



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS**

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TESIS DE GRADO

TEMA:

“EVALUACIÓN DE LOS COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN Y LA INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA MUEBLES EL DORADO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, AL PERIODO 01 DE JULIO - 31 DICIEMBRE 2012”

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingenieras en Contabilidad y Auditoría CPA.

Autoras:

Guilcamaigua Guamushig Rocío C.
Vega Millingalle Liliana Alexandra

Director:

Dr. Msc. Parreño Cantos Jorge Alfredo


Latacunga - Ecuador

Noviembre 2014



AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “EVALUACIÓN DE LOS COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN Y LA INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA MUEBLES EL DORADO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, AL PERIODO 01 DE JULIO - 31 DICIEMBRE 2012”, son de exclusiva responsabilidad de las autoras .


Guilcamaigua Guamushig Rocío
C.I. 050298013-9


Vega Millingalle Liliana Alexandra
C.I. 050327080-3

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“EVALUACIÓN DE LOS COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN Y LA INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA MUEBLES EL DORADO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, AL PERIODO 01 DE JULIO - 31 DICIEMBRE 2012”, de Guilcamaigua Guamushig Rocío del Carmen y Vega Millingalle Liliana Alexandra, postulantes 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 Tesis 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.

Latacunga, noviembre del 2014



Dr. Msc. Parreño Cantos Jorge Alfredo
C.I.0500802301
DIRECTOR DE TESIS

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, los postulantes: Guilcamaigua Guamushig Rocío del Carmen y Vega Millingalle Liliana Alexandra con el título de tesis: **“EVALUACIÓN DE LOS COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN Y LA INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA MUEBLES EL DORADO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, AL PERIODO 01 DE JULIO - 31 DICIEMBRE 2012”**, 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.

Latacunga, noviembre del 2014

Para constancia firman:

Dra. MSc. Patricia López
PRESIDENTE

Eco. Fernando Andrade
MIEMBRO

Ing. Catalina Rueda Manzano
OPOSITOR

CERTIFICADO

Latacunga 17 de Junio del 2013

Yo CHANGO CASTRO FERNANDO PATRICIO propietario de MUEBLERIA EL DORADO con RUC 0502298086001 CERTIFICO que las Señoritas GUILCAMAIGUA GUAMUSHIG con CI 0502980139 Y VEGA MILLINGALLE LILIANA ALEXANDRA con CI 050327080-3 están realizando su trabajo de investigación. Los datos otorgados por parte de mi Empresa son reales.

Es todo lo que puedo decir en honor a la verdad, el interesado puede hacer uso del presente documento en lo que creyere conveniente.

ATENTAMENTE

Fernando Chango

GERENTE



AGRADECIMIENTO

Mi imperecedera gratitud a todos quienes aportaron generosamente en mi formación académica.

En primer lugar a Dios, quien guía permanentemente el camino de nuestra vida, a la noble y altiva "Universidad Técnica de Cotopaxi", gloriosa institución que nos brindó la oportunidad de hacer realidad nuestros sueños de ser profesionales y mejores seres humanos, a mis Padres por su abnegación, sacrificio y amor que me brindó para cumplir con mi propósito, a mi hijo Carlitos David, quien es el motor fundamental para llegar y conquistar la cúspide de mis objetivos.

Especial reconocimiento a mis Maestros, amigas y guías Dr. Jorge Parreño. Ing. Gonzalo Borja, que con sus sabias enseñanzas en beneficio de fortalecer mi personalidad, supieron guiarme para culminar con mucho éxito este trabajo de investigación.

Gracias muchas gracias a todos quienes sin esperar nada a cambio me guiaron, que Dios les bendiga siempre.

ROCÍO

DEDICATORIA

Nada tiene sentido en la vida, sin la huella positiva de nuestro paso por ella.

Con profundo sentimiento de cariño, amor y gratitud dedico el presente trabajo de investigación, en cuyo entorno está cifrado mi deseo de superación y triunfo, a mis padres, por la fortaleza de abnegación de comprensión cuyo afecto me condujo a encontrar el sendero del éxito, a mi hijo Carlitos David, quien me dio la fuerza y valor para seguir adelante y enfrentar todas las pruebas que la vida me puso antes de culminar este trabajo de investigación. GRACIAS POR TODO QUE DIOS LES BENDIGA SIEMPRE LES AMO Y LES AMARE SIEMPRE

ROCÍO

AGRADECIMIENTO

“No son los títulos sino las acciones las que las hacen nobles a las personas”

Elevo un reconocimiento de Gratitude a Dios; ser supremo de toda la humanidad por poner a mi disposición lo necesario para la realización y culminación de esta tesis.

De manera especial expreso mis sentimientos de gratitud a mi madre que desde el cielo me ilumina y me dio la fortaleza en todo momento para seguir en adelante y culminar con mi sueño anhelado.

De igual manera expreso mis sentimientos de gratitud a mi padre quien ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores lo cual me ayudado a salir adelante buscando siempre el mejor camino en la vida.

A mi hermana, mi tía y a mi adorado hijo por su amor, compañía, y comprensión para seguir siempre adelante y por el incondicional apoyo que me brindaron.

Bueno son muchas las personas especiales a las que me gustaría agradecer su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi vida. Algunas/os están aquí conmigo y otras/os en mis recuerdos y en el corazón.

Mil gracias.

Liliana Alexandra

DEDICATORIA

Este esfuerzo puesto en todos y cada uno de mis logros le dedico a mi madre que desde el cielo me ilumina para terminar con el camino emprendido.

A mi padre por que puso su confianza en mí, por infundir el deseo de superación teniendo presente siempre los valores primordiales que todo ser humano debe poseer a cada paso de la vida.

De igual manera lo dedico con amor y cariño a mi hijo Steven Josué quien diariamente es el motivo de superación, como muestra de las cosas y el amor que siento por él, le sirva de ejemplo para que siempre lleve consigo la idea y el deseo de superación en la vida.

A todos muchas gracias de corazón.

Liliana Alexandra



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

TEMA:” EVALUACIÓN DE LOS COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN Y LA INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA EL DORADO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, AL PERIODO 01 DE JULIO - 31 DICIEMBRE 2012”

Autoras: Guilcamaigua Guamushig Rocío C.
Vega Millingalle Liliana Alexandra

RESUMEN

La Empresa Muebles El Dorado de la ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi, ubicada en la calle Tilipulo y Av. Amazonas, es una empresa comercializadora de muebles que surgió en el año 1999, como un taller familiar, años más tarde se dividieron en planta productora y comercializadora, siempre manteniendo el lema un cliente bien atendido vale por diez. La presente investigación tuvo como propósito identificar los costos y gastos incurridos en la comercialización de muebles e identificar la rentabilidad económica de la Empresa Muebles El Dorado de la ciudad de Latacunga, mediante la aplicación de la Evaluación de los Costos de Comercialización y la Influencia en la Rentabilidad Económica, con los resultados obtenidos la gerencia podrá realizar una mejor toma de decisiones, en el cual el objetivo primordial de minimizar los costos de comercialización, se ha convertido en una constante, sin que perjudique la calidad que el consumidor demanda del producto o servicio, De esta manera el costo de comercialización de los muebles se reducirá, y se podrá ofertar productos de calidad a precios accesibles esto permite que la administración de la empresa realice un adecuado proceso administrativo, para que de esta manera proporcione el desarrollo e implementación de las estrategias de marketing del negocio.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

TOPIC: MERCHANDISING COST ASSESSMENT AND ECONOMIC PROFITABILITY INFLUENCE OF “EL DORADO ENTERPRISE” IN LATACUNGA, COTOPAXI PROVINCE , FROM JULY 1ST TO DECEMBER 2012.

AUTHORS: Guilcamaigua Guamushig Rocío C.
Vega Millingalle Liliana Alexandra

SUMMARY

El Dorado furniture enterprise from Latacunga city, Cotopaxi province is located in Tilipulo street and Amazonas avenue. It is a furniture merchandising enterprise that was founded in 1999, as a family workshop. Years later it was divided as a production facility as well as a supply company; always maintaining its slogan “a well attended customer is worth ten”. This present research has as main purpose to identify the cost and expenses incurred in furniture merchandising and economic profitability of “El Dorado” furniture enterprise of Latacunga city through the application of merchandising cost assessment and the influence of economic profitability. Moreover, with the results obtained the company management can take better decisions in which its main purpose is to minimize the merchandising cost which has become a continuous constant without impairing the product or service quality that the customer demands. In this manner the furniture merchandising cost has been reduced and it can offer quality products at affordable prices; allowing the administration of the company to perform an adequate administrative process, which will provide business marketing strategy development and implementation.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

CENTRO CULTURAL DE IDIONAS

CERTIFICACIÓN SUMMARY

En calidad de Docente del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, yo Lic. Cevallos Pablo, con CI: 050259237-1; CERTIFICO, haber revisado el SUMMARY de la presente tesis, “EVALUACIÓN DE LOS COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN Y LA INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA MUEBLES EL DORADO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, AL PERIODO 01 DE JULIO - 31 DICIEMBRE 2012”, de Rocío del Carmen Guilcamaigua Guamushig con CI: 050298013-9, Liliana Alexandra Vega Millingalle con CI: 050327080-3 y Director de Tesis Sr. Msc. Parreño Cantos Jorge Alfredo con CI.:0500802301.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, pueden las interesadas dar la presente certificación el uso que estime conveniente.

Latacunga, mayo 2014



Lic. Pablo S. Cevallos
CI: 050259237-1
DOCENTE

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁG.
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA	i
AUTORÍA	ii
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TESIS	iv
CERTIFICACIÓN DE LA EMPRESA	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	viii
RESUMEN	x
SUMMARY	xi
CERTIFICACIÓN SUMMARY	xii
ÍNDICE GENERAL	xiii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	3
1.1	Antecedentes Investigativos	3
1.2	CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	4
1.3	MARCO TEÓRICO	5
1.3.1.	EMPRESA	5
1.3.1.1	Introducción	5
1.3.1.2	Conceptos	5
1.3.1.3	Importancia	6
1.3.1.4	Objetivos	6
1.3.1.5	Características	6
1.3.1.6	Elementos	7

CONTENIDO	PÁG.	
1.3.2.2.8.2.1	Balance General o Estado de Situación Financiera	19
1.3.2.2.8.2.2	Estado de Resultados	19
1.3.2.2.8.2.3	Estado de Cambios en el Patrimonio	20
1.3.2.2.8.2.4	Estado de Flujo de Efectivo	20
1.3.3	CONTABILIDAD	20
1.3.3.1	Introducción	20
1.3.3.2	Conceptos	21
1.3.3.3	Importancia	21
1.3.3.4	Objetivos	22
1.3.3.5	Características	23
1.3.3.6	Funciones de la Contabilidad	23
1.3.3.7	Clasificación de la Contabilidad	24
1.3.4	CONTABILIDAD DE COSTOS	25
1.3.4.1	Introducción	25
1.3.4.2	Conceptos	25
1.3.4.3	Importancia	26
1.3.4.4	Objetivos	26
1.3.4.5	Propósito de la Contabilidad de Costos	27
1.3.4.6	Los Registros de la Entrada Original	27
1.3.4.7	Costo	28
1.3.4.8	Elementos del Costo	28
1.3.4.9	Gasto	29
1.3.4.10	Clases de Gastos	29
1.3.4.11	Diferencia entre Costo y Gasto	30
1.3.4.12	Clasificación de los Costos y Gastos	30
1.3.4.13	Métodos de Valoración	35
1.3.4.14	Ventajas de los Métodos de Valoración	36
1.3.4.15	Tarjeta Kárdex	36
1.3.4.16	Limites de Existencia de la Tarjeta Kárdex	37
1.3.4.16.1	Existencias Máximas	37
1.3.4.16.2	Existencias Mínimas	37

CONTENIDO	PÁG.	
1.3.4.16.3	Existencias Críticas	38
1.3.4.17	Tratamiento de la Cuenta Mercadería	38
1.3.4.18	Sistema de Registro de la Cuenta Mercadería	38
1.3.4.18.1	Sistema de Inventario Permanente	39
1.3.4.18.2	Cuentas que Intervienen	39
1.3.5	CONTABILIDAD GERENCIAL	39
1.3.5.1	Introducción	39
1.3.5.2	Concepto	40
1.3.5.3	Importancia	40
1.3.5.4	Objetivos	41
1.3.5.5	Elementos de la Contabilidad Gerencial	41
1.3.5.6	Beneficios de la Contabilidad Gerencial	42
1.3.5.7	Ventajas de la Contabilidad Gerencial	43
1.3.5.8	Costo- Volumen – Utilidad(Punto de Equilibrio)	43
1.3.5.8.1	Importancia	44
1.3.5.8.2	Objetivos	44
1.3.5.8.3	Elementos Fundamentales	45
1.3.5.9	Métodos para el Cálculo del Punto de Equilibrio	45
1.3.5.9.1	Forma Gráfica	46
1.3.5.9.2	Punto de Equilibrio Porcentual	47
1.3.5.9.3	Punto de Equilibrio en Valores	47
1.3.5.9.4	Método de las Ecuación de Ventas o Precio de Ventas	47
1.3.5.9.5	Método del Margen de Contribución	48
1.3.5.10	Cadena de Valor	48
1.3.5.10.01	Introducción	48
1.3.5.10.02	Concepto	49
1.3.5.10.03	Valor para la Administración de una Empresa	50
1.3.5.10.04	Estructura de la Cadena de Valor de una Empresa	50
1.3.5.10.5	Clasificación de los Generadores del Valor	51
1.3.5.10.6	Pasos para el Análisis de la Cadena de Valor	52
1.3.5.10.7	Definir la Cadena de Valor	52

CONTENIDO	PÁG.	
1.3.5.10.8	Identificar los Generadores de Costo	52
1.3.5.10.8.1	Identificar los Generadores de Valor	53
1.3.5.10.9	Ventaja Competitiva Sostenible	53
1.3.5.10.10	Proceso Básico de la Cadena de Valor	54
1.3.5.10.11	Cadena de Valor en la Toma de decisiones	55
1.3.6	RENTABILIDAD	55
1.3.6.1	Introducción	55
1.3.6.2	Concepto	56
1.3.6.3	Importancia	56
1.3.6.4	Objetivos	57
1.3.6.5	Evaluación Financiera	57
1.3.6.6	Valor Actual Neto	57
1.3.6.7	Tasa Interna de Retorno	58
1.3.6.8	Ratios Financieros	58
1.3.6.8.1	Introducción	59
1.3.6.8.2	Concepto	59
1.3.6.8.3	Clasificación de Razonamiento Financieras	59
1.3.6.8.3.1	Razones de Liquidez	60
1.3.6.8.3.2	Liquidez Corriente	60
1.3.6.8.3	Prueba Ácida	60
1.3.6.8.3.4	Razón entre deuda y Capital	61
1.3.6.8.3.5	Razón entre deuda y Activos Totales	61
1.3.6.8.3.6	Razón Cobertura	61
1.3.6.8.7	Rotación de Cuentas Por Cobrar	61
1.3.6.8.3.8	Rotación de Cuentas por Cobrar en Días	62
1.3.6.8.3.9	Rotación de Inventarios	62
1.3.6.8.3.10	Rotación de Activos Totales	62
1.3.6.8.3.12	Margen de Ganancia	63
1.3.6.8.3.13	Rendimiento de Inversión	63
1.3.6.8.3.14	Rendimiento sobre el Capital	63

CAPÍTULO II

2	DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA MUEBLES EL DORADO	64
2.1	Introducción	64
2.2	Objetivos de Capitulo	64
2.3	Diseño de la Metodología Empleada	65
2.3.1	Tipo de Investigación	65
2.3.1.1	Investigación Descriptiva no Experimental	65
2.3.2	Técnicas de Investigación	65
2.3.2.1	Observación	65
2.3.2.2	Entrevista	66
2.3.2.3	Encuesta	66
2.3.3	Métodos de Investigación	66
2.3.3.1	Método Inductivo	66
2.3.3.2	Método deductivo	67
2.3.3.3	Método Analítico	67
2.3.3.4	Método Sistemático	67
2.3.4	Unidad de Estudio	67
2.3.5	Calculo de la Muestra	68
2.3.6	Operacionalización de las Variables	69
2.3.7	Aplicación de Entrevistas	71
2.3.7.1	Entrevista dirigida al Gerente de la Empresa Muebles El Dorado.	71
2.3.7.2	Entrevista dirigida a la Administradora de la Empresa Muebles el Dorado	74
2.3.7.3	Entrevista dirigida al auxiliar contable de la empresa Muebles El Dorado	76
2.3.7.4	Entrevista Dirigida al Jefe de Ventas, chofer y Bodeguero	78
2.3.7.5	Análisis de las entrevistas realizadas a los Administradores y Área de ventas de la Empresa Muebles el Dorado	80

CONTENIDO

PÁG.

2.3.7.6	Análisis e Interpretación de las Encuestas realizadas a los proveedores de la Empresa Muebles el Dorado	81
---------	---	----

CAPÍTULO III

PROPUESTA: EVALUACIÓN DE LOS COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN Y LA INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA MUEBLES EL DORADO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, AL PERÍODO 01 DE JULIO – 31 DE DICIEMBRE 2012

3.1	Introducción	94
3.2	Justificación	95
3.3	Objetivos	96
3.3.1	Objetivo General	96
3.3.2	Objetivos Específicos	96
3.4	Descripción de la Propuesta	97
3.5	Reseña Histórica	97
3.6	Misión	97
3.7	Visión	98
3.8	Análisis Externo	98
3.8.1	Análisis Macro ambiente	98
3.8.2	Factor Político	98
3.8.3	Factor Económico	99
3.8.4	Factor Social	100
3.8.5	Factor Legal	100
3.9	Análisis Microambiente	101
3.9.1	Proveedores	101
3.9.2	Competencia	102

CONTENIDO	PÁG.	
3.9.2.1	Competencia Directa	103
3.9.2.2	Competencia Indirecta	103
3.9.2.3	Productos Sustitutos	103
3.10	Análisis Interno	103
3.10.1	Comercialización	104
3.10.2	Producto	104
3.10.3	Situación Financiera	107
3.10.4	Tecnología Interna	108
3.10.5	Proceso	108
3.10.6	Organigrama	108
3.10.7	Recursos Humanos	109
3.11	Análisis FODA	109
3.12	Identificación de Cadena de Valor de la Empresa	110
	Muebles El Dorado	
3.12	Cadena de Valor Propuesta para la Empresa	115
3.12.1	Actividades Primarias	116
3.12.2	Actividades Secundario o de Apoyo	116
3.12.3	Logística Interna	116
3.12.4	Operaciones	116
3.12.5	Logística Externa	116
3.12.6	Mercadotecnia y Ventas	117
3.12.7	Abastecimiento	117
3.12.8	Desarrollo de Tecnología	117
3.12.8.1	Administración de Recursos Humanos	117
3.12.9	Infraestructura de la Empresa	117
3.13	Actividades Primarias	118
3.13.1	(A) Recepción y Mercadeo	118
3.13.2	(B) Asesoría	119
3.13.2	(C) Ventas y Posventas	119
3.14	Actividad de Apoyo	119
3.14.1	Desarrollo Tecnológico	119

CONTENIDO	PAG.	
3.14.2	Provisiones	120
3.14.3	Manejo de Recursos Humanos y Contabilidad	120
3.15	Proceso de Comercialización	121
3.16	Subproceso: Ventas	122
3.16.1	Objetivo	122
3.17	Diagrama de Flujo del Subproceso de Venta	122
3.18	Organigrama Estructural Propuesto para la Empresa Muebles El Dorado de la Ciudad de Latacunga	124
3.19	Aplicación del Ejercicio Práctico	125
3.20	Superficie de la Empresa Muebles El Dorado	125
3.21	Requerimiento del Proyecto de la Empresa Muebles El Dorado de la Ciudad de Latacunga	126
3.21.1	Mano de Obra Directa	126
3.21.2	Mano de Obra Indirecta	126
3.21.3	Activos Fijos	127
3.21.4	Permiso de Operaciones	127
3.21.5	Servicios Básicos	128
3.21.6	Útiles de Oficina	128
3.21.7	Inventario de Mercadería	129
3.21.8	Publicidad	129
3.22	Estudio Económico Financiero	129
3.22.1	Inversión de Activos Fijos	129
3.22.2	Inversión Diferida	130
3.23	Financiamiento	131
3.24	Depreciaciones y Amortizaciones	131
3.25	Estado de Situación Financiera	131

