha sido expuesta o puesta en conocimiento de los interesados

Proyección.- La proyección también es aquello que se espera que consiga un proyecto en el futuro o el alcance de un hecho o de las cualidades de una persona

Publicidad.- Es una técnica de comunicación comercial que intenta fomentar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación.

Rentabilidad.- Es la capacidad que se tiene para generar suficiente utilidad o beneficio, es un índice que permite medir la relación entre utilidades y beneficios y la inversión de los recursos que se utilizaron para poder obtenerlos

Venta.- Contrato en virtud en cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado.

2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

Si se realiza un correcto análisis de la situación económica y financiera en comercial Madelyn, entonces mejorará su crecimiento y expansión

2.4.2 Hipótesis Particulares

- Si se aplica una eficiente gestión financiera, entonces se podrá disponer de recursos para la reinversión y se mejorara la situación económica del negocio.
- Si utilizamos correctamente una herramienta administrativa como políticas y reglamentos, entonces se mejorara el rendimiento económico de la empresa.

2.4.3 DECLARACIÓN DE VARIABLES

CUADRO N° 2

HIPOTESIS	VARIABLES	
Si se realiza un correcto análisis de la situación económica y financiera en comercial Madelyn , entonces mejorara su crecimiento ante la demanda	Independiente	Situación Económica
	Dependiente	Crecimiento (empresarial)
Si se aplica una eficiente Gestión Administrativa ,entonces se podrá disponer de recursos para la reinversión	Independiente	Gestión Administrativa
	Dependiente	Recursos para la inversión

Si utilizamos correctamente una herramienta administrativa y financiera, entonces mejorara el rendimiento económico de la empresa.	Independiente	Herramienta Administrativa
	Dependiente	Rendimiento Económico

Elaborado por: Las autoras

2.4.4 Operacionalización de las Variables

CUADRO N°3

VARIABLES	DEFINICION	INDICADOR
VD: Crecimiento	El crecimiento de la empresa se refiere a modificaciones e incrementos de tamaño que originan que ésta sea diferente de su estado anterior. Es decir, se han producido aumentos en cantidades y dimensión así como cambios en sus características internas (cambios en su estructura económica y organizativa). Estos aumentos se pueden observar en lo siguiente: activos, producción, ventas, beneficios, líneas de productos, mercados etc.	Total de Ventas Total de Activos Declaraciones Utilidades

<p>VI: Situación Económica</p>	<p>La situación económica de una empresa es la capacidad que tiene la misma para generar resultados positivos, pero esto no es situación económica, esto es rentabilidad de la empresa.</p>	<p>Nivel de Rentabilidad</p>
<p>VD: Recursos</p>	<p>Para que una empresa pueda lograr sus objetivos es necesario que cuente con una serie de elementos, recursos o insumos que conjugados armónicamente contribuyen a su funcionamiento adecuado, dichos recursos son : Recursos materiales , humanos, financieros, técnicos etc.</p>	<p>Nº de Políticas establecidas.</p>
<p>VI: Gestión Administrativa</p>	<p>Es considerada el arte en el mundo de las finanzas, además es un proceso que consiste principalmente en organizar coordinar y controlar</p>	<p>Numero de objetivos logrados</p>
<p>VD: Rendimiento Económico</p>	<p>El rendimiento económico es la ganancia que se obtiene dada una inversión monetaria o su equivalente, por eso hablamos de "hacer rendir" el dinero.</p>	<p>Declaración de Utilidades</p>
	<p>Son una serie de técnicas modernas que permite a los gerentes tomar decisiones cruciales</p>	

VI: Herramienta Administrativa	y a la vez oportunas ante algún tipo de desequilibrio en los procesos productivos, políticos, sociales y sobre todo sociales que constituyen la naturaleza de la empresa	Nº de Indicadores utilizados
---------------------------------------	--	------------------------------

Elaborado Por: Las autoras

CAPITULO III

MARCO METODOLÒGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL

Investigación Cuantitativa.- Es aquella que permite examinar los datos de manera científica o en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística. Este tipo de investigación requiere que entre los factores que interviene en el problema debe haber una relación que sea representativa expresada por algún modelo numérico.

En nuestra investigación utilizaremos la investigación cuantitativa ya que nos permite medir de una forma numérica los datos para la resolución del problema por lo cual estableceremos la población y la muestra de donde se recolectara la información para analizarla y se cuantificara los resultados de la encuesta.,

Investigación Descriptiva.-También conocida como la investigación estadística, describen los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea. El principal objetivo de esta investigación de conocer las costumbres , situaciones , y actitudes que predominan a través de la identificación exacta de las diferentes actividades .

La herramienta que utilizaremos es la encuesta de donde saldrá la información la cual la ubicaremos en tablas y gráficos estadísticos a fin de que se pueda apreciar y permitirá analizarla de una manera mas rápida llegando a establecer una propuesta para la resolución del problema objeto de estudio.

3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1 Característica de la población

La población la cual será objeto de nuestro estudio está conformada jóvenes mayores de edad y por adultos, los cuales cumplen con los requisitos para acceder a un crédito y que serán provenientes de la población de Duran, Virgen de Fátima, Km 15, Churute, Rcto. El Mango, Rcto. Puerto Inca, Rcto. Jesús María, Rcto. Villanueva, Naranjal, Balao, Rcto. La Roldos, Rcto. Cien Familias ,6 de Julio.

Las edades comprendidas de la población son de 18 a 70 años dentro de este rango tendremos a jefes de hogares, amas de casa, comerciantes, jubilados, agricultores, personas que se dedican a la actividad de captura de cangrejos y trabajadores en relación de dependencia.

3.2.2 Delimitación de la población

En nuestro estudio no se puede determinar el tamaño de la población por lo que se ha considerado una población infinita, para este caso se aplica la fórmula que corresponde y nos dio como resultado de 383 personas de las cuales tomaremos una muestra de cada sector que comercializa sus productos Comercial Madelyn.

Entre esta población consideraremos el sector, la edad, su nivel de ingresos y la ocupación.

3.2.3 Tipo de muestra

Para seleccionar la muestra se lo hará a través de un proceso de cálculo estadístico, el cual tendrá un nivel de confianza del 95% y un porcentaje máximo de error que es del 5%.

De esta manera seleccionaremos a los elementos (personas) que cumplan con las características definidas para la población.

Tipos de Muestreo

Muestreo Probabilístico.- Es aquella que el investigador selecciona y donde todos los individuos u objeto tienen la misma posibilidad de ser elegidos. Este puede ser a su vez aleatorio, sistemático y estratificado.

Muestreo Aleatorio Simple.- Este nos indica que cada elemento que conforman la población tendrán la misma probabilidad para ser seleccionado y ser parte de la muestra.

3.2.4 Tamaño de la muestra

En nuestra investigación no conocemos el tamaño de la población y por esta razón vamos a trabajar con la población infinita que corresponde a 383 personas.

$$n = \frac{Z^2pq}{E^2}$$

$$n = \frac{1.96^2(0.05)(0.05)}{0.05^2}$$

$$n = 383$$

n : tamaño de la muestra

p: posibilidad d que ocurra un evento

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento

E: error se considera el 5%

Z: nivel de confianza

3.2.5 Proceso de la selección

En nuestra investigación utilizaremos el muestreo probabilístico aleatorio, debido a que las personas que conforman los sectores que comercializa Comercial Madelyn son las amas de casa, comerciantes, personas que se dedican a la captura de pescados y cangrejos los cuales tienen la capacidad de adquirir los artículos.

3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS

3.3.1 Método Teórico

Este método nos demuestra la parte esencial del objeto investigado y sus interrelaciones, ya que mediante la percepción no podemos llegar a ella.

El método teórico hace posible la formulación de hipótesis y la construcción de teorías y conclusiones en conjunto con los métodos empíricos.

Entre estos métodos tenemos:

Método Analítico-sintético

- **Método Analítico:** Este método nos indica que para realizar el estudio de un conjunto es necesario hacer separaciones de acuerdo a sus características para analizar en partes los elementos que lo conforman.

- **Método Sintético:** Este método es el que se utiliza en todas las ciencias experimentales ya que por medio de este se establecen leyes generalizadoras,

- **3.3.2 Método Hipotético-Deductivo**

En este método el investigador realiza una serie de procedimientos los mismos que le servirán para hacer de su actividad una práctica científica. Entre los pasos primordiales tenemos:

- Observación de fenómeno objeto de estudio
- Elaboración de una hipótesis que explique dicho fenómeno
- Identificación de consecuencias más elementales
- Verificación y comprobación de la realidad y hacer las debidas comparaciones que sean necesarias

3.3.3 Métodos Empíricos

La investigación empírica permite al investigador hacer una serie de investigación referente a su problemática, tomando como referencias las experiencias de otros autores, para de ahí partir con su investigación, también conlleva a efectuar el análisis preliminar de la información, así como verificar y comprobar las concepciones teóricas.

3.3.4 Técnicas e Instrumentos

Encuesta

Es un diseño de cuestionarios que contiene diversos tipos de preguntas las mismas que examinan a una muestra con el objeto de determinar conclusiones sobre la población.

Una muestra es un conglomerado de individuos, los mismos que reúnen ciertas características similares para lo cual se los agrupa con el objeto de estudiarlos.

Se recomienda que las preguntas de la encuestas deben ser cerradas pero con alternativas para poder escoger.

Cuestionario

Se aplicará la encuesta a las personas que cumplan con las características que tengan capacidad de compra que se encuentren dentro de la población en estudio,

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Luego de obtener toda la información posible a través de la encuesta y cuestionarios tenemos que realizar la tabulación de los datos obtenidos mediante procesos estadísticos que nos generen representaciones graficas como: porcentajes, diagramas de barra, gráficos de sectores, etc.la cual nos permitirá llegar a una conclusión y de esta manera realizar la recomendación correspondiente.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas tanto como a los clientes y empleados se ha podido comprobar que la empresa esta manejándose sus operaciones en forma equilibrada, pero con tendencia a mejorar ya que existen algunas falencias que perjudican su funcionamiento pero aplicando correctas medidas se podría alcanzar los objetivos y las metas propuestas.

Datos Generales del Encuesta

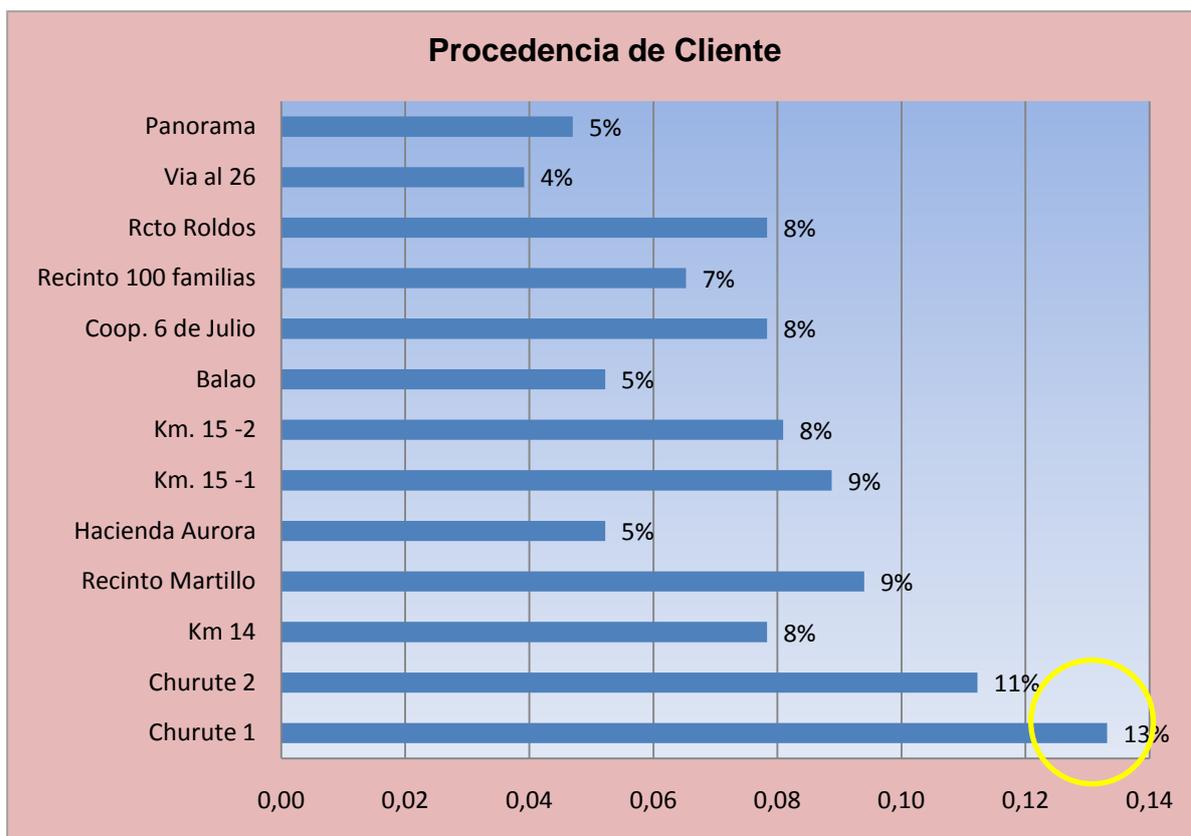
Sector Procedencia Cliente

Cuadro No.4

OPCIONES	FRECUENCIAS	PROPORCION
Churute 1	51	13%
Churute 2	43	11%
Km 14	30	8%
Recinto Martillo	36	9%
Hacienda Aurora	20	5%
Km. 15 -1	34	9%
Km. 15 -2	31	8%
Balao	20	5%
Coop. 6 de Julio	30	8%
Recinto 100 familias	25	7%
Rcto Roldos	30	8%
Vía al 26	15	4%
Panorama	18	5%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las autoras

Grafico No.3



Elaborado por: Las autoras

Según los datos obtenidos mediante la encuesta nos indican que existen 13 sectores en los cuales comercializa Comercial Madelyn pero en los sectores que mas tiene afluencia de clientes es en el sector Churute el cual se divide en 2 de acuerdo a las vías de acceso, otro sector que esta dividido es el km 15 por las mismas circunstancias mencionadas anteriormente.

En el grafico y la tabla nos indican que el sector Churute 1 tiene una proporción de 13.32 % y le sigue el sector de Churute 2 con el 11%, entre los clientes que intervienen son personas que se dedican a la agricultura, a la captura de cangrejos y pescados entre otras actividades.

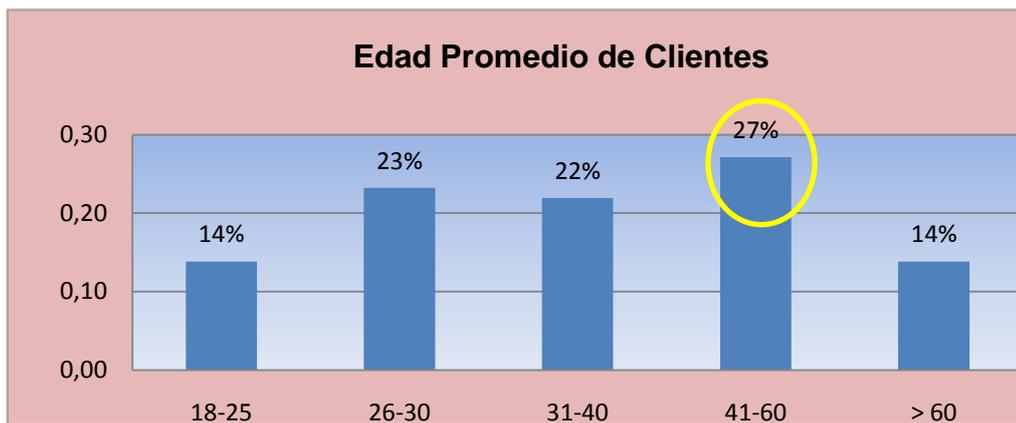
Edad Promedio de Clientes

CUADRO N° 5

OPCIONES	FRECUENCIAS	PROPORCION
18-25	53	14%
26-30	89	23%
31-40	84	22%
41-60	104	27%
> 60	53	14%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°4



Elaborado por: Las autoras

Entre las edades que corresponde a los clientes de Comercial Madelyn se consideró desde los 18 años (Mayoría de Edad) que es la edad en la cual se puede contratar y obligarse ante un crédito.

Son cinco rangos de edades pero el rango de mayor proporción del 27 % es la edad comprendida entre los 41-60 que serian personas adultas los cuales responden a sus créditos con mucha responsabilidad.

Otra de las edades que tiene también mas representación es la edad comprendida entre 26-30, no existiendo mucha diferencia con la edad entre 31-40 lo que significa que nuestro comercial tiene bastante pero debería plantear nuevas estrategias para que todos los rangos de edades estén en igual proporción.

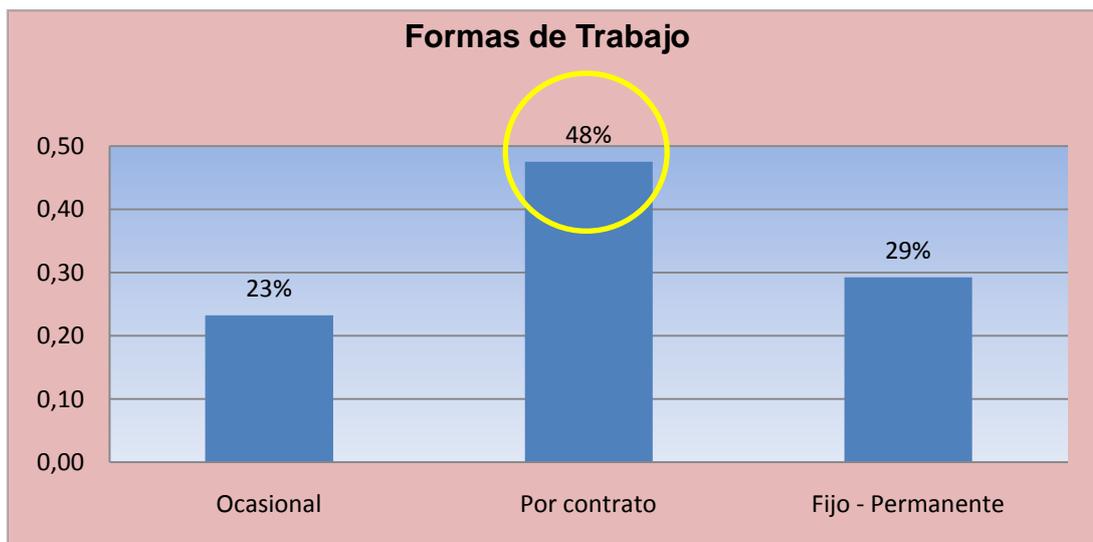
Permanencia en los sitios de trabajo

CUADRO N°6

OPCIONES	FRECUENCIAS	PROPORCION
Ocasional	89	23%
Por contrato	182	48%
Fijo - Permanente	112	29%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°5



Elaborado por: Las autoras

Existen 3 formas de trabajo que se han planteado son el trabajo ocasional, el trabajo bajo contrato (relación de dependencia) y un trabajo fijo-permanente, el que mas representa es la opción bajo contrato que tiene una proporción del 48% por lo que debería hacerse un estudio para conocer las causas del porque los clientes bajo otra modalidad de trabajo no están adquiriendo los productos que Comercial Madelyn Ofrece , como se puede observar existe una gran diferencia entre el resto de opciones.

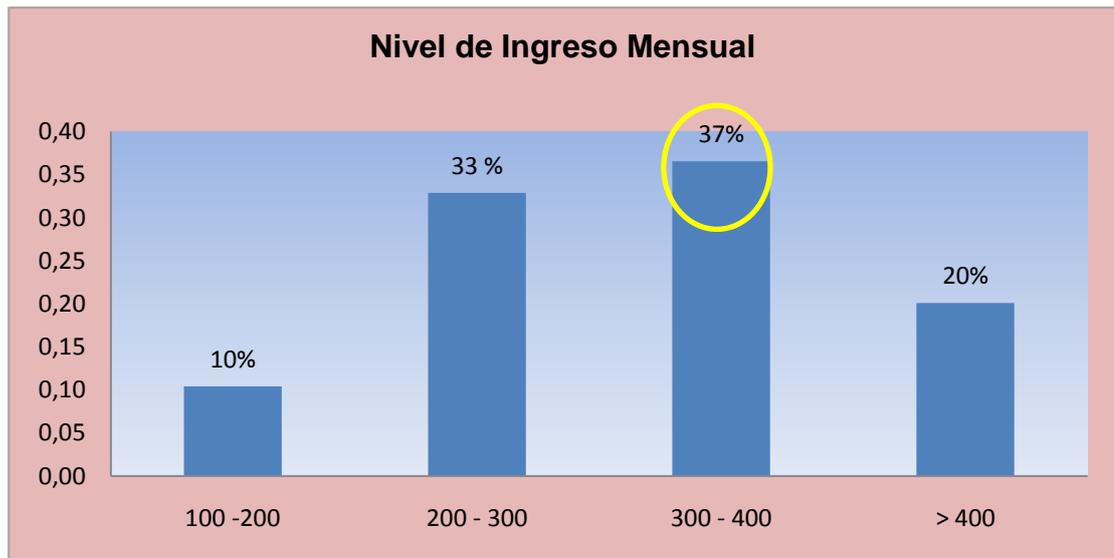
Nivel de Ingresos Mensual

CUADRO N°7

OPCIONES	FRECUENCIAS	PROPORCION
100 -200	40	10%
200 - 300	126	33%
300 - 400	140	37%
> 400	77	20%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°6



Elaborado por: Las autoras

En los ingresos de los clientes se han establecido 4 rangos, pero el más representativo son los ingresos entre 300- 400 que presenta un 37% el cual tendría una relación con las respuestas de la pregunta anterior que se refiere a que los clientes bajo contrato son los que más adquieren nuestros productos, luego le sigue el rango comprendido entre 200-300 con un 33% de proporción, debería analizarse detalladamente cuáles son los sectores en los que se encuentran los clientes fijos para establecer estrategias en los otros sectores que no hay tanta representatividad.

Pregunta N°. 1

¿Piensa usted que Comercial Madelyn debería mejorar sus servicios en cuál de los siguientes aspectos? :

El objetivo de plantear esta pregunta fue para conocer cual es la opinión de los clientes ante los servicios que ofrece Comercial Madelyn y así poder hacer los cambios respectivos que les permita mejorar para poder crecer como empresa.

CUADRO N°8

OPCIONES	FRECUENCIAS	PROPORCION
Atención al Cliente	49	13%
Variedad de Productos	143	37%
Facilidad de Pago	25	7%
Transporte Mercadería	35	9%
Ninguna de las anteriores	131	34%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°7



Elaborado por: Las autoras

Después de realizar la encuesta a los clientes 147 de ellos cuya proporción corresponde al 37% opinan que Comercial Madelyn debería variar sus productos que ofrece para tener más opciones para elegir en el momento de comprar, debería considerarse estas opiniones de los clientes para saber en que servicios debería mejorar con el fin de que la persona estén a gusto en el momento de comprar.

Pero también 131 clientes que representan un 34% afirmaron que se sienten a gusto con los servicios que ofrece Comercial Madelyn por lo hay que realizar pequeños cambios en los servicio que ofrece.

.Pregunta N°. 2

¿Cuántas veces ha comprado artefactos en Comercial Madelyn en el último año?

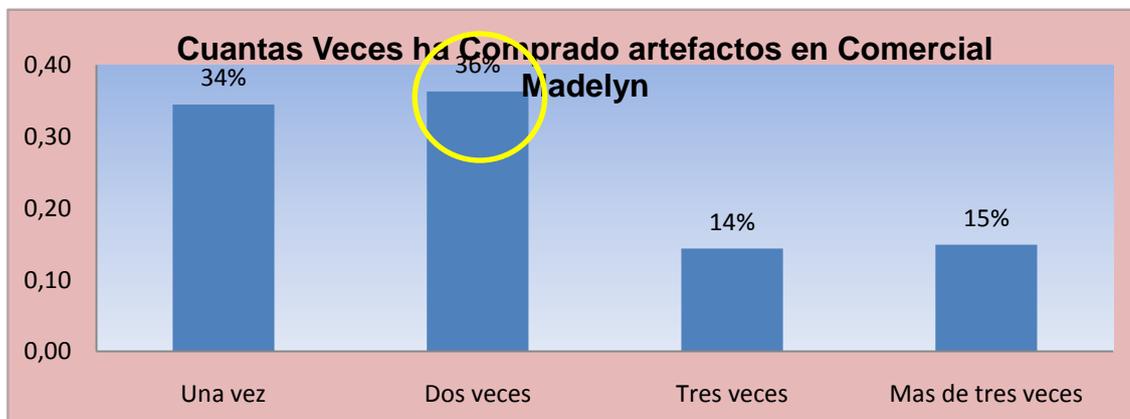
Se planteó esta pregunta para conocer si nuestros clientes tienen confianza y seguridad como para comprar los productos en Comercial Madelyn.

CUADRO N°9

OPCIONES	FRECUENCIAS	PROPORCION
Una vez	132	34%
Dos veces	139	36%
Tres veces	55	14%
Mas de tres veces	57	15%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°8



Elaborado por: Las autoras

En la tabla y el grafico nos demuestra que 139 clientes cuya cifra corresponde al 36% del total de los clientes nos indican que durante el último año han comprado dos veces seguido por 132 clientes que corresponden al 34% afirman que han comprado una vez esto nos indica que debería plantearse nuevas estrategias para incrementar las ventas ya que como se observa si existe la fidelidad de los clientes para comprar.

Pregunta No. 3

¿Cree Ud. que la atención otorgada por Comercial Madelyn corresponden a la de un negocio que ha crecido?

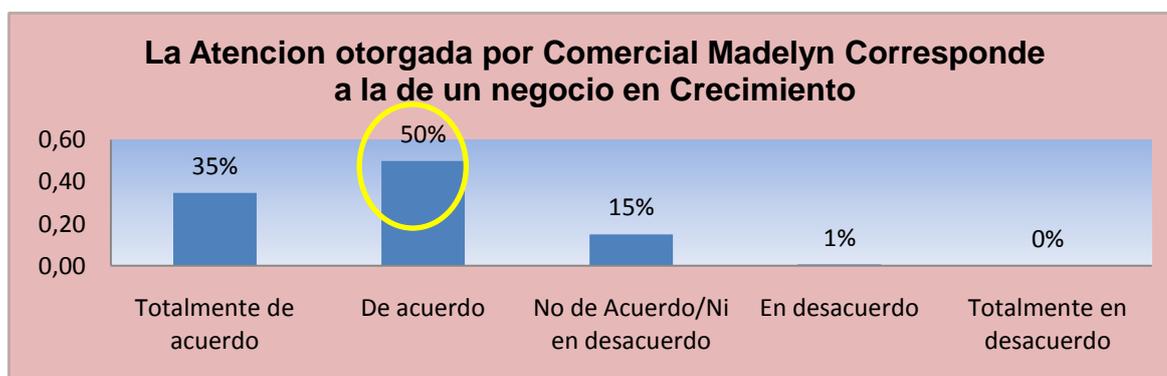
La pregunta fue planteada para conocer la opinión de los clientes en base a la atención que le otorga Comercial Madelyn ya que la atención al cliente se ha convertido en algo primordial para cualquier empresa.

