



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TESIS DE GRADO

TÍTULO:

**“COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE FERRETERÍAS
EN MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN: HIERRO,
CEMENTO, ZINC Y SU RELACION CON LA ECONOMÍA DEL
CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2011”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniera en contabilidad y Auditoría CPA.

Autora:

Proaño Yanez Diana Natali

Directora:

Ing. Oña Sinchiguano Brenda Elizabeth

La Maná - Ecuador

Junio, 2014

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE FERRETERÍAS EN MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN: HIERRO, CEMENTO, ZINC Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2011” son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Proaño Yanez Diana Natali

C.I: 050303195-7

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema: “COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE FERRETERÍAS EN MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN: HIERRO, CEMENTO, ZINC Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2011” de Proaño Yanez Diana Natali postulante de la Carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Anteproyecto que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, junio, 2014

La Directora

.....

Ing. Oña Sinchiguano Brenda Elizabeth

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANISTICAS

La Maná – Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, la postulante Srta. Proaño Yanez Diana Natali con el título de tesis: **“COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE FERRETERÍAS EN MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN: HIERRO, CEMENTO, ZINC Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2011”** han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

La Maná, Junio del 2014

.....
Ing. Viviana Cando
PRESIDENTA

.....
Mcs. Ángel Villarroel
MIEMBRO

.....
Mcs. Marcela Vizuite
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

Principalmente a dios por darme la vida y permitir tener la capacidad suficiente para salir adelante a mis padres, hermanos que con su apoyo incondicional, lograron mitigar mis penas y celebrar mis triunfos.

Del mismo modo expresar mi eterna gratitud a la Universidad Técnica de Cotopaxi a sus distinguidas autoridades y maestros de manera especial a la Ing. Brenda Oña, quién con su paciencia y dedicación me oriento para la consecución de este logro, y a todas las personas que ha hecho posible que este esfuerzo sea hoy una grata realidad desde el fondo de mi corazón mis más sinceros agradecimientos

DIANA

DEDICATORIA

A Dios todo poderoso que me alumbro siempre el camino para ver hoy cristalizado el anhelo de ser profesional, a mis adorados padres que con su afán, sacrificio, y apoyo incondicional hicieron posible la culminación de esta etapa estudiantil.

Mis Hermanos, sobrinos que siempre me han inspirado para hacer realidad mi sueño, gracias profesores por su tiempo, apoyo y sabiduría que me transfirieron en el desarrollo de mi formación profesional.

DIANA

COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY



UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

TEMA: COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD DE FERRETERÍAS EN MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN: HIERRO, CEMENTO, ZINC Y SU RELACIÓN CON LA ECONOMÍA DEL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2011”

Autora:

Proaño Yanez Diana Natali

RESUMEN

A través del presente trabajo de investigación se persiguió conocer la situación actual que atraviesan cada una de las ferreterías para analizar la relación que tiene con la economía del Cantón la Maná, determina los principales indicadores financieros de esta actividad económica teniendo como objeto principal analizar la comercialización y rentabilidad para sugerir mejoras en la economía de los propietarios de los negocios, el trabajo que inicio con una descripción de las definiciones sobre economía, indicadores financieros y comercialización de materiales para la construcción . luego con base en la investigación de nivel descriptiva , mediante encuestas se recopiló datos de la población y de los dueños de las ferreterías los sustentos teóricos y de campo encontrados a través del análisis e interpretación, permitieron fundamentar la propuesta de efectuar un análisis económico financiero para obtener los índices de rentabilidad del trabajo que realizan las ferreterías y determinar la influencia de la economía local y nacional la comercialización de las ferreterías de acuerdo a los análisis realizados indica que la actividad es rentable y tiene una gran influencia en la economía local y nacional.

DESCRIPTORES: Comercialización y Rentabilidad de las Ferreterías

COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY



ADMINISTRATIVE Y HUMANISTIC SCIENCE CAREER

**THEME: MARKETING AND PROFITABILITY OF HARDWARE STORE
IN BUILDING MATERIALS: IRON, CEMENT, ZINC AND ITS
RELATIONSHIP WITH THE ECONOMY OF LA MANÁ CANTON
COTOPAXI PROVINCE, 2011**

Author:

Proaño Yanez Diana Natali

ABSTRACT

Through this research the aim was to know the present situation in which each of the hardware stores are going through, to analyze the relationship with the economy of the La Maná Canton, it determines the main financial indicators of this economic activity having as main objective to analyze the marketing and profitability to suggest improvements in the economy of the business owners, the work began with a description of the definitions of economy, financial indicators and marketing of building materials. Then based on the descriptive level research, data was gathered through surveys of the population and the owners of the hardware stores, the theoretical and field basis found through analysis and interpretation, allowed the foundation of the proposal for an economic and financial analysis to obtain profitability indexes of the work done by hardware stores and determine the influence of the local and national economy. Hardware marketing according to the analysis performed indicates that the activity is profitable and has a strong influence on the local and national economy.

DESCRIPTORS: Hardware Stores Marketing and Profitability

ÍNDICE GENERAL

Nº	CONTENIDO	PÁGINA
	PORTADA	
	AUTORÍA DE TESIS	ii
	AVAL DIRECTORA DE TESIS	ii
	APROBACIÓN DEL TRIBUNAL D GRADO	iv
	AGRADECIMIENTO	v
	DEDICATORIA	vi
	RESUMEN	vii
	ABSTRAK	viii
	CERTIFICACIÓN	ix
	INDICES DE CONTENIDOS	x
	ÍNDICES DE CUADROS	xv
	ÍNDICES DE GRÁFICOS	xvi

CAPITULO I

	Introducción	1
1	Fundamentación Teórica	2
1.1.1	Proyecto 1	2
1.1.2	Proyecto 2	3
1.2	Categorías Fundamentales	4
1.3	Marco Teórico	5
1.3.1	Gestión Administrativa y Financiera	5
1.3.1.2	Control Gestión Administrativa y Financiera	5
1.3.1.3	Objetivos Gestión Administrativa y Financiera	6
1.3.1.4	Factores de Gestión Administrativa y Financiera	7
1.3.2	Gestión Empresarial	8
1.3.2.1	Definición	8
1.3.2.2	Objetivos	8
1.3.2.3	Funciones	9
1.3.2.3.1	Planificación	9
1.3.2.3.2	Organización	10
1.3.2.3.3	Dirección	10
1.3.2.3.4	Control	11
1.3.3	Comercialización	11
1.3.3.1	Definición	11
1.3.3.2	Canales de Distribución	12
1.3.3.2.1	Canales Directos	13
1.3.3.2.2	Canales Indirectos	13
1.3.3.3	Distribución	14

ÍNDICES DE CONTENIDOS

Nº-	CONTENIDO	PÁGINA
1.3.3.3.1	Promoción	14
1.3.3.3.2	El plan de marketing	14
1.3.3.3.3	Estrategias de marketing	15
1.3.4	Rentabilidad	16
1.3.4 .1	Definición	16
1.3.4 .2	Plan de Cuentas	17
1.3.4.2.1.	Definición	17
1.3.4 .2.2	Aspectos previos del plan de cuentas	17
1.3.4 .2.3	Características del Plan de cuentas	18
1.3.4.3	Estados Financieros	24
1.3.4.3.1.	Balance General	24
1.3.4.3.2.	Elementos Balance General	24
1.3.4.3.4.	Estado Pérdidas y ganancias	26
1.3.4.3.5.	Elementos Estado Pérdidas y ganancias	26
1.3.4.3.6	Estado Flujo de Caja	28
1.3.4.4.	Ratios Financieros	29
1.3.4.4.1	Definición	29
1.3.4.4.2	Análisis Liquidez	30
1.3.4.4.3	Ratio Endeudamiento	33
1.3.4.4.4	Ratio Productividad	36
1.3.4.4.5	Ratios de Rentabilidad	39
1.3.4.4.6.	Valor Actual Neto	41
1.3.4.4.7	Tasa Interna de Retorno	42
1.3.5.	Ferreterías	43
1.3.5.1	Definición	43
1.3.5.2	Pequeñas Empresas	43
1.3.5.3	Cemento	44
1.3.5.4.	Marcas de cemento	45
1.3.5.3.1	Zinc	45
1.3.5.3.2.	Hierro	46
1.3.5.3. 3	Ventajas Pequeñas Empresas	46
1.3.5.3.4	Desventajas Pequeñas Empresas	47
1.3.5.4	Registro Único Contribuyentes	48
1.3.6.	Economía	49
1.3.6.1.	Definición	49
1.3.6.2.	Modelos Económicos	49
1.3.6.2.1	Definición	49
1.3.6.3	Microeconomía	50

ÍNDICES DE CONTENIDOS

Nº-	CONTENIDO	PÁGINA
1.3.6.3.1.	Definición	50
1.3.6.3.2	La teoría del Consumidor	51
1.3.6.3.3	Teoría de la Producción	51
1.3.6.3.4	Elementos Microeconomía	52
CAPÍTULO II		54
2	Análisis e interpretación de Resultados	54
2.1.	Breve Caracterización del Objeto de Estudio	54
2.2	Operacionalización de las Variables	56
2.3	Metodología Empleada	58
2.3.1	Tipos de Investigación	58
2.3.2	Metodología	58
2.3.3.2	Tamaño de la Muestra	60
2.3.4	Métodos y Técnicas a ser Empleadas	61
2.3.4.1	Métodos	61
2.3.4.2	Técnicas	61
2.3.5	Encuestas a los Propietarios de las ferreterías	62
2.3.6	Encuesta Aplicada a los clientes	74
2.3.7	Conclusiones	88
2.3.8	Recomendaciones	88
2.4	Verificación de las Preguntas Científicas	89
2.5	Diseño de la Propuesta	90
2.5.1	Datos de la Empresa	90
2.5.2	Justificación	90
2.5.3	Objetivos	91
2.5.3.1	Objetivo General	91
2.5.3.1	Objetivos Específicos	91
2.5.4	Descripción de la Propuesta	92
CAPITULO III		93
3.1	Empresa Ferretera Grande	93
3.1.2	Datos de la Empresa	95
3.1.2.1	Perfil de la Ferretería	95
3.1.3	Descripción de la propuesta	96
3.1.3.1	Plan de cuentas	99
3.1.3.2	Estados Financieros	102
3.1.3.3	Estado de Situación Inicial	102

ÍNDICES DE CONTENIDO

Nº	CONTENIDO	PÁGINA
3.1.3.4	Estado de Pérdidas y Ganancias	103
3.1.3.5	Balance General	104
3.1.3.6	Flujo De Caja de la Ferretería el Machetazo	105
3.1.4	Análisis de indicadores financieros de la Ferretería el Machetazo	106
3.1.4.1	Índices de Liquidez	106
3.1.4.2	Índices de Productividad	111
3.1.4.3	Índices de Rentabilidad	112
3.1.4.4	Índices de Endeudamiento	113
3.1.5	Valor actual neto (van)	116
3.1.6	Tasa Interna de Retorno (TIR)	117
3.1.7	Comercialización	118
3.1.7.1	Tipo de Comercialización	118
3.1.7.2	Canales de Comercialización de la ferretería el Machetazo	
3.1.7.4	Actividades de Distribución	122
3.1.7.6	Actividades De Comercialización	123
3.2	Datos de empresa	127
3.2.1	Perfil de la Ferretería	127
3.2.3	Estados Financieros	129
3.2.3.2	Estado de situación inicial	129
3.2.3.3	Estado de pérdidas y ganancias	130
3.2.3.4	Estado de situación final	131
3.2.3.5	Flujo De Caja De La Ferretería Noble	132
3.2.4	Análisis de Indicadores Financiero de la Ferretería Noble	133
3.2.4.1	Índices de Liquidez	133
3.2.4.2	Índices de Productividad	138
3.2.4.3	Índices de Rentabilidad	139
3.2.4.4	Índices de Endeudamiento	140
3.2.5	Valor Actual Neto (VAN)	143
3.2.6	Tasa Interna de Retorno (TIR)	144
3.2.7	Comercialización Directa e Indirecta	145
3.2.7.2	Actividades Del Flujograma De Distribución	148
3.2.7.4	Comercialización Actividades	149
3.3	Empresa Pequeña	153
3.3.1	Datos de la Empresa	153
3.3.1.1	Perfil de la Ferretería	153
3.3.2.1	Estado De Situación Inicial	155

ÍNDICES DE CONTENIDO

Nº-	CONTENIDO	PÁGINA
3.3.2.2	Estado De Pérdidas Y Ganancias	156
3.3.2.3	Estado De Situación Final	157
3.3.2.4	Flujo De Caja De La Ferretería Bonilla	158
3.3.3	Análisis de los indicadores de la ferretería Bonilla	159
3.3.3.1	Índices de Liquidez	159
3.3.3.2	Índices de Productividad	163
3.3.3.3	Índices de Rentabilidad	164
3.3.3.4	Índices de Endeudamiento	165
3.3.4	Valor Actual Neto	169
3.3.5	Tasa Interna De Retorno (Tir)	170
3.3.6	Comercialización	171
3.3.6.1	Canales de Comercialización	171
3.3.6.3	Actividades De Distribución	174
3.3.6.5	Actividades de comercialización	175
3.4	Resumen Global de las Ferreterías	179
3.3.4	Informes De Rentabilidad	180
3.4.1	Informe De Rentabilidad	182
3.4.2	Informe De Rentabilidad	184
3.5	Relación con la economía del cantón La Maná	186
4	Conclusiones y Recomendaciones	187
4.1	Conclusiones	187
4.2	Recomendaciones	188
5	Referencias Bibliográficos.	189
5.2.	Textos Electrónicos	191
	Anexos	192

ÍNDICE CUADROS

Nº-	CONTENIDO	PÁGINA
Cuadro N°- 1	Modelo Del Plan De Cuentas De Una Empresa Comercial	21
Cuadro N°-2	Modelos Del Estado De Situación Financiera	25
Cuadro N°- 3	Modelos Del Estado Del Estado De Pérdidas Y Ganancias	27
Cuadro N°. 4	Modelos De Estado Flujos De Caja	29
Cuadro N°-5	Operacionalización De Las Variables	56
Cuadro N°- 6	Datos Poblacionales	59
Cuadro N°- 7	Tiempo	62
Cuadro N°- 8	Clientes	63
Cuadro N°- 9	Empleados	64
Cuadro N°- 10	Servicio Al Cliente	65
Cuadro N°- 11	Comercialización	66
Cuadro N°- 12	Rentabilidad	67
Cuadro N°- 13	Cemento	68
Cuadro N°- 14	Zin	69
Cuadro N°- 15	Hierro	70
Cuadro N°- 16	Clientes	71
Cuadro N°- 17	Trato	72
Cuadro N°- 18	Comercialización	73
Cuadro N°- 19	Ingreso Económico	74
Cuadro N°- 20	Buena Calidad	75
Cuadro N°- 21	Materiales De Construcción	76
Cuadro N°- 22	Actividades	77
Cuadro N°- 23	Ferreterías	78
Cuadro N°- 24	Stock De Materiales	79
Cuadro N°- 25	Frecuencia	80
Cuadro N°- 26	Preferencia	81
Cuadro N°- 27	Descuentos	82
Cuadro N°- 28	Entrega A Domicilio	83
Cuadro N°- 29	Cemento	84
Cuadro N°- 30	Calidad De Cemento	85
Cuadro N°- 31	Dimensión	86
Cuadro N°- 32	Tamaño De Hierro	87
Cuadro N°- 33	Análisis Foda	94
Cuadro N°- 34	Análisis Situacional Foda	128
Cuadro N°- 35	Análisis Situacional Del Foda	154

ÍNDICE GRÁFICOS

Nº-	CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico N°- 1	Categorías Fundamentales	4
Gráfico N°- 2	Tiempo	62
Gráfico N°- 3	Clientes	63
Gráfico N°- 4	Empleados	64
Gráfico N°- 5	Servicio Al Cliente	65
Gráfico N°- 6	Comercialización	66
Gráfico N°- 7	Rentabilidad	67
Gráfico N°- 8	Cemento	68
Gráfico N°- 9	Zin	69
Gráfico N°- 10	Hierro	70
Gráfico N°- 11	Clientes	71
Gráfico N°- 12	Trato	72
Gráfico N°- 13	Comercialización	73
Gráfico N°- 14	Ingreso Económico	74
Gráfico N°- 15	Buena Calidad	75
Gráfico N°- 16	Materiales De Construcción	76
Gráfico N°- 17	Actividades	77
Gráfico N°- 18	Ferreterías	78
Gráfico N°- 19	Stock De Materiales	79
Gráfico N°- 20	Frecuencia	80
Gráfico N°- 21	Preferencia	81
Gráfico N°- 22	Descuentos	82
Gráfico N°- 23	Entrega A Domicilio	83
Gráfico N°- 24	Cemento	84
Gráfico N°- 25	Calidad De Cemento	85
Gráfico N°- 26	Dimensión	86
Gráfico N°- 27	Tamaño De Hierro	87
Gráfico N°- 28	Flujo Grama De Distribución	121
Gráfico N°- 29	Tarjeta De Presentación	122
Gráfico N°- 30	Flujo De Comercialización	124
Gráfico N°- 31	Distribución En Planta	125
Gráfico N°- 32	Ubicación Geográfica.	126
Gráfico N°- 33	Flujo Grama De Distribución	147
Gráfico N°- 34	Tarjeta De Presentación	148
Gráfico N°- 35	Flujo Grama De Comercialización	150
Gráfico N°- 36	Distribución De La Planta De La Ferretería Noble	151

ÍNDICES DE GRÁFICOS

Nº-	CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico N°- 37	Ubicación Geográfica De La Ferretería Noble	152
Gráfico N°- 38	Flujo Grama De Distribución	173
Gráfico N°- 39	Tarjeta De Presentación	174
Gráfico N°- 40	Flujo Grama De Comercialización	176
Gráfico N°- 41	Distribución De La Planta De La Ferretería Bonilla	177
Gráfico N°- 42	Ubicación Geográfica De La Ferretería En Estudio.	178

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo con el tema de Comercialización y Rentabilidad de ferreterías en materiales para la construcción: hierro, cemento, zinc y su relación con la economía del Cantón la Maná provincia de Cotopaxi año 2011 se realizó con la necesidad de conocer lo que es la comercialización y rentabilidad y como va influyendo con la economía del Cantón La Maná en la realización de la tesis se pondrá en práctica todos los resultados obtenidos de la investigación en las ferreterías del Cantón La Maná.

Este trabajo se fundamentó en la investigación exploratoria descriptiva para poder realizar el análisis de los datos reales obtenidos que nos guie a determinar las recomendaciones para el mejoramiento de la economía. Esta investigación se encuentra técnicamente dividida en tres capítulos principales que permitieron el desarrollo de tema en estudio.

En el primer capítulo se realizó en marco teórico permitiendo este en lo que es los temas Gestión Administrativa y Financiera, Gestión Empresarial, Comercialización, Rentabilidad, Ferreterías, Economía matriz foda, de acuerdo con lo establecido en el reglamento de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

El segundo capítulo se realizó una breve operacionalización de variables y la caracterización de las ferreterías en estudio como el análisis de las encuestas realizadas a los propietarios y consumidores en general a través de los instrumentos como la entrevista, la encuesta y la tabulación de los datos.

En el tercer capítulo se desarrolló la propuesta establecida con la determinación de la comercialización y rentabilidad y su relación que tiene con la economía del Cantón La Maná donde señalamos los pasos a seguir: justificación, objetivos aplicación y validación de la propuesta, Estados financieros, canales de distribución, comercialización, rentabilidad, el valor actual neto y la tasa interna de retorno, las conclusiones y recomendaciones además la bibliografía y anexos

CAPITULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Antecedentes

A través de la investigación realizada se encuentra resultados de proyectos similares, los mismos que se presentan a continuación:

1.1.1. Proyecto 1

Comercialización y Rentabilidad para las pequeñas empresas ferreteras del cantón Quevedo.

Resumen:

1. Las pequeñas empresas cumplen un papel importante en la economía de los países especialmente en los bienes y servicios, demandando y comprando productos, que constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de las actividades económicas de un país.
2. Estas ferreterías son formadas con pequeños capitales y por un solo accionista en donde no cumplen con toda la demanda de la comunidad y no tienen un excelente sistema contable.
3. Las ferreterías, son pequeñas empresas que generan utilidades a sus propietarios la misma que no cuentan con una adecuada administración.

El diseño de una planificación estratégica ayuda a:

Llevar una buena administración adecuada para que el sector ferretero cumpla con sus objetivos planteados en un determinado tiempo.

1. Desarrollar un diagnóstico de comercialización y rentabilidad.

1.1.2. Proyecto 2

Comercialización y Rentabilidad de la sucursal de la ferretería Rey Constructor en el Cantón Cevallos

Resumen:

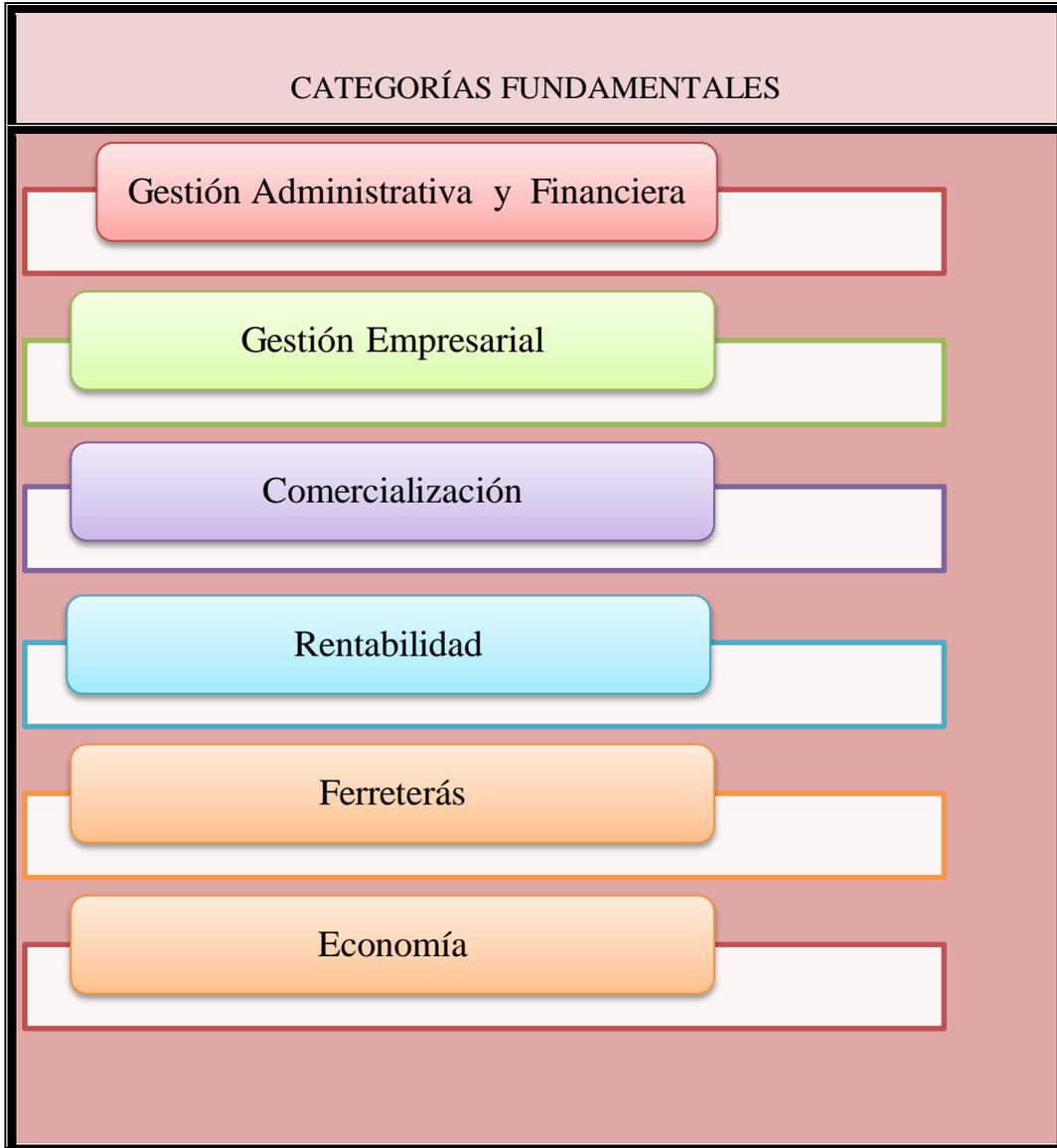
1. Se realizó una evaluación financiera a los resultados que se proyectaron para obtener Comercialización y rentabilidad de la sucursal de la ferretería Rey Constructor en el Cantón. Cevallos.
2. Se identifica las necesidades de la población resultando como los productos que más demanda la gente, el cemento con un 30% y el hierro con un 25% las herramientas de construcción, tuberías y otros productos a fines; con un 17%

Los objetivos de la creación de una sucursal en el Cantón Cevallos son:

1. Dar un buen servicio a la comunidad la comercialización de los materiales para la construcción buscando satisfacer las necesidades de los clientes.
2. Llevar un sistema adecuado de atención al cliente para poder cumplir con la planificación estratégica de la empresa.

1.2. Categorías Fundamentales

GRÁFICO N°- 1



Elaborado por. Proaño Yanez Diana Natali

1.3 MARCO TEÓRICO

1.3.1 Gestión Administrativa y Financiera

1.3.1.1 Definición

La Gestión administrativa y financiera consiste en brindar un soporte a los procesos empresariales de las diferentes áreas funcionales de una entidad, a fin de lograr resultados efectivos y con una gran ventaja competitiva revelada en los estados financiero (BORTLEY Danielsen,2011,P150).

Es la capacidad de administrar, operar y mantener el sistema económico y financiero con criterios de eficiencia y equidad tanto social como comercial. La dirección toma todas las decisiones relacionadas al manejo administrativo, tienen el control de los recursos técnicos, de personal, y establecen relaciones horizontales con las agencias gubernamentales y no gubernamentales que apoyan su trabajo (BLOCK Stanley, 2010, p150)

La gestión administrativa y financiera es la que se encarga de brindar un apoyo al proceso empresarial en las distintas áreas de la empresa con el objetivo de brindar resultados claros y confiables en los estados financieros de cada una de las empresas en estudio.

1.3.1.2. Control de la gestión Administrativa y Financiera

El control de gestión es un proceso que sirve para guiar la gestión empresarial administrativa y financiera hacia los objetivos de la organización, es decir el control debe servir de modelo para alcanzar eficazmente los objetivos planteados con el mejor uso de los recursos disponibles técnicos, humanos, etc. (BLOCK Stanley, 2010, p150).

Se define como un proceso de retroalimentación de información de uso eficiente de los recursos disponibles de una empresa con el fin de lograr los objetivos planteados dentro de la misma (BORTLEY Danielsen, 2011, P150).

El control de gestión administrativa y financiera es el proceso que se encarga de retroalimentar información para el uso de los recursos disponibles de la entidad con la finalidad de lograr los objetivos trazados dentro de la misma, teniendo en cuenta las necesidades de la misma logrando cumplir sus metas planteadas.

1.3.1.3 Objetivos de la Gestión Administrativa y Financiera

Los objetivos de la Gestión Administrativa y Financiera es controlar la evolución de la empresa desde un punto de vista de valores económicos e indicadores que establece un sistema de planificación estratégica en la empresa a largo plazo optimizar el funcionamiento interno del sistema de información de la organización desarrollar el sistema de control mediante una evaluación del control gestión que permita medir los aspectos clave del negocio (BLOCK Stanley, 2010, p150).

Los objetivos de la Gestión Administrativa y Financiera son:

- Detectar y anticipar las necesidades de financiación de la empresa y seleccionar la combinación de fuentes que permiten satisfacer de la forma más eficiente.
- Analizar desde el punto de vista de rentabilidad las decisiones de la empresa como las inversiones, políticas comerciales y los presupuestos
- Dar soporte administrativo al proceso empresarial de las diferentes áreas funcionales (BORTLEY Danielsen, 2011, P150).

Los objetivos son los que miden la eficacia de la gestión administrativa y financiera, evaluando el control de la información contable financiera económica y la inversión confiable analizando la rentabilidad de la empresa para la toma de decisiones oportunas estableciendo un sistema de control mediante una evaluación de control de gestión.

1.3.1.4 Factores de Gestión Administrativa y Financiera

Dentro del contexto de factores que influyen en el control de gestión de una organización tenemos factores tanto internos como externos:

Factores Internos: Es el sistema de organización jerárquica de la empresa como también la forma de dirigir la organización de los propietarios y el sistema de información que maneja la organización (BLOCK Stanley, 2010, p150).

Los factores internos puede definirse como un conjunto de procedimientos, políticas, directrices y planes de organización los cuales tienen por objeto asegurar una eficiencia, seguridad y orden en la gestión financiera y administrativa de la empresa (BORTLEY Danielsen, 2011, P150).

Los factores son los que influyen dentro de la empresa pueden ser internos como externos, también es la forma planificar y dirigir la organización y el sistema que maneja la misma lo cual tiene por objetivo de asegurar una eficacia y el orden en la gestión financiera y administrativa de la empresa tomando decisiones oportunas.

Factores Externos: La competencia externa es la que obliga a adoptar estrategias diferentes para la legislación aplicables dentro de las leyes y los reglamentos entre los códigos y la utilización de nuevas tecnologías para promocionar los productos (BORTLEY Danielsen, 2011, P150).

Los factores externos de la empresa es la competencia entre las mismas la cual nos indica que tenemos de adoptar estrategias y la utilización de la tecnología así proporcionando los servicios y productos (BLOCK Stanley, 2010, p150).

Los factores externos que tiene una empresa el principal factor es la competencia donde le obliga a la misma para tomar las decisiones y estrategias en las leyes, reglamentos determinando lo que es la promoción de nuevos productos y artículos de la empresa, utilizando la tecnología para proporcionar productos renovados.

1.3.2 Gestión Empresarial

1.3.2.1 Definición

Es la actividad empresarial que busca a través de personas directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos mejorar la productividad y la competitividad de las empresas planteando sus objetivos y cumpliendo sus metas (HERNANDEZ Sergio, 2011, p 25)

Una gestión empresarial no busca sólo hacer las cosas mejor sino lo más importante es hacer las cosas correctas, por tanto es necesario identificar los factores que influyen en el éxito de la gestión (AYALA Jorge, 2009, p.19).

La gestión empresarial es la actividad que se encarga de identificar los factores que mejoran a la empresa poniendo en práctica la realización mejor de las cosas y así la superación de las empresas, mejorando la productividad y competitividad para cumplir con sus objetivos planteados en un tiempo determinado de actividad.

1.3.2.2 Objetivos

Los objetivos de la gestión empresarial permiten la reducción y control de gastos así obteniendo menos gastos y aumentando sus ingresos donde reflejaría la

utilidad mantener una visión amplia del negocio pasa poder llevarlo al desarrollo del mismo teniendo una visión hacia el futuro (HERNANDEZ Sergio, 2011, p 25)

Los objetivos de la gestión empresarial más relevantes son:

- Planear a corto, mediano y largo plazo el éxito de la empresa
- Usar herramientas cuantitativas en la toma de decisiones para el mejoramiento de la misma (AYALA Jorge, 2009, p.19).

Los objetivos que tiene la gestión empresarial es mantener una visión más amplia del negocio u empresa teniendo en cuenta la reducción de los gastos para tener mayor ingresos y así plantear lo parámetros del éxito dentro de la empresa en un tiempo determinado ya sea a largo mediano y corto plazo.

1.3.2.3 Funciones

1.3.2.3.1 Planificación

La planificación de un negocio grande o pequeño que este sea significa pensar y descubrir qué hacer en el futuro comenzar y mejorar su capacidad de generación de ingresos dentro de la empresa para poder llevar adelante dichos objetivos y metas planteadas. (AYALA Jorge, 2009, p.19).

La planificación consiste en fijar el curso concreto de la acción que ha de seguirse. Estableciendo los principios que habrá de originarlo, la secuencia de la operaciones para realizarlo y la determinación de tiempos y numero necesarios para su realización (VILLACIS José, 2007, p.15).

La planificación es la función administrativa dentro de una empresa lo cual se encarga el planificar todas las actividades que desee realizar el empresario para alcanzar sus objetivos planeados determinan sus costos, tiempo y capital para su ejecución, mejorando su capacidad de generar los ingresos dentro de la misma.

1.3.2.3.2 Organización

Una organización es un sistema cuya estructura está diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas.(VELASQUEZ Gustavo,2008,p.15).

Organizar consiste en efectuar una serie de actividades humanas y después coordinarlas de tal forma que el conjunto de las mismas que actué con una sola, para lograr un propósito común(AYALA Jorge,2009,P.19).

Es el medio fundamental por el cual el gerente o la máxima autoridad de la empresa organizan y coordina las actividades y funciones de los miembros de la empresa logrando obtener un mejor desempeño y desenvolvimiento dentro de la misma, generando una mayor eficiencia en la organización de la misma.

1.3.2.3.3 Dirección

La ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional, mediante la guía de los esfuerzos del grupo social a través de la motivación, la comunicación, toma decisiones, integración, coordinación y la supervisión. (VELASQUEZ Gustavo, 2008, p.18)

Esta etapa del proceso administrativo, llamada también ejecución, comando, o liderazgo, es una función de tal trascendencia que algunos autores consideran que la administración y la dirección son una misma cosa (VILLACIS José 2007, p, 19)

La dirección es parte de la administración donde pone en práctica las actividades establecidas en la planificación y organización a través de la motivación y supervisión de la empresa teniendo como fin liderar la ejecución de las

actividades empresariales con el objetivo de alcanzar la mayor eficacia para una buena toma de decisiones en la misma.

1.3.2.3.4 Control

El control es una etapa primordial en la administración, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización y no existe un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos. (VELASQUEZ Gustavo, 2008, p.18)

Como también es la medición de los resultados actuales y pasados en relación con los esperados, con el fin de corregir, mejorar y formular nuevos planes. (AYALA Jorge, 2009, p.23)

Por control se define como el proceso de evaluación del desempeño, que toma como patrón el cumplimiento de las actividades que fueron establecidas durante la planificación, que permite a los principales directivos de la empresa, verificar la situación de la misma, para que la toma de decisiones sea oportuna, rápida y efectiva.

1.3.3 Comercialización

1.3.3.1 Definición

La Comercialización es el incremento de un nuevo artículo o producto al mercado, las empresas tendrán que construir o arrendar una planta de transformación de los productos, y tendrá que invertir en el caso de nuevos bienes de consumo envasados, empleando publicidad como promoción, de ventas y otros esfuerzos de marketing (MANKIW Gregory, 2008, p. 260).

La comercialización es la actividad de comercializar poniendo en venta un producto, artículo, servicio esto abarca tanto la planificación y la gestión de la empresa para poder distribuir al destino donde lo requiere el mercado (VARGAS Luis, RODRÍGUEZ Natalia, 2008, p. 44).

La comercialización es la forma de comprar, vender es decir comercializar un producto, artículo y servicio, esto abarca la gestión de la empresa distribuir al destino donde el mercado o la demanda lo requiera con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes, con el objetivo de obtener una utilidad para la empresa.

1.3.3. 2 Canales de Distribución

Estas organizaciones o personas que están situadas entre el productor y el consumidor reciben el nombre de Intermediarios. Las empresas presentes en el canal de distribución desempeñan una serie de funciones necesarias para que se produzcan los intercambios entre los proveedores y los consumidores (LOZADA Guerra, 2008, P.117)

Son las vías elegidas por una empresa que un producto recorre desde que es creado hasta que llega al consumidor final hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo. La importancia de esta es cuando cada producto ya está en su punto de equilibrio y está listo para ser vendido (CARRILLO Ider.2009, P.76)

Los Canales de distribución es el circuito de efectuar la comercialización y entrega de los productos a través del cual los fabricantes, productores ponen a disposición de los consumidores los productos para que los adquieran, los canales de distribución recorre desde que el producto es transformado hasta que llega al consumidor final.

1.3.3. 2 .1 Canales Directos

Cuando somos nosotros mismos los encargados de efectuar la comercialización y entrega de nuestros productos al cliente. este tipo de canal de comercialización es adecuado para pequeñas empresas y mediana empresas que se encuentran ubicadas y trabajan dentro de una ciudad que se puede abarcar con medios propios (LOZADA Guerra,2008,P.118)

El productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Para los tales fines, la propia empresa crea toda una estructura de reparto de pedidos con días u horarios establecidos por áreas geográficas preestablecidas (CARRILLO Ider.2009, P.76)

Los Canales directos son los encargados de efectuar la comercialización y entrega de nuestros productos al cliente o consumidor final. Este tipo de canal es adecuado para grandes, pequeñas y medianas empresas siempre y cuando se encuentre dentro de la ciudad y se movilice con fondos propios.

1.3.3. 2 .2 Canales Indirectos

Son aptas para medianas y grandes empresas que se encuentran en condiciones de producir o comercializar bienes o servicios a grandes cantidades para un numero grande de consumidores distribuidos por más de una ciudad o país a los cuales estamos imposibilitados de llegar en forma directa con el producto que ofrece (MANKIW, Gregory, 2008, P.286).

Un canal de distribución puede ser indirecto porque existe intermediario entre el proveedor y el usuario o consumidor final. El tamaño se mide por el número de clientes que forma el camino que recorre el producto o servicio (CARRILLO Ider, 2009, P.76).

Los Canales indirectos son apropiados para medianas y grandes empresas, que están en condiciones de producir bienes o servicios para un número grande de consumidores, distribuidos por más de una ciudad o país, a los cuales estamos imposibilitados de llegar en forma directa con el personal de nuestra empresa.

1.3.3.3 Distribución

1.3.3.3.1 Promoción

La promoción es un plan integral de marketing de corta duración, destinado a lograr objetivos especialmente delimitados por la empresa (MARTINEZ Guerra, 2009, P.196)

Una promoción de duración indefinida formara parte de la estrategia general de la empresa y sus resultados serán diferentes por que serán interpretados de manera distinta por los consumidores (RIVERO, Pedro 2008, P.28)

La promoción una actividad delimitada destinada a lograr los objetivos de la empresa a corto plazo teniendo en cuenta que nos ayuda a medir y evaluar el incremento de las ventas y la utilidad de la misma para lograr las metas planteados en un determinado tiempo de actividades promocionales.