CONTENIDO	PÁG.	
3.26	Estado de Resultados	135
3.27	Flujo de Efectivo Operativo	137
3.28	Evaluación Financieras	139
3.28.1	Tasa Mínima de Rendimiento TMRA	139
3.28.2	Valor Actual Neto	140
3.28.3	Tasa Interna de Retorno	141
3.28.4	Relación Costo Beneficio	142
3.29	Punto de Equilibrio	142
3.30	Costo Volumen Utilidad por método Absorbente	143
3.31	Índices Financieros	144
3.31.1	Índice de liquidez	144
3.31.1.1	Liquidez Corriente	144
3.31.2	Prueba Ácida	144
3.31.2	Deuda de Capital de Accionista	145
3.31.3	Razones de Cobertura	145
3.31.3.1	Cobertura de Interés	145
3.31.4	Índice de Actividad	146
3.31.7	Rotación de Cuentas por Cobrar en Días	146
3.31.4.3	Rotación de Activos Totales	146
3.31.5	Índice de Rentabilidad	146
3.31.5.1	Margen de Ganancia Neta	146
4	Conclusiones	148
5	Recomendaciones	150
6	Bibliografía	151
7	ANEXOS	154

ÍNDICE DE CUADROS

CONTENIDO	PÁG.	
Cuadro No.1	Población Sujeta a Estudio	73
Cuadro No.2	Operación de Variables	74
Cuadro No.3	Pedido de Mercadería	85
Cuadro No.4	Descuento que conceden a la Empresa	86
Cuadro No.5	El precio de los muebles varía de acuerdo a	87
Cuadro No.6	La empresa cuenta con vehículo de planta	88
Cuadro No.7	Beneficios que recibe la empresa	89
Cuadro No.8	Salida la mercadería aceptan reclamos	90
Cuadro No.9	Tiempo para la cancelación de crédito	91
Cuadro No.10	Los gastos de embalaje cubre la empresa	92
Cuadro No.11	Actividad que realiza la empresa	93
Cuadro No.12	Calificación de la entrega de productos	94
Cuadro No.13	Rapidez de entrega del producto	95
Cuadro No.14	Tipo de Pago	96
Cuadro No.15	Recibe la Factura	97
Cuadro No.16	Principales Proveedores	108
Cuadro No.17	Competencia Directa	109
Cuadro No.18	Muebles de Sala	110
Cuadro No.19	Muebles de Comedor	111
Cuadro No.20	Muebles de Dormitorio	111
Cuadro No.21	Muebles de Oficina	112
Cuadro No.22	Muebles de Cocina	112
Cuadro No.23	Organigrama de la Empresa	114
Cuadro No.24	FODA	115
Cuadro No.25	Actividades Subproceso de Venta	127
Cuadro No.26	Diagrama de Flujo de Procesos de Venta	128
Cuadro No.27	Superficie de la Empresa Muebles El Dorado	130
Cuadro No.28	Mano de Obra Directa	131

CONTENIDO	PÁG.
Cuadro No.29	Mano de Obra Indirecta 131
Cuadro No.30	Activo Fijo 132
Cuadro No.31	Permiso de Operaciones 132
Cuadro No.32	Servicios Básicos 133
Cuadro No.33	Útiles de Oficina 133
Cuadro No.34	Inventario de Mercadería 134
Cuadro No.35	Publicidad 134
Cuadro No.36	Inversión Fija 135
Cuadro No.37	Inversión Diferida 135
Cuadro No.38	Aportes 136
Cuadro No.39	Cuadro de Amortización 136
Cuadro No.40	Cuadro de Amortización 136
Cuadro No.41	Depreciación y Amortización 138
Cuadro No.42	Estado de Situación Financiera 139
Cuadro No.43	Estado de Resultados 141
Cuadro No.44	Flujo de Efectivo Operativo 143
Cuadro No.45	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento 145
Cuadro No.46	Factor de Actualización 146
Cuadro No.47	Valor actual Neto 146
Cuadro No.48	Factor de Actualización de la TIR 147
Cuadro No.49	Factor de Comparación de a TIR 147
Cuadro No.50	Costo Volumen Utilidad por el Método Absorbente 148

ÍNDICE DE GRÁFICO

CONTENIDO	PÁG.	
Gráfico No. 1	Categorías Fundamentales	4
Gráfico No. 2	Tarjeta Kárdex	32
Gráfico No. 3	Punto de Equilibrio	41
Gráfico No. 4	Cadena de Valor	44
Gráfico No. 5	Pedido de Mercadería	85
Gráfico No. 6	Descuento que conceden a la Empresa	86
Gráfico No. 7	El precio de los muebles varía de acuerdo a	87
Gráfico No. 8	La empresa cuenta con vehículo de planta	88
Gráfico No. 9	Beneficios que recibe la empresa	89
Gráfico No. 10	Salida la mercadería aceptan reclamos	90
Gráfico No. 11	Tiempo para la cancelación de crédito	91
Gráfico No. 12	Los gastos de embalaje cubre la empresa	92
Gráfico No. 13	Actividad que realiza la empresa	93
Gráfico No. 14	Calificación de la entrega de productos	94
Gráfico No. 15	Rapidez de entrega del producto	95
Gráfico No. 16	Tipo de Pago	96
Gráfico No. 17	Recibe la Factura	97
Gráfico No. 18	Organigrama de la Empresa	114
Gráfico No. 19	Cadena de Valor	116
Gráfico No. 20	Área Funcional: Recepción de la Empresa	117
Gráfico No. 21	Cadena de Valor de la Recepción de la Empresa	117
Gráfico No. 22	Área Funcional Operativo de Ventas	118
Gráfico No. 23	Cadena de Valor Operativo de Ventas	118
Gráfico No. 24	Área Funcional de Contabilidad y Administración	119
Gráfico No. 25	Cadena de Valor de Contabilidad y Administración	119
Gráfico No. 26	Cadena de Valor Genérico	120
Gráfico No. 27	Cadena de Valor Diseñada para la Empresa	123
Gráfico No. 28	Diagrama de Flujo de Procesos de Ventas	128
Gráfico No. 29	Organigrama Propuesto para la Empresa	129

INTRODUCCIÓN

La propuesta de la Evaluación de los Costos de Comercialización y su Influencia en la Rentabilidad Económica, que ayude a optimizar tiempo y recursos económicos en la empresa Muebles El Dorado, es primordial ya que ayudara a solucionar los problemas con el manejo de los inventarios de mercadería, ahorrando costos, tiempo y mejorara el movimiento de los inventarios y así tener un adecuado control de la mercadería que ingresa al bodega de la empresa.

El problema de la investigación surgió por la falta de una evaluación de los costos de comercialización para la empresa Muebles El Dorado, en el periodo 01 julio - 31 diciembre 2012, tomando en cuenta los diversos temas que se aplican en dicho proceso.

Como **objeto de estudio** este material investigado se toma en cuenta: EVALUACIÓN DE LOS COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA MUEBLES EL DORADO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI,, tomando en cuenta los objetivos que a continuación se detallan tanto en forma general como específicas; como objetivo general es el de aplicar una Evaluación de los Costos De Comercialización y la Influencia en la Rentabilidad Económica de la Empresa Muebles El Dorado de la Ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi, al Periodo 01 de Julio - 31 Diciembre 2012, como objetivos específicos: Analizar los contenidos teóricos, científicos relacionados que sustenten adecuadamente el tema propuesto. Diagnosticar los problemas que tiene la Empresa Muebles El Dorado de la Ciudad de Latacunga, al no contar con una Evaluación de los Costos de Comercialización, determinado sus fortalezas y debilidades mediante el análisis FODA. Proponer la Evaluación de los costos de Comercialización y su Influencia en la Rentabilidad Económica, que ayude a optimizar tiempo y recursos económicos de la empresa.

La información que se encuentra detallada para lograr los objetivos planteados fue recopilada a través de la aplicación de las siguientes técnicas de investigación: Encuestas y Entrevistas aplicadas a todo el personal que labora en la empresa, y proveedores de la Empresa Muebles El Dorado de la ciudad de Latacunga.

La tesis se encuentra estructurada en tres Capítulos:

Capítulo I. Presenta de forma teórica cada uno de las Categorías Fundamentales, planteadas al comienzo de la investigación como: las bases conceptuales de la Gestión Administrativa, Empresa, Contabilidad, Contabilidad de Costos, Contabilidad Gerencial, Gestión Financiera.

Capítulo II. Describe una breve caracterización de la Empresa Muebles El Dorado de la Ciudad de Latacunga Provincia de Cotopaxi, la metodología y técnicas de investigación como la observación, entrevista y encuestas que fueron utilizadas para identificar las principales falencias que dan en la empresa y el oportuno análisis e interpretación de los resultados.

Capítulo III. Contiene el desarrollo y aplicación de la cadena de valor, en teoría en valor y restricciones, luego el análisis situacional de la empresa en base al FODA y las matrices de cruce de estrategias, aplicación de flujo de efectivo Operativo proyectado a 5 semestres, en base a la información proporcionada por la empresa, aplicación de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Actual Neto (VAN), aplicación del punto de equilibrio, el cálculo total de ventas, aplicación de los ratios financieros y finalmente establecimos conclusiones y recomendaciones que ayude a la administración en la toma de decisiones acertadas.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Antecedentes Investigativos

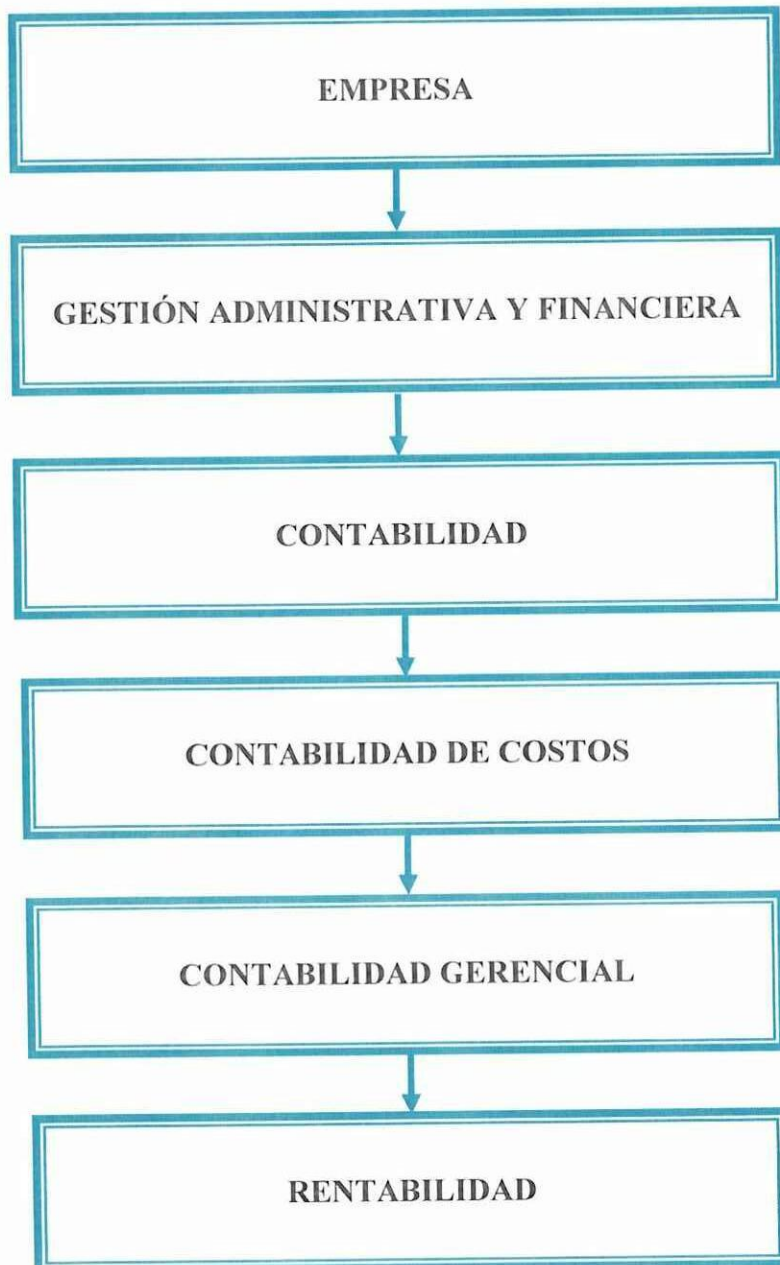
La presente investigación se ha realizado con la finalidad de identificar los costos de comercialización y mejorar los niveles de rentabilidad en la empresa “Muebles El Dorado” aplicando la evaluación de los costos de comercialización y la influencia en la rentabilidad económica.

Como antecedentes para el desarrollo de la investigación se ha tomado como referencia trabajos realizados por otros tesis que aportaron con sus conocimientos prácticos y teóricos, al tema de investigación. Según Sánchez, Ligia, en su tema de tesis Plan de Negocios para la Producción y Comercialización De Cobayos En El Cantón Salcedo, Provincia De Cotopaxi, publicada en la Universidad Técnica de Cotopaxi, año 2013,(pág.150). Manifiesta que al aplicar el Plan de Negocios para la Producción y Comercialización permite al gerente la toma de decisiones acertadas en beneficio de su empresa, determinando el precio real de los productos que fabrica y comercializa.

Según Herrera, Patricia. y Ilaquiche Blanca, en su tema de tesis “Análisis de la Rentabilidad Económica de la Hacienda la Rioja, ubicada en el sector San Vicente en la Parroquia Poaló, publicada en la Universidad técnica de Cotopaxi año 2012”(pag.166). Las tesis concluyen que al Analizar la Rentabilidad Económica, permitirá al gerente optimizar los recursos de comercialización, producción y por ende obtener información clara, correcta y oportuna para lograr una acertada toma de decisiones eficiente, efectiva y eficaz.

1.2 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Gráfico No. 1
Categorías Fundamentales



Fuente: Anteproyecto de tesis
Elaborado por: El Grupo de Tesistas

1.3 MARCO TEÓRICO

1.3.1. EMPRESA

1.3.1.1. Introducción

La empresa es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de servicios a la colectividad, las empresas siguen existiendo aunque las acciones cambien de propietarios o éstos fallezcan. Una empresa o compañía posee una serie de activos; cuando se crea una empresa hay que redactar una serie de documentos públicos en los que se definirá el objetivo, cuál es su razón social, su domicilio fiscal, los socios fundadores.

El mundo de los negocios va experimentando nuevos retos, la alta competencia que se da entre las empresas con el propósito de alcanzar mercados, mantenerse y crecer es cada vez más fuerte, a tal punto que si una empresa no está acorde a la evolución comercial, industrial y de servicios, encuentra problemas de descenso en los resultados deseados, originando inestabilidad en las actividades que realiza.

1.3.1.2 Conceptos

Según VALDIVIEZO B, Mercedes. (2005). manifiesta que “La empresa es un ente económico creada y asentada en un lugar, la misma que ofrece, vende o produce bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la colectividad, además se sirve de la ayuda de los recursos humanos y económicos, mecanismos útiles para lograr obtener utilidad”(pág.3).

Según HARGADÓN, Bernard. (2000). “La empresa es una unidad de producción, institución o agente económico asentada en un lugar determinado con fines y objetivos claramente definidos, a fin de satisfacer las necesidades del consumidor, para poder realizar su actividad estas necesitan estar acorde a los cambios tecnológicos con recursos necesarios que permitan cumplir con la actividad para la cual fue creada” (pág. 7).

Para las tesis, las empresas son creadas de acuerdo a la necesidad existente en el mercado y poseen fortalezas y debilidades innegables que permitan crear nuevas ventajas competitivas a fin de ser líderes en el mercado, quienes bajo una razón social unen sus capitales a fin de emprender una actividad económica de bienes o servicios y comercialización a cambio obtener una rentabilidad.

1.3.1.3 Importancia

La empresa presta un servicio económico, mediante el cual trata de conseguir un beneficio que remunere a lo consumido para prestar el servicio, a los esfuerzos personales realizados y al riesgo que tiene la empresa, una empresa presta un servicio porque mediante su actuación ofrece a los consumidores y a otras empresas lo que estas pueden necesitar. Este servicio económico puede estar representado por la oferta de productos, de cualquier índole que sean o por la oferta lo que son propiamente servicios

1.3.1.4 Objetivo

Los objetivos que fundamentalmente persiguen las empresas son:

- ✓ Obtener un beneficio económico como respuesta a la prestación de servicios, elaboración y creación de productos y compra- venta de artículos determinados.
- ✓ Mantener una solvencia económica y prestigio en el mercado nacional e internacional

Cumplir con las necesidades y expectativas de clientes permanentes y ocasionales.

1.3.1.5 Características

- a) Considerada como una entidad independiente de fabricación de bienes o servicios, utilizando los mejores medios productivos (labor humana y elementos materiales e inmateriales), bajo la dirección del administrador.

- b) Genera recursos económicos o servicios, mediante las gestiones encaminadas a la mejora de la vida empresarial.
- c) Contribuye con desarrollo económico, social y cultural de los ecuatorianos.

1.3.1.6 Elementos

Personas o factores activos. Son parte de la vida dinámica de la empresa.

- ✓ Los dueños del capital o socios.
- ✓ Los administradores o directivos.
- ✓ El personal o empleados.
- ✓ Bienes económicos o factores pasivos.
- ✓ Inversiones o duraderos
- ✓ Corrientes o no duraderos.

1.3.1.7 Funciones

- a) Emprende y coordina radicalmente el proceso productivo.
- b) Acepta ciertos riesgos técnico-económicos con responsabilidad y control de la compañía.

1.3.1.8 Clasificación

Existen algunos criterios para clasificar las empresas, para efectos se considera más útil las siguientes de acuerdo al criterio de las investigadoras.

1.3.1.8.1 Según la Propiedad

Empresa Privada: Su función es obtener el máximo de ganancias económicas para los socios o propietarios.

- ✓ **Empresa Pública:** Se constituye mediante resoluciones gubernamentales para prestar servicios a los ecuatorianos.

1.3.1.8.2 Según el tipo de actividad que realice la empresa

- ✓ **Empresas comerciales:** Se dedica a vender productos sin transformación alguna. Ejemplo: flores, quiosco de periódicos.
- ✓ **Empresas manufactureras:** Realizan un proceso de transformación de la materia prima en productos elaborados. Por ejemplo, una fábrica de lápices transforma materia prima como el grafito y la madera en lápices.
- ✓ **Empresas de servicios:** Brindan servicios específicos a ciertos sectores que lo necesitan. Ejemplo: Una agencia de viajes o un banco.

1.3.1.8.3 Según el Tamaño de la Empresa

- ✓ Empresas pequeñas. Desarrollan sus actividades con la participación de 1-50 trabajadores.
- ✓ Empresas medianas. Cuentan con la participación de 50-250 empleados.
- ✓ Empresas grandes. Pueden trabajar con empleados de 250 en adelante.

1.3.1.8.4 Según su Personalidad o Sujeto

- ✓ **Empresario Individual:** El propietario, es quien desarrolla las labores de administrar, trabajar y ser responsable frente a terceras personas en el desarrollo de su negocio.
- ✓ **Sociedades con Personalidad Jurídica:** Son un conjunto de personas, propietarias de una empresa formándose una persona jurídica independiente de los socios que la forman.

1.3.1.8.5 Otros Criterios

Según este criterio las empresas pueden ser:

Nuevas: Se dedican a la elaboración de productos que no se producen en el país, contribuyendo así al desarrollo económico del mismo.

Necesarias: Su esencia es la elaboración de productos que se producen en el país de manera escasa para satisfacer las necesidades del consumo nacional.

Básicas: Se refiere a aquellas industrias consideradas esenciales para actividades de importancia en el desarrollo agrario o industrial del país.

Semibásicas: Fabrican productos destinadas a compensar directamente las necesidades esenciales de la población.

Para las tesis la empresa en si es creada con el propósito de obtener rentabilidad a través de las diferentes actividades relacionadas con la producción y comercialización de bienes o servicios, para cubrir las expectativas del cliente y obtener rentabilidad que ayude al crecimiento y desarrollo de la misma, a través del grado de utilidad que va ir adquiriendo día tras día, de acuerdo a su posicionamiento en el mercado actual.

1.3.2 GESTIÓN ADMINISTRATIVA

1.3.2.1. Introducción

Es un proceso particular consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control desempeñados para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos.

El Análisis de Gestión Administrativa, como herramienta propia del proceso administrativo, incluye a la planificación como parte vital y punto de apoyo inicial para su aplicación y desarrollo, pero no constituye tampoco una etapa independiente de las otras, ya que su incidencia es notoria a lo largo de todo el proceso. Esto es un claro indicativo de que cada fase del AGAD (Análisis de Gestión Administrativa) requiere una planificación, pero a la planificación inicial, la que abarca todo el

trabajo, hay que darle mayor fuerza y amplitud para poder concebir unas bases sólidas en el examen y evaluación del mismo.