CUADRO N°10

OPCIONES	FRECUENCIAS	PROPORCION
Totalmente de Acuerdo	133	35%
De Acuerdo	191	50%
No de Acuerdo/Ni en Desacuerdo	57	15%
En desacuerdo	2	1%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°9



Elaborado por: Las autoras

Existen 5 opciones de respuesta a lo que 191 clientes que corresponden al 50% indicaron que están de acuerdo con la atención otorgada pero solo 133 clientes que corresponden al 35% de representatividad afirman estar de acuerdo con la atención por lo que debería mejorarse la atención a nuestros clientes, ya sea trabajando con los empleados que forman parte de este negocio para que el cliente se lleve una buena impresión y sea parte de nuestros clientes fijos

Pregunta 4

¿Cree ud.que la administración de Comercial Madelyn se ha mostrado altamente eficiente?

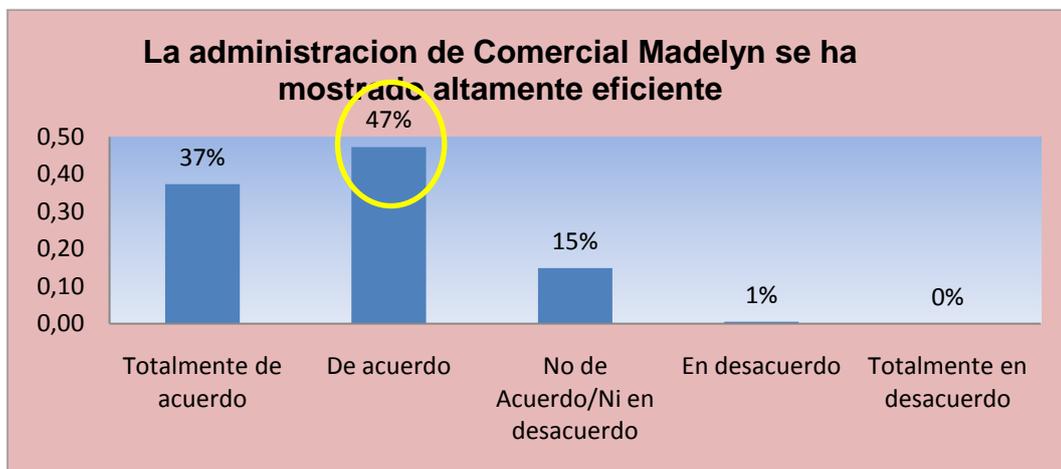
Esta pregunta se ha planteado para conocer que opinión tienen sobre la administración de Comercial Madelyn es decir si la persona que lo dirige lo está haciendo con eficiencia.

CUADRO N°11

OPCIONES	FRECUENCIAS	%
Totalmente de Acuerdo	143	37%
De Acuerdo	181	47%
No de Acuerdo/Ni en Desacuerdo	57	15%
En desacuerdo	2	1%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°10



Elaborado por: Las autoras

En la tabla y el gráfico la respuesta de los 181 clientes que tienen la proporción del 47% en el momento de responder afirma que están de acuerdo con la administración del Comercial pero solo 143 clientes que corresponden a un 35 % afirman estar totalmente de acuerdo con la administración es decir que se debe trabajar haciendo cambios ya que de eso depende el crecimiento de la empresa.

Pregunta 5

¿Siente ud. que al comprar en Comercial Madelyn le ofrece seguridad y garantía en el servicio que ofrece?

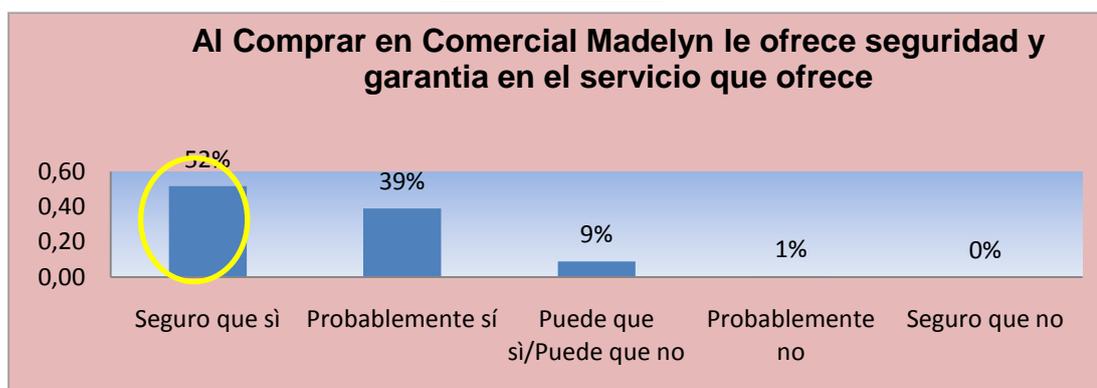
En todo negocio es importante la fidelidad de los clientes, es por eso que todo negocio debe brindarles seguridad además de la garantía y este es el motivo por el cual se planteó esta pregunta para conocer la opinión de sus clientes ante Comercial Madelyn.

CUADRO N°12

OPCIONES	FRECUENCIAS	PROPORCION
Seguro que sí	198	52%
Probablemente sí	149	39%
Puede que si/ puede que no	34	9%
Probablemente no	2	1%
Probablemente no	0	0%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°11



Elaborado por: Las autoras

Según los datos obtenidos 198 clientes que corresponden al 52% afirman que Comercial Madelyn les ofrece la seguridad y la garantía como para volver a comprar sus artefactos.

Pero 139 clientes que representan un 39% afirman que probablemente si, es decir que no están seguros por lo que debería hacerse un estudio por que estos clientes opinan de esta manera.

Pregunta No. 6

¿Compraría nuevamente artículos en Comercial Madelyn?

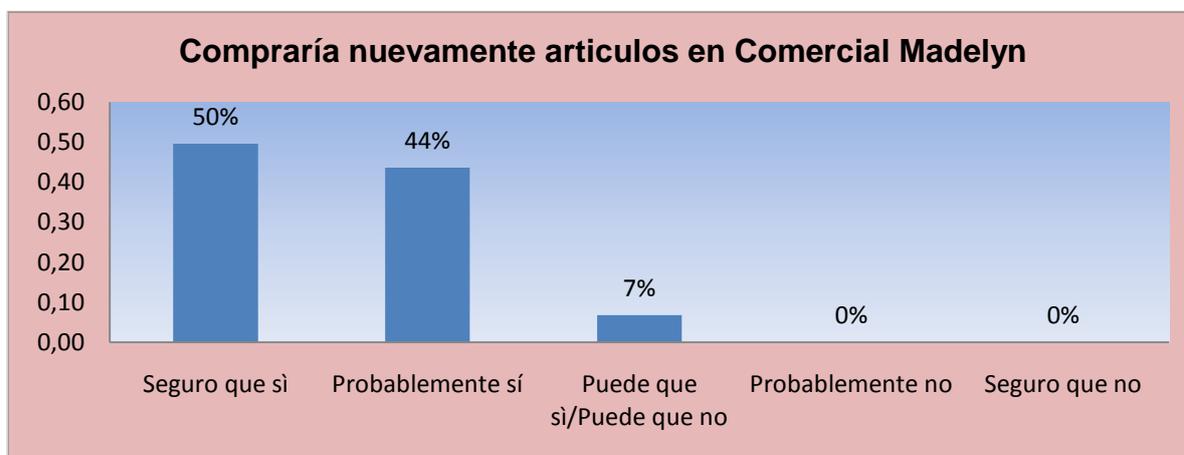
Las empresas para poder mejorar sus ingresos necesitan de sus clientes porque de ellos depende su crecimiento es por eso que se planteó esta pregunta para saber si de nuevo comprarían en el Comercial.

CUADRO N°13

OPCIONES	FRECUENCIAS	PROPORCION
Seguro que sí	190	50%
Probablemente sí	167	44%
Puede que si/ puede que no	26	7%
Probablemente no	0	0%
Probablemente no	0	0%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°12



Elaborado por: Las autoras

Según las repuestas de 190 clientes cuya proporción corresponde al 50% siendo la mayoría opinan que sin dudas comprarían de nuevo en Comercial Madelyn pero existe 167 clientes que corresponden al 44% indican que hay probabilidad que si, o sea tienen dudas por lo que debería hacerse un análisis de las razones por las que tiene esta afirmación para hacer que estos clientes sean clientes fijos del comercial

Pregunta 7

¿Recomendaría Ud. a otras personas comprar artículos en Comercial Madelyn?

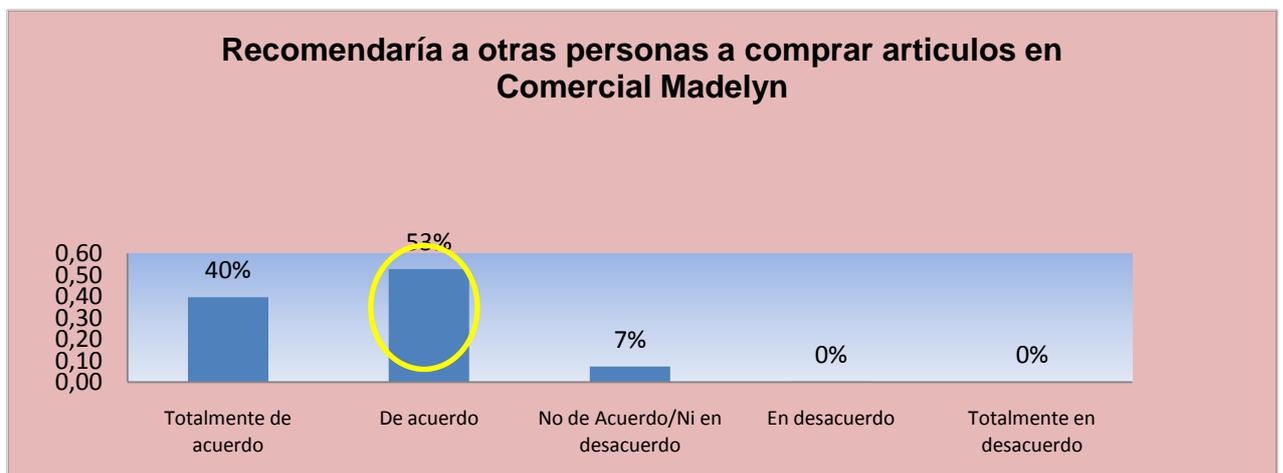
La publicidad que se le dé a un negocio es importante como para que las personas conozcan sus productos y su negocio en este caso la recomendación de clientes es importante porque si sienten bien los clientes ello recomendarían a nuevos clientes es por eso que se estableció esta pregunta para saber si los clientes con los que contamos recomendarían a otras personas.

CUADRO N°14

OPCIONES	FRECUENCIAS	PROPORCION
Totalmente de Acuerdo	152	40%
De Acuerdo	202	53%
No de Acuerdo/Ni en Desacuerdo	28	7%
En desacuerdo	1	0%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°13



Elaborado por: Las autoras

Según la tabla y el grafico más de la mitad de clientes cuyo total son 202 y que su proporción es del 53 % opinan que están de acuerdo en recomendar a otras personas para que realicen las compras de los artículos en Comercial Madelyn pero existe una situación de duda porque no están totalmente de acuerdo.

Solo 142 clientes que corresponde al 40% afirman con seguridad que si recomendaría otras personas sin dudar en este caso también es necesario hacer un estudio de estos clientes para cambien de opinión respecto a este tema para que puedan traer nuevos clientes logrando ser conocidos por otros sectores teniendo y lograr tener una cartera mas amplia.

Pregunta No. 8

¿En alguna ocasión no se le han entregado los pedidos a tiempo?

La entrega de la mercadería en el momento que el cliente lo requiera es muy importante para la empresa es asi que se formuló esta pregunta para conocer si nuestros servicio de entrega ha sido eficiente.

CUADRO N°15

OPCIONES	FRECUENCIAS	PROPORCION
Siempre	8	2%
Casi Siempre	5	1%
Muchas Veces	5	1%
Pocas Veces	95	25%
Nunca	270	70%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°14



Elaborado por: Las autoras

Según los datos obtenidos de 270 clientes que corresponden al 70 % los cuales representan casi la totalidad de los clientes indican que siempre se le han entregado a tiempo los artículos y solo un 25% que corresponden a 95 clientes indican que pocas veces es decir el comercial esta cumpliendo con las entregas de una manera

acertada pero aun existe deficiencias en las entregas ya que existen clientes inconformes por lo se debería tomar en consideración todas las medidas para lograr que todos nuestros clientes estén conformes con nuestros servicios

Pregunta 9

¿Qué opinión le merece la administración y la organización que se maneja en Comercial “Madelyn”?

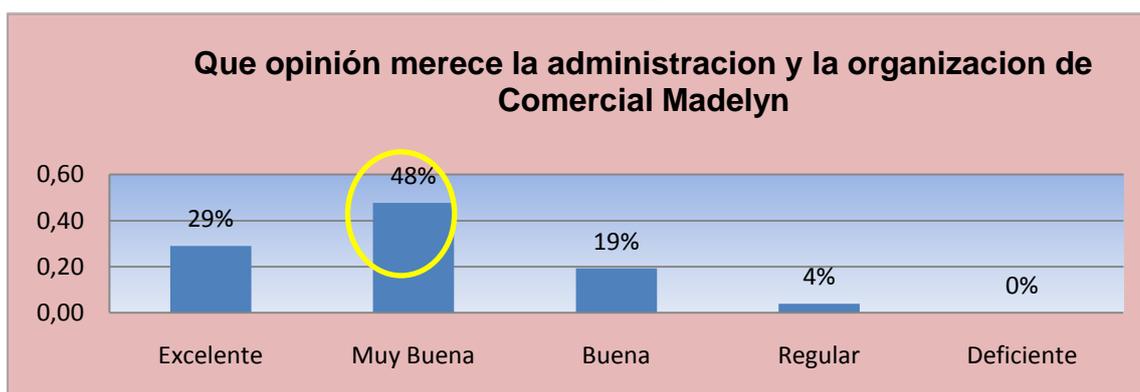
La administración y la organización de las empresas es importante par un mejor control y para una buena imagen este es el motivo para plantear esta pregunta para conocer si de la forma que se encuentra Comercial Madelyn esta correcta.

CUADRO N°16

OPCIONES	FRECUENCIAS	PROPORCION
Excelente	111	29%
Muy Buena	183	48%
Buena	74	19%
Regular	15	4%
Deficiente	0	0%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N° 15



Elaborado por: Las autoras

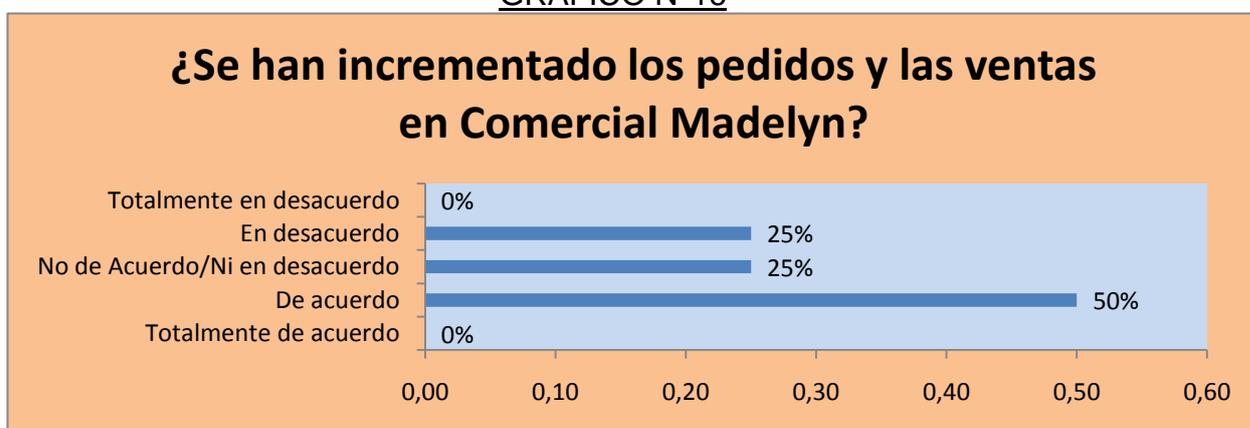
Según los datos presentados en la tabla y en el gráfico ,183 clientes cuya proporción es del 48% indican que es muy buena la administración y la organización de Comercial Madelyn pero aun falta para que sea excelente en estos sentidos.

Por que el 29% afirman que es excelente y 19% nos indican que es buena esto nos demuestra que Comercial Madelyn debería hacer cambios administrativamente y organizacional para lograr su crecimiento además para que se pueda ver como una empresa bien organizada.

ENCUESTA REALIZADA A LOS EMPLEADOS

Las encuestas también se realizaron a los empleados de la compañía ya que ellos son también parte importante y porque es necesario conocer su opinión.

GRAFICO N°16



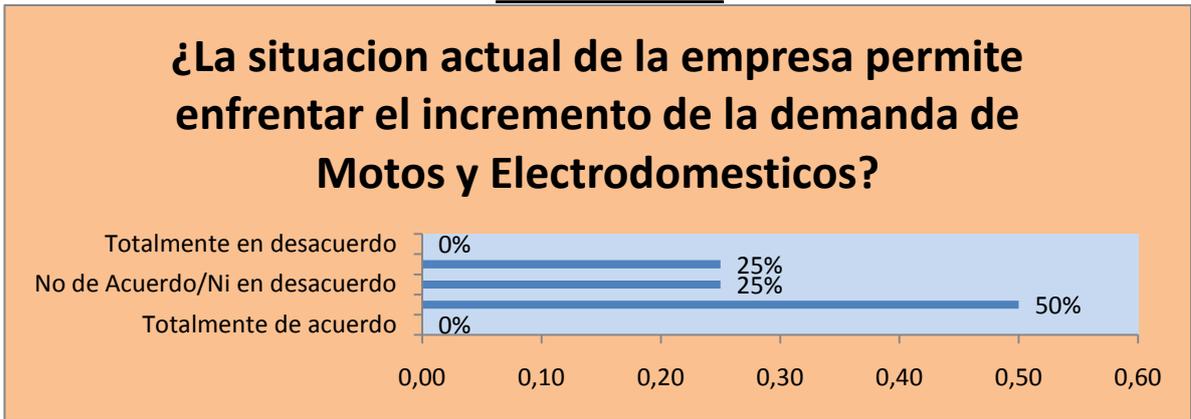
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°17



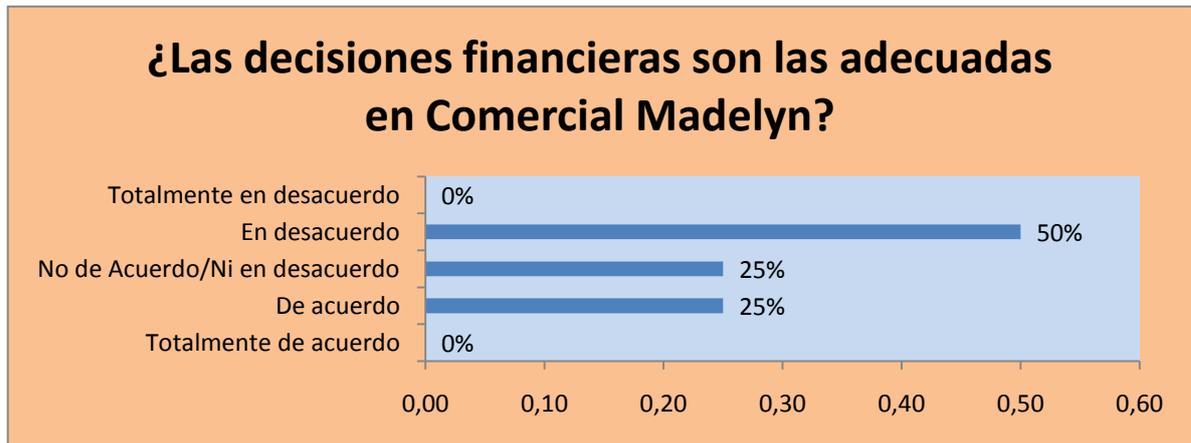
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°18



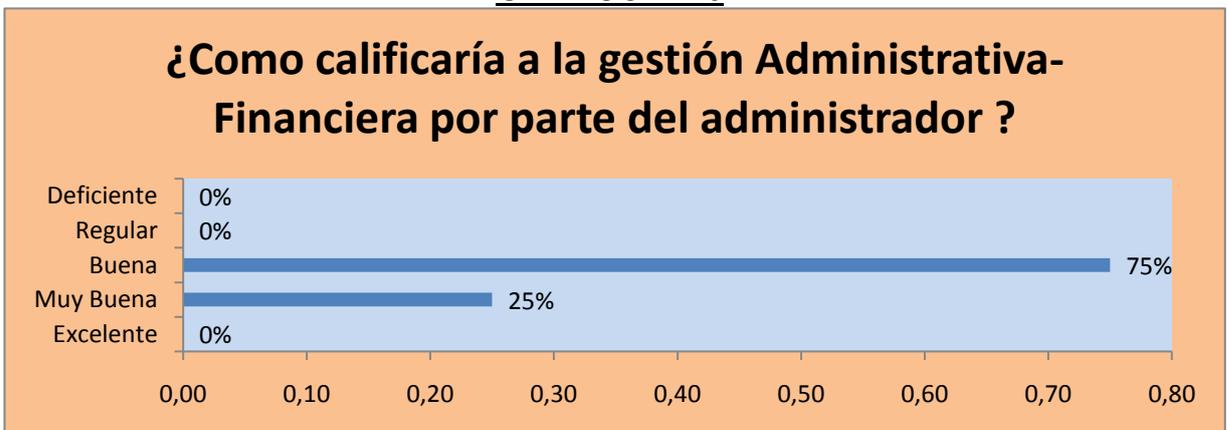
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°19



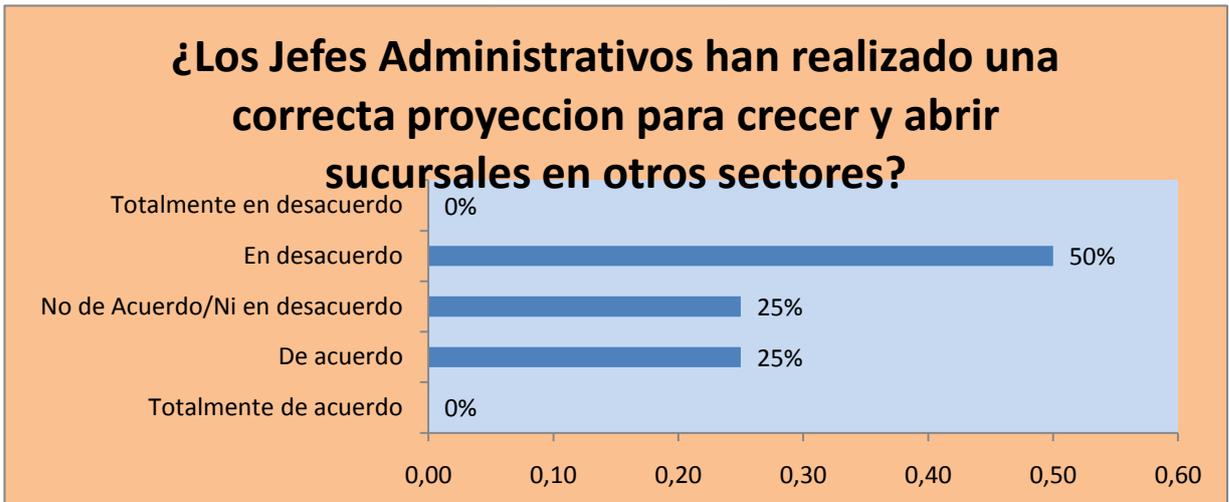
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°20



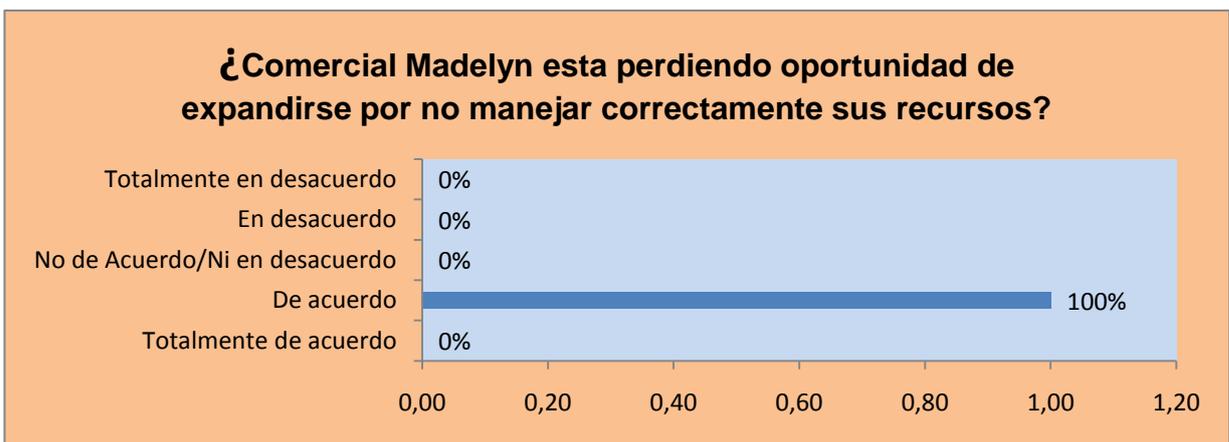
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N° 21



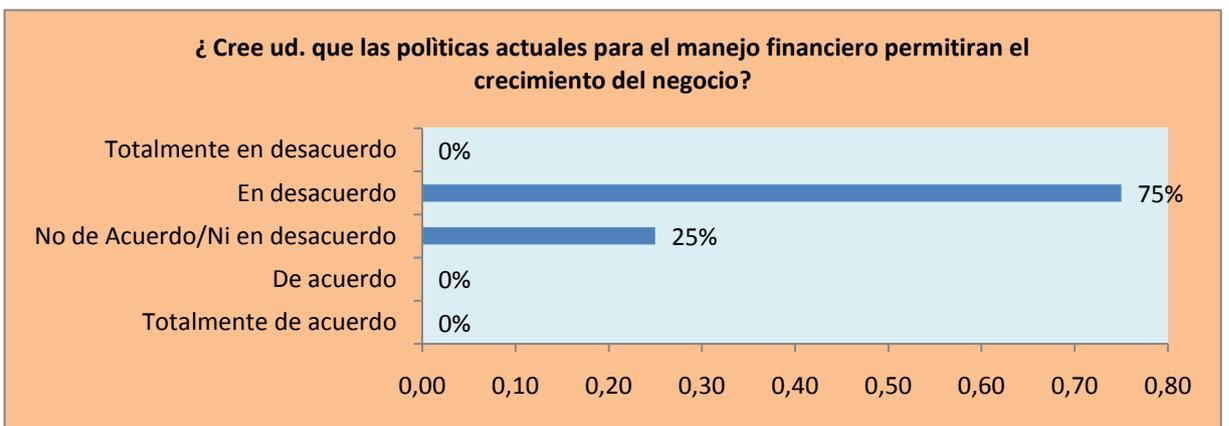
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°22