1.3.3.3.2 El plan de marketing

El plan de marketing es la culminación de la investigación comercial, es un documento que establece los objetivos planteados y cómo alcanzarlos. (CARRILLO Ider.2009, P.78)

El plan de marketing es el instrumento para dirigir los esfuerzos comerciales en la empresa, está integrado en la parte general de la empresa y en él se fijan los objetivos y estrategias de acción de los elementos de marketing (RIVERO Pedro, 2008, p.145)

El plan de marketing se define como la culminación de la investigación comercial que se realiza dentro del mercado por el cual el instrumento dirige los aspectos de comercio dentro de una empresa esta es la cabeza principal de la institución para cumplir sus necesidades, objetivos, estrategias y poder sacar adelante a la misma.

1.3.3.3 Estrategias de marketing

El producto:

Modificando o ampliando uno o varios productos, lanzando un nuevo producto, ofreciendo servicios posventa del artículo, introduciendo cambios en el modelo, envase, color, cartonaje, diseño, calidad (CARRILLO Ider.2009, P.78)

Es el artículo o producto que se saca a la venta para satisfacer las necesidades de los consumidores ya sea un artículo, servicio, o bien común que se lanza al mercado para vender y obtener utilidades (MORA Roberto, 2008, p.95)

Es un bien, artículo, servicio sea en materia prima o transformado que se comercializa para poder obtener una finalidad de lucro con el fin de satisfacer la demanda y las necesidades de los clientes y consumidores en los mercados locales, provinciales, nacionales cumpliendo con sus metas planteadas los comerciantes .

El precio:

Los precios son señales que contienen toda la información necesaria para garantizar la coherencia de las decisiones de las economías domésticas y de las empresas. (KATZ Michael, 2007, P.16)

El precio es un sistema económico que se le pone a un producto en el mercado, también son los indicadores que guían y dirigen las asignaciones y tiene un papel

fundamental en el equilibrio del mercado y en la ley de la oferta y de la demanda (MANKIWI Gregory, 2008, P.3109)

El precio es un mecanismo o valor económico que se le pone a un producto, servicio u artículo dentro de un mercado es de gran importancia porque puede afectar la relación conocida con el nombre de la ley de la oferta y demanda esta puede actuar concediendo descuentos, regalos, ofertas y modificando las condiciones de las ventas.

1.3.4. Rentabilidad

1.3.4.1. Definición

La palabra "rentabilidad" es un término general que mide la ganancia que puede obtenerse en una situación particular. Es el denominador común de todas las actividades productivas. Se hace necesario introducir algunos parámetros a fin de definir la rentabilidad (MORA Roberto .2008, p79).

La rentabilidad es la capacidad que tiene para generar suficiente utilidad o beneficio. Al determinar la rentabilidad, simplemente debemos verificar la tasa de variación o crecimiento que ha tenido el monto inicial (inversión), al convertirse en el monto final (SANCHES Alfonso, 2008, p.69)

La rentabilidad es un indicador financiero que mide la capacidad de la empresa en una actividad económica obteniendo las ganancias o beneficios dentro de la misma además se encuentra vinculado con el tiempo planeado para la recuperación de la inversión determinando la tasa de variación o crecimiento que ha tenido el monto inicial de capital.

1.3.4.2 Plan de Cuentas

1.3.4.2.1 Definición

El plan de cuentas es el documento que disponen los departamentos de contabilidad de las empresas, con la finalidad de registrar correctamente las transacciones que ocurren en los negocios. Contiene las subcuentas que se prevé usar durante el ejercicio económico, clasificadas en grupos del activo, pasivo, patrimonio, ingresos y gastos; su característica principal es el código que se asigna a cada cuenta contable (ESPEJO Lupe, p, 57,2007)

El plan de cuentas es un instrumento de consulta que permite presentar a la gerencia estados financieros y estadísticos de importancia trascendentes para la toma de decisiones y posibilitar un adecuado control. (ZAPATA Pedro, pag36, 2007)

El plan de cuentas es una lista ordenada de las cuentas de una empresa clasificadas en grupos del activo, pasivo, patrimonio, ingresos y gastos; su característica principal es el código que se asigna a cada cuenta contable donde le permite presentar a la gerencia estados financieros, estadísticos eficaces y confiables.

1.3.4.2.2 Aspectos previos del plan de cuentas

Los aspectos previos del plan de cuentas se determina que es el conocimiento profundo del negocio, en sus aspectos técnicos, jurídicos administrativos, económicos y financieros las necesidades del ente contable es de brindar información patrimonial, económica, financiera y de gestión la organización legal o la constitución societaria de la entidad la existencia de negocios diversificados geográficamente (ZAPATA Pedro, pag38, 2007)

Entre los aspectos previos del plan de cuentas tenemos los siguientes

- Las necesidades informativas para cumplir con los requerimientos externos.
- La forma que se ha dispuesto la estructura administrativa
- El tipo de negocio (objeto. Tamaño), y la actividad que se desarrollara (mercado, tipo de bienes, etc.).
- Las normas legales y profesionales vigentes y las posibles necesidades de información de los niveles directivos de la organización (ESPEJO Lupe, p,58,2007)

Entre los aspectos del plan de cuentas tenemos las necesidades de la información y los niveles de organización de mismo, el tipo de negocio ya sea por el tamaño y la actividad económica, el mercado y el de los bienes que el negocio tenga como también las normas legales y profesionales vigentes de acuerdo al año en que se encuentre.

1.3.4.2.3 Características del plan de cuentas

El plan de cuentas se relaciona con las siguientes características las cuentas cumplen un papel fundamental dentro del sistema contable de los entes económico-sociales como elemento compilador y procesador de datos. En este sentido se constituye como modelo de información y control de una realidad económica concreta.

Este modelo o Plan de Cuentas ha de servir como medio capaz de suministrar información cualitativa y cuantitativa de la situación patrimonial del ente, así también de las corrientes o flujos en términos monetarios reales que provocan alteraciones en dicha situación patrimonial. (ESPEJO Lupe, p, 58,2007).

Las características del plan de cuentas son:

Flexible:

Esta característica nos determina que es flexible de aceptar nuevas cuentas dentro del plan de cuentas. ESPEJO Lupe, p, 58,2007)

El plan de cuentas debe estar diseñando de tal manera que permita en lo posterior agregar nuevas cuentas que se requieran bajo las condiciones existentes. (ZAPATA Pedro, p.37, 2007).

Entre la característica de plan de cuentas tenemos la característica de flexibilidad el cual debe encontrarse diseñado de acuerdo al modelo donde le permita agregar y asignar nuevas cuentas si las condiciones lo requieran de acuerdo a las necesidades y estrategias que la empresa comercial lo desee.

Jerarquizado:

La jerarquización de un plan de cuentas debe establecer subdivisiones para cada uno de los grupos y subgrupos de partidas que conforman los estados financieros a fin de presentar la información hasta el nivel de detalle que sea necesario. (ZAPATA Pedro, p.37, 2007).

La jerarquización indica que lleva un sistema en el ordenamiento y presentación del plan de cuentas. ESPEJO Lupe, p.58, 2007)

La jerarquización de un plan de cuentas es la característica que nos indica q establecer sus propias divisiones y subdivisiones para cada una de las cuentas y de los grupos y subgrupos que conforman para realizar ordenada y organizadamente los estados financieros de cada una de las empresa.

Funcional:

Funcional una adecuada clasificación indica que un plan de cuentas debe estar clasificado de acuerdo con las normas que establece la teoría contable (ZAPATA Pedro, pag37, 2007).

La característica funcional tiene la capacidad para funcionar a través de cualquier medio (ESPEJO Lupe, p, 58,2007)

En las características del plan de cuentas tenemos la característica del sistema funcional del plan de cuentas que es la que se encarga de clasificar de una manera lógica y ordenada las cuentas, subcuentas, grupos y subgrupos del plan de conformidad a las normas y reglamentos establecidas en la teoría contable.

Claro:

Uno de los aspectos más importantes para el diseño de un plan de cuentas, es la claridad en las descripciones y denominaciones de las cuentas contables con el objetivo de asociar y establecer una relación directa entre la descripción de la cuenta y su naturaleza (ESPEJO Lupe, p57, 2007).

La característica del plan de cuentas debe ser claro en la denominación de las cuentas seleccionadas dentro del plan de cuentas (ZAPATA Pedro, pag37, 2007).

En las características del plan de cuentas la característica más importante es la claridad en la descripción y denominación de las cuentas y grupos con el objetivo de relacionar entre la descripción de las cuentas, subcuentas y la naturaleza de la misma dentro de una empresa.

1.3.4.2.4 Modelo del plan de cuentas de una empresa comercial

Cuadro N°- 1

EMPRESA COMERCIAL XYZ	
PLAN DE CUENTAS	
1.	ACTIVO
1.1	ACTIVO CORRIENTE
1.1.01	Caja
1.1.02	Caja chica
1.1.03	Bancos
1.1.04	Clientes
1.1.05	Documentos por cobrar
1.1.06	Inventario de mercadería
1.1.06.04	Arriendos por anticipado
1.1.07	Iva en compras
1.1.08	Anticipo retención a la fuente
1.1.09	Iva retenido
1.1.10	provisión cuentas incobrables
1.2	ACTIVOS NO CORRIENTES
1.2.01	Terrenos
1.2.01	(-) Depreciación acumulada terrenos
1.2.02	Edificios
1.2.03	(-) Depreciación acumulada edificios
1.2.04	Maquinaria y equipo
1.2.05	(-) Depreciación acumulada maquinaria y equipo
1.2.06	Vehículo
1.2.07	(-) Depreciación acumulada vehículo
1.2.08	Muebles y enseres
1.2.09	(-) Depreciación acumulada de muebles y enseres
1.2.10	Equipos de oficina
1.2.11	(-) Depreciación acumulada de equipos de oficina
1.2.12	Equipos de computación
1.2.13	(-) Depreciación acumulada de equipos de computación
1.3	Otros activos

1.3.01	Gastos de constitución
1.2.02	Amortización acumulada de gastos de constitución
2.1	PASIVO CORRIENTE
2.1.01	Proveedores
2.1.02	Documentos por pagar
2.1.03	IESS por pagar
2.1.04	Sueldos acumulados por pagar
2.1.05	Retención en la fuente por pagar
2.1.06	Iva en ventas por pagar
2.1.07	Iva retenido por pagar
2.1.08	Interés acumulado por pagar
2.1.09	Impuesto a la renta por pagar
2.1.10	15% Participación a trabajadores
2.1.11	25% impuesto a la renta
2.2	PASIVO NO CORRIENTE
2.2.01	Préstamos bancarios por pagar
2.2.02	Hipoteca por pagar
2.3	Otros pasivos
2.3.01	Arriendo cobrado por anticipado
3.	PATRIMONIO
3.1	Capital social
3.2	Reservas
3.2.01	Reserva legal
3.2.02	Utilidad neta del ejercicio
3.2.03	Utilidad antes de impuesto
3.2.04	Utilidad del ejercicio anterior
3.2.05	Utilidad del ejercicio antes de impuesto. Y participación
3.2.06	Utilidades Acumulada
4.	INGRESOS
4.1	Ingresos operacionales
4.1.01	Ventas
4.1.02	(-) Descuento en ventas
4.1.03	(-) Devolución en ventas
4.1.04	Utilidad bruta en ventas
4.1.05	Costo de ventas

4.1.06	Ventas netas
4.2	Ingresos no operacionales
4.2.01	Comisiones recibidas
4.2.02	Intereses ganados en la cuenta corriente
5.	GASTOS OPERACIONALES
5.1	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN
5.1.01	Sueldos y salarios
5.1.02	Beneficios sociales
5.1.03	Aporte patronal
5.1.04	Aporte Personal
5.1.05	Gastos suministros y materiales
5.1.06	Gastos asesoría contable
5.2.	GASTOS GENERALES
5.2.01	Depreciación de terrenos
5.2.02	Depreciación de edificios
5.2.03	Depreciación de vehículos
5.2.04	Depreciación de muebles y enseres
5.2.05	Depreciación de equipos de oficina
5.2.06	Depreciación de equipos de computación
5.2.07	Amortización de gastos de constitución
5.2.08	Gastos de guardianía
5.3.	GASTOS DE VENTA
5.3.01	Gastos promoción y publicidad
5.3.02	Gastos transporte
5.3.03	Gastos intereses y comisiones bancarias
5.3.04	Gastos Provisión incobrables
5.3.05	Gastos de gestión
5.3.06	Gastos de servicios básicos
5.4	GASTOS FINANCIEROS
5.4.01	Gastos Intereses bancarios

1.3.4.3 Estados financieros

1.3.4.3.1 Balance general

El estado de situación financiera, también llamado balance general, es el medio que la contabilidad ha utilizado para mostrar el efecto acumulado de las operaciones que se han efectuado en el pasado (MORA Idalberto.2009., p.95)

Nos muestra un tiempo estimado o determinado, cuáles son los activos con los que cuenta la empresa para las futuras operaciones, así como los derechos que existen sobre los mismos y que aparecen bajo el nombre de pasivos y capital contable (MENDEZ Roberto, 2009, p.129)

El estado de situación financiera llamado también como balance general es el medio por el cual la contabilidad utiliza para saber la situación financiera en la que se encuentra la empresa o industria después de un determinado tiempo de actividades comerciales por lo que se determina la rentabilidad de la misma.

1.3.4.3.2 Elementos del Balance General

El Balance General es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada sus elementos principales son los activos, pasivos patrimonio.(MORA Idalberto.2009., p.195)

Los elementos principales del balance general son:

- Nombre de la empresa
- Fecha (01 de enero al 31 de diciembre)
- Texto (activo, pasivo, patrimonio)
- Firma de legalización (MENDEZ Roberto, 2009, p.139)

El balance general o estado de situación financiera es el resumen económico de una empresa en un momento determinado. Es más importante para revisar la situación financiera de una empresa. Para poder reflejar dicho estado, nos muestra contablemente los activos sus elementos son el Activo Pasivo y Patrimonio.

1.3.4.3.3 Modelos del Estado de Situación Financiera

CUADRO N°-2

EMPRESA XYZ			
BALANCE GENERAL			
DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL XXXX			
1.	ACTIVOS		
1.1	ACTIVOS CORRIENTES		XXXXX
1.1.01	Caja	XXXXX	
1.1.01.1	Caja chica	XXXXX	
1.1.02	Bancos	XXXXX	
1.1.03	Clientes por cobrar	XXXXX	
1.1.04	Documentos por cobrar	XXXXX	
1.1.05	Inventario	XXXXX	
1.1.09	1% provisión cuentas incobrables	XXXXX	
1.2	ACTIVOS NO CORRIENTES	XXXXX	XXXXX
1.2.06	Vehículo	XXXXX	
1.2.07	Depre. Acum. Vehículo	XXXXX	
1.2.08	Muebles y enseres	XXXXX	
1.2.09	Depre. Acum. Muebles y enseres	XXXXX	
1.2.12	Equipo de computo	XXXXX	
1.2.13	Depre. Acum .equipo de computo	XXXXX	
	TOTAL ACTIVOS		XXXXX
2.	PASIVOS		
2.1	PASIVOS CORRIENTES		XXXXX
2.1.01	Proveedores por pagar	XXXXX	
2.1.02	Documentos por pagar	XXXXX	
2.1.11	Beneficios sociales	XXXXX	
2.1.07	Iva por pagar	XXXXX	
2.1.05	Retención a la fuente por pagar	XXXXX	
2.1.09	Impuesto a la renta por pagar	XXXXX	
2.2	PASIVOS NO CORRIENTES		XXXXX
2.2.02	Hipoteca por pagar	XXXXX	
	TOTAL PASIVO		XXXXX
3.	PATRIMONIO		XXXXX
3.1	Capital	XXXXX	
3.2	RESULTADOS		XXXXX
3.2.01	Utilidad del Ejercicio	XXXXX	
	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		XXXXX

1.3.4.3.4 Estado de Pérdidas y Ganancias

El Estado de Ganancias y Pérdidas conocido también como de Resultados, o de Ingresos y Gastos, o Estado de Rendimiento; es un informe financiero que da muestra la rentabilidad de la empresa durante un período determinado, es decir, las ganancias y/o pérdidas que la misma obtuvo o espera tener.(MENDEZ Roberto, 2009, p.120)

Es un estado financiero que muestra los ingresos de una organización así como sus gastos, durante un determinado periodo. También se llama estado de ingresos y egresos, estado de resultados, estado de ingresos y gastos, estado de rendimientos (PARKIN Richard. 2008, p.55)

EL Estado de resultados nos muestra los rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, tomando como parámetro los resultados efectuados; con objeto de determinar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo de una entidad o empresa.

1.3.4.3.5 Elementos Del Estado De Pérdidas y Ganancias

Los elementos que cumplan los criterios de reconocimiento que se establecen posteriormente, se registran en la cuenta de pérdidas y ganancias o, en su caso, directamente en el estado de cambios en el patrimonio neto, son: Ingresos Gastos Utilidad o Pérdida. (MENDEZ Roberto, 2009, p.140)

Los elementos principales del balance general son:

- Nombre de la empresa
- Fecha (01 de enero al 31 de diciembre)
- Texto (Ingresos Gastos, Utilidad)
- Firma de legalización (MENDEZ Roberto, 2009, p.14)

Los elementos del estado de pérdidas y ganancias relacionados directamente con la medida de resultado son los ingresos y gastos. El reconocimiento y medida de los ingresos y gastos, y por lo tanto del resultado, dependen en parte de los conceptos de capital y mantenimiento de capital al elaborar los estados financieros.

1.3.4.3.5 Modelos Del Estado De Pérdidas y Ganancias

CUADRO N°- 3

EMPRESA XYZ			
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS			
DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL XXXXX			
4.	INGRESOS		
4.1	INGRESOS OPERACIONALES		
4.1.04	Ventas netas		XXXX
4.1.05	Costo de venta		XXXX
4.1.07	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		XXXX
5.	GASTOS OPERACIONALES		
5.1	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		XXXX
5.1.01	Gastos sueldos y salarios	XXXX	
5.1.02	Gastos beneficios Sociales	XXXX	
5.1.03	Gastos aporte Patronal	XXXX	
5.2.	GASTOS DE SERVICIOS		XXXX
5.2.01	Gastos servicios básicos	XXXX	
5.2.02	Gastos asesoría contable	XXXX	
5.3	GASTOS GENERALES		
5.3.1.02	Gastos de publicidad	XXXX	
5.3.07	Gastos depreciación de activos fijos	XXXX	
3.3.01	UTILIDAD DEL EJERCICIO		XXXX
2.2.06	15% Participación trabajadores		XXXX
3.3.03	UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO		XXXX
2.2.07	25% Impuesto a la Renta		XXXX
	UTILIDAD ANTES DE RESERVA		XXXX
3.2.01	10% Reserva legal		XXXX
3.3.05	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		XXXX

1.3.4.3.6 Estado Flujo de Caja

El flujo de efectivo es uno de los estados financieros más complejos de realizar y que exigen un conocimiento profundo de la contabilidad de la empresa para poderlo desarrollar (MORA Idalverto.2009., p.95)

Se conoce como flujo de efectivo al estado de cuenta que refleja cuánto efectivo conserva alguien después de los gastos, los intereses y el pago al capital. La expresión que en el ámbito de la Contabilidad se conoce como un parámetro de tipo contable El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizada para determinar:

- Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.
- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica. (ESPEJO Lupe, p.255, 2007)

El estado de flujos de efectivo o flujo de caja es donde se encuentra incluido los estados financieros básicos al que refleja cuánto efectivo conserva alguien después de los gastos, los intereses y el pago al capital que deben preparar las empresas para cumplir con la normativa y reglamentos institucionales de cada empresa.

1.3.4.3.7 Modelos de estado flujos de caja

CUADRO N°. 4

		EMPRESA XYZ FLUJO DE CAJA					
A	INGRESOS OPERACIONALES	AÑO	1	2	3	4	5
	Ventas gravadas con tarifa 12%		XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
B	EGRESOS OPERACIONALES						
	Costo de ventas		XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
	Gastos de administración		XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
	Gastos de seguridad		XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
	Gastos de publicidad		XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
	Gastos de servicio		XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
	Gastos de depreciación		XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
	TOTAL DE EGRESOS OPERACIONALES		XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
C	FLUJO OPERACIONAL(A-B)		XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
D	INGRESOS NO OPERACIONALES						
	Valor residual de activos						
	Valor residual del capital de trabajo		XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
	Total ingresos no operacionales						
E	EGRESOS NO OPERACIONALES						
	Equipo de computo	XXXX					
	Capital trabajo	XXXX					
	Pago impuesto a la renta		XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
	15% trabajadores		XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
	TOTAL DE EGRESOS OPERACIONALES	NO	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
F	FLUJO OPERACIONAL (D-E)		XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
G	FLUJO NETO GENERADO(C+F)		XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
	TASA DE DESCUENTO		XXXX				
	TIR		XXXX				
	VAN		XXXX				

1.3.4.4 Ratios Financieros

13.4.4.1 Definición

Los ratios financieros, también conocidos indicadores o índices financieros, son razones que nos permiten analizar los aspectos favorables y desfavorables de la situación económica de una empresa.(MEDINA, 2008, P.589).

Los ratios financieros miden el volumen y naturaleza de las actividades su gestión debe permitir desarrollo eficientemente los procesos de producción y comercialización necesarios para entregar un producto o prestar un servicio evitando disponer de activos infrutilizados (SANCHEZ Alfonso, 2008, P86).

En este sentido un ratio financiero es una razón o la relación entre dos números también es un conjunto de índices y resultados de relacionar dos cuentas del Balance o del estado de Ganancias y Pérdidas. Los ratios financieros son los que permiten tomar decisiones acertadas a quienes estén interesados en la empresa.

1.3.4.4.2 Análisis de Liquidez:

Son los que miden la disponibilidad o solvencia de dinero en efectivo o la capacidad que tiene la empresa para cancelar sus obligaciones de corto plazo (MORA Roberto, 2008, P.79).

Expresa no solamente el manejo de las finanzas totales de la empresa, sino la habilidad gerencial para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes (MEDINA, Alfonso, 2008, p.58).

Miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas. Expresan no solamente el manejo de las finanzas totales de la empresa, sino la habilidad gerencial para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes

- *Ratio de razón corriente:*

Este ratio muestra que proporciona deudas de corto plazo que son cubiertas por elementos del activo cuya conversión en dinero corresponden aproximadamente al vencimiento de las deudas (MORA Roberto, 2008, P.79).

También denominado relación corriente, este tiene como objeto verificar las posibilidades de la empresa afrontar compromiso; hay que tener en cuenta que es de corto plazo (MENDEZ Roberto, 2009, p.129)

La razón corriente es uno de los indicadores financieros que nos permite determinar el índice de liquidez de una empresa también indica la capacidad que

tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones como deudas o pasivos a corto plazo.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

- *Ratio de prueba acida:*

Este ratio muestra una medida de liquidez más precisa que la anterior ya que excluye a las existencias debido a que son activos destinados a la venta y no al pago de deudas y por lo tanto menos líquidos además de ser sujetas a pérdidas en caso de quiebra(SANCHEZ Alfonso,2008.,p88.)

Prueba de ácido o liquidez seca: Esta es más rigurosa, Revela la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin contar con la venta de sus existencias, es decir, básicamente con los saldos de efectivo, el producido de sus cuentas por cobrar, sus inversiones temporales y algún otro activo de fácil liquidación que pueda haber, diferente a los inventarios(MENDEZ Roberto, 2009, p.12)

La prueba acida es la que revela la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes al no incluir el valor de los inventarios poseídos por la empresa, este indicador señala con mayor precisión las disponibilidades inmediatas de dinero en efectivo para el pago de obligaciones que tiene la empresa a corto plazo.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{Activo corriente – inventario}}{\text{Pasivo corriente}}$$

- *Ratio de rotación de cobro:*

Este índice es útil porque permite evaluar la política de créditos y cobranzas empleadas, además reflejadas la velocidad en la recuperación de los créditos concedidos (MENDEZ Roberto, 2009, p.129)

El resultado representa el número de veces que las cuentas por cobrar rotan durante el año comercial. Para determinar los días de Venta por cobrar, o Tiempo medio que debe esperar la Empresa después de efectuar una venta para recibir efectivo, se dividen los días en el año entre la rotación de cuentas por cobrar (SANCHEZ Alfonso, 2008., p88.)

Este indicador se obtiene dividiendo el importe de las ventas netas entre el saldo a cargo de clientes. De esta forma, se determina el número de veces que los saldos de clientes se han recuperado durante el ejercicio. Dividiendo 360 entre el índice determinado se obtiene el número de días que tardamos en cobrar las cuentas de clientes.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{ventas al crédito}}{\text{cuentas por cobrar}}$$

- *Ratio de periodo de cobro*

Indica el número de días en que se recupera las cuentas por cobrar a sus clientes
Un ratio es un cociente entre dos magnitudes y que tienen una cierta relación y significado económico o financiero. (MENDEZ Roberto, 2009, p.129)

Establece el número de veces que las cuentas por cobrar giran, en promedio de un período determinado de tiempo generalmente un año. El indicador de rotación de cartera permite conocer la rapidez de la cobranza pero no es útil para evaluar si

dicha rotación está de acuerdo con las políticas de crédito fijadas por la empresa (SANCHEZ Alfonso, 2008., p88.)

En el promedio periodo de cobro establecemos el número de veces que rotan las cuentas por cobrar en promedio de un período determinado de tiempo generalmente un año lo cual le permite conocer la rapidez de la cobranza que tiene la empresa en un momento determinado por la empresa con sus deudores.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{cuentas por cobrar}}{\text{ventas a crédito}}$$

1.3.4.4.3 Ratios por endeudamiento

Son aquellos ratios o índices que miden la relación entre el capital ajeno (fondos o recursos aportados por los acreedores) y el capital (recursos aportados por los socios o accionista, y lo que ha generado la propia empresa), así como también el grado de endeudamiento de los activos. Mediante el respaldo patrimonial (MORA Roberto, 2008, p.83)

Mediante el riesgo que se corre quien ofrece financiación adicional a una empresa y determinan igualmente quien aportado los fondos invertidos en los activos. Muestra el porcentaje de fondos totales aportados por el dueño(S) o los acreedores ya sea a corto o mediano plazo (SANCHEZ Alfonso, 2008, p.105)

El endeudamiento mide la relación entre el capital ajeno y el propio así como el grado de deuda que el empresario debe tener claro que es un problema de flujo de efectivo y que el riesgo de adeudarse consiste en la habilidad que tenga o no la empresa para generar los fondos necesarios y suficientes para pagar las deudas

- *Ratio de patrimonio a pasivo*

Mide la relación permite deducir por cada dólar de endeudamiento se tiene en patrimonio para hacer frente al mismo (SANCHEZ Alfonso, 2008, p.105)

A veces, la relación entre la deuda a largo plazo y el capital de los accionistas también puede ser denominado como el coeficiente de deuda y acciones. Sin embargo se conoce generalmente como la cuota de capital propio (MORA Roberto, 2008, p.83).

A veces, la relación entre la deuda a largo plazo y el capital de los accionistas también puede ser denominado como el coeficiente de deuda y acciones.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{patrimonio}}{\text{Pasivo corriente}}$$

- *Ratio de endeudamiento a largo plazo:*

Mide la relación entre los fondos de largo plazo proporcionados por los acreedores y los recursos aportados por la empresa. (MORA Roberto, 2008, p83)

Entre más alto sea el índice es mejor teniendo en cuenta que las utilidades sean positivas, lo que indica que los activos financiados produzcan un rentabilidad superior a los intereses que se adeudan (SANCHEZ Alfonso, 2008, p.105)

Si es muy alto para el acreedor se toma riesgoso, aunque este presenta una flexibilidad en este indicador ya que entiende que el dueño busca maximizar las utilidades con un nivel alto de deuda, Entre más alto sea el índice es mejor teniendo en cuenta que las utilidades sean positivas.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{patrimonio}}{\text{Pasivo largo plazo}}$$

- *Ratio de endeudamiento patrimonio activo:*

Mide la relación entre los fondos totales a corto y largo plazo aportado por los acreedores, y los aportados por la misma empresa (MORA Roberto, 2008, p83)

El rendimiento del Activo total determina la eficiencia de la administración para generar utilidades con lo que dispone la organización, por lo tanto entre más altos sean los rendimiento sobre la inversión es más eficiente la organización (SANCHEZ Alfonso, 2008, p.105)

Determina la eficiencia del patrimonio para generar utilidades con los activos totales que dispone la organización, por lo tanto entre más altos sean el rendimiento sobre la inversión más bajo será su endeudamiento.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{patrimonio}}{\text{activo}}$$

- *Ratio de endeudamiento de activo*

Mide cuanto del activo total se ha financiado con recursos o capital ajeno, tanto acorto como a largo plazo para poder así hacer generar más utilidades a la empresa (MORA Roberto, 2008, p83)

Ratio financiero que mide la relación existente entre el importe de los fondos propios de una empresa con relación a las deudas que mantiene tanto en el largo como en el corto plazo (SANCHEZ Alfonso, 2008, P114)

El ratio de endeudamiento de activos es la cantidad que tiene la empresa de las deudas sobre el total de activos esto nos permite medir la relación existente entre el importe de los fondos propios de una empresa y así poder determinar que no cuenta con mucha obligación con terceros o entidades financieras.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{pasivos totales}}{\text{activos totales}}$$

1.3.4.4 Ratios de productividad

Muestra la rentabilidad de la empresa en relación con las ventas, el patrimonio y la inversión indicando además la eficiencia operativa de la gestión empresarial (SANCHEZ Alfonso, 2008, P114)

Expresa el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activo o capital. Es importante conocer estas cifras ya que la empresa necesita producir utilidad para poder existir. Relacionan directamente la capacidad de genera fondos en operaciones de corto plazo (MORA Roberto, 2008.p.79)

Los indicadores de productividad es la relación que tiene la empresa en cuanto a las ventas, activos y el patrimonio e inversión de los accionistas o propietario además de la eficiencia de la gestión operativa de la empresa y la capacidad que tiene para generar más los fondos para que pueda seguir laborando en su actividad comercial.

- *Margen de utilidad*

Es el ratio más representativo de la marcha global de la empresa , ya que permite apreciar su capacidad para obtener utilidades sobre las ventas en el uso del total de

activos estas cifras se tomarán del balance de publicación y el resultado obtenido multiplicado por cien (MORA Roberto, 2008.p.79)

Rendimiento del patrimonio promedio determina la eficiencia de la administración para generar utilidades con el capital de la organización, es decir mide la tasa de rendimiento de los asociados del patrimonio promedio determina. Este índice se obtendrá mediante la división del monto total conformado por el patrimonio contable más la gestión operativa, entre el total de los activos (SANCHEZ Alfonso, 2008, P114)

Para obtener utilidades sobre las ventas en el uso del total de activos estas cifras se tomarán del balance de publicación y el resultado obtenido de la organización, es decir mide la tasa de rendimiento de los asociados del patrimonio promedio determina su rentabilidad. Rendimiento del patrimonio promedio determina la eficiencia de la administración para generar utilidades con el capital de la organización.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{utilidad neta}}{\text{ventas netas}}$$

- *Ratios de rendimientos por acción*

Llamado también utilidad por acción, permite determinar la utilidad neta que le corresponde a cada acción. Este ratio es el más importante para los inversionistas pues le permite comparar con acciones de otras empresas (MORA Roberto, 2008, p83).

Es la que nos ayuda a determinar la utilidad neta que corresponde a cada accionista esto es importante si la empresa tiene una buena rentabilidad ya que le permitiría a los accionistas realizar cualquier acción de otro accionista ya que aumentaría su utilidad por acciones (MORA Roberto, 2008, p83).

El rendimiento por acciones la que nos ayuda a determinar la utilidad neta que corresponde a cada accionista esto es importante si la empresa tiene una buena rentabilidad ya que le permitiría a los accionistas realizar cualquier acción permite determinar la utilidad neta que le corresponde a cada acción.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{utilidad bruta}}{\text{ventas netas}}$$

- *Ratio de rotación por pagar*

Mide el plazo que la empresa que cuenta para cancelar bonificaciones a los proveedores o a sus empleados que se encuentran laborando por medio mide el total de las compras a crédito con las cuentas que tenga por pagar dentro del periodo contable (SANCHEZ Alfonso, 2008, P114).

Es el ratio más representativo de la marcha global de la empresa ya que permite apreciar su capacidad para obtener utilidades en el uso del total del activo con el agregado que mide la solvencia de la empresa de utilizar el capital en activos fijos con las deudas que con lleva (MORA Roberto, 2008, p83).

Mide el plazo que la empresa que cuenta para cancelar bonificaciones a los proveedores o a sus empleados también permite apreciar su capacidad de obtener utilidades en el uso del total del activo con el agregado dentro de la empresa teniendo en cuenta su capacidad de cancelar sus obligaciones

Su fórmula es:

$$\frac{\text{compras a crédito}}{\text{cuentas por pagar}}$$

- *Ratio de rotación de inventarios*

Indica la rapidez en que los inventarios se conviertan las cuentas por cobrar mediante las ventas al determinar el número de veces que rota el stock en el almacén durante un ejercicio (MORA Roberto, 2008, p83).

Esta razón es similar a la anterior, con el agregado que mide la capacidad de la empresa de utilizar el capital en activos fijos. Mide la actividad de ventas de la empresa. Dice, cuántas veces podemos colocar entre los clientes un valor igual a la inversión realizada en activo fijo (SANCHEZ Alfonso, 2008, p.120).

Esta razón es la que mide la capacidad de la empresa de utilizar el capital en activos fijos donde indica la rapidez en que los inventarios se conviertan las cuentas por cobrar mediante las ventas Esta razón es similar a la anterior, con el agregado que mide la capacidad de la empresa .

Su fórmula es:

$$\frac{\text{costo de ventas}}{\text{inventarios}}$$

1.3.4.4.5 Ratios de rentabilidad

Mide la capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa tiene por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa, evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial (SANCHEZ Alfonso, 2008, p.120).

Expresan el rendimiento de la empresa en relación con el patrimonio y la inversión, es importante conocer estas cifras ya que la empresa necesita producir utilidad para poder existir, relaciona directamente la capacidad de generar fondos en operación (MORA Roberto, 2008, p83).

Los ratios de rentabilidad es una acción que se aplica a todas las acciones económicas con el fin de obtener un resultado con relación a las ventas, el patrimonio y la inversión además la eficiencia operativa de la gestión empresarial, es el ratio más representativo de la marcha global de la empresa ya que permite apreciar su capacidad para obtener utilidades en el uso del total del activo.

- *Rendimiento sobre el patrimonio*

El rendimiento del Activo total determina la eficiencia de la administración para generar utilidades con los activos totales que dispone la organización, por lo tanto entre más altos sean los rendimiento sobre la inversión es más eficiente la organización (MORA Roberto, 2008, p83).

Esta razón lo obtenemos dividiendo la utilidad neta entre el patrimonio neto de la empresa. Mide la rentabilidad de los fondos aportados por el inversionista. Esto significa que por cada unidad monetaria que el dueño mantiene pues genera un rendimiento sobre el patrimonio. Es decir, determina la capacidad de la empresa para generar utilidad a favor del propietario (SANCHEZ Alfonso, 2008, p.120).

El rendimiento del Activo total determina la eficiencia de la administración para generar utilidades con los activos total que dispone la organización Esta razón lo obtenemos dividiendo la utilidad neta entre el patrimonio neto de la empresa. Mide la rentabilidad de los fondos aportados por el inversionista.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{utilidad neta}}{\text{capital}}$$

- *Rendimiento sobre la inversión*

Lo obtenemos dividiendo la utilidad neta entre los activos totales de la empresa, para establecer la efectividad total de la administración y producir utilidades sobre los activos totales disponibles. Es una medida de la rentabilidad del negocio (MORA Roberto, 2008, p83)

Para una Empresa que crece rápidamente, la razón de Utilidad neta después de Impuestos respecto a la Inversión con el fin de ejercicio, puede ser un indicador engañoso (SANCHEZ Alfonso, 2008, p.120)

Es la que mide la utilidad de la empresa después del impuesto el valor de la ganancia que tiene la misma dentro de un tiempo determinado de actividades comerciales de esta razón cuando se apoye en fuertes financiamientos, puede ser una señal de peligro, por lo que será necesario un análisis amplio.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{utilidad neta}}{\text{acciones totales}}$$

1.3.4.4.6 Valor Actual Neto

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. A este valor debemos restar la inversión inicial, de manera que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto de una empresa (MONCAYO, Raúl, 2009, p.46).

El valor actual neto es muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos, a pesar de sus limitaciones en considerar circunstancias imprevistas o excepcionales de mercado. Si su valor es mayor a cero, el proyecto es rentable, considerándose el valor mínimo de rendimiento para la inversión. (AYALA Jorge, 2009, p.185).

El método del valor actual neto es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y compara esta equivalencia con el desembolso inicial.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Vt}{(1+k)^t} - I_0$$

1.3.4.4.7 Tasa Interna de Retorno

La TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podrá pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo (BERNAL, Alfonso, 2008, P.56).

TIR puede definirse así es la tasa de interés que pudiera pagarse por el capital empleado el en transcurso de la vida de una inversión sin perder en el proyecto (AYALA Jorge, p.195)

La tasa interna de retorno es conocida como de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. Se lo conoce como tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida para un proyecto de inversión específico.

1.3.5 Ferreterías

1.3.5.1. Definición

Las Ferretería son empresas dedicadas a la venta de elementos para la construcción en estas empresas existe el rol organizacional, porque tienen unos objetivos claros como es la comodidad y satisfacción del cliente (STARTZ Richard, 2009, P.214).

Una ferretería es un establecimiento comercial dedicado a la venta de útiles para el bricolaje, la construcción y las necesidades del hogar, normalmente es para el público en general aunque también existen dedicadas a profesionales con elementos específicos como: cerraduras, herramientas de pequeño tamaño, clavos, tornillos, silicona, persianas, por citar unos pocos (CHAVENTO Idalberto, 2007, P.85).

Son pequeñas, medianas y grandes empresas dedicadas a la comercialización de toda clase de materiales para la construcción (Hierro, Zinc, Cemento, entre otros) ya sea al por mayor o menos para satisfacer las necesidades de sus clientes y así obtener finalidad de lucro y cumplir con sus objetivos en un lapso de tiempo determinado.

1.3.5.2. Pequeñas Empresas

La pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope (STARTZ Richard, 2009, P.200).