Parte fundamental de toda planificación es programar cada una de las actividades a realizar. Cabe destacar que un programa no es más que "un plan que se usa una sola vez y cubre una serie relativamente amplia de actividades de la organización y especifica los pasos más importantes, su orden y oportunidad, así como la unidad responsable de cada paso" En función a esto todas las acciones que se llevarán a cabo durante el desarrollo del AGAD (Análisis de Gestión Administrativa) deben estar contempladas en un programa de trabajo.

1.3.2.1.1 Concepto

Según HURTADO, Darío. (2008). "La gestión administrativa es una ACCIÓN HUMANA que depende de los conocimientos de las ciencias administrativas, del arte, de las habilidades personales y del liderazgo". (pág. 47).

Según TERRY George. (2007). explica que "La Gestión Administrativa es un proceso distintivo que consiste en planear, organizar, ejecutar y controlar, desempeñada para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos" (pág. 194).

Según AMARO, Raimundo (2001). Menciona que "La gestión administrativa tiene entre otras tareas esenciales la adaptación de la organización a los cambios, con el propósito de incrementar las ventajas competitivas y lograr los objetivos de cobertura y calidad. Esta gestión, que es de todos promoverá un ambiente de trabajo agradable donde la ética, el trabajo en equipo, la disciplina y el compromiso serán sus derroteros para el cumplimiento de los objetivos institucionales".(pág. 56)

Para las tesis la gestión administrativa es garantizar la disposición de determinadas capacidades y habilidades con respecto a este tema, por ejemplo, la capacidad de liderazgo, la de dirección y en especial, la capacidad de motivación que le puede proporcionar a su equipo de trabajo. Como complemento imprescindible no se puede ignorar el hecho de que en la actualidad para lograr el desarrollo de estas



capacidades mencionadas, el responsable de la gestión administrativa de cualquier entidad debe disponer de fundamentos coherentes cuando lleve a cabo la utilización de los recursos económicos, materiales y humanos para el cumplimiento de los objetivos de la misma.

1.3.2.1.2 Objetivo

Formar especialistas altamente calificadas en el trabajo corporativo e institucional en las diversas áreas de la institución, así como el dominio eficiente de las normas jurídicas en cuestión laboral, empresarial y financiero; desarrollar habilidades para el manejo adecuado del comportamiento humano y finalmente analizar los estados contables que representen el estado de salud financiera de la empresa y todos los elementos fiscales.

1.3.2.1.3 Importancia

Es importante que se tenga en cuenta que con el pasar de los años es mucha la competencia que se nos presenta por lo que siempre debemos estar informados de cómo realizarla de manera correcta. De todas formas, desde finales del siglo XIX se ha tomado la costumbre de definir a la gestión administrativa en términos de cuatro funciones que deben llevar a cabo los respectivos gerentes de una empresa: el planeamiento, la organización, la dirección y el control.

Por lo tanto diremos que la gestión administrativa en una empresa se encarga de realizar los procesos mencionados anteriormente utilizando todos los recursos que se presenten en una empresa con el fin de alcanzar aquellas metas que fueron planteadas al comienzo de la misma.

1.3.2.1.4 Elementos de la gestión Administrativa.

- ✓ Planeación
- ✓ Organización
- ✓ Dirección

✓ Control

A continuación definiremos cada uno de ellos:

- ✓ **Planeación:** Planificar implica que los gerentes piensan con antelación en sus metas y acciones, y que basan sus actos en algún método, plan o lógica y no en corazonadas. Los planes presentan los objetivos de la organización y establecen los procedimientos idóneos para alcanzarlos. Son la guía para que la organización obtenga y comprometa los recursos que se requieren para alcanzar los objetivos.
- ✓ **Organización:** Organizar es el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización, de tal manera que estos puedan alcanzar las metas de la organización.
- ✓ **Dirección:** Dirigir implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales.
- ✓ **Control:** Es el proceso para asegurar que las actividades reales se ajustan a las actividades planificadas. El gerente debe estar seguro de los actos de los miembros de la organización que la conducen hacia las metas establecidas.

1.3.2.1.5 Etapas de la Gestión Administrativa

- ✓ **Descripción:** Conocimiento global de la zona y del establecimiento (censos, encuestas, registros).
- ✓ **Análisis:** Análisis detallado de todo lo que tiene y ocurre en la empresa.
- ✓ **Diagnóstico:** Interpretación del análisis. Fortalezas y debilidades de la empresa. Generalmente estas conclusiones se obtienen de la comparación con otras empresas similares.
- ✓ **Planeamiento:** Formulación de objetivos. Planificación, Programación.
- ✓ **Ejecución y control:** Puesta en marcha del programa y control de logros en función de los objetivos establecidos.

- ✓ **Evaluación:** Evaluación final de los logros obtenidos y comparación con los objetivos y metas propuestas

1.3.2.2 GESTIÓN FINANCIERA

1.3.2.2.1 Introducción

Es un proceso de toma de decisiones que tiene como objetivo maximizar el valor de la empresa para los accionistas o dueños, a través de la correcta consecución, manejo y aplicación de los fondos que requiera la misma.

Es la disciplina que se encarga del estudio de la teoría y de su aplicación en el tiempo y en el espacio, sobre la obtención de recursos, su asignación, distribución y minimización del riesgo en las organizaciones a efectos de lograr los objetivos que satisfagan a la coalición imperiosa.

La gestión financiera es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, hallada en cualquier organización, compitiéndole los análisis, decisiones y acciones relacionadas con los medios financieros necesarios a la actividad de dicha organización. Así, la función financiera integra todas las tareas relacionadas con el logro, utilización y control de recursos financieros. Es decir, la función financiera integra: La determinación de las necesidades de recursos financieros (planteamiento de las necesidades, descripción de los recursos disponibles, previsión de los recursos liberados y cálculo de las necesidades de financiación externa).

La consecución de financiación según su forma más beneficiosa teniendo en cuenta los costes, plazos y otras condiciones contractuales, las condiciones fiscales y la estructura financiera de la empresa.

La aplicación juiciosa de los recursos financieros, incluyendo los excedentes de tesorería de manera a obtener una estructura financiera equilibrada y adecuados niveles de eficiencia y rentabilidad.

El análisis de rentabilidad económica incluyendo bien la recolección, bien el estudio de información de manera a obtener respuestas seguras sobre la situación financiera de la empresa.

El análisis con respecto a la viabilidad económica y financiera de las inversiones.

1.3.2.2 Concepto

Según el Autor NUNES, Paulo. Ciencias Económicas y Comerciales. [en línea]. Ecuador. Gestión Financiera, (2008). [ref. 04 Enero 2013]. Disponible en: <http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/gestionfinanciera.htm>; menciona el concepto y la función financiera de la gestión financiera.

Según LEÓN, Oscar. (2008). explica “Gestión Financiera trata de lograr la maximización de la riqueza de los accionistas por medio de actividades cotidianas, como la administración de créditos y los inventarios mediante decisiones a un plazo largo relacionado con la obtención de fondos” (pág.106).

Para el grupo CULTURAL S.A. (2002). “La Gestión Financiera es el conjunto de técnicas y actividades encaminadas a dotar a una empresa de la estructura idónea en función de sus necesidades mediante una adecuada planificación, elección y control, tanto en la obtención como en la utilización de los recursos financieros”. (pág. 113).

Para las tesis la Gestión Financiera hace referencia a la maximización del patrimonio de los accionistas concibiendo los aspectos de la dirección general, encaminados al direccionamiento de los recursos económicos que posee una organización o empresa, y la planificación presupuestaria de la misma, que permite el aumento del rendimiento, competitivo para lograr su incremento y desarrollo permanente a través de la gestión que garanticen obtener una rentabilidad.

1.3.2.3 Importancia

La Gestión Financiera está íntimamente relacionada con la toma de decisiones relativas al tamaño y composición de los activos, al nivel y estructura de la

financiación y a la política de dividendos enfocándose en dos factores primordiales como la maximización del beneficio y la maximización de la riqueza, para lograr estos objetivos una de las herramientas más utilizadas para que la gestión financiera sea realmente eficaz es el control de gestión, que garantiza en un alto grado la consecución de las metas fijadas por los creadores, responsables y ejecutores del plan financiero.

1.3.2.2.4 Objetivos

- ✓ Planear el crecimiento de la empresa, tanto táctica como estratégica.
- ✓ Captar los recursos necesarios para que la empresa opere en forma eficiente.
- ✓ Asignar recursos de acuerdo con los planes y necesidades de la empresa.
- ✓ Optimizar los recursos financieros.
- ✓ Minimizar la incertidumbre de la inversión.
- ✓ Maximización de las utilidades
- ✓ Maximización del Patrimonio Neto
- ✓ Maximización del Valor Actual Neto de la Empresa
- ✓ Maximización de la Creación de Valor

1.3.2.2.5 Función de la Gestión Financiera

La función financiera está integrada por:

- ✓ La determinación de las necesidades de recursos financieros.

- ✓ La adquisición del Financiamiento según la forma más ventajosa (tomando en cuenta las condiciones fiscales y la estructura financiera de la empresa).
- ✓ La utilización de recursos financieros para obtener una estructura equilibrada.
- ✓ El análisis Financiero (estudio de la información sobre la situación financiera de la empresa).
- ✓ El análisis con relación económica y financiera de las inversiones.

1.3.2.2.6 Clases de Gestión Financiera

Las clases de Gestión Financiera en los actuales momentos son las siguientes y se explica cada una de ellas.

1.3.2.2.6.1 Inversión

Es el acto mediante el cual se adquiere ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio con el objetivo de incrementarlo.

La inversión es todo desembolso de recursos financieros que aplica a la creación, renovación, ampliación o mejorar la capacidad operativa de la empresa, para adquirir insumos agrícolas de producción denominado fertilizantes, fungicidas e insumos para el campo agrícola y ganadero, la empresa utilizará permanentemente para sus cultivos y cumplimiento de su objetivo social.

1.3.2.2.6.2 Financiamiento

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trate de sumas tomadas a préstamos que complementan los recursos propios.

1.3.2.2.6.3 Toma de Decisiones

Una Decisión es una selección consiente y racional, orientada a conseguir un objetivo, que se realizan entre diversas posibilidades de actuación, antes de tomar una decisión deberían calcular cuales serán el resultado de escoger una alternativa en función de las consecuencias previsibles para cada alternativa se tomara decisión en la empresa.

Así los elementos que construyen la estructura de la decisión son los objetivos de quién decide y las restricciones para conseguirlos, las alternativas posibles y potenciales las consecuencias de cada alternativa, el escenario en el que se toma la decisión y las preferencias de quien decide.

1.3.2.2.7 Importancia de la Toma de Decisiones

La toma de decisiones es una actividad de vital importancia dentro de cualquier grupo social sea familia, empresa, organización, etc. Esta actividad por lo general es exclusiva de líder del grupo o de un alto funcionario, este personaje debe tener características y conocimientos básicos que le permitan tomar decisiones que sustenten el seguimiento de objetivos, la rentabilidad del grupo o su supervivencia.

Al examinar toda las alternativas y que la elección ha sido correcta, se considera como parte importante del proceso de planeación cuando ya se conoce una oportunidad y una meta, el núcleo de la planeación es el realmente el proceso de decisión.

1.3.2.2.7.1 Planeación Financiera

Es una técnica que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer un pronóstico y las metas económicas y financieras de una empresa, también dará a la empresa una coordinación general de funcionamiento.

Asimismo reviste gran importancia para la supervivencia de la organización y tiene tres elementos claves:

Planeación de efectivo: consiste en la elaboración del presupuesto de caja.

1.3.2.2.7.3 Planeación de Utilidades: se obtiene por medio de los estados financieros pre forma que muestran los niveles anticipados de ingreso, activos, pasivos y capital social.

1.3.2.2.7.4 Presupuestos de Caja y los Estados Financieros

Es útil para la planeación financiera interna y son parte de la información que exigen los prestamistas

1.3.2.2.8 Estados Financieros

1.3.2.2.8.1 Introducción

Los estados financieros de las empresas, se inicia con una revisión de los conceptos principales de los mismos y se enfatiza en la correcta agrupación y valuación de las partidas contables, base imprescindible para interpretar de manera adecuada un balance contable. Los estados financieros se preparan para presentar un informe periódico acerca de la situación del negocio, los progresos de la administración y los resultados obtenidos durante el periodo que se estudia, constituyendo una combinación de hechos registrados, convenciones contables y juicios personales.

El juicio personal hace referencia a las decisiones que puede tomar el administrador financiero, en cuanto a utilizar tal o cual método de depreciación, la manera de valorizar los inventarios, amortizar el activo diferido en un tiempo más corto o más largo, entre otros aspectos. Todo esto en concordancia con los objetivos que persiga la empresa o según los requerimientos particulares y específicos que obedezcan a una situación coyuntural propia de cada negocio.

1.3.2.2.8.2 Clasificación

Los estados financieros se clasifican en:

Dentro de la estructura contable de la empresa el Estado de Situación Financiera constituye el documento económico financiero por excelencia, el cual debe reflejar fielmente la situación estática de la entidad en un momento determinado.

Periódicamente las empresas preparan balances donde sencillamente indican lo que poseen en bienes, derechos, lo que deben y el monto de su patrimonio, o sea, de sus recursos propios con el objetivo de sintetizar donde se encuentran invertidos los valores de la empresa (activo) y el origen y la fuente de donde provienen esos valores (pasivo y capital).

1.3.2.2.8.2.2 Estado de Resultado

También conocido como Estado de Resultados o por Estado de Ingresos y Gastos a diferencia del Estado de Situación Financiera, muestra los resultados de un período, por lo tanto es un documento dinámico, se basa en que una empresa obtiene ingresos por los productos o servicios que vende, pero por otra parte gasta dinero para poder venderlos. La diferencia entre sus ingresos y sus gastos genera un resultado que puede ser positivo (utilidades) o negativo (pérdida).

Para evaluar el futuro, con frecuencia se emplea el Estado de Resultados, ya que los resultados obtenidos son una buena base como indicadores si es comparativo el Estado de Ingresos y Gastos reflejará las tendencias de las operaciones de un período a otro y para el usuario será de ayuda máxima como elemento de juicio, si se presenta comparado con cifras de períodos anteriores y/o cifras presupuestadas, será de mayor utilidad, pues al determinar las variaciones se logra conocer las deficiencias o mejorías realizadas.

El resultado es un enlace entre el Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados, ya que la utilidad neta o la pérdida pasarán al balance incrementando, disminuyendo el patrimonio.

1.3.2.2.8.2.3 Estado de cambios en el patrimonio

Mide la variación del patrimonio originado por las transacciones comerciales realizadas por la empresa entre el principio y el final del periodo contable.

Muestra en forma detallada los aportes de los socios y la distribución de las utilidades obtenidas en un periodo, además de la aplicación de las ganancias retenidas en periodos anteriores.

1.3.2.2.8.2.4 Estado de Flujo de Efectivo

El estado de flujo de efectivo es otro de los instrumentos financieros muy importantes para el administrador financiero, una vez que se analizo el estado de cambios en la posición financiera, el método para elaborar el estado de flujo de efectivo, presenta un procedimiento similar, radicando su diferencia en que la variación del capital de trabajo neto ahora se constituye en la variación del rubro efectivo e inversiones temporales entre los dos balances de situación, en tanto que los orígenes y aplicaciones de fondos se esquematizan en tres aéreas denominadas:

1.3.3 CONTABILIDAD

1.3.3.1 Introducción

La Contabilidad es un proceso mediante el cual se identifica, mide, registra y comunica la información económica de una organización o empresa, con el fin de que los gestores puedan evaluar la situación de la entidad, y obtener la información financiera relevante, cuando se lleva a cabo una contabilidad, se suele utilizar un sistema simple mediante el cual se van registrando los ingresos y gastos incurridos durante el periodo contable, se constituye en una herramienta imprescindible en la ejecución de sus actividades que su vez garantiza la buena marcha empresarial, mediante anotaciones, cálculos y estados numéricos que se llevan en una organización para registrar y controlar los valores patrimoniales de la misma.



1.3.3.2 Concepto

Según BRAVO VALDIVIESO, Mercedes. (2005). Contabilidad General señala que “la contabilidad permite obtener información útil sobre las operaciones de las empresas dedicadas a diferentes actividades” (pág. 2).

Según ZAPATA, Pedro. (2008). “La Contabilidad es un elemento del sistema de información de un ente, que proporciona datos sobre su patrimonio y su evolución, destinados a facilitar las decisiones de sus administradores y de los terceros que interactúan con él en cuanto se refiere a su relación actual o potencial con el mismo” (pág. 7).

Según LÓPEZ, José. (2004). “La Contabilidad es el conjunto de técnicas y procedimientos basados en principios, normas y reglas para el registro, clasificación y control de las operaciones de una empresa, orientado a proporcionar información financiera para la toma de decisiones” (pág. 47).

Para las tesis la Contabilidad es una ciencia cronológica que permite registrar en forma ordenada las actividades que realiza la empresa, con el fin de proporcionar información sobre la realidad económica a través de métodos e instrumentos, que le permita ser utilizada para uso interno y externo, de manera que cumpla con los objetivos para los cuales fue creada

1.3.3.3 Importancia

En la práctica cotidiana de las empresas o negocios es sumamente importante tener un control eficiente, que permita, por una parte, analizar y revisar las operaciones contables y por otra dar la confianza necesaria a los dueños o socios de la empresa, a los clientes y a los acreedores. Es allí donde radica la importancia de la contabilidad por las razones siguientes:

Es un método que se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones mercantiles de un negocio con el fin de interpretar sus resultados. Por consiguiente,

los gerentes o directores a través de la contabilidad podrán orientarse sobre el curso que siguen sus negocios mediante datos contables y estadísticos.

Estos datos permiten conocer la estabilidad y solvencia de la empresa, la corriente de cobros y pagos, las tendencias de las ventas, costos y gastos generales de manera que se pueda conocer la capacidad financiera de la empresa en un momento oportuno que el gerente lo necesite conocer de forma inmediata para realizar una inversión ya sea a largo o corto plazo según la necesidad presentada.

1.3.3.4 Objetivos

Permite identificar la situación financiera de la empresa bajo un enfoque realista y técnico, considerando todos los elementos necesarios para la presentación de cada valor monetario en cada cuenta que se presenta en los Estados Financieros en base a:

- ✓ Conocer los costos reales de sus productos o de cada uno de sus procesos internos donde se generan esos costos lo que permite que se puedan establecer valores de venta de los productos, ajustar sus gastos operativos, de ventas, de mano de obra, para lograr una administración más eficiente de sus recursos y aumentar su nivel de productividad y competitividad.
- ✓ Hacer la revisión a los estados financieros de la empresa (Auditoría), para conocer factores de aplicación correcta, de principios de contabilidad generalmente aceptados, normas internacionales de información contable, el correcto uso, aplicación y manejo de los recursos humanos y económicos de la empresa, permitiendo de esa manera un correcto control interno evitando pérdidas en los procesos internos y la detección de posibles fraudes que puedan ocasionar déficit en la empresa.
- ✓ Innovar planes para el futuro, para proponernos objetivos y metas concretas en función de desarrollar cada vez más la empresa, buscando elevar los niveles de competitividad y la obtención de mayores utilidades buscando siempre la responsabilidad social empresarial que hoy es algo fundamental para el desarrollo empresarial.

- ✓ Conocer la historia completa del quehacer de la empresa en cada una de sus actividades desarrolladas, y permite a sus dueños realizar planes para el futuro en función de cumplir sus metas y objetivos.

1.3.3.5 Características

Es un método que se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones mercantiles de un negocio con el fin de interpretar sus resultados. Por consiguiente, los gerentes o directores a través de la contabilidad podrán orientarse sobre el curso que siguen sus negocios mediante datos contables y estadísticos. Estos datos permiten conocer la estabilidad y solvencia de la compañía, la corriente de cobros y pagos, las tendencias de las ventas, costos y gastos generales de manera que se pueda conocer la capacidad financiera de la empresa.

Eso genera la confianza necesaria para que los dueños, inversionistas, acreedores, clientes y el público en general, valoren a la empresa en su accionar interno, su productividad o capacidad de generación de ingresos y utilidades y su posicionamiento económico y social en su accionar operativo.

1.3.3.6 Funciones de la Contabilidad

- ✓ **Función Histórica:** Se manifiestan por el registro cronológico de los hechos que van apareciendo en la vida de la empresa.
- ✓ **Función estadística:** Es el reflejo de los hechos económicos, en cantidades que dan una visión real de la forma como queda afectada por ellos la situación del negocio.
- ✓ **Función económica:** Estudia el proceso que se sigue para la obtención del producto.
- ✓ **Función financiera:** Analiza la obtención de los recursos monetarios para hacer frente a los compromisos de la empresa.

- ✓ **Función fiscal:** Es saber cómo afectan a la empresa las disposiciones fiscales mediante las cuales se fijan la contribución por impuestos.
- ✓ **Función legal:** Conocer los artículos del Código de Comercio, Ley de Régimen Tributario Interno, Ley de Compañías y otras leyes que puedan afectar a la empresa, para que la contabilidad refleje de manera legal el contenido jurídico de sus actividades.