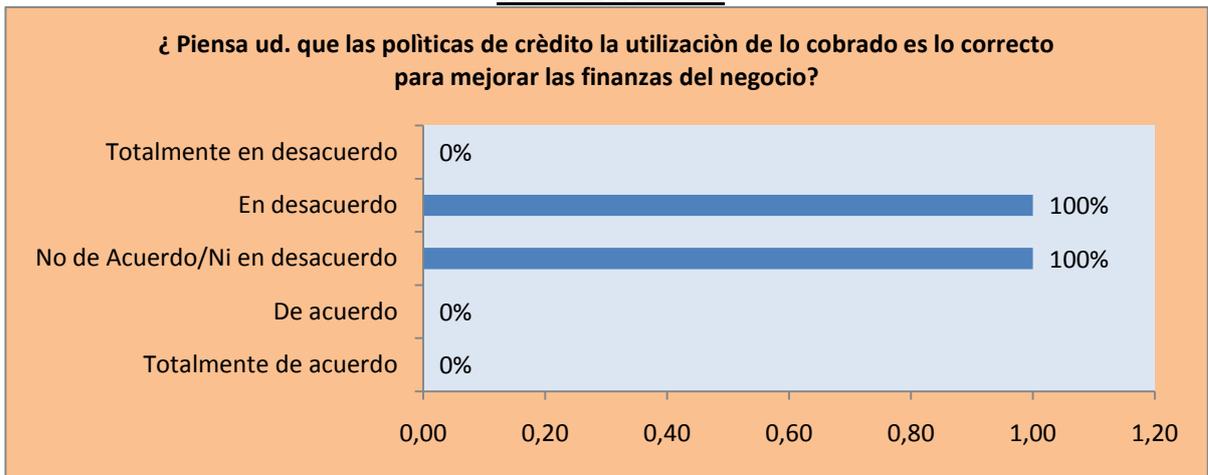
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°23



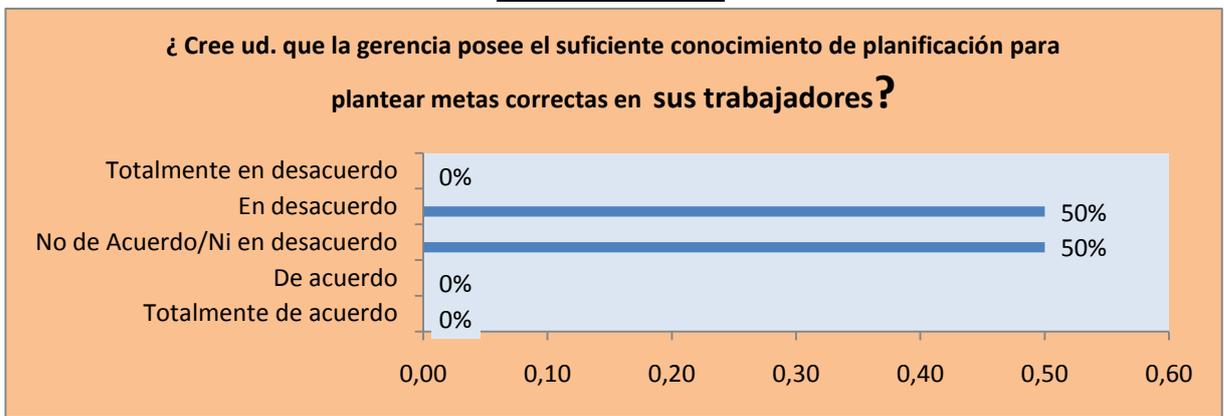
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°24



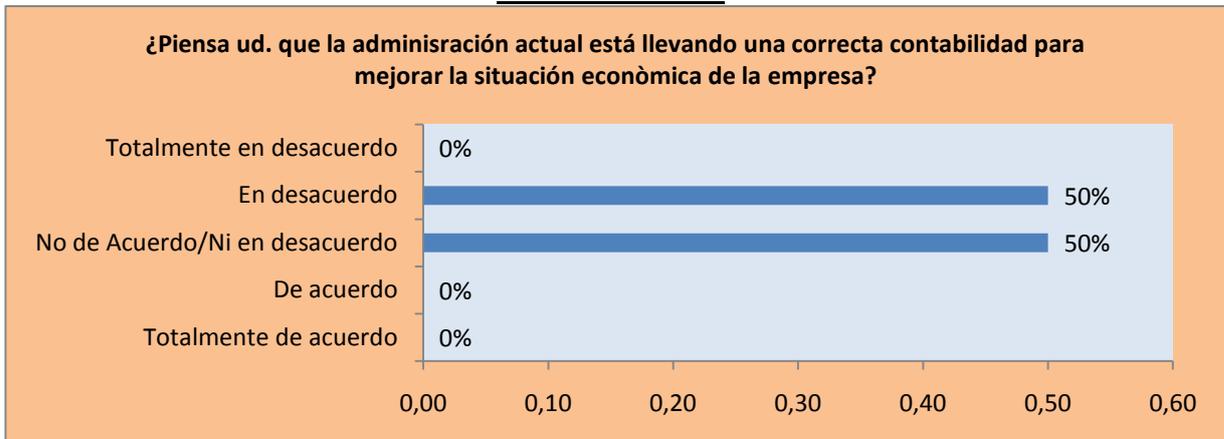
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°25



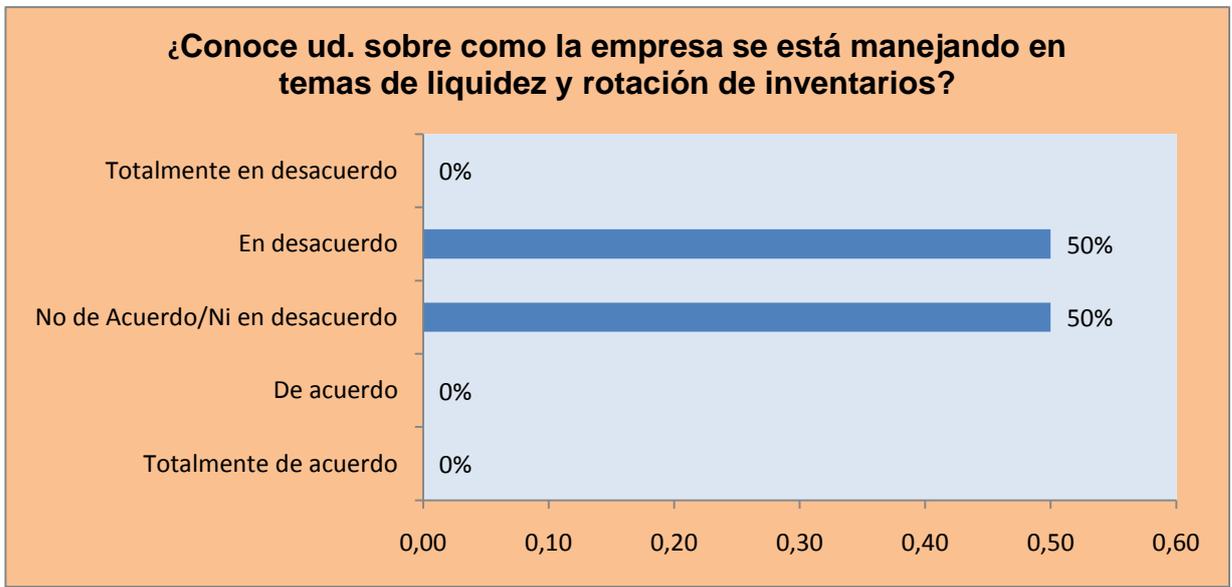
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°26



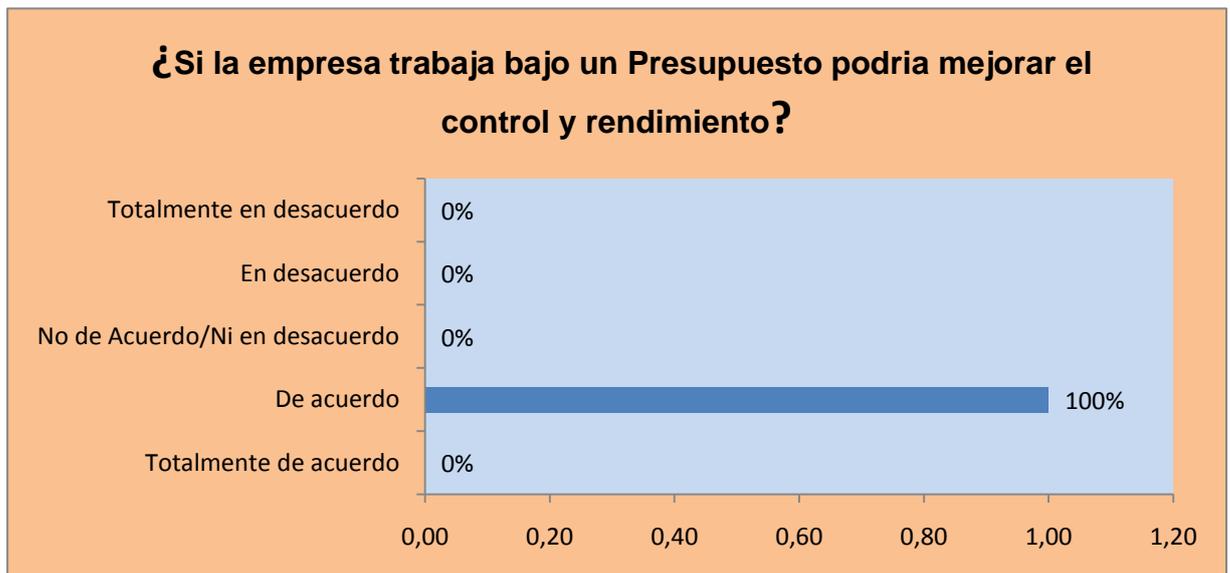
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°27



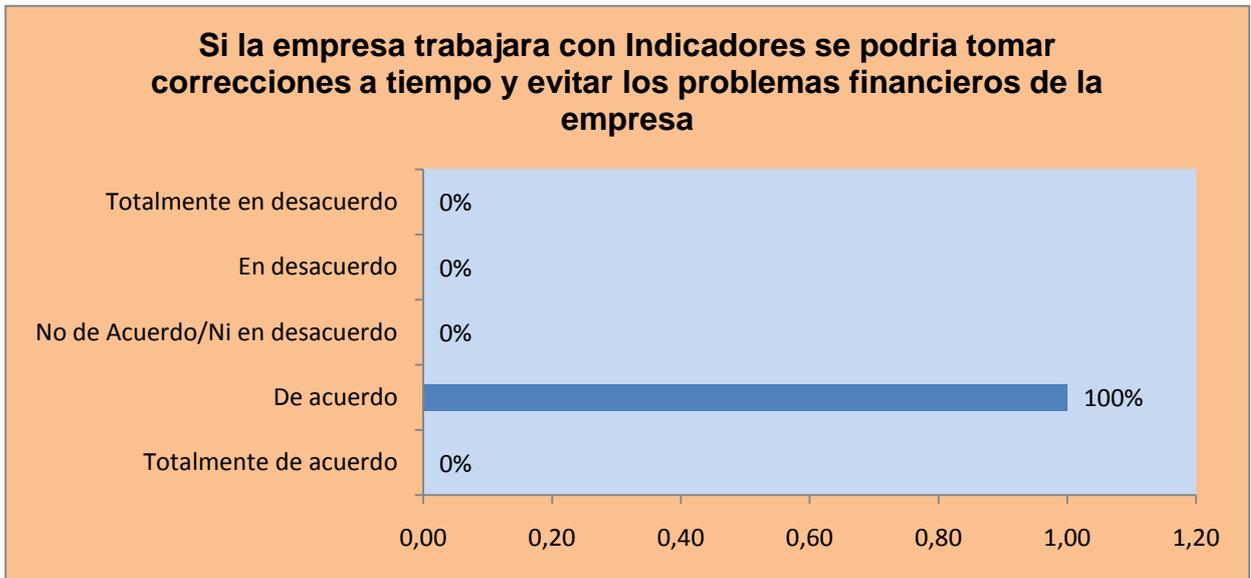
Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°28



Elaborado por: Las autoras

GRAFICO N°29



Elaborado por: Las autoras

ANALISIS:

De acuerdo a lo observado en los gráficos la opinión de los empleados nos indican que a pesar de haberse incrementado las ventas la empresa debería mejorar su forma de operar aplicando indicadores y estudios para que a base de ellos pueda medir el rendimiento de los recursos y así corregir y evitar problemas existentes y a futuro, ya que el 100% de los empleados están de acuerdo.

También debería manejarse en base a presupuestos para dirigir mejor sus recursos ya que si la empresa desea expandirse debería adoptar otras políticas que mejoren el logro de objetivos.

Esta empresa ha sido administrada por su propietario quien tiene pocos conocimientos técnicos según lo observado de las respuestas de los empleados ellos afirman que es hora de hacer cambios significativos y que la gerencia debería cambiar de políticas administrativas.

4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Correlación

Cuadro # 17

CORRELACION PREGUNTA 5 Y PREGUNTA 6		Pregunta 6.-¿Compraría nuevamente artículos en Comercial Madelyn?					TOTAL
		Seguro que Sí	Probablem ente Sí	Puede que Sí/Puede que No	Probablement e No	Seguro que No	
Pregunta 5.-¿Siente ud que al comprar en Comercial Madelyn le ofrece seguridad y garantía en el servicio que ofrece?	Seguro que Sí	145	52	1	0	0	198
	Probablemente Sí	37	105	7	0	0	149
	Puede que Sí/Puede que No	8	9	17	0	0	34
	Probablemente No	0	1	1	0	0	2
	Seguro que No	0	0	0	0	0	0
TOTAL		190	167	26	0	0	383

Elaborado por: Las autoras

Cuadro # 18

CORRELACION PREGUNTA 5 Y PREGUNTA 6		Pregunta 6.-¿Compraría nuevamente artículos en Comercial Madelyn?					TOTAL
		Seguro que Sí	Probablem ente Sí	Puede que Sí/Puede que No	Probablement e No	Seguro que No	
Pregunta 5.-¿Siente ud que al comprar en Comercial Madelyn le ofrece seguridad y garantía en el servicio que ofrece?	Seguro que Sí	38%	14%	0%	0%	0%	52%
	Probablemente Sí	10%	27%	2%	0%	0%	39%
	Puede que Sí/Puede que No	2%	2%	4%	0%	0%	9%
	Probablemente No	0%	0%	0%	0%	0%	1%
	Seguro que No	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL		50%	44%	7%	0%	0%	100%

Elaborado por: Las autoras

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos nos demuestran que 145 clientes los cuales corresponden al 38% afirman que si compraría nuevamente artículos en Comercial Madelyn ya que le ofrece seguridad y garantía en el servicio que ofrece.

Cuadro # 19

CORRELACION PREGUNTA 4 Y PREGUNTA 7		Pregunta 7.-¿Recomendaría ud.a otras personas a comprar articulos en Comercial Madelyn?					TOTAL
		Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo /Ni en	En Desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Pregunta 4.-¿Cree ud.que la administración de Comercial Madelyn se ha mostrado altamente eficiente?	Totalmente de Acuerdo	96	40	6	1	0	143
	De Acuerdo	43	128	10	0	0	181
	Ni de Acuerdo /Ni en Desacuerdo	13	33	11	0	0	57
	En Desacuerdo	0	1	1	0	0	2
	Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
TOTAL		152	202	28	1	0	383

Elaborado por:Las autoras

Cuadro # 20

CORRELACION PREGUNTA 4 Y PREGUNTA 7		Pregunta 7.-¿Recomendaría ud.a otras personas a comprar articulos en Comercial Madelyn?					TOTAL
		Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo /Ni en	En Desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Pregunta 4.-¿Cree ud.que la administración de Comercial Madelyn se ha mostrado altamente eficiente?	Totalmente de Acuerdo	25%	10%	2%	0%	0%	37%
	De Acuerdo	11%	33%	3%	0%	0%	47%
	Ni de Acuerdo /Ni en Desacuerdo	3%	9%	3%	0%	0%	15%
	En Desacuerdo	0%	0%	0%	0%	0%	1%
	Totalmente en desacuerdo	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL		40%	53%	7%	0%	0%	100%

Elaborado por:Las autoras

Análisis:

Según las respuestas de la correlación realizada entre la pregunta 4 y 7 nos indican 128 clientes que corresponden al 33% indican que están de acuerdo en recomendar a otras personas para que adquieran sus artículos ya que también están de acuerdo con la administración se ha mostrado altamente eficiente.

Cuadro # 21

CORRELACION PREGUNTA 1 Y PREGUNTA 9		Pregunta 9.-¿Qué opinión le merece la administración y la organización que se maneja en Comercial Madelyn?					TOTAL
		Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Deficiente	
Pregunta 1.- ¿Piensa ud.que Comercial Madelyn debería mejorar sus servicios en :	Atención al cliente	5	15	23	6	0	49
	Variedad de productos	30	83	27	3	0	143
	Facilidad de Pago	5	9	10	1	0	25
	Transporte de mercadería	5	22	7	1	0	35
	Ninguna de las Anteriores	66	54	7	4	0	131
TOTAL		111	183	74	15	0	383

Elaborado por:Las autoras

Cuadro # 22

CORRELACION PREGUNTA 1 Y PREGUNTA 9		Pregunta 9.-¿Qué opinión le merece la administración y la organización que se maneja en Comercial Madelyn?					TOTAL
		Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Deficiente	
Pregunta 1.- ¿Piensa ud.que Comercial Madelyn debería mejorar sus servicios en :	Atención al cliente	1%	4%	6%	2%	0%	13%
	Variedad de productos	8%	22%	7%	1%	0%	37%
	Facilidad de Pago	1%	2%	3%	0%	0%	7%
	Transporte de mercadería	1%	6%	2%	0%	0%	9%
	Ninguna de las Anteriores	17%	14%	2%	1%	0%	34%
TOTAL		29%	48%	19%	4%	0%	100%

Elaborado por:Las autoras

Análisis:

En los datos antes expuestos de la correlación de la pregunta 1 y 9 las repuestas de 83 clientes que corresponden al 22% nos dicen que la organización de Comercial Madelyn es muy buena pero que debería tener más variedad en sus productos para tener más opciones al adquirir los productos.

Cuadro # 23

CORRELACION PREGUNTA 2 Y PREGUNTA 3		Pregunta 3.-¿Cree ud.que la atención otorgada por Comercial Madelyn corresponden a la de un negocio que ha crecido					TOTAL
		Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo/Ni en	En desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo	
Pregunta 2.- ¿Cuántas veces ha comprado artefactos en Comercial Madelyn en el ultimo año?	Una Vez	46	61	24	1	0	132
	Dos Veces	45	77	17	0	0	139
	Tres Veces	14	31	9	1	0	55
	Mas de 3 Veces	28	22	7	0	0	57
TOTAL		133	191	57	2	0	383

Elaborado por:Las autoras

Cuadro # 24

CORRELACION PREGUNTA 2 Y PREGUNTA 3		Pregunta 3.-¿Cree ud.que la atención otorgada por Comercial Madelyn corresponden a la de un negocio que ha crecido					TOTAL
		Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo/Ni en	En desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo	
Pregunta 2.- ¿Cuántas veces ha comprado artefactos en Comercial Madelyn en el ultimo año?	Una Vez	12%	16%	6%	0%	0%	34%
	Dos Veces	12%	20%	4%	0%	0%	36%
	Tres Veces	4%	8%	2%	0%	0%	14%
	Mas de 3 Veces	7%	6%	2%	0%	0%	15%
TOTAL		35%	50%	15%	1%	0%	100%

Elaborado por:Las autoras

Análisis:

De acuerdo a la correlación realizada entre las preguntas 2 y 3 las respuestas de 77 clientes que corresponden al 20% con relación al total de los clientes indican que están de acuerdo con la atención que les otorga Comercial Madelyn , es por eso que han realizado sus compras 2 veces en el último año.

Cuadro # 25

CORRELACION PROCEDENCIA DE CLIENTES Y PREGUNTA 2		Pregunta 2.-¿Cuántas veces ha comprado artefactos en Comercial Madelyn en el ultimo año?				TOTAL
		Una Vez	Dos Veces	Tres Veces	Mas de 3 Veces	
Procedencia de Clientes	Churute 1	14	22	9	6	51
	Churute 2	9	11	7	16	43
	Km 14	8	7	6	9	30
	Rcto.Martillo	26	7	3	0	36
	Hda Aurora	7	11	0	2	20
	Km 15 (1)	8	6	7	13	34
	Km 15 (2)	6	16	7	2	31
	Balao	9	7	2	2	20
	Coop. 6 de Julio	10	14	4	2	30
	Rcto.Cien Familias	12	11	2	0	25
	Rcto.Roldos	7	16	5	2	30
	Via al 26	7	4	1	3	15
Panorama	9	7	2	0	18	
TOTAL		132	139	55	57	383

Elaborado por:Las autoras

Cuadro # 26

CORRELACION PROCEDENCIA DE CLIENTES Y PREGUNTA 2		Pregunta 2.-¿Cuántas veces ha comprado artefactos en Comercial Madelyn en el ultimo año?				TOTAL
		Una Vez	Dos Veces	Tres Veces	Mas de 3 Veces	
Procedencia de Clientes	Churute 1	4%	6%	2%	2%	13%
	Churute 2	2%	3%	2%	4%	11%
	Km 14	2%	2%	2%	2%	8%
	Rcto.Martillo	7%	2%	1%	0%	9%
	Hda Aurora	2%	3%	0%	1%	5%
	Km 15 (1)	2%	2%	2%	3%	9%
	Km 15 (2)	2%	4%	2%	1%	8%
	Balao	2%	2%	1%	1%	5%
	Coop. 6 de Julio	3%	4%	1%	1%	8%
	Rcto.Cien Familias	3%	3%	1%	0%	7%
	Rcto.Roldos	2%	4%	1%	1%	8%
	Via al 26	2%	1%	0%	1%	4%
Panorama	2%	2%	1%	0%	5%	
TOTAL		34%	36%	14%	15%	100%

Elaborado por:Las autoras

Análisis:

Según la apreciación de los datos en la tabla por la correlación entre los sectores y la pregunta 2 nos indica 26 clientes que corresponden al 7% nos indican que han comprado una vez artefactos en Comercial Madelyn en el último año.

Cuadro # 27

CORRELACION NIVEL DE INGRESOS Y PREGUNTA 2		Pregunta 2.-¿Cuántas veces ha comprado artefactos en Comercial Madelyn en el ultimo año?				TOTAL
		Una Vez	Dos Veces	Tres Veces	Mas de 3 Veces	
Nivel de Ingresos	100-200	20	11	4	5	40
	200-300	48	43	16	19	126
	300-400	47	61	16	16	140
	Mas de 300	17	24	19	17	77
TOTAL		132	139	55	57	383

Elaborado por:Las autoras

Cuadro # 28

CORRELACION NIVEL DE INGRESOS Y PREGUNTA 2		Pregunta 2.-¿Cuántas veces ha comprado artefactos en Comercial Madelyn en el ultimo año?				TOTAL
		Una Vez	Dos Veces	Tres Veces	Mas de 3 Veces	
Nivel de Ingresos	100-200	5%	3%	1%	1%	10%
	200-300	13%	11%	4%	5%	33%
	300-400	12%	16%	4%	4%	37%
	Mas de 300	4%	6%	5%	4%	20%
TOTAL		34%	36%	14%	15%	100%

Elaborado por:Las autoras

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos de la correlación entre ingresos y pregunta 2 nos indican que las personas que tienen ingresos de 300-400 dólares son los que más han comprado artefactos en Comercial Madelyn ya que han comprado dos veces en el último año.

4.3 ANALISIS DE RESULTADOS**Perspectiva de clientes**

Según los resultados encontrados mediante la correlación nos demuestra que la existe fidelidad de los clientes hacia el Comercial ya que han comprado al menos una vez al año sus artefactos, nos recomendarían a otras personas para que realicen sus compras, debemos destacar que los clientes que más han comprado en Comercial Madelyn son los que tienen ingresos aproximados de 300-400 dólares y esto es posible por le ofrece seguridad y garantía.

También los clientes nos indican que debe mejorar la variedad del producto, debe tener mejor organización pero a pesar de las deficiencias su administración es muy buena

4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS

HIPOTESIS	VERIFICACION
<p>Si se realiza un correcto análisis de la situación económica y financiera en comercial Madelyn, entonces mejorara su crecimiento ante la demanda.</p>	<p>Según los resultados encontrados en la pregunta No. 2 de los clientes los encuestados nos dicen que tienen confianza y seguridad para comprar en Comercial Madelyn y además los resultados de la pregunta No 1, 2,3 de los empleados nos corroboran que Comercial Madelyn debería hacer estudios en su situación financiera y administrativa ya que se ha incrementado la demanda y si no cambia no podría responder a los pedidos.</p>
<p>Si se aplica una eficiente Gestión Administrativa, entonces se podrá disponer de recursos para la reinversión.</p>	<p>Según la pregunta 1,3,6 de los clientes nos dicen que La gestión administrativa es buena pero aun hace falta mejorar en variar los productos , la atención, pero que si seguirían comprando sus productos también la pregunta 4,7,8,9 de los empleados que la gestión administrativa debería establecer políticas ,realizar planificaciones para así tomar buenas decisiones</p>
<p>Si utilizamos correctamente una herramienta administrativa y financiera, entonces mejorara el rendimiento económico de la empresa.</p>	<p>De acuerdo a la pregunta 4, 7, 8,9 de los clientes afirman que si Comercial Madelyn hace los cambio respectivos en el área financiera y administrativa sus clientes se sentirán satisfechos mejorando su situación , además la pregunta 10,11,12,13,14 de los empleados nos indican que la administración debería utilizar herramientas financieras como presupuestos , indicadores entre otros con el objeto de encaminarse a lograr las metas y objetivos.</p>

Elaborado por: Las autoras

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Estrategias de perfeccionamiento, administrativas y financieras, para mejorar el funcionamiento operativo de Comercial Madelyn ante la propuesta de expansión de negocios. Año 2013

5.2 FUNDAMENTACION

➤ Fundamentación Administrativa

Esta propuesta nos permitirá llevar un mejor control de las cuentas por que podemos utilizar cronogramas para programar las cuentas por Pagar, las cuentas por Cobrar e incluso como manejar las inversiones.

➤ Fundamentación Económica y Financiera

Al aplicar las estrategias adecuadas nos permitirá realizar controles de los recursos, planificando de una manera correcta y utilizando el presupuesto como herramienta de gestión y de esta manera conocer si tenemos Capital de trabajo necesario o si contamos con capital ocioso para hacer las debidas correcciones.

➤ Fundamentación de Oportunidades del Mercado

Ante el crecimiento de la demanda tenemos oportunidad de crecimiento de participación en el mercado, de conocer más clientes, mejorar nuestros ingresos, llegar a ser líder en la venta de electrodomésticos en los sitios que estamos visitando con nuestro equipo de ventas siempre y cuando utilicemos una buena planificación financiera.