Están conformadas por un número de personas que no excede un determinado límite, además de aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas

necesidades y deseos existentes en la sociedad.(CHAVENTO Idalberto, 2007, p.200)

La pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite,

Como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad.

1.3.5.3. Cemento

El cemento es un conglomerante formado a partir de una mezcla de caliza, arcilla, calcinadas, y posteriormente molidas, que tiene la propiedad de endurecerse al contacto con el agua. (www.quiminet.com/articulos/ cemento en el ecuador el línea, 2009).

El cemento es un material aglomerante que aglutinante es capaz de unir fragmentos de propiedades físicas diferentes. Entre estos tiempos a las calizas naturales (calcinadaswww.construaprende.com/foros/definicion-del-area-de-hacer-vt2440.html 16/05/2003 – Definición del área cemento).

El cemento es el material primordial que se necesita para realizar cualquier trabajo de construcción ya sea relacionado con la construcción esto puede ser adecuación de vivienda, construcciones de viviendas, arreglos e instalaciones entre otras cosas que sean necesarias y son las más utilizadas por los constructores.

1.3.5.4. *Marcas de cemento:*

Entre las marcas de cementos de nuestro país tenemos las siguientes que son las más reconocidas las cuales son:

1. Cemento Chimborazo
2. Cemento Rocafuerte
3. Cemento Selva alegre
4. Cemento holcim
5. Cemento porland(calcinadaswww.construaprende.com/foros/definicion-del-area-de-hacer_vt2440.html 16/05/2003 – Definición del área cemento).

1.3.5.5. *Zinc*

Metal de color blanco azulado, de aspecto brillante en el corte reciente que pronto se empaña al contacto con el aire, formándose una capa superficial de hidrogenocarbonato cíclico de aspecto mate, pero que servirá de protección al resto de la masa contra una alteración (www.quiminet.com/productos/laminas-de-zinc-28287123285.htm)proveedores de láminas de zinc, en línea.2010).

Es poco tenaz. El aspecto de su fractura es cristalino grueso. El zinc es atacado y disuelto en poco tiempo por los ácidos fuertes y también por los álcalis hirvientes. Las láminas de zinc producidas por electrolisis son fundidas en hornos de inducción eléctrica.(elcrisoluspt.files.wordpress.com/2008/09/zinc.pdf Metales no Ferrosos definición. Producción del Zinc)

Una vez fundido el zinc, se envía a las máquinas de colada con el objeto de producir las diversas formas comerciales de lingote que requiere el mercado. En el mismo departamento existen varios hornos en los que el zinc se combina con otros metales para producir aleaciones para fundición a presión, colada por gravedad, galvanización, laminación y otros.

1.3.5.6. Hierro

Barra larga y delgada generalmente de metal o de madera: las varillas de un corsé; el armazón del paraguas está hecho de varillas; el abanico tenía las varillas de marfil. (es.thefreedictionary.com/varilla Diccionario de español en línea).

Debido a su alta capacidad de resistir esfuerzos a tensión, la varilla de hierro grado 70 es ideal para sistemas constructivos de mampostería reforzada y confinada (bloques o ladrillo), tradicional (www.quiminet.com/articulos/la-varilla-de-acero-corrugada20839.htm 20/05/2013).

Son barras de acero de refuerzo corrugado o mallas electro soldadas usadas para constituir el armado del concreto, y provenientes de laminación en caliente a veces completada por un proceso en frío de lingotes de acero obtenidos en horno puede utilizarse como refuerzo de concreto en cimientos, columnas, soleras, losas, pines y otros, sustituyendo al refuerzo.

1.3.5.7. Ventajas de las Pequeñas Empresas

Las ventajas de las pequeñas empresas son la satisfacción de las necesidades de las grandes compañías: ya que surgen como distribuidoras de las empresas de mayor tamaño, agentes de servicios y proveedores. Ofrecimiento de bienes y servicios especializados: Pues las pequeñas empresas resuelven las necesidades especiales de los consumidores. Constituye una importante herramienta de la economía de servicios, la cual ha ido a través de los años desplazando la economía de escala de las grandes empresas. (CHAVENTO Idalberto, 2007.P.89)

Las ventajas principales son:

- Motiva a los empleados de corporaciones a formar empresas propias, debido a los bajos salarios y sueldos por la agravación que sufre la economía.

- Generación de empleos: Se le atribuye a las pequeñas empresas el mayor porcentaje de generación de empleos de un país. Es por esto que son consideradas como una importante red de seguridad de la sociedad.
- Fomento de la innovación: Ej. La navaja de afeitar de seguridad, el reloj de cuerda automática, el helicóptero, el acero inoxidable, la fotocopiadora, etc. (MÉNDEZ Silvestre, 2008, p125).

Consta de una técnica de manufactura asistida por la computadora: La cual le permite ser tan eficientes como las grandes empresas ya que poseen organización y estructura simples lo que le facilita el despacho de mercancía rápido y ofrecer servicios a la medida del cliente también nos ayuda a motivar a los empleados de corporaciones a formar empresas propias, debido a los bajo salaries.

1.3.5.8. Desventajas de la Pequeña Empresa:

Como es natural, paralelamente a las ventajas, la pequeña empresa tiene también sus desventajas, como se detalla a continuación. Los emprendedores en muchas ocasiones, tienen que dejar su empleo para iniciar su negocio o lo hacen cuando sufren un despido; lo cual, implica un cambio drástico no solo en lo económico, sino también en el modo de vida. (MÉNDEZ Silvestre, 2008, p185).

Las desventajas principales son:

- En la primera etapa, los emprendedores de pequeñas empresas suelen pasar por momentos de privaciones, como consecuencia de haber invertido sus ahorros, haber incurrido en préstamos y contraído obligaciones sueldos, alquileres, impuestos, etc. (MÉNDEZ Silvestre, 2008, p125).
- Las pequeñas empresas suelen cerrar sus puertas con más frecuencia que las grandes empresas, debido principalmente a la falta de recursos

económicos, capacidad técnica para ofrecer productos de calidad y/o de suficientes clientes como para mantenerlos en funcionamiento.

- Las pequeñas empresas tienen menor acceso al financiamiento mayor dificultad para obtenerlo (CHAVENTO Idalberto, 2007.P.85).

Las desventajas nos determinan que las pequeñas empresas son las que sierran sus actividades ya que no cuentan con los recursos suficientes para poder ofrecer productos de buena calidad y precio las pequeñas empresas suelen cerrar sus puertas con más frecuencia que las grandes empresas, debido principalmente a la falta de recursos económicos.

1.3.5.4 Registro Único De Contribuyentes (Ruc)

El registro único de contribuyentes (RUC) constituye el punto de partida para el proceso de administración tributaria, es el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que son sujetas de obligaciones tributarias como consecuencia de la realización de actividades económicasMORA Michael, el tamitador.2010, p.50)

Obtener el registro único de contribuyentes, documento único que les califica para poder efectuar transacciones comerciales en forma legal. Los contribuyentes deben inscribirse en el ruc dentro de los treinta días hábiles siguientes al inicio de actividades.

Legalmente sólo se puede inscribir en el RUC a los menores de edad emancipados. El artículo 21 del Código Civil define: "Llamase infante o niño el que no ha cumplido siete años; impúber, el varón que no ha cumplido catorce años y la mujer que no ha cumplido doce; adulto, el que ha dejado de ser impúber; mayor de edad, o simplemente mayor, el que ha cumplido dieciocho años, y menor de edad, o simplemente menor, el que no ha llegado a cumplirlos. (MORA Michael, el tamitador.2010, p.50)

Constituye el punto de partida para el proceso de administración tributaria, es el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que son sujetas de obligaciones tributarias. Los contribuyentes deben actualizar el RUC dentro de los treinta días hábiles siguientes al hecho que generó el cambio de información.

1.3.6 Economía

1.3.6.1 Definición

La economía es la ciencia que estudia tanto las elecciones que toman los individuos, las empresas los gobiernos y las sociedades para encarar la escasez, como los incentivos que influyen y justifican esas elecciones (SAMUELSON Paul, 2006, pag.25)

Es el estudio de como las sociedades utilizan recursos escasos para producir bienes valiosos y distribuirlos entre diferentes personas, también estudia cómo las personas, organizaciones y países asignan los recursos, su objeto es el estudio de las relaciones de producción, distribución, intercambio y consumo de bienes, servicios e ideas. (SAMUELSON Nordhous, 2006.pag.351)

La economía es el estudio que se realiza a las empresas de como utilizan los recursos para poder producir los bienes y distribuirlos a diferentes personas como también estudia los organizaciones y los países. Tiene como objeto el análisis de la producción, distribución, el intercambio el consumo de bienes y servicios.

1.3.6.2 Modelos Económicos

1.3.6.2.1 Definición

El modelo económico tiene de dos grandes aplicación. En la economía matemática se trata de una representación teórica de funcionamiento pretendido de los diversos procesos de la economía. En este sentido, el modelo económico

utiliza variables y relaciones lógicas entre las mismas, con el objetivo de que la representación simplificada ayude a comprender sistemas más complicados (STEPHEN Philip.2007P91.)

La teoría de los modelos económicos es una disciplina que tiene por objeto, hablando en forma amplia, el estudio de los aspectos económicos. Ahora bien, vale preguntarnos ¿Qué son o como se definen los aspectos económicos dentro de la realidad social? No ha resultado un tema sencillo el acuerdo sobre la definición del objeto de estudio de la economía (CARRION Mena.2009P.14).

Los modelos económicos son los que constituyen la realidad que utiliza supuestos, hipótesis y distintos tipo de variables para generar conclusiones que tienden a explicar el comportamiento de los fenómenos que se estén estudiando, la teoría de los modelos económicos es una disciplina que tiene por objeto, hablando en forma amplia, el estudio de los aspectos económicos.

1.3.6.3 Microeconomía

1.3.6.3.1 Definición:

La microeconomía es una rama de la economía que estudia el comportamiento de unidades económicas individuales, como pueden ser individuos, familias y empresas, y el funcionamiento de los mercados en los cuales ellos operan. (CARRION Mena.2009.P.17)

Según la teoría microeconómica el consumidor debe tener en cuenta su restricción presupuestaria y sus preferencias es decir que escogerá la canasta que prefiere de su conjunto presupuestario (CHAVETANO. Idalberto ,2007.P.29).

La microeconomía estudia los aspectos internos, que en épocas de racionamiento también cambian las condiciones en cuanto a las preferencias nos ubicamos primero sobre una recta de indiferencia donde todas las canastas proporcionan el

mismo grado de satisfacción al consumidor las preferencias regulares que por lo general son prominentes y simples.

1.3.6.3.2 La teoría del consumidor

La teoría del consumidor forma parte de la microeconomía y se encarga del estudio del comportamiento de los agentes económicos en su carácter de demandante de bienes y servicios (RIVERO, P.2008; P.30)

Esta teoría es una parte de la microeconomía ya que ayuda al estudio de los agentes económicos en bienes y servicios que demande los consumidores (CHAVETANO. Idalberto ,2007.P.29).

Esta teoría es una parte fundamental de la microeconomía la cual ayuda al estudio de los agentes que intervienen - en bienes y servicios que demande el consumidor hacia los ofertantes donde forma parte de la microeconomía y se encarga del estudio del comportamiento de los agentes económicos su objetivo es entre la demanda de bienes y servicios.

1.3.6.3.3 Teoría de la producción

La teoría de la producción analiza la forma en que el productor dado "el estado del arte o la tecnología, combina varios insumos para producir una cantidad estipulada en una forma económicamente eficiente". (MANKIWI Gregory, 2008, p.310)

La teoría de producción analiza que el productor es el que combina el arte o la tecnología para poder producir cualquier cantidad estipulada de producto en una forma económicamente eficiente precios (WONNACOTT Paul, 2008, P.60).

La teoría de la producción es la que estudia al productor como combina la tecnología para poder obtener una excelente producción en una manera eficiente

el productor determina el arte para poder producir cualquier cantidad estipulada de producto o varios insumos.

1.3.6.3.4 Elementos de la Microeconomía

- *Oferta:*

Mientras la curva de la demanda reflejan cómo se comportan los compradores la curva de la oferta expresa el comportamiento de los vendedores y muestra la cantidad que están dispuestos a vender ante los distintos precios (WONNACOTT Paul, 2008, P.59).

La oferta son los factores que guían la decisión de las empresas de vender en un mercado las cantidades de un determinado bien, en un periodo de tiempo dado, es conocido como el nombre de la oferta (KATZ Michael, 2007, P.13)

Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen dentro de un mercado ya sea esto por productores intermediarios o comercializadores en un momento determinado y con un justo precio regulado por las autoridades encargadas con el fin de obtener una utilidad en un tiempo estimado ya sea a corto largo plazo,

- *Demanda:*

Cuando la curva de la demanda muestra las cantidades de un bien o servicio que los compradores desean y son capaces de adquirir a los diferentes precios del mercado. Una curva de la demanda no solo refleja que la gente quiere sino también lo que quiere y puede pagar (WONNCATT Paul, 2009, P59)

Los factores que guían la decisión de las economías domésticas de consumir un determinado bien, en un periodo de tiempo determinado son conocidos con el nombre de la demanda (KATZ Michael, 2007.p.17).

La demanda es la necesidad de adquirir la cantidad de bienes y servicios que una persona está dispuesta a comprar en determinado precio que este a su disposición las cantidades de un bien o servicio que los compradores desean y son capaces de adquirir a los diferentes precios del mercado.

CAPÍTULO II

2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.1 Breve Caracterización de las ferreterías del Cantón La Maná

En el cantón la Maná las ferreterías es una actividad económica que ayuda al desarrollo y crecimiento del sector siendo empresas familiares que son representadas por un solo dueño están dedicadas a la comercialización de materiales de construcción y artículos de ferretería su principal mercado es el sector de la construcción como pequeños y grandes constructores, hoteles, ingenieros civiles, albañiles y amas de casas.

Es por ello que un negocio pueda volverse exitoso, necesita que los involucrados conozcan profundamente y sepan cuáles son sus áreas de oportunidad para con esto, ser capaces de desarrollar ventajas competitivas y así posicionarse con calidad y preferencia al consumidor.

La mayoría de la población del Cantón la Maná adquiere materiales de construcción como hierro, zinc, cemento bajo las características de precio calidad y servicio siendo las ferreterías en estudio:

- ❖ Ferretería el Machetazo
- ❖ Ferretería Noble
- ❖ Ferretería Bonilla

La ferretería el machetazo es una empresa Lamanense que se encuentra constituida y remplazada por una sola persona su representante legal es el Sr.

Patricio Sánchez, su actividad económica es la comercialización de hierro, zinc, cemento y toda clase productos de ferretería en general, lo que es en el caso de los descuentos en la compra de materiales la ferretería ofrece descuentos del 5% al 10% en cemento y hierro en el caso de zinc no realizan descuentos siempre y cuando la compra sea en efectivo y en una cantidad considerable la política del descuento no está normada.

Respecto a la concesión de créditos lo efectúan a clientes destacados. La ferretería cuenta con transporte propio para la entrega de materiales.

La Ferretería Noble es una empresa dedicada a la compra venta de materiales para la construcción y materiales de ferretería su representante legal es el Señor Fernando Noble esta empresa es de conformidad familiar la ferretería no cuenta descuentos debido a que sus precios son competitivos en la compra de materiales pero si ofrecen créditos a sus principales clientes no cuentan con transporte propio para la entrega de materiales

La Ferretería bonilla es una empresa que se dedica a la venta de productos ferreteros y materiales para la construcción dentro de esta empresa no existen descuentos en la compra de materiales pero si ofrecen créditos a sus principales clientes no tienen transporte propio para la entrega de materiales.

También ayuda a mantener la preferencia y satisfacción de los clientes con la finalidad de generar un crecimiento comercial y rentable, en beneficio de todos que permite mantener y mejorar cada día la calidad de sus materiales siendo este el adelanto económico del Cantón con la adecuación, construcción de viviendas, ventas de materiales e instalaciones adecuadas brindándole a sus clientes toda clase de materiales para la construcción entre ellos los más importantes como es el Hierro, Zinc, Cemento entre las ferreterías en estudio

2.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

CUADRO Nº-5

Variables	Dimensiones	Sub Dimensiones	Indicadores	Instrumento
G E S T I Ó N E M P R E S A R I A L	Gestión Administrativa Financiera	Gestión A.F Control Objetivos Factores	Internos Externos	Encuestas
	Gestión Empresarial	Gestión Objetivos Funciones	Planificación Organización Dirección Control	Encuestas
	Comercialización	Clientes Canales Distribución El plan de Marketing.	Directos Indirectos	Encuestas

Variable	Dimensión	Sub dimensión	Indicadores	Instrumentos
E C O N O M Í A	Rentabilidad	Plan Cuentas Análisis financiero Flujo de caja Importancia de la rentabilidad Tipos de rentabilidad	Análisis financiero Flujo de caja Importancia de la rentabilidad Tipos de rentabilidad	Encuesta
	Ferreterías	Pequeñas Empresas Marcas	Ventajas Desventajas Cemento Hierro Zinc	Encuesta
	Economía	Modelos Microeconomía Elementos	Requisitos Oferta Demanda Equilibrio	Encuesta

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

2.3 Metodología Empleada

2.3.1 Tipos de Investigación

Exploratoria:

Para la elaboración del proyecto de tesis se utilizó la investigación exploratoria que ayudó a relacionarnos con el problema y la solución de la *Comercialización y Rentabilidad de Ferreterías en materiales para la construcción hierro zinc cemento y su relación con la economía del Cantón La Maná Provincia de Cotopaxi*”

Descriptiva:

También se utilizó la investigación descriptiva que ayudó a conocer en una forma detallada las características de los clientes y proveedores tanto reales, potenciales internos y externos dentro de las ferreterías en materiales para la construcción en estudio del Cantón La Maná de la misma manera permitió entender los procesos inmersos en la Comercialización y Rentabilidad, que permitió evaluar las variables que tengan relación con el mercado y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

Explicativa:

Se utilizó estudios explicativos que permitió desarrollar el planteamiento del problema estudiando la problemática principal como también causas, síntomas, efectos el cual se amplió en el desarrollo de la Tesis.

2.3.2 Metodología

La investigación se fundamentó en el diseño no experimental para hacer una propuesta en base de datos reales obtenidos, que estuvo orientados en obtener

recomendaciones y conclusiones para el excelente mejoramiento de la economía de las ferreterías los materiales para la construcción del Cantón La Maná.

También se utilizó el método transaccional que ha permitido levantar datos en una sola instancia teniendo en cuenta aplicar fases como:

- Diseño Definitivo de instrumento
- Aplicación de instrumentos
- Procesamiento de datos
- Tabulaciones e interpretación de resultados
- Determinar conclusiones y recomendaciones

Instrumentos:

Los instrumentos que se utilizó para la recolección de información son las encuestas a los propietarios y clientes de las ferreterías en estudio.

2.3.3 Unidad de Estudio (Población y Muestra)

2.3.3.1 Población Universo

CUADRO N°- 6
DATOS POBLACIONALES

ESTRACTO	POBLACIÓN
Propietarios de las Ferreterías	3
Talento Humano	16
Población urbana la Maná	31.848

Fuente: Ferreterías / INEC. Datos Proyectado al 2011
Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

2.3.3.2 Tamaño de la Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula¹:

$$n = \frac{N}{(E)^2 (N - 1) + 1}$$

Dónde:

N = Población

n = Tamaño de la muestra

E = Error máximo admisible al cuadrado (0,05)

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{31.848}{(0,05)^2 (31.867 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{31.848}{(0,0025) (31.866) + 1}$$

$$n = \frac{31.847}{79.665 + 1}$$

$$n = \frac{31.848}{80.665}$$

$$n = 394$$

2.3.4 Métodos y Técnicas a ser Empleadas

2.3.4.1 Métodos.

En esta investigación se aplicó el método de inducción por cuanto los resultados de la encuesta se aplicaron al sector ferretero y de construcción del Cantón, además los aspectos del análisis, serán generalizados para la población del Cantón La Maná.

Se utilizó deducción en base a los siguientes motivos:

Los negocios necesitan los canales de distribución, producción, y publicidad para impulsar las ventas, por lo tanto la industria panificadora requiere sus herramientas para vender su producto. Siendo una posible relación las estadísticas a generarse.

Es importante que la investigación realizada trabaje con el método de análisis, porque permitió identificar los elementos y las relaciones existentes entre ellos.

Se considera que los elementos son: Comercialización y Rentabilidad de las ferreterías, se aplica síntesis, en el trabajo de investigación mediante el proceso a realizarse, con el fin de obtener recomendación del estudio efectuado.

2.3.4.2 Técnicas

Finalmente el levantamiento de datos se realizó mediante encuestas aplicables a consumidores del Cantón La Maná según Operacionalización de variables, además, encuestas a los propietarios de las ferreterías en estudio.

El manejo estadístico se efectuó con proyecciones, frecuencias y porcentajes.

2.3.5 Encuesta Aplicada a los Propietarios de las ferreterías

Pregunta N° 1

¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene la empresa?

CUADRO N°- 7

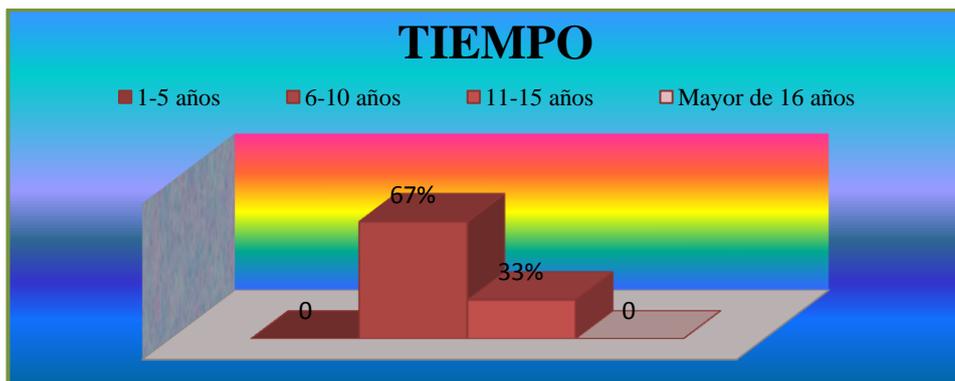
TIEMPO

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
1-5 años	0	0
6-10 años	2	67%
11-15 años	1	33 %
Mayor de 16 años	0	0
TOTAL	3	100%

Fue
nte:
Dat
os
Inv
esti
gati
vos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 2



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total d encuestados los 2 propietarios corresponden al 67 % que dicen de 6-11 se encuentran en funcionamiento la empresa y la 1 ferretería pertenece al otro 33% donde su funcionamiento está entre los 11-154 años, la mayoría de las ferreterías en estudio ha iniciado sus actividades en menor tiempo.

Pregunta N° 2

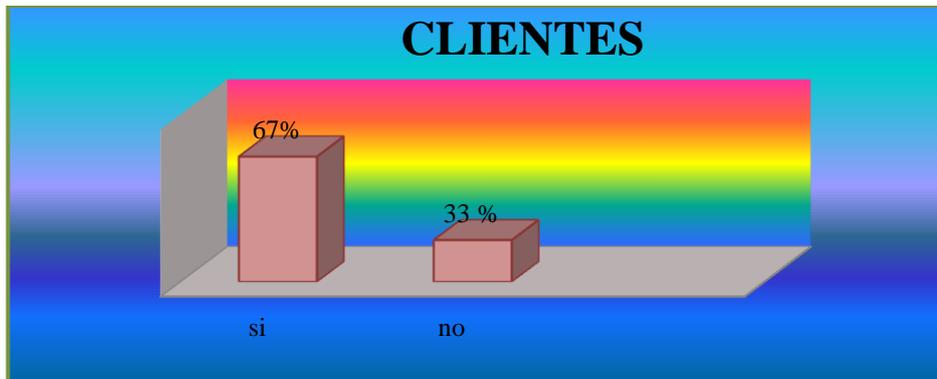
¿Posee convenios con clientes fijos?

CUADRO N°- 8
CLIENTES

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	2	67%
NO	1	33%
TOTAL	3	100%

Fuente: Datos Investigativos
Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 3



Fuente: Datos Investigativos
Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANALISIS E INTERPRETACIÓN

Del total d encuestados las 2 ferreterías pertenecen al 67% donde indica que cuentan con convenios con clientes fijos y la 1 empresa que corresponde al 33% no cuenta con ese privilegio de poseer convenios con los clientes ya que existe mucha competencia en el mercado.

Pregunta N° 3

¿Cuántos empleados tienen la Ferretería?

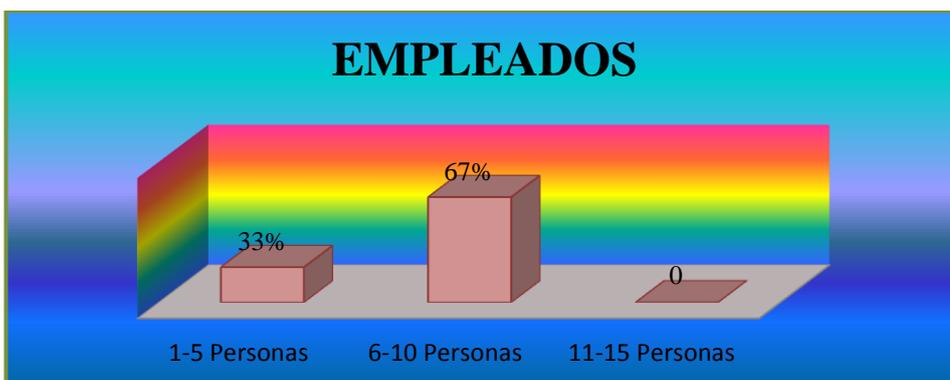
CUADRO N°-9
EMPLEADOS

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
1-5 Personas	1	33%
6-10 Personas	2	67%
11-15 Personas	0	0
TOTAL	3	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 4



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados las 2 ferreterías que corresponden al 67% donde trabajan desde 6 hasta 10 empleados y la 1 restante representa el 33% que utiliza de 1- 5 empleados para sus actividades cotidianas.

Pregunta N° 4

¿Utiliza personal capacitado en ventas o servicio al cliente?

CUADRO N°- 10
SERVICIO AL CLIENTE

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sí	1	67%
No	2	33%
TOTAL	3	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 5



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados 2 que corresponde al 67%, tiene personal capacitado en ventas, y 1 restante que representa el 33% no cuenta con el personal capacitado en el área de ventas y atención al cliente. Por lo que las dos empresas si utilizan el personal capacitado dentro de la misma.

Pregunta N° 5

¿Conoce usted lo que es la Comercialización?

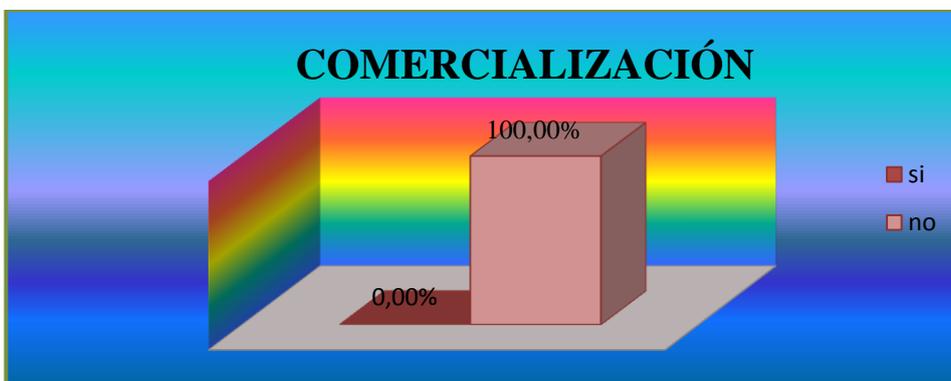
CUADRO N°- 11
COMERCIALIZACIÓN

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	0	0
No	3	100%
TOTAL	3	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 6



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados el análisis indican que los propietarios de las 3 ferreterías en estudio representan el 100% por lo que os indica que no conocen lo que es la comercialización por lo que es necesario realizar lo que es la comercialización dentro de las ferreterías en estudio.

Pregunta N° 6

¿Está satisfecho con la Rentabilidad que refleja su ferretería?

CUADRO N°- 12

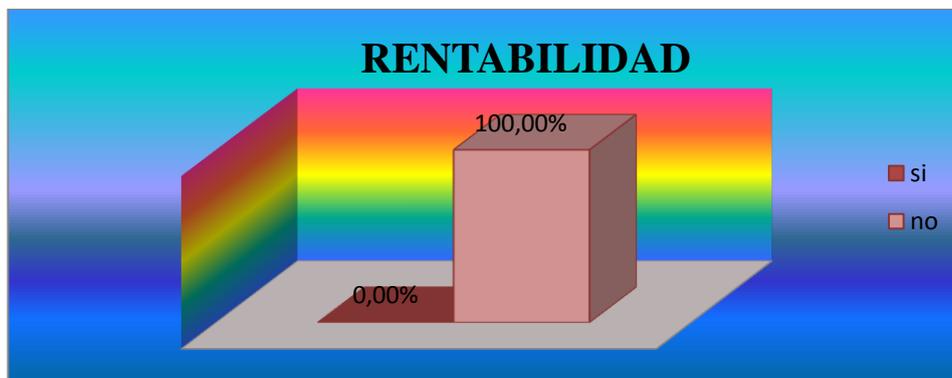
RENTABILIDA

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	0	0
No	3	100%
TOTAL	3	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanes Diana Natali

GRÁFICO N°- 7



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados a los propietarios de las ferreterías encontramos que la 3 ferreterías en estudio representan el 100% que no se encuentran satisfechos con la rentabilidad de las empresas, por lo que necesitan que se haga un estudio de la rentabilidad de las mismas.

Pregunta N° 7

¿Cuántos quintales de Cemento vende usted semanalmente?

CUADRO N°- 13

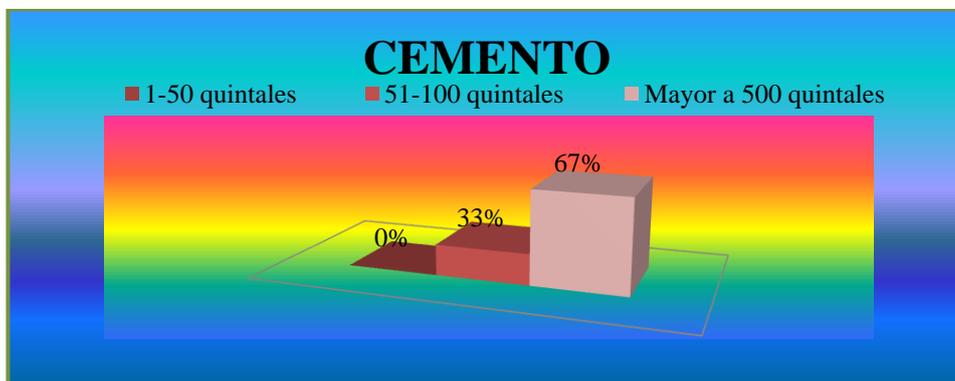
CEMENTO

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
1-50 quintales	0	0%
51-100 quintales	1	33%
Mayor a 500 quintales	2	67%
TOTAL	3	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 8



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados 2 de las ferreterías representan el 67% que venden más de 500 quinientos quintales de cemento a la semana; la 1 empresa restante corresponde al 33% donde las empresa venden de 51- 100 quintales semanales. Por lo que dos empresas son las que se destacan en la venta del cemento.

Pregunta N° 8

¿Cuántas hojas de zinc vende usted semanalmente?

CUADRO N°- 14

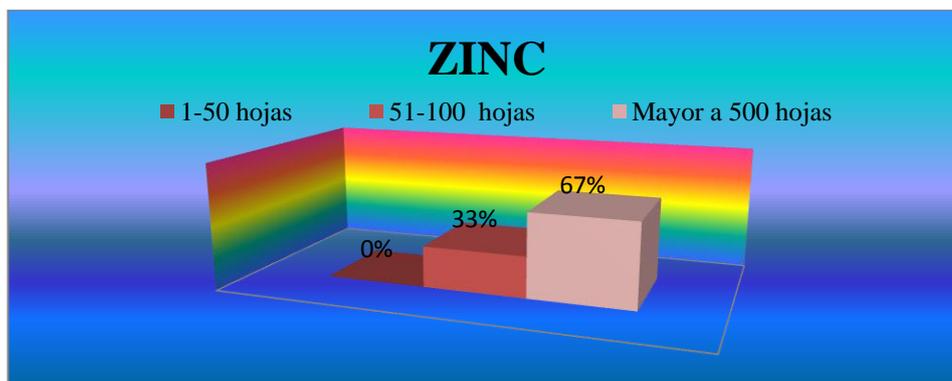
ZIN

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
1-100 hojas	1	33%
101 -500 hojas	2	67%
500- 1000 hojas	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 9



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados las 2 ferreterías representan el 67% que pertenece a la venta desde 101-500 hojas, y la 1 restante corresponde el otro 33% donde manifiesta que las ventas de 500-1000 hojas donde las ventas de las hojas de zinc no tienen una cantidad significativa, porque la venta de este material es mínima.

Pregunta N° 9

¿Cuántos quintales de hierro vende usted semanalmente?

CUADRO N°- 15

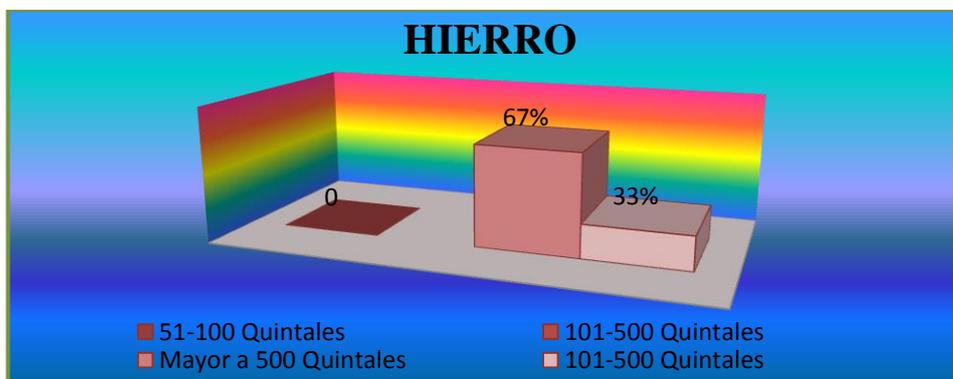
HIERRO

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
51-100 Quintales	0	0%
101-500 Quintales	1	33%
Mayor a 500 Quintales	2	67%
TOTAL	3	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 10



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados los propietarios de las ferreterías, 2 que corresponde al 67% que venden desde los 500 quintales en adelante semanales y la 1 restante que representa el 33% que venden desde los 101 a 500 quintales semanales. Por lo que se puede establecer que la mayoría de la población opta por la compra de hierro debido al precio y la calidad.

Pregunta N° 10

¿Cuáles son los clientes con más potenciales?

CUADRO N°- 16

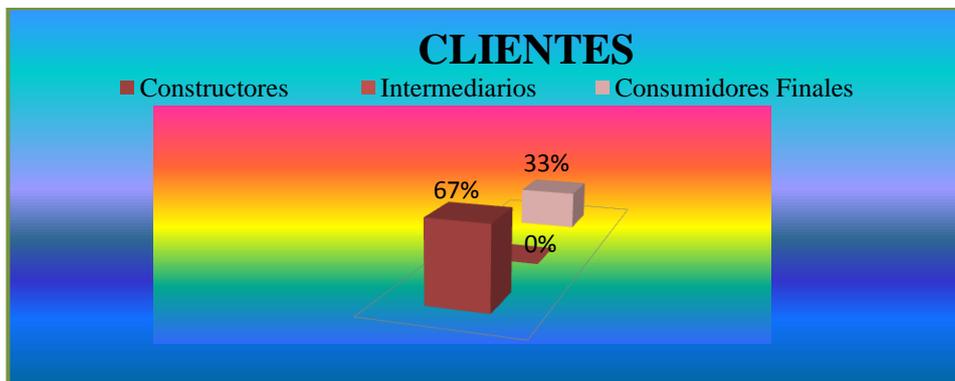
CLIENTES

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Constructores	2	67 %
Intermediarios	0	0
Consumidores Finales	1	33 %
TOTAL	3	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 11



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados los propietarios de las empresas las 2 ferreterías pertenece el 67% donde los clientes más potenciales son los constructores la 1 restante representa al 33% siendo los consumidores los clientes potenciales, por lo que se puede deducir que gran parte sus clientes son constructores lo que significa que los materiales son las utilizados para la construcción.

Pregunta N° 11

¿Cómo es su trato con los clientes?

CUADRO N°- 17

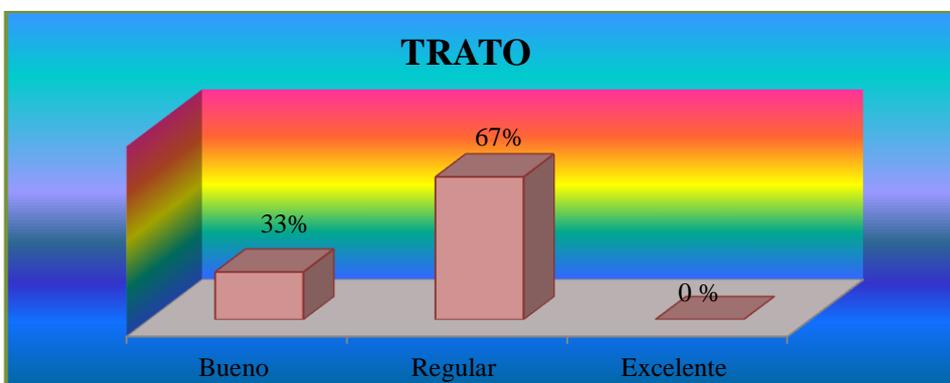
TRATO

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Regular	1	33%
Bueno	2	67%
Excelente	0	0
TOTAL	3	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 12



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados las 2 ferreterías que corresponden el 67% el cual indica que tiene un buen trato y la otra 1 que pertenece al 33% que tiene trato regular a sus clientes. Donde se interpreta que la mayor parte de los propietarios de las ferreterías en estudio tiene un trato regular con sus clientes.

Pregunta N° 12

¿Está usted de acuerdo que se realice un estudio de la Comercialización y Rentabilidad en materiales para la Construcción: Hierro Zinc, Cemento?