1.3.3.7 Clasificación de la Contabilidad

Contabilidad General: Es aquella que se dedica a la compra y venta de mercadería registrando todas las operaciones que realiza, proporcionando información sobre la situación económica de la empresa.

Contabilidad de Costos: Es un sistema ordenado que se sustenta en los principios de Contabilidad General y tiene por finalidad registrar la producción y venta, así como planear y medir la ejecución de un trabajo determinando el costo de los productos terminados.

Contabilidad Bancaria: Es aquella que registra todas las operaciones de cuentas en depósitos o retiros de dinero que realizan los clientes en las entidades bancarias, así como el registro de créditos, giros tanto al interior o exterior y otros servicios bancarios.

Contabilidad Gubernamental: Es aquella que registra todas las operaciones financieras que realizan las entidades y organismos del sector público.

Contabilidad Servicios Se aplica a las empresas que ofrecen servicios como parte de su transacción.

Contabilidad Agropecuaria: Es una rama de la contabilidad de costos, es importante conocer el costo de producir, un quintal de trigo, un litro de leche.

1.3.4 CONTABILIDAD DE COSTOS

1.3.4.1 Introducción

La Contabilidad de Costos constituye un sistema de registros de todas las transacciones financieras relacionadas con el proceso productivo, comercialización y fabricación de bienes u obtención de servicios, con el propósito de controlar el uso de los componentes de un producto terminado, para periódicamente informar sobre sus costos totales y unitarios y la evolución que estos han tenido durante cierto periodo de tiempo, con base en dicha información, tomar decisiones adecuadas con la planeación y el control de los mismos.

1.3.4.2 Concepto

Según ZAPATA S, Pedro. (2007). menciona que “La Contabilidad de Costos es la técnica especializada de la Contabilidad que utiliza métodos y procedimientos apropiados para registrar, resumir e interpretar las operaciones relacionadas con los costos que requieren para elaborar un artículo, prestar un servicio, o los procesos y actividades que fueran inherentes a su producción”(pág. 19).

Según SARMIENTO, Rubén. (2005). “La Contabilidad de Costos es una rama especializada de la Contabilidad General, con procedimientos y principios contables aplicados a la producción para llegar a determinar el costo de un artículo terminado” (pág. 12).

Según RAMÍREZ, David. (2005). “La Contabilidad de Costos es un sistema de información que clasifica, acumula, controla y asigna los costos para determinar los costos de actividades, procesos y productos y con ello facilitar la toma de decisiones, la planeación y el control administrativo” (pág. 35).

Para las tesis la Contabilidad de Costos es una herramienta que permite analizar los costos de Materia Prima, Mano de Obra y Costos Indirectos de Fabricación, para conocer con exactitud cuánto nos cuesta producir un producto o servicio y a la vez verificar el grado de rentabilidad que se obtendrá al vender las mismas, el mismo que

constituyen todos los egresos de dinero, bienes y servicios destinados a la fabricación de un producto, sean que se integren directamente o indirectamente al mismo tiempo de realizar la comercialización de los productos.

1.3.4.3 Importancia

Permite determinar el costo de los inventarios de producto fabricado tanto unitario como global, con miras a la presentación del Balance, de los productos vendidos, con el fin de poder calcular la utilidad o pérdida en el periodo respectivo y poder presentar en el Estado de Rentas y Gastos, para la gerencia es una herramienta útil para la planeación y el control de los costos de comercialización para la toma de decisiones el mismo que permitirá al administrador el proceso de mejoramiento continuo, eliminando las actividades o procesos que no generan valor.

1.3.4.4 Objetivos

El objetivo de la Contabilidad de Costos nos ayudan a:

- ✓ Reunir información específica para analizar las estrategias que se van a tomar frente a una competencia para de esta manera mejorara las actividades o procesos que se realizan en la producción de un determinado producto.
- ✓ Determinar el costo de los inventarios de productos fabricados tanto unitario como global, con miras a la presentación del Balance General.
- ✓ Determinar el costo de los productos vendidos con el fin de poder calcular la utilidad o pérdida en el periodo respectivo y poder prepara el Estado de Rentas y Gastos.
- ✓ Dotar a la gerencia de una herramienta útil para la planeación y el control sistemático de los costos de comercialización.
- ✓ Servir de fuente de información de costo para estudios económicos y decisiones especiales relacionados principalmente con inversiones de capital a largo plazo, fijación de precios de venta.

1.3.4.5 Propósitos de la Contabilidad de Costos

- ✓ Establecer el costo unitario y total de los inventarios de productos en proceso, terminados y materiales e insumos.
- ✓ Determinar el costo de los productos vendidos, a fin de calcular la pérdida o ganancia la misma que será presentado en el estado de resultados.
- ✓ Emitir la información confiable a los directivos y ejecutivos para planificar y controlar los costos de producción.
- ✓ Guiar la toma de decisiones, cuando se deben mantener o desechar ciertas líneas de producción, aceptar o no nuevos pedidos, comprar nuevas maquinarias, etc.
- ✓ Controlar el uso de los elementos del costo, optimizar las utilidades y evitar los desperdicios citados.
- ✓ Ubicar las áreas, procesos, actividades y aspectos que ponderan el producto o impiden obtenerlo de manera económica y oportuna, identificando sus causas y efectos de corto y largo plazo.

1.3.4.6 Los Registros de la Entrada Original

Los registros de entrada constituyen los primeros registros de todos los comprobantes que son frutos de las diferentes transacciones comerciales que ha realizado el vendedor.

Estos registros estarán diseñados de acuerdo a las necesidades de la empresa y a la naturaleza de las mismas, la utilización de ciertos registros agrupan a las empresas de acuerdo con el género del negocio y a que se dedica.

Los registros de entrada son los siguientes:

- ✓ **Orden de Compra:** Es una solicitud escrita enviada a un proveedor. La orden de compra se envía cuando se ha convenido un precio, especificaciones de los

términos de pagos y entrega, la orden de compra autoriza al proveedor a entregar los materiales o suministros o mercadería de bienes muebles y a emitir la factura.

- ✓ **Orden de Requisición:** Sirve para hacer pedidos de materiales para producción, en ella se identifica la clase de artículo que se aplicaran los materiales y se hará un detalle de cada unidad, cantidad, precio unitario, precio total, así como las firmas autorizadas.
- ✓ **Orden de Producción:** Aquí se identifica el producir el costo total y unitario, la fecha del pedido y la fecha de entrega.

1.3.4.7 Costo

El costo son todos los desembolsos realizados por parte de la empresa, ya sea de dinero, bienes o servicios destinados para la fabricación de bienes, servicios o comercialización de un producto, que posteriormente serán destinados para la venta el mismo que generara una utilidad, los costos representan inversiones de dinero que sirven para la compra de recursos necesarios para producir algún bien o servicio.

1.3.4.8 Elementos del Costo

Los elementos del costo son:

- ✓ **Materia Prima.** Las materias primas representan los materiales que son utilizados en el proceso de transformación de productos terminados. La materia prima se suele clasificar en materia prima directa e indirecta.
- ✓ **Mano de Obra.** La mano de obra representa el esfuerzo del trabajo humano que se aplica en la elaboración del producto. La mano de obra, así como la materia prima, se clasifica en mano de obra directa e indirecta.
- ✓ **Costos Indirectos.** Los costos indirectos comprenden todos los costos asociados con la fabricación de los productos, con la excepción de la materia prima directa y la mano de obra directa. En este elemento se incluyen los materiales indirectos, la mano de obra indirecta y los sacrificios de valor que surgen por la utilización de la

capacidad instalada, llamados costos generales de fabricación. Por ejemplo: suministros, servicios públicos, impuesto predial, seguros, depreciaciones, mantenimientos y todos aquellos costos relacionados con la operación de manufactura.

1.3.4.9 Gasto

Es un desembolso monetario no recuperable, pero destinado a conseguir rentas como consecuencia de dicha erogación. El gasto comprende todos los costos expirados que pueden deducirse de los ingresos. En un sentido más limitado, la palabra gasto se refiere a gastos de operación, de ventas o administrativos.

1.3.4.10 Clases Gastos

- ✓ **Gastos Administrativo:** Son aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción.

Los salarios de los altos ejecutivos y los costes de los servicios generales (tales como contabilidad, contratación y relaciones laborales) se incluyen en esta rúbrica. Los gastos administrativos se relacionan con la organización en su conjunto, frente a los gastos relacionados con los distintos departamentos.

- ✓ **Gastos Financieros:** Son los gastos que reflejan el costo de capital o el costo que representa para la empresa financiarse con terceros. Son el costo de los pasivos, es decir de las deudas que tiene la empresa. El más importante es el interés que se paga sobre las deudas con bancos o con terceros, también las comisiones que se pagan cuando se formalizan préstamos, algunos servicios bancarios que tienen que ver con financiamiento, etc.

Hay diferencias de criterio sobre cómo se registran, por ejemplo, las comisiones por tarjetas de crédito, yo prefiero registrarlas con débitos en las cuentas de ventas, tal como los descuentos sobre ventas. En Gastos Financieros también se registra el

costo por diferencial cambiario de las deudas que son en moneda extranjera, cuando esos tipos de cambio suben y hay pérdidas.

- ✓ **Gastos de Venta:** Son originados por las ventas que se hacen ejemplo: comisiones a agentes, gastos de viajes, costo muestrarios y exposiciones, gasto de publicidad, servicios de correo, teléfono y telégrafo del área de ventas.

1.3.4.11 Diferencia entre Costo y Gasto

Las empresas industriales tienen tres funciones como son: producción, ventas y administración pues en estas realiza desembolsos como la compra de materiales, pago de salarios, publicidad, arriendo y otros recibiendo el nombre de costo de producción, gastos administrativos y gastos de ventas.

- ✓ La diferencia radica en que los costos son desembolsos que fueron necesarios realizar en la producción, y esto se capitaliza al inventario de productos terminados hasta tanto sean vendidos.
- ✓ Los gastos en cambio son desembolsos que no se capitalizan, pero permiten realizar las actividades de la empresa, pues como su nombre lo indica si gasta en el periodo en el que fueron incurridos y aparecen en el estado de resultados.

1.3.4.12 Clasificación de los Costos y Gastos

1. De acuerdo con la función en la que se incurren:

- a) **Costos de Producción:** Son los que se genera en el proceso de transformar la materia prima en un producto terminado.
 - ✓ Materia Prima
 - ✓ Costos de Mano de Obra
 - ✓ Costos Indirectos de Fabricación



b) **Costos de distribución o Venta:** Son los que incurren en el área que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el último consumidor.

- ✓ Sueldos y cargas sociales del personal del área comercial.
- ✓ Comisiones sobre ventas.
- ✓ Fletes, hasta el lugar de destino de la mercadería.
- ✓ Seguros por el transporte de mercadería.
- ✓ Promoción y Publicidad

c) **Costos de Administración:** Son los que se origina en el área administrativa.

- ✓ Sueldos y cargas sociales del personal del área administrativa.
- ✓ Servicios públicos correspondientes al área administrativa.
- ✓ Alquiler de oficinas.
- ✓ Papelería e insumos propios de administración.

Esta clasificación tiene por agrupar los costos por funciones, lo cual permitirá realizar un análisis con mayor facilidad.

d) **Costos de Financiamiento:** Se originan por el uso de recursos ajenos que permiten financiar el crecimiento y desarrollo de las empresas.

- ✓ Intereses pagados por préstamos
- ✓ Comisión y otros gastos bancarios.
- ✓ Impuestos derivados de las transacciones financieras.

2. De Acuerdo con su identificación con una actividad, departamento o producto

- ✓ **Costos Directos:** Son los que se identifican directamente con una actividad, departamento o producto.
- ✓ **Costo Indirecto:** Es el que no se puede identificar con una actividad determinada.

3. De acuerdo con el Tiempo en que fueron calculados

- ✓ **Costos Históricos:** Son los que se produjeron en un determinado periodo. los costos de los productos vendidos o los costos de los que se encuentran en proceso, estos son de gran ayuda para predecir el comportamiento de los costos predeterminados.
- ✓ **Costos Predeterminados:** Son los que se estima con base estadística y se utilizan para elaborar presupuestos.

4. De acuerdo con el tiempo que se cargan o se enfrentan a los ingresos

- ✓ **Costos de Periodo:** Son los que se identifican con los intervalos de tiempo y con los productos o servicios.

Alquiler de las oficinas de la empresa cuyo costo se lleva en el periodo en que se utilizan las oficinas, al margen de cuando se venden los productos.

- ✓ **Costos del producto:** Son los que se llevan contra los ingresos únicamente cuando han contribuido a generarlos en forma directa; es decir son los costos de los productos que se han vendido, sin importar el tipo de venta, de tal suerte que los costos que no contribuyen a generar ingresos en un periodo determinado quedaran inventariados.

5. De Acuerdo con el Control que se tenga sobre la Ocurrencia de un Costo

- ✓ **Costos Controlables:** Son aquellos sobre los cuales una persona, de determinado nivel, tiene autoridad para realizarlos o no.

- ✓ **Costos no Controlables:** En algunas ocasiones no se tiene autoridad sobre los costos en que se incurre; tal es el caso de la depreciación del equipo para el supervisor, ya que la decisión fue tomada por la alta gerencia.

6. De acuerdo con su comportamiento

- ✓ **Costos Variables:** Son los que cambian o fluctúan en relación directa con un actividad o volumen dado, la actividad de refiere a la producción o venta, la materia prima cambia de acuerdo con la función de producción. y las comisiones de acuerdo a las ventas.
- ✓ **Costos Fijos:** Son los que permanecen constante durante un rango relevante de tiempo o actividad, sin importar si cambia el volumen, como será el caso de los sueldos, la depreciación en línea recta y el alquiler de un edificio.
- ✓ **Costos fijos Discrecionales:** Son susceptibles de ser modificados como por ejemplo sueldos y salarios.
- ✓ **Costos fijos Comprometidos:** Son los que aceptan ser modificados por lo cual también son llamados costos sumergidos, aquí entraría la depreciación de la maquinaria y contratos a largo plazo de arrendamiento.
- ✓ **Costos Semivariabes:** También conocidos como semifijos o mixtos estos costos tiene como característica que están integrados por una parte fija y una variable, ejemplo, electricidad y teléfono, que cobran una cuota fija por servicio más un costo variable por uso del servicio.

7. De acuerdo con su Importancia

- ✓ **Costos Relevantes:** Son aquellos que se modifican o cambian y se los conoce como costos diferenciales, cuando se produce la demanda de un pedido especial y existe capacidad ociosa, en este caso los únicos costos que cambian, si se acepta el pedido, son los de materia prima, energéticos, fletes.

- ✓ **Costos Irrelevantes:** Son aquellos que permanecen inmutables, sin importar el curso de acción elegido.

8. De acuerdo con el tipo de sacrificio en que se ha incurrido

- ✓ **Costos desembolsables:** Son aquellos que implicaron una salida de efectivo, lo cual permite que puedan registrarse en la información generada por la contabilidad.
- ✓ **Costos de Oportunidad:** Es aquel que origina al tomar una determinación que provoca la renuencia a otro tipo de alternativa que pudiera ser considerada a llevar a cabo la decisión, ejemplo. Costos de Oportunidad.
- ✓ **Costos Virtuales:** Costos que impactan a la utilidad durante un periodo contable pero que no implican una salida de efectivo, ejemplo. Depreciación o pérdidas Cambiarias.

9. De acuerdo con el cambio originado por un aumento o disminución de la actividad

- ✓ **Costos Diferenciales:** Son los aumentos o disminuciones del costo total, un cambio en los niveles de inventario.
- ✓ **Costos Sumergidos:** Son aquellos que independientemente del curso de acción que se elija, no se verán alterados, van a permanecer inmutables ante cualquier cambio.

10. De acuerdo con la relación en la disminución de actividad

- ✓ **Costos Evitables:** Son aquellos plenamente identificados con un producto o departamento, de modo que si se elimina el producto o departamento, dicho costo se suprime, ejemplo material directo de una línea que será eliminada del mercado.
- ✓ **Costos Inevitables:** Son aquellos que no se suprimen, aunque el departamento sea eliminado de la empresa.

11. De acuerdo con su impacto en la calidad

- ✓ **Costos por faltas Internas:** Son los que se podrían ser evitados si no existiera defectos en el producto antes de ser entregado.
- ✓ **Costos por faltas Externas:** Son los costos que podrían ser evitados si no tuvieran defectos los productos o servicios, estos costos surgen cuando los defectos se detectan después de que el producto es entregado al cliente.
- ✓ **Costos de Evaluación:** Son aquellos que se incurren para determinar si los productos o servicios cumplen con los requerimientos y especificaciones.
- ✓ **Costos de Prevención:** Son los costos que se incurren antes de iniciar el proceso con el fin de minimizar los costos de productos defectuosos.

1.3.4.13 Métodos de Valoración

Los métodos más utilizados para la evaluación de los inventarios de mercadería son los siguientes:

- ✓ **Promedio Ponderado:** Este método consiste en obtener un precio unitario promedio de cada uno de los movimientos que se registre en la tarjeta de control de materiales, este costo promedio se calcula dividiendo el valor para la cantidad, este cálculo da como resultado el costo promedio ponderado de cada una de las unidades de materiales disponibles para utilizar en la producción.
- ✓ **Peps o Fifo:** Este método tiene por condición las primeras mercaderías que ingresa, son las primeras en salir, las salidas de computan de mayor a menor antigüedad, aumenta en general el valor de las existencias finales y también las cifras de los resultados del periodo, además presenta una imagen actualizada del patrimonio, pues los valores se presentan los materiales son las entradas más recientes.
- ✓ **Ueps o Lifo:** Consiste en dar salida a los materiales considerando el precio de la última entrada, para luego ir liquidado las anteriores en forma retroactiva, las

salidas se computan de menor a mayor antigüedad, además reduce el valor de las existencias finales, puesto que aparecen valoradas a los precios de las entradas más antiguas, así mismo la cuantía de los resultados es mayor, el patrimonio estará por lo tanto menos actualizado.

- ✓ **Precio de Compra o Mercado:** En este método es el último precio de compra o adquisición, será fijado para las existencias a un costo estimado al precio de mercado al momento en que se realiza la venta; bajo la premisa que ese mismo momento de la venta se tendría que reponer las materias primas, a ese mismo precio, en función del último precio de compra, se deberá considerar para este método todos los costos – gastos adicionales que se incurre en la materia hasta cuando este en el lugar requerido.

1.3.4.14 Ventajas de los Métodos de Valoración

- ✓ Facilita ejercer un control adecuado sobre la bodega y los que están a cargo.
- ✓ Nunca se corre el riesgo de quedar la bodega – departamento de producción en desabastecimiento o exceso de stock porque se controla las existencias con cantidades máximas, mínimas y críticas.
- ✓ El saldo final de materiales – mercaderías se establece contable.
- ✓ Fácilmente y en cualquier momento se puede conocer los resultados obtenidos en la actividad de entrega compra – venta.
- ✓ Se utiliza un solo método de valoración para cualquier número de materiales, por lo menos durante el periodo contable.

1.3.4.15 Tarjeta Kárdex

El Kárdex es un documento que nos sirve para llevar el control de inventarios sea de productos o materiales dentro de una empresa, compañía, industria, además se conoce como Kárdex las tarjetas utilizadas para el control de entradas y salidas de material o

productos en una empresa, con esto podemos conocer las existencias que hay como saldo de los productos.

1.3.4.16 Límites de Existencia de la Tarjeta Kárdex

Para el control de los niveles de existencias de materiales, existen tres: Existencia máxima, Existencia mínima, Existencia crítica.

1.3.4.16.1 Existencias Máximas: Es la cantidad máxima que económicamente puede mantenerse en stock de cada material, para evitar posibles desabastecimientos de los suministros. Se determina a través del consumo máximo y el tiempo de reposición; se utiliza la siguiente fórmula.

Existencias Máximas = Consumo mensual máximo / 30 días * tiempo máximo de reemplazo.

Para aplicar la fórmula, es necesario conocer las incógnitas que se presentan y estas son:

- 1. Consumo Mensual Máximo:** Se lo obtiene en base a una media aritmética del periodo mensual, cuando la producción y por ende el consumo de materiales ha llegado a sus niveles máximos de utilización.
- 2. Tiempo Máximo De Reemplazo:** Para establecer el tiempo máximo de reposición de materiales se debe considerar en que mercados son comprados, en el medio interno o externo y el tiempo que se utiliza para que los materiales se encuentren en la bodega de la fábrica, disponibles para la producción.

1.3.4.16.2 Existencia Mínimas: Es el nivel mínimo de stock que debe permanecer en existencias para que los procesos productivos no se interrumpan. Se lo calcula considerando los consumos mínimos periódicos y el tiempo de reposición.