En la economía del país las Pymes son las que tienen más participación en el mercado por ser negocios pequeños que han fluido por el esfuerzo de sus propietarios quienes de una manera empírica comienzan sus operaciones no manejando de una forma adecuada sus operaciones ni sus recursos.

Es por eso que la mayoría de empresas Pymes no llevan controles dando oportunidad a errores y fraudes que perjudican su funcionamiento. Ante esta necesidad de que las Pymes se manejen de una forma organizada para que puedan surgir y mantenerse en el mercado ya que la competencia es agresiva ya que la empresa que no esté bien organizada puede desaparecer por no contar con las herramientas financieras necesarias.

En el Comercial objeto de estudio presenta muchas dificultades por su poca organización, falta de políticas, existen pocos controles, no utilizan herramientas entre otras problemas que presentan haciéndoles dificultoso su operación por lo que es necesario organizarla correctamente.

Este tema beneficiará a todos los relacionados con la empresa antes mencionada que son propietarios, empleados, familias, clientes, proveedores y todos los que guarden relación directa e indirecta con el comercial.

Además de que este tema servirá como base para otros estudios a realizarse y para otras Pymes que se estén organizando y las que deseen hacerlo.

5.3 JUSTIFICACIÓN

Este tema es muy importante desarrollarlo porque beneficia a todos los elementos relacionados de forma directa e indirecta con las empresas, ya que en la economía del país las Pymes son las que tienen más participación en el mercado por ser negocios pequeños que han fluido por el esfuerzos de sus propietarios quienes de una manera empírica comienzan sus operaciones no manejando de una forma adecuada sus operaciones ni sus recursos.

Es por eso que la mayoría de empresas Pymes no llevan controles dando oportunidad a errores y fraudes que perjudican su funcionamiento. Ante esta necesidad de que las Pymes se manejen de una forma organizada para que puedan surgir y mantenerse en el mercado ya que la competencia es agresiva ya que la

empresa que no esté bien organizada puede desaparecer por no contar con las herramientas financieras necesarias.

En el Comercial objeto de estudio presenta muchas dificultades por su poca organización, falta de políticas, existen pocos controles, no utilizan herramientas entre otras problemas que presentan haciéndoles dificultoso su operación por lo que es necesario organizarla correctamente.

Este tema beneficiará a todos los relacionados con la empresa antes mencionada que son propietarios, empleados, familias, clientes, proveedores y todos los que guarden relación directa e indirecta con el comercial.

Además de que este tema servirá como base para otros estudios a realizarse y para otras Pymes que se estén organizando y las que deseen hacerlo.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 OBJETIVO GENERAL

Evaluación de los indicadores financieros de periodos anteriores para realizar una correcta planificación de las operaciones futuras de Comercial Madelyn.

5.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

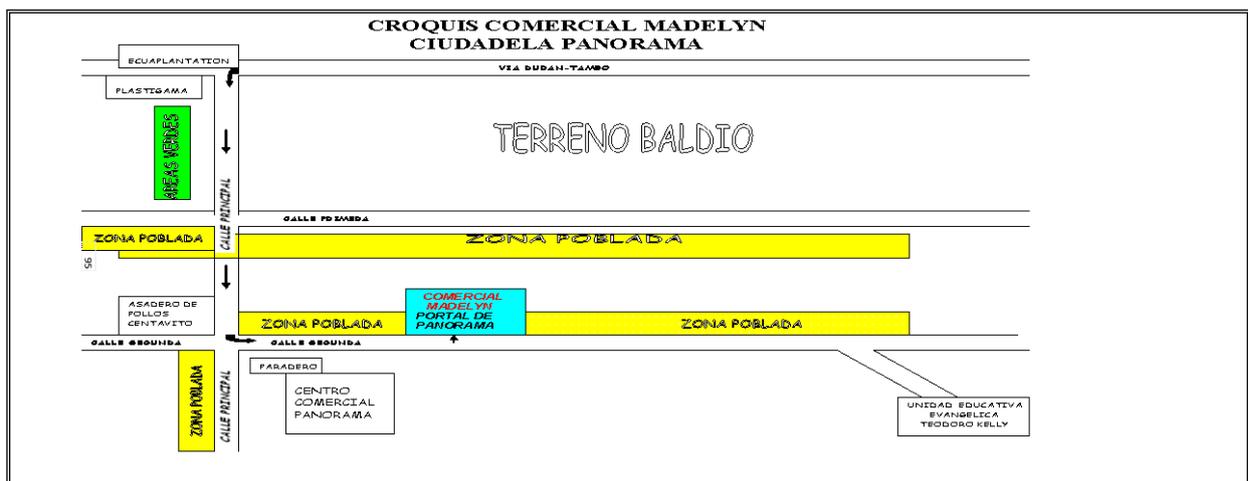
- Realizar el análisis Horizontal y Vertical a los estados financieros para conocer las variaciones de las cuentas de años anteriores.
- Realizar un análisis financiero de incremento de la actividad por ventas y por nueva cartera de crédito
- Plantear Políticas de Crédito y Cobranzas para realizar buenas gestiones y mejorar los ingresos
- Formular estrategias de ventas para mantener un flujo constante de ingresos e incrementar las operaciones de ventas.

- Analizar las necesidades de Capital de trabajo para conocer si la empresa cuenta con recursos para su operación.

5.5 UBICACIÓN

Nuestro proyecto de investigación se lo realizara al Comercial Madelyn que está ubicado en el cantón Duran, que se dedica a la compra y venta de electrodomésticos y motos dentro del mismo cantón y en la zona rural de la vía Duran – Naranjal-Machala.

El Comercial Madelyn se encuentra ubicado en la ciudadela Panorama en las calles Portal de Panorama Mz I, villa 25.



5.6 FACTIBILIDAD

5.6.1 Factibilidad Legal

La estrategia de ampliación de cobertura de clientes por parte del Comercial Madelyn se fundamenta en que podrá extender los créditos siempre que la evaluación financiera nos revele que técnicamente podrá operacionalizarse créditos con los riesgos inherentes correspondientes a la zona de trabajo y a las condiciones económicas del momento.

Para poder establecer compromisos serios entre el cliente y el comercial, se utilizarán documentos de responsabilidad legal donde se pueda controlar la cartera y

de alguna forma disminuir el riesgo de no pago por parte de los clientes. El código de comercio en su articulado reconoce a la letra de cambio como un instrumento legal que permite la exigencia del saldo de cuentas en el acto de comercio.

CÓDIGO DE COMERCIO

ART.486:

El pagare contendrá:

1.- La denominación del documento inserta en el texto mismo y expresado en el idioma empleado en la redacción del documento;

Los pagare que no llevaren la referida denominación, serán, sin embargo validos, si contuvieren la indicación expresa de ser a la orden;

2.- La promesa incondicional de pagar una suma determinada;

3.- La indicación del vencimiento

ART.489

El suscriptor de un pagare se obliga del mismo modo que el aceptante de una letra de cambio¹⁷

PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD GENERALMENTE ACEPTADOS EN EL ECUADOR

Adopción de los Principios de Contabilidad

Una vez adoptado un principio contable, éste sólo puede cambiarse en base a la regla de la preferencia, es decir, cuando otro principio de general aplicación resulte en una mejor medición y reconocimiento de ingresos, costos y gastos de la empresa.

La corrección de un error reflejado en los estados financieros no constituye un cambio de la política contable.

Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en el Ecuador

Los principios contables están divididos en tres grupos:

Principios Básicos.- Son aquellos que se consideran fundamentales por cuanto orientan la acción de la profesión contable.

¹⁷ http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/LEY_DE_CAMARAS_DE_COMERCIO.pdf

Principios Esenciales.- Tienen relación con la contabilidad financiera en general y proporcionan las bases para la formulación de otros principios.

Principios Generales de Operación.- Son los que determinan el registro, medición y presentación de la información financiera.

Solo nos referiremos a los principios básicos

Principios Básicos

Son aquellos que se consideran fundamentales por cuanto orientan la acción de la profesión contable y deben considerarse en la aplicación de los principios contables

Ente contable.- El ente contable lo constituye la empresa como entidad que desarrolla la actividad económica. El campo de acción de la contabilidad financiera, es la actividad económica de la empresa.

Equidad.- La contabilidad y su información deben basarse en el principio de equidad, de tal manera que el registro de los hechos económicos y su información se basen en la igualdad para todos los sectores, sin preferencia para ninguno en particular.

Medición de recursos.- La contabilidad y la información financiera se fundamentan en los bienes materiales e inmateriales que poseen valor económico y por tanto susceptible de ser valuados en términos monetarios. La contabilidad financiera se ocupa por tanto, en forma especial, de la medición de recursos y obligaciones económicas y los cambios operados en ellos.

Período de tiempo.- La contabilidad financiera provee información acerca de las actividades económicas de una empresa por períodos específicos, los que en comparación con la vida misma de la empresa, son cortos. Normalmente los períodos de tiempo de un ejercicio y otros son iguales, con la finalidad de poder establecer comparaciones y realizar análisis que permitan una adecuada toma de decisiones.

Las actividades continuas de la empresa son segmentadas con el fin de que la correspondiente información pueda ser preparada y presentada periódicamente.

Esencia sobre la forma.- La contabilidad y la información financiera se basan sobre la realidad económica de las transacciones. La contabilidad financiera

enfatisa la sustancia o esencia económica del evento, aun cuando la forma legal pueda diferir de la sustancia económica y sugiera diferentes tratamientos.

Continuidad del ente contable.- Los principios contables parten del supuesto de la continuidad de las operaciones del ente contable, empresa en marcha, a menos que se indique lo contrario, en cuyo caso se aplicarán técnicas contables de reconocido valor, en atención a las particulares circunstancias del momento.

Obviamente, si la liquidación de una empresa es inminente, no puede ser considerada como empresa en marcha.

Medición en términos monetarios.- En la contabilidad financiera permite cuantificar en términos cuantificativos o monetarios los recursos, las obligaciones y los cambios que se producen en ellos.

Estimaciones.- En la contabilidad financiera se incluye asignaciones o distribuciones de ciertas partidas, entre períodos de tiempo relativamente cortos de actividades completas y conjuntas, es necesario utilizar estimaciones o aproximaciones. Los resultados inherentes a la actividad económica no permite el poder cuantificar algunos rubros con exactitud por lo que se hace necesario el uso de estimaciones.

Acumulación.- La determinación de los ingresos periódicos y la posición financiera depende de la medición de recursos y obligaciones económicas y sus cambios a medida que éstos ocurren, en lugar de simplemente limitarse al registro de ingresos y pagos de efectivo.

Para la determinación de la utilidad neta periódica y de la situación financiera, es imprescindible el registro de estos cambios. Esta es la esencia de la contabilidad en base al método de acumulación.

Precio de intercambio.- Las mediciones de la contabilidad financiera están basadas principalmente en precios a los cuales los recursos y obligaciones económicas son intercambiados.

Los cambios de recursos procedentes de actividades diferentes al intercambio, por ejemplo la producción, son medidas a través de la asignación de precios anteriores de intercambio, o mediante referencias a precios correspondientes para similares

recursos.

Uniformidad.- Los principios de contabilidad deben ser aplicados uniformemente de un período a otro, es decir, cuando se presenten cambios en los principios técnicos y en sus métodos de aplicación deberá dejarse constancia expresa de tal situación, a la vez que informar sobre los efectos que causen en la información contable. No hay que olvidar que el concepto de la uniformidad permite una mejor utilización de la información y de la presentación de los estados financieros.

Significatividad.- Para los informes financieros se involucran única y exclusivamente en la información suficientemente significativa que pueda afectar las evaluaciones o decisiones sobre los datos presentados¹⁸.

NIC 7 - Estados de Flujos de Efectivo

El objetivo de esta Norma es requerir el suministro de información sobre los cambios históricos en el efectivo y equivalentes al efectivo de una entidad mediante un estado de flujos de efectivo en el que los flujos de fondos del período se clasifiquen según que procedan de actividades de operación, de inversión y de financiación.

Flujos de efectivo son las entradas y salidas de efectivo y equivalentes al efectivo. El efectivo comprende tanto la caja como los depósitos bancarios a la vista. Los equivalentes al efectivo son inversiones a corto plazo de gran liquidez, que son fácilmente convertibles en importes determinados de efectivo, estando sujetos a un riesgo poco significativo de cambios en su valor.

La información acerca de los flujos de efectivo es útil porque suministra a los usuarios de los estados financieros las bases para evaluar la capacidad que tiene la entidad para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como las necesidades de liquidez que ésta tiene. Para tomar decisiones económicas, los usuarios deben evaluar la capacidad que la entidad tiene de generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como las fechas en que se producen y el grado de certidumbre relativa de su aparición¹⁹.

¹⁸ <http://www.google.com.ec/search?hl=es&newwindow>

¹⁹ <http://www.ifrs.org/Documents/IAS07.pdf>

5.6.2 Factibilidad Financiera

Análisis de Estados Financieros de la Empresa “Comercial Madelyn”

Los estados financieros son documentos informativos que sirven a la gerencia como herramienta necesaria para la toma de decisiones ya que en ellos se encuentran el resumen de las transacciones económicas de la empresa además mediante estos se puede determinar la situación financiera, sus resultados periódicos y cambios en su situación financiera.

Entre los estados financieros principales que recibe periódicamente la gerencia de Comercial Madelyn, se encuentran:

- El Estado de Situación (BALANCE GENERAL)
- Estado de Pérdidas y Ganancias (ESTADO DE RESULTADOS)
- Flujo de Efectivo

Gracias a la presencia de la información contable y financiera que mantiene Comercial Madelyn desde hace dos años atrás, se tiene los sustentos de operaciones económicas que permiten acceder a los créditos del sector financiero para cuando se emprenda proyectos de ampliación o de nueva inversión, según que se ha previamente calificado por agentes de crédito de instituciones financieras.

Estado de Situación (Balance General)

El balance general llamado también de situación final, es un estado financiero que muestra la cuantificación de los recursos económicos que posee la empresa, así también como las obligaciones y derechos dentro de la actividad empresarial los cuales pueden ser documentos por pagar y cobrar.

Este balance en Comercial Madelyn es importante porque permite juzgar la capacidad y rentabilidad del comercial, obligando al gerente a tomar decisiones oportunas a fin de precautelar el buen manejo de los recursos.

A continuación se presenta el balance General de Comercial Madelyn de los últimos dos años de actividad económica.

COMERCIAL MADELYN
WASHINGTON SALAZAR MENDOZA
RUC: 0910460740001
BALANCE GENERAL
AÑO 2010-2011

ACTIVOS	2010	2011
CORRIENTE		
CAJA - BANCOS	1.200,00	7.300,11
CUENTAS POR COBRAR	91.500,00	114.429,00
CREDITO TRIBUTARIO IVA	4.347,46	5.039,89
ANTICIPO IMPTO.RENTA	1.196,94	1.512,30
INVENTARIOS	48.069,82	67.565,77
TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTE	146.314,22	195.847,07
ACTIVOS FIJOS		
LOCAL BODEGA	30.000,00	30.000,00
(-)Depreciacion Acumulada de Local	- 3.000,00	- 6.000,00
VEHICULO-CAMIONETA (Gerente)	9.000,00	9.000,00
(-)Depreciacion Acumulada de Vehiculo Adm.	- 450,00	- 900,00
VEHICULO-CAMION (ventas)	12.000,00	32.000,00
(-)Depreciacion Acumulada de Vehiculo-Venta	- 600,00	- 1.600,00
EQUIPO DE COMPUTACION	850,00	850,00
(-)Depreciacion Acumulada de Equipo de Com	- 283,33	- 566,67
MUEBLES Y ENSERES	550,00	550,00
(-)Depreciacion Acumulada de Muebles y ense	- 55,00	- 110,00
TOTAL DE ACTIVO FIJO	48.011,67	63.223,33
TOTAL DE ACTIVOS	194.325,89	259.070,40
PASIVOS		
CUENTAS X PAGAR	62.717,77	76.957,32
IMPTO A LA RENTA X PAGAR	581,89	-
RETENCIONES RENTA X PAGAR	276,14	162,15
TOTAL PASIVOS	63.575,80	77.119,47
PATRIMONIO		
CAPITAL	66.377,21	66.377,21
PERDIDAS EJERCICIOS ANTERIORES	- 4.607,35	- 4.607,35
UTILIDAD EJERCICIOS ANTERIORES	15.711,26	68.980,23
UTILIDAD PRESENTE EJERCICIO	53.268,97	51.200,85
TOTAL PATRIMONIO	130.750,09	181.950,93
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	194.325,89	259.070,40

Fuente: Estados Financieros

Estado de Pérdidas y Ganancias (estado de resultados)

Es un cuadro demostrativo que entrega información analítica de todos los factores que durante el ejercicio económico alteraron el patrimonio de la empresa.

Tiene como finalidad entregar resultados operacionales a causa de las variaciones de ingresos y egresos y estos resultados pueden ser de utilidad o pérdida.

En Comercial Madelyn es muy importante el balance de resultados porque suministra información al gerente general acerca de la liquidez y solvencia de la empresa para futuras negociaciones.

A continuación se presenta el estado de resultados de Comercial Madelyn:

WASHINGTON SALAZAR MENDOZA ESTADO DE RESULTADOS AÑO 2010-2011

	2010	2011
VENTAS	315.060,54	327.475,00
COSTO DE VENTAS	220.569,35	230.564,13
UTILIDAD BRUTA	94.491,19	96.910,88
TOTAL DE GASTOS	41.222,22	45.710,03
HONORARIOS PROFESIONALES	1.632,00	1.880,96
SUELDOS	14.400,00	14.832,00
COMBUSTIBLE	1.430,00	1.570,59
SUMINISTROS Y MATERIALES	520,72	785,50
TRANSPORTE	2.358,67	3.542,11
SEGUROS	2.000,17	2.116,79
ARRIENDO	9.800,00	9.800,00
GASTOS DE VIAJE Y MOVILIZACION	1.682,56	1.843,69
SERVICIOS PUBLICOS	582,70	675,84
DEPRECIACIÓN	4.388,33	4.788,33
GASTOS DE GESTIÓN	1.322,76	2.783,59
PAGOS POR OTROS SERVICIOS	850,00	926,81
PAGO POR OTROS BIENES	254,31	163,82
UTILIDAD NETA	53.268,97	51.200,85

Fuente: Estados Financieros

EL ANALISIS VERTICAL

Consiste en determinar el peso proporcional que tiene cada uno de los rubros detallados en los estados financieros, con respecto a los valores totales razón de ser del balance como es el total de los activos y del estado de resultados como es el total de los ingresos. Así se conocerá la composición y estructura de los estados financieros.

Análisis Vertical del Balance General

Se analiza la composición de los activos, pasivos y patrimonio de acuerdo al porcentaje que representa con respecto al total, en este análisis se trata de revisar si el negocio tiene una distribución equitativa de la representación de la cuentas de acuerdo a las necesidades financieras y operativas. Al conocer cuánto representa cada activo con respecto al total, nos da una pauta de si la empresa está atravesando una situación positiva o de eficiencia administrativa.

A continuación se presenta un resumen y el detalle de la composición de los activos logrados por la administración de Comercial Madelyn.

DETALLE	AÑO 2010	AÑO 2011
ACTIVO CORRIENTE	75.29 %	75.6%
ACTIVO FIJO	24.71%	24.4%
PASIVO CORRIENTE	32.72 %	29.77%
PATRIMONIO	67.28 %	70.23%

La composición general nos dice que mayormente los activos de este negocio son de tipo corriente, y que al parecer no se han acumulado activos fijos y se ha concentrado en la administración de cartera, de flujo de efectivo y de inventarios.

También se puede analizar en términos generales, que no se ha mejorado la estructura de financiamiento asumiendo la mayor parte del riesgo, el propietario del negocio.

WASHINGTON SALAZAR MENDOZA				
BALANCE GENERAL-ANALISIS VERTICAL				
AÑO 2010-2011				
ACTIVOS	2010	%	2011	%
CORRIENTE				
CAJA	1.200,00	0,62%	7.300,11	2,82%
CUENTAS POR COBRAR	91.500,00	47,09%	114.429,00	44,17%
CREDITO TRIBUTARIO IVA	4.347,46	2,24%	5.039,89	1,95%
ANTICIPO IMPTO.RENTA	1.196,94	0,62%	1.512,30	0,58%
INVENTARIOS	48.069,82	24,74%	67.565,77	26,08%
TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTE	146314,22	75,29%	195847,07	75,60%
ACTIVOS FIJOS				
LOCAL BODEGA	30.000,00	15,44%	30.000,00	11,58%
(-)Depreciacion Acumulada de Local	- 3.000,00	-1,54%	- 6.000,00	-2,32%
VEHICULO-CAMIONETA (Gerente)	9.000,00	4,63%	9.000,00	3,47%
(-)Depreciacion Acumulada de Vehiculo Adr	- 450,00	-0,23%	- 900,00	-0,35%
VEHICULO-CAMION (ventas)	12.000,00	6,18%	32.000,00	12,35%
(-)Depreciacion Acumulada de Vehiculo-Ver	- 600,00	-0,31%	- 1.600,00	-0,62%
EQUIPO DE COMPUTACION	850,00	0,44%	850,00	0,33%
(-)Depreciacion Acumulada de Equipo de C	- 283,33	-0,15%	- 566,67	-0,22%
MUEBLES Y ENSERES	550,00	0,28%	550,00	0,21%
(-)Depreciacion Acumulada de Muebles y er	- 55,00	-0,03%	- 110,00	-0,04%
TOTAL DE ACTIVO FIJO	48.011,67	24,71%	63.223,33	24,40%
TOTAL DE ACTIVOS	194.325,89	100%	259.070,40	100%
PASIVOS				
CUENTAS X PAGAR	62.717,77	32,27%	76.957,32	29,71%
IMPTO A LA RENTA X PAGAR	581,89	0,30%	-	0,00%
RETENCIONES RENTA X PAGAR	276,14	0,14%	162,15	0,06%
TOTAL PASIVOS	63.575,80	32,72%	77.119,47	29,77%
PATRIMONIO				
CAPITAL	66.377,21	34,16%	66.377,21	25,62%
PERDIDAS EJERCICIOS ANTERIORES	- 4.607,35	-2,37%	- 4.607,35	-1,78%
UTILIDAD EJERCICIOS ANTERIORES	15.711,26	8,09%	68.980,23	26,63%
UTILIDAD PRESENTE EJERCICIO	53.268,97	27,41%	51.200,85	19,76%
TOTAL PATRIMONIO	130.750,09	67,28%	181.950,93	70,23%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	194.325,89	100%	259.070,40	100%

Análisis Vertical 2010:

En el año 2010 podemos indicar que el activo corriente que es el 75.29 % si cubre el pasivo corriente que es del 32.72%, es decir haciendo efectivo todo nuestro activo podemos cumplir con nuestras obligaciones.

También podemos decir que las cuentas que tiene más representatividad de acuerdo a los valores expuestos son las cuentas por cobrar con un 47.09% y los inventarios con un 24.74 % que con el tiempo se convertirán en efectivo al realizar sus ventas en el caso de los inventarios o al realizar los cobros en el caso de las cuentas por cobrar.

En el pasivo existe una sola que tiene representatividad que son las cuentas por pagar que son del 32.27% es decir la empresa en este año no se encuentra con deudas las cuales si puede cancelar.

El patrimonio de Comercial Madelyn representa un 67.28 % en este año siendo el capital un 34.16 % y una utilidad del ejercicio económico de este año del 27.41%, pero arrastrando una pérdida del año 2008 del 2.37 % el cual se está amortizando siendo este el segundo en que se realiza este procedimiento.

Análisis Vertical 2011:

De acuerdo a los datos del año 2011 podemos indicar que el activo corriente que es el 75.6 % si cubre el pasivo corriente que representa el 29.77%, considerando que el análisis de este año también cubre las obligaciones.

En el año 2011 también las cuentas por cobrar tienen una representatividad del 44.17% y los inventarios con un 26.08% lo que nos indican que el inventario ha incrementado por que se ha incrementado las gestiones de ventas y por ende las cuentas por cobrar subieron.

En el pasivo las cuentas por pagar tienen una representatividad del 29.71% con un porcentaje de representatividad menor al del año anterior, es decir que la empresa esta endeudada un porcentaje de menor representatividad con respecto al total de activos.

La situación patrimonial representa un 70.23 % la cual está comprendida con un 26.63% de las utilidades de ejercicios anteriores que es el valor que reduce la

participación en otros rubros, se analiza que solo un 19.76 % representa a la utilidad de este ejercicio económico, el capital representa un 25.62 % es decir un porcentaje menor al año anterior.

Análisis Vertical del Estado de Resultados

Se analiza la composición de los ingresos y egresos para conocer qué porcentaje de los egresos corresponde a costos de productos y que porcentaje corresponde a gastos operativos. Esto nos dará una visión global de las actividades necesarias para llevar a cabo las operaciones dentro de la actividad de la empresa y de la porción de los ingresos que se ha utilizado para cubrirlas. Para los años 2010 y 2011 las utilidades representan un 17% y 16% respectivamente. Si bien este nivel de utilidades en términos porcentuales es algo bajo, en cifras conocemos que ha servido para mantenerse sin mayores niveles de financiamiento externo.

Si se apunta a la expansión del negocio es necesario revisar el incremento posible de las ventas y reducir el porcentaje de costos y llevarlo a por lo menos que signifique un 65%.

DETALLE DEL ESTADO DE RESULTADOS

DETALLE	AÑO 2010	AÑO 2011
VENTAS	100 %	100 %
COSTOS	70 %	70 %
GASTOS	13 %	14 %
UTILIDAD NETA	17 %	16 %

En el resumen de las operaciones del negocio se observa que se mantienen los costos de los productos con respecto al margen bruto de ganancias que se ha estipulado la administración del Comercial Madelyn, sin embargo se nota que los gastos han aumentado su representatividad en los egresos y por tanto están afectando a la utilidad líquida de este negocio.

WASHINGTON SALAZAR MENDOZA				
ESTADO DE RESULTADOS-ANALISIS VERTICAL				
	2010	%	2011	%
VENTAS	315.060,54	100%	327.475,00	100%
COSTO DE VENTAS	220.569,35	70%	230.564,13	70%
UTILIDAD BRUTA	94.491,19	30%	96.910,88	30%
TOTAL DE GASTOS	41.222,22	13%	45.710,03	14%
HONORARIOS PROFESIONALES	1.632,00	0,52%	1.880,96	0,57%
SUELDOS	14.400,00	4,57%	14.832,00	4,53%
COMBUSTIBLE	1.430,00	0,45%	1.570,59	0,48%
SUMINISTROS Y MATERIALES	520,72	0,17%	785,50	0,24%
TRANSPORTE	2.358,67	0,75%	3.542,11	1,08%
SEGUROS	2.000,17	0,63%	2.116,79	0,65%
ARRIENDO	9.800,00	3,11%	9.800,00	2,99%
GASTOS DE VIAJE Y MOVILIZACION	1.682,56	0,53%	1.843,69	0,56%
SERVICIOS PUBLICOS	582,70	0,18%	675,84	0,21%
DEPRECIACIÓN	4.388,33	1,39%	4.788,33	1,46%
GASTOS DE GESTIÓN	1.322,76	0,42%	2.783,59	0,85%
PAGOS POR OTROS SERVICIOS	850,00	0,27%	926,81	0,28%
PAGO POR OTROS BIENES	254,31	0,08%	163,82	0,05%
BASE IMPONIBLE	53.268,97	16,91%	51.200,85	15,64%

En el estado de resultados las ventas se las identifica como el 100% de los ingresos que percibe el Comercial Madelyn al vender sus productos, de este porcentaje se le va restando sus costos y gastos los cuales representa en el año 2010 el 70% de costos, quedando como margen bruto en ventas un 30%, iguales porcentajes se mantienen para el año 2011, con la diferencia que en este año los gastos se han elevado, quedando como utilidad neta el 15.64%, esto es un porcentaje menor al del año anterior, ya que para el 2010 representa el 16.91%.