CUADRO N°- 18
COMERCIALIZACIÓN

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	3	100%
No	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Datos Investigativos
Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 13



Fuente: Datos Investigativos
Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados los 3 propietarios de las ferreterías pertenecen al 100% donde nos indica que si están de acuerdo con que se realice un estudio de la Comercialización y Rentabilidad en materiales para la Construcción: Hierro, Zinc, Cemento.

2.3.6 Encuesta Aplicada a los clientes de las ferreterías en estudio

Pregunta N° 1

¿Cuál es su nivel de ingreso económico?

CUADRO N°- 19

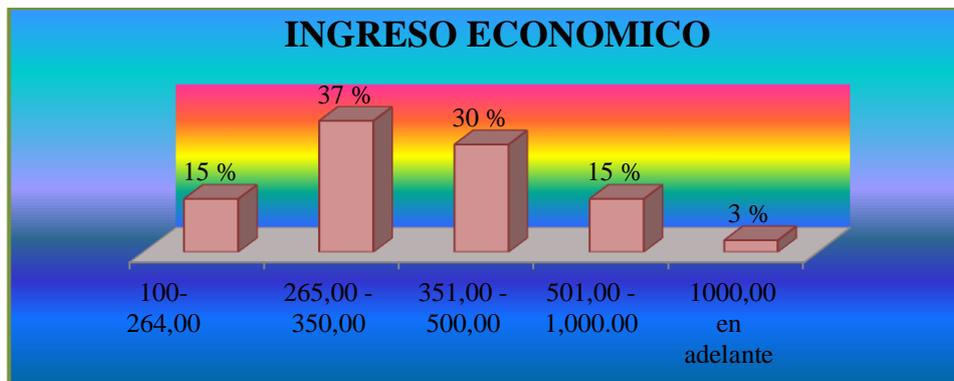
INGRESO ECONMICO

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
100-264,00	59	15%
265,00 - 350,00	145	37%
351,00 - 500,00	119	30%
501,00 -1,000.00	59	15%
1000,00 en adelante	13	3,%
TOTAL	395	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 14



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados los 145 clientes encuestados representan el 37% que indica su ingreso económico está entre los 265,00 - 350,00 y las 13 personas restante corresponde al 3% donde sus ingresos alcanza a los 1000,00 en adelante lo que cabe decir que el resto de las personas encuestadas tienen sus ingresos entre los 351 a 990 dólares.

Pregunta N° 2

¿Cree que la construcción de su vivienda debe constar con materiales que antes de brindarle un precio bajo le brinde una buena calidad?

CUADRO N°- 20

BUENA CALIDAD

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	359	91 %
NO	36	9 %
TOTAL	395	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 15



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados las 359 personas corresponden al 91% que consideran que la construcción de su vivienda debe constar con materiales que antes de brindarle un precio bajo le brinde una buena calidad a sus productos y las otras 36 personas pertenecen al 9 % que no piensan que antes de brindarle un precio bajo le brinde una buena calidad.

Pregunta N° 3

¿De los siguientes materiales cuales compra con mayor frecuencia?

CUADRO N°- 21

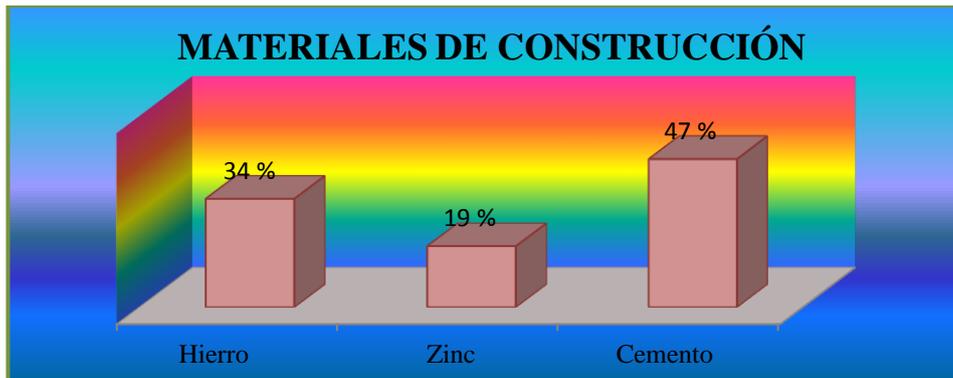
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Hierro	135	34 %
Zinc	76	19 %
Cemento	184	47 %
TOTAL	395	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°-16



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados las 184 personas corresponde al 47% donde indican que el cemento es el material que compran con mayor frecuencia los otros 135 clientes consumen el hierro con mayor frecuencia que representa el 33% y los 76 encuestados representan al 19% donde el zinc es el material que compran con más frecuencia.

Pregunta N° 4

¿Actualmente realiza uno de las siguientes actividades?

CUADRO N°- 22

ACTIVIDADES

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Construcción de vivienda	61	15 %
Ventas de Materiales para la construcción	130	33 %
Adecuación de vivienda	22	6 %
Instalaciones adecuadas	182	47 %
TOTAL	395	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 17



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados las 182 personas representan al 47% donde la mayor parte corresponden a las instalaciones adecuadas, las otras 130 personas pertenecen al 33% que realizan la actividad de venta de materiales para la construcción y los 61 clientes determinan el 15% lo cual indican que ellos realizan las construcciones de viviendas el 6% representa a las 22 personas que se dedican a adecuaciones de viviendas.

Pregunta N° 5

¿Cuál es la Ferretería donde compra habitualmente?

CUADRO N°- 23

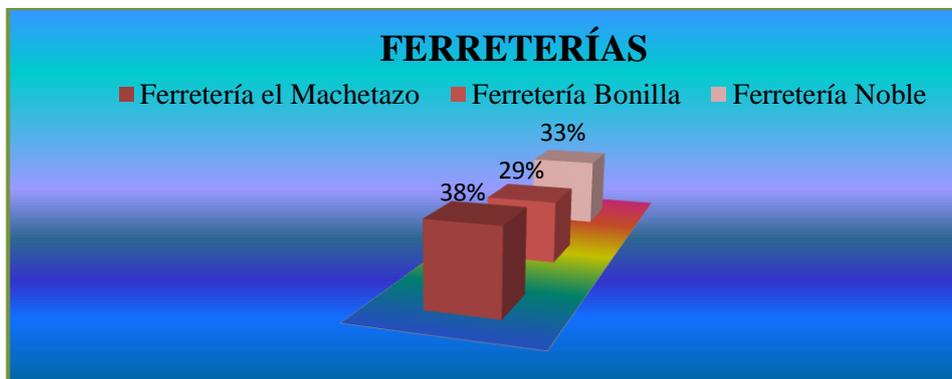
FERRETERÍAS

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Ferretería el Machetazo	152	38 %
Ferretería Bonilla	114	29 %
Ferretería Noble	129	33 %
TOTAL	395	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 18



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados las 152 personas representa al 38% donde indica que la ferretería el machetazo es la ferretería es donde más compran habitualmente, entre los 114 encuestados corresponde al 29% indica que la ferretería bonilla y las 129 personas corresponde al 33% donde las personas prefieren comprar en la ferretería noble.

Pregunta N° 6

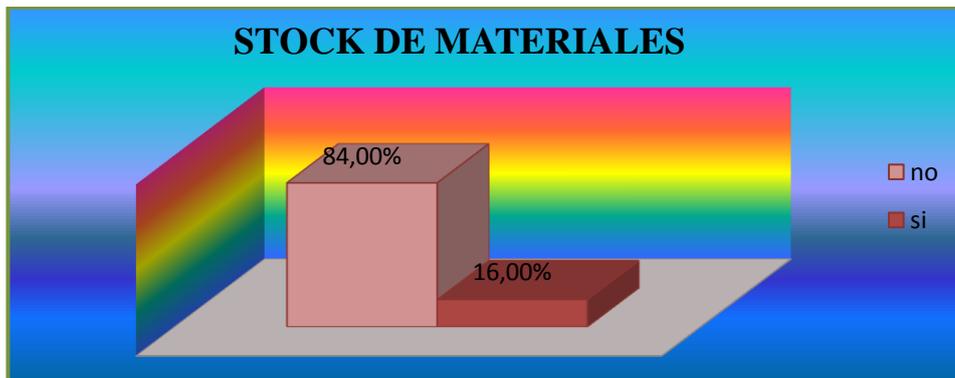
¿Su proveedor actual de materiales le brinda un adecuado stock de materiales para la construcción?

CUADRO N°- 24
STOCK DE MATERIALES

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	331	84%
NO	64	16, %
TOTAL	395	100%

Fuente: Datos Investigativos
Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 19



Fuente: Datos Investigativos
Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados las 331 personas encuestadas representan al 84% donde su proveedor le brinda un adecuado stock de materiales para la construcción y los 64 clientes corresponden al 16% donde indica que su proveedor no le brinda este tipo facilidad.

Pregunta N° 7

¿Con que frecuencia Compra los materiales para la construcción hierro, cemento, zinc?

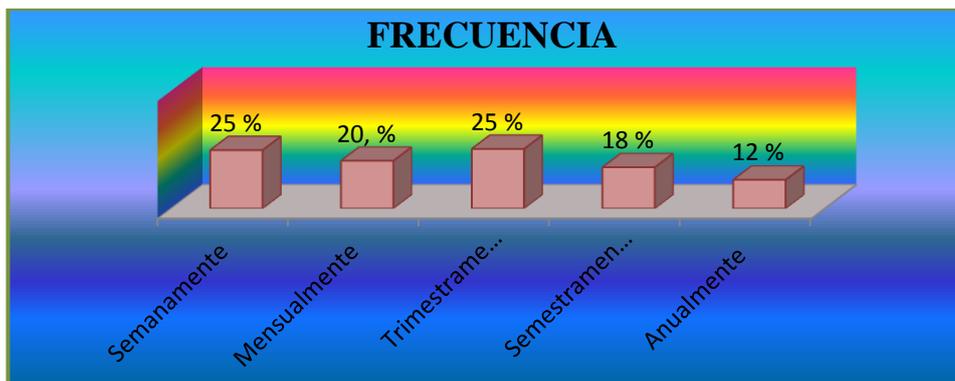
CUADRO N°- 25

FRECUENCIA

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Semanalmente	98	25 %
Mensualmente	80	20 %
Trimestralmente	100	25 %
Semestralmente	69	18 %
Anualmente	48	12 %
TOTAL	395	100%

Fuente: Datos Investigativos
Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 20



Fuente: Datos Investigativos
Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados los clientes lo realizan sus compras de materiales trimestralmente por lo que tiene un porcentaje 25% y el otro 25% el porcentaje restante que es el 12% son de las compras anualmente y Por lo que los clientes son lo que adquieren sus materiales para la construcción semanalmente y trimestralmente.

Pregunta N° 8

¿Para comprar los materiales que prefiere?

CUADRO N°- 26

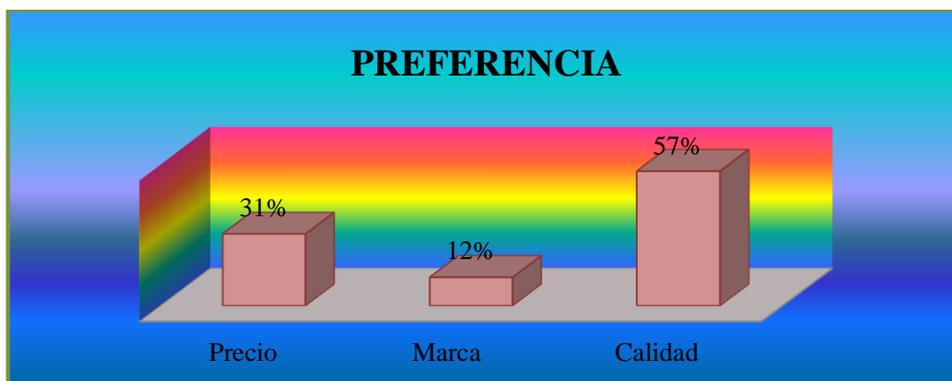
PREFERENCIA

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Precio	121	31 %
Marca	48	12 %
Calidad	226	57 %
TOTAL	395	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 21



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados los 226 encuestado representa al 57% lo que más prefieren es la calidad y las 121 personas pertenecen al 31% que prefieren el precio y los 48 encuestados que determinan al 12% son los que prefieren más el modelo del producto. Por lo que la gran parte de la población encuestada le interesa más por la calidad de cada uno de sus materiales ya que tienen normas de calidad al momento de realizar el producto.

Pregunta N° 9

¿Qué tipos de descuentos por su compra le convendría más?

CUADRO N°- 27

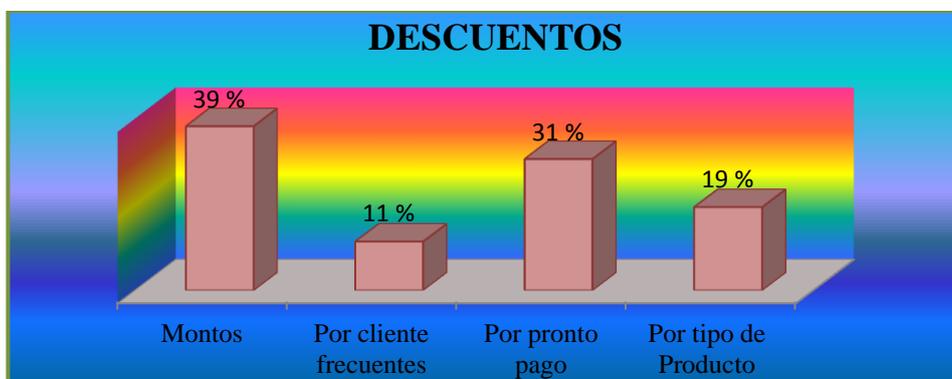
DESCUENTOS

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Montos	151	39 %
Por cliente frecuentes	45	11 %
Por pronto pago	121	31 %
Por tipo de Producto	77	19 %
TOTAL	395	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 22



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados las 151 personas representan el 39% pertenecen a las personas que prefieren mejor sus descuentos por el mayor monto de dinero en sus compras y un 31% corresponde a los 131 clientes que tiene sus descuentos de pronto pago, teniendo en cuenta los 77 personas que por tipo de producto tiene el 19% y por clientes frecuentes el 11% que pertenecen a 45 clientes.

Pregunta N° 10

¿Le gustaría que su Distribuidor tenga entrega a domicilio?

CUADRO N°- 28

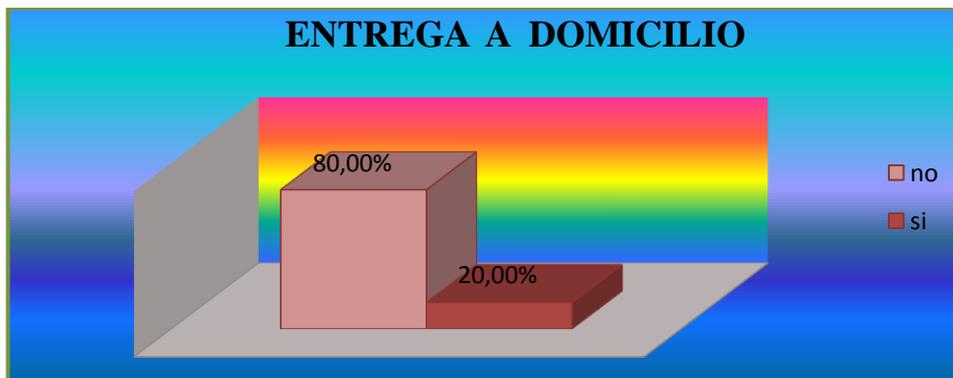
ENTREGA A DOMICILIO

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	315	80 %
NO	80	20 %
TOTAL	395	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 29



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados las 351 personas encuestadas están de acuerdo que su distribuidor tenga entrega a domicilio, los 80 clientes que pertenecen al 20% no se encuentran de acuerdo con este privilegio. De acuerdo a las encuestas la mayoría de las personas si se encuentran de acuerdo que se les realice la entrega de materiales a domicilio.

Pregunta N° 11

¿Cuál es la cantidad de Cemento que usted compra semanalmente?

CUADRO N°- 29

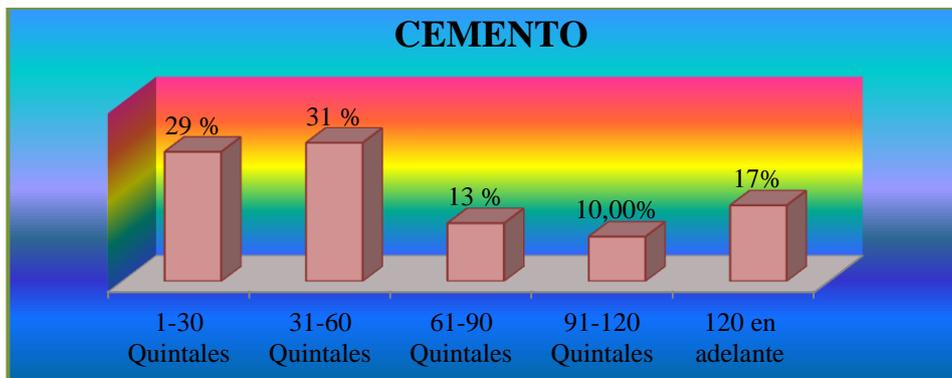
CEMENTO

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
1-30 Quintales	113	29 %
31-60 Quintales	121	31 %
61-90 Quintales	50	13 %
91-120 Quintales	41	10 %
120 en adelante	65	17 %
TOTAL	395	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 24



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados las 113 personas pertenecen al 29% donde los clientes que son 121 son los que compran desde 31-60 quintales a la semana que corresponden al 31% y las 41 personas representan al 10% donde consumen entre 91-120 quintales a la semana. Se puede establecer que las demás personas en estudio adquieren los quintales entre los 30 a 90 quintales semanales.

Pregunta N° 12

¿Qué calidad de Cemento usted compra?

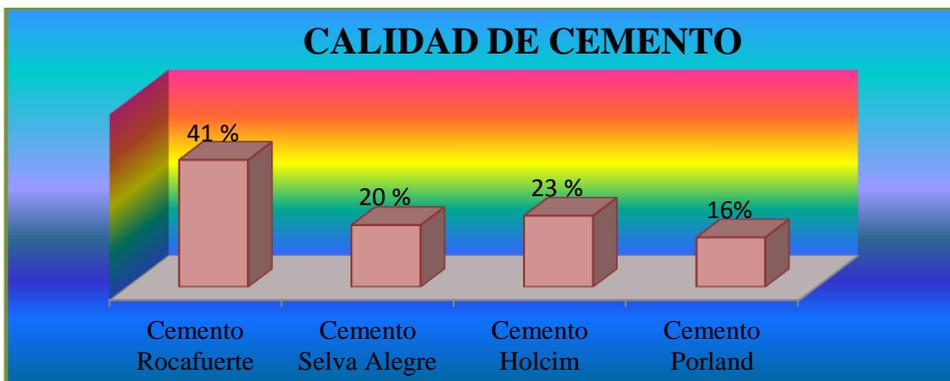
CUADRO N°- 30
CALIDAD DE CEMENTO

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Cemento Rocafuerte	160	41 %
Cemento Selva Alegre	80	20 %
Cemento Holcim	90	23 %
Cemento Portland	65	16 %
TOTAL	395	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 25



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados las 160 personas encuestadas corresponden al 41% que compran cemento Rocafuerte, los 90 clientes pertenecen al 23% el cual compran cemento holcim, las 80 personas encuestadas determinan al 20% que consumen cemento selva alegre y las 65 personas encuestadas corresponde al 16% de cemento porland.

Pregunta N° 13

¿De qué dimensión de lámina de Zinc compra usted?

CUADRO N°- 31

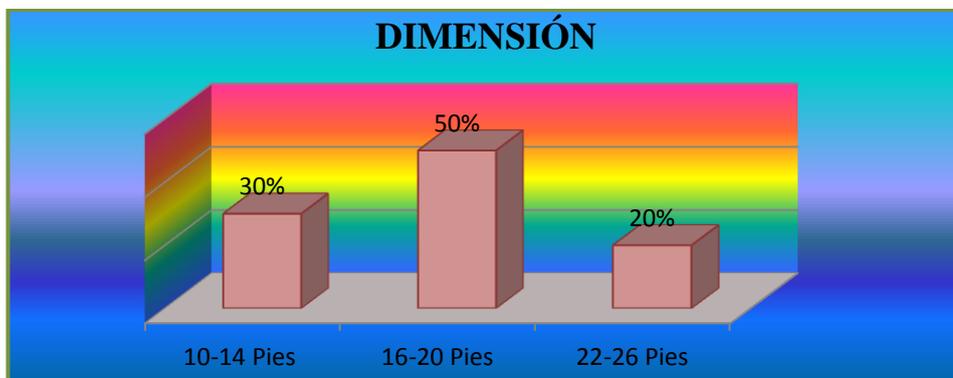
DIMENSIÓN

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
10-14 Pies	118	30 %
16-20 Pies	197	50%
22-26 Pies	80	30%
TOTAL	395	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 26



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados los 118 clientes que pertenece al 30% que indica que más compran las láminas de zinc de 10-14 Pies de dimensión y las 197 corresponde al 50% de los cliente que consumen láminas de 16-20 Pies y las 80 personas determinan al 20% que compran de 22-26 Pies las láminas de zinc.

Pregunta N° 14

¿Qué tamaño de Hierro compra usted?

CUADRO N°- 32

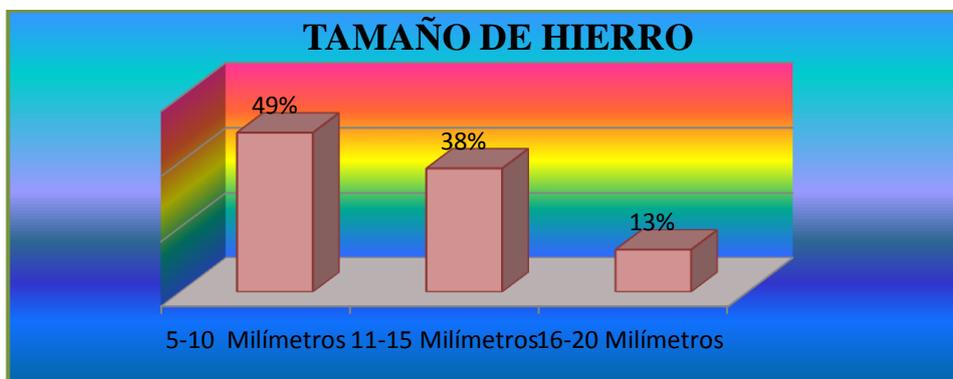
TAMAÑO DE HIERRO

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
5-10 Milímetros	195	49 %
11-15 Milímetros	150	38 %
16-20 Milímetros	50	13 %
TOTAL	395	100%

Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

GRÁFICO N°- 27



Fuente: Datos Investigativos

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestados las 95 de las personas representan al 49% de las personas que compran el hierro de 5-10 milímetros y las 150 personas corresponden al 38% que determina un porcentaje de que compran las varillas de hierro de 11-15 milímetros y las 50 personas determina el 13% que compran el hierro de 16-20 milímetros.

2.3.7 Conclusiones y Recomendaciones de las Encuestas

- Los resultados obtenidos en las encuestas demuestran que los propietarios desconocen lo que es la Comercialización y Rentabilidad de las Ferreterías en materiales para la construcción: hierro, zinc, cemento y su relación con la economía del Cantón La Maná provincia de Cotopaxi.
- De acuerdo a las encuestas realizadas a los propietarios se concluye con la necesidad de realizar el estudio de comercialización y rentabilidad para conocer la situación económica, financiera y la rentabilidad de las ferreterías en estudio.
- En la aplicación de las encuestas se identificó los canales de comercialización tipos de clientes y estrategias que aplican en el negocio .

2.3.8. Recomendaciones:

- Conocer sobre la comercialización y rentabilidad de los materiales de construcción: hierro, zinc, cemento para el mejoramiento de las ferreterías minimizando gastos y maximizando ingresos.
- Lograr mayor rotación de los inventarios para incrementar más los materiales de construcción optimizando los espacios para ampliar la ferretería y exponer un número mayor de ventas y así poder obtener mayor utilidades.
- Mejorar considerablemente el volumen de ventas mediante la comercialización y la aplicación de indicadores financieros para la toma de decisiones dentro de la empresa y así cumplir con sus objetivos planteados

2.4 Verificación de las Preguntas Científicas

- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos necesarios en los que se enmarca la comercialización y rentabilidad de ferreterías en materiales para la construcción: hierro, cemento, zinc del Cantón la Maná provincia de Cotopaxi?

Los fundamentos teóricos son los siguientes canales directos, indirectos así como la promoción tamaño y localización dentro de lo que representa a la rentabilidad tendremos la oferta y la demanda el análisis de los ratios financieros el valor neto y la tasa interna de retorno, todos estos aspectos son necesarios para determinar los aspectos de comercialización y rentabilidad en las ferreterías del cantón La Maná

- ¿Cuáles son las principales causas de la Ausencia de la comercialización y rentabilidad de las ferreterías en materiales de construcción hierro, zinc, cemento del Cantón la Maná provincia de Cotopaxi?

Las causas principales del desconocimiento de lo que es la comercialización y rentabilidad que tienen las ferreterías quienes no manejan ninguna información sobre procesos de comercialización y rentabilidad que genera sus ingresos de una manera materialista sin medir índices de utilidad

- ¿Qué características debe tener el diseño de la comercialización y rentabilidad señalada?

Las característica fundamental es que debe tener comercialización y rentabilidad es adecuarse a las necesidades del consumidor para que permitan adaptarse a todo cambio y de esta manera llevar un buen registro

2.5 Diseño de la Propuesta

2.5.1 Datos de la Empresa

Institución : Mega Ferretería El Machetazo
Ubicación : Provincia de Cotopaxi Cantón La Mana
Dirección : Av. 19 de mayo y Velasco Ibarra
Actividad Económica: Comercialización de hierro zinc y cemento
Representante Legal: Dr. Patricio Sánchez
Ruc : 170503189001

2.5.2 Justificación

El presente proyecto se justifica con la necesidad de brindar información financiera y oportuna a las ferreterías permitiendo conocer los canales de comercialización y su rentabilidad en el desarrollo económico del Cantón la Maná año 2011.

En la actualidad es indispensable que las empresas determinen los parámetros necesarios de comercialización y rentabilidad el mismo que permitirá revisar y analizar los estados financieros así como los márgenes de utilidad que se percibe con la distribución del producto.

Los beneficiarios de este proyecto de investigación son las ferreterías para que mediante los resultados adopten un mejor sistema de comercialización y rentabilidad, permitiendo la toma de decisiones oportunas que vayan en beneficio de las mismas.

Esta investigación es útil para futuros inversionistas y para fuente de consulta para futuras generaciones.

2.5.3 *Objetivos*

2.5.3.1 *Objetivo General*

- Determinar la comercialización y rentabilidad del hierro, zinc, cemento en las ferreterías y su relación con la economía del Cantón la Maná año 2011.

2.5.3.1 *Objetivos Específicos*

1. Elaborar los estados financieros de las ferreterías con la información que nos faciliten los propietarios para medir la rentabilidad del negocio.
2. Identificar los sistemas de comercialización que utilizan las ferreterías del Cantón la Maná.
3. Utilizar los instrumentos financieros como el VAN, TIR para analizar la situación económica y financiera de los centros ferreteros
4. Elaborar el flujo de efectivos en base a la proyección de la tasa de crecimiento.
5. Analizar la situación económica y financiera en base a los ratios financieros de liquidez, endeudamiento y rentabilidad.
6. Diseñar un informe de rentabilidad.
7. Presentar un informe de rentabilidad.

2.5.4 Descripción de la Propuesta

El propósito del trabajo investigativo es el estudio de la Comercialización y Rentabilidad de las ferreterías en materiales para la construcción en el Cantón La Maná.

El desarrollo económico se basa a las pequeñas, medianas y grandes empresas mediante la comercialización de los diferentes productos que se expenden en el mercado, el desarrollo de las actividades empresariales es parte de un análisis o evolución.

Los productos de primera necesidad para la construcción l pan se ponen a la venta, cumpliendo sus condiciones y organización de distribución para comercializarlos.

La actividad comercial es el fin que tiene las empresas en brindar sus productos elaborados para poder alcanzar un beneficio para el empresario y obtener un conjunto de ingresos mediante un periodo.

Análisis

- Estudio técnico
- Recursos técnicos
- Análisis e interpretación

Comercialización

- Canales de distribución
- Análisis de la demanda
- Plan de marketing

Rentabilidad

- Estudio económico
- Análisis de precios
- Costo de producción

CAPÍTULO III

APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

3.1 Empresa Ferretera Grande

El estudio que se realiza, es un aporte a la empresa donde contribuye a mejorar la comercialización y rentabilidad de la ferretería machetazo por los micros empresarios; la misma que se encuentra en la zona centro del Cantón La Maná.

En base a este estudio se ve la obligación de concientizar a propietarios de las ferreterías que contribuya con el desarrollo del sector y con el bienestar de la comunidad, de tal manera que puedan satisfacer las necesidades de la población del Cantón y sus alrededores.

La ferretería el Machetazo posee una notoria trayectoria en el Cantón la Maná, su actividad económica está dedicada a la comercialización de hierro, zinc, cemento, y se encuentra ubicada en la Av. 19 de Mayo y Velasco Ibarra su propietario es el Dr. Patricio Sánchez, lo cual contribuye con el desarrollo de nuestro Cantón

3.1.1 ANÁLISIS FODA

El análisis FODA, (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de una empresa logrando de esta manera un análisis que permita en función de ello, tomar decisiones al momento oportuno y tomando la decisión correcta entre los directivos de la empresa

CUADRO N°- 33

<p>FORTALEZAS</p> <p>Ser distribuidor directo y contar con servicio de transporte a domicilio.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Disponer en todo momento de dinero suficiente para afrontar cualquier situación emergente2. Está dotado de un amplio local propio para realizar sus actividades comerciales y además otorga crédito a los clientes potenciales.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none">1. Incrementar la variedad de productos de un mismo tipo como hierro, cemento o zinc.2. Ubicar nuevos locales en la venta de materiales para la construcción en zonas marginales de la ciudad en desarrollo.3. Ubicación del local situado en un lugar estratégico de crecimiento de la ciudad.
<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none">1. El desconocimiento de la comercialización y rentabilidad de materiales para la construcción: hierro cemento y zinc.2. Poca eficiencia en base a pedidos ventas de los materiales.3. El crecimiento de la ciudad no le permite a la ferretería cubrir las necesidades de todos los sectores del Cantón por lo que sería factible abrir nuevas sucursales o trabajar con pedidos telefónicos o por correos electrónicos.
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none">1. La crisis económica hace que exista menos inversión en infraestructuras por lo tanto menos consumo de hierro, cemento y zinc.2. El alza de los impuestos contribuyen que los precios en los materiales para la construcción sean elevados.3. EL aumento de empresas de la misma rama.

Fuente: Ferretería el Machetazo

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

3.1.2 Datos de la Empresa

Institución : Mega Ferrería El Machetazo
Ubicación : Provincia de Cotopaxi Cantón La Mana
Dirección : Av. 19 de mayo y Velasco Ibarra
Actividad Económica: Comercialización de hierro zinc y cemento
Representante Legal: Dr. Patricio Sánchez
Ruc : 170503189001

3.1.2.1 Perfil de la Ferrería:



3.1.3 Descripción de la propuesta

Nº-	CONTENIDO	PÁGINA
3.1	Empresa Ferretera Grande	93
3.1.2	Datos de la Empresa	95
3.1.2.1	Perfil de la Ferretería	95
3.1.3	Descripción de la propuesta	96
3.1.3.1	Plan de cuentas	99
3.1.3.2	Estados Financieros	102
3.1.3.3	Estado de Situación Inicial	102
3.1.3.4	Estado de Pérdidas y Ganancias	103
3.1.3.5	Balance General	104
3.1.3.6	Flujo De Caja de la Ferretería el Machetazo	105
3.1.4	Análisis de indicadores de Ferretería el Machetazo	106
3.1.4.1	Índices de Liquidez	106
3.1.4.2	Índices de Productividad	111
3.1.4.3	Índices de Rentabilidad	112
3.1.4.4	Índices de Endeudamiento	113
3.1.5	Valor actual neto (van)	116
3.1.6	Tasa Interna de Retorno (TIR)	117
3.1.7	Comercialización	118
3.1.7.1	Tipo de Comercialización	118
3.1.7.2	Canales de Comercialización ferretería el Machetazo	
3.1.7.4	Actividades de Distribución	122
3.1.7.6	Actividades De Comercialización	123
3.2	Datos de empresa	127
3.2.1	Perfil de la Ferretería	127
3.2.3	Estados Financieros	129
3.2.3.2	Estado de situación inicial	129
3.2.3.3	Estado de pérdidas y ganancias	130

Nº-	CONTENIDO	PÁGINA
3.2.3.4	Estado de situación final	131
3.2.3.5	Flujo De Caja De La Ferretería Noble	132
3.2.4	Análisis de Indicadores Financiero de la Ferretería Noble	133
3.2.4.1	Índices de Liquidez	133
3.2.4.2	Índices de Productividad	138
3.2.4.3	Índices de Rentabilidad	139
3.2.4.4	Índices de Endeudamiento	140
3.2.5	Valor Actual Neto (VAN)	143
3.2.6	Tasa Interna de Retorno (TIR)	144
3.2.7	Comercialización Directa e Indirecta	145
3.2.7.2	Actividades Del Flujograma De Distribución	148
3.2.7.4	Comercialización Actividades	149
3.3	Empresa Pequeña	153
3.3.1	Datos de la Empresa	153
3.3.1.1	Perfil de la Ferretería	153
3.3.2.1	Estado De Situación Inicial	155
3.3.2.2	Estado De Pérdidas Y Ganancias	156
3.3.2.3	Estado De Situación Final	157
3.3.2.4	Flujo De Caja De La Ferretería Bonilla	158
3.3.3	Análisis de los indicadores de la ferretería Bonilla	159
3.3.3.1	Índices de Liquidez	159
3.3.3.2	Índices de Productividad	163
3.3.3.3	Índices de Rentabilidad	164
3.3.3.4	Índices de Endeudamiento	165
3.3.4	Valor Actual Neto	169
3.3.5	Tasa Interna De Retorno (Tir)	170
3.3.6	Comercialización	171
3.3.6.1	Canales de Comercialización	171
3.3.6.3	Actividades De Distribución	17

Nº-	CONTENIDO	PÁGINA
3.3.6.5	Actividades de comercialización	175
3.4	Resumen Global de las Ferreterías	179
3.3.4	Informes De Rentabilidad	180
3.4.1	Informe De Rentabilidad	182
3.4.2	Informe De Rentabilidad	184
3.5	Relación con la economía del cantón La Maná	186

3.1.3.1 Plan de cuentas

FERRETERÍA EL MACHETAZO

1.	ACTIVO
1.1	ACTIVO CORRIENTE
1.1.01	Caja
1.1.02	Caja chica
1.1.03	Bancos
1.1.03.01	Pichincha
1.1.03.02	Banco de Guayaquil
1.1.04	Clientes
1.1.04.01	Grupo Baamonde
1.1.04.02	Ing. Armando Carvajal
1.1.04.03	Clínica Avilés
1.1.05	Documentos por cobrar
1.1.06	Inventario de mercadería
1.1.06.01	Cemento
1.1.06.02	Hierro
1.1.06.03	Zinc
1.1.06.04	Otros Materiales
1.1.06.05	Arriendos por anticipado
1.1.07	Iva en compras
1.1.08	Anticipo retención a la fuente
1.1.09	Iva retenido
1.1.10	provisión cuentas incobrables
1.2	ACTIVOS NO CORRIENTES
1.2.01	Terrenos
1.2.02	(-) Depreciación acumulada terrenos
1.2.03	Edificios
1.2.04	(-) Depreciación acumulada edificios
1.2.05	Maquinaria y equipo
1.2.06	(-) Depreciación acumulada maquinaria y equipo
1.2.07	Vehículo
1.2.08	(-) Depreciación acumulada vehículo
1.2.09	Muebles y enseres
1.2.10	(-) Depreciación acumulada de muebles y enseres
1.2.11	Equipos de oficina
1.2.12	(-) Depreciación acumulada de equipos de oficina
1.2.13	Equipos de computación

1.2.14	(-) Depreciación acumulada de equipos de computación
1.3	Otros activos
1.3.01	Gastos de constitución
1.2.02	Amortización acumulada de gastos de constitución
2.	PASIVO
2.1	PASIVO CORRIENTE
2.1.01	Proveedores
2.1.02	Documentos por pagar
2.1.03	IESS por pagar
2.1.04	Sueldos acumulados por pagar
2.1.05	Retención en la fuente por pagar
2.1.06	Iva en ventas por pagar
2.1.07	Iva retenido por pagar
2.1.08	Interés acumulado por pagar
2.1.09	Impuesto a la renta por pagar
2.1.10	15% Participación a trabajadores
2.1.11	Impuesto a la renta
2.2	PASIVO NO CORRIENTE
2.2.01	Préstamos bancarios por pagar
2.2.02	Hipoteca por pagar
2.3	Otros pasivos
2.3.01	Arriendo cobrado por anticipado
3.	PATRIMONIO
3.1	Capital social
3.2	Reservas
3.2.01	Reserva legal
3.2.02	Utilidad neta del ejercicio
3.2.03	Utilidad antes de impuesto
3.2.04	Utilidad del ejercicio anterior
3.2.05	Utilidad del ejercicio antes de impuesto. Y participación
3.2.06	Utilidades Acumulada
4.	INGRESOS
4.1	Ingresos operacionales
4.1.01	Ventas
4.1.02	(-) Descuento en ventas
4.1.03	(-) Devolución en ventas
4.1.04	Utilidad bruta en ventas
4.1.05	Costo de ventas
4.1.06	Ventas netas
4.2	Ingresos no operacionales
4.2.01	Comisiones recibidas
4.2.02	Intereses ganados en la cuenta corriente