Existencias Mínima = Consumo mensual mínimo / 30 días * tiempo mínimo de reemplazo.

1.3.4.16.3 Existencia Críticas: Es el nivel más bajo al que puede llegar el stock de materiales en el caso de que fallen los abastecimientos normales de los proveedores, si se llega a este nivel es necesario activar mecanismos extraordinarios de adquisición de materiales, para que la fábrica no se paralice en su actividad productiva.

Para calcular las existencias críticas se establece el stock indispensable para cubrir la producción correspondiente al tiempo que pueda demorarse el abastecimiento de los materiales, utilizando procedimientos extraordinarios y costos.

**Gráfico No. 2
Tarjeta Kárdex**

MUEBLES DE COMEDOR EMPRESA MUEBLES EL DORADO TARJETA KARDEX										
Código: 1169							Máximo:			
Artículos: COMEDOR 8 SILLAS NORMAL							Mínimo:		1	
Método: PROMEDIO PONDERADO										
Fecha	Detalle	Entradas			Salidas			Existencias		
		Cant.	V.Unitario	V.Total	Cant.	V.Unitario	V.Total	Cant.	V.Unitario	V.Total
01/07/2012	Inventario Inicial	0	0	0	0	0	0	2	219,88	439,76
01/07/2012	COMPRA S/F 3978 HUGO CHANGO	5	225	1125	0	0	0	7	223,54	1564,76
05/07/2012	venta s/f 12258	0	0	0	1	220,99	220,99	6	223,96	1343,77
28/07/2012	VENTA S/F 12266	0	0	0	1	220,99	220,99	5	224,56	1122,78
03/08/2012	VENTA S/F 12704	0	0	0	1	224,56	224,56	4	224,56	898,224
05/08/2012	VENTA S/F 12712	0	0	0	1	224,56	224,56	3	224,56	673,67
08/08/2012	VENTA S/F 12729	0	0	0	1	224,56	224,56	2	224,56	449,11
01/09/2012	COMPRA S/F 9816 HUGO CHANGO	5	225	1125	0	0	0	7	224,87	1574,112
03/09/2012	VENTA S/F 12818	0	0	0	1	224,87	224,87	6	224,87	1349,24
11/09/2012	VENTA S/F 12823	0	0	0	1	224,87	224,87	5	224,87	1124,37
01/10/2012	COMPRA S/F 9828 HUGO CHANGO	5	225	1125	0	0,00	0,00	10	224,94	2249,37
26/10/2012	VENTA S/F 13342	0	0	0	1	224,94	224,94	9	224,94	2024,43
08/11/2012	VENTA S/F 13452	0	0	0	1	224,94	224,94	8	224,94	1799,49
28/11/2012	VENTA S/F 13667	0	0	0	1	224,94	224,94	7	224,94	1574,56
04/12/2012	VENTA S/F 13712	0	0	0	1	224,94	224,94	6	261,43	1568,56
07/12/2012	VENTA S/F 13717	0	0	0	1	261,43	261,43	5	261,43	1307,13

Fuente: Empresa Muebles El Dorado

Elaborador por: Grupo de Tesistas

1.3.4.17 Tratamiento de la Cuenta Mercaderías

La mercadería son bienes materiales que el empresario industrial o comerciante destinan para la venta, con el afán de satisfacer las diversas necesidades de la sociedad y obtener una ganancia.

1.3.4.18 Sistema de Registro de la Cuenta Mercadería

Los sistemas de registro y controles de mercadería aceptados y vigentes son:

1.3.4.18.1 Sistema de Inventario Permanente: El sistema de inventario permanente Mercadería mediante la utilización de tarjetas kardex, las mismas que permiten conocer el valor y la existencia física de mercadería en forma permanente.

1.3.4.18.2 Cuentas que Intervienen

Este sistema controla el movimiento de la cuenta mercadería a través de las siguientes cuentas.

- ✓ Inventario de Mercadería
- ✓ Ventas
- ✓ Costo de Ventas
- ✓ Utilidad en Ventas o Perdida en Ventas

1.3.5 CONTABILIDAD GERENCIAL

1.3.5.1 Introducción

La gerencia de una empresa puede establecer las reglas que desee para recoger la información contable de uso interno, así aunque las reglas de la Contabilidad Financiera se apliquen a todas las empresas, las reglas de la Contabilidad Gerencial se dictan y se aplican de acuerdo con las necesidades de una empresa determinada, puesto que el entorno en el que se desenvuelve la entidad obliga a que se considere a la información como una base fundamental en la toma de decisiones

Sin embargo, hay cierta similitud en la Contabilidad Gerencial de la mayoría de las empresas. Es obvio que se consigue una economía utilizando la información que brinda la Contabilidad Financiera para los fines de la Contabilidad Gerencial en aquellos casos de que esto sea posible. Con ello se evita preparar dos sistemas diferentes para obtener ambos propósitos.

1.3.5.2 Concepto

Según, CAMPAÑA IZURIETA, Fernando Vinicio. (2005) Costo y Toma de Decisiones, Riobamba, "manifiesta que La Contabilidad Gerencial es una herramienta de mejoramiento del costo de los productos, buscando alternativas más acordes a la realidad actual para distribuir los costos a los productos mediante el empleo de parámetros cual permite una adecuada toma de decisiones"(pág.11).

Según CASTELLO, Taliani Emma. (2003). El Sistema de Costos por Actividad " menciona que la Contabilidad Gerencial se presenta como una herramienta útil de análisis del costo y seguimiento de las actividades, factores relevantes para el desarrollo y resultado final de la gestión empresarial, puesto que la localización de los mercados y las exigencias de los clientes obligan a la organización a disponer de la información necesaria para hacer frente a las decisiones coyunturales"(pág. 58).

Para las tésistas la Contabilidad Gerencial permite obtener información a tiempo, para que sea utilizada como una herramienta administrativa en la planificación y control de las actividades, esto permite medir el costo y desempeño de las actividades, recursos y objetos de costo. Los recursos son primeramente asignados a las actividades, luego las actividades son asignadas a los objetos de costo, según su uso, se encarga de obtener información resumida sobre costos y gastos, mediante una adecuada identificación de actividades, puesto que su objetivo primordial es proporcionar a la gerencia una ayuda para la toma de decisiones en el momento oportuno.

1.3.5.3 Importancia

La alta competencia que se da entre las empresas comercializadoras con el propósito de alcanzar mercados, mantenerse y crecer es fuerte y agresiva a tal punto que si una empresa no está acorde a la evolución comercial, industrial y de servicios se verá en problemas de decrecer en sus resultados y posiblemente desaparecer.

Las empresas necesitan acoplarse a los nuevos cambios tecnológicos, contables que se presentan, por lo que se hace primordial la aplicación de la contabilidad gerencial



como una herramienta administrativa que le proporcione información a tiempo y en base a ello, adopte estrategias que le permita contar con ventajas competitivas a nivel nacional e internacional las mismas que accedan al cumplimiento de metas y objetivos planteados.

1.3.5.4 Objetivos

Los principales objetivos de la contabilidad Gerencial son:

- ✓ Entregar a los altos ejecutivos de la empresa la información como herramienta necesaria para una correcta y acertada toma de decisiones que le permitan lograr las metas, objetivos y misiones de su responsabilidad.
- ✓ Conocer los costos totales al momento de comercializar servicio o producto, un bien a fin de poder disminuir o eliminar aquellos costos innecesarios.
- ✓ Proveer información requerida para las operaciones de planificación, evaluación y control, salvaguardando los activos de la organización y estableciendo comunicaciones con las partes interesadas ajenas a la empresa.

1.3.5.5 Elementos de la Contabilidad Gerencial

Para la consecución de los objetivos planteados por la contabilidad gerencial es necesario considerar cinco elementos fundamentales como son:

- ✓ **Eficiencia:** Mantener una adecuada utilización de los recursos existentes en la empresa.
- ✓ **Eficacia:** Determinar la realización de los objetivos planteados por la empresa optimizando el tiempo.
- ✓ **Economía:** Alcanzar los objetivos propuestos por la entidad al menor costo posible maximizando la utilidad y su rentabilidad.

- ✓ **Control Gerencial:** Asegura que los recursos sean obtenidos y utilizados en forma efectiva y eficiente para el logro de los objetivos de la organización.
- ✓ **Planificación Estratégica:** Son conjuntos bien coordinados de programas de acción que apuntan a asegurar una ventaja sostenible en el largo plazo.

Corresponde a los gerentes de negocios la formulación e implementación de los planes y acciones estratégicas que sean conformes con las directrices generales corporativas, y que se ajusten al presupuesto asignado a la unidad particular de la organización.

1.3.5.6 Beneficios de la Contabilidad Gerencial

Al momento en el que la entidad utiliza la Contabilidad Gerencial le permite asignar y distribuir los diferentes costos indirectos de acuerdo a las actividades realizadas, identificando cual es el origen del costo de la actividad desde el momento de la producción, distribución y venta lo que le permite tomar decisiones sobre líneas de productos, nicho de mercado y la relación con los clientes.

La Contabilidad Gerencial atribuye los costos a los productos en función de la demanda de actividades a lo largo de todo su ciclo de vida, las bases de asignación de los costos se relaciona con la medición de las actividades desarrolladas.

Los beneficios específicos y los usos estratégicos de la información permite a la entidad contar con:

- ✓ Costos más exactos y decisiones estratégicas.
- ✓ Determinar el precio del producto
- ✓ Combinar productos
- ✓ Elaborar compras
- ✓ Invertir en investigación y desarrollo

- ✓ Mayor visión sobre las actividades realizadas
- ✓ Mejorar la eficiencia de las actividades de alto costo
- ✓ Identificar y reducir las actividades que no proporcionen valor agregado

1.3.5.7 Ventajas de la Contabilidad Gerencial

La evaluación de los costos de comercialización permitirá identificar con rapidez la rentabilidad alcanzada por las ventas efectuadas en el año 2011 el mismo que será un beneficio al momento de tomar una decisión a nivel gerencial.

- ✓ Proporciona herramientas para la planeación del negocio, determinación de utilidades, control, reducción de costos y toma de decisiones estratégicas.
- ✓ Facilita a la administración conocer el rendimiento en cada sección de la empresa y si los esfuerzos de cada trabajador están debidamente encaminados a lo que el cliente interno y externo exige
- ✓ Incrementa la credibilidad y utilidad de la información de costos en el proceso de toma de decisiones y hace posible la comparación de operaciones realizadas en el ente.
- ✓ Identificar clientes, productos, servicios u otros objetos de costos.
- ✓ Se logra una mejor asignación de los costos indirectos a los objetivos de costos (productos o servicios).

1.3.5.8 Costo -Volumen – Utilidad (Punto de Equilibrio)

Este parámetro es importante dentro de una empresa puesto que permite conocer el volumen o nivel de ventas que se requiere para obtener la utilidad deseada, esencialmente este es utilizado para establecer el nivel de ventas que las empresas o industrias necesitan cumplir a fin de no perder ni ganar, de allí surge la denominación Punto de Equilibrio.

Para determinar el costo- volumen- utilidad (Punto de equilibrio), es esencial considerar el nivel de ventas, así como identificar los costos fijos y variables que intervienen en la comercialización.

1.3.5.8.1 Importancia

El encontrar el punto de equilibrio es esencial porque permite:

- ✓ Conocer con certeza las metas que el departamento de ventas debe lograr para no perder ni ganar o para obtener una utilidad deseada.
- ✓ Permite tener una visión de la participación de los costos fijos y variables sobre el costo total para planificar a futuro si se negocia a costo fijo o variable.
- ✓ Establece las bases para fijar precios de tal forma que permita lograr las ventas deseadas.
- ✓ Establecer los niveles de control que debe tener los costos a fin de lograr los resultados propuestos
- ✓ Tener una visión clara, oportuna y precisa de la participación de los costos fijos y variables sobre el costo total a fin de poder planificar a futuro si se negociara a costos fijos o variables.

1.3.5.8.2 Objetivos

- ✓ Entregar a los altos ejecutivos de la empresa la información como herramienta necesaria para una correcta y acertada toma de decisiones que le permitan lograr las metas, objetivos y misiones de su responsabilidad.
- ✓ Controlar las responsabilidades del personal a su cargo en logro de los objetivos de la empresa y efectuar las correcciones necesarias en forma oportuna.
- ✓ Conocer los costos totales al momento de producir un bien a fin de poder disminuir o eliminar aquellos costos innecesarios.

- ✓ Participar en la toma de decisiones estratégicas, tácticas y operacionales, contribuyendo a coordinar los efectos en toda la organización.

1.3.5.8.3 Elementos Fundamentales

- ✓ **Eficiencia:** Mantener una adecuada utilización de los recursos existentes en la empresa.
- ✓ **Eficacia:** Determinar la realización de los objetivos planteados por la empresa optimizando el tiempo.
- ✓ **Economía:** Alcanzar los objetivos propuestos por la entidad al menor costo posible maximizando la utilidad y su rentabilidad.
- ✓ **Control Gerencial:** Asegura que los recursos sean obtenidos y utilizados en forma efectiva y eficiente para el logro de los objetivos de la organización.
- ✓ **Planificación Estratégica:** Son conjuntos bien coordinados de programas de acción que apuntan a asegurar una ventaja sostenible en el largo plazo.

Corresponde a los gerentes de negocios la formulación e implementación de los planes y acciones estratégicas que sean conformes con las directrices generales corporativas, y que se ajusten al presupuesto asignado a la unidad particular de la organización.

1.3.5.9 Métodos para el cálculo del Punto de Equilibrio

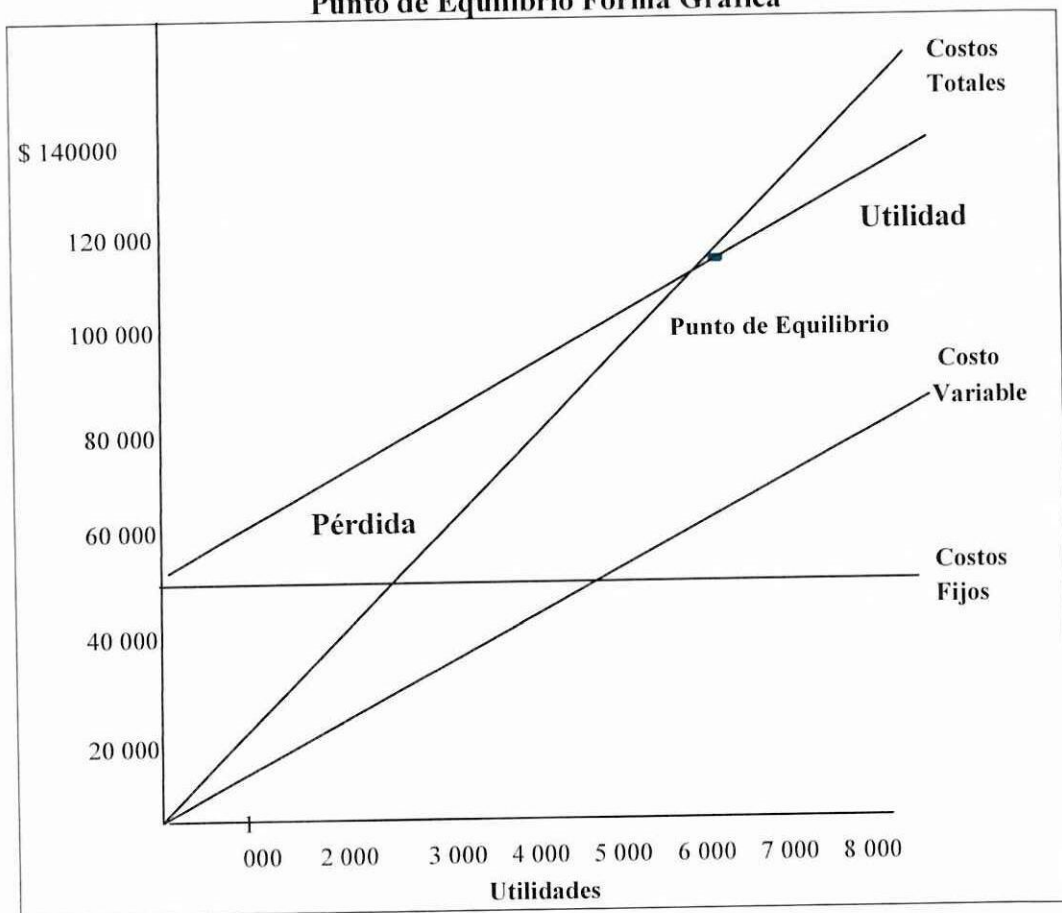
Para obtener el punto de equilibrio se aplica varios mecanismos que nos dan como resultado los valores, las cantidades e le porcentaje de equilibrio, entre ellos tenemos:

- ✓ Forma Gráfica
- ✓ Punto de Equilibrio Porcentual
- ✓ Métodos de la Ecuación de Ventas o Precios de Ventas

1.3.5.9.1 Forma Gráfica

Se prepara coordenadas, en donde la coordenada vertical representa los costos y gastos, la coordenada horizontal las ventas sean en unidades o valores dependiendo lo que se pretenda graficar, posteriormente se traza la línea de ventas que va en forma perpendicular desde el punto cero hasta la cantidad máxima de ventas, a continuación desde las coordenadas de los costos y gastos se ubica el valor de los costos fijos y se traza una línea recta, luego se traza desde el punto donde partió la línea de los costos fijos una línea hasta el valor total de los costos variables, ubicándose el punto de equilibrio en la intersección de la línea de los costos variables con la línea de las ventas y para conocer su monto bajamos desde esta intersección hacia la línea de ventas.

Gráfico No. 3
Punto de Equilibrio Forma Gráfica



Fuente: Propia

Elaborado por: Grupo de Tesistas

1.3.5.9.2 Punto de Equilibrio Porcentual

El cálculo del punto de equilibrio se obtienen en una cantidad porcentual, que significa el porcentaje que se debe aplicar de las ventas actuales para conocer las ventas de equilibrio, aplicando su fórmula.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas} - \text{Costos Variables}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \%$$

Interpretación: La empresa requiere vender % de sus ventas actuales para no perder ni ganar o la empresa requiere vender % de sus ventas actuales para recuperar todos sus costos y gastos.

1.3.5.9.3 Punto de Equilibrio en Valores

Al aplicar la fórmula bajo este procedimiento tendremos como resultado la cantidad de equilibrio en dólares.

$$\text{PEV} = \frac{\text{Fórmula}}{\text{Costos Fijos}} \\ \text{PEV} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Netas}}}$$

Interpretación: La empresa requiere vender \$ para no perder ni ganar, recuperando por tanto sus costos y gastos totales.

1.3.5.9.4 Métodos de la Ecuación de Ventas o Precios de Ventas

Este mecanismo permite obtener el punto de equilibrio en unidades, para lo cual aplicamos la fórmula del precio de ventas o de las ventas, y como no conocemos las unidades del punto de equilibrio, esta variable será la incógnita de la ecuación.

Ventas = Costo Variable + Costos Fijos + Utilidad

Interpretación: La empresa requiere vender 56 unidades para no perder ni ganar y permanecer estable en los movimientos económicos que realice.

1.3.5.9.5 Métodos del Margen de Contribución o Utilidad Marginal

Constituye la diferencia entre las ventas menos los costos variables, considerándose de gran importancia puesto que se conoce el valor que se tiene para afrontar con los costos fijos, por lo tanto se aplica la siguiente fórmula.

Margen de Contribución = Ventas – Costos Variables

Luego que se obtuvo el margen de contribución procedemos a calcular el punto de equilibrio que se obtiene aplicando la siguiente fórmula.

1.3.5.10 Cadena de Valor

1.3.5.10.1 Introducción

El valor es una fuerza que motiva la acción humana, es visto como algo que atrae a las personas hacia aquellos objetos o servicios que de alguna manera satisfacen sus necesidades, el valor es erróneamente visto como una propiedad de los bienes o servicios, el valor se incrementa si el desempeño mejora o si el costo se reduce, métodos que incrementan el valor mejorando el desempeño de los productos o servicios que ofrece la empresa enfocando al futuro basados en estrategias para mejorar el valor de nuevos productos o servicios que apenas se encuentran en la etapa de diseño.

Los diferentes tipos de estudios de valor han evolucionado pensando en la reducción de costos, fijándose como objetivo reducir o sustituir partes sin cambiar significativamente el diseño del producto, con herramientas que les permitirán ser competitivas en el futuro y se implanten un programa de administración del valor que tendrán ventajas para competir en cuanto a diseños de productos que están

orientados al cliente y a fabricar productos que tengan alta calidad y que agreguen valor a un bajo costo.