Entre los gastos más representativos se encuentran los sueldos que se tienen que pagar al personal de ventas y de control administrativo con un 4.57% para el 2010 y 4.53% para el 2011. El arriendo de bodegas también es un gasto de los más representativos con un 3.11% para el 2010 y 3% para el 2011.

El combustible es el que se utiliza en los vehículos tanto para entregar la mercadería como para hacer gestiones de cobranzas.

Los gastos de viajes son los que el gerente utiliza para realizar gestiones administrativas para aumentar los ingresos.

Los suministros que se componen de la papelería en general que se utiliza en Comercial Madelyn.

Lo que nos indica que Comercial Madelyn a pesar de no haber contado con una organización tan sofisticada ha sabido mantener utilidad en sus operaciones.

ANÁLISIS HORIZONTAL

En este nuevo análisis lo que se trata de realizar es medir las variaciones absolutas de los saldos de las cuentas representadas en los estados financieros, así como las variaciones relativas; de esta forma sabremos si hubo crecimiento o decrecimiento en los estados financieros. Este análisis ayudará a la gerencia a conocer el comportamiento de la empresa en cuanto a los movimientos de los saldos de las cuentas.

DETALLE	AÑO 2010	AÑO 2011	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION PORCENTUAL
ACTIVO CORRIENTE	146.314,22	195.847,07	49.532,85	34 %
ACTIVO FIJO	48.011,67	63.223,33	15.211,66	32 %
PASIVO CORRIENTE	63.575,80	77.119,47	13.543,67	21 %
PATRIMONIO	130.750,09	181.950,93	51.200,85	39 %

De este resumen de las variaciones sufridas en los totales de los grupos de activos, pasivos y patrimonio, podemos deducir los cambios sufridos en el grupo de cuentas, de allí que podemos observar que los activos corrientes se han incrementado 34% con respecto al año anterior, los activos fijos tienen un nuevo valor que representa un incremento del 32%.

Por el lado de los pasivos, este se ha incrementado en un 21% mientras que el patrimonio se ha incrementado en un 39% con respecto al 2010. Esto nos ayuda a interpretar que si ha existido cambios desde el año 2010 hasta el año 2011, siendo estos cambios el crecimiento de los saldos de las cuentas lo que implica una mejor administración y aplicación de controles y conciliaciones para el manejo eficiente hacia una expansión de negocio.

WASHINGTON SALAZAR MENDOZA				
BALANCE GENERAL-ANALISIS HORIZONTAL				
AÑO 2010-2011				
ACTIVOS	2010	2011	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
CORRIENTE				
CAJA	1.200,00	7.300,11	6.100,11	508%
CUENTAS POR COBRAR	91.500,00	114.429,00	22.929,00	25%
CREDITO TRIBUTARIO IVA	4.347,46	5.039,89	692,43	16%
ANTICIPO IMPTO.RENTA	1.196,94	1.512,30	315,36	26%
INVENTARIOS	48.069,82	67.565,77	19.495,95	41%
TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTE	146314,22	195847,07	49.532,85	34%
ACTIVOS FIJOS				
LOCAL BODEGA	30.000,00	30.000,00	-	0%
(-)Depreciacion Acumulada de Local	- 3.000,00	- 6.000,00	- 3.000,00	100%
VEHICULO-CAMIONETA (Gerente)	9.000,00	9.000,00	-	0%
(-)Depreciacion Acumulada de Vehiculo Adm.	- 450,00	- 900,00	- 450,00	100%
VEHICULO-CAMION (ventas)	12.000,00	32.000,00	20.000,00	167%
(-)Depreciacion Acumulada de Vehiculo-Ventas	- 600,00	- 1.600,00	- 1.000,00	167%
EQUIPO DE COMPUTACION	850,00	850,00	-	0%
(-)Depreciacion Acumulada de Equipo de Computa	- 283,33	- 566,67	- 283,34	100%
MUEBLES Y ENSERES	550,00	550,00	-	0%
(-)Depreciacion Acumulada de Muebles y enseres	- 55,00	- 110,00	- 55,00	100%
TOTAL DE ACTIVO FIJO	48011,67	63223,33	15211,66	32%
TOTAL DE ACTIVOS	194.325,89	259.070,40	64.744,51	33%
PASIVOS				
CUENTAS X PAGAR	62.717,77	76.957,32	14.239,55	23%
IMPTO A LA RENTA X PAGAR	581,89	-	- 581,89	-100%
RETENCIONES RENTA X PAGAR	276,14	162,15	- 113,99	-41%
TOTAL PASIVOS	63.575,80	77.119,47	13.543,67	21%
PATRIMONIO				
CAPITAL	66.377,21	66.377,21	-	0%
PERDIDAS EJERCICIOS ANTERIORES	- 4.607,35	- 4.607,35	-	0%
UTILIDAD EJERCICIOS ANTERIORES	15.711,26	68.980,23	53.268,97	339%
UTILIDAD PRESENTE EJERCICIO	53.268,97	51.200,85	- 2.068,12	-4%
TOTAL PATRIMONIO	130.750,09	181.950,93	51.200,85	39%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	194.325,89	259.070,40	64.744,52	33%

Análisis Horizontal del Balance General

Según las cifras presentadas en el balance nos indican que Comercial Madelyn ha incrementado sus activos corrientes del año 2010 frente al año 2011 en un 34% en las cuentas que se observa el aumento mayormente en los saldos de la cuenta caja en un 508%, mientras que en otras cuentas como inventarios se incrementa 41%, cuentas por cobrar se incrementa 25%, y otras que son exigibles al estado se incrementa en 16 y 26% respectivamente.

En cambio en el activo fijo se ha incrementado su saldo en un 32% esto se debe a la adquisición de un nuevo vehículo para realizar las gestiones de publicidad, entrega y visita por cobranzas a ciertos clientes, ahora la cuenta de vehículos representa 167% más que los saldos del año anterior. La aplicación de la depreciación que hace disminuir el valor de los activos por el desgaste que sufren los bienes disminuye el valor de los mismos sin embargo por efectos de adquisición el saldo total se ve incrementado.

El pasivo también ha sufrido un aumento de un 21 % y la cuenta que se observa el aumento es en las cuentas por pagar que es la que tiene más representatividad con un 23% de incremento.

Realizando un análisis global de los activos corriente y pasivos corrientes podemos decir que el año 2011 con respecto al año 2010, Comercial Madelyn tienen ha incrementado sus activos corrientes en mayor medida que los pasivos corrientes, así el crecimiento de las cuentas por pagar y de los inventarios tienen que analizarse en conjunto con el crecimiento de las cuentas por cobrar.

En patrimonio también nos demuestra a presentado un aumento del 39 % debido al aumento de la utilidad del presente ejercicio, y analizando el capital de trabajo presenta también un incremento del 43% lo que nos permite deducir que se pueden incrementar las operaciones de negocio siempre que se establezca un planificación estratégica para conseguir resultados satisfactorios en este mercado.

WASHINGTON SALAZAR MENDOZA				
ESTADO DE RESULTADOS-ANALISIS HORIZONTAL				
	2010	2011	VARIACION	%
VENTAS	315.060,54	327.475,00	12.414,46	4%
COSTO DE VENTAS	220.569,35	230.564,13	9.994,77	5%
UTILIDAD BRUTA	94.491,19	96.910,88	2.419,69	3%
TOTAL DE GASTOS	41.222,22	45.710,03	4.487,81	11%
HONORARIOS PROFESIONALES	1.632,00	1.880,96	248,96	15%
SUELDOS	14.400,00	14.832,00	432,00	3%
COMBUSTIBLE	1.430,00	1.570,59	140,59	10%
SUMINISTROS Y MATERIALES	520,72	785,50	264,78	51%
TRANSPORTE	2.358,67	3.542,11	1.183,44	50%
SEGUROS	2.000,17	2.116,79	116,62	6%
ARRIENDO	9.800,00	9.800,00	-	0%
GASTOS DE VIAJE Y MOVILIZACION	1.682,56	1.843,69	161,13	10%
SERVICIOS PUBLICOS	582,70	675,84	93,14	16%
DEPRECIACIÓN	4.388,33	4.788,33	400,00	9%
GASTOS DE GESTIÓN	1.322,76	2.783,59	1.460,83	110%
PAGOS POR OTROS SERVICIOS	850,00	926,81	76,81	9%
PAGO POR OTROS BIENES	254,31	163,82	- 90,49	-36%
BASE IMPONIBLE	53.268,97	51.200,85	- 2.068,12	-3,9%

Análisis Horizontal del Estado de Pérdidas y Ganancias:

En este análisis las ventas se han incrementado desde el año 2010 hasta el año 2011 en un 4%, también los costos se han incrementado un 5% es decir que se ha estado realizando gestiones de ventas ya que en el balance general las cuentas por cobrar aumentaron y esto ha motivado el incremento del inventario.

En relación a los gastos estos se han incrementado de un año a otro en un 11% entre los gasto que tienen más representatividad son los gastos de suministros y materiales en un 51%, el gasto de transporte que se ha incrementado en un 50%, los gastos de gestión de ventas y visitas a proveedores se ha incrementado en un 110%, la regulación de actividades personales de alguna forma ligadas a las del negocio ha permitido reducir este rubro en un 36%. Del resultado final se entiende que las utilidades netas y base imponible para impuesto disminuye en un 3.9%.

EVALUACIÓN DE FUENTES Y USOS

Un aspecto importante para conocer las razones de cambio en el saldo de las cuentas es el análisis de fuentes y usos de efectivo, que no es otra cosa que sustentar las variaciones en términos equivalentes al efectivo, determinando si es fuente o uso dependiendo de si se incrementa o se reducen los saldos. Esta categorización permite al gerente analizar desde donde se están originando los fondos disponibles y hacia donde se están asignando los fondos disponibles. La diferencia entre fuentes y usos es justamente la variación en los saldos de caja.

WASHINGTON SALAZAR MENDOZA BALANCE GENERAL-FUENTES Y USOS AÑO 2010-2011

ACTIVOS	2010	2011	VARIACIONES	USO	FUENTE
CORRIENTE					
CAJA	1.200,00	7.300,11	6.100,11		
CUENTAS POR COBRAR	91.500,00	114.429,00	22.929,00	22.929,00	
CREDITO TRIBUTARIO IVA	4.347,46	5.039,89	692,43	692,43	
ANTICIPO IMPTO.RENTA	1.196,94	1.512,30	315,36	315,36	
INVENTARIOS	48.069,82	67.565,77	19.495,95	19.495,95	
TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTE	146.314,22	195.847,07			
ACTIVOS FIJOS					
LOCAL BODEGA	30.000,00	30.000,00	-		
(-)Depreciacion Acumulada de Local	- 3.000,00	- 6.000,00	- 3.000,00		3.000,00
VEHICULO-CAMIONETA (Gerente)	9.000,00	9.000,00	-		
(-)Depreciacion Acumulada de Vehiculo Adm.	- 450,00	- 900,00	- 450,00		450,00
VEHICULO-CAMION (ventas)	12.000,00	32.000,00	20.000,00	20.000,00	
(-)Depreciacion Acumulada de Vehiculo-Ventas	- 600,00	- 1.600,00	- 1.000,00		1.000,00
EQUIPO DE COMPUTACION	850,00	850,00	-		
(-)Depreciacion Acumulada de Equipo de Computa	- 283,33	- 566,67	- 283,34		283,34
MUEBLES Y ENSERES	550,00	550,00	-		
(-)Depreciacion Acumulada de Muebles y enseres	- 55,00	- 110,00	- 55,00		55,00
TOTAL DE ACTIVO FIJO	48.011,67	63.223,33			
TOTAL DE ACTIVOS	194.325,89	259.070,40	64.744,51		
PASIVOS					
CUENTAS X PAGAR	62.717,77	76.957,32	14.239,55		14.239,55
IMPTO A LA RENTA X PAGAR	581,89	-	- 581,89	581,89	
RETENCIONES IVA X PAGAR	-	-	-		
RETENCIONES RENTA X PAGAR	276,14	162,15	- 113,99	113,99	
TOTAL PASIVOS	63.575,80	77.119,47			
PATRIMONIO					
CAPITAL	66.377,21	66.377,21	-	-	
PERDIDAS EJERCICIOS ANTERIORES	- 4.607,35	- 4.607,35	-		
UTILIDAD EJERCICIOS ANTERIORES	15.711,26	68.980,23	53.268,97		53.268,97
UTILIDAD PRESENTE EJERCICIO	53.268,97	51.200,85	- 2.068,12	2.068,12	
TOTAL PATRIMONIO	130.750,09	181.950,93			
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	194.325,89	259.070,40	64.744,52	66.196,74	72.296,86

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

El estado de flujo de efectivo nos indica las razones de ingreso y egreso del efectivo dividiendo a las cuentas en grupos de cuentas operativas, de financiamiento o de inversión dentro del negocio, de esta forma sabremos cuales son los mayores motivos para esta variación del saldo de caja del año 2010 al año 2011.

WASHINGTON SALAZAR MENDOZA ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO AÑO 2010-2011

Flujo de Operación	
Utilidad Neta	51.200,85
Depreciación	4.788,33
Generación Bruta	55.989,18
Variación del Capital de Trabajo	
Cuentas por Cobrar	- 22.929,00
Inventarios	- 19.495,95
Credito Tributario IVA	- 692,43
Cuentas por pagar	14.239,55
Anticipo Impuesto a la Renta	- 315,36
Impuesto a la Renta por Pagar	- 581,89
Retenciones Impto. Renta por Pagar	- 113,99
Flujo neto de Operación	- 29.889,07
Flujo de Financiamiento	
Capital	
Utilidad de Ejercicios Anteriores	
Utilidad del Presente Ejercicio	
Flujo neto de Financiamiento	-
Flujo de inversion	
Propiedad Planta y Equipo	- 20.000,00
Inversiones a Largo Plazo	-
Flujo neto de Inversion	- 20.000,00
FLUJO NETO	6.100,11

Este útil estado financiero logra que podamos saber que por operaciones de ventas reduciendo costos y gastos nos queda un ingreso de \$ 55.989,18 y que juntamente con ingresos como los que se obtienen por financiamiento de proveedores de \$ 14.239,55 se ha logrado cubrir rubros como anticipos, impuestos, retenciones, adquisición de inventarios y el financiamiento que hemos otorgado a nuestros clientes.

Así también, no se observa financiamiento provenientes desde instituciones financieras, aunque con lo investigado se conoce que Comercial Madelyn ha sido calificado para muchos créditos que no han sido aceptados por la administración hasta no tener un plan de uso de fondos que logre agilizar las operaciones de negocio y las recuperaciones con respecto a estos posibles prestamos.

Además podemos que con los ingresos derivados de operaciones también se ha logrado la adquisición de activos que generan la salida de \$ 20.000.

ANÁLISIS DE LOS INDICADORES FINANCIEROS DE LA EMPRESA "COMERCIAL MADELYN"

	2010	2011	
SOLVENCIA $\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$	2,30	2,54	veces
PRUEBA ACIDA $\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE - INVENTARIO}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$	1,55	1,66	veces
PRUEBA DEFENSIVA $\frac{\text{CAJA - BANCOS}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$	0,02	0,09	veces

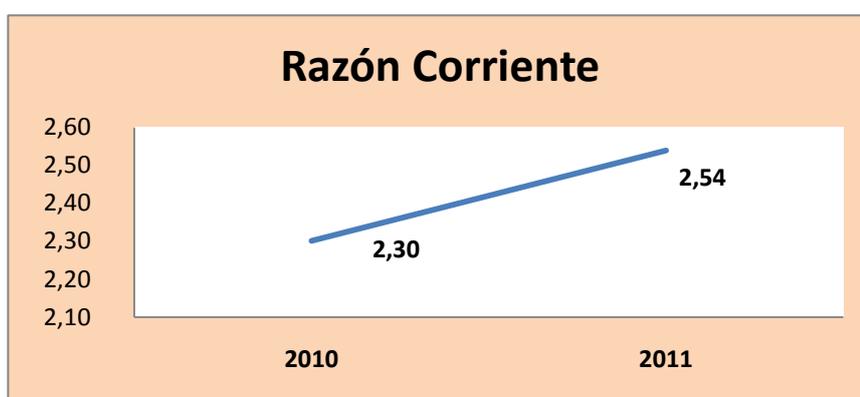
CAPITAL DE TRABAJO ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE	82.738,42	118.727,60	dólares
ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR $\frac{\text{VENTAS ANUALES A CREDITO}}{\text{CUENTAS POR COBRAR}}$	3,44	2,86	veces
PERIODO PROMEDIO DE COBRANZAS $\frac{360}{\text{ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR}}$	104,55	125,79	días
ROTACIÓN DE INVENTARIOS $\frac{\text{COSTO DE VENTAS}}{\text{INVENTARIO PROMEDIO}}$	4,59	3,41	veces
PERIODO PROMEDIO DE INVENTARIOS $\frac{360}{\text{ROTACIÓN DE INVENTARIOS}}$	78,46	105,50	días
ROTACIÓN DE CUENTAS POR PAGAR $\frac{\text{COMPRAS}}{\text{CUENTAS POR PAGAR}}$	2,54	2,16	veces
PERIODO PROMEDIO DE PAGOS $\frac{360}{\text{ROTACIÓN DE CUENTAS POR PAGAR}}$	141,74	167,02	días
RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO $\frac{\text{PASIVO}}{\text{ACTIVOS}}$	0,33	0,30	%
CICLO OPERATIVO PERIODO DE INVENTARIOS + PERIODO DE CUENTAS POR COBRAR	183,01	231,29	días
CICLO DE EFECTIVO CICLO OPERATIVO - PERIODO DE CUENTAS POR PAGAR	41,26	64,27	días

INDICES DE LIQUIDEZ o SOLVENCIA

Dentro de los índices de solvencia que se analizarán para el Comercial Madelyn se tomarán los más relevantes entre ellos:

- Índice de Razón Corriente
- Índice de Prueba Acida
- Índice de Prueba Defensiva

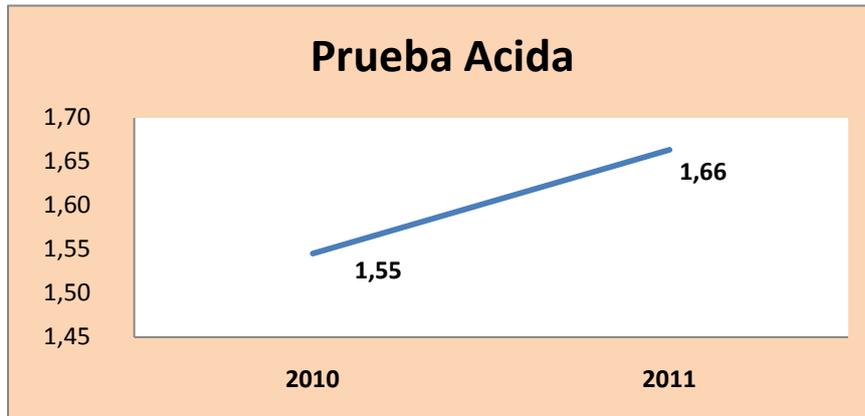
GRAFICO N°30



Este indicador mide la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas a corto plazo. Cuanto mayor sea el valor de este indicador, mayor será la capacidad de empresa de pagar sus deudas. El resultado de este índice nos indica que la empresa por cada dólar que adeuda la empresa, se tiene \$ 2.30 para cubrir la misma en el corto plazo en el año 2010 y en el año 2011 por cada dólar de deuda de corto plazo se cuenta con \$ 3,11 para poder cumplir sus obligaciones.

Del año 2010 al año 2011 ha sufrido un aumento de este indicador debido a que hubo un aumento en las cuentas por cobrar y de inventarios, superior al incremento de este con respecto al sufrido por las cuentas por pagar.

GRAFICO N°31

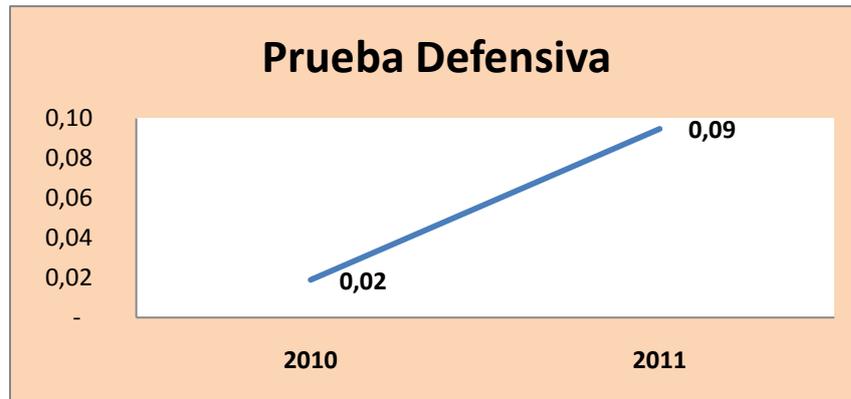


Este indicador señala que al descartar del activo corriente cuentas que no son fácilmente realizables como los inventarios, nos proporciona una medida más exigente de la capacidad de pago de una empresa a corto plazo. Los inventarios son excluidos del análisis porque son activos menos líquidos y al no considerarlos nos acerca a tener datos más correctos en cuanto al nivel de liquidez ante el cumplimiento de obligaciones de corto plazo.

Los resultados obtenidos nos indica que por cada dólar de deuda que tiene la empresa en el año 2010, esta tiene \$ 1,55 para cubrir siempre que no se consideren a los inventarios y así mismo en el año 2011, por cada dólar de deuda la empresa tuvo \$ 1,66, para pagar por lo que adeuda.

En el año 2010 el índice fue de 1.55 y en el año 2011 fue de 1,66 lo que señala que hubo una variación que se debe a que a un aumento en los rubros de caja, cuentas por cobrar y los inventarios, producto de incremento de las ventas.

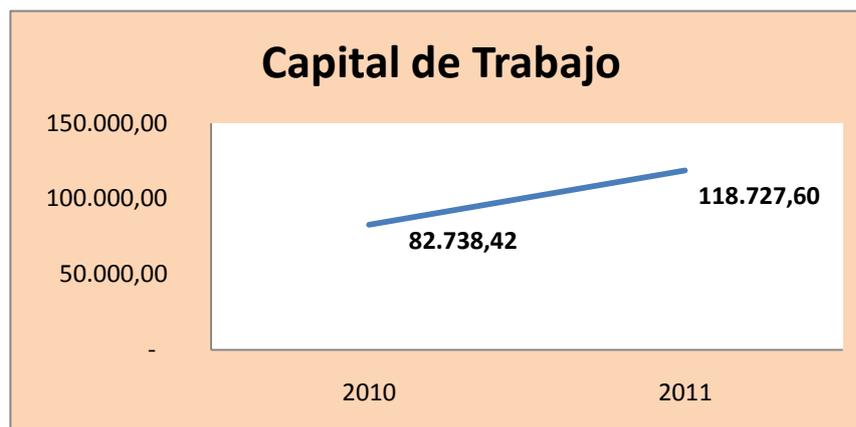
GRAFICO N°32



Esta prueba pone en mayor auge a los niveles de liquidez que tendría el negocio para enfrentar pagos de corto plazo para honrar deudas adquiridas por operación. Para el año 2010 y 2011, se revisa que este indicador es sumamente bajo y que para los volúmenes de deuda adquiridos, apenas se tuvo 2 y 9 centavos de efectivo por cada dólar de deuda.

En situaciones extremas podría catalogarse a la empresa como insolvente para responder a deudas de corto plazo con proveedores o con el Estado.

GRAFICO N°33

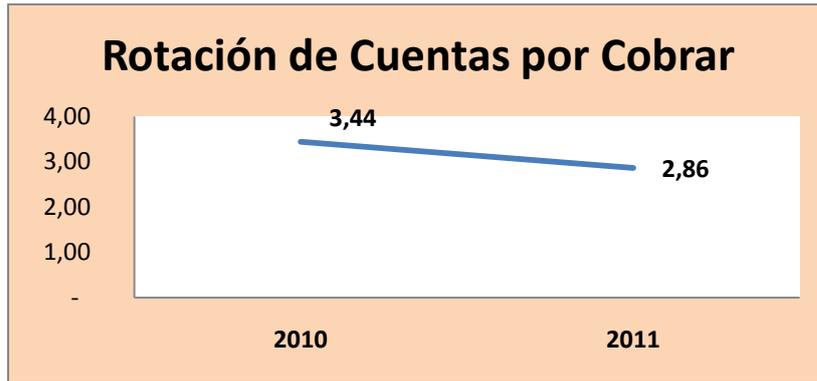


Este indicador es la relación de entre el activo corriente menos el pasivo corriente. El capital de trabajo es lo que queda después de pagar sus deudas inmediatas, es decir es el dinero que queda para poder cubrir actividades operativas del día a día sin recibir entradas adicionales de efectivo.

El capital de trabajo con que cuenta Comercial Madelyn en el año 2010 es de 82.738,42 y en el año 2011 es de 118.727,60 lo cual significa que cuenta con capacidad económica para responder sus obligaciones con terceros y tendrá un residual que servirá para atender otras obligaciones.

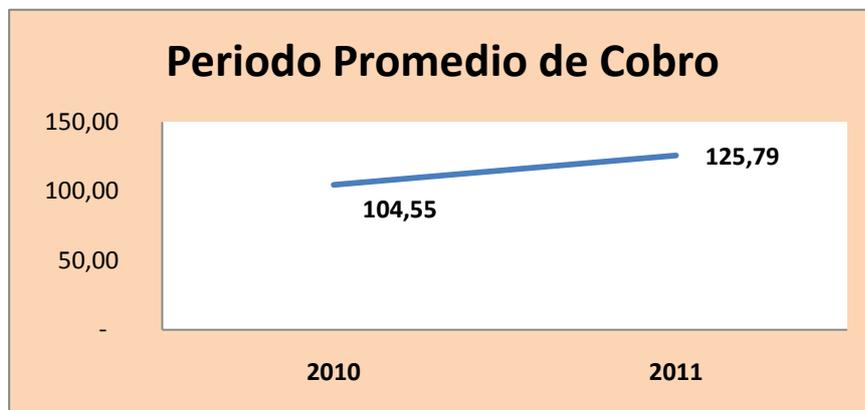
INDICES DE OPERACIÓN

GRAFICO N°34



Este indicador nos menciona cual es el nivel de movimiento que han tenido las cuentas por cobrar, destacándose que en el año 2010 las cuentas por cobrar se han renovado 3.44 veces, mientras que en el año 2011 se han renovado 2.86 veces. Se entiende que en el último año no se renovaron con mayor velocidad las cuentas pertenecientes a cartera de crédito, esto a su vez nos indica que hemos recuperado en menor velocidad las cuentas que adeudan los clientes.