5.	GASTOS OPERACIONALES
5.1	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN
5.1.01	Sueldos y salarios
5.1.02	Beneficios sociales
5.1.03	Aporte patronal
5.1.04	Aporte Personal
5.1.05	Gastos suministros y materiales
5.1.06	Gastos asesoría contable
5.1.07	Depreciación de terrenos
5.1.08	Depreciación de edificios
5.1.09	Depreciación de vehículos
5.1.10	Depreciación de muebles y enseres
5.1.11	Depreciación de equipos de oficina
5.1.12	Depreciación de equipos de computación
5.1.13	Amortización de gastos de constitución
5.1.14	Gastos de guardianía
5.2.	GASTOS DE VENTA
5.2.01	Gastos promoción y publicidad
5.2.02	Gastos transporte
5.2.03	Gastos intereses y comisiones bancarias
5.2.04	Gastos Provisión incobrables
5.2.05	Gastos de gestión
5.2.06	Gastos de servicios básicos
5.3	GASTOS FINANCIEROS
5.3.01	Gastos Intereses bancarios

3.1.3.2 Estados Financieros

3.1.3.3 Estado de Situación Inicial

**FERRETERIA EL MACHETAZO
ESTADO DE SITUACION INICIAL
AL 01 DE ENERO 2011**

1	ACTIVOS		
1.1	ACTIVOS CORRIENTES		\$ 114.807,65
1.1.01	Caja	\$ 7.400,00	
1.1.02	Caja chica	\$ 100,00	
1.1.03	Bancos	\$ 11.612,13	
1.1.03.01	Pichincha	\$ 8.000,00	
1.1.03.02	Banco de Guayaquil	\$ 3.612,13	
1.1.04	Clientes	\$ 4.473,12	
1.1.04.01	Grupo Baamonde	\$ 2.550,00	
1.1.04.02	Ing. Armando Carvajal	\$ 1.000,00	
1.1.04.03	Clínica Avilés	\$ 923,12	
1.1.05	Documentos por cobrar	\$ 4.000,00	
1.1.06	Inventario de mercadería	\$ 87.222,40	
1.1.06.01	Cemento	\$ 31.000,00	
1.1.06.02	Zinc	\$ 9.222,40	
1.1.06.03	Hierro	\$ 17.000,00	
1.1.06.04	Otros Materiales	\$ 30.000,00	
1.2	ACTIVOS NO CORRIENTES		\$ 56.120,52
1.2.03	Edificio	\$ 25.000,00	
1.2.04	Deprec. acumulada edificios	\$ 1.187,50	
1.2.07	Vehículo	\$ 34.151,78	
1.2.08	Deprec. Acum vehículos	\$ 5.464,28	
1.2.09	Muebles y enseres	\$ 2.405,52	
1.2.10	Deprec. acum muebles y enseres	\$ 216,50	
1.2.13	Equipo de computo	\$ 2.045,00	
1.2.14	Deprec. acumulada Equipo de computo	\$ 613,50	
	TOTAL ACTIVOS		\$ 170.928,17
2.	PASIVOS		
2.1	PASIVOS CORRIENTES		\$ 40.928,13
2.1.01	Proveedores	\$ 26.383,00	
2.1.03	Beneficios Sociales por Pagar	\$ 650,00	
2.1.04	Sueldos por pagar	\$ 785,00	
2.1.05	Retención a la fuente por pagar	\$ 580,77	
2.1.06	IVA por pagar	\$ 872,45	
2.1.11	Impuesto a la renta	\$ 6.833,36	
2.1.10	15% Participación a trabajadores	\$ 4.823,55	
2.2	PASIVOS NO CORRIENTES		\$ 30.000,00
2.2.02	Hipoteca por pagar	\$ 30.000,00	
	TOTAL PASIVOS		\$ 70.928,13
3.	PATRIMONIO		
3.1	Capital	\$ 79.500,00	\$ 100.000,00
3.2.04	Utilidad Ejercicio anterior	\$ 18.450,00	
3.2.01	Reserva legal	\$ 2.050,00	
	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 170.928,13

3.1.3.4 Estado de Pérdidas y Ganancias

FERRRETERIA EL MACHETAZO

ESTADO DE RESULTADOS

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011

4.	INGRESOS		
4.1	INGRESOS OPERACIONALES		
4.1.01	Ventas	105.000,00	
4.1.05	Costo ventas	48.622,40	
3.2.03	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		56.377,60
5.	GASTOS OPERACIONALES		
5.1	GASTOS ADMINISTRATIVOS		25.723,78
5.1.01	Sueldos	7.008,00	
5.1.02	Beneficios sociales	1.800,00	
5.1.05	Asesoría contable	3.504,00	
5.3.01	Gastos Intereses bancarios	2.430,00	
5.1.08	Gasto Depreciación de edificios	1.187,50	
5.1.09	Gasto Depreciación de vehículos	5.464,28	
5.1.10	Gasto Depreciación de muebles y enseres	216,50	
5.1.12	Gasto Depreciación de equipos de computación	613,50	
5.1.14	Gastos de guardianía	3.500,00	
5.2.	GASTOS DE VENTA		2.449,74
5.2.01	Publicidad	1.200,00	
5.2.06	Servicios básicos	1.080,00	
5.2.04	Gastos Provisión incobrables	169,74	
3.3.01	UTILIDAD DEL EJERCICIO		28.204,08
2.1.09	15% Participación de trabajadores		4.230,61
3.3.03	UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO		23.973,47
2.1.08	15% Impuesto a la Renta		1.727,52
3.3.05	UTILIDAD DESPUES IMPUESTOS		22.245,95
3.2.01	Reserva legal		2.224,59
3.2.02	Utilidad neta del ejercicio		20.021,35

3.1.3.5 Balance General

**FERRETERIA EL MACHETAZO
ESTADO DE SITUACION FINAL
DE AL 31 DICIEMBRE DEL 2011**

1	ACTIVOS		
1.1	ACTIVOS CORRIENTES		\$ 180.704,89
1.1.01	Caja	\$ 20.394,67	
1.1.02	Caja chica	\$ 120,00	
1.1.03	Bancos	\$ 57.616,49	
1.1.03.01	Pichincha	\$ 35.066,49	
1.1.03.02	Banco de Guayaquil	\$ 22.550,00	
1.1.04	Clientes	\$ 16.803,99	
1.1.04.01	Grupo Baamonde	\$ 4.800,00	
1.1.04.02	Ing. Armando Carvajal	\$ 6.500,00	
1.1.04.03	Clínica Avilés	\$ 5.673,73	
1.1.10	provisión cuentas incobrables	\$ 169,74	
1.1.05	Documentos por cobrar	\$ 17.169,74	
1.1.06	Inventario de mercadería	\$ 68.600,00	
1.1.06.01	Cemento	\$ 19.860,00	
1.1.06.02	Hierro	\$ 14.000,00	
1.1.06.03	Zinc	\$ 9.740,00	
1.1.06.04	Otros Materiales	\$ 25.000,00	
1.2	ACTIVOS NO CORRIENTES		\$ 48.638,74
1.2.04	Edificio	\$ 25.000,00	
1.2.05	Deprec. acumulada edificios	\$ 2.375,00	
1.2.08	Vehículo	\$ 34.151,78	
1.2.09	Deprec. acumu vehículos	\$ 10.928,56	
1.2.10	Muebles y enseres	\$ 2.405,52	
1.2.11	Deprec. acumu muebles y enseres	\$ 433,00	
1.2.14	Equipo de computo	\$ 2.045,00	
1.3	Deprec. acum Equipo de computo	\$ 1.227,00	
	TOTAL ACTIVOS		\$ 229.343,63
2.	PASIVOS		
2.1	PASIVOS CORRIENTES		\$ 12.974,62
2.1.01	Proveedores	\$ 3.936,49	
2.1.02	Documentos por pagar	\$ 750,00	
2.1.03	Beneficios Sociales por Pagar	\$ 480,00	
2.1.05	Retención a la fuente por pagar	\$ 350,00	
2.1.06	IVA por pagar	\$ 1.500,00	
2.1.10	15% Participación a trabajadores	\$ 4.230,61	
2.1.11	Impuesto a la renta	\$ 1.727,52	
2.2	PASIVOS NO CORRIENTES		\$ 94.123,06
2.2.02	Hipoteca por pagar	\$ 25.561,53	
2.2.01	Préstamos bancarios por pagar	\$ 21.500,00	
2.3.01	Otros Pasivos	\$ 47.061,53	
	TOTAL PASIVO		\$ 107.097,68
3.	PATRIMONIO		\$ 122.245,95
3.1	Capital	\$ 79.500,00	
3,2,06	Utilidades Acumulada	\$ 18.450,00	
3.2.02	Utilidad neta del ejercicio	\$ 20.021,35	
3.2.01	Reserva legal	\$ 4.274,59	
	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		\$ 229.343,63

3.1.3.6 Flujo De Caja de la Ferrería el Machetazo

	COSTOS PREOPERACIONAL	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALS						
Ventas gravadas		105.000,00	110.250,00	115.762,50	121.550,63	127.628,16
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES		105.000,00	110.250,00	115.762,50	121.550,63	127.628,16
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Costo de ventas		48.622,40	51.053,52	53.606,20	56.286,51	59.100,83
Gastos Administrativos		25.723,78	27.009,97	28.360,47	29.778,49	31.267,42
Gastos Ventas		2.449,74	2.572,23	2.700,84	2.835,88	2.977,67
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		76.795,92	80.635,72	84.667,50	88.900,88	93.345,92
C, FLUJO OPERACIONAL(A-B)		28.204,08	29.614,28	31.095,00	32.649,75	34.282,24
D, INGRESOS NO OPRRACIONALES		0				
Valor residual del capital de trabajo			22.245,95	45.604,19	84.639,55	110.622,89
Total ingresos no operacionales						
E.EGRESOS NO OPERACIONALES						
Edificio	25.000,00					
Vehículo	34.151,78					
Equipo de computo	2.045,00					
Muebles y enseres	2.405,52					
Capital trabajo						
Pago impuesto a la renta		1727,52	1813,90	1904,59	1999,82	2099,81
15% trabajadores		4230,61	4.442,14	4.664,25	4.666,58	4.899,91
TOTAL EGRESO NO OPERACIONAL	63.602,30	5.958,13	6.256,04	6.568,84	6.666,40	6.999,72
F. FLUJO OPERACIONAL	-63.602,30	-5.958,13	15.989,91	39.035,35	77.973,14	103.623,17
G. FLUJO NETO GENERADO(C+F)	-63.602,30	22.245,95	45.604,19	84.639,55	110.622,89	137.905,40
TASA DE DESCUENTO		10%				
TIR		75%				
VAN		282.689,28				

3.1.4 Análisis de indicadores financieros de la Ferretería el Machetazo

3.1.4.1 Índices de Liquidez:

El índice de liquidez es el cual se encarga de medir la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas con terceros a corto plazo. Es decir cuenta con dinero suficiente en efectivo para cancelar dicha deudas.

1. Razón corriente

FÓRMULA	
Razón corriente	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$ $\frac{180.704,89}{12.974,62}$ $= 13.93\%$

De acuerdo al análisis realizado la ferretería el machetazo indica en sus análisis financieros que sus activos corrientes tienen un valor superior a los pasivos corrientes es decir que tiene 13.93 veces de capacidad de pago para poder cubrir deudas con terceros a corto plazo

2. Prueba ácida

FÓRMULA	
Prueba ácida	$\frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo corriente}}$ $\frac{112.104,89}{12.974,62}$ $= 8,64\%$

De acuerdo al análisis realizado a los indicadores financieros la prueba ácida de la ferretería el machetazo cuenta con 8.64 veces por cada dólar para cancelar las

deudas a sus acreedores de forma inmediata demostrando tener liquidez en su actividad económica.

3. Prueba ácida del inventario de cemento

FÓRMULA	
Prueba ácida de cemento	
	$\frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo corriente}}$
	$\frac{160844,89}{12.974,62}$
	$= 12,40$

De acuerdo al análisis realizado determinamos que la ferretería el machetazo en su prueba ácida del inventario de cemento tiene 12.40 veces con relación al activo corriente la cual me indica que si tiene liquidez en la venta de este material.

4. Prueba ácida del inventario de hierro

FÓRMULA	
Prueba ácida de hierro	
	$\frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo corriente}}$
	$\frac{166.704,89}{12.974,62}$
	$= 12.85$

De acuerdo al análisis financiero realizado a la ferretería el machetazo indica que en la prueba ácida del inventario del hierro tenemos un 12.85 veces en relación al activo corriente lo cual determina que si existe una buena liquidez en inventarios.

5. Prueba ácida del inventario de zinc

FÓRMULA	
Prueba ácida de zinc	$\frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo corriente}}$ $\frac{170.964,89}{12.974,62}$ $= 13.18$

En el análisis financiero realizado a la ferretería el machetazo nos muestra que el inventario del zinc cuenta con una rotación activa de 13.18 veces por cada dólar que se ha invertido en activos corrientes durante la actividad económica realizada en el periodo contable del año

6. Rotación cuentas por cobrar

FÓRMULA	
Rotación de cuentas por cobrar	$\frac{\text{Ventas netas acreditado}}{\text{Promedio de cuentas por cobrar}}$ $\frac{31.500,00}{16.803,99}$ $= 1.87$

La ferretería el machetazo de acuerdo al análisis financiero realizado cuenta con 1.87 veces más para poder cobrar las deudas a sus clientes de los créditos que se ha otorgados durante el año y así para tener una mejor liquidez dentro de su empresa ferretera.

7. Días promedio de cobro

FÓRMULA	
Días promedio de cobro:	
	$\frac{\text{cuentas por cobrar} * 360}{\text{ventas netas}}$
	$\frac{6.049.436,40}{105.000}$
	$= 57 \text{ Días}$

Entre los días promedio de cobro la ferretería el machetazo cuenta con 57 días para cobrar sus deudas a sus clientes que se encuentran con deudas y así poder realizar más inversiones en materiales para la construcción de acuerdo a la demanda de sus clientes

8. Rotación de inventarios cemento

FÓRMULA	
Rotación de inventarios cemento	
	$\frac{\text{Costo de ventas}}{\text{cuentas por pagar}}$
	$\frac{48.622,40}{19.860,00}$
	$=2.45$

De acuerdo al análisis financiero realizado la ferretería el machetazo indica que cuenta con una rotación de inventarios de 2.45 veces las cuales hace que sus inventarios roten frecuentemente lo que determina que existe una excelente demanda e innovación en este tipo de materiales para la construcción.

9. Rotación de inventarios hierro

FÓRMULA
Rotación de inventarios de hierro
$\frac{\text{Costos de ventas}}{\text{Inventarios}}$
$\frac{48.622,40}{14.000,00}$
=3.47

De acuerdo al análisis financiero realizado a la ferretería el machetazo nos determina las veces que rota los inventarios del hierro por el cual cabe indicar que tiene una gran aceptación por parte de sus clientes que cuenta con 3.47 veces.

10. Rotación de inventarios zinc

FÓRMULA
Rotación de inventarios de zinc:
$\frac{\text{Costos de ventas}}{\text{Inventarios}}$
$\frac{48.622,40}{9.740,00}$
=4.99

Según el análisis realizado determinamos los resultados que nos brinda la realización de este ratio financiero indica que los inventarios del zinc cuentan con una rotación activa de 4.99 veces durante las actividades económicas realizada en el periodo contable

3.1.4.2 Índices de Productividad

Los índices de productividad son los que permiten al gerente controlar el desempeño que tiene la empresa en particular para poder detectar algún cambio que se encuentre en la productividad de la misma.

1. Margen de Utilidad Neta

FÓRMULA	
Margen de utilidad neta:	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$
	$\frac{20.021,35}{105.000,00}$
	$= 19,07 \%$

De acuerdo al análisis financiero realizado a la ferretería el machetazo nos determina que sea obtenido el 19,07 veces de utilidad neta en su margen de operación por el valor de cada venta realizada después de haber pagado todos los costos y gasto obtenidos durante todo el periodo contable.

2. Margen de operación

FÓRMULA	
Margen de operación	$\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}}$
	$\frac{28.204,08}{105.000,00}$
	$=26,86$

El resultado que nos brinda la realización de este ratio financiero a la ferretería en machetazo nos muestra que los ingresos que adquiere la ferretería después de pagar los todos los gastos realizados corresponde al 26, 86 veces lo cual es muy favorable para la empresa ya que puede tomar cualquier decisión dentro de la misma

3.1.4.3 Índices de Rentabilidad

Mide la capacidad de la generación de utilidad por parte de la empresa tiene por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa como también evalúan los resultados económicos de la actividad empresaria

1. Tasa de rendimientos sobre la inversión en activos

FÓRMULA
Tasa de rendimientos sobre la inversión en activos:
$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos totales}}$
$\frac{20.021,35}{229.343,63}$
$= 8.73 \%$

Durante el análisis financiero realizado a la ferretería el machetazo nos indica que por cada dólar que se ha invertido en materiales para la construcción en su activo en el año 2011 ha obtenido el 8.73% de rendimiento sobre la inversión.

2. Tasa de rendimiento sobre la inversión de los accionistas

FÓRMULA
Tasa de rendimiento sobre la inversión de los accionistas:
$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$
$\frac{20.021.35}{122.245,95}$
$= 16.38 \%$

De acuerdo al análisis realizado en el indicador financiero de la tasa de rendimiento sobre la inversión de los accionistas de la ferretería el machetazo ha obtenido el 16.38% por cada dólar que han invertido los accionistas.

3.1.4.4 Índices de Endeudamiento

Esta razón indica que en monto de dinero que se utiliza de terceros para poder generar las utilidades comprometen a la ferretería. Es decir es el total de dinero en efectivo que la empresa tiene como deudas con terceros.

3. Razón de patrimonio pasivo

FÓRMULA
Razón de patrimonio pasivo:
$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo}}$
$\frac{122.245,95}{107.097,68}$
$= 1.14$

En su análisis financiero realizado, la ferretería el machetazo posee las 1.14 veces de capital propio que tiene como respaldo durante su periodo contable para así poder hacer frente a las deudas con sus proveedores.

4. Razón de patrimonio a deuda de largo plazo

FÓRMULA
Razón de patrimonio a deuda de largo plazo:
$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo largo plazo}}$
$\frac{124.245,95}{94.123,06}$
$= 1.30$

Mediante el análisis financiero realizado la ferretería el machetazo demuestra que tiene las 1.30 veces del patrimonio como respaldo lo cual que cuenta para poder cubrir las deudas por pagar con sus acreedores a largo plazo.

5. Razón de patrimonio a activo

FÓRMULA
Razón de patrimonio a activo:
$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo}}$
$\frac{122.245,95}{229.343,63}$
$= 0,53$

De acuerdo al análisis financiero realizado en este ratio la ferretería el machetazo me indica que cuenta con las 0,53 veces de financiamiento de los activos para invertir con los recursos de la misma empresa.

6. Razón de pasivo activo

FÓRMULA
Razón de pasivo activo:
$\frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}}$
$\frac{107.097,68}{229.343,63}$
$=0,47$

La empresa ferretera el machetazo mediante este indicador nos muestra que el 0,47 veces de sus activos no han sido financiados lo que permite deducir que la empresa está en capacidad de cubrir las deudas adquiridas para realizar sus actividades.

7. Razón de dependencia bancaria

FÓRMULA	
Razón de dependencia bancaria	
$\frac{\text{Adeudos Bancarios}}{\text{Activo}}$	
$\frac{94.123,06}{229.343,63}$	
$=0,41$	

La empresa ferretera el machetazo mediante este indicador nos muestra que tiene el 0,41 de dependencia bancarias durante el año de sus actividades lo que significa que la ferretería tiene un porcentaje mínimo de endeudamiento esto determina que es bueno para la empresa.

8. Razón de cobertura de interés

FÓRMULA	
Razón de cobertura de interés	
$\frac{\text{utilidad de operación}}{\text{Gastos Financieros}}$	
$\frac{28.204,08}{2.430,00}$	
$=11.61$	

En la cobertura de interés de la ferretería el machetazo los indicadores financieros nos indica que si tiene suficiente solvencia el cuan el indicador muestra el 11.61 veces para pagar sus adeudos con las entidades bancarias.

3.1.5 Valor actual neto (van)

Valor actual neto (van) de la ferretería el machetazo

El valor actual neto (VAN) es la diferencia monetaria entre los flujos netos de entradas de efectivos y el valor actual del costo inicial en efectivo en un proyecto de desembolso de capital.

Si el valor actual neto (VAN) es positivo o igual a cero el proyecto es factible o viable y si es negativo no es viable.

De acuerdo al flujo de efectivos realizado encontramos que la ferretería el machetazo tiene como valor actual neto una cantidad muy significativa ya que nos determina que la empresa ferretera si tiene una buena rentabilidad y cuenta con \$282.689,28 de dinero en efectivo, el cual es suficiente capital para realizar cualquier inversión después de haber recuperado todo el capital invertido por su inversionista durante sus actividades económicas realizadas.

Valor Actual neto (VAN) de la Ferretería el Machetazo = \$ 282.689,28

3.1.6 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tasa Interna De Retorno (Tir) De La Ferretería El Machetazo

La Tasa Interna de Retorno (TIR) representa la verdadera tasa de interés para cualquier inversión es aquella tasa que descontara los futuros flujos netos de entrada de efectivo hasta una suma que sea exactamente igual al costo de la inversión.

También se define como el tipo de interés que ha aplicado mediante la fórmula de descuento sobre los beneficios y costos durante el período de vida útil previsto para el proyecto, hacen que los beneficios sean iguales a los costos; es decir es el tipo de interés más alto para el que el proyecto tiene un valor actual que no es negativo.

Según determina en el flujo de efectivos de la ferretería el machetazo la tasa interna de retorno indica que la empresa ferretera si cuenta con suficiente dinero en efectivo para realizar cualquier inversión, después de recuperar todo el dinero invertido durante el inicio de sus actividades hasta el periodo contable.

Cabe mencionar que la ferretería el machetazo ha obtenido el 75 % de su tasa interna de retorno por lo que se puede mencionar que la empresa que si es viable

La tasa interna de retorno (TIR) es del 75 % y la tasa de descuento es del 10% por lo que la ferretería si es rentable porque el TIR es mayor que la tasa de descuento.

Tasa Interna de retorno (TIR) Ferretería el Machetazo = 75 %

3.1.7 Comercialización

3.1.7.1 Tipo de Comercialización

En los tipos de comercialización se describe a las tres ferreterías como son: Grande, Mediana y Pequeña, por tener un mismo proceso en la comercialización:

Producto

Los materiales de construcción tienen su variedad en calidad, precio y marca para el consumidor, es decir brindando un producto de acuerdo a las necesidades de los clientes.

Precios

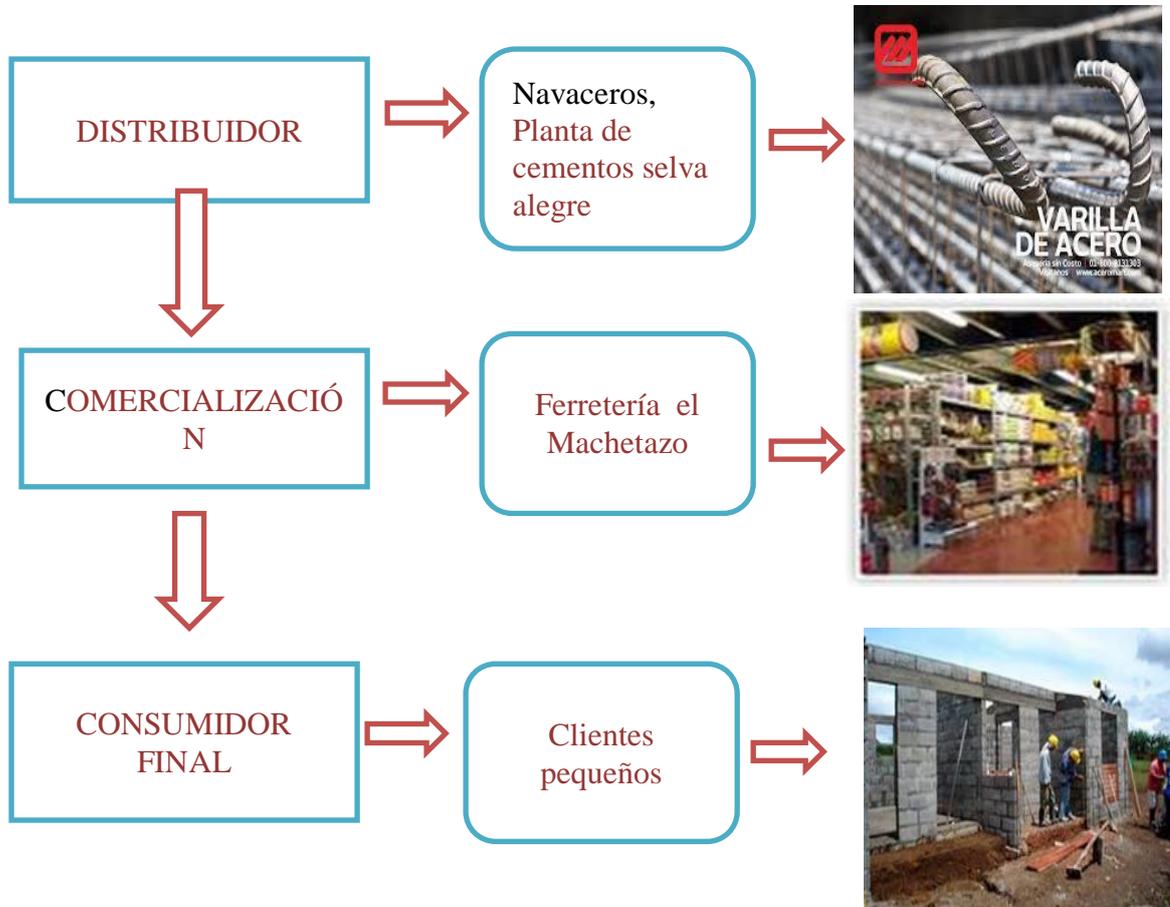
El precio se encuentra en función de varios factores como son: su tamaño, la calidad, Entre otros. Por esta razón existe una variedad de precios que estima desde un valor de \$ \$7.40, siendo como resultado que se obtiene en las proyecciones de cálculo de tesis.

Servicio

Ganar preferencia o reconocimiento por parte de nuestros clientes, como los constructores, albañiles, ingenieros y amas de casa de nuestra ciudad, con creaciones de locales a nivel de la provincia y a nivel nacional.

31.7.2 Canales de Comercialización de la ferretería el Machetazo

- Canal Directo

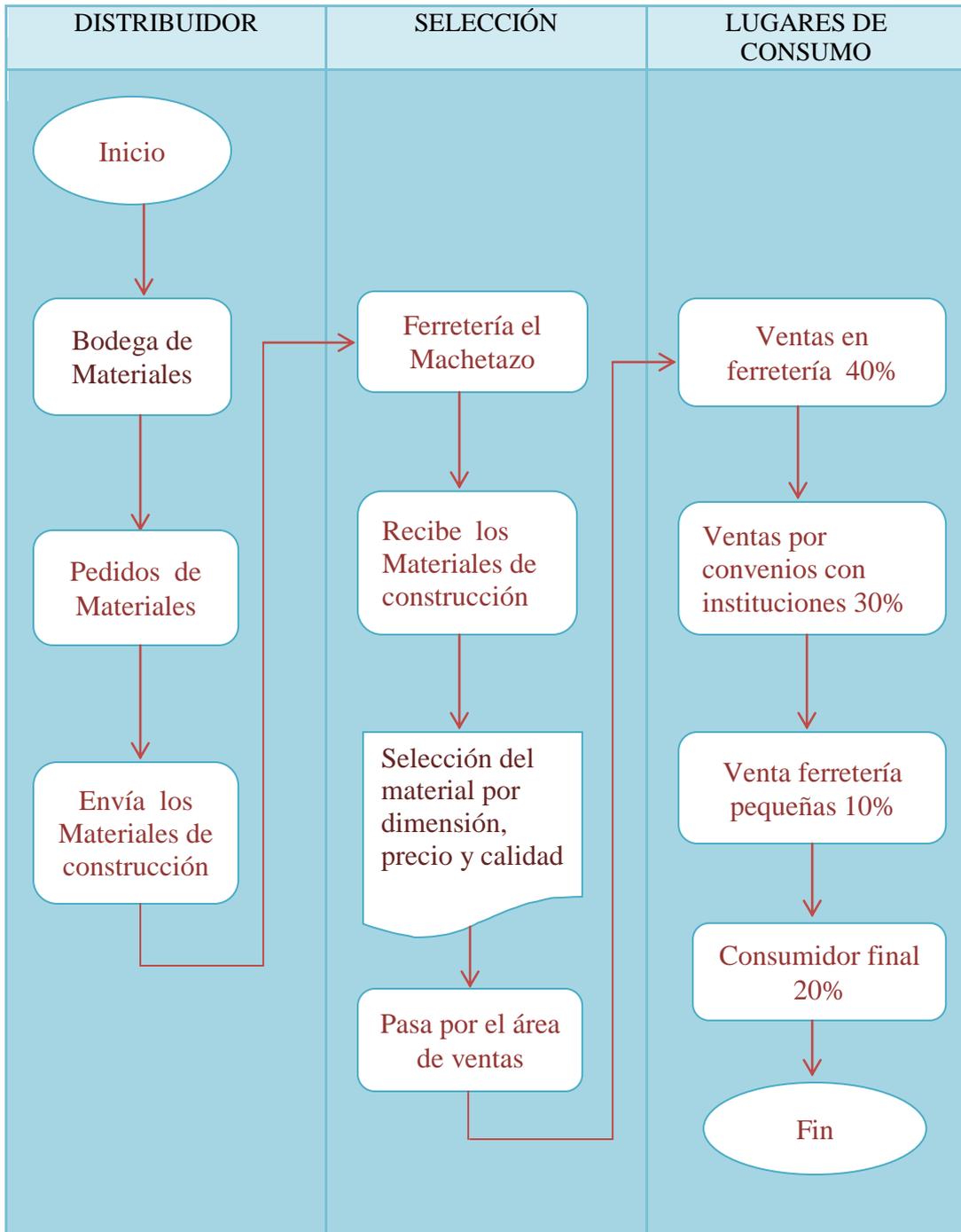


Canal Indirecto



3.1.7.3 Flujo grama de distribución

GRÁFICO N°- 28



Fuente: Ferretería el Machetazo

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

3.1.7.4 Actividades de Distribución

1. El distribuidor verifica en la bodega los materiales solicitados
2. Recibe los pedidos verificados en bodega
3. Envía los materiales de construcción solicitados.
4. La ferretería Noble recibe los materiales de construcción
5. Selecciona los materiales pide acuerdo a la dimensión ,precio y calidad
6. Reporta al área de ventas para verificar el stock materiales
7. El 20% de la mercadería distribuye a las pequeñas Tiendas de Ferretería
8. E l 50% son a crédito con convenios institucionales
9. El 30% Restante a consumidores finales
10. Fin

3.1.7.5 Tarjeta de Presentación

GRÁFICO N°- 29



Fuente: Ferretería el Machetazo

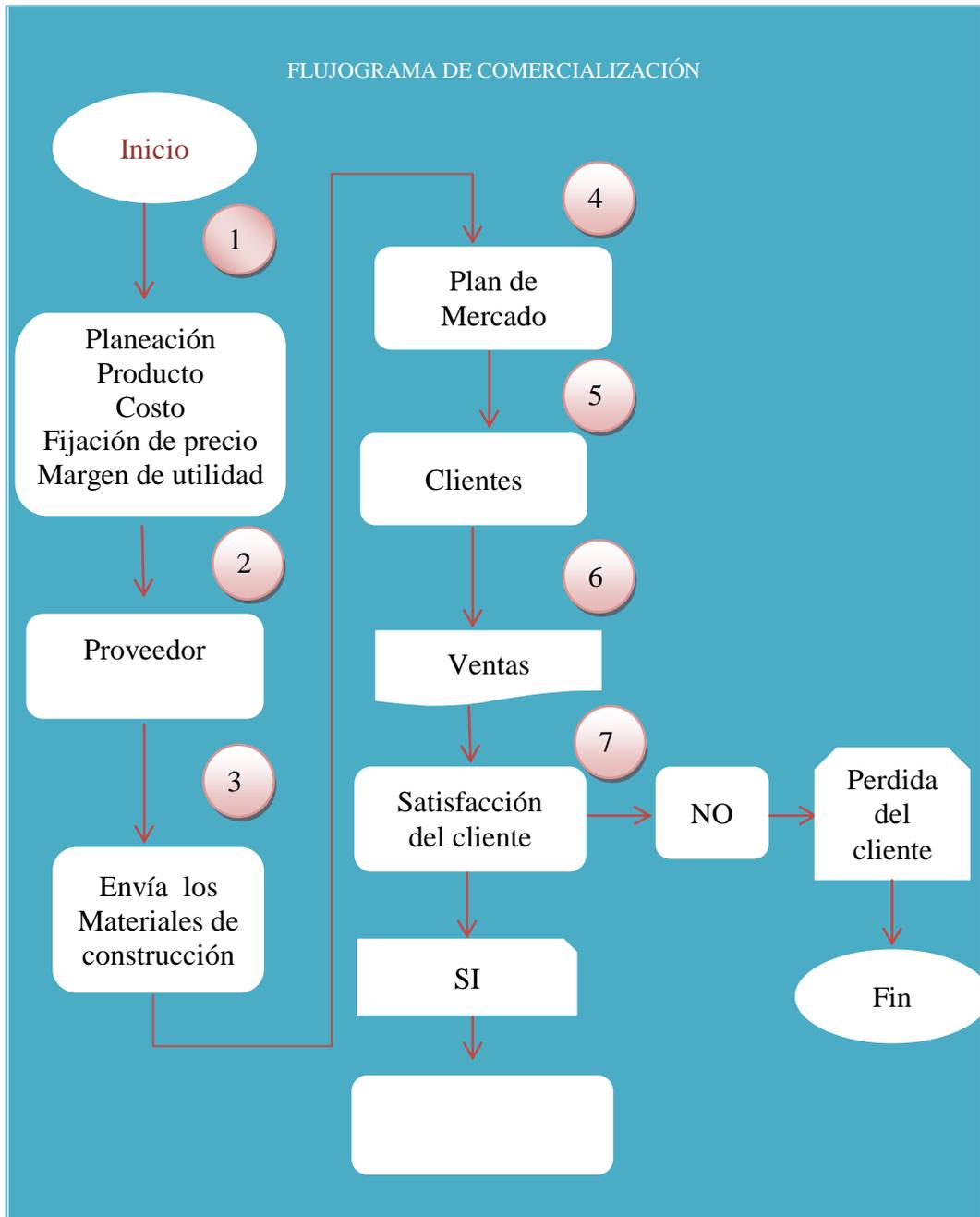
Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

3.1.7.6 Actividades De Comercialización

1. Planifica la adquisición con los distribuidores de materiales para la construcción analiza el costo para determinar el margen de utilidad y rentabilidad.
2. Solicita al proveedor abastecimiento de los materiales solicitados.
3. El proveedor envía los materiales de construcción solicitados por parte de la distribuidora de acuerdo a las condiciones técnicas y específicas planteadas.
4. Elabora un plan de mercadeo para medir la competencia en el mercado local
5. En área de venta despacha la mercadería
6. Si el cliente está satisfecho regresa si no se pérdida del cliente

3.1.7.7 Flujo de Comercialización

GRÁFICO N°- 30



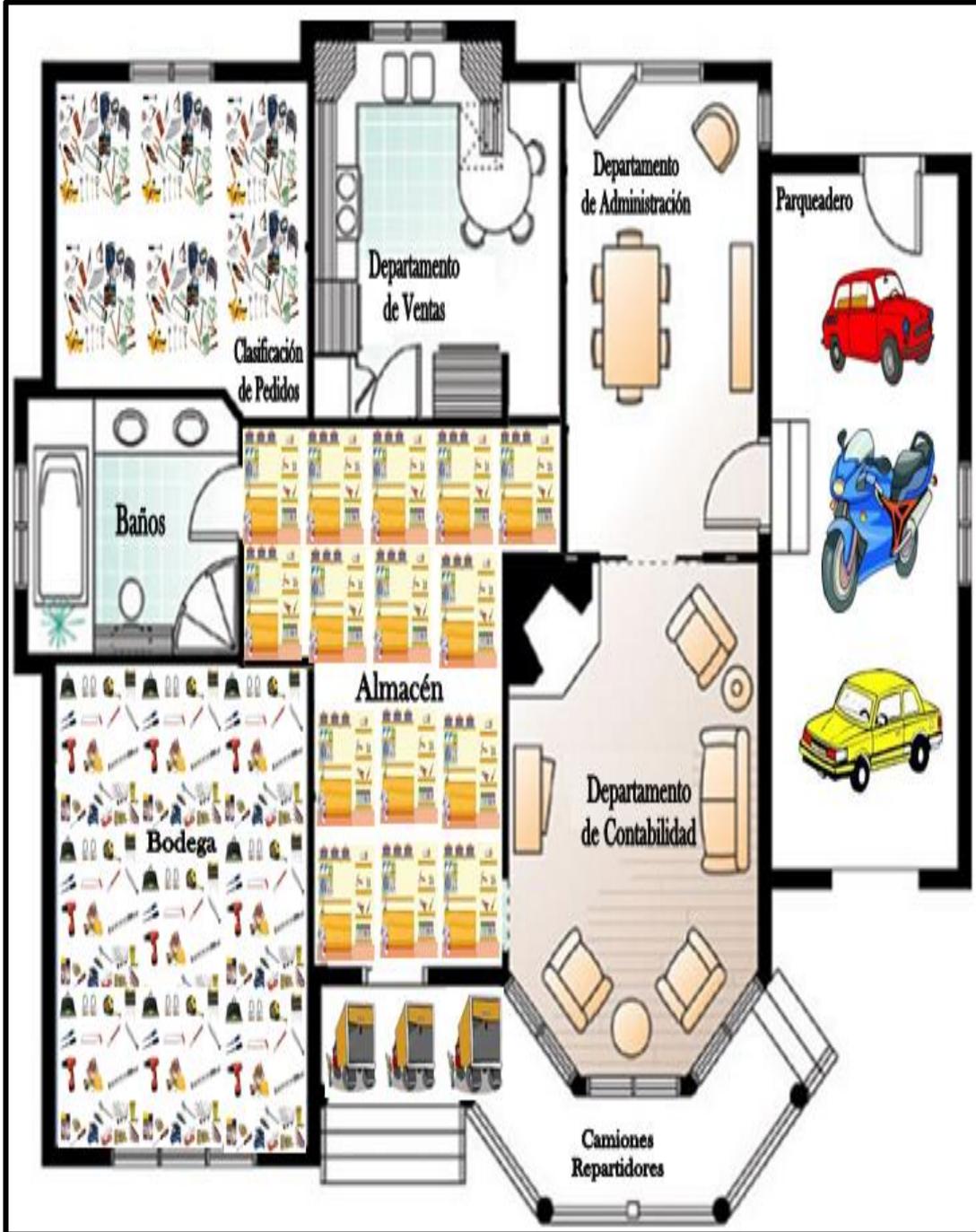
Fuente: Ferrería el Machetazo

Elaborado por: Proaño Yanes Diana Natali.