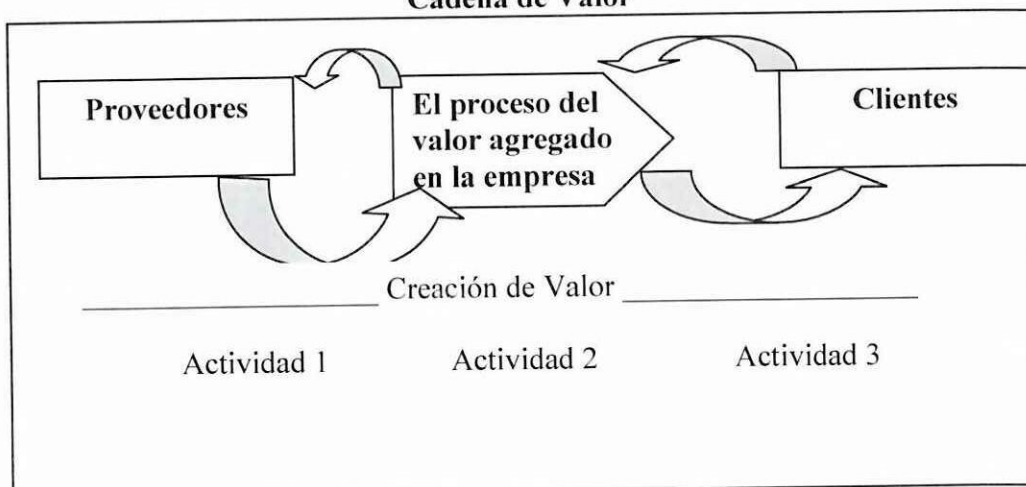
1.3.5.10.2 Concepto

Según RAMIREZ PADILLA, David Noel. (2008). quien manifiesta “La cadena de Valor Es el uso explicito, formal y consistente de la información de Costos y de valor en el desarrollo de estrategias encaminadas al logro de una ventaja competitiva sostenible para la empresa” (pág.72).

Según CAMPAÑA I, Fernando V. (20059). Costos y Toma de Decisiones” Conjunto interrelacionado de actividades creadoras de valor que se extiende durante todos los procesos que van desde la consecución de fuentes de materias primas para proveedores de componentes hasta que el producto terminado sea entregado en manos del consumidor” (pág.91).

Para las tesis la cadena de valor permite identificar las actividades que realmente crean valor al negocio dentro del proceso productivo o de comercialización y promueve que debe aprovecharse las oportunidades con los proveedores y los lazos que existen con los clientes, a esto se lo llama “Aprovechamiento de los vínculos”.

Gráfico No. 4
Cadena de Valor



Fuente: Investigación Directa Empresa Mebles El Dorado
Elaborado por: Grupo de Tesistas

1.3.5.10.3 Valor para la Administración de una Empresa a través de la Cadena de Valor

Desde el punto de vista del administrador de una empresa, el valor aumenta en la medida en que los procesos de una organización hacen llegar al cliente un beneficio a un costo adecuado, el administrador divide la empresa en procesos como:

- ✓ Desarrollo de productos para conquistar clientes.
- ✓ Procesos productivos.
- ✓ Logística para cumplir con los compromisos de demanda de productos.
- ✓ Servicio al cliente para asegurarse de que todo está bien.

Mediante dichos procesos, el administrador satisface las necesidades de sus clientes, genera un rendimiento mayor al ofrecido por el mercado a los accionistas de la empresa y proporciona un ambiente para que los empleados se desarrollen profesional y económicamente.

La cadena de valor es el uso explícito, formal y consciente de la información de costos para el desarrollo de estrategias encaminadas al logro de una ventaja competitiva sostenible para la empresa.

El administrador debe calcular el valor de la empresa a través del conocimiento y análisis estratégico de la estructura de costos. Una vez obtenido éste, debe compararlo con el valor que el cliente da a sus productos y tratar de compensar fallas y resolver diferencias.

1.3.5.10.4 Estructura de la Cadena de Valor de una Empresa

Se consideran los diferentes procesos o actividades, los procesos se definen de acuerdo con la similitud de actividades que cada uno agrupa, y su efecto en el valor que, a cada uno, asigna el cliente, sin perder de vista que el valor total de la cadena es



de gran interés para el administrador en la toma de decisiones, y para el accionista en cuanto al valor de su inversión.

1.3.5.10.5 Clasificación de los Generadores de Valor (*Value Drivers*)

Un generador de valor es un factor de medición del valor que los clientes dan a cada actividad estratégica de la empresa, se trata del generador de valor que constantemente debe de valor.

a) Generadores de valor del Cliente: Están encaminados a incrementar lo que un cliente está dispuesto a pagar más por la satisfacción de sus necesidades.

En el proceso de “desarrollo de productos para conquistar clientes”, los generadores de valor son los que impulsan el valor para un cliente. Por ejemplo, al Comprar muebles sería:

- ✓ El tiempo de respuesta de su cotización.
- ✓ El tiempo de diseño para igualar el color de un mueble.

b) Generadores de valor del negocio: Son aquellos elementos que impulsan el valor en beneficio de los accionistas con respecto a su inversión en la empresa.

Estos generadores de valor son propios de cada negocio, pero se puede afirmar que, por lo general, los accionistas otorgan más valor a la acción de una empresa en función de:

- ✓ Niveles de precios superiores a la inflación.
- ✓ Inversiones oportunas en activos.
- ✓ Alianzas estratégicas.
- ✓ Crecimiento de los volúmenes de ventas.

Todo accionista debe estar consciente de la inversión que realiza, para iniciar una actividad económica la misma que es el motor para que la empresa crezca.

1.3.5.10.6 Pasos para el Análisis de la Cadena de Valor

La cadena de valor es la piedra angular en que se fundamenta el análisis para poder cuantificar si una empresa está cumpliendo con su misión de crear valor para los clientes, los accionistas y la administración; por ello es indispensable entender todo el proceso que implica la cadena de valor. A continuación se expondrán los pasos esenciales de dicha herramienta el mismo que es de vital importancia aplicarla en cada una de las empresas.

1.3.5.10.7 Definir la cadena de valor

La ventaja competitiva no puede examinarse tomando la empresa en su totalidad, por lo que es necesario dividirla en diferentes procesos y asignar a cada uno los costos y activos correspondientes.

- ✓ Los procesos deben separarse siempre y cuando:
- ✓ Representen un porcentaje significativo de los costos de operación.
- ✓ El comportamiento de sus costos sea diferente.
- ✓ La competencia los lleve a cabo de manera diferente.
- ✓ Tengan alto potencial para crear una diferenciación.

1.3.5.10.8 Identificar los Generadores de Costos

El siguiente paso consiste en identificar los generadores del costo de cada uno de los procesos ya que existen múltiples generadores de costos, por lo que es necesario seleccionar el más relevante de cada actividad estratégica:

- ✓ Número de especificaciones.
- ✓ Factor de calidad.
- ✓ Servicio al cliente.

- ✓ Solicitudes atendidas.

1.3.5.10.8.1 Identificar los Generadores de Valor

Una vez determinados los generadores de costos de cada proceso es necesario identificar sus generadores de valor, tomando en cuenta la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Los generadores de valor son aquellos factores de medición del valor que los clientes dan a cada actividad estratégica de la empresa, independientemente del valor que asignan a los productos.

- ✓ Número de innovaciones.
- ✓ Cumplimiento de especificaciones.
- ✓ Factor de calidad en el servicio.
- ✓ Tiempo de respuesta a un pedido normal o urgente.

1.3.5.10.9 Ventaja Competitiva Sostenible

La empresa debe desarrollar una ventaja competitiva sostenible ya sea controlando los generadores de costos mejor que la competencia, impulsando los generadores de valor o modificando la cadena de valor.

El análisis de la cadena de valor es una herramienta que permite determinar la ventaja competitiva de la empresa, ventaja que se puede lograr a través de dos enfoques:

- ✓ Disminución de costos.
- ✓ Diferenciación de los productos.

La cadena de valor permite dividir la empresa en los procesos básicos para detectar áreas de oportunidad los procesos en que se divide cada empresa son diferentes y

únicos, pero es la forma más sencilla en que se puede obtener una ventaja en costos y diferenciación por cada proceso.

1.3.5.10.12 Procesos Básicos de la Cadena de Valor

Los procesos que debe abarcar una empresa son las siguientes actividades genéricas:

- ✓ **Logística de entradas:** Incluye la compra y entrada al almacén de la materia prima o productos terminados, así como los requisitos materiales para el área administrativa.
- ✓ **Operaciones:** Son los pasos del proceso productivo o de comercialización de los productos.
- ✓ **Logística de salidas:** Incluye el almacenamiento del producto terminado y su distribución a los clientes. En muchas empresas estas actividades representan costos significativos, a la vez que el cliente da valor a la rapidez y consistencia del servicio.
- ✓ **Mercadotecnia y ventas:** Incluye las relaciones con clientes y el manejo de los precios de venta.
- ✓ **Servicios posventa:** Cubre el soporte que se da al cliente en instalación, mantenimiento, y en general el seguimiento a la relación empresa- cliente.

También es necesario considerar las actividades de soporte que no están íntimamente ligadas al cliente, pero sin las cuales no es posible que los procesos funcionen óptimamente. Estas actividades son:

- ✓ **Desarrollo tecnológico:** Son los procesos de la operación normal o uso de tecnología avanzada.
- ✓ **Recursos humanos:** Incluye reclutamiento, entrenamiento, capacitación y desarrollo del personal, Conjunto de actividades encaminadas a proporcionar

conocimientos, desarrollar habilidades y modificar actitudes del personal de todos los niveles para que desempeñen mejor su trabajo.

1.3.5.10.13 Cadena de Valor en la Toma de Decisiones

Las empresas se justifican en la medida en que son capaces de crear valor para sus clientes, para la administración y para sus accionistas, el éxito se apoya en crear el mayor valor posible para cada uno de ellos, por lo que se necesita tener un reporte confiable que analice cada una de las etapas a través de las cuales se crea dicho valor.

Se debe detectar oportunamente aquella parte de la cadena donde no se agrega valor y se consumen recursos, reduciendo con ello la creación de valor que es la razón fundamental de cualquier negocio.

1.3.6 LA RENTABILIDAD

1.3.6.1 Introducción

La rentabilidad se refiere a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado, provenientes de una inversión o actividad económica, que es el resultado final de gran número de políticas y decisiones. Las razones financieras examinadas hasta revelan algunos aspectos interesantes acerca de la forma en que opera la empresa; en cambio, las razones de rentabilidad proporcionan respuestas definitivas sobre la eficacia con que se está administrando.

La rentabilidad es una condición necesaria para la existencia de las empresas y es un medio para alcanzar ciertos fines, sin embargo, no es un fin en sí mismo. Las utilidades tienen su razón de ser en la misma empresa, ya que si no hay utilidades, no puede haber empresa. En este sentido, si bien es cierto que las utilidades no son más que un medio, es importante señalar que todo tipo de empresa, lucrativa o no, necesita tener como meta lograr un diferencial positivo entre los ingresos y gastos de su actividad específica para sobrevivir y cumplir con su misión social.

1.3.6.2 Concepto

Según Aguirre E. (2001). Considera que, “la rentabilidad como un objetivo económico a corto plazo que las empresas deben alcanzar, relacionado con la obtención de un beneficio necesario para el buen desarrollo de la empresa” (pág.34).

Según ESTEO SÁNCHEZ, F. (2003).“La rentabilidad es la capacidad que tiene la empresa para generar suficiente capital de trabajo, siendo los índices de rentabilidad los que mide la relación entre las utilidades o beneficios, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerlos”(pág.69).

Para las tesis la rentabilidad económica mide la capacidad de los activos de una empresa para generar valor, independientemente de cómo hayan sido financiados y de las cuestiones fiscales. Una rentabilidad económica pequeña puede indicar: exceso de inversiones en relación con la cifra de negocio, ineficiencia en el desarrollo de las funciones de aprovisionamiento, producción, distribución y comercialización, o un inadecuado estilo de dirección.

1.3.6.3 Importancia

Las empresas tienen que obtener una rentabilidad económica adecuada que permita financiar sus operaciones de corto, mediano y largo plazo, así como recompensar a sus accionistas y a sus empleados, ya que la rentabilidad se ve afectada por decisiones que tomemos tanto en la parte comercial (generación de ingresos) como en la parte más operativa (generación de costos).

La rentabilidad es una condición necesaria para la existencia de las empresas y es un medio para alcanzar ciertos fines, sin embargo, no es un fin en sí mismo. Las utilidades tienen su razón de ser en la misma empresa, ya que si no hay utilidades, no puede haber empresa. En este sentido, si bien es cierto que las utilidades no son más que un medio, es importante señalar que todo tipo de empresa, lucrativa o no, necesita tener como meta lograr un diferencial positivo entre los ingresos y gastos de su actividad específica para sobrevivir y cumplir con su misión social

1.3.6.4 Objetivos

- ✓ Rentabilizar la empresa y maximizar las Ganancias.
- ✓ Desarrollar de manera eficiente las actividades de custodia, control, manejo y desembolso de fondos, valores y documentos negociables que administra la empresa.
- ✓ Efectuar los registros contables y estados financieros referentes a los recursos económicos, compromisos, patrimonios y los resultados referentes a las operaciones financieras de la empresa.
- ✓ Realiza la clasificación, distribución de manera eficaz y oportuna del pago de todo el personal que labora en la empresa.

1.3.6.5 Evaluación Financiera

Según NASSIR, Sapag .(2003). “Determina de manera cuantitativa y monetaria el costo de la operación del proyecto, adquisición de activo fijo y gastos pre-operativos hasta obtener indicadores de los Estados Financieros como son: Balance General, Estados de pérdidas y ganancias y Flujo de efectivo esto permite evaluar y visualizar la rentabilidad del proyecto aplicando métodos valoración financiera” (pág.167).

La base principal para la toma de decisiones sobre la implementación de un negocio es la evaluación financiera, esta debe ser realizada una vez culminado el estudio de mercado, técnico y económico de los cuales se obtendrá información que nos permitirá analizar los datos con el objeto de conocer la rentabilidad del proyecto.

1.3.6.6 Valor Actual Neto (V.A.N.)

Según Baca, Gabriel (año 2001) (V.A.N.) es “El valor monetario que resulta del restar, el total de los flujos desconocidos a la inversión inicial. Una inversión es ejecutable cuando el VAN > 0; es decir, cuando la suma de los flujos de caja valorados en el año 0 supera la cuantía del desembolso inicial” (pág. 97).

El VAN no se puede concebir sólo como un resultado numérico para seleccionar proyectos de inversión, sino que su empleo se sustenta en el hecho de que esté en correspondencia con los objetivos de los inversionistas y con los objetivos financieros de la empresa. A través del cálculo de este método de evaluación podremos medir los beneficios del proyecto en valores monetarios y saber cuánta rentabilidad se ha obtenido.

$$VAN = \frac{FE_0}{(1+i)^0} + \frac{FE_1}{1+i^1} + \frac{FE_2}{1+i^2} + \frac{FE_3}{1+i^3} + \frac{FE_4}{1+i^4} + \frac{FE_5}{1+i^5}$$

1.3.6.7 Tasa Interna de Retorno (T.I.R.)

Expone **BACA**, Gabriel (año 2001) T.I.R. es “La tasa de descuento por la cual en valor presente neto es igual a cero, o dicho en otro modo, es la tasa que igual a la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (pág. 216).

Se define como aquella tasa de descuento (porcentaje que representa una tasa de interés o rentabilidad) que “igual a el valor presente de los flujos en efectivo de ingresos con el valor presente de los flujos en efectivo de egresos”, siendo esa tasa la que se busca, una vez que se satisface la condición de igualdad a la que se hace referencia. El criterio que se sigue para aceptar o rechazar un proyecto, en base al resultado de este método de evaluación, es el de establecer una comparación entre la TIR y la tasa mínima o límite que se exigiría por la empresa.

$$TIR = r_2 \left\{ r_r - r_1 \times \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right\}$$

1.3.6.8 Ratios Financieros

1.3.6.8.1 Introducción

Los ratio financieros sirven para determinar la magnitud y dirección de los cambios sufridos en la empresa durante un periodo de tiempo, son indicadores que guían a los gerentes hacia una buena dirección de la empresa, les proporciona sus objetivos y sus estándares, ayuda a los gerentes a orientarlos hacia las estrategias a largo plazo más beneficiosos, además a la toma de decisiones efectivas a corto plazo.

1.3.6.8.2 Concepto

El método de análisis mediante el cálculo de razones o indicadores es el procedimiento de evaluación financiera más extendido. Se basa en la combinación de dos o más grupos de cuentas, con el fin de obtener un índice cuyo resultado permita inferir alguna característica especial de dicha relación.

Debido a que el tamaño de las empresas puede diferir notoriamente de un caso a otro, aunque pertenezcan a un mismo sector, la comparabilidad entre ellas o aun de la misma empresa, si su tamaño ha variado significativamente con el paso de los años, solo puede hacerse a través de razones o índices.

Las razones financieras:

- ✓ Se conoce como razón, el resultado de establecer la relación numérica entre las cantidades, en este caso estas cantidades son dos cuentas diferente del balance general y el estado de ganancia y pérdida.
- ✓ El análisis de razones señala los puntos fuertes y débiles de una empresa.

1.3.6.8.3 Clasificación de las Razones Financieras

Las razones financieras han sido clasificadas, para una mejor interpretación y análisis, de múltiples maneras, algunos autores prefieren otorgar mayor importancia a la rentabilidad de la empresa e inician su estudio por los componentes que conforman

esta variable continuando, por ejemplo, con la explicación de los indicadores de solvencia, liquidez y eficiencia.

1.3.6.8.3.1 Razones de liquidez

Las razones de liquidez se usan para medir la capacidad de una empresa para cumplir sus obligaciones a corto plazo. Comparan las obligaciones a corto plazo con los recursos disponibles a corto plazo (o actuales) para cumplir con esas obligaciones. A partir de estas razones se puede obtener un panorama de la solvencia de efectivo actual de una empresa y su capacidad para seguir siendo solvente en caso de adversidad.

1.3.6.8.3.2 Liquidez Corriente

Mide las disponibilidades de la empresa, a corto plazo, para pagar sus compromisos o deudas también a corto plazo.

Fórmula:

Liquidez Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente

Interpretación: Por cada número de unidades monetarias de deudas y obligaciones a corto plazo se cuenta con número de unidades de activos corrientes para respaldar estas deudas y obligaciones. Este indicador debe ser mayor que uno.

1.3.6.8.3.3 Prueba Ácida

Es igual a la razón del corriente, excepto que elimina los inventarios.

Fórmula

Prueba Ácida = Activos Corrientes – Inventarios / Pasivos Corrientes

Interpretación: Por cada unidad monetaria de deuda a corto plazo, la empresa debe tener mayores unidades monetarias de activos corrientes de fácil realización sin tener que recurrir a venta de inventario. Esta razón debe ser mayor que uno.



1.3.6.8.3.4 Razón entre deuda y capital

Para evaluar el grado en el que la empresa está usando dinero prestado, podemos usar varias razones de endeudamiento. La razón entre deuda y capital se calcula simplemente dividiendo la deuda total de la empresa (incluyendo los pasivos corrientes) entre el capital de los accionistas.

Deuda a capital = Deuda Total / Capital de Accionistas

1.3.6.8.3.5 Razón entre Deuda y Activos totales

La razón entre deuda y activos totales se obtiene dividiendo la deuda total de una empresa entre sus activos totales.

Fórmula:

Razón entre Deuda y Activos Totales = Deuda Total / Activos Totales

1.3.6.8.3.6 Razones de Cobertura

Las razones de cobertura están diseñadas para relacionar los cargos financieros de una empresa con su capacidad para cubrirlo.

Una de las razones de cobertura más tradicionales es la razón de cobertura de interés, o intereses devengados. Esta razón es simplemente la razón de las utilidades antes del interés y los impuestos para un periodo específico a la cantidad de cargos de interés para el periodo.

Fórmula:

Cobertura de Interés = Utilidades antes de Interés e Impuestos / Gastos de Interés

1.3.6.8.3.7 Rotación de Cuentas por Cobrar

Mide cuántas veces las cuentas por cobrar se han convertido (en efectivo) durante el año; da una idea de la calidad de las cuentas por cobrar.

Fórmula:

Rotacion de cuentas por Cobrar = Ventas a Crédito netas Anuales / Cuentas por Cobrar

Interpretación: Se interpreta que números de unidades monetarias de cuentas por cobrar en promedio se convirtieron en número de veces de efectivo durante el período para que la empresa pueda efectivizar sus cuentas por cobrar y disponga de de mayor liquidez para con terceros

1.3.6.8.3.8 Rotación de Cuentas por Cobrar en Días

Número promedio de días en que las cuentas por cobrar están pendientes, es decir, el número de días que transcurren antes de cobrarlas.