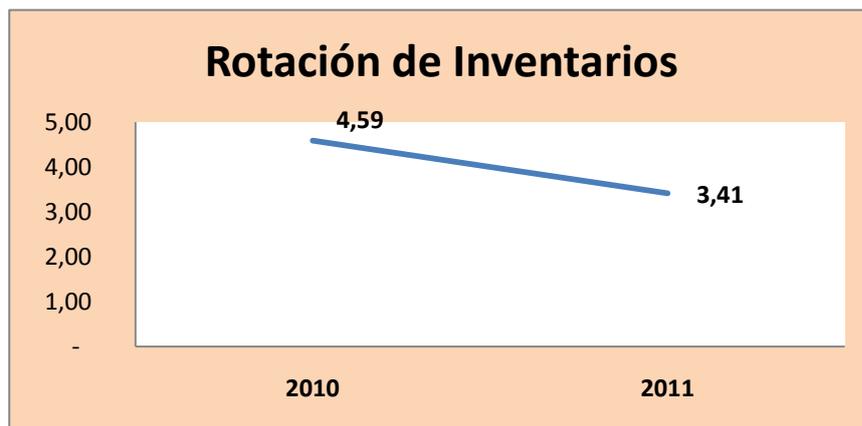
GRAFICO N°35



El propósito de este ratio es medir el plazo promedio de crédito otorgados a los clientes y evaluar las políticas de crédito y cobranzas. De lo observado en este

indicador vemos un problema de flujos de efectivo, ya que el periodo promedio de cobro de deudas ha ido aumentando lo que nos lleva a interpretar que hay más demora en la recuperación de cartera. La flexibilidad de las políticas ha permitido que se incrementen los créditos pero a su vez causa que los clientes retrasen el pago de sus cuotas aumentando la cartera por cobrar.

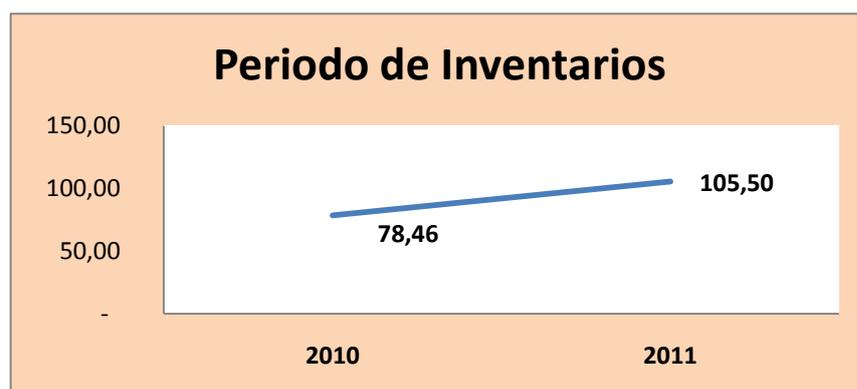
GRAFICO N°36



El movimiento de los inventarios ha caído desde el 2010 al 2011, registrando un descenso en la rotación, ocasionando que los inventarios permanezcan mucho tiempo en bodega. Al rotar menos eso implica que el costo de oportunidad va en aumento y los réditos obtenidos al final del año por las ventas se verán disminuidos.

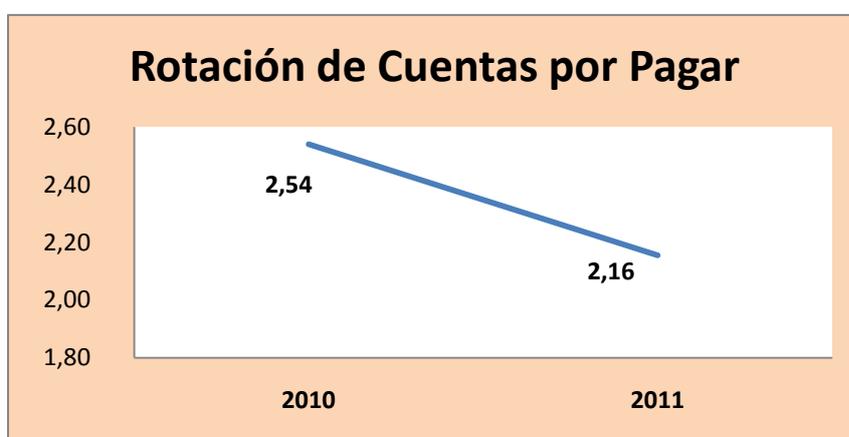
Al revisar este resultado nos apoyaría el planteamiento de estrategias que conlleven a incrementar la gestión de ventas y revisar el nivel de compras para encontrar un equilibrio que incremente los costos administrativos y menos amortice la inversión realizada en inventarios para la venta.

GRAFICO N°37



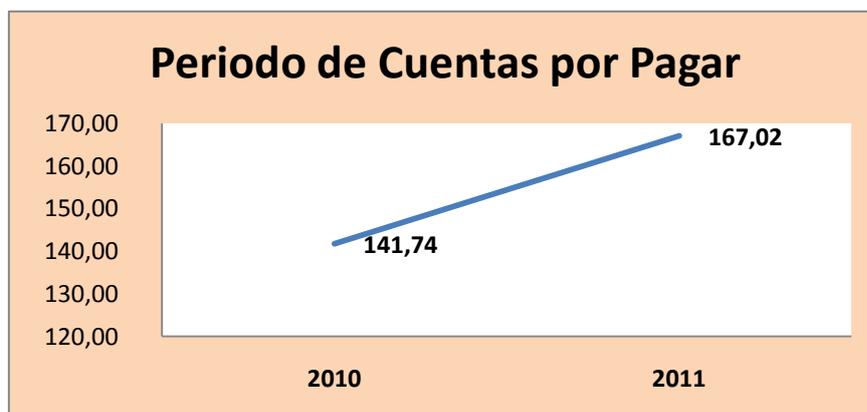
El comercial Madelyn ha demorado en promedio 78 días en sacar sus artículos de la bodega desde que los compra hasta que los vende en el año 2010 y para el año 2011 los días se han incrementado, revelando que pasa mucho más tiempo en las bodegas. Este retraso perjudica a las expectativas de negocio ya que se deben adquirir productos que tengan una alta demanda o a su vez tener un compromiso de cambio de mercadería con el proveedor en el caso que se tornen inventarios de difícil salida.

GRAFICO N°38



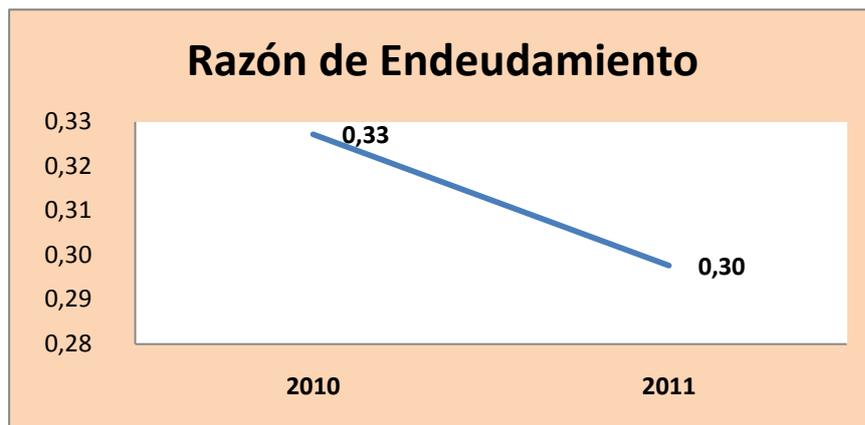
La rotación de cuentas por pagar disminuye desde el año 2010 al año 2011, sin embargo hay que revisar las razones por las cuales se ha suscitado. Este indicador nos informa que estamos retrasando los pagos a los proveedores contribuyendo a poder amortiguar las necesidades de financiamiento por la baja rotación del inventario, es decir, no podemos pagar en menos tiempo si nuestros inventarios no tienen la salida para que puedan cobrarse lo que se ha facturado.

GRAFICO N°39



Los días promedio en que se están demorando los pagos a los proveedores son en promedio para el año 2010 141 días y para el año 2011 167 días. Inicialmente esto es un buen indicador siempre que haya sido en convenio con los proveedores, en caso contrario estaría causando conflictos en el negocio por el incumplimiento de obligaciones.

GRAFICO N°40



Este indicador nos permite conocer que del total de activos obtenidos en el Comercial Madelyn, el 33% ha sido financiado por proveedores y por algunas deudas pendientes por financiamiento de impuestos, y para el año 2011 del total de activos el 30% es financiado por capitales externos. Podemos confirmar el hecho de que el inversionista y dueño de este negocio no ha incurrido en préstamos a instituciones financieras y todo lo ha podido realizar con el mismo capital, pero si las proyecciones son la expansión del negocio entonces necesariamente se tendrá que compartir el riesgo con alguna de las instituciones de crédito.

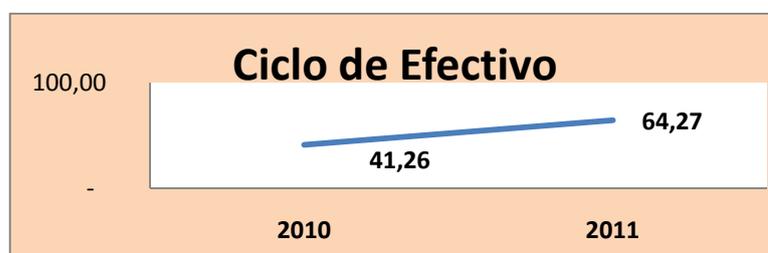
GRAFICO N°41



El ciclo operativo del negocio corresponde al tiempo que se toma desde que se compra hasta que se cobra la mercadería vendida, esto nos indica que mientras más corto es el tiempo que yo demoro en cumplir el ciclo, más aceleración tendré con respecto a mis flujos de efectivo y a los movimientos de inventarios y eficiencia en el empleo de los recursos.

Para el Comercial Madelyn ha aumentado su periodo de ciclo operativo y esto es un riesgo para el funcionamiento operativo, ya que si aumenta los días que transcurren desde compra hasta que puede cobrar lo vendido podría caer en iliquidez y se arriesgarían las operaciones.

GRAFICO N°42



El Comercial Madelyn incrementó su ciclo de efectivo de 41 días en el año 2010 a 64 días en el 2011, esto significa que es más amplia la brecha del tiempo que transcurre desde que se tiene que pagar las deudas a proveedores hasta el tiempo que tengo que cobrar a los clientes.

Esto ampliaría las necesidades de financiamiento operativo aumentando el riesgo de iliquidez y si se toma la opción de incrementar el préstamo podría aumentar el costo financiero.

Análisis del Ciclo Operativo y de Efectivo

Año 2011

Ciclo Operativo 231 días	
Periodo de Inventarios 105 días	Periodo de Ctas. por Cobrar 126 días
Periodo de Ctas. Por Pagar 167 días	Ciclo de Efectivo 64 días

Analizando los tiempos involucrados en el Ciclo Operativo se destaca que el ciclo operativo se extiende a casi 2/3 de la totalidad de un año al extenderse a 231 días. Este lapso de tiempo es muy amplio ya que la demora desde que se compra la mercadería hasta que se vende en promedio es de 105 días o más de 3 meses; luego el tiempo que pasa desde que se vende hasta que se cobra lo vendido demora en promedio 126 días o lo que equivale a más de 4 meses, lo que significa que desde que se compra la mercadería hasta que se cobra la venta de la misma han pasado más de 7 meses.

Por otro lado el tiempo que se tarda en pagar las cuentas a los proveedores sirve de mucho para no caer en un desfinanciamiento grave, al tener 167 días desde que compro hasta que pago la mercadería o algo más de 5 meses en promedio.

El Ciclo de Efectivo corresponde a 64 días promedio o un equivalente a 2 meses donde no se dispone de capital derivado generado por el negocio para solventar las actividades operativas diarias, sino que es un capital de trabajo necesario para cubrir 2 meses de operatividad sin contar con ingresos por cobro a los clientes.

Sumando costos y gasto anuales registrados en el 2011, se tiene un total de \$ 276.274 que dividiendo para 360 días comerciales nos da un valor de \$ 767 diarios. Esa necesidad de capital diario para cubrir actividades propias de la operatividad del negocio se multiplica por los días que los indicadores nos dicen que necesitamos financiamiento, es decir por 64 días y nos da como resultado \$ 46.045 en las necesidades de Capital de Trabajo.

Esta cantidad de dinero ha sido compensada con las utilidades retenidas de los ejercicios 2010 y 2011, reduciendo la dependencia de realizar préstamos a las instituciones financieras pero también a su vez no se está diversificando el riesgo.

5.6.2 Factibilidad Técnica Administrativa

ANALISIS FODA COMERCIAL MADELYN

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>F1.-Contactos con Importadores Directos</p> <p>F2.-Fidelidad en los clientes de la zona</p> <p>F3.-Conocimiento de la zona y sus comportamiento cíclicos</p> <p>F4.-Credibilidad en el sistema financiero</p> <p>F5.-Amplia base de clientes recurrentes</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>O1.-Expansión y desarrollo en el mercado</p> <p>O2.-Variedad y calidad de Productos</p> <p>O3.-Se pueden crear estrategias de ventas</p> <p>O4.-Oportunidad de extenderse a otros sectores</p> <p>O5.-Incentivos al personal de ventas</p>
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>D1.-Falta de Organigrama y delimitación de funciones</p> <p>D2.-Políticas de Crédito y Cobranzas muy flexibles</p> <p>D3.-Administración poco técnica</p> <p>D4.-Falta de capacitación al personal</p> <p>D5.-Ubicación del Almacén</p>	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>A1.-Competencia en línea de Electrodomésticos y Motos</p> <p>A2.-Factores climáticos</p> <p>A3.-Robos</p> <p>A4.-Cambios en las Leyes</p> <p>A5.-Elevados Aranceles en las importaciones</p>

ANALISIS FOFA DODA

FO		ESTRATEGIAS
F1-O1	<p>F1.-Contactos con Importadores Directos</p> <p>O1.-Expansión y desarrollo en el mercado</p>	<p>Realizar ofertas en las temporadas de auge ya que se conoce que hay temporadas donde no hay oportunidades de empleo por ciertos meses del año, pero luego se regresa la generación de recursos y es la oportunidad para conseguir ofertas o premios con los importadores para transmitirlos a los clientes de Comercial Madelyn.</p>
F2-O4	<p>F2.-Fidelidad en los clientes de la zona</p> <p>O4.-Oportunidad de extenderse a otros sectores</p>	<p>Incrementar la base de clientes pero utilizando las referencias de los mejores clientes a cambio de un descuento para quien refiere o consigue un nuevo cliente de buen antecedente crediticio y que pueda responder a los pagos.</p>
FA		ESTRATEGIAS
F1-A1	<p>F1.-Contactos con Importadores Directos.</p> <p>A1.-Competencia en línea de Electrodomésticos y Motos</p>	<p>Realizar un breve estudio de las necesidades de los habitantes de la zona que se está atendiendo para realizar pedidos sobre las características de los clientes de Comercial Madelyn, de esta forma no permitir que lleguen a la competencia, sino más bien atenderles en sus hogares con un equipo capacitado para persuadir la compra basada en las necesidades reales del cliente y</p>

		disminuir el riesgo moral en los mismos.
F2-A4	<p>F2.-Fidelidad en los clientes de la zona.</p> <p>A4.-Cambios en las Leyes</p>	Mejorar la comunicación de la gerencia hacia sus clientes, mediante llamadas, comunicados escritos o la entrega de pequeños detalles con el nombre del Comercial Madelyn para aumentar la fidelidad hacia el negocio y contrarrestar cambios en las leyes como sobre la ligereza de las sanciones cuando no se cumple una deuda contraída.
F3-A5	<p>F3.-Conocimiento de la zona y sus comportamiento cíclicos</p> <p>A5.-Elevados Aranceles en las importaciones</p>	Mantenerse con los periodos de gracia en los meses en que se deja de tener una fuente de ingresos constantes por la veda de crustáceos que es la principal actividad de trabajo de la gente de la zona, pero a su vez realizar un análisis de los costos de oportunidad para incluirlos en los valores de las cuotas como un costo que se comparte entre proveedor, comercializadora y cliente.
DO		ESTRATEGIAS
D2-O1	<p>D2.-Políticas de Crédito y Cobranzas muy flexibles</p> <p>O1.-Expansión y desarrollo en el mercado</p>	Establecer políticas de crédito orientas a incrementar clientes sin aumentar los riesgos, entonces si conocemos bajo referencias de ser buen cliente podríamos utilizar estrategias de la competencia por ejemplo simular la entrega de bonos, rebajas de cuotas por pronto pago, combos forzados por buen precio, etc.

D3-O4	<p>D3.-Administración poco técnica</p> <p>O4.-Oportunidad de extenderse a otros sectores</p>	<p>Cumplir con un programa administrativo y financiero que mida el cumplimiento de metas y presupuestos, para eso es necesario contratar no solo a un contador, sino a alguien que pueda evaluar la integralidad del negocio.</p>
D4-O5	<p>D4.-Falta de capacitación al personal</p> <p>O5.-Incentivos al personal de ventas</p>	<p>Realizar contrataciones de personal joven y sin resistencia a recibir orientación para la persuasión en las ventas. Las estrategias aplicadas en las ventas depende mucho de la capacitación que reciban enfocada al cumplimiento de objetivos de expansión</p>
DA		ESTRATEGIAS
D2-A4	<p>D2.-Políticas de Crédito y Cobranzas muy flexibles.</p> <p>A4.-Cambios en las Leyes</p>	<p>Mantener publicidad en radios mayormente escuchadas en los recintos donde están los clientes de Comercial Madelyn, así como también mantener publicidad estática en sitios estratégicos de de mayor tránsito de los pobladores para no perder la confianza y la lealtad con los clientes.</p>
D3-A5	<p>D3.-Administración poco técnica</p> <p>A5.-Elevados Aranceles en las importaciones</p>	<p>Realizar una planificación de ventas y recuperación de costos a través de herramientas como presupuestos y metas para todo el equipo de gestión administrativa y de ventas.</p>

D4-A1	<p>D4.-Falta de capacitación al personal</p> <p>A1.-Competencia en línea de Electrodomésticos y Motos.</p>	<p>Establecer una programa de capacitación al equipo de ventas para que conozca de todas las marcas, ventajas y cuidados que se tienen que tomar con los electrodomésticos para que estos se conserven y mantengan su duración.</p>
--------------	--	---

5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

Luego de haber revisado los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los clientes se propone mejorar la eficiencia de las operaciones administrativas y financieras, para lo cual creemos que es necesario cambiar la imagen corporativa que ha venido vendiendo Comercial Madelyn

Es así que se ha propuesto su visión, misión, organigrama, manual de procedimientos, políticas de crédito y cobranzas, estrategias de ventas para que esta empresa se maneje de una forma organizada para que pueda tener una expansión tanto físicamente como en la demanda de sus servicios.

Además se ha cambiado el logo de la empresa por uno que se apega mas a la realidad del negocio cambiando e incluso los colores para que tenga una acogida favorable, entre los otros cambio que se realizado se ha puesto a consideración una publicidad por medio de boletines para poder llegar a mas clientes.

Otro cambio significativo es establecer índices financieros que se ajustan a la necesidad de la empresa para lo cual se ha procedido a analizar los estados financieros de Comercial Madelyn para conocer la situación financiera.

MISION (propuesta)

Comercial Madelyn es una empresa dedicada a la venta de electrodomésticos y motos cuyo propósito es atender a la demanda en el área urbano y rural de la provincia del Guayas ofreciendo productos de calidad, garantía y a bajos precios.

VISION (propuesta)

Tener la mayor captación de clientes en el área urbana-rural de la provincia del Guayas, además ser reconocidos por la calidad de nuestros productos y por la atención personalizada, ágil y oportuna a nuestros clientes en ventas y post ventas.

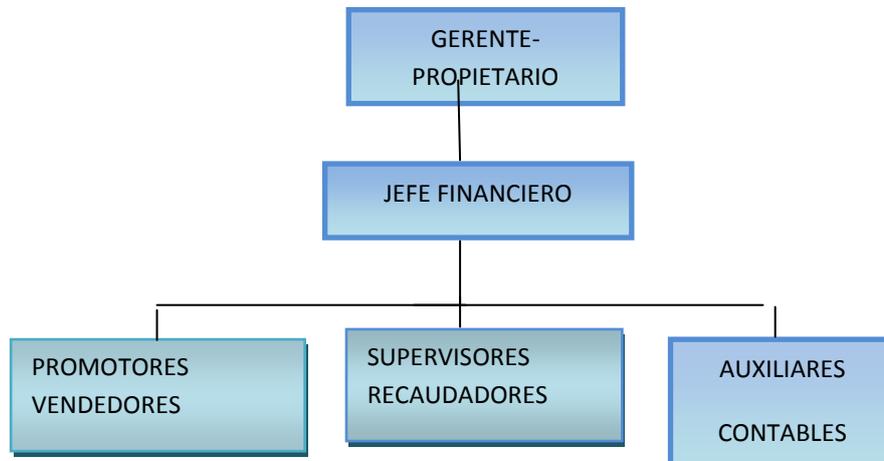
VALORES ORGANIZACIONALES (propuestos)

- **Disciplina:** Por estamos convencidos que para conseguir algo hay que tener orden y organización
- **Lealtad:** Ser fieles a nuestra empresa
- **Responsabilidad:** Tener el grado de responsabilidad para cumplir con lo encomendado
- **Integridad: Seguir** siempre las normas y las reglas establecidas.

PRINCIPIOS (propuestos)

- **Eficiencia** : Todo trabajador debe realizar su labor adecuadamente
- **Eficacia** : Ser eficaz en que se hace.
- **Compromiso:** De todos para realizar nuestras labores de una forma correcta
- **Respeto** : Entre todos los que forman parte de la empresa para que exista un buen ambiente trabajo
- **Trabajo en equipo:** Para el crecimiento de la empresa.

ORGANIGRAMA DE COMERCIAL MADELYN (propuesto)



Funciones a cumplir por el personal según la estructura del Comercial Madelyn

Esta guía de funcionamiento para el trabajo coordinado del personal donde se asignan las responsabilidades de cada puesto que documenta las necesidades de conocimiento, experiencia y documentos de control interno que se deben elaborar en el desarrollo del trabajo.

Estos manuales tienen por objetivo es comunicarles a cada responsable de departamento o a cada empleado lo que en materia de funciones corresponde a sus tareas, responsabilidades, autoridad, forma de comunicación, interrelación dentro y fuera de la empresa.

Estos informativos del detalle del trabajo se tendrá que entregar a los correspondientes empleados con las respectivas inducciones de los objetivos que se quieren alcanzar en el Comercial Madelyn, ya que las necesidades de expansión y crecimiento amerita un compromiso de equipo coordinado para llegar a metas anuales y que se vaya cumpliendo con el objetivo mayor del proyecto que es el reconocimiento en mayores dimensiones y fortalecer luego un almacén en el cantón Durán.

MANUAL DE FUNCIONES	
CARGO:	Gerente- (Propietario)
REPORTA A:	Ninguno
SUPERVISA A:	Jefe Financiero
OBJETIVO DEL PUESTO	
<p>Fija las políticas operativas, y administrativas.</p> <p>Actúa como soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada área funcional.</p> <p>Es la imagen de la empresa en el ámbito externo, provee de contactos y relaciones empresariales con el objetivo de establecer negocios.</p>	
DETALLE DE FUNCIONES	
<p>Sus principales funciones son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa. ➤ Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. ➤ Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional ➤ Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa. ➤ Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados. 	

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Supervisa constantemente los principales indicadores de la actividad de la empresa con el fin de tomar decisiones adecuadas, encaminadas a lograr un mejor desempeño de la empresa. ➤ Mantiene contacto continuo con proveedores, en busca de nuevas tecnologías o materias primas, insumos y productos más adecuados. ➤ Decide cuando un nuevo producto ha de ingresar al mercado. ➤ Se encarga de la contratación y despido de personal. ➤ Cualquier transacción financiera mayor como obtención de préstamos, cartas de crédito, asignación de créditos a clientes, etc. deben contar con su aprobación. 	
REQUISITOS DE FORMACIÓN	REQUISITOS DE EXPERIENCIA
Título profesional en Administración, Economía, Contabilidad ,Tributación o Auditoria	Mínimo: 3 años en negocios similares

MANUAL DE FUNCIONES	
CARGO:	JEFE FINANCIERO
REPORTA A:	Gerente- Propietario
SUPERVISA A:	Auxiliar Contable
DELEGACIONES:	En caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier tipo de ausencia temporal, será reemplazado por el Gerente General.
OBJETIVO DEL PUESTO	
El gerente administrativo financiero tiene varias áreas de trabajo a su cargo, en primer lugar se ocupa de la optimización del proceso administrativo, el manejo de las bodegas y el inventario, y todo el proceso de administración financiera de la	

organización.

DETALLE DE FUNCIONES

Sus responsabilidades son:

- Análisis de los aspectos financieros de todas las decisiones.
- Análisis de la cantidad de inversión necesaria para alcanzar las ventas esperadas, decisiones que afectan al lado izquierdo del balance general (activos).
- Análisis de los Estados financieros con el objeto de obtener información valiosa de la posición financiera del Comercial
- Control de costos con el objeto de que la empresa pueda asignar a sus productos un precio competitivo y rentable.
- Proyectar, obtener y utilizar fondos para financiar las operaciones de la organización y maximizar el valor de la misma.
- Es el encargado de la elaboración de presupuestos que muestren la situación económica y financiera de la empresa, así como los resultados y beneficios a alcanzarse en los períodos siguientes con un alto grado de probabilidad y certeza.
- Negociación con proveedores, para términos de compras, descuentos especiales, formas de pago y créditos. Encargado de los aspectos financieros de todas las compras que se realizan en la empresa.
- Negociación con clientes, en temas relacionadas con crédito
- Maneja y supervisa la contabilidad y las obligaciones tributarias con el ente regulador (SRI), además supervisa la existencia de información financiera y contable para remitirla a la gerencia.
- Encargado de todos los temas administrativos relacionados con el personal, nómina, préstamos, descuentos, vacaciones, etc.

REQUISITOS DE FORMACIÓN

REQUISITOS DE EXPERIENCIA

Título profesional en Contabilidad Tributación, Auditoria Y Finanzas.	Mínimo: 3 años
--	----------------

MANUAL DE FUNCIONES	
CARGO:	PROMOTORES DE VENTAS
REPORTA A:	Jefe Financiero
SUPERVISA A:	No aplica
Detalle de Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Preparar y programar la visita a los clientes y prospectos, verificando previamente el material informativo y de promoción necesarias, elaborando los argumentos de venta adecuados a cada cliente. ➤ Visitar a los prospectos que se le asignen, analizando las necesidades de éstos y dando a conocer todos los aspectos sobre la Empresa y los servicios que ésta ofrece, con el fin de incluirlos en la cartera de clientes de Comercial Madelyn ➤ Efectuar visitas periódicamente a los clientes activos, con el fin de mantenerlos bien atendidos absolviendo consultas, vigencia de contratos y requerimientos de nuevos servicios, logrando la satisfacción de estos. ➤ Elaborar y alcanzar semanalmente al responsable de ventas un informe de las actividades realizadas, así como todo lo relacionado al mercado postal, tarifas de la competencia, ingreso de nuevos competidores (directos o indirectos) y posibles clientes potenciales, otros aspectos que le sean solicitados. ➤ Negociar los contratos, dentro de los márgenes prefijados, condiciones de venta, formas de pago, plazos, descuentos y seguimientos de su realización, etc. 	