3.1.7.8 Distribución en Planta

GRÁFICO N°- 31

FERRETERÍA EL MACHETAZO

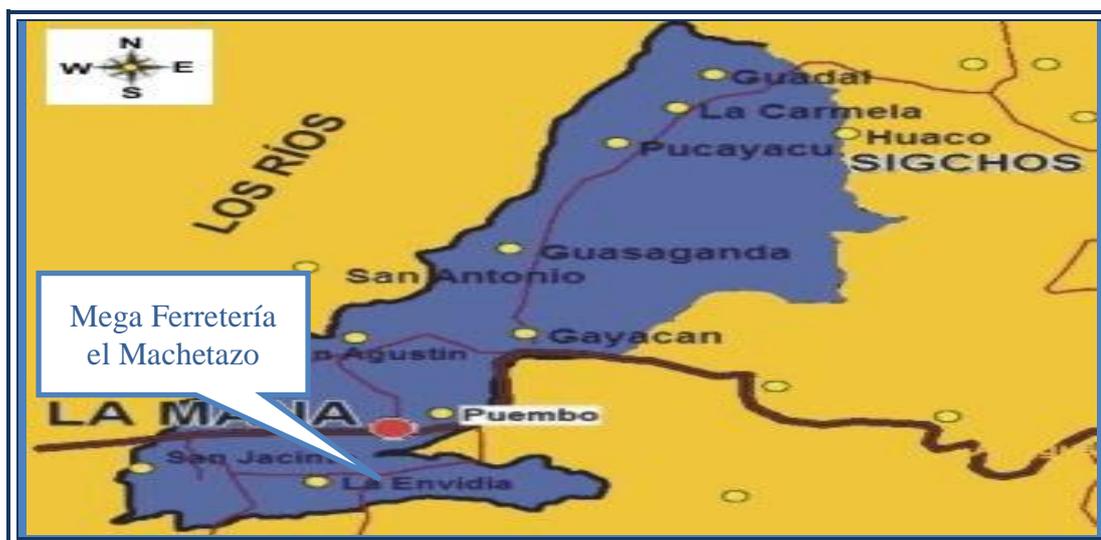


Fuente: Ferreteria el Machetazo

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

3.1.7.9 Ubicación Geográfica.

GRÁFICO N°- 32



Fuente: Ferretería el Machetazo

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

3.2 Datos de empresa

Institución : Ferretería Noble
Ubicación : Provincia de Cotopaxi Cantón La Mana
Dirección : Av. Los álamos y Gonzalo Albarracín
Actividad Económica: Compra y venta de hierro zinc y cemento
Representante Legal: Fernando Noble
Ruc : 1917191957001

3.2.1 Perfil de la Ferretería:



3.2.2 Análisis situacional Foda

CUADRO N°- 34

<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none">1. Ubicación estratégica del local, y empresa con una sola estructura económica financiera.2. Posee una gran cantidad de materiales en stock.3. Cuenta con un número considerable de clientes fijos y potenciales
<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none">1. Incrementar nuevos clientes debido a la gran demanda de viviendas en el Cantón.2. Poseer adecuada capacidad de comercialización y rentabilidad en materiales para la construcción.3. Implementar la venta de nuevos productos de diferentes calidades y precios acorde a la situación económica de cada cliente
<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none">1. Desconoce lo que es la comercialización y rentabilidad de materiales para la construcción como son hierro, cemento y zinc.2. Local muy pequeño para mantener en stock el hierro, cemento y zinc.3. Mala atención al cliente debido al desconocimiento en la diferencia calidad-precio y variedad de productos para la construcción.
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none">1. La inestabilidad económica del cantón y país hace que la comercialización y rentabilidad de los materiales para la construcción sean bajos.2. Constante aparición de competidores en el ramo comercial ferretero.3. Altas tasas impositiva

Fuente: Ferretería Noble

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

3.2.3 Estados Financieros

3.2.3.1 Estado de situación inicial

FERRETERÍA NOBLE			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
AL 01 DE ENERO DEL 2011			
1.	ACTIVOS		
1.1.	ACTIVOS CORRIENTES		\$ 82.447,21
1.1.01	Caja	\$ 4.500,00	
1.1..01.1	Caja Chica	\$ 100,00	
1.1.03.01	Bancos		\$ 15.621,06
1.1.03.02	Pichincha	\$ 15.008,93	
1.1.03.02	Cacpeco	\$ 612,13	
1.1.04	Clientes		\$ 6.000,00
1.1.04.01	Clínica Sánchez	\$ 2.000,00	
1.1.04.02	UNE. Cantonal	\$ 3.500,00	
1.1.04.03	Sr. Floresmilo Ortega	\$ 500,00	
1.1.05.01	Documentos por cobrar		\$ 4.226,15
1.1.06.01	Inventario mercadería		\$ 52.000,00
1.1.06.02	Cemento	\$ 18.000,00	
1.1.06.03	Hierro	\$ 16.000,00	
1.1.06.04	Zinc	\$ 10.000,00	
1.1.06.04	Otros Materiales	\$ 8.000,00	
1.2.	NO CORRIENTES		\$ 53.486,87
1.2.03	Edificio		\$ 27.000,00
1.2.04	Deprec. Acum. de edificio	\$ 1.282,50	
1.2.07	Vehículo		\$ 27.700,00
1.2.08	Deprec. Acum. de vehículo	\$ 4.432,00	
1.2.09	Muebles y Enseres		\$ 3.191,00
1.2.10	Deprec. Acum. muebles y enseres	\$ 287,19	
1.2.13	Equipo de computación		\$ 2.054,00
1.2.14	Deprec. Acum. Equipo de corp.	\$ 456,44	
	TOTAL DE ACTIVOS		\$ 135.934,08
2	PASIVOS		
2.1.	PASIVOS CORRIENTES		\$ 23.108,46
2.1.01.	Proveedores	\$ 10.122,65	
2.1.02	Documentos por pagar	\$ 7.000,46	
2.1.04	Sueldos acumulados por pagar	\$ 2.000,00	
2.1.05	Beneficios sociales	\$ 450,00	
2.1.06	Retención a la fuente	\$ 435,97	
2.1.11	15% Participación a trabajadores	\$ 1.282,50	
2.1.12	Impuesto a la renta	\$ 1.816,88	
2.2	PASIVOS NO CORRIENTES		\$ 40.000,00
2.2.01	Préstamos bancarios por pagar	\$ 40.000,00	
	TOTAL PASIVO		\$ 63.108,46
3	PATRIMONIO		\$ 72.825,63
3.1	Capital	\$ 53.000,00	
3.3.01	Utilidad neta del ejercicio	\$ 10.683,13	
3.2.01	Reserva legal	\$ 1.140,00	
	TOTAL PASIVO Y CAPITAL		\$ 135.934,08

3.2.3.3 Estado de pérdidas y ganancias

FERRETERÍA NOBLE
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS
DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011

4.	INGRESOS		
4.1	INGRESOS OPERACIONALES		
4.1.04	Ventas netas		\$ 70.000,00
4.1.05	Costo de venta		\$ 30.000,00
4.1.07	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$ 40.000,00
5.	GASTOS OPERACIONALES		
5.1	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		\$ 16.171,53
5.1.01	Gastos sueldos y salarios	\$ 7.008,00	
5.1.02	Gastos beneficios Sociales	\$ 650,00	
5.1.07	Gasto Depreciación de edificios	\$ 1.282,50	
5.1.08	Gasto Depreciación de vehículos	\$ 4.432,00	
5.1.09	Gasto Depreciación de muebles y enseres	\$ 287,19	
5.1.11	Gasto Depreciación de equipos de computación	\$ 456,44	
5.4.01	Gastos Intereses bancarios	\$ 2.055,40	
5.2.	GASTOS DE SERVICIOS		\$ 4.600,00
5.2.01	Gastos servicios básicos	\$ 1.100,00	
5.2.02	Gastos asesoría contable	\$ 3.500,00	
5.3	GASTOS DE VENTA		\$ 1.387,03
5.3.1.02	Gastos de publicidad	\$ 1.200,00	
5.3.04	Gastos Provisión incobrables	\$ 187,03	
3.3.01	UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 17.841,44
2.2.06	15% Participación trabajadores		\$ 2.676,22
3.3.03	UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO		\$ 15.165,22
2.2.07	12% Impuesto a la Renta		\$ 479,43
	UTILIDAD ANTES DE RESERVA		\$ 14.685,80
3.2.01	10% Reserva legal		\$ 1.468,58
3.3.05	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		\$ 13.217,22

3.2.3.4 Estado de situación final

**FERRETERÍA NOBLE
BALANCE GENERAL
DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011**

1.	ACTIVOS		
1.1.	ACTIVOS CORRIENTE		96.241,43
1.1.01	Caja	9.330,60	
1.1.01.1	Caja chica	100,00	
1.1.03	Bancos	22.784,12	
1.1.03.01	Pichincha	15.640,00	
1.1.03.02	Cacpeco	7.144,12	
1.1.04	Clientes	\$ 18.516,35	
1.1.04.01	Clínica Sánchez	\$ 5.000,00	
1.1.04.02	UNE. Cantonal	\$ 4.510,00	
1.1.04.03	Sr. Floresmilo Ortega	\$ 5.333,32	
1.1.04.04	Otros Clientes	\$ 3.860,06	
1.1.06	1% Provisión cuentas incobrables	\$ 187,03	
1.1.04	Documento por cobrar	\$ 3.510,36	
1.1.05	Inventario	\$ 42.000,00	
1.1.05.1	Cemento	\$ 15.000,00	
1.1.05.2	Hierro	\$ 14.000,00	
1.1.05.3	Zinc	\$ 7.000,00	
1.1.05.4	Otros Materiales	\$ 6.000,00	
1.2.	ACTIVOS NO CORRIENTES		\$ 47.028,74
1.2.03	Edificio	\$ 27.000,00	
1.2.04	Deprec. Acum. de edificio	\$ 2.565,00	
1.2.07	Vehículo	\$ 27.700,00	
1.2.08	Deprec. Acum. de vehículo	\$ 8.864,00	
1.2.09	Muebles y Enseres	\$ 3.191,00	
1.2.10	Deprec. Acum. muebles y enseres	\$ 574,38	
1.2.13	Equipo de computación	\$ 2.054,00	
1.2.14	Deprec. Acum. Equipo de corp.	\$ 912,88	
	TOTAL ACTIVOS		\$ 143.270,17
2	PASIVOS		
2.1.	PASIVOS CORRIENTES		\$ 24.837,15
2.1.01	Proveedores	\$ 19.505,34	
2.1.02	Documentos por pagar	\$ 1.726,17	
2.1.05	Beneficios sociales	\$ 250,00	
2.1.06	Retención a la fuente		\$ 100,00
2.1.07	Iva por pagar	\$ 350,00	
2.1.11	15% Participación a trabajadores	\$ 2.676,22	
2.1.12	Impuesto a la renta	\$ 479,43	
2.2	PASIVOS NO CORRIENTES		\$ 38.924,09
2.2.01	Préstamos bancarios	\$ 30.000,00	
2.3.01	Otros Pasivos	\$ 8.924,09	
	TOTAL PASIVOS		\$ 63.761,24
3	PATRIMONIO		\$ 79.508,93
3.1.	Capital	\$ 53.000,00	
3.3.05	Utilidad Acumulada	\$ 10.683,13	
3.3.01	Utilidad neta del ejercicio	\$ 13.217,22	
3.3.02	10% reserva legal	\$ 2.608,58	
	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		\$ 143.270,17

3.2.3.5 Flujo De Caja De La Ferretería Noble

	COSTO PREOPERACIONAL	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALS						
Ventas gravadas		70.000,00	73.500,00	77.175,00	81.033,75	85.085,44
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES		70.000,00	73.500,00	77.175,00	81.033,75	85.085,44
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Costo de ventas		30.000,00	31.500,00	33.075,00	34.728,75	36.465,19
Gastos Administrativos		16.171,53	16.980,11	17.829,11	18.720,57	19.656,60
Gastos Ventas		1.387,03	1.456,38	1.529,20	1.605,66	1.685,94
Gastos Servicios Básicos		4.600,00	4.830,00	5.071,50	5.325,08	5.591,33
TOTAL DE EGRESOS OPERACIONALES		50.771,53	49.936,49	52.433,31	55.054,98	57.807,73
C, FLUJO OPERACIONAL(A-B)		19.228,47	23.563,51	24.741,69	25.978,77	27.277,71
D, INGRESOS NO OPRRACIONALES						
Valor residual del capital de trabajo		0,00	16.072,83	36.322,91	57.585,51	79.911,23
Total ingresos no operacionales						
E.EGRESOS NO OPERACIONALES						
Edificio	27.000,00					
Vehículo	27.700,00					
Muebles y enseres	3.191,00					
Equipo de computo	2.054,00					
Capital trabajo	16.072,83					
Pago impuesto a la renta		479,43	503,40	528,57	555,00	582,75
15 % Trabajadores		2.676,22	2.810,03	2.950,53	3.098,05	3.252,96
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONAL	59.945,00	3.155,64	3.313,43	3.479,10	3.653,05	3.835,70
F. FLUJO OPERACIONAL	-59.945,00	-3.155,64	12.759,40	32.843,82	53.932,45	76.075,52
G. FLUJO NETO GENERADO(C+F)	-59.945,00	16.072,83	36.322,91	57.585,51	79.911,23	103.353,23
TASA DE DESCUENTO		10%				
TIR		60%				
VAN		\$ 206.650,11				

3.2.4 Análisis de Indicadores Financiero de la Ferretería Noble

3.2.4.1 Índices de Liquidez

El índice de liquidez es el que miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir el dinero en efectivo de que dispone para cancelarlas por completo.

1. Razón corriente

FÓRMULA	
Razón corriente:	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$
	$\frac{94.651,43}{24.387,15}$
	$=3,88$

De acuerdo a los indicadores financieros la ferretería noble nos demuestra que su activo corriente es superior al pasivo corriente es decir que tiene las 3.88 veces de capacidad de pago para cubrir sus deudas

2. Prueba ácida

FÓRMULA	
Prueba ácida:	$\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$
	$\frac{54.241,43}{24.387,15}$
	$= 2,18$

Según el análisis financiero la ferretería noble tiene para cancelar 2.16 veces a sus acreedores de forma inmediata demostrando tener liquidez dentro de su empresa y así facilitando el cumplimiento de sus obligaciones.

3. Prueba ácida Cemento

FÓRMULA
Prueba ácida de cemento: $\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$ $\frac{81.241,43}{24.837,15}$ $= 3,27$

De acuerdo al análisis Financiero realizado al indicador financiero la ferretería noble cuenta con 3.27 veces más para poder cobrar sus deudas a los clientes que se encuentran adeudando dentro de la empresa ferretera.

4. Prueba ácida

FÓRMULA
Prueba ácida de hierro : $\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$ $\frac{89.241,43}{24.387,15}$ $= 3.59$

De acuerdo al análisis financiero realizado a la ferretería noble la rotación de inventarios indica las 3.59 veces que sea vendido este material durante el año 2011 demostrando una buena rentabilidad en ventas de zinc dentro de la empresa.

5. Prueba ácida

FÓRMULA
Prueba ácida de zinc: $\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$ $\frac{170964,89}{24.387,15}$ $= 6,88$

De acuerdo al análisis Financiero realizado al indicador financiero la ferretería noble cuenta con 6.88 veces más para poder cobrar sus deudas a los clientes que se encuentran adeudando dentro de la empresa ferretera

6. Rotación cuentas por cobrar

FÓRMULA
Rotación cuentas por cobrar: $\frac{\text{Ventas netas a crédito}}{\text{Cuentas por cobrar}}$ $\frac{5.554,91}{18.516,35}$ $=0.30$

De acuerdo al análisis Financiero realizado al indicador financiero la ferretería noble cuenta con 0.30 veces más para poder cobrar sus deudas a los clientes que se encuentran adeudando dentro de la empresa ferretera

7. Días promedio de cobro:

FÓRMULA
Días promedios de cobro :
$\frac{\text{cuentas por cobrar} * 360}{\text{ventas anuales}}$
$\frac{6.665.886,00}{70.000,00}$
=95

De acuerdo al análisis realizado el indicador financiero de la ferretería noble tiene como plazo establecido los 95 días de plazo para poder hacer liquido sus deudas a cobrar a los clientes que se encuentren adeudando dentro de empresa.

8. Rotación de inventarios cemento

FÓRMULA
Rotación de inventarios cemento
$\frac{\text{Costos de ventas}}{\text{Inventarios}}$
$\frac{30.000,00}{15.000,00}$
=2.00

En el análisis financiero realizado a la ferretería noble cuenta con el 2.00 veces por lo que demuestra que la empresa ferretera es solvente para realizar sus actividades económicas en lo referente a la comercialización del cemento.

9. Rotación de inventarios hierro

FÓRMULA
Rotación de inventarios hierro
$\frac{\text{Costos de ventas}}{\text{Inventarios}}$
$\frac{30.000,00}{15.000,00}$
=2.14

De acuerdo al análisis financiero realizado a la ferretería noble el índice de rotación de inventarios demuestra que obtenemos que la comercialización de hierro sea de 2,14 veces indicando que la comercialización del producto tiene una buena aceptación por parte de los clientes.

10. Rotación de inventarios zinc

FÓRMULA
Rotación de inventarios zinc
$\frac{\text{Costos de ventas}}{\text{Inventarios}}$
$\frac{30.000,00}{14.000,00}$
=4.29

De acuerdo al análisis financiero realizado a la ferretería noble la rotación de inventarios indica las 4.29 veces que sea vendido este material durante el año 2011 demostrando una buena rentabilidad en ventas de zinc dentro de la empres

3.2.4.2.-Índices de Productividad

Los índices de productividad permiten al gerente controlar el desempeño de la empresa en particular para detectar algún cambio en la productividad de la misma.

1. Margen de Utilidad Neta

FÓRMULA	
Margen de utilidad neta :	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$
	$\frac{13.217,22}{70.000,00}$
	$=18,88\%$

La ferretería noble en su margen de operación presenta el 18.88 % por el valor de cada venta de ganancia eso me indica que la empresa si se encuentra en una buena situación económica después de haber cancelado sus costos y gastos.

2. Margen de operación

FÓRMULA	
Margen de operación:	$\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}}$
	$\frac{17.841,44}{70.000,00}$
	$= 25,49\%$

El resultado que nos brinda la realización de este ratio financiero nos muestra que los ingresos que adquiere la ferretería noble después de pagar todos los gastos corresponden al 25.49 % de utilidad neta que posee la empresa dentro de cada periodo contable.

3.2.4.3.- Índices de Rentabilidad

Mide la capacidad de la generación de utilidad por parte de la empresa tiene por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa como también evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial.

1. Tasa de rendimientos sobre la inversión en activos

FÓRMULA
Tasa de rendimiento sobre la inversión en activos :
$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Promedio de activos totales}}$
$\frac{13.217,22}{141.680,17}$
$=9,23$

De acuerdo al análisis financiero realizado a la empresa ferretera noble determinamos que presenta un rendimiento de 9.23 veces por cada dólar invertido en sus actividades comerciales realizadas lo cual lo hace muy significativo para la empresa.

2. Tasa de rendimiento sobre la inversión de los accionistas

FÓRMULA
Tasa de rendimiento sobre la inversión de los accionistas :
$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$
$\frac{13.217,22}{79.508,93}$
$=16,62$

La ferretería noble según los análisis financieros nos indica que por cada dólar que ha invertido en sus activos ha obtenido un rendimiento de 16.62 veces sobre la inversión superando su rentabilidad durante este año

3.2.4.4.- Índices de Endeudamiento

Esta razón indica que en monto de dinero que se utiliza de terceros para poder generar las utilidades comprometen a la ferretería. Es decir es el total de dinero en efectivo que la empresa tiene como deudas con terceros

1. Razón de patrimonio pasivo

FÓRMULA	
Razón patrimonio a pasivo:	$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo}}$
	$\frac{79.508,93}{63.761,24}$
	=1,25

De acuerdo al indicador financiero la ferretería noble presenta las 1.25 veces de capital propio el cual podrá pagar sus deudas con facilidad a sus proveedores durante sus actividades económicas

2. Razón de patrimonio a deuda de largo plazo

FÓRMULA	
Razón patrimonio a deuda largo plazo :	$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo L.P.}}$
	$\frac{79.508,93}{38.924,09}$
	=2,04%

Según el indicador financiero la ferretería noble cuenta con las 2.04 veces de patrimonio como respaldo para cubrir las deudas por pagar que tiene la empresa con sus acreedores durante el año 2011

3. Razón de patrimonio a activo

FÓRMULA	
Razón patrimonio activo:	$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo}}$ $\frac{79.508,93}{143.270,17}$ $= 0,55$

De acuerdo al indicador financiero realizado a la ferretería noble me determina que cuenta con las 0,55 veces reflejando que la empresa realiza su financiación con los recursos de la misma.

4. Razón de pasivo activo

FÓRMULA	
Razón de patrimonio a activo:	$\frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}}$ $\frac{53.761,24}{143.270,17}$ $=0,45$

La ferretería noble mediante este indicador financiero nos muestra que las 0,45 veces permiten deducir que la empresa está en capacidad de cubrir sus deudas adquiridas para realizar sus actividades.

5. Razón de Dependencia bancaria

FÓRMULA	
Razón de Dependencia bancaria	$\frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}}$
	$\frac{38.294,09}{143.270,17}$
	$=0,27$

La ferretería noble mediante este indicador nos determina que su adeudo bancario es de 0.27 por lo que la ferretería tiene un índice mínimo de endeudamiento por lo que es bueno para la empresa.

6. Razón de cobertura de interés

FÓRMULA	
Razón de cobertura de interés	$\frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}}$
	$\frac{17.841,44}{2.055,40}$
	$=8,68$

En este indicador nos determina que la cobertura de interés es muy baja por lo que nos demuestra un 8.68 de cobertura de interés donde la empresa si puede solventar sus adeudos con las empresas financieras.

3.2.5 Valor Actual Neto (VAN)

Valor Actual Neto (Van) De La Ferretería Noble

El valor actual neto (VAN) es la diferencia monetaria entre los flujos netos de entradas de efectivos y el valor actual del costo inicial en efectivo en un proyecto de desembolso de capital.

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, y que para su obtención se necesita contar con el valor de la inversión inicial, flujo de fondos netos, valor residual y la tasa de interés. Si el VAN es positivo o igual a cero el proyecto es factible y si es negativo no es viable.

El valor actual neto de la ferretería noble es \$ **206.650,11** lo que determina que la empresa ferretera en estudio demuestra una vez más que si cuenta con una excelente rentabilidad donde nos indica que después de haber recuperado toda la inversión tiene como rentabilidad \$ **206.650,11** relación al año anterior

Eso nos determina que la ferretería si es viable u puede seguir realizando sus proyecciones hacia el futuro

El VAN de la Ferretería Noble es = \$ **206.650,11**

3.2.6 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tasa Interna De Retorno (Tir) De La Ferretería Noble

La Tasa Interna de Retorno (TIR) representa la verdadera tasa de interés para cualquier inversión es aquella tasa que descontara los futuros flujos netos de entrada de efectivo hasta una suma que sea exactamente igual al costo de la inversión.

Representa la tasa de interés más alta que un inversionista estaría dispuesto a pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo (principal e intereses acumulados) se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo.

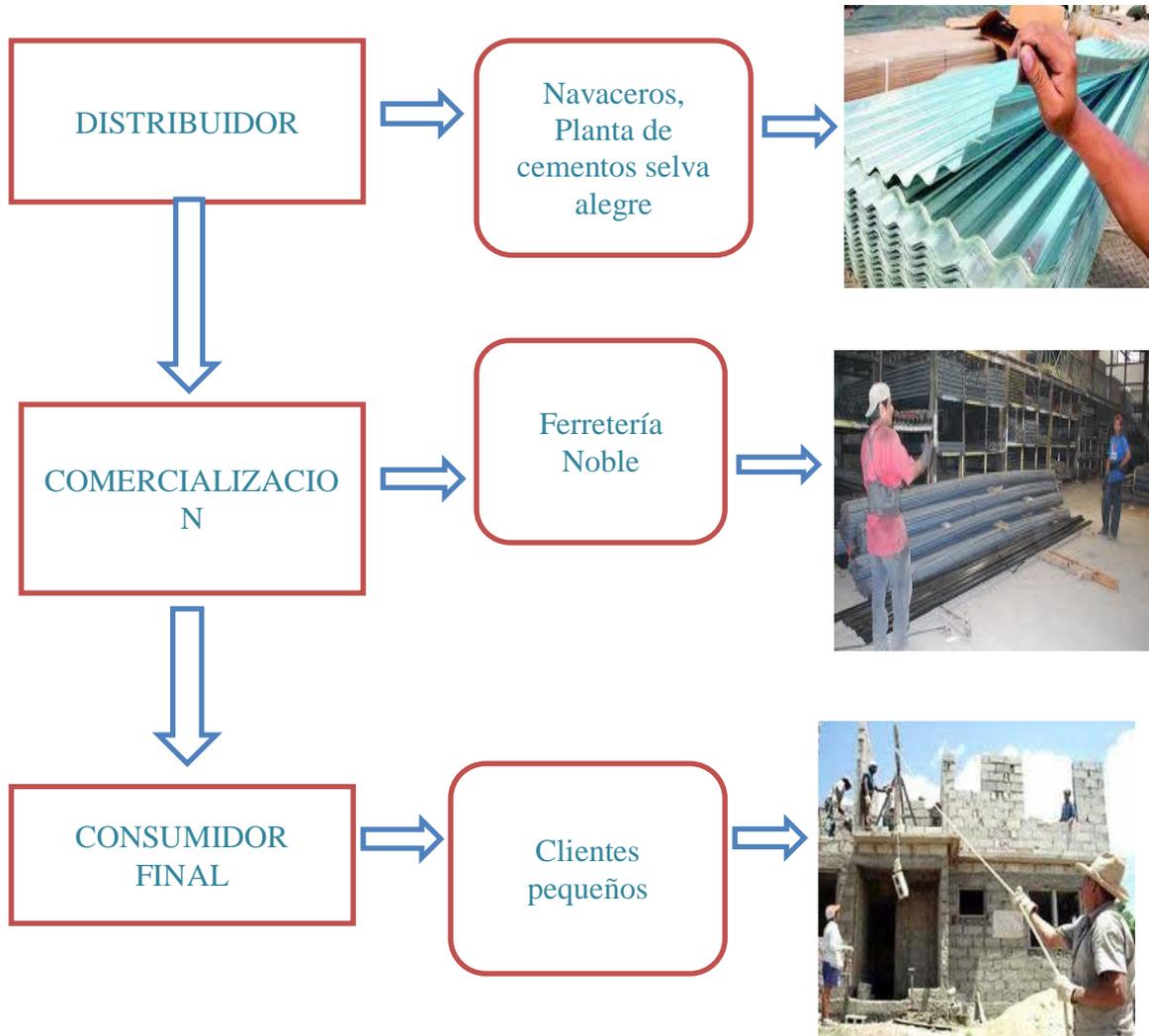
La tasa interna de retorno (TIR) demuestra que la ferretería noble si ha obtenido excelente rentabilidad la cual le representa un porcentaje muy significativo dentro de la empresa donde indica que la empresa puede ir creciendo aceleradamente.

La tasa interna de retorno indica que la ferretería noble si es viable por lo que cuenta con el 60 % demostrando su rentabilidad el relación con la competencia en el mercado ya que porcentaje es mayor al porcentaje de la tasa de descuento que es el 10%

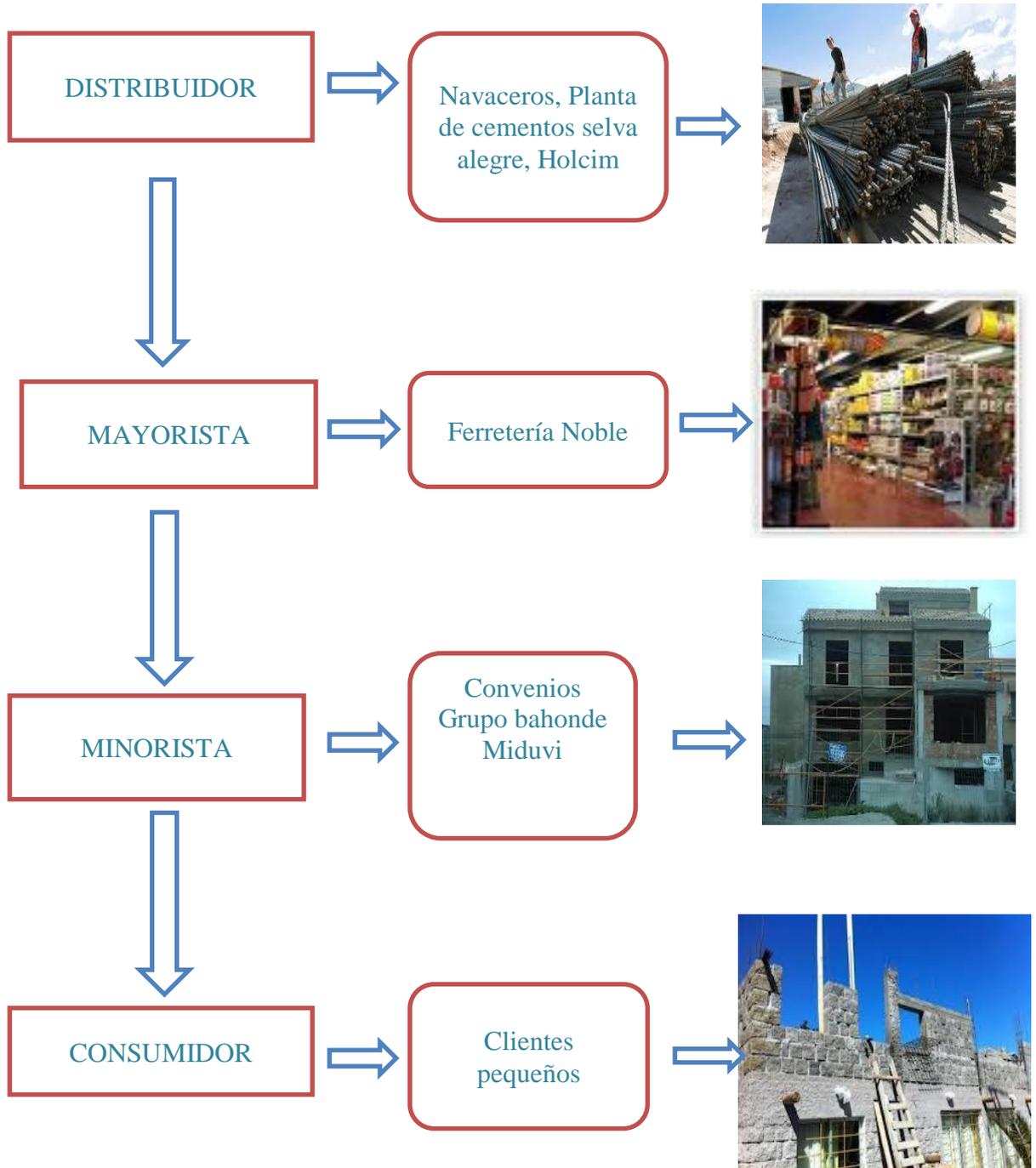
La Tasa Interna de Retorno TIR de la Ferretería Noble es = 60 %

3.2.7 Comercialización Directa e Indirecta:

1. Canal Directo.

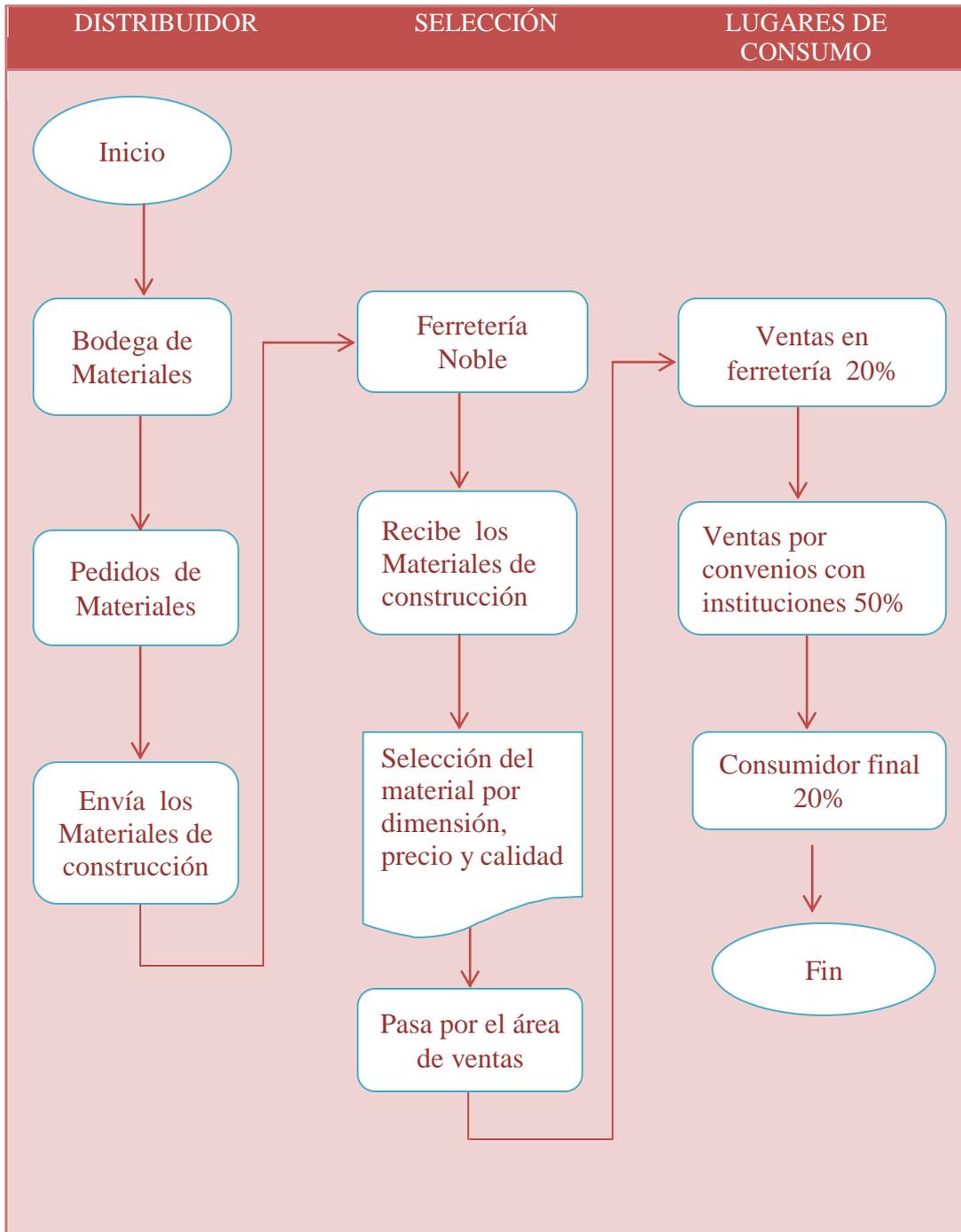


2. Canal Indirecto



3.2.7.1 Flujo grama de distribución

GRÁFICO N°- 33



Fuente: Ferretería Noble

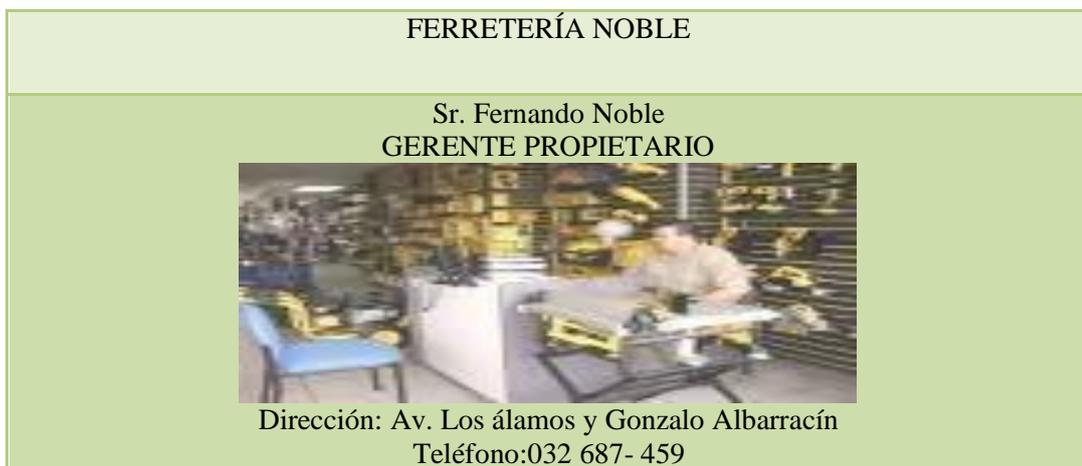
Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

3.2.7.2 Actividades Del Flujograma De Distribución

1. El distribuidor verifica en la bodega los materiales solicitados
2. Recibe los pedidos verificados en bodega
3. Envía los materiales de construcción solicitados.
4. La ferretería Noble recibe los materiales de construcción
5. Selecciona los materiales pide acuerdo a la dimensión ,precio y calidad
6. Reporta al área de ventas para verificar el stock materiales
7. El 20% de la mercadería distribuye a las pequeñas Tiendas de Ferretería
8. El 50% son a crédito con convenios institucionales
9. El 30% Restante a consumidores finales
10. Fin