Fórmula:

Periodo Promedio de Cobranzas = Cuentas por Cobrar * Dias en el Año/ Ventas Anuales a Credito

Interpretación: Se interpreta como el promedio de días que se necesita para que la totalidad de la cartera se convierta en efectivo.

1.3.6.8.3.9 Rotación de Inventarios

Mide cuántas veces se ha vendido el inventario durante el año; da una idea de la liquidez del inventario y de la tendencia a abastecer en exceso.

Fórmula:

Rotación de Inventarios = Costo de Ventas /Inventarios Promedio= veces

1.3.6.8.3.10 Rotación de Activos Totales

Mide la eficiencia relativa de los activos totales para generar ventas

Fórmula:

Rotación de Activos Totales = Ventas Netas / Activos Totales =%

Interpretación: Mide la eficiencia en la utilización del Activo Total en relación a las Ventas, en que valor colaboraron los Activos Totales para generar ventas, es decir cada unidad monetaria de inversión en activos totales cuanto corresponde a las ventas.

1.3.6.8.3.12 Margen de Ganancia Neta

Mide la rentabilidad con respecto a las ventas generadas; ingreso neto por dólar de venta.

Fórmula:

Margen de Ganancia Neta = $\frac{\text{Ganancia Neta después de Impuestos}}{\text{Ventas Netas}}$

1.3.6.8.3.13 Rendimiento sobre la Inversión

Mide la efectividad global al generar ganancias con los activos disponibles; capacidad de generar ganancias a partir del capital invertido.

Fórmula:

Rendimiento sobre Inversión = $\frac{\text{Ganancia Neta después de Impuestos}}{\text{Activos Totales}}$

1.3.6.8.3.14 Rendimiento sobre el capital

Mide la capacidad de generar ganancias sobre la inversión de los inversionistas de acuerdo con el valor en libros.

CAPÍTULO II

2 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA MUEBLES EL DORADO

2.1 Introducción

El presente Capítulo tuvo por objeto recopilar información para fundamentar razonablemente el trabajo investigativo, permitiendo detectar los problemas que atraviesa la empresa Muebles El Dorado, dando apertura a la aplicación de una Evaluación de los Costos de Comercialización y la Influencia en la Rentabilidad Económica, para obtener la información suficiente, se realizó un cuestionario de preguntas de fácil comprensión y relacionada con el medio en que se desenvuelven. Las diferentes preguntas que se aplicaron al propietario y trabajadores fueron con la finalidad de conocer cuál es el grado de conocimiento que tienen sobre el manejo contable de los costos en los que incurren para la comercialización de los muebles, como también se aplicó las diferentes preguntas a clientes y proveedores a fin de conocer el manejo de la recepción y entrega de los productos, las mismas que ayudaron a determinar que no llevan un registro adecuado de los movimientos que se dan, las mismas que no poseen un conocimiento exacto de los productos que comercializan y su precio de venta.

2.2 Objetivos del Capítulo

- ✓ Realizar la investigación de la situación actual de la empresa Muebles El Dorado, a través de la investigación de campo, para la recopilación de la información relevante que permita conocer el entorno de la empresa.
- ✓ Aplicar el diseño de la investigación, a través de la entrevista y encuesta, para realizar el análisis e interpretación de los resultados.

2.3 DE LA METODOLOGÍA EMPLEADA

Para la realización de la presente investigación, se considera importante plantar la siguiente hipótesis, que será un gran apoyo para la ejecución, proceso, y culminación satisfactoria del mismo, logrando así resolver la problemática existente en la empresa Muebles El Dorado de la ciudad de Latacunga.

2.3.1 Tipo de Investigación

Para el desarrollo de la investigación en la Empresa Muebles El Dorado, se utilizo el siguiente tipo de investigación.

2.3.1.1 Investigación Descriptiva no Experimental

Esta investigación sirvió para medir, evaluar, comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la situación actual en la comercialización de la empresa Muebles El Dorado, ubicada en la ciudad de Latacunga, este tipo de investigación nos proporciono toda la información necesaria para determinar las debilidades, permitiendo la corrección oportuna, para el desarrollo de las actividades, ya que mediante esto se va dar a conocer los costos reales de los productos de comercialización y así poder determinar el margen de rentabilidad alcanzado.

2.3.2 Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación que se empleo en la obtención de la información durante la investigación son las siguientes:

2.3.2.1 Observación

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis con el mayor número de datos. Gran parte del conjunto de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación.

Esta técnica se aplicó a la Empresa Muebles El Dorado de la ciudad de Latacunga, para la recopilación de la información en diferentes instantes de la

investigación, que permitió determinar las características, conducta y desenvolvimiento del personal que colabora en empresa Muebles El Dorado.

2.3.2.2 Entrevista

Las investigadoras aplicaron la entrevista al área administrativa de la empresa Muebles El Dorado, es decir, gerente, administradora, auxiliar de contabilidad, jefe de ventas y bodeguero, mediante esta técnica se pudo conocer la situación productiva, sistema contable existente y el nivel de educación personal de la empresa, para contribuir en la solución de los problemas que limitan el cumplimiento y buen desempeño de las actividades diarias.

2.3.2.3 Encuesta

La encuesta se dirigió a los colaboradores, clientes y proveedores para conocer la opinión de las partes implicadas sobre los diferentes aspectos institucionales, que permitió obtener información valiosa, para el desarrollo de nuestra investigación.

2.3.3 Métodos de Investigación

Un método es un camino para llegar a un fin; los métodos de investigación son un camino para llegar al conocimiento científico de las investigadoras: son procedimientos que sirven de herramientas para alcanzar los fines de la investigación.

Los métodos y técnicas utilizados para la recopilación de datos en nuestra investigación son los siguientes:

2.3.3.1 Método Inductivo

Es el proceso que se basa en el razonamiento de casos particulares y se eleva a conocimientos generales, desde la observación de los fenómenos o hechos reales. Este método se utilizó para analizar los aspectos teóricos que contiene la investigación, lo cual permitió examinar los resultados obtenidos que fueron utilizados en el desarrollo de la tesis.

2.3.3.2 Método Deductivo

Es el proceso que parte de lo general a lo particular, por lo que se necesita toda clase de información como conceptos, definiciones, principios y objetivos, la aplicación de este método fue de gran importancia para analizar la situación de los costos de comercialización y la influencia en la Rentabilidad Económica de la empresa Muebles El Dorado, es decir la reseña histórica, misión y visión institucional.

2.3.3.3 Método Analítico

Es aquel que permite el estudio de los hechos y fenómenos separando sus elementos constitutivos, determinando su importancia, relación entre ellos como está organizada y como funciona estos elementos constitutivos, para determinar su categoría.

Al aplicar este método se logró tener un análisis más amplio de las actividades que realiza la empresa para poder comercializar sus muebles, el mismo que se aplicó en el tercer capítulo de la tesis y en varias etapas de su desarrollo.

2.3.3.4 Método Sistemático

Reúne las partes que se separaron en el análisis permitiendo llegar al todo; es decir, éste es el resultado o resolución que se toma luego de discutir, investigar, analizar y exponer el tema. Al finalizar cierto proceso de aprendizaje, el mismo que ayudó a llegar a una conclusión válida acorde a lo estudiado. Éste método permitió evaluar globalmente las actividades ejecutadas en dicha dirección, para analizar la situación de la empresa.

2.3.4 Unidad de Estudio

Para el desarrollo del presente trabajo se aplicó la técnica de la entrevista al gerente al general, a la administradora, auxiliar contable, jefe del área de ventas y chofer, bodeguero, quienes contribuyeron con información de vital importancia, para elaboración del presente trabajo investigativo.

Al ser pequeño el detalle de los proveedores se toma a la totalidad de la población para la aplicación y desarrollo de las técnicas de investigación, que consta de una población económicamente activa de 6trabajadores, 800 clientes y 6 proveedores de la Empresa Muebles El Dorado.

Para obtener la muestra de los clientes se ha aplicado la fórmula de muestreo puesto que la población es extensa dándonos como resultado.

2.3.5 Calculo de la muestra

Debido a lo disperso de la población y los altos costos que llevaría ejecutar el análisis al universo se trabajara con la muestra del Cantón Latacunga, para determinar el tamaño de la muestra se utilizara siguiente fórmula:

Fórmula para Calcular la Muestra

$$n = \frac{Z^2 Npq}{b^2(N-1) + Z^2 pq}$$

En donde:

n = muestra

N = población (24225)

p = probabilidad de ocurrencia del suceso (0.8)

q = probabilidad de no ocurrencia del suceso (0.20)

Z = nivel de confianza (95% = 1.965)

b = error de estimación (5%)

$$n = \frac{(1.96)^2 (24.225) (0.8) (0.2)}{(0.05)^2 (24.225 - 1) + (1.96)^2 (0.8) (0.2)}$$

$$n = 14.890,04 / 61,67 \qquad n = 243$$

El tamaño de la muestra que se aplicara en la recopilación de información será de 243 clientes de la empresa Muebles El Dorado.

**Cuadro No.1
Población Sujeta a Estudio**

Población	Total	Sujetas a estudio	Instrumento
Interna			
Administrativa – Gerente	2	1	Entrevista
Contadora y Auxiliar contable	2	1	Entrevista
Jefe de Ventas	1	1	Entrevista
Bodeguero	1	1	Entrevista
Vendedores	7	7	Entrevista
Externa			
Clientes	243	243	Encuesta
Proveedores	6	6	Encuesta

Fuente: Empresa Muebles El Dorado
Elaborado por: Grupo de Tesistas

2.3.6 Operacionalización de las Variables

Al desarrollar la evaluación de los costos de comercialización y determinar la influencia en la rentabilidad económica de la empresa Muebles el Dorado de la ciudad de Latacunga, se podrá identificar y analizar el manejo de los inventarios y la distribución de los recursos financieros mediante el cual determinaremos posible inversiones que pueda realizar la empresa ya sean estas a corto o largo plazo.

Cuadro No. 2
Operacionalización de Variables

PREGUNTAS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
✓ ¿Qué contenidos teóricos son utilizados para el desarrollo de la Evaluación de los Costos de Comercialización?	✓ Contenido teórico de Contabilidad de Costos y Rentabilidad Económica	✓ Gestión Administrativa ✓ Empresas ✓ Contabilidad ✓ Contabilidad Gerencial y Costos ✓ Rentabilidad Económica	✓ Indicadores de la Rentabilidad Económica	✓ Libros ✓ Tesis ✓ Páginas Electrónicas
✓ ¿Cuál es la situación actual de la “Empresa Muebles EL Dorado”, de la ciudad de Latacunga	✓ Análisis de la situación de la empresa	✓ Operacionalización de las Variables Análisis Foda	✓ Evaluación económica ✓ Fortalezas, oportunidades y debilidades amenazas	✓ Entrevistas ✓ Encuestas ✓ Observación
✓ ¿Cómo aplicar la evaluación de los costos de Comercialización para determinar la Influencia en la Rentabilidad Económica en el área financiera de la empresa con la presentación de un informe que reflejara valores económicos reales y recomendaciones que permitan la toma de decisiones?	✓ Evaluación de los costos de comercialización, para determinar la rentabilidad económica	✓ Inventarios de Estado Situación Financiera ✓ Estado de Resultados	✓ Análisis de los costos de comercialización de Indicadores Rentabilidad Económica ✓ Método Horizontal ✓ Método Vertical	✓ Observación directa en la empresa. ✓ Cuestionario ✓ Guía de entrevista

Fuente: Anteproyecto de Tesis
Elaborado por: Grupo de Tesistas



2.3.7 Aplicación de Entrevistas

2.3.7.1 Entrevista dirigida al Gerente de la Empresa “Muebles El Dorado”

Objetivo: Diagnosticar los problemas que tiene la empresa Muebles El Dorado, al no haber realizado una evaluación de los costos de comercialización el cual permita conocer el margen de rentabilidad alcanzada, a través de la entrevista , para recabar la información que permitirá el desarrollo del tema propuesto.

1. **¿Considera usted que el actual proceso de distribución de muebles que la empresa realiza se compensa las ventas de sus productos?**

Si porque las ventas deben cubrir el gasto venta y el costo de comercialización que incurren desde el ingreso de la mercadería hasta su venta.

2. **¿Cree usted que es necesario mejorar el procedimiento de distribución de los productos de su empresa?**

Es necesario mejorar por ello ahora estamos pensando realizar un estudio de mercado para ampliar nuestros puntos de ventas en las provincias dentro del país pero con instalaciones propias.

3. **¿Cree usted que la empresa debe publicitar sus productos por internet?**

Si sería una opción muy importante pero por el momento no lo tengo aun debido a que en la actualidad no existe la cobertura necesaria del internet, sin embargo como va evolucionando el mundo para los próximos años si pienso publicar mi empresa y por ende cada uno de mis muebles por internet.

4. **¿Qué tiempo espera la empresa Muebles El Dorado, para que sus proveedores le realicen la entrega de los pedidos realizados?**

Generalmente cada proveedor entrega los muebles en un plazo de 48 horas cuando tienen la producción en stock, en caso que no tengan realizan la entrega de 8 a 10 días laborables.

5. Cómo cree usted que le ayudaría al Contador en sus actividades el realizar una evaluación de los costos de compra – venta?

Sería de mucha utilidad debido a que únicamente nosotros hemos trabajado es directamente con un sistema contable en donde colocamos a cada mueble al total del precio un 50% de utilidad para cubrir varios gastos y costos de comercialización y ventas como son los pagos de los impuestos, pagos de los servicios básicos, gastos operativos entre otros. Entonces pienso que al realizar esta evaluación de los costos de comercialización se vería en verdad cuantos cuesta cada producto y si estamos teniendo una buena rentabilidad de los mismos al aplicar el 50% de utilidad de forma directa sin analizar cada costo que estaría llevando cada producto.

6. ¿La información financiera proporcionada por el contador permite que la gerencia la utilice como un instrumento de planeación, control y toma decisiones en la empresa?

Si es muy importante porque de ahí se refleje si se vende o si se compra y si no se vende no hay porque comprar, los estados financieros me reflejan día a día como se está moviendo la empresa ya que nosotros trabajamos por metas mensuales, el cual nos permite cubrir los gastos operativos que la empresa tiene.

7. ¿Los trabajadores colaboran activamente en la comercialización de los productos de la Empresa “Muebles El Dorado”?

Cada vendedor tiene que mensualmente cubrir la meta establecida dentro de la empresa, ya que las instalaciones son adecuadas, por eso se enviara al personal a una capacitación el cual les permitirá obtener nuevos conocimientos que le ayudaran en las actividades diarias.

8. ¿Quiénes son sus proveedores con los que actualmente cuenta la empresa “Muebles El Dorado”?

La empresa cuenta con proveedores directos los mismos que se detalla a continuación los más actuales:

- ✓ Proveedores de muebles con estructura Metálica, SR. Aulestia Albuja Fausto Ramiro, con Ruc: 1706681770001, Dir. Joseguango Bajo Sector Agua Clara Via Mulalo, Entrada Por La Piedra Colorada.
- ✓ Sr. Hugo Chango (Planta Productora de Muebles El Dorado), Dr. Parroquia Mulalo, vía San Agustín de Callo, es un proveedor que entrega los muebles completamente terminado.
- ✓ Sr. Víctor Crespo Villalba. Ruc. 0503257107001, entrega muebles de dormitorios pedidos exclusivamente bajo pedidos por catálogo cuando tienen clientes que vienen y me piden con diseños exclusivos entonces se les hace directamente los pedidos a él.
- ✓ Sra. Gavilánez Peña Mónica Cecilia, con Ruc. 1713376901001, entrega muebles de comedor.
- ✓ Sr. Bravo Basantes Edgar Marcelo, con Ruc. 1713827358001, entrega muebles de oficina.
- ✓ Sr. Carlos Guamangallo Heredia, con Ruc. 0502980139001, entrega muebles de comedor.

9. ¿Cuando su Empresa realiza un pedido de mercadería a sus proveedores, que tipo descuentos conceden?

Los proveedores no se manejan con ningún tipo de descuentos ni promociones ya se manejan con precios fijos el tiempo de pago para terminar cancelando los pedidos son de 15 hasta 60 días de crédito y si el monto de pedidos son altos y sobre todo son cancelados de contado el descuento es del 2% hasta máximo del 5.

10. ¿La Empresa “Muebles El Dorado” realiza algún tipo de promoción-oferta por la venta de sus productos?.

Si nosotros si nos manejamos con promociones por ejemplo para las fechas festivas como son el día de las madres, en el mes de diciembre las promociones son del 5 al 8% que se les hace a cada mueble del precio normal, actualmente se

están manejando créditos de 3 hasta 12 meses plazos. También se está implantando las tarjetas de Crédito diferidos hasta 24 meses.

1.3.7.2 Entrevista dirigida a la Administradora de la Empresa “Muebles El Dorado”

Objetivo: Diagnosticar los problemas que tiene la empresa Muebles El Dorado, al no haber realizado una evaluación de los costos de comercialización el cual permita conocer el margen de rentabilidad alcanzada, a través de la entrevista , para recabar la información que permitirá el desarrollo del tema propuesto.

1. ¿Qué cantidad de muebles se venden diariamente en la Empresa “Muebles El Dorado”?

Dentro de la Empresa se plantean metas las cuales deben cubrir cada vendedor, nos indica que generalmente se venden entre seis a siete muebles diarios incluido los domingos cada vendedor.

2. Existe sanciones para el trabajador que no cumple con las disposiciones establecidas?

Si, se realiza de acuerdo al código de trabajo, también se rigen es al reglamento interno de la empresa menciona que si un trabajador tiene tres atrasos debe trabajar un día domingo.

3. ¿La empresa invierte en publicidad con el fin de dar a conocer a la empresa e incrementar su nivel de ventas?

Si, se invierte en publicidad en los medios de comunicación como es, “Tv Color y Radio”, esto nos ayuda a dar a conocer la la empresa y los muebles que tenemos en exhibición para el público.

4. ¿El personal de ventas existente es suficiente para cumplir con las exigencias y requerimientos de la demanda existente en el mercado?

No, es suficiente solo tenemos 7 personas a cargas en ventas.

5. La remuneración de los trabajadores de la empresa es el salario básico unificado actual?

Si, además nos dan un bono de \$125.00 más las horas extras, en caso que se cumpla la meta de ventas, por eso vendemos todo el personal de la empresa.

6. Los vendedores tiene incentivos por la venta que realizan, describa el (%) que reciben?.

Si las ventas superan el valor de \$ 25.000,00 mensuales, reciben un bono de 125,00 dólares aparte de las horas extras para cada vendedor.

7. ¿Las ventas realizadas por la entidad son?

Contado y/o Crédito y Tarjetas.

8. ¿El costo del transporte del producto es asumido por la empresa o el cliente?

El transporte es asumido por la empresa dentro de la ciudad cuando el valor de ventas supera los 100,00 dólares y fuera de la ciudad cuando las ventas son mayores de 80,00 dólares, la empresa cubre el 50% y el otro 50% el cliente.

9. ¿La empresa se encuentra satisfecha con el nivel actual de ventas?

Sí, porque existe mercadería suficiente en la bodega y las instalaciones son las adecuadas para realizar las ventas.

1.3.7.3 Entrevista Dirigida Al Auxiliar Contable De La Empresa “Muebles El Dorado”

Objetivo: Diagnosticar los problemas que tiene la empresa Muebles El Dorado, al no haber realizado una evaluación de los costos de comercialización el cual permita conocer el margen de rentabilidad alcanzada, a través de la entrevista , para recabar la información que permitirá el desarrollo del tema propuesto.

1. ¿Se ha realizado alguna vez una evaluación de los costos de comercialización en la Empresa “Muebles El Dorado”?

No.

2. ¿La Empresa “Muebles El Dorado” aplica la contabilidad de costos?

No, solo utiliza la Contabilidad General.

3. ¿Con qué frecuencia se presenta la información contable?

Se presenta en forma semestral además se está incrementando el manejo del sistema contable Fénix.

4. ¿La contabilidad utilizada por la empresa ha permitido cumplir con las metas y objetivos planteados?

Sí, porque se utiliza un sistema contable en el cual nos menciona que a cada mueble se le aplica el 50% de utilidad.

5. ¿Qué le permite determinar la Contabilidad de Costos?

Mencionan que la Contabilidad de Costos les ayudan a conocer el valor de cuánto cuesta el producto hasta la llegada al almacén, para de esta manera vender aplicando el porcentaje de utilidad.

6. ¿Cree usted que la evaluación de los costos de comercialización le proporcionara una información adecuada para registro de los recursos económicos de la Empresa “Muebles El Dorado”?

Sí, porque se desea que se siga incrementando más el nivel de ventas para seguir prosperando y progresando porque queremos que se desarrolle nuestra empresa más.

7. ¿Existe el personal suficiente para cumplir con las actividades correspondientes en la empresa?