- Preparar las cotizaciones negociadas con los posibles clientes.
- Verificar el cumplimiento de las cláusulas que involucren actividades operativas de los contratos de los servicios a favor de Comercial Madelyn
- Efectuar coordinaciones con los clientes empresariales a fin de brindar solución a los reclamos relacionados con los procedimientos operativos, tiempos de entrega y otros.
- Elaborar las órdenes de atención al cliente, en forma completa y oportuna, entregándosela al Jefe de Ventas para su visto bueno y trámite respectivo.
- Coordinar con las áreas vinculadas la atención oportuna en los servicios ofrecidos a los clientes, tales como: cantidades, recojo de correspondencia, retorno de cargos, facturación y cobranza de acuerdo al plazo establecido.

REQUISITOS DE FORMACIÓN	REQUISITOS DE EXPERIENCIA
Bachiller	Mínimo: 1 año

MANUAL DE FUNCIONES

CARGO: SUPERVISOR DE COBRANZAS

REPORTA A: Jefe Financiero

SUPERVISA A: Cobradores.

OBJETIVO DEL PUESTO

Dentro de los objetivos principales de la administración de cuentas por cobrar debe ejercer control sobre los siguientes aspectos como la concesión de créditos, el período de cobranza o plazo para los clientes, recaudaciones y cobro efectivo de las cuentas y establecer montos sobre el nivel de la inversión en cuentas por cobrar.

DETALLE DE FUNCIONES

- Establecer Políticas, proyectos y planes a favor del Área.
- Controlar y Supervisar el cumplimiento de Funciones y Procedimientos
- Recuperación, negociación de deudas vencidas
- Elaborar informes e indicadores del Área de Cobranzas
- Revisar la planificación semanal y diaria que realicen los cobradores
- Tener conocimiento de los vales de intercambio que sean entregados por administración para su respectivo ingreso al reporte diario
- Revisión de crédito sobre clientes con problemas de pago
- Reportar mensualmente a Contabilidad sobre saldos de Cuentas por Cobrar
- Reportar cada mes a Administración de los gastos de Transporte

REQUISITOS DE FORMACIÓN	REQUISITOS DE EXPERIENCIA
Bachiller.	Mínimo: 2 años

MANUAL DE FUNCIONES	
<p>Cargo: COBRADORES</p> <p>Reporta a: Supervisor de Cobranzas</p> <p>Supervisa a: No aplica</p>	
Detalle de Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Actualizar las carpetas de los clientes ➤ Cumplir con la planificación de las visitas semanales para cobro de facturación según carteras vencidas y por vencer ➤ Entregar la Recaudación semanal ➤ Realizar el seguimiento de los clientes de acuerdo a la cartera, llamando al cliente y visitando para el cobro respectivo ➤ Mantener al tanto a los clientes de sus deudas por medio de la entrega de Estados de Cuenta, guardando la copia sellada de los mismos en la carpeta correspondiente ➤ Solicitar cartas al Jefe de Área para clientes morosos y hacerlas llegar a los mismos ➤ Entregar Hojas de Ruta, recibos, con sus respectivos cheques o efectivos al Jefe de Área al finalizar el día ➤ Verificar las causas de devolución y de no recibidas las facturas e informar al Jefe de Área por escrito ➤ Verificar direcciones de los clientes en los contratos e investigar en caso de cambio de dirección 	
<p>REQUISITOS DE FORMACIÓN</p> <p>Bachilleres</p>	<p>REQUISITOS DE EXPERIENCIA</p> <p>Mínimo: 1 año</p>

MANUAL DE FUNCIONES

Cargo: AUXILIAR CONTABLE

Reporta a: Jefe Financiero

Supervisa a: No aplica

Detalle de Funciones

- Recepción de facturas y comprobantes de retención.
- Mantener el archivo de proveedores.
- Coordinar el pago a proveedores, fechas de vencimiento y valores de pago.

Actividades bancos

- Custodia y emisión de cheque en coordinación con la Gerencia Financiera.
- Conciliaciones bancarias.
- Manejo del libro de bancos.
- Manejo de papeletas de depósito y coordinación del depósito.

Actividades clientes

- Recepción diaria de cobranza causada por ventas de contado.
- Archivo de facturas secuenciales del cliente.
- Manejo de facturas y comprobantes de retención.

Actividades nómina

- Encargado del proceso de nómina que tiene que ver con el manejo de los ingresos, descuentos, bonos de alimentación y alimentación, seguros de asistencia médica, descuentos del IESS y retenciones de impuestos de los empleados.
- Creación de carpetas de empleados para registro de cédulas, documentos del IESS, contratos de trabajo, avisos de entrada, y cualquier otro documento relacionado con el empleado.
- Elaboración de memos de permisos.
- Lleva el control de vacaciones y permisos, así como de días adicionales de trabajo.

- Todo esto es en la parte operativa no de autorización

Actividades viajes

- Manejo de facturas y viáticos.
- Elaboración de memos de viáticos.
- Control de los respaldos.

Actividades contabilidad

- Coordinación de la entrega de información al contador

La asistente contable debe entregar carpetas de proveedores, clientes, comprobantes de retención, registro de nómina, notas de crédito, libro de bancos y conciliaciones.

- Actualización continua de los archivos
- Se encarga de hacer que las facturas sean autorizadas por las gerencias cuando se debe realizar una compra.

Actividades cuentas de la Gerencia General

- Realización de pagos de gastos personales.
- Pago a los empleados
- Conciliaciones bancarias.
- Custodia de las chequeras.
- Elaboración de reporte de ingresos y egresos.

REQUISITOS DE FORMACIÓN

Bachilleres en contabilidad
Egresada en carrera de
Contabilidad

REQUISITOS DE EXPERIENCIA

Mínimo: 2 años

ESTRATEGIAS DE PERFECCIONAMIENTO ADMINISTRATIVO

Eslogan de Comercial Madelyn

“Mejora tu vida comprando electrodomésticos con garantía”

Logotipo de la empresa



Tarjeta de Presentación



COMERCIAL MADELYN
“Mejora tu vida comprando electrodomésticos con garantía”

VENTA DE ARTICULOS DE LAS MEJORES MARCAS PARA EL HOGAR Y MOTOS

Refrigeradoras, lavadoras, cocinas, Minicomponentes, Televisores, Colchones además: Computadoras de escritorio, Laptops y mucho más....

Panasonic **Oster**
INDURAMA **UMCO**
Regina **HACEB**
SONY **SMC**
SAMSUNG **LG**
Mabe **Durex**
Chaide4Chaide

Las mejores marcas de Motos:
SHINERAY - SUZUKI - QMC - TRAXX - HONDA - MOTOR 1
NIMBUS - REGASSO - SUNIDA - DAYTONA - ILLIAN

* CUOTITAS: DIARIO - SEMANAL - QUINCENAL - MENSUAL *

Cel.: 089222842 - 099060630
Durán - Ecuador

Comercial Madelyn es un negocio dedicado a la venta de Electrodomésticos en general y motos dirigido por su propietario Sr. Washington Salazar el mismo que tiene años dirigiéndolo sus gestiones de ventas y cobranzas se realizan en las zonas urbanas y rural.

Las gestiones de Ventas las realiza en el sector que comienza desde Duran, virgen de Fátima, Km 15, Churute, Martillo, Rcto. Puerto Inca, Lechugal Jesús María, Naranjal, Rcto Roldos, Rcto Cien Familias, Coop. 6 de julio, Balao que son sectores que se encuentran vía al Cantón Naranjal.

Las ventas que actualmente se realizan una vez a la semana cuando se lleva mercadería en el camión y se hace el recorrido en los sectores, también se hace ventas vía telefónica donde los clientes hacen sus pedidos, donde el propietario pide información del cliente para aprobar el crédito y hacer las negociaciones. Dentro de la propuesta está realizar 3 visitas a la semana para efectuar ventas.

Las gestiones de cobranzas se las realizan los días sábado en los sectores de churute, lunes en el sector del Km 15, Km. 14, Rcto. Martillo, Rcto. Lechugal, Virgen de Fátima, los días martes en los sectores de Jesús María, Coop. 6 de Julio, Rcto. Cien Familias, Hda. Balao Chico, Naranjal y Rcto. Jaime Roldos donde la mayoría de los clientes se dedican a la actividad agrícola y la labor de pesca y captura de cangrejos.

En los sectores de Churute y Coop. 6 de Julio en los meses de Febrero y Septiembre no se realiza la cobranza por cuanto en estos meses se produce la veda del crustáceo ya que la mayoría de clientes en estos dos sectores se dedican a esta actividad, esto ocurre aproximadamente 30 días

En el servicio técnico se retira el artículo al cliente y se toman los datos para que un técnico revise el artefacto y se lo repare.

En la Oficina se receptan toda la documentación de clientes, reporte de cobranzas, pedidos, gestiones de cobranzas, y tramites en general.

LA ESTRATEGIA DE VENTAS

Entre las estrategias de ventas que se establecerán en Comercial Madelyn como acciones que se llevaran a cabo con el fin de cumplir los objetivos de ventas propuestos.

A continuación se detallaran las estrategias de ventas:

- Conociendo el margen de utilidad que le agregamos a los productos podremos bajar el precio poniendo estos productos como la oferta del mes aunque se debe tener todos los cuidados financieros con esta estrategia para no comprometer los costos y los gastos.
- Establecer nuevos servicios adicionales gratuitos como la entrega del producto a domicilio, la instalación del producto, el servicio de mantenimiento, nuevas garantías o políticas de devoluciones.
- Obsequiar un producto pequeño por la compra de otro, que no sea mayor del 10%.
- Entregar artículos publicitarios tales como lapiceros, llaveros, agendas con el logo de la empresa, a todos nuestros clientes.
- Como estrategia de ventas también podríamos optar por usar las redes sociales tales como Facebook, Twitter o Youtube, porque entre nuestros clientes existen personas jóvenes.
- Hacer conocer los testimonios de clientes que hayan quedado satisfechos con nuestros productos o servicios para lo cual se publicaran en nuestros folletos, anuncios impresos y podríamos optar por nombrar los clientes importantes que hayamos tenido, al momento de tratar de vender un producto o servicio.
- Como última estrategia podríamos buscar referidos esto consiste en que nuestros clientes nos ayuden o nos recomienden a otros.
- Incentivar a nuestros clientes ofreciéndoles descuentos especiales cuando ha efectuado compras dos compras seguidas en el año.

5.7.1 ACTIVIDADES

POLÍTICAS DE VENTAS Y COBRANZAS

POLÍTICAS DE VENTAS

- Toda información de clientes se manejará con total discreción
- Los requisitos que los clientes deben presentar para obtener un crédito son: copia de la cédula de identidad y certificado de votación
- La venta se realizará con un mínimo de cuota de entrada del 20% del valor del artículo, y el saldo financiado según lo estipulado en el contrato al que se llegue con el cliente.

- Si el crédito es superior a \$ 200, será necesario la firma de un garante.
- Se deberá consultar a cada cliente en el buró de Crédito para la conocer su historial y además decidir si se debe conceder créditos pero para esto el cliente deberá firmar una autorización .
- Se establecerá un documento o contrato detallando todos los acuerdos que se lleguen con el cliente con las debidas clausulas y condiciones.
- Se deberá respaldar con Pagares todo contrato de acuerdo al tiempo que se realice la negociación
- Se visitará al cliente para realizar una inspección del domicilio con el fin de conocer si es propietario del mismo, además de respaldar con una planilla de luz para constatar que el medidor salga a su nombre.
- Por la compra de un artículo por un monto igual o superior a \$ 300, el cliente será acreedor a un obsequio.
- Se podrá conceder otro crédito cuando el cliente tenga cancelado por lo menos el 50% del artículo anterior, teniendo en cuenta el tiempo de negociación y el valor del artículo.
- El tiempo máximo de pago para los artículos es el siguiente:

COSTO DEL ARTICULO	TIEMPO DE PAGO
De 0 hasta \$ 100	Contado
\$100 - \$120	3 meses
\$121 - \$250	6 meses
\$251 - \$350	9 meses
\$351- \$1000	12 meses
De \$1.000 - \$ 2.500	18 meses

- El cliente que realice la compra y pago al contado se le hará el 5% de descuento del artículo adquirido
- Se procederá a la disminución del cupo de crédito al cliente que no pague oportunamente y que no cumpla con el plazo establecido.

Promociones

El diseño de promociones tendrá que realizarse cuidadosamente ya que esto significaría un incentivo para incrementar directamente el volumen de ventas, en el cual deberá establecerse la combinación de productos como especie de combos de oferta del mes para de esta forma aumentar la rotación de los inventarios.

La estrategia será unificar productos donde resulte siempre conveniente llevar el combo que llevar por separado, si bien pudiera disminuir la utilidad en esa venta pero en la rotación se alcanza mayores rendimientos.

La idea es mantener el precio del producto si es que el cliente desea adquirirlo por separado, así que siempre resultará más conveniente adquirirlo por combo con otros artefactos o vehículo. Se deberá medir y comparar el porcentaje de descuento con el rendimiento obtenido por la venta anual de esos inventarios.

Descuentos

Se debe evitar otorgar descuentos hasta que no sea tan conveniente como alcanzar una rentabilidad porcentual mayor al porcentaje otorgado por descuento directo.

Los descuentos sólo podrían fijarse indirectamente como por ejemplo la simulación de la entrega de un bono por ser un excelente cliente, o la otorgación de descuentos por la combinación de artefactos en la compra. Es decir el cliente armaría sus propios combos pero debe existir una tabla previa para poder conocer el máximo de descuento permitido para no afectar los flujos.

Servicio técnico

Esta es un valor agregado que debemos considerar y mantener en nuestros clientes, ya que ellos esperan de nosotros todo el servicio post venta para mantener la

fideliad y la recurrencia en sus compras. Se debe vincular la compra a la importadora, con la disponibilidad de un técnico o en su defecto la contratación de un técnico que realice visitas semanales a los clientes que hayan presentado quejas pero que a su vez sean constantemente capacitados por técnicos que trabajen con las importadoras.

Las condiciones de garantía desde la casa de marca del artefacto deberán ser tramitados por Comercial Madelyn, para aquello debe mantenerse un funcionario responsable de esta actividad y que disponga del tiempo de trabajo para agilizar estas correcciones tanto en la ubicación del cliente como en las bodegas de las casas comerciales o importadoras.

POLÍTICAS DE COBRANZA

Los clientes que se encuentren con atrasos en sus pagos se les gestionarán de la siguiente manera:

- Llamadas telefónicas (aumento en la cuenta de 0.50 ctvs.,)
- Visita en moto (aumento en la cuenta de 2.00 dólares)
- Visita en vehículo (aumento en la cuenta de 3.00 dólares)

Llamadas telefónicas

Las llamadas telefónicas se realizarán cuando el cliente tenga días de atraso. Cuando se realice las llamadas telefónicas se le informara el valor de la cuenta, el valor vencido además de informarle de los intereses por mora que se serán el 1% del valor de la deuda.

Visita en moto

La visita en moto se realizará a partir que el cliente no se haya puesto al día en sus pagos y después de la llamada telefónica.

En la visita el cobrador tendrá que informarle sobre la situación actual de la cuenta y dejar la carta de aviso para que se acerque a cancelar.

Visita en vehículo

La visita en carro se realizará después de entregada la carta de retiro del artículo para conocer si el cliente cancelara o se procede a la devolución del artículo.

POLÍTICAS DE PAGOS A PROVEEDORES

- Los pagos se los hará con cheques post-fechaados de acuerdo a la fecha de emisión de la factura.
- Los pagos se los realizará 8 días después de haber recibido la mercadería y la factura aplicando la retención correspondiente.
- Los pagos se los hará únicamente los días miércoles
- El proveedor deberá respetar la fecha del cheque.
- Los cheques girados solo podrán ser depositados a la cuenta correspondiente
- El proveedor está en la obligación de sustentar los pagos con los respectivos recibos.

POLITICAS GENERALES PARA EL TRABAJO

POLÍTICAS GENERALES

- Ejecutar todo el trabajo con Eficiencia.
- Brindar una excelente atención a todos los clientes.
- Mantener buenas relaciones con los clientes y proveedores del negocio.
- Realizar seguimiento a los procesos de la organización.
- Todo producto entregado por “Comercial Madelyn” debe ser probado dentro de la empresa para garantizar su funcionalidad y calidad.

POLÍTICAS ADMINISTRATIVAS

- El horario regular de trabajo es entre 8: 00 y 18:00 con una hora de receso, no obstante este horario estará sujeto al cumplimiento de objetivos de cada

área. Ingreso del personal 15 minutos antes de las 8:00 como es la hora de atención.

- Incentivar a la comunicación interna que proyecte el control y alcance de los objetivos.

POLÍTICA PARA RECURSOS HUMANOS

- La política que los pagos de remuneración se harán semanalmente.
- Brindar facilidades de capacitación a los empleados para favorecer su desarrollo profesional y mejorar sus conocimientos en beneficio de un mejor desempeño de sus actividades y para el beneficio de la empresa.
- Todo el personal que ofrezca honorarios Profesionales y trabajos ocasionales tienen la obligación de presentar sus facturas, bajo las normas del SRI, la empresa hará las retenciones conforme con la ley.

POLÍTICAS OPERACIONALES

- Confidencialidad y uso adecuado de la información.
- Agilidad en cada uno de los procesos de la empresa por parte del personal, desde la recepción de la mercadería, bodega, venta, entrega o despacho del producto, servicio postventa, cobranza; de acuerdo a determinadas fechas de cumplimiento.
- Seguir por parte de los empleados el cumplimiento estricto de pasos específicos de sus actividades en sus respectivas áreas de trabajo.

PROCEDIMIENTOS PARA NUEVOS CLIENTES

El nuevo equipo de ventas que será contratado para el cumplimiento de esta propuesta, debe ser un equipo entrenado para poder llegar a las necesidades de las personas que habitan en las afueras de la ciudad y que no han sido atendidas por las casas comerciales tradicionales ya que no han orientado su logística para estos

sitios, sin embargo el Comercial Madelyn preparará a personas que entiendan las características de estos potenciales clientes y ofrezcan mejorar el acceso a la innovación de artefactos para el hogar revisando sus reales condiciones y necesidades. Para esto se establece que:

- Primero se recorrerá en la búsqueda de nuevos clientes con catálogos y beneficios de facilidades de pago.
- A su vez se explicará a las personas sobre todas las políticas que se llevarán en el transcurso de la venta y post venta, para establecer fuertes lazos de confianza y de respeto a las políticas de cobro que tiene el comercial.
- Si se concreta una nueva venta entonces se generará un croquis con la ubicación exacta para que el equipo de cobranzas pueda llegar con facilidad y así también recibir todas asistencias que tendría como beneficios los clientes.
- Se solicitarán referencias de familiares que estén en las condiciones de ser garantes solidarios en el caso de alguna alteración en el proceso de las cobranzas.
- Se pedirá al nuevo cliente firmar una autorización para consultas al buró de crédito y esta forma aumentar el compromiso con las obligaciones adquiridas
- Se pedirá referencia de garantes solidarios tales como planillas de servicios básicos y un compromiso escrito y firmado donde referencia al nuevo cliente y se compromete a ser el garante solidario.
- Para otorgar crédito a un nuevo cliente se verificará el lugar de trabajo y se realizará una breve inspección con el consentimiento de quien solicita el crédito.
- Se solicitará los números telefónicos de hasta 4 contactos de personas que pudieran ubicar al nuevo cliente en caso de no poder dar con el paradero del mismo.
- Se firma contrato de compra venta
- Se firma contrato con reserva de dominio

5.7.2 RECURSOS, ANALISIS FINANCIERO

Para la ampliación de las operaciones de Comercial Madelyn se plantea una estrategia operativa y financiera que la respalde, entre lo que se menciona que esto

será posible siempre que exista el compromiso de la gerencia para establecer el cumplimiento de objetivos y del nuevo personal de apoyo que permita llegar a metas de ventas y control de cartera. Si se logra combinar entrega y recaudación de recursos de una forma más eficiente y con los incentivos adecuados para la clientela entonces lograremos resultados positivos en términos de imagen de negocio porque Comercial Madelyn se extenderá hacia otros recintos y se asentará firmemente para el establecimiento de un local en el área de comercio del cantón Durán.

La estrategia financiera que se pide aplicar iniciará con las siguientes metas:

Incrementar el volumen de ventas en un 10%

Incrementar el precio de los artículos vendidos a crédito un 8%

Los costos se incrementan según el volumen de ventas en un 10%

Los gastos operativos se incrementan según el nivel de actividad en 10%

Los incentivos para recaudaciones de contado es otorgar un 2% de descuento.

	ACTUAL 2012		PROPUESTO 2013
Ventas	327.475,00	x 1,1 x 1,08 =	389.040,30
Costos	230.564,13	x 1,1 =	253.620,54
Utilidad Bruta	96.910,88		135.419,76
Gastos	45.710,03	x 1,1 =	50.281,03
			?
Utilidad Neta	51.200,85		?

Los parámetros que se deben considerar por la ampliación de nueva cartera y que se deben mantener son:

Pronto Pago	2%
Porcentaje clientes que aprovechan descuento	30%
Porcentaje clientes que pagan al vencimiento	67%
Porcentaje clientes se atrasan 1 a 3 meses en pagar	3%
Cuentas de Gastos por Cuentas Malas	1%
Cuentas de Gastos por Equipos de Cobranzas	3%
Costo del dinero	16%

Se tiene que trabajar con un equipo de ventas de alta capacidad para lograr objetivos como mantener el 30% de las ventas de contado, porque conocemos que las personas muchas veces no tienen la totalidad del monto, pero se podría incentivar a realizar pagos de contado como parte de la entrada para obtener el crédito. La suma de muchos pagos por entrada corresponderá a lo que sería un 30% de lo vendido como pago de contado. Así mismo se debe mantener como máximo solo un 3% de clientes que se atrasen o caigan en la categoría de morosos, el seguimiento de la cartera debe ser permanente y realizar ajustes anticipados en las cuotas de pago para que se puedan cumplir en los tiempos establecidos.

ANÁLISIS FINANCIERO

Descuento por Pago de Contado

Ventas x Porcentaje de clientes que aprovecha el descuento x Porcentaje de descuento

$$= 389.040 \times 30\% = 116.712 \times 2\%$$

$$= 2.334,24$$

Gastos de Cuentas Malas

(Ventas – Ventas con descuento de Pago de Contado) x Estimado de Cuentas Incobrables

$$= 389.040 - 116.712 = 272.328.21 \times 1\% = 2.723,28$$

Gastos de Cuentas Malas

(Ventas – Ventas con descuento de Pago de Contado) x Estimado Gasto de Cobranzas por cada dólar de ventas

$$= 389.040 - 116.712 = 272.328.21 \times 3\% = 8.169,85$$

Mantenimiento de Cuentas por Cobrar

Periodo Promedio de Cobro Objetivo

$$= 100 \text{ días promedio}$$

Ventas diarias a crédito promedio

$$= 389.040 - 116.712 = 272.328.21 / 360 = 756,47$$

Saldo Promedio de Cuentas por Cobrar

$$= \text{Ventas diarias a crédito promedio} \times \text{Periodo Promedio de Cobro Objetivo}$$

$$= 756,47 \times 100$$

$$= 75.646,73$$

Monto financiado a los clientes (Costo de lo Vendido)

$$= \text{Saldo Promedio de Cuentas por Cobrar} \times \text{Porcentaje de Costo Ventas}$$

$$= 75.646,73 \times 65\%$$

$$= 49.315,10$$

Costo Financiero de mantener Cuentas por Cobrar

$$= \text{Monto financiado a clientes en cuentas por cobrar} \times \text{Costo del Dinero}$$

$$= 49.315,10 \times 16\%$$

$$= 7.890,42$$

Costo de Ampliar Cuentas por Cobrar por Incremento de Ventas

$$= 2334,24 + 2723,28 + 8.169,85 + 7.890,42 + 7.890,42$$

$$= 21.117,79$$

	ACTUAL 2012		PROPUESTO 2013		DIFERENCIA
Ventas	327.475,00	100%	389.040,30	100%	61.565,30
Costos	230.564,13	70%	253.620,54	65%	23.056,41
Utilidad Bruta	96.910,88	30%	135.419,76	35%	38.508,89
Gastos	45.710,03	14%	50.281,03	13%	4.571,00
Gastos por Ampliación de Cobranzas	0	0%	21.117,79	5%	21.117,79
Utilidad Neta	51.200,85	16%	64.020,94	16%	12.820,10

5.7.3 IMPACTO

Las finanzas de Comercial Madelyn se dinamizarán gracias a que la inserción de un equipo que realice colocación de productos con mejores ofertas y satisfacción de clientes tendrá que ser coordinado con el equipo de cobranzas que ofrece el buen servicio de garantía e incrementa la responsabilidad y el compromiso de los clientes con el negocio.

El disminuir los tiempos de inventarios en bodega y el tiempo de cobranzas, disminuirá el Ciclo Operativo de la empresa provocando que el Ciclo de Efectivo sea más corto y por ende las necesidades de Capital de Trabajo disminuyan, eso beneficiará en que el costo de oportunidad sea menor y se pueda reinvertir rápidamente para aumentar el rendimiento y las utilidades.

Sin embargo para poder incrementar ventas, controlar costos y recuperar lo invertido en clientes, tiene su costo. Estos valores se disminuyen de las utilidades y aunque el porcentaje de utilidad que queda para Comercial Madelyn es igual al actual,

podremos decir que en términos de flujo de efectivo se lograría mayor liquidez dado que la recuperación de flujos de ingresos aumenta y la salida de flujos se mantiene, fortaleciendo las decisiones de corto plazo que pudiera tomar la gerencia.

Por su lado los clientes también se benefician porque tiene mejor calidad de vida al poder adquirir artículos que cubran las necesidades del hogar con facilidad de pago y buenos precios, además de enmarcarlos en una cultura de cumplimiento de obligaciones que responda a un intercambio de confianza entre la Casa Comercial Madelyn y ellos.

Con la aplicación de estrategias que sugieran ampliar el equipo de vendedores y cobradores se está generando empleo y la satisfacción de muchos hogares que ven en Comercial Madelyn la fuente de trabajo donde ellos pondrán toda su experiencia y capacidad para que este negocio crezca a la par del crecimiento del trabajador que tendrá que ser remunerado acorde a las características exigidas en el personal y al cumplimiento de metas asignadas, sin caer en la exageración de esfuerzos y agotamiento del equipo de apoyo.