3.2.7.3 Tarjeta de presentación

GRÁFICO N°- 34



Fuente: Ferretería Noble

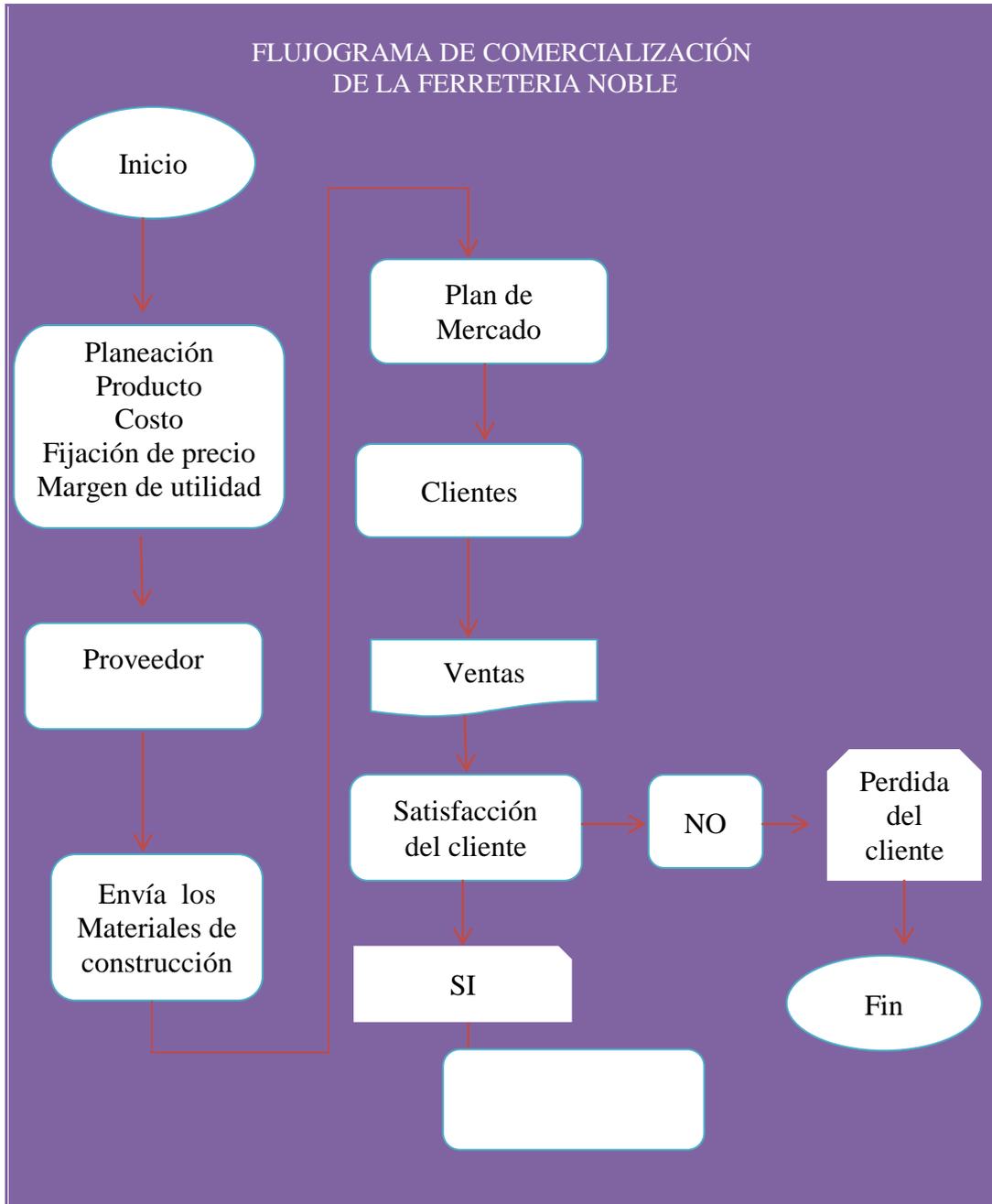
Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

3.2.7.4 Comercialización Actividades:

1. Planifica la adquisición de materiales de construcción y analizan el costo de ventas para determinar el margen de utilidad y rentabilidad.
2. Solicita al proveedor abastecimiento de los materiales de construcción.
3. El proveedor envía los materiales de construcción solicitados por parte de la ferretería de acuerdo a las condiciones técnicas y específicas planteadas.
4. Elabora un plan de mercadeo para medir la competencia en el mercado local
5. En área de venta despacha la mercadería
6. Si el cliente está satisfecho regresa si no se pérdida del cliente

3.2.7.5 Flujo grama de Comercialización

GRÁFICONº-35



Fuente: Ferreteria Noble

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

3.2.7.6 Distribución de la planta de la ferretería Noble

GRÁFICO N°- 36

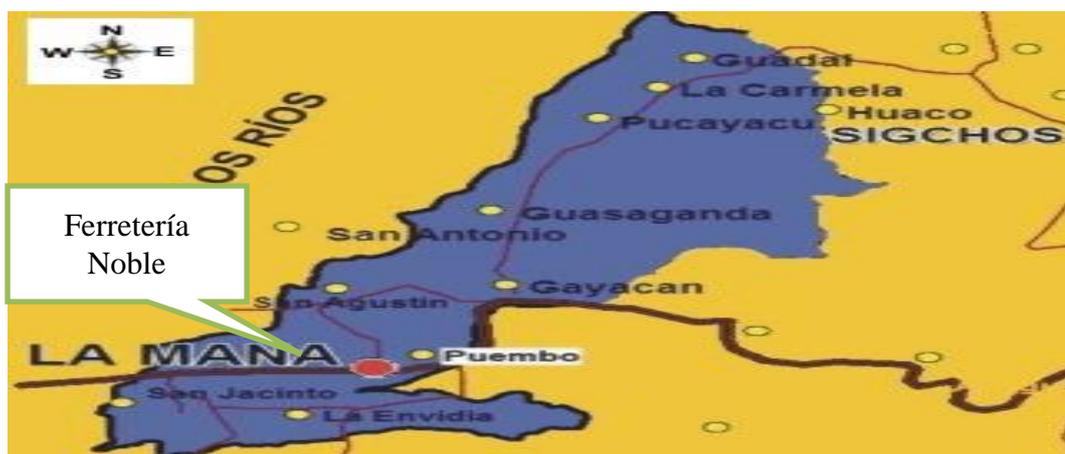


Fuente: Ferretería Noble

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

3.2.7.7 Ubicación geográfica de la Ferretería Noble

GRÁFICO N°- 37



Fuente: Ferretería Noble

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

3.3 EMPRESA PEQUEÑA

3.3.1 Datos de la Empresa

Institución : Ferretería Bonilla
Ubicación : Provincia de Cotopaxi Cantón La Mana
Dirección : Av. Los álamos y Gonzalo Albarracín
Actividad Económica: Compra y venta de hierro zinc y cemento
Representante Legal: Real Pilataxi Inés
Ruc : 0603197294001

3.3.1.1 Perfil de la Ferretería:



3.3.1.2 Análisis Situacional del Foda

CUADRO N°- 35

<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none">1. Dispone de un local propio y la atención es personalizada por parte de sus propietarios.2. La atención la realiza todos los días a la semana por lo que el cliente no tiene que buscar otra ferretería.3. Pronta solución a cualquier dificultad de los clientes.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none">1. Ampliar el local y disponer variedad de un mismo producto en calidad-precio.2. Dejar de proveerse de la competencia e incrementar las ganancias3. El crecimiento continuo de la ciudad hace que se requiera más de materiales de construcción
<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none">1. El desconocimiento de la comercialización de rentabilidad de los materiales para la construcción.2. Mala organización de los materiales en stock por lo que tarda en la atención al cliente.3. No cuenta con un local suficientemente amplio como para abastecer a la demanda de la población.
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none">1. No contar con capital suficiente2. La competencia en el mercado ferretero es muy alta.3. La gran competitividad del mercado ferreteo en el Cantón.

Fuente: Ferretería Bonilla

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

3.3.4 Estados Financieros

3.3.4.1 Estado De Situación Inicial

FERRETERIA BONILLA
ESTADO DE SITUACION INICIAL
AL 01 DE ENERO DEL 2011

1	ACTIVOS		
1.1	ACTIVOS CORRIENTES		\$ 75.630,11
1.1.01	Caja	\$ 5.772,46	
1.1.02	Caja chica	\$ 100,00	
1.1.03	Bancos	\$ 11.612,13	
1.1.03.01	Pichincha	\$ 8.000,00	
1.1.03.02	Banco Bolivariano	\$ 3.612,13	
1.1.04	Clientes	\$ 1.923,12	
1.1.04.01	Ing. Armando Carvajal	\$ 1.000,00	
1.1.04.02	Otros Clientes	\$ 923,12	
1.1.05	Documentos por cobrar	\$ 4.000,00	
1.1.06	Inventario de mercadería	\$ 52.222,40	
1.1.06.01	Cemento	\$ 20.000,00	
1.1.06.02	Hierro	\$ 17.000,00	
1.1.06.03	Zinc	\$ 9.222,40	
1.1.06.04	Otros Inventarios	\$ 6.000,00	
1.2	ACTIVOS NO CORRIENTES		\$ 19.564,98
1.2.04	Vehículo	\$ 20.000,00	
1.2.04.1	Deprec. acum vehículos	\$ 3.200,00	
1.2.05	Muebles y enseres	\$ 1.500,00	
1.2.05.1	Deprec. acum muebles y enseres	\$ 135,00	
1.2.07	Equipo de computo	\$ 1.800,00	
1.2.07.1	Deprec. acum Equipo de computo	\$ 400,02	
	TOTAL ACTIVOS		\$ 95.195,09
2.	PASIVOS		
2.1	PASIVOS CORRIENTES		\$ 14.445,18
2.1.01	Proveedores	\$ 8.539,98	
2.1.03	beneficios sociales	\$ 623,26	
2.1.04	Sueldos por pagar	\$ 350,00	
2.1.05	Retención a la fuente por pagar	\$ 580,77	
2.1.06	IVA por pagar	\$ 726,17	
2.1.10	15% Participación a trabajadores	\$ 1.500,00	
2.1.11	Impuesto a la renta	\$ 2.125,00	
2.2	PASIVOS NO CORRIENTES		\$ 29.000,00
2.2.01	Préstamos bancarios por pagar	\$ 29.000,00	
	TOTAL PASIVOS		\$ 43.445,18
3.	PATRIMONIO		\$ 51.749,91
3.1	Capital	\$ 45.374,91	
3.3.03	Utilidad Ejercicio anterior	\$ 5.737,50	
3.2.01	Reserva legal	\$ 637,50	
	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 95.195,09

3.3.2.2 Estado De Pérdidas Y Ganancias

FERRRETERÍA BONILLA
ESTADO DE RESULTADOS
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011

4.	INGRESOS		
4.1	INGRESOS OPERACIONALES		
4.1.01	Ventas	\$ 55.539,94	
4.1.05	Costo ventas	\$ 28.422,40	
3.3.02	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$ 27.117,54
5.	GASTOS OPERACIONALES		
5.1	GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 9.919,02
5.1.01	Sueldos	\$ 3.504,00	
5.1.02	Beneficios sociales	\$ 800,00	
5.1.05	Asesoría contable	\$ 300,00	
5.4.01	Gastos Intereses bancarios	\$ 1.580,00	
5.2.03	Gasto Depreciación de vehículos	\$ 3.200,00	
5.2.04	Gasto Depreciación de muebles y enseres	\$ 135,00	
5.2.06	Gasto Depreciación de equipos de computación	\$ 400,02	
5.3.	GASTOS DE VENTA		\$ 1.323,20
5.3.03	Publicidad	\$ 400,00	
5.3.02	Servicios básicos	\$ 700,00	
5.3.04	Gastos Provisión incobrables	\$ 223,20	
3.3.01	UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 15.875,32
2.1.09	15% Participación de trabajadores		\$ 2.381,30
3.3.03	UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO		\$ 13.494,02
2.1.08	Impuesto a la Renta		\$ 302,40
3.3.05	UTILIDAD DESPUES IMPUESTOS		\$ 13.191,62
3.2.01	Reserva legal		\$ 1.319,16
3.3.01	Utilidad neta del ejercicio		\$ 11.872,46

3.3.2.3 Estado De Situación Final

FERRETERÍA BONILLA
ESTADO DE SITUACION FINAL
DE AL 31 DICIEMBRE DEL 2011

1	ACTIVOS		
1.1	ACTIVOS CORRIENTES		\$ 84.743,13
1.1.01	Caja	\$ 8.252,57	
1.1.02	Caja chica	\$ 80,00	
1.1.03	Bancos	\$ 17.014,11	
1.1.03.01	Pichincha	\$ 10.637,50	
1.1.03.02	Banco Bolivariano	\$ 6.376,61	
1.1.04	Clientes	\$ 22.096,45	
1.1.04.01	Ing. Armando Carvajal	\$ 20.000,00	
1.1.04.02	Otros Clientes	\$ 2.319,65	
1.1.10	provisión cuentas incobrables	\$ 223,20	
1.1.05	Documentos por cobrar	\$ 1.500,00	
1.1.06	Inventario de mercadería	\$ 35.800,00	
1.1.06.01	Cemento	\$ 15.000,00	
1.1.06.02	Hierro	\$ 14.000,00	
1.1.06.03	Zinc	\$ 2.000,00	
1.1.06.04	Otros Inventarios	\$ 4.800,00	
1.2	ACTIVOS NO CORRIENTES		\$ 15.829,96
1.2.04	Vehículo	\$ 20.000,00	
1.2.04.1	Deprec. acum vehículos	\$ 6.400,00	
1.2.05	Muebles y enseres	\$ 1.500,00	
1.2.05.1	Deprec. acum muebles y enseres	\$ 270,00	
1.2.07	Equipo de computo	\$ 1.800,00	
1.2.07.1	Deprec. acum Equipo de computo	\$ 800,04	
	TOTAL ACTIVOS		\$ 100.573,09
2.	PASIVOS		
2.1	PASIVOS CORRIENTES		\$ 21.683,70
2.1.01	Proveedores	\$ 16.870,00	
2.1.02	Documentos por pagar	\$ 800,00	
2.1.03	Beneficios Sociales por Pagar	\$ 280,00	
2.1.05	Retención a la fuente por pagar	\$ 350,00	
2.1.06	IVA por pagar	\$ 700,00	
2.1.10	15% Participación a trabajadores	\$ 2.381,30	
2.1.11	Impuesto a la Renta	\$ 302,40	
2.2	PASIVOS NO CORRIENTES		\$ 13.947,86
2.2.01	Préstamos bancarios por pagar	\$ 10.000,00	
2.3.01	Otros pasivos	\$ 3.947,86	
	TOTAL PASIVO		\$ 35.631,56
3.	PATRIMONIO		\$ 64.941,53
3.1	Capital	\$ 45.374,91	
3.3.05	Utilidades Acumulada	\$ 5.737,50	
3.3.01	Utilidad neta del ejercicio	\$ 11.872,46	
3.2.01	Reserva legal	\$ 1.956,66	
	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		\$ 100.573,09

3.3.2.4 Flujo De Caja De La Ferreteria Bonilla

	costo operacional	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ventas gravadas		55.539,94	58.316,94	61.232,78	64.294,42	67.509,14
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES		55.539,94	58.316,94	61.232,78	64.294,42	67.509,14
EGRESOS						
Costo de ventas		28.422,40	29.843,52	31.335,70	32.902,48	34.547,60
Gastos Administrativos		9.919,02	10.414,97	10.935,72	11.482,51	12.056,63
Gastos Ventas		1.323,20	1.389,36	1.458,83	1.531,77	1.608,36
TOTAL DE EGRESOS OPERACIONALES		39.664,62	41.647,85	43.730,24	45.916,76	48.212,59
C, FLUJO OPERACIONAL(A-B)		15.875,32	16.669,09	17.502,54	18.377,67	19.296,55
D, INGRESOS NO OPERACIONALES						
Valor residual del capital de trabajo		0,00	13.191,62	27.031,82	41.552,43	56.786,84
Total ingresos no operacionales						
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Edificio	20.000,00					
Muebles y enseres	1.500,00					
Equipo de computo	1.800,00					
Capital trabajo	13.191,62					
Pago impuesto a la renta		302,40	318,76	336,01	354,19	373,35
Trabajadores		2381,30	2.510,13	2.645,92	2.789,07	2.939,96
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	36.491,62	2.683,70	2.828,89	2.981,93	3.143,25	3.313,30
F. FLUJO OPERACIONAL	-36.491,62	-2.683,70	10.362,73	24.049,89	38.409,17	53.473,54
G. FLUJO NETO GENERADO(C+F)	-36.491,62	13.191,62	27.031,82	41.552,43	56.786,84	72.770,09
TASA DE DESCUENTO		10%				
TIR		59%				
VAN		149.522,35				

3.3.3 Análisis de los indicadores financieros de la ferretería Bonilla

3.3.3.1.- Índices de Liquidez

Este índice de liquidez es el cual permite medir la capacidad que tiene la ferretería para poder cubrir sus gastos y pagar sus obligaciones con terceros.

1. Razón corriente

FÓRMULA	
Razón corriente	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$
	$\frac{84.743,13}{21.683,70}$
	$= 3,91$

De acuerdo al análisis realizado la ferretería Bonilla a través de su indicador financiero refleja que por cada dólar que se encuentre comprometida con terceros tiene 3.91 veces más para cubrir sus obligaciones

2. Prueba ácida

FÓRMULA	
Prueba ácida:	$\frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo corriente}}$
	$\frac{48.943,13}{21.683,70}$
	$= 2.26$

Según el análisis financiero realizado a la ferretería Bonilla nos indica que cuenta con el 2.26 veces por el cual si puede cancelar sus cuentas a los acreedores de manera inmediata y permitiendo que la empresa sea solvente en sus actividades comerciales.

3. Prueba ácida

FÓRMULA	
Prueba ácida de cemento.	
	$\frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo corriente}}$
	$\frac{69.743,13}{21.683,70}$
	$= 3.22$

De acuerdo al análisis realizado en la prueba ácida nos determina que la empresa ferretera cuenta con su prueba ácida que corresponde a las 3.22 veces donde nos indica que la comercialización del cemento si es rentable.

4. Prueba ácida

FÓRMULA	
Prueba ácida de hierro:	
	$\frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo corriente}}$
	$\frac{70.743,13}{21.683,70}$
	$= 3.26$

Dentro del análisis realizado a la ferretería Bonilla demuestra que dicha empresa si cuenta con una buena liquidez en lo que es la venta de los materiales para la construcción en lo referente a la venta del hierro la cual cuenta con las 3.26 veces

5. Prueba ácida

FÓRMULA	
Prueba ácida de zinc:	$\frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo corriente}}$ $\frac{82.743,13}{21.683,70}$ $= 3.82$

Dentro del análisis financiero tenemos como prueba ácida del zinc el en análisis realizado a la ferretería bonilla encontramos que cuenta con las 3.82 veces de liquidez después de haber cancelado toda su inversión el este tipo de material para la construcción. A diferencia de las pruebas ácidas la prueba ácida del hierro es la más rentable dentro de la comercialización de los materiales para la construcción.

6. Rotación cuentas por cobrar

FÓRMULA	
Rotación cuentas por cobrar:	$\frac{\text{Ventas netas acreditado}}{\text{Promedio de cuentas por cobrar}}$ $\frac{16.661,98}{22.096,45}$ $= 0,75$

De acuerdo al análisis financiero realizado el indicador de la ferretería bonilla tiene las 0.75 veces para poder cobrarlas deudas a sus clientes que se encuentran adeudando dentro de la empresa durante el periodo contable

7. Días promedio de cobro

FÓRMULA	
Días promedio de cobro:	
	$\frac{\text{Cuentas por cobrar} * 360}{\text{Ventas netas}}$
	$\frac{7.954.723,26}{55.539,94}$
	$= 143 \text{ días}$

Según el análisis realizado la ferretería Bonilla mediante el indicador financiero de los días promedios de cobro nos indica que cuenta con aproximadamente 143 días para poder hacer liquidas sus cuentas por cobrar que tienen sus clientes con la empresa

8. Rotación de inventarios cemento

FÓRMULA	
Rotación de inventarios cemento:	
	$\frac{\text{Costos de ventas}}{\text{Inventarios}}$
	$\frac{55.539,94}{15.000,00}$
	$=3.70$

La ferretería Bonilla cuenta con una rotación de inventarios de 3.70 veces las cuales hace que sus inventarios roten frecuentemente donde me indica que existe una excelente demanda en este tipo de producto.

9. Rotación de inventarios hierro

FÓRMULA	
Rotación de inventarios hierro:	
	$\frac{\text{Costos de ventas}}{\text{Inventarios}}$
	$\frac{55.539,94}{14.000,00}$
	$=3,97$

De acuerdo al análisis realizado este ratio financiero nos determina cuantas veces rota los inventarios del hierro por el cual se nota que tiene una gran aceptación por parte de sus clientes que cuenta con 3.97 veces

10. Rotación de inventarios zinc

FÓRMULA	
Rotación de inventarios zinc:	
	$\frac{\text{Costos de ventas}}{\text{Inventarios}}$
	$\frac{55.539,94}{2.000,00}$
	$=27,77$

En el análisis financiero determinamos que la realización de este ratio nos muestra que los inventarios del zinc si tienen una rotación frecuenten de 27,77 veces durante las actividades realizadas en el año.

3.3.3.2.- Índices de Productividad

Los índices de productividad permiten al gerente controlar el desempeño de la empresa en particular para detectar algún cambio en la productividad del mismo

1. Margen de utilidad bruta

FÓRMULA	
Margen de utilidad bruta:	$\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$
	$\frac{11.872,46}{55.539,94}$
	$=21,38 \%$

De acuerdo al análisis realizado a la ferretería bonilla demuestra tiene el 21,38 % de ingreso que esta empresa ha alcanzado después de haber cancelado todas sus deudas existentes con terceros

2. Margen de operación

FÓRMULA	
Margen de operación:	$\frac{\text{Utilidad de operación}}{\text{Ventas netas}}$
	$\frac{15.875,32}{55.539,94}$
	$= 28,58\%$

De acuerdo el indicador financiero la ferretería bonilla cuenta con el 28.74 % de su utilidad en lo que es el margen de operación por el valor de cada venta realizada esto indica su rentabilidad de la empresa

3.3.3.3.- Índices de Rentabilidad

Mide la capacidad de la generación de utilidad por parte de la empresa tiene por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa como también evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial.

Tasa de rendimientos sobre la inversión en activos

FÓRMULA
Tasa de rendimientos sobre la inversión en activos:
$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos totales}}$
$\frac{11.872,46}{99.935,59}$
$= 11,88$

De acuerdo con el análisis financiero realizado a la ferretería bonilla indica por cada dólar invertido en su activo ha obtenido un rendimiento de 11.88 veces sobre la inversión superando su rentabilidad y mejorando la empresa durante sus actividades comerciales

3. Tasa de rendimiento sobre la inversión de los accionistas

FÓRMULA
Tasa de rendimiento sobre la inversión de los accionistas
$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$
$\frac{11.872,46}{64.941,53}$
$= 18.28$

Según el análisis financiero realizado notamos que en la ferretería bonilla por cada unidad monetaria invertida en el año 2011 ha logrado obtener un rendimiento de las 18.28 veces sobre el patrimonio proporcionando utilidad para los inversionistas.

3.3.3.4.- Índices de Endeudamiento

Esta razón indica que en monto de dinero que se utiliza de terceros para poder generar las utilidades comprometen a la ferretería. Es decir es el total de dinero en efectivo que la empresa tiene como deudas con terceros

1. Razón de patrimonio pasivo

FÓRMULA	
Razón de patrimonio pasivo	$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo}}$ $\frac{64.941,53}{35.631,56}$ $= 1.82$

De acuerdo al indicador financiero la empresa ferretera bonilla posee 1.82 veces de capital propio lo cual la empresa tiene más invertido en activos fijos e inventarios.

2. Razón de patrimonio a deuda de largo plazo

FÓRMULA	
Razón de patrimonio a deuda de largo plazo:	$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo largo plazo}}$ $\frac{64.941,53}{13.947,86}$ $=4.66$

Durante el análisis financiero realizado a la ferretería bonilla indica que el 4.66 veces de su patrimonio cuenta como respaldo para pagar sus obligaciones con sus acreedores a largo plazo dentro de la empresa.

3. Razón de patrimonio a activo

FÓRMULA	
Razón de patrimonio a activo:	$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo}}$
	$\frac{64.941,53}{100.573,09}$
	$=0,65$

Según el indicador financiero realizado a la ferretería bonilla nos indica que el 0.65 veces refleja al total de los activos por donde cuenta con financiación propia esto nos quiere decir que realiza su actividad con los recursos de la misma empresa

4. Razón de pasivo activo

FÓRMULA	
Razón de pasivo activo:	$\frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}}$
	$\frac{35.631,56}{100.573,09}$
	$=0,35$

De acuerdo al análisis realizado a la ferretería bonilla mediante este indicador financiero nos muestra que el 0.35 veces lo que indica que han sido financiados o se encuentran comprometidos con terceros por terceros lo que permite deducir que están en capacidad de cubrir sus deudas.

5. Razón de dependencia bancaria

FÓRMULA	
Razón de dependencia bancaria	$\frac{\text{Adeudos Bancarios}}{\text{Activo}}$ $\frac{13.947,86}{100.573,09}$ $= 0,14$

En este indicador la dependencia bancaria alcanza el 0.14 veces lo que indica que su adeudos con las entidades financieras son bajos y eso refleja que la empresa es solvente con el banco

6. Razón de cobertura de interés

FÓRMULA	
Razón de cobertura de interés	$\frac{\text{Adeudo bancario}}{\text{Gastos financieros}}$ $\frac{15.875,32}{1.580,00}$ $=10,05$

En la cobertura de interés refleja el 10.05 veces lo cual si es bueno para la empresa por que podrá cubrir los gastos financieros que tiene con entidades financiera.

3.3.4 Valor Actual Neto (VAN)

Valor Actual Neto (Van) De La Ferretería Bonilla

El valor actual neto (VAN) es la diferencia monetaria entre los flujos netos de entradas de efectivos y el valor actual del costo inicial en efectivo en un proyecto de desembolso de capital.

El Valor Actual Neto VAN es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, y que para su obtención se necesita contar con el valor de la inversión inicial, flujo de fondos netos, valor residual y la tasa de interés. Si el VAN es positivo o igual a cero el proyecto es factible y si es negativo no es viable.

Según ese estado de flujos de efectivos determina que la ferretería Bonilla ha obtenido una rentabilidad de \$ 149.522,35 donde refleja que puede realizar cualquier inversión dentro de la misma ya sea aumento de materiales o engrandecimiento del local.

Valor Actual Neto VAN de la Ferretería Bonilla = \$ 149.522,35

3.3.5 Tasa Interna De Retorno (Tir)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) representa la verdadera tasa de interés para cualquier inversión es aquella tasa que descontara los futuros flujos netos de entrada de efectivo hasta una suma que sea exactamente igual al costo de la inversión.

La regla de la Tasa Interna de Retorno TIR no es siempre igual ya que depende de cuál es la estructura del flujo de fondos del proyecto para determinar si es viable o no.

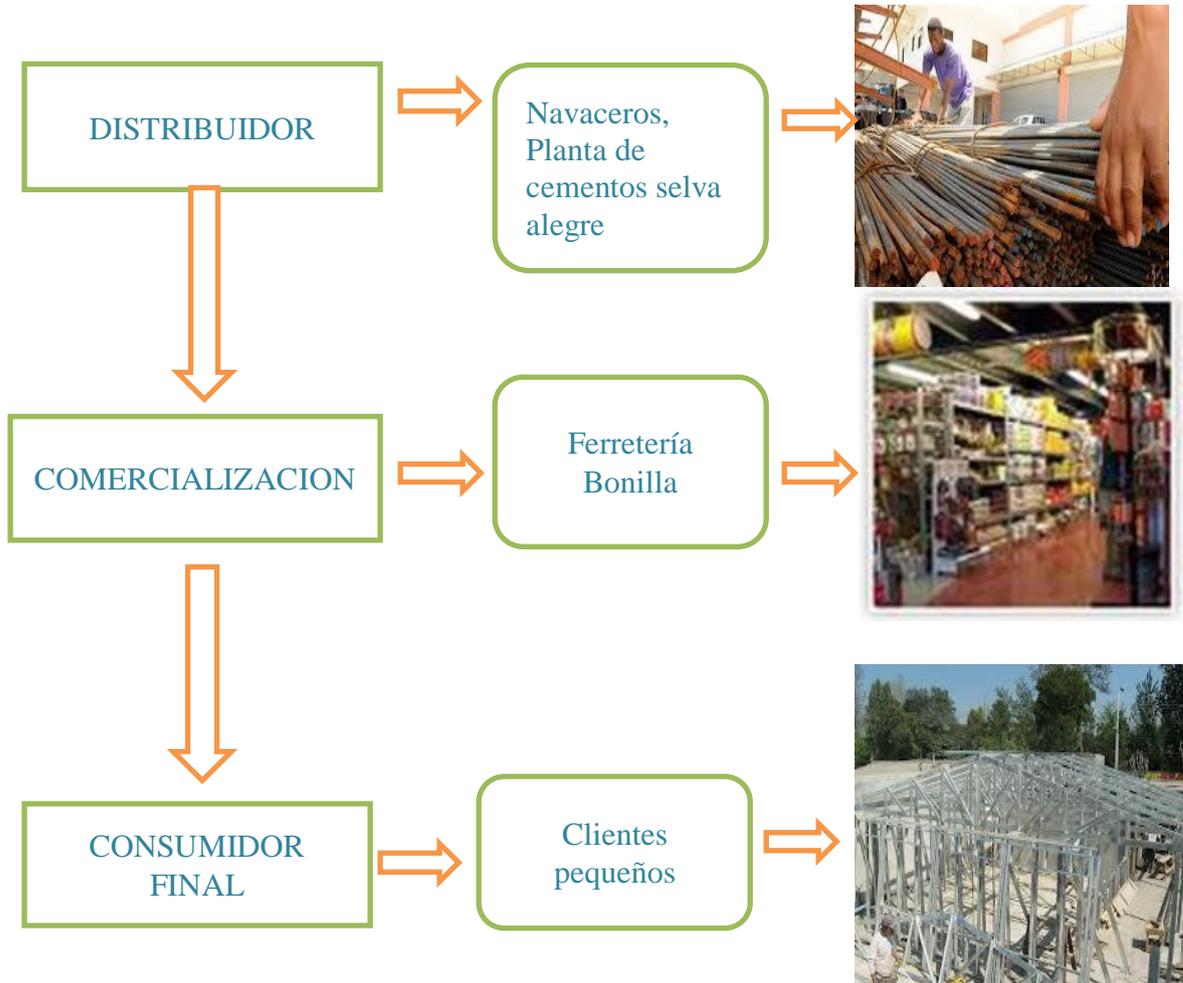
De acuerdo al análisis realizado al flujo de efectivos nos indica que la tasa interna de retorno determina una rentabilidad de un 59 % por lo cual determina que el proyecto si es viable ya que arrojo valores positivos durante su periodo contable donde la tasa interna de retorno es mayor a la tasa de descuento por lo que puede realizar cualquier inversión para el desarrollo de la misma.

Tasa Interna de Retorno TIR de la Ferretería Bonilla = 59 %

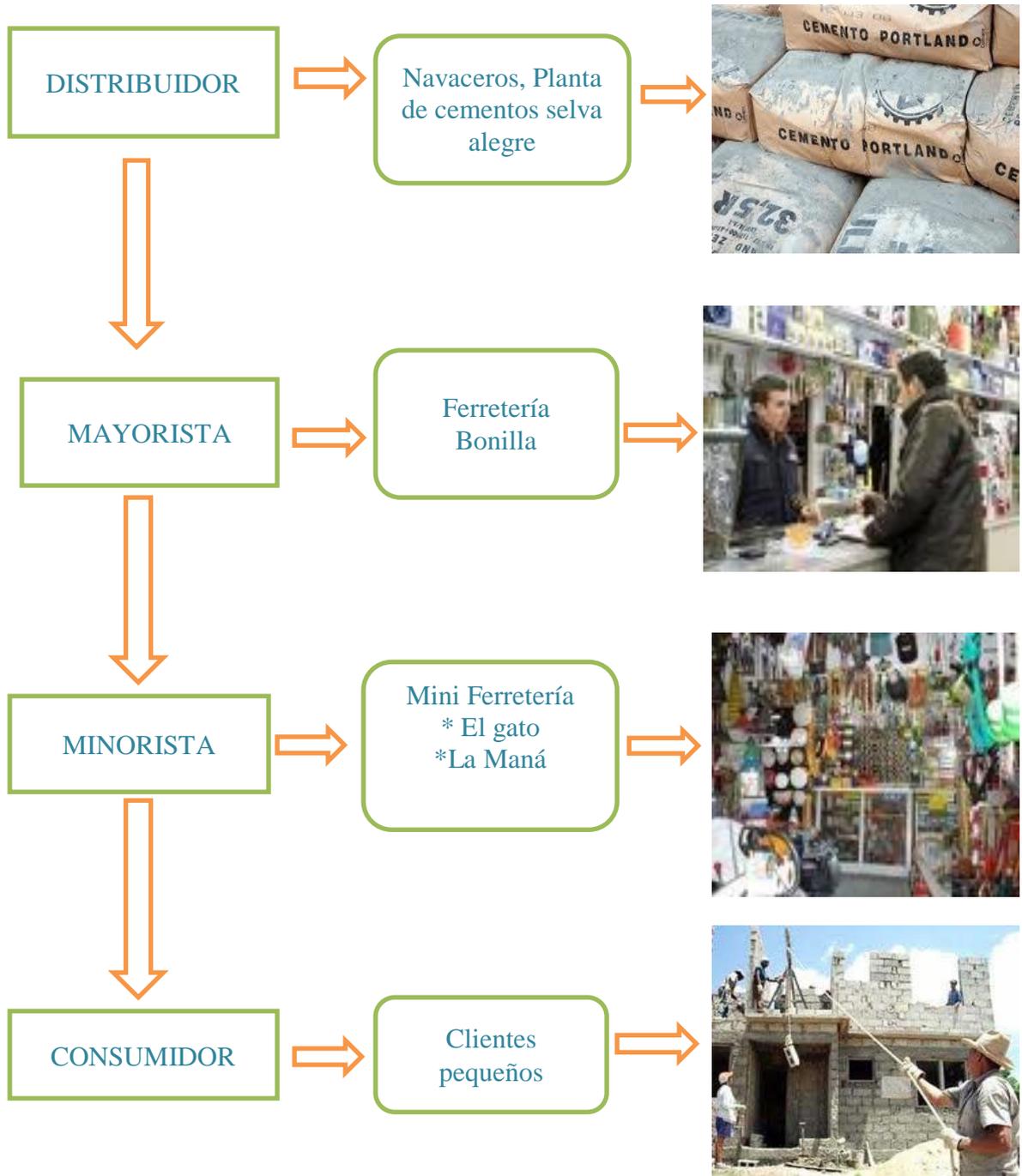
3.3.6 Comercialización

3.3.6.1 Canales de Comercialización

1. Canal Directo.

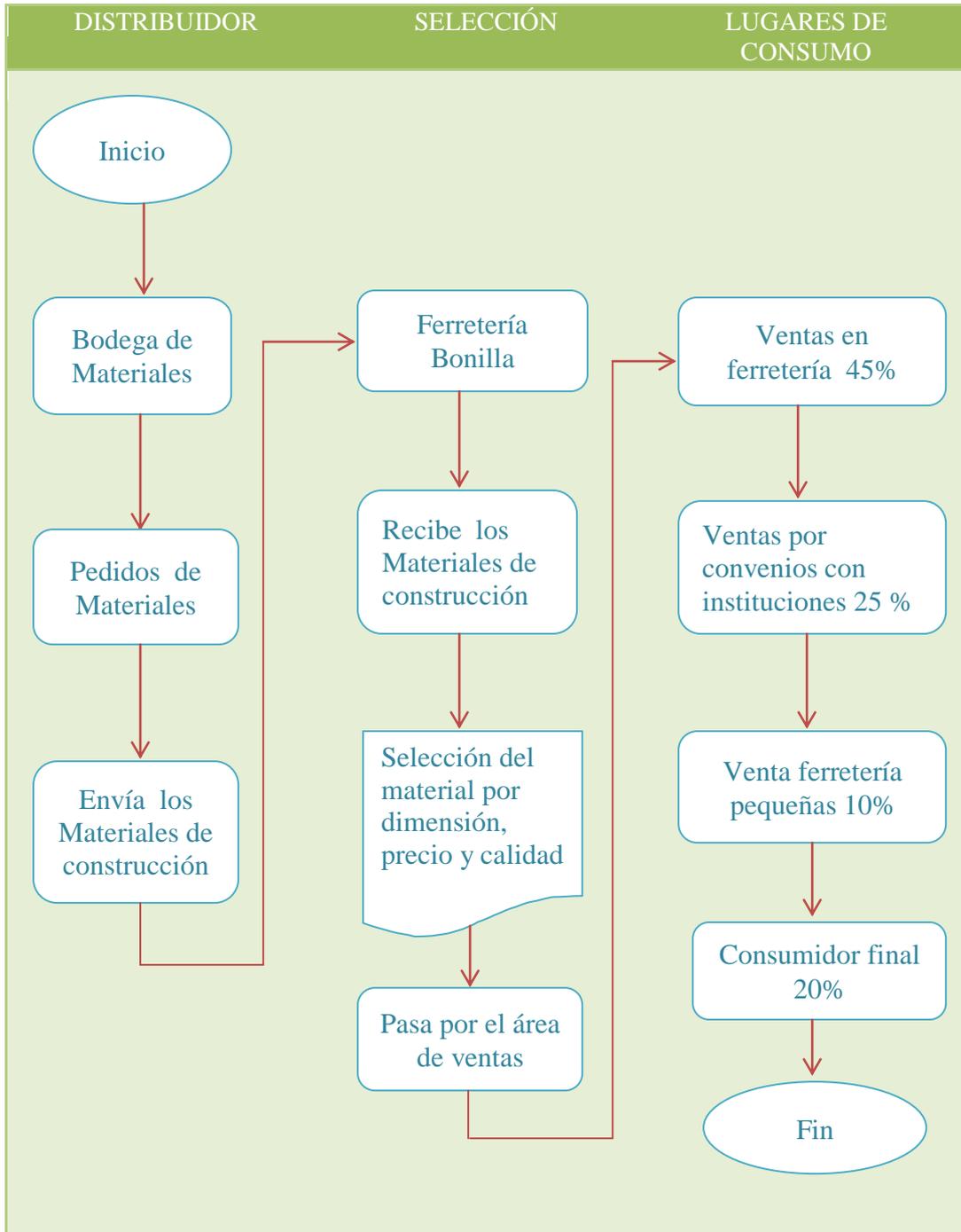


2. Canal Indirecto



3.3.6.2 Flujo grama de distribución

GRÁFICO N°- 38



Fuente: Ferreteria Bonilla

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

3.3.6.3 Actividades De Distribución

1. El distribuidor verifica en la bodega los materiales solicitados
2. Recibe los pedidos verificados en bodega
3. Envía los materiales de construcción solicitados.
4. La ferretería Noble recibe los materiales de construcción
5. Selecciona los materiales pide acuerdo a la dimensión ,precio y calidad
6. Reporta al área de ventas para verificar el stock materiales
7. Las ferreterías la mercadería distribuye a las pequeñas Tiendas ferreteras
8. El 25% de la mercadería son a crédito con convenios institucionales.