5.7.4 CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	NUMERO DE SEMANAS EMPLEADAS PARA IMPLEMENTAR LA PROPUESTA																
	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				
SEMANAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Levantamiento de información de clientes para análisis de datos y riesgo de cartera vencida.	■																
Evaluación de cartera vencida y porcentaje de clientes que pueden realizar pagos de contado	■				■												
Elaboración de formularios para datos de garantes y requisitos para el crédito según nuevas políticas									■								
Convenio con importadores para incrementar el volumen de ventas y traspaso de administración de garantías y servicio técnico						■								■			
Proceso de selección de personal para ventas y recaudaciones											■						
Proceso de selección de administrador financiero e inducción de metas													■				
Diseño de Publicidad y elaboración de material publicitario							■								■		
Piloto de ventas con nuevos clientes y evaluación de resultados													■				

5.7.5 LINEAMIENTO PARA EVALUAR LA PROPUESTA

- Cumplimiento de las proyecciones de ventas
- Cumplimiento de las condiciones de cobranzas
- Cumplimiento del control de riesgo de no pago
- Cumplimiento de los incentivos para llegar a las metas de ventas y a los planes de crédito
- Cumplimiento del financiamiento externo para la expansión de la cobertura que actualmente tiene comercial Madelyn

CONCLUSIONES

Después de haber analizado las diferentes situaciones que presenta la empresa objeto de estudio se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. . La Empresa Comercial “Madelyn. presenta deficientes indicadores de liquidez, solvencia, rentabilidad y autonomía, lo que unido a su inefectiva administración financiera la obliga a adoptar una estrategia funcional dentro del área de resultados claves en la operatividad económica y financiera
2. Los Estados Financieros de la empresa carecen de confiabilidad, al no reflejar de forma veraz los hechos económicos.
3. La empresa carece de una estructura organizativa que contenga un departamento financiero que responda a las necesidades de análisis, planificación y control de los recursos.
4. La empresa carece de políticas de administración financiera que le permitan prever el futuro financiero de la misma.
5. No existe una adecuada política de gestión de cobro que contribuya al logro de la salud financiera de la entidad.
6. Con la aplicación de las estrategias dentro de las áreas claves de la empresa se logran mejorar los niveles de riesgo, rendimiento, solvencia, liquidez y autonomía, alcanzando una eficaz y eficiente gestión económica y financiera en Comercial Madelyn

RECOMENDACIONES

Al finalizar este proyecto es importante determinar algunas recomendaciones para la empresa, las que deberían tomarse en cuenta al momento de tomar decisiones:

1. Establecer un plan estratégico basado en un análisis continuo de la demanda futura, con el objeto de mantener al día la oferta y poder satisfacer los requerimientos cada vez mayores del mercado.
2. Implantar políticas dinámicas de crecimiento y expansión con el objeto de eliminar posibles oportunidades de ingresos de nuevos competidores y desarrollo potencial de los actuales.
3. Mantener vínculos sólidos con Instituciones Financieras viables, lo cual, permitirá disponer de financiamiento oportuno, y además servirá de apoyo para las estrategias de crecimiento y expansión antes mencionada.
4. Realizar gestiones de venta para disminuir el saldo de los inventarios y de esta forma tener liquidez para cubrir las obligaciones a corto plazo.
5. Distribuir y controlar las funciones de cada uno de los empleados de una manera óptima canalizando de mejor manera los recursos de la empresa.
6. Contratar a una persona capacitada para que efectúe el análisis financiero que posea conocimientos de alto nivel para aplicar técnicas y procedimientos que permitan obtener los mejores resultados y alcanzar los objetivos.

BIBLIOGRAFÍA

BONSON, Enrique: *Análisis de Estados Financieros*, (1era edic), Quito-Ecuador, 2009.

BRIGHMAN, Eugene y HOUSTON Joel: *Fundamentos de Administración Financiera*, Cengage Learning Editores, (10ª ed.), México, 2006

CHARLES, T. HONRNGREN, Gary y SUNDEM, Jhon: *Introducción a la Contabilidad Financiera* (7ma. Edic) México, 2000

GITMAN, Lawrence: *Principios de Administración Financiera*, Prentice Hall, (10ª ed.), México, 2003

.

HUAMAN Valencia: *Manual de Técnicas de Investigación* 2da. Edic. Lima-Perú. 2005

HURTADO, Jacqueline *El Proyecto de Investigación, Metodología de la Investigación Holística*. (5ª ed.). Caracas, 2007.

PERDOMO, Abraham: *Elementos básicos de la Administración Financiera*, (11ª ed.).México D.F., 2002.

R W, Johnson, R W Melicher: *Administración Financiera*, compañía editorial continental, México, 2002.

SANDREU, Eliseu. *Manual de Gestión de Crédito a clientes*, Ediciones Deusto España, 2009.

VAN, Horne y WASCHICZ James: *Fundamentos de Administración Financiera*, Prentice Hall (11ª ed.). México, 2002.

W. R. Purcell Jr.: *Cómo comprender las finanzas de una compañía*, editorial Norma, Cali, 1983.

Referencias Linkográficas

http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_de_mercados

http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/LEY_DE_CAMARAS_DE_COMERCIO.pdf

<http://cuidatufuturo.com/?p=496> 09/02/2012 por Equipo Editorial

http://archive.sba.gov/espanol/Primeros_Pasos/investigaciondemercado.html

<http://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Ecuador/ecuador98.html>

http://issuu.com/pnbv/docs/completo_pnbv_2009_2013

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO 1

Diseño del Proyecto



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES

PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERIA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA – CPA,

TÍTULO DEL PROYECTO

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA
“COMERCIAL MADELYN”, DEDICADA A LA COMPRA- VENTA DE MOTOS
Y ELECTRODOMÈSTICOS Y PROPUESTA DE EXPANSIÓN ANTE EL
CRECIMIENTO DE LA DEMANDA EN EL CANTÓN DURAN AÑO 2012-2017

AUTORAS:

CASTRO PINCAY KERLY DEL ROCIO

MORA SALAZAR MERY JANETH

TUTOR:

Msc. ELY ISRAEL BORJA SALINAS

Guayaquil, Octubre del 2012

ANEXO 2

Formato de las Encuestas



ENCUESTA-CLIENTES

La presente encuesta tiene el objetivo de recopilar datos para conocer la opinión de los clientes ante la expansión y crecimiento de la empresa

Sector-Cliente	Edad	Tiene Trabajo	Su nivel de ingreso mensual está entre:
Churute(1) <input type="checkbox"/>	Balao <input type="checkbox"/>	18-25 <input type="checkbox"/>	Ocasional <input type="checkbox"/>
Churute(2) <input type="checkbox"/>	Coop. 6 de Julio <input type="checkbox"/>	26-30 <input type="checkbox"/>	Por Contrato <input type="checkbox"/>
Km 14 <input type="checkbox"/>	Rcto. Cien Familias <input type="checkbox"/>	31-40 <input type="checkbox"/>	Fijo-Permanente <input type="checkbox"/>
Rcto. Martillo <input type="checkbox"/>	Rcto. Roldos <input type="checkbox"/>	41-60 <input type="checkbox"/>	
Hcda. Aurora <input type="checkbox"/>	Vía al 26 <input type="checkbox"/>	Más de 60 <input type="checkbox"/>	
Km 15(1) <input type="checkbox"/>	Panorama <input type="checkbox"/>		
Km 15(2) <input type="checkbox"/>			

1.- ¿Piensa usted que Comercial Madelyn debería mejora sus servicios en? :

- Atención al cliente
- Variedad de Productos
- Facilidad de Pago
- Transporte de Mercadería
- Ninguna de las anteriores

2.- ¿Cuántas veces ha comprado artefactos en Comercial Madelyn en el último año?

- Una Vez
- Dos Veces
- Tres Veces
- Más de 3 veces

3.- ¿Cree ud.que la atención otorgada por Comercial Madelyn corresponden a la de un negocio que ha crecido?

- Totalmente de Acuerdo
- De Acuerdo
- No de acuerdo/, ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4.- ¿Cree ud.que la administración de Comercial Madelyn se ha mostrado altamente eficiente?

- Totalmente de Acuerdo
- De Acuerdo
- No de acuerdo/, ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

5.- ¿Siente ud.que al comprar en Comercial Madelyn le ofrece seguridad y garantía en el servicio que ofrece?

- Seguro que sí
- Probablemente sí
- Puede que sí/Puede que no
- Probablemente que no
- Seguro que no

6.-¿Compraría nuevamente artículos en Comercial Madelyn?

- Seguro que sí
- Probablemente sí
- Puede que sí
- Probablemente no
- Seguro que no

7.- ¿Recomendaría Ud. a otras personas comprar artículos en Comercial Madelyn?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- No de acuerdo/ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

8.- ¿En alguna ocasión no se le han entregado los pedidos a tiempo?

- Siempre
- Casi siempre
- Muchas Veces
- Pocas Veces
- Nunca

9.- ¿Qué opinión le merece la administración y la organización que se maneja en Comercial "Madelyn"?

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Deficiente



ENCUESTA-EMPLEADOS

La presente encuesta tiene el objetivo de recopilar datos para conocer la opinión de los empleados ante la expansión y crecimiento de la empresa

1.- ¿Se han incrementado los pedidos y las ventas en "Comercial Madelyn"?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- No de acuerdo/Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2.- ¿Cree Ud. que es oportuno realizar un estudio para la expansión económica y financiera de la empresa?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- No de acuerdo/Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

3.- ¿Cree ud. que la situación actual de la empresa permite enfrentar el incremento de la demanda de Motos y Electrodomésticos?

- Totalmente de Acuerdo
- De Acuerdo
- No de acuerdo / Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4.- ¿Piensa Ud. que las decisiones financieras son las más adecuadas?

- Totalmente de Acuerdo
- De Acuerdo
- No de acuerdo/,Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

5.- ¿Cómo calificaría a la gestión Administrativa y Financiera llevada por el administrador del negocio?

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Deficiente

6.- ¿Cree Ud. que los jefes administrativos han realizado una correcta proyección del negocio para crecer y abrir sucursales en otros sectores?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- No en desacuerdo/Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

7.- ¿Piensa Ud. que Comercial Madelyn está perdiendo oportunidad de expandirse por no manejar correctamente sus recursos financieros?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- No de acuerdo/Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

8.- ¿Cree Ud. que las políticas actuales para el manejo financiero permitirán el crecimiento del negocio?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- No de acuerdo/Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

9.- ¿Piensa Ud. que las políticas de crédito la utilización de lo cobrado es lo correcto para mejorar las finanzas del negocio?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- No de acuerdo/Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

10.- ¿ Cree Ud. que la gerencia posee el suficiente conocimiento de planificación para plantear metas correctas en sus trabajadores?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- No de acuerdo/Ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

11- ¿Piensa Ud. que la administración actual está llevando una correcta contabilidad para mejorar la situación económica de la empresa?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
No de acuerdo/Ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

13.-¿Cree Ud.que si la empresa trabaja bajo un Presupuesto podría mejorar el control y rendimiento?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
No de acuerdo/Ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

12.- ¿Conoce Ud. sobre como la empresa se está manejando en temas de liquidez y rotación de inventarios?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
No de acuerdo/Ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

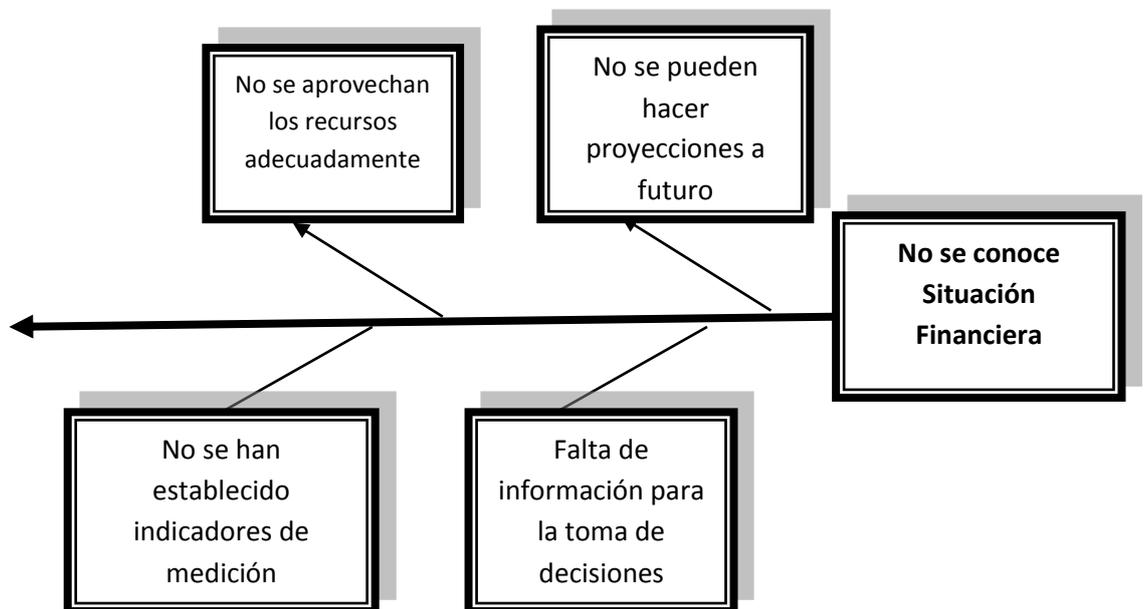
14.- ¿Cree Ud. que si se trabajara con Indicadores se podría tomar correcciones a tiempo y evitar los problemas financieros en la empresa?

Totalmente de Acuerdo	<input type="checkbox"/>
De Acuerdo	<input type="checkbox"/>
No de acuerdo/Ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

ANEXO 3

**DIAGRAMA ISHIKAWA, DELIMITACIÒN DEL TEMA,
MAPA DE INVOLUCRADOS, ARBOL DE PROBLEMAS,
MATRIZ ESTRUCTURA DE PROYECTO DE
INVESTIGACIÒN**

DIAGRAMA ISHIKAWA



DELIMITACIÓN DEL TEMA

1.- ¿Qué vamos a investigar?

1.- Análisis de la Situación Financiera

¿A quién?

COMERCIAL MADELYN

¿Dónde?

Cantón Duran

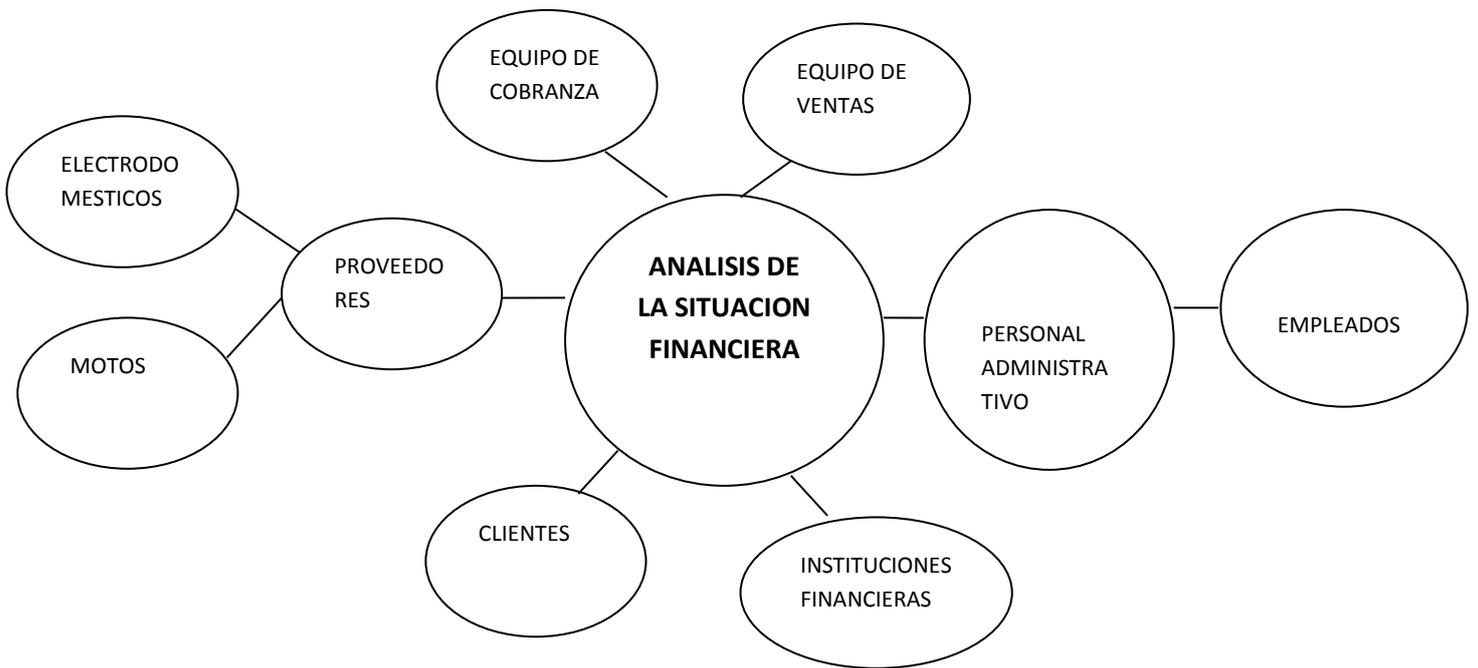
¿Cuándo?

AÑO 2012-2017

TÍTULO DEL TEMA

Análisis de la situación Financiera de la Empresa “Comercial Madelyn”, dedicada a la venta de Motos y Electrodomésticos y propuesta de expansión ante el crecimiento de la demanda en el Cantón Duran año 2012-2017

MAPA DE INVOLUCRADOS

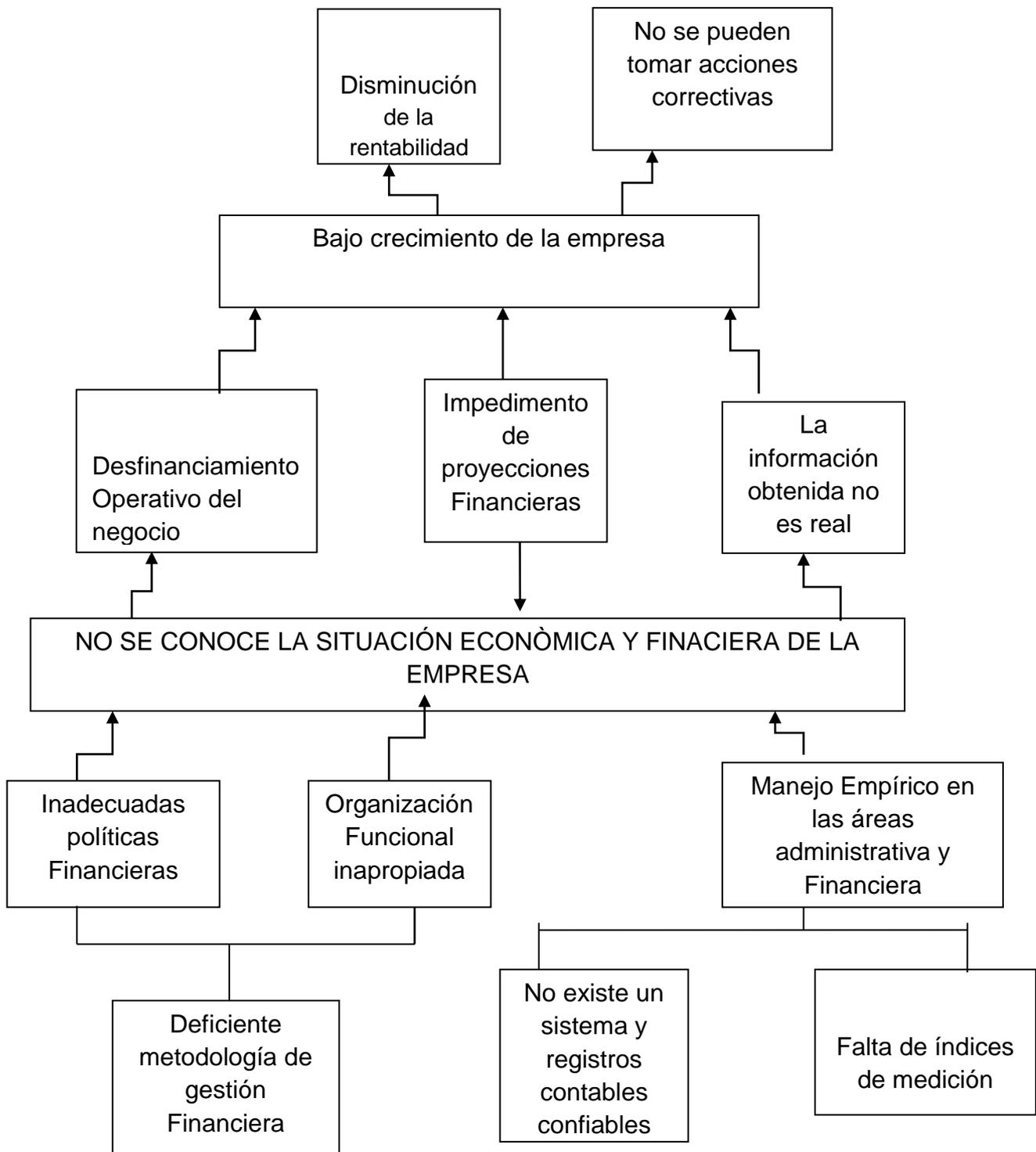


ARBOL DE PROBLEMAS

PROBLEMA CENTRAL: No se conoce la Situación Económica y Financiera de la empresa

CAUSAS	CONSECUENCIAS
Manejo empírico en áreas administrativas y financieras	Desfinanciamiento Operativo del negocio
Deficiente metodología de gestión Financiera	Impedimento de proyecciones Financieras
Organización Funcional inapropiada	No hay segregación de funciones
No existe un sistema y registros contable confiables	La información obtenida no es real
Inadecuadas políticas Financieras	Bajo crecimiento de la empresa.
Falta de índices de medición Financiera.	No se pueden tomar acciones correctivas

Poca expansión en el mercado



MATRIZ ESTRUCTURA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

No se conoce la Situación Económica y Financiera de la empresa	¿En qué forma el desconocimiento de la situación económica y Financiera de la empresa afecta la expansión del negocio	Analizar en qué aspectos afecta el desconocimiento de la situación económica y financiera ante el crecimiento de la demanda.	Si se realiza un correcto análisis de la situación económica y financiera en comercial Madelyn , entonces mejorara su crecimiento y expansión
SUB-PROBLEMAS	SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÒTESIS PARTICULARES
El manejo empírico en el área administrativa y financieras ocasiona el desfinanciamiento Operativo de la empresa.	¿En qué aspectos el manejo empírico del negocio en el área administrativa y financiera está provocando el desfinanciamiento operativo en la empresa?	Comprobar cómo el desfinanciamiento operativo es ocasionado por el manejo empírico de los recursos	Si se aplica una eficiente gestión financiera, entonces se podrá disponer de recursos para la reinversión y se mejorara la situación económica.
Las inadecuadas políticas financieras ocasionan un bajo crecimiento en la empresa.	¿De qué forma afecta al crecimiento de la empresa las inadecuadas políticas financieras ‘	Elaborar políticas financieras adecuadas para el crecimiento de la empresa.	
La deficiente gestión administrativa es un impedimento para realizar proyecciones financieras,	¿De qué manera afecta la deficiente gestión admistrativa para la realización de proyecciones Financieras?	Evaluar como una deficiente gestión administrativa afecta a las proyecciones financieras del negocio.	Si utilizamos correctamente una herramienta administrativa, entonces se mejorara el rendimiento económico de la empresa.
La falta de índices de medición financiera no nos permite tomar acciones correctivas.	¿De qué forma la ausencia de índices financieros no ha permitido tomar acciones correctivas en todas las áreas de la empresa?	Analizar como la aplicación de indicadores nos permiten tomar medidas correctivas en el área financiera	

ANEXO 4

RUC,

**BALANCE GENERAL Y
ESTADO DE RESULTADOS
2010-2011**

WASHINGTON SALAZAR MENDOZA**BALANCE GENERAL****AÑO 2010-2011**

ACTIVOS	2010	2011
CORRIENTE		
CAJA - BANCOS	1.200,00	7.300,11
CUENTAS POR COBRAR	91.500,00	114.429,00
CREDITO TRIBUTARIO IVA	4.347,46	5.039,89
ANTICIPO IMPTO.RENTA	1.196,94	1.512,30
INVENTARIOS	48.069,82	67.565,77
TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTE	146.314,22	195.847,07
ACTIVOS FIJOS		
LOCAL BODEGA	30.000,00	30.000,00
(-)Depreciacion Acumulada de Local	- 3.000,00	- 6.000,00
VEHICULO-CAMIONETA (Gerente)	9.000,00	9.000,00
(-)Depreciacion Acumulada de Vehiculo Adm.	- 450,00	- 900,00
VEHICULO-CAMION (ventas)	12.000,00	32.000,00
(-)Depreciacion Acumulada de Vehiculo-Venta	- 600,00	- 1.600,00
EQUIPO DE COMPUTACION	850,00	850,00
(-)Depreciacion Acumulada de Equipo de Com	- 283,33	- 566,67
MUEBLES Y ENSERES	550,00	550,00
(-)Depreciacion Acumulada de Muebles y ense	- 55,00	- 110,00
TOTAL DE ACTIVO FIJO	48.011,67	63.223,33
TOTAL DE ACTIVOS	194.325,89	259.070,40
PASIVOS		
CUENTAS X PAGAR	62.717,77	76.957,32
IMPTO A LA RENTA X PAGAR	581,89	-
RETENCIONES RENTA X PAGAR	276,14	162,15
TOTAL PASIVOS	63.575,80	77.119,47
PATRIMONIO		
CAPITAL	66.377,21	66.377,21
PERDIDAS EJERCICIOS ANTERIORES	- 4.607,35	- 4.607,35
UTILIDAD EJERCICIOS ANTERIORES	15.711,26	68.980,23
UTILIDAD PRESENTE EJERCICIO	53.268,97	51.200,85
TOTAL PATRIMONIO	130.750,09	181.950,93
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	194.325,89	259.070,40

WASHINGTON SALAZAR MENDOZA		
ESTADO DE RESULTADOS		
AÑOS 2010-2011		
	2010	2011
VENTAS	315.060,54	327.475,00
COSTO DE VENTAS	220.569,35	230.564,13
UTILIDAD BRUTA	94.491,19	96.910,88
TOTAL DE GASTOS	41.222,22	45.710,03
HONORARIOS PROFESIONALES	1.632,00	1.880,96
SUELDOS	14.400,00	14.832,00
COMBUSTIBLE	1.430,00	1.570,59
SUMINISTROS Y MATERIALES	520,72	785,50
TRANSPORTE	2.358,67	3.542,11
SEGUROS	2.000,17	2.116,79
ARRIENDO	9.800,00	9.800,00
GASTOS DE VIAJE Y MOVILIZACION	1.682,56	1.843,69
SERVICIOS PUBLICOS	582,70	675,84
DEPRECIACIÓN	4.388,33	4.788,33
GASTOS DE GESTIÓN	1.322,76	2.783,59
PAGOS POR OTROS SERVICIOS	850,00	926,81
PAGO POR OTROS BIENES	254,31	163,82
UTILIDAD NETA	53.268,97	51.200,85
GASTOS PERSONALES	-	-
BASE IMPONIBLE	53.268,97	51.200,85

ANEXO 5

FOTOS DE ELECTRODOMÈSTICOS