3.3.6.4 Tarjeta de Presentación

GRÁFICO N°- 39



Fuente: Ferretería Bonilla

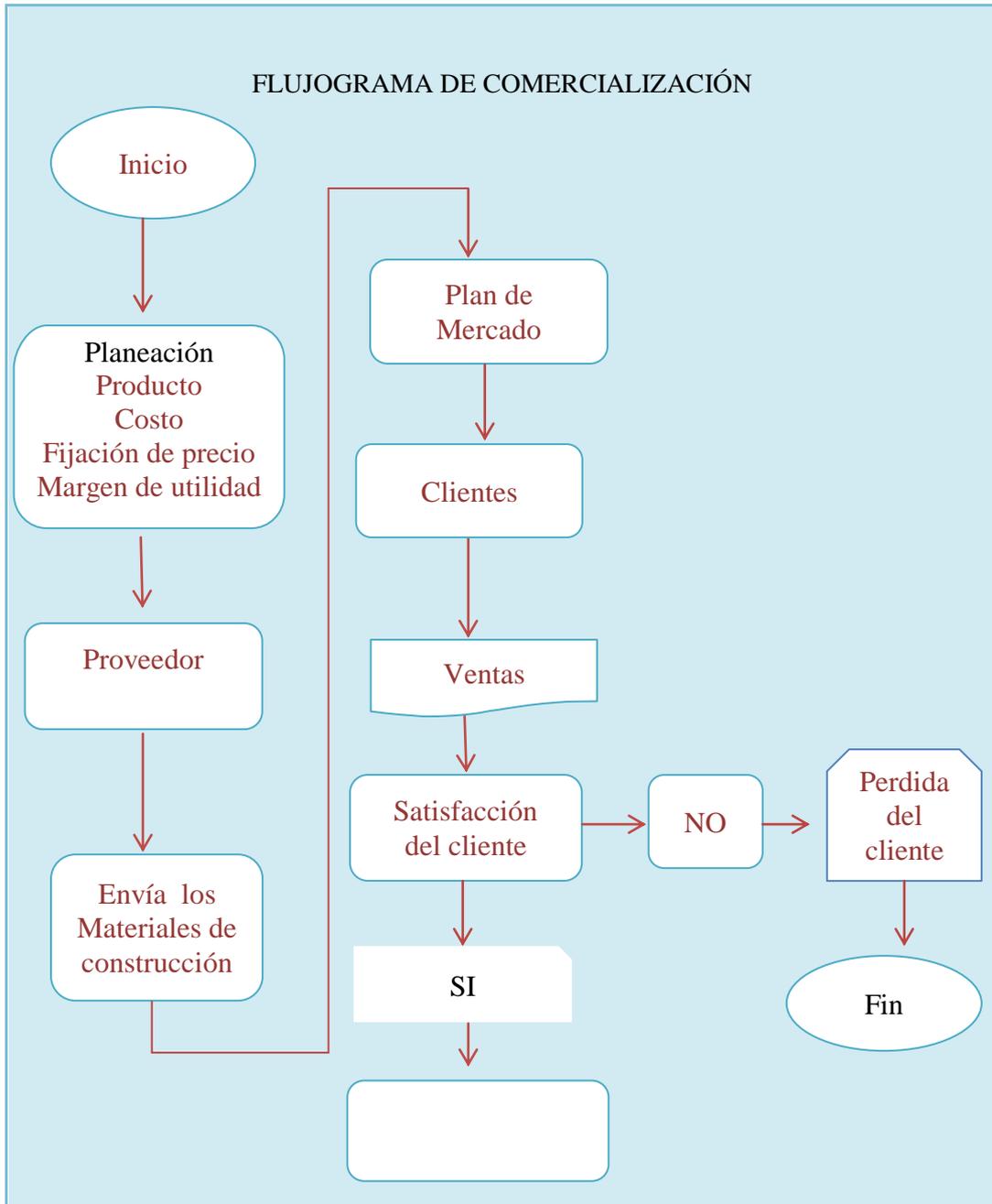
Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

3.3.6.5 Actividades de comercialización

1. Planifica la adquisición con los distribuidores de materiales para la construcción analiza el costo para determinar el margen de utilidad y rentabilidad.
2. Solicita al proveedor abastecimiento de los materiales solicitados.
3. El proveedor envía los materiales de construcción solicitados por parte de la distribuidora de acuerdo a las condiciones técnicas y específicas planteadas.
4. Elabora un plan de mercadeo para medir la competencia en el mercado local
5. En área de venta despacha la mercadería
6. Si el cliente está satisfecho regresa si no se pérdida del cliente

3.3.6.6 Flujo grama de Comercialización

GRÁFICO N° 40

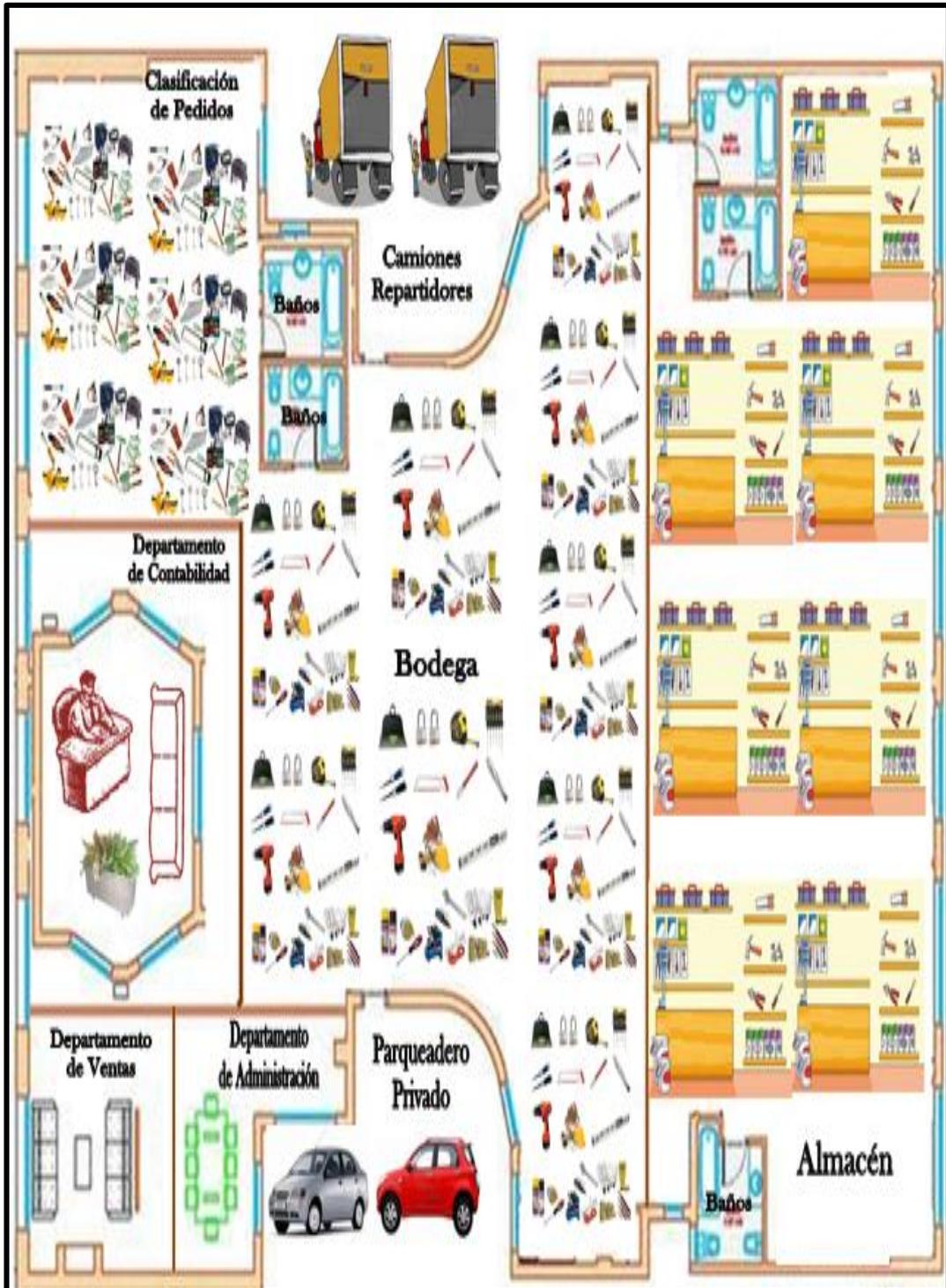


Fuente: Ferrería Bonilla

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

3.3.6.7 Distribución de la planta de la ferretería Bonilla

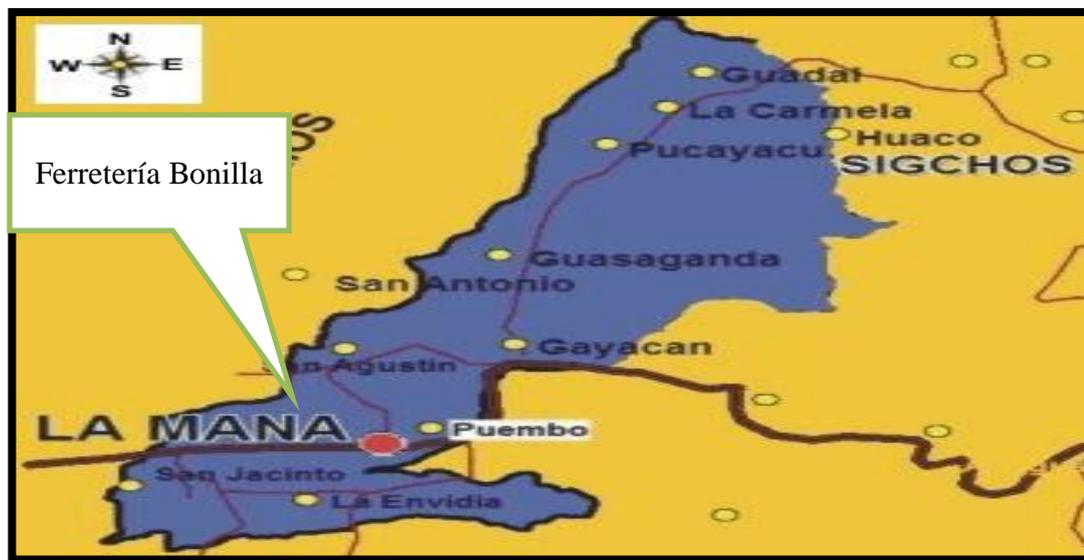
GRÁFICO N° - 41



Fuente: Ferreteria Bonilla
Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

3.3.6.8 *Ubicación geográfica de la Ferretería en estudio.*

GRÁFICO N°- 42



Fuente: Ferretería Bonilla

Elaborado por: Proaño Yanez Diana Natali

3.4 Resumen Global de las Ferreterías

<i>INDICES DE LIQUIDEZ</i>	F. MACHETAZO	F. NOBLE	F. BONILLA
Razón corriente:	13,93	3,91	3,87
Prueba Acida	8,64	2,26	2,18
Prueba Acida Cemento	12,40	3,22	3,27
Prueba Acida Hierro	12,85	3,26	3,59
Prueba Acida Zinc	13,18	3,82	6,88
Rotación de cuentas por cobrar	1,87	0,75	0,30
Días Promedio de cobro	57,61	143,23	95,23
Rotación Inventarios	0,71	1,55	0,71
Rotación Inventarios cemento	2,45	3,70	2,00
Rotación Inventarios hierro	3,47	3,97	2,14
Rotación Inventarios zinc	4,99	27,77	4,29
INDICES DE PRODUCTIVIDAD			
Margen de utilidad neta:	19,07	21,38	18,88
Margen de operación	26,86	28,58	25,49
INDICES DE RENTABILIDAD			
Tasa de rendimientos sobre la inversión	8,73	11,18	9,23
Tasa de rendimiento sobre la inversión de accionistas:	16,37	18,28	16,62
INDICES DE ENDEUDAMIENTO			
Razón de patrimonio pasivo:	1,14	1,82	1,25
Razón de patrimonio a deuda de largo plazo:	1,30	4,66	2,04
Razón de patrimonio a activo:	0,53	0,65	0,55
Razón de pasivo activo:	0,47	0,35	0,45
Razón de dependencia Bancaria	0,41	0,14	0,27
Razón de cobertura de interés	11,61	10,05	8,68

3.3.4 Informes De Rentabilidad

Sr.

Dr. Patricio Sánchez

GERENTE PROPIETARIO DE LA FERRETERÍA EL MACHETAZO

Presente.

De mis consideraciones

Reciba un cordial saludo y muchos éxitos en sus labores diarias en la cual desempeña

El presente informe tiene como finalidad hacer de su conocimiento después de haber realizado los análisis financieros pertinente a su distinguida ferretería le procedo a rendir mi informe correspondiente el mismo que detallo a continuación

Hemos podido determinar los índices de liquidez el cual posee la ferretería así como también el proceso a seguir para la comercialización, los canales de distribución en este caso el canal directo e indirecto, mediante el análisis de los indicadores financieros se determina la rentabilidad que posee la empresa la cual es excelente a continuación detallaremos los siguientes valores:

Índice de liquidez:13.93
Margen de utilidad:19.07 %
Rendimiento:8.73

La ferretería tiene una excelente rentabilidad en lo que es la comercialización de hierro, zinc y cemento pero cabe mencionar que le venta del cemento es más rentable por lo que es más rápida la rotación de los inventarios este material ya que cuenta con el 2.45 veces en relación al hierro y el zinc que cuentan con el 3.47 el hierro y 4.49 el zinc.

La Ferretería el machetazo tiene como fortaleza ser distribuidor directo en la venta de materiales para la construcción, contar con transporte a domicilio para dar una mayor facilidad a sus clientes también dispone en todo momento de dinero suficiente para afrontar cualquier situación emergente como oportunidad principal la ubicación de nuevos locales en la venta de materiales para la construcción en zonas marginales de la ciudad en desarrollo para así satisfacer la demanda de sus clientes y contribuir con el desarrollo de nuestro cantón.

Entre las debilidades la principal debilidad es el desconocimiento de la comercialización y rentabilidad de materiales para la construcción: hierro, cemento, zinc y su gran amenaza es la crisis económica en nuestro cantón y en el país hace que exista menos inversión de sus clientes en infraestructuras por lo tanto menos consumo de hierro, cemento y zinc.

Es importante tener en cuenta que dados los índices que fueron tomados para la realización de su análisis financiero su ferretería presenta una condición estable con excelente margen de utilidad lo cual lo garantizan los estándares de competitividad y como se puede ver en el flujo de efectivos proyectado a cinco años donde mantiene un rango de crecimiento notorio.

Como sugerencia tener muy en cuenta los resultados de los estados financieros para hacer cualquier inversión y conocer a cabalidad el desarrollo de su ferretería.

Atentamente:

Diana Natali Proaño Yanez
INVESTIGADORA

3.4.1 Informe De Rentabilidad

Sr.

Fernando Noble

GERENTE PROPIETARIO DE LA FERRETERÍA NOBLE

Presente.

De mis consideraciones

Reciba un cordial saludo y muchos éxitos en sus labores diarias en la cual desempeña

El presente informe tiene como finalidad hacer de su conocimiento después de haber realizado los análisis financieros pertinente a su distinguida ferretería le procedo a rendir mi informe correspondiente el mismo que detallo a continuación Hemos podido determinar los índices de liquidez el cual posee la ferretería así como también el proceso a seguir para la comercialización, los canales de distribución en este caso el canal directo e indirecto, mediante el análisis de los indicadores financieros se determina la rentabilidad que posee la empresa la cual es excelente a continuación detallaremos los siguientes valores:

Índice de liquidez:3.91
Margen de utilidad:21.98%
Rendimiento:11.18

La ferretería bonilla en su comercialización cuenta con una rentabilidad favorable en la venta de cemento hierro zinc lo cual indican que tienen una buena rotación de inventarios pero la venta de cemento es rentable que cuenta con el 3.70 el relación al hierro y el zinc.

La Ferretería noble tiene como fortaleza ser distribuidor directo en la venta de materiales para la construcción, contar con transporte a domicilio para dar una

mayor facilidad a sus clientes también dispone en todo momento de dinero suficiente para afrontar cualquier situación emergente.

Como oportunidad principal la ubicación de nuevos locales en la venta de materiales para la construcción en zonas marginales de la ciudad en desarrollo para así satisfacer la demanda de sus clientes y contribuir con el desarrollo de nuestro Cantón entre las debilidades la principal debilidad es el desconocimiento de la comercialización y rentabilidad de materiales para la construcción: hierro cemento y zinc y su gran amenaza es a crisis económica en nuestro Cantón y en el país hace que exista menos inversión de sus clientes en infraestructuras por lo tanto menos consumo de hierro, cemento y zinc.

Es importante tener en cuenta que dados los índices que fueron tomados para la realización de su análisis financiero su ferretería presenta una condición estable con excelente margen de utilidad lo cual lo garantizan los estándares de competitividad y como se puede ver en el flujo de efectivos proyectado a cinco años que mantiene un rango de crecimiento notorio.

Como sugerencia tener muy en cuenta los resultados de los estados financieros para hacer cualquier inversión y conocer a cabalidad el desarrollo de su ferretería.

Atentamente:

Diana Natali Proaño Yáñez
INVESTIGADORA

3.4.2 Informe De Rentabilidad

Sra.

Real Pilataxi María Inés

GERENTE PROPIETARIO DE LA FERRETERÍA BONILLA

Presente.

De mis consideraciones

Reciba un atento y cordial saludo a la vez éxitos en sus actividades diarias en las cuales desempeña.

El motivo de este presente tiene como finalidad hacerle de su conocimiento que después de haber realizado los análisis de los indicadores financieros de su ferretería procedo a rendirle el siguiente informe el cual detallare a continuación.

Tengo a bien informarle que a través de la presente he podido determinar los índices de liquidez la cual posee la empresa así como su comercialización en los diferentes canales de distribución de acuerdo al análisis realizado podemos determinar el nivel de rentabilidad que posee la misma por lo que detallaremos a continuación.

Índice de liquidez	3.87%
Margen de utilidad	18.88%
Rendimiento:	9.23%

La ferretería Bonilla dentro de sus fortalezas tiene como fortaleza principal que dispone de un local propio y la atención es personalizada por parte de sus propietarios lo cual le hace primordial ya que ahorraría en los salarios para los trabajadores y podría invertir más en mercadería dentro de las debilidades tenemos el desconocimiento de la comercialización de rentabilidad de los materiales para la construcción por lo cual le perjudicaría ya que sin el conocimiento de lo que es la rentabilidad y comercialización la empresa podría ir mejorando sus inversiones y su rentabilidad.

De acuerdo a las amenazas la principal amenaza seria no contar con el capital suficiente para realizar desembolso ya sea por inversiones o mercaderías por ende lo llevaría a la banca rota la primordial oportunidad tenemos el crecimiento continuo de la ciudad hace que se requiera más de materiales de construcción y ayudaría al desarrollo de la ciudad y la estabilidad de la empresa en el futuro.

Es importante hacer de su conocimiento que dados los índices se tomó en cuenta para la realización de su análisis financiero que su empresa se encuentra en excelente condiciones en los que es la comercialización y mantiene una buena rentabilidad con referencia a sus competidores

Se le sugiere tener muy en cuenta los estados financieros para poder tomar cualquier decisión y poder conocer a cabalidad su rentabilidad de la empresa

Atentamente:

Diana Natali Proaño Yanez
INVESTIGADORA

3.5 Relación con la economía del cantón La Maná

El cantón La Maná tiene alrededor de 14.483.499 habitantes según el último censo de población y vivienda, realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2010

La población económicamente activa (PEA) del cantón la Maná llega a una suma de 21.365 habitantes de los cuales el 46.9% son empleados, mientras tanto que el desempleo es de 7.8% el resto de habitantes son subempleados o se dedican únicamente al comercio informal.

La población que se encuentra empleada en el cantón en la comercialización de materiales para la construcción es de 70 personas mientras que el comercio minorista es de al menos unas 35 personas es decir que 105 personas de este cantón se encuentran empleados en estas empresas dedicadas a la comercialización de los materiales para la construcción

La actividad de las ferreterías representa al menos un 4.2% de los ingresos de todas las actividades comerciales en el cantón representando una importante fuente de ingresos para el trabajador Lamanense. Esto significa que si las ferreterías desaparecen el mercado por lo menos 10 de cada 100 personas que darán en el desempleo por lo que aumentaría el número de habitantes desempleados y seguirá aumentando la pobreza en el cantón.

A lo que pertenece a la relación del cantón la Maná y su relación con la economía ecuatoriana se ha evidenciado que este sector aporta con el 3.3% de la comercialización de los materiales para la construcción a nivel nacional esto quiere decir que de cada 100 quintales de cemento y hierro que se distribuye en el Ecuador 3 son distribuidos por alguna ferretería Lamanense.

CAPITULO IV

4 Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

1. La realización de la tesis permite conocer todos los fundamentos teóricos de lo que es la comercialización y rentabilidad desde las perspectivas de diferentes autores, el Marco teórico se ha convertido en el pilar fundamental de la investigación por lo que fue una guía indispensable para el desarrollo de la investigación
2. También se puede visualizar las encuestas a los propietarios como a los consumidores se ha podido apreciar que cuentan con el desconocimiento de comercialización y rentabilidad por lo que me permitió la realización de la tesis donde a través de eso se pudo determinar las ventajas y desventajas para optimizar el proceso de ventas y por ende mejorar la utilidad.
3. Se determina la realidad económica y financiera de cada una de las empresas en estudio durante su actividad en sus años de trayectoria en el Cantón también he obtenido los resultados de índices financieros donde pude alcanzar mis objetivos midiendo su tasa interna de retorno y su valor actual neto dentro de flujo de caja proyectado para 5 años así también como el costo de ventas de los materiales en estudio.

4.2 Recomendaciones

1. Las ferreterías del Cantón La Maná deben mantener una tendencia abierta sobre la comercialización y rentabilidad del producto para mantener estabilidad en el mercado que cada vez se encuentra competitivo.
2. Demostrando que la rentabilidad de la comercialización de hierro, zinc, cemento es amplia en las tres ferreterías en estudio muestra una situación económica financiera sólida dentro de este mercado.
3. El conocimiento de la comercialización y rentabilidad del hierro, zinc, cemento permitió conocer la realidad económica y financiera y la relación de esta investigación servirá de fuente para futuras generaciones

CAPITULO V

5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. *AYALA; Jorge Economía. Cuarta edición. Colombia Santa Fe Bogotá: Nomos S: A., 2008.350p.ISBN:858-41-2562.*
2. *BORISOV. Karl, Macroeconomía. Primera edición, España Madrid: editorial McGraw Hill., 2007,350p. ISBN: 84-481-0968-6*
3. *CARRION, Mena STANLEY Blue. Economía. Decimocuarta edición. Colombia Santa Fe Bogotá :Nomos S:A., 2009.428p.ISBN:958-41-0102*
4. *CARRILLO Ider, comercialización 5ta ed. México: McGraw-Hill Interamericana Editores S:A.; DE C.V 2007-400p.ISBN:957-62-75-528*
5. *CHAVENTO; Adalberto Introducción a la teoría general de la Administración , 5ta ed. México: McGraw-Hill Interamericana Editores S:A.; DE C.V 2007-458p.ISBN:978-92-75-329-13-9*
6. *KATZ; Michael. Fundamentos del marketing. Sexta edición. México. D: F: Editorial Criba .2008.400p.*
7. *LOZADA Alfredo, comercialización, cuarta edición España, Barcelona,2009,250p,ISBN: 871-85-45-78-123-14*
8. *MANKIW .Gregory. Investigación de mercado, Segunda edición México: Criba.2008.150p.ISBN:9688847-45-4*
9. *MÉNDEZ Roberto, rentabilidad octava edición Prentice Hall. México D.E .,2008*

10. MORA Michael, *tributación tercera edición, México: criba*
2009,450p,ISBN:9645-45-412-41.1
11. PALACIO. Alfredo, Fernando *proyecto de producción novena edición.*
Ecuador, Loja Ibalpe, 2009.157p. ISBN:745-78-78-4
12. PARKIN; Michael., *Proyecto de Comercialización., Segunda edición*
Colombia, Bogotá: Editorial Printece Hal,2009,ISBN: 958-699-037-0
13. RIVERO. Paul. *Comercialización. Primera edición, Editorial Prentice*
Hall. México D.E .,2008
14. SANCHEZ; Alfonso, *Fundamentos d rentabilidad quinta edición*
Colombia, Bogotá, 2008, 450p.ISBN:125-458-75-6
15. SAMUELSON. Nordhous *Principios de la Economía. Sexta edición*
Colombia.2007. 351p. ISBN:956-457-96 -4
16. STHEPEN Philip, *Economía. Decimoquinta edición., España Madrid:*
valencia ., 2008.100p.ISBN:0-07-054981-8
17. STARTZ; Richard. *Principios de la Economía. Cuarta edición.,*
Colombia. Bogotá ,2009, 450p.ISBN:125-458-75-6
18. VELAZQUEZ; Gustavo, *Fundamentos de Gestión Empresarial, tercera*
19. edición – Hall. México D.E .2008. 250p.ISBN:895-21-44-215-4
20. VILLACIS; JOSE, *Gestión Empresarial, cuarta edición, España McGraw*
Hill.300p.ISBN: 578-92-44-785-4
21. WONNCATT; Paul. *Administración quinta edición España Prentice –*
Hall Hispanoamericana S.A. 2009.200p.ISBN: 978-92-74-265-4

5.2. Textos Electrónicos

1. ATALAP. 2007. *Economía, Contabilidad y Sociedad (en línea)*. Bogotá, Colombia. Consultado el 23 de octubre del 2012 Disponible en: <http://atalap.blogspot.com/2007/10/economia-contabilidad-y-sociedad.html>
2. BUDI.WEB. 2008. *Información contable y análisis financiero (en línea)*. Toledo, España. Consultado el 31 de Marzo del 2012. Disponible en: <http://www.elprisma.com/apuntes/economia/informacioncontableanalis-financiero/>
3. CEF. 2007. *Introducción a la Contabilidad. Concepto Actual de Contabilidad (en línea)*. Madrid, España. Consultado el 01 de Mayo del 2012. Disponible en: <http://www.contabilidad.tk/concepto-actual-de-contabilidad-5.htm>
4. STARMEDIA. 2009. *Conceptos Básicos de la Contabilidad (en línea)*. Salamanca, España. Consultado el 22 de febrero del 2012. Disponible en: http://html.rincondelvago.com/conceptos-basicos-de-contabilidad_1.html

ANEXOS

FORMATO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

SEDE LA MANÁ

SEÑORES:

PROPIETARIOS DE LAS FERRETERÍAS

“Proyecto de tesis”: Comercialización y Rentabilidad de las ferreterías en materiales para la construcción: Hierro Zinc Cemento y su relación con la economía del Cantón La Maná

Para efectos de la realización de esta investigación se requiere recabar información para lo cual necesitamos conocer su opinión sobre temáticas importantes que serán de gran utilidad para el análisis comercial del estudio, por tal razón le agradecemos se digne contestar el siguiente cuestionario.

1. ¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene la empresa?

1-5 años

6-10 años

11-15 años

Mayor de 16 años

2. ¿Posee convenios con clientes fijos?

SI

NO

3. ¿Cuántos empleados tiene en la ferretería?

1-5

6-10

11-15

4. ¿Utiliza personal capacitado en ventas o servicio al cliente?

SI

NO

5. ¿Conoce usted que es La Comercialización?

SI

NO

6. Está satisfecha con la rentabilidad que refleja su ferretería

SI

NO

7. ¿Cuántos quintales de Cemento vende usted semanalmente?

1-50 quintales

51-100 quintales

Mayor a 500 quintales

8. ¿Cuántas hojas de zinc vende usted semanalmente?

1-100 hojas

101 -500 hojas

500– 1000 hojas

Mayor a 1000 hojas

9. ¿Cuántos quintales de hierro vende usted semanalmente?

1-50 Quintales

51-100 Quintales

101-500 Quintales

Mayor a 500 Quintales

10. ¿Cuáles son los clientes más potenciales?

Constructores

Intermediarios

Consumidores Finales

11. ¿Cómo es su trato con los empleados?

Regular

Bueno

Excelente

12. ¿Está usted de acuerdo que se realice un estudio de La Comercialización y Rentabilidad en Materiales para la Construcción: Hierro Zinc, Cemento?

Si

No



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

SEDE LA MANÁ

SEÑORES:

CIUDADANOS EN GENERAL

“Proyecto de tesis”: Comercialización y Rentabilidad de las ferreterías en materiales para la construcción: Hierro Zinc Cemento y su relación con la economía del Cantón La Maná

Para efectos de la realización de esta investigación se requiere recabar información para lo cual necesitamos conocer su opinión sobre temáticas importantes que serán de gran utilidad para el análisis comercial del estudio, por tal razón le agradecemos se digne contestar el siguiente cuestionario

1. ¿Cuál es su nivel de ingreso económico?

100-264,00

265,00 - 350,00

351,00 - 500,00

501,00 -1,000.00

1000,00 en adelante

2. ¿Cree que la construcción de su vivienda debe constar con materiales que antes de brindarle un precio bajo le brinde una buena calidad?

SI

NO

3. ¿De los siguientes materiales cuales compra con mayor frecuencia?

Hierro

Zinc

Cemento

4. ¿Actualmente realiza uno de las siguientes actividades?

Construcción de vivienda

Ventas de Materiales para la construcción

Adecuación de vivienda

Instalaciones adecuadas

5. ¿Cuál es la Ferretería donde compra habitualmente?

Ferretería el Machetazo

Ferretería Bonilla

Ferretería Noble

Ferretería Proaño

6. ¿Su proveedor actual de materiales le brinda un adecuado stock de materiales para la construcción?

SI

NO

7. ¿Con que frecuencia Compra estos materiales para la construcción?

Semanalmente

Mensualmente

Trimestralmente

Semestralmente

Anualmente

8. ¿Para comprar los materiales que prefiere?

Precio

Modelo

Calidad

9. ¿Qué tipos de descuentos por su compra le convendría más?

Montos

Por cliente frecuentes

Por pronto pago

Por tipo de Producto

10. ¿Le gustaría que su Distribuidor tenga entrega a domicilio?

SI

NO

11. ¿Cuál es la cantidad de Cemento que usted compra mensualmente?

1-30 Quintales

31-60 Quintales

61-90 Quintales

91-120 Quintales

120 en adelante

12. ¿Qué calidad de Cemento usted compra?

Cemento Rocafuerte

Cemento Selva Alegre

Cemento Holcim

Cemento Portland

13. ¿De qué dimensión de lámina de Zinc compra usted?

10-14 Pies

16-20 Pies

22-26 Pies

14. ¿Qué tamaño de Hierro compra usted?

5-10 Milímetros

11-15 Milímetros

16-20 Milímetros

**ANEXOS DEL CUADRO DE VENTAS DE LAS FERRETERIAS EN
ESTUDIO**

COSTO VENTA	
INVENTARIO INICIAL	87.222,40
+ COMPRAS	30.000,00
- INVENTARIO FINAL	68.600,00
= COSTO VENTA	48.622,40

COSTO VENTA	
INVENTARIO INICIAL	52.000,00
+ COMPRAS	20.000,00
- INVENTARIO FINAL	42.000,00
= COSTO VENTA	30.000,00

COSTO VENTA	
INVENTARIO INICIAL	52.222,40
+ COMPRAS	12.000,00
- INVENTARIO FINAL	35.800,00
= COSTO VENTA	28.422,40

**ANEXOS DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS DE LAS
FERRETERIAS EN ESTUDIO AÑO 2011**

MÉTODO DE LÍNEA RECTA (Con Valor residual)

FORMULA DE LAS DEPRECIACIONES

$$\text{Depreciación: } \frac{\text{costo del bien} - \text{valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

CUADRO DE DEPRECIACION DE LA FERRETERÍA EL MACHETAZO

ACTIVO FIJO	% DEPRECIACIÓN	AÑO VIDA UTIL	VALOR DEL BIEN	DEPRE ANUAL	DEPR. MENSUAL
Muebles y Enseres	10%	10	\$ 2.405,52	\$ 216,50	\$ 18,04
Vehículo	20%	5	\$ 34.151,78	\$ 5.464,28	\$ 455,36
Edificio	5%	20	\$ 25.000,00	\$ 1.187,50	\$ 98,96
Equipo Computo	33,33%	3	\$ 2.045,00	\$ 454,47	\$ 37,87

CUADRO DE DEPRECIACION DE LA FERRETERÍA NOBLE

ACTIVO FIJO	% DEPRECIACIÓN	AÑO VIDA UTIL	VALOR DEL BIEN	DEPRE. ANUAL	DEPRE. MENSUAL
Muebles y Enseres	10%	10	3.191,00	\$ 287,19	\$ 23,93
Vehículo	20%	5	27.700,00	\$ 4.432,00	\$ 369,33
Edificio	5%	20	27.000,00	\$ 1.282,50	\$ 106,88
Equipo Computo	33,33%	3	2.054,00	\$ 456,47	\$ 38,04

CUADRO DE DEPRECIACION DE LA FERRETERIA BONILLA				
ACTIVO FIJO	% DEPRECIACION	AÑO VIDA UTIL	DEPRE. ANUAL	DEPRE. MENSUAL
Muebles y Enseres	10%	10 años	135,00	11,25
Vehículo	20%	5 años	3.200,00	266,67
Equipo Computo	33,33%	3 años	400,02	33,34

FERRETERIA EL MACHETAZO



FERRETERÍA NOBLE



FERRETERÍA BONILLA





FERRETERIA “NOBLE “

De: Fernando Noble Ru: 1917191957001
Dirección: Av. Los Álamos y Gonzalo Albarracín
Teléf.: 03268-572 * La Maná- Ecuador

CERTIFICACIÓN

A petición verbal de la interesada, el suscrito Sr. Fernando Noble en calidad de gerente Propietario de la FERRETERIA NOBLE tengo ha bien

CERTIFICAR:

La Srta. DIANA NATALI PROAÑO YANEZ portadora de la cedula de ciudadanía # 050303195-7 quien realizo una investigación en la ferretería de mi propiedad correspondiente a la “Comercialización Y Rentabilidad De Ferreterías En Materiales Para La Construcción: Hierro, Cemento, Zinc Y Su Relación Con La Economía Del Cantón La Maná Provincia De Cotopaxi Año 2011” para lo cual recopiló información necesaria de nuestra parte conto con el apoyo respectivo para la realización de su trabajo, el mismo que fue de mucha importancia y necesidad para quienes nos dedicamos a este negocio en el Cantón.

Es cuanto puedo informar en honor a la verdad, facultando a la mencionada Srta. Hacer uso del presente documento, siempre y cuando se encuentre enmarcado dentro de los fines legales.

La Maná 01 de mayo del 2014

Atentamente

.....
Sr. Fernando Noble
C.I: 1917191957001
Gerente Propietario



FERRETERIA “BONILLA “

De: Inés Real Pilataxi Ru: 0603197294001
Dirección: Av. Los Álamos y Gonzalo Albarracín
Teléf.: 032695782 * La Maná- Ecuador

CERTIFICACIÓN

A petición verbal de la interesada, la suscrita Sra. Inés Real Pilataxi en calidad de gerente Propietario de la FERRETERIA BONILLA tengo a bien.

CERTIFICAR:

La Srta. DIANA NATALI PROAÑO YANEZ portadora de la cedula de ciudadanía # 050303195-7 quien realizo una investigación en la ferretería de mi propiedad correspondiente a la “Comercialización Y Rentabilidad De Ferreterías En Materiales Para La Construcción: Hierro, Cemento, Zinc Y Su Relación Con La Economía Del Cantón La Maná Provincia De Cotopaxi Año 2011” para lo cual recopilo información necesaria de nuestra parte conto con el apoyo respectivo para la realización de su trabajo, el mismo que fue de mucha importancia y necesidad para quienes nos dedicamos a este negocio en el Cantón.

Es cuanto puedo informar en honor a la verdad, facultando a la mencionada Srta. Hacer uso del presente documento, siempre y cuando se encuentre enmarcado dentro de los fines legales.

La Maná 01 de mayo del 2014

Atentamente

.....
Inés Real Pilataxi
C.I: 0603197294
Gerente Propietaria



**MEGA FERRETERIA
"EL MACHETAZO "**

De: Patricio Sánchez Ru: 0500779202001
Dirección: Av. 19 de Mayo s/n y Velazco Ibarra
Teléf.: 032695-372* La Maná- Ecuador

CERTIFICACIÓN

A petición verbal de la interesada, la suscrito Dr. Patricio Sánchez en calidad d gerente Propietario de la MEGA FERRETERIA MACHETAZO tengo ha bien.

CERTIFICAR:

La Srta. DIANA NATALI PROAÑO YANEZ portadora de la cedula de ciudadanía # 050303195-7 quien realizo una investigación en la ferretería de mi propiedad correspondiente a la "Comercialización Y Rentabilidad De Ferreterías En Materiales Para La Construcción: Hierro, Cemento, Zinc Y Su Relación Con La Economía Del Cantón La Maná Provincia De Cotopaxi Año 2011" para lo cual recopiló información necesaria de nuestra parte conto con el apoyo respectivo para la realización de su trabajo, el mismo que fue de mucha importancia y necesidad para quienes nos dedicamos a este negocio en el Cantón.

Es cuanto puedo informar en honor a la verdad, facultando a la mencionada Srta. Hacer uso del presente documento, siempre y cuando se encuentre enmarcado dentro de los fines legales.

La Maná 01 de mayo del 2014

Atentamente

.....
De: Patricio Sánchez
C.I: 0500779202
Gerente Propietario