Sí, existe personal capacitado para realizar las ventas, además las instalaciones son las adecuadas para cubrir la demanda del mercado.

8. ¿Mediante la evaluación de los costos de comercialización se podrá obtener un adecuado control de los costos y gastos de ventas de la Empresa “Muebles El Dorado”?

Mencionan que si ya que con esto se podrá analizar detalladamente cada uno de los costos que cada mueble conllevara para la venta de la misma en la empresa.

9. Cuál es el porcentaje de rentabilidad que fija la Empresa “Muebles El Dorado” en sus productos?

La empresa aplica el cincuenta por ciento de rentabilidad el cual está distribuido en gastos de salarios, patentes, SRI. Entre otros.

10. Cuáles son los gastos más representativos para la Empresa “Muebles El Dorado”?

El pago al SRI, Patente, Salarios, bonos e incentivos.

2.3.7.4 Entrevista dirigida al Jefe de Ventas y Chofer y Bodeguero de la Empresa “Muebles El Dorado”

Objetivo: Diagnosticar los problemas que tiene la empresa Muebles El Dorado, al no haber realizado una evaluación de los costos de comercialización el cual permita conocer el margen de rentabilidad alcanzada, a través de la entrevista , para recabar la información que permitirá el desarrollo del tema propuesto.

1. ¿Quiénes son los clientes con los que actualmente cuenta la Empresa “Muebles El Dorado”?

Del 100% de la población de Latacunga la empresa trabaja con el 70% de los clientes de bajos recursos económicos, parte del 20% de mediano recursos económicos y parte del 10% de altos recursos económicos. Siendo un total en números de 500 clientes.

2. ¿Cuando la empresa realiza la venta de mercadería a los clientes que tipo de descuento se conceden?

Se conceden descuentos por la venta de contado, además se dan créditos con un plazo de tres, seis, nueve meses y doce meses sin interés con tarjetas diferidas hasta 24 meses.

3. ¿Qué cantidad vende diariamente la empresa?

De seis a siete muebles diarios incluidos los sábados y domingos.

4. ¿La empresa realiza publicidad para la salida del producto e incrementar las ventas?

Si, realizan la publicidad en los medios de comunicación como son: radio y televisión, una sola vez cada año, por la época navideña.

5. ¿El personal de ventas es suficiente para cumplir con las exigencias y requerimiento de la demanda existente en el mercado?

Sí, porque existe mercadería suficiente en la bodega y las instalaciones son las adecuadas para realizar las ventas y cumplir las metas establecidas.

6. ¿Los vendedores tienen incentivos por las ventas que realizan cuáles son?

Si, cuando las ventas superan el valor mensual de \$25.000,00 existe un bono de 125,00 dólares, cuando las ventas son de contado adicionales cincuenta dólares.

7. ¿Las ventas realizadas por la empresa son: a crédito o al contado?

Se realiza ventas a crédito y contado dependiendo la capacidad de pago que tenga el cliente.

8. ¿El costo de transporte en las ventas de mercadería lo asume la empresa o el cliente?

La empresa cubre el transporte dentro de la ciudad a partir de los 500,00 dólares, y fuera de la ciudad cubre el cliente.

9. ¿La empresa se encuentra satisfecha con el nivel de ventas?

Sí, porque existe mercadería suficiente en la bodega y las instalaciones son las adecuadas para realizar las ventas.

10. ¿Cree usted que es necesario mejorar el sistema de distribución de los productos de su empresa?

Si, debería la empresa contratar más carros para realizar la distribución de los de las ventas realizadas a los diferentes clientes en las distintas parroquias de la ciudad.

2.3.7.5 Análisis de las Entrevistas realizadas a los Administradores y Área de Ventas de la Empresa” Muebles El Dorado”

Según la entrevista realizada al Sr. Gerente Propietario Fernando Chango y a la Administradora la Sra. Marcia Castro, y área de ventas, se puede indicar que es necesario realizar una evaluación de los costos y gastos de comercialización el cual permitirá conocer la línea de muebles q mayor gasto tenga para ser comercializado, así también permitirá identificar los porcentajes de la utilidad aplicada a los diferentes productos que la empresa vende, e ir conociendo de forma individual los costos que la empresa cubre para comprar y vender cada mueble entre estos gastos de forma general se mencionará a los gastos administrativos, operativo, financieros y de venta, incurridos desde el momento del ingreso de la mercadería hasta la venta del producto a los clientes, y de esta forma se lograra determinar cuál es la rentabilidad económica que cada producto .

El Gerente propietario manifiesta que la evaluación de los costos de comercialización será una herramienta muy importante dentro de la Empresa “Muebles El Dorado” ya que le ayudara a identificar los gastos incididos desde la recepción de la mercadería, almacenaje y venta de los diferentes muebles y artículos que la casa comercializa, también permitirá conocer cuáles son los productos que tiene mayor aceptación en el mercado nacional con una utilidad lucrativa tanto para el dueño de la empresa como para sus empleados debido a que mientras mejor sean los ingresos por venta sus remuneraciones serán mejoradas en el caso de los empleados.

En la Empresa “Muebles El Dorado” se puede identificar de forma precisa la falta de una evaluación de los costos y gastos efectuados para el desarrollo de la venta de las diferentes líneas de productos, entregando una información real sobre los costos el Gerente podrá tomar las decisiones que ayudaran al crecimiento económico de la entidad.



2.3.6 Análisis e Interpretación de las Encuestas realizadas a los Proveedores de la Empresa “Muebles El Dorado”

Objetivo: Realizar una Evaluación de los Costos de Comercialización de la Empresa “Muebles El Dorado” de la Ciudad de Latacunga para determinar la rentabilidad económica de la empresa.

1. ¿Cuándo la Empresa “Muebles El Dorado” realiza un pedido de mercadería, se concede descuentos?

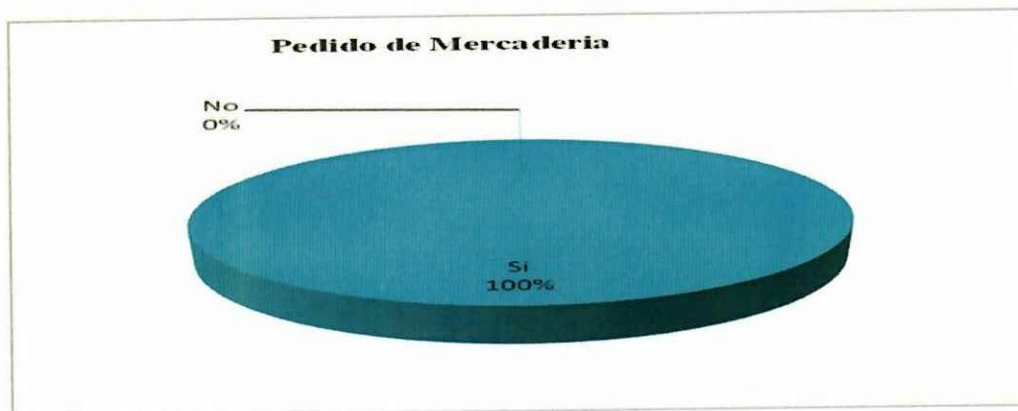
Cuadro N. 5
Pedido de la Mercadería

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Empresa “Muebles El Dorado”

Elaborado por: Grupo de Tesisistas

Gráfico No. 5



Fuente: Empresa “Muebles El Dorado”

Elaborado por: Grupo de Tesisistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En las encuestas realizadas se observó que el 100% de los proveedores, opina que si conceden descuentos por el volumen de compras que realizan. De lo que se concluye que el descuento de los proveedores en general es del 2% al 3% otorgado por la forma de pago que realiza la empresa ya que no existen muebles que tenga límite de costo.

2. ¿Los descuentos que usted le concede a la Empresa “Muebles El Dorado” es por?

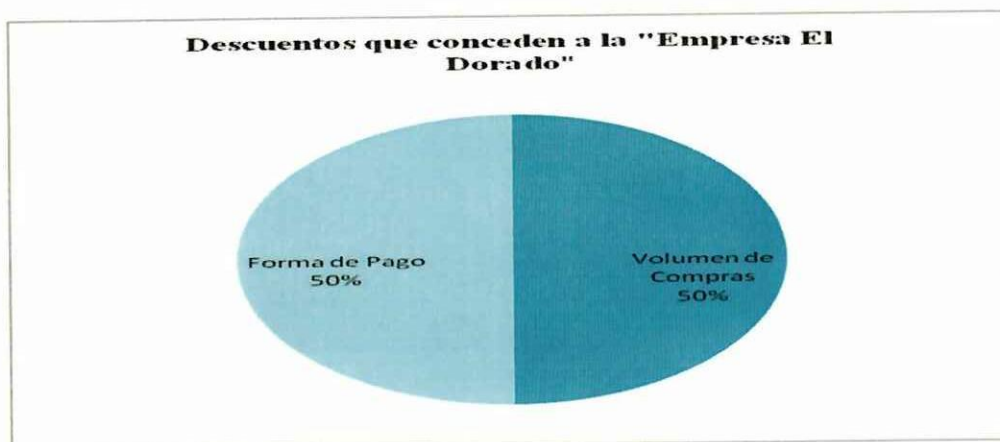
Cuadro No.4

Descuentos que conceden a la Empresa “Muebles El Dorado”

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Volumen de compras	2	50%
Forma de Pago	2	50%
Situación de confianza	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Empresa “Muebles El Dorado”
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No. 6



Fuente: Empresa “Muebles El Dorado”
Elaborado por: Grupo de Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo con los resultados obtenidos en la indagación realizada se pudo indicar que un 50% manifestó que realizan descuentos por la forma de pago que realiza la empresa y un 50% expresó que conceden descuentos por el volumen de compras. De lo que se puede deducir que la Empresa “Muebles El Dorado” realiza sus compras de contado para beneficiarse del 2% al 3% de descuento que dan los proveedores con un plazo de quince días para la cancelación del compromiso.

3. ¿El precio de los muebles varía de acuerdo a?

Cuadro No. 5
El precio de los muebles varía de acuerdo a

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
La Calidad	0	0%
El diseño	2	50%
Tipo de materia utilizada	2	50%
Total	4	100%

Fuente: Empresa “Muebles El Dorado”
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No. 7



Fuente: Empresa “Muebles El Dorado”
Elaborado por: Grupo de Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De la investigación realizada a los diferentes proveedores, se pudo evaluar que el 50% de los clientes consideran importante el material utilizado, ya que de esto depende el precio de cada uno de los muebles, y un 50% de los proveedores mencionaron importante el diseño del mueble. De lo cual se puede deducir que la Empresa “Muebles El Dorado”, debe tomar en cuenta al momento de realizar un pedido la calidad, el diseño y el material utilizado, lo cual permitirá obtener una mayor rentabilidad económica y la satisfacción de los clientes.

4. ¿La empresa cuenta con vehículos de planta para la entrega de los diferentes pedidos que realiza la Empresa “Muebles El Dorado”?

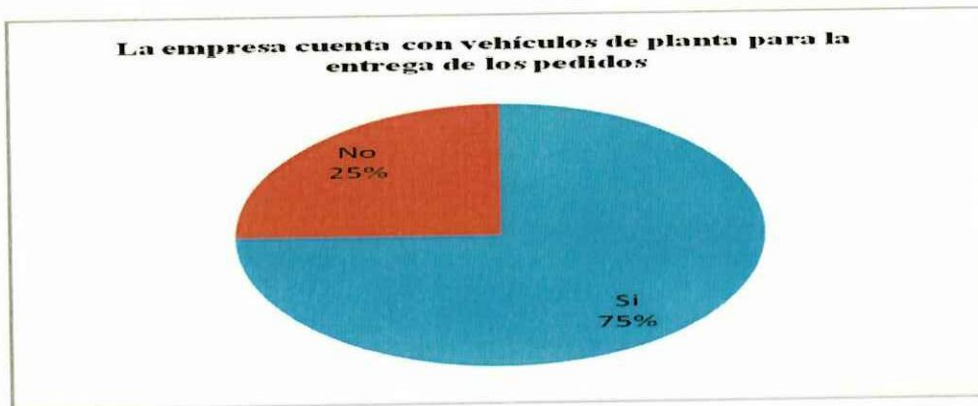
Cuadro N. 6

La empresa cuenta con vehículo de planta para la entrega de los pedidos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	75%
No	1	25%
Total	4	100%

Fuente: Empresa “Muebles El Dorado”
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No. 8



Fuente: Empresa “Muebles El Dorado”
Elaborado por: Grupo de Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Una vez realizada la técnica de la encuesta se logró determinar que en un porcentaje mayoritario de las personas al momento de adquirir muebles de madera cubren el costo de transporte, y tan solo el 25% no cubren el servicio de transporte. De lo que se puede deducir que la “Empresa El Dorado”, está generando un gasto por el transporte que envía a retirar la mercadería de los proveedores, lo cual el costo está incrementando el precio de venta.

5. ¿Qué beneficios recibe la Empresa “Muebles El Dorado” cuando realiza una compra?

Cuadro No. 7

Beneficios que recibe la empresa por la compra de mercadería

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	4	100%
Promociones	0	0%
Otros	0	0%
Total	0	100%

Fuente: Empresa “Muebles El Dorado”
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No. 9



Fuente: Empresa “Muebles El Dorado”
Elaborado por: Grupo de Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Una vez realizada la técnica de la encuesta a los proveedores de la Empresa “Muebles El Dorado”, se determinó que el 100% de los proveedores realizan descuentos por el volumen de compras que realiza la empresa, además les amplían un plazo de 8 a 10 días para la cancelación de la deuda. De lo cual se puede indicar que la empresa realiza los pedidos por volumen para beneficiarse de los descuentos y así poder vender los muebles a un precio accesible.

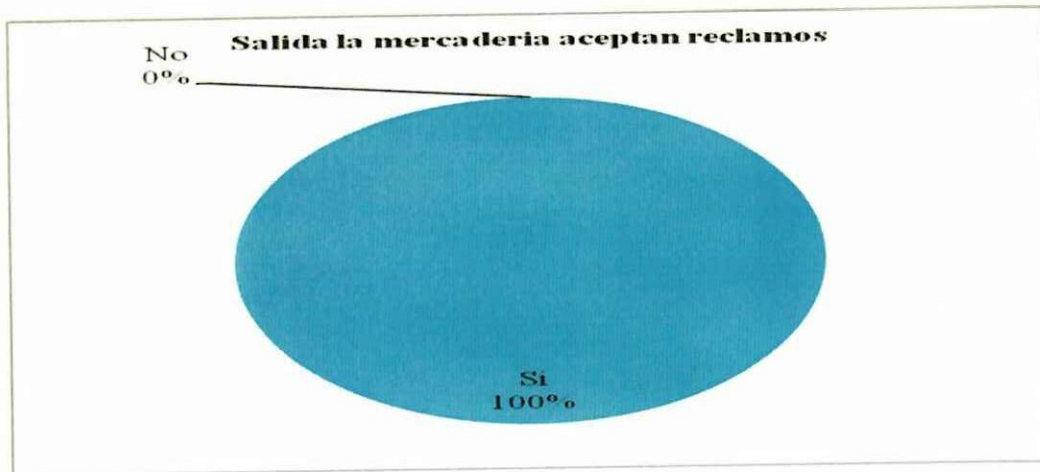
6. ¿Una vez salida la mercadería de su empresa se aceptan reclamos?

Cuadro No. 8
Salida la mercadería aceptan reclamos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100%
No	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Empresa "Muebles El Dorado"
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No. 10



Fuente: Empresa "Muebles El Dorado"
Elaborado por: Grupo de Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En las encuestas efectuadas a los proveedores manifiestan que el 100%, aceptan reclamos por la mala fabricación del mueble. Se puede indicar que los proveedores aceptan devoluciones de los muebles cumpliendo así con la garantía tratada entre las dos partes siendo esta de un año, que es la reposición de otro mueble hasta llegar al lugar de entrega.

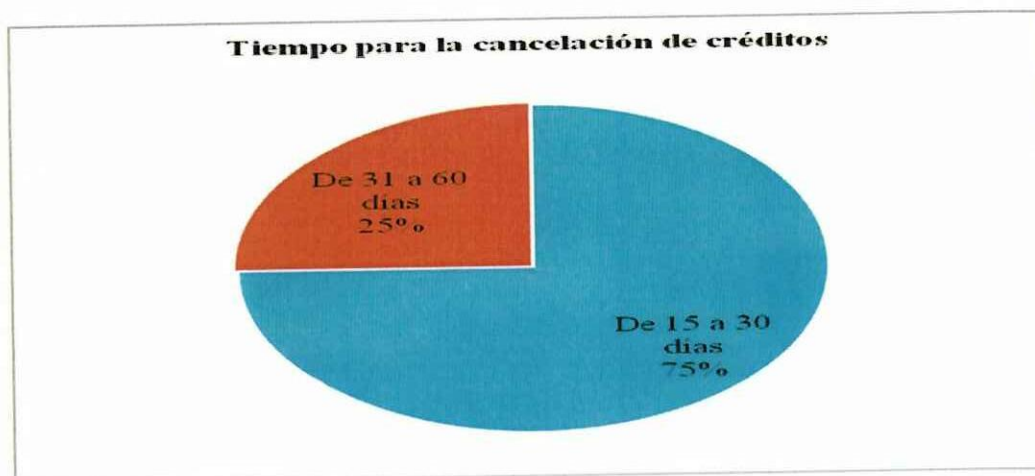
7. ¿A la Empresa “Muebles El Dorado” que tiempo le conceden para que cancele el valor de los créditos?

Cuadro No. 9
Tiempo para la cancelación de créditos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 15 a 30 días	3	75%
De 31 a 60 días	1	25%
Total	4	100%

Fuente: Empresa “Muebles El Dorado”
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No. 11



Fuente: Empresa “Muebles El Dorado”
Elaborado por: Grupo de Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De la encuesta realizada los proveedores se puede indicar que un 75% de los distribuidores le conceden un plazo de 15 a 30 días para que cancelen la deuda de los pedidos y un 25% les otorgan un plazo de 31 a 60 días para que cancelen el valor de la deuda. De lo que se puede determinar que la Empresa “Muebles El Dorado” debe realizar pedidos superiores al valor de 3.000,00 dólares para que la misma sea beneficiada con cada uno de los descuentos que los diferentes proveedores les proporcionan.

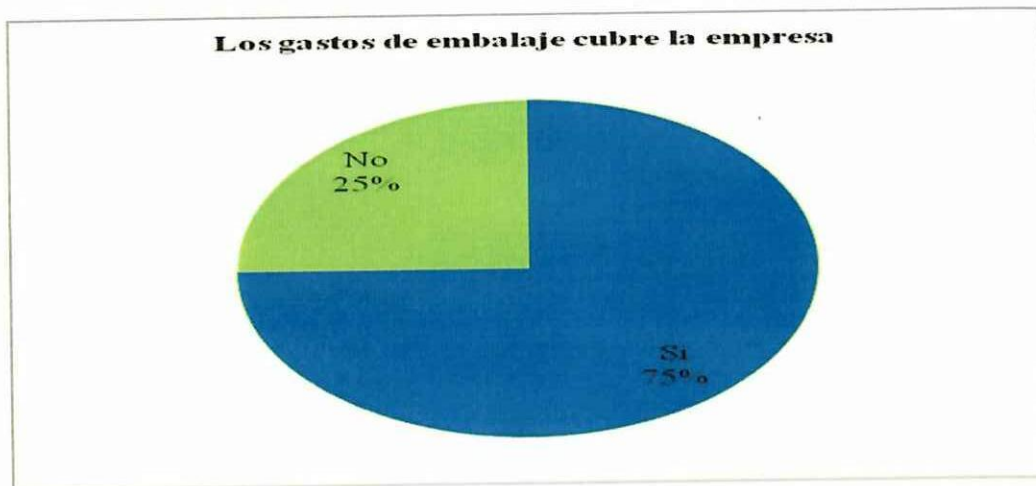
8. ¿Cubre su empresa los gastos de embalaje que se utiliza para el traslado y entrega de mercadería a la Empresa “Muebles El Dorado”

Cuadro N. 10
Los gastos de embalaje cubre la empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	75%
No	1	25 %
Total	4	100 %

Fuente: Empresa “Muebles El Dorado”
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No. 12



Fuente: Empresa “Muebles El Dorado”
Elaborado por: Grupo de Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De la encuesta realizada se desprendió que un 75% de los proveedores cubren con el gasto de embalaje que utilizan en los diferentes muebles y apenas un 25% manifiesta que no cubren con el gasto de embalaje. De lo cual se puede indicar que la empresa tiene un gasto del 25% para transportar los productos a la comercializadora.

2.3.7 Encuesta aplicada a los Clientes de la Empresa Muebles El Dorado.

Objetivo: Diagnosticar los problemas que tiene la empresa muebles el dorado, al no contar con una evaluación de los costos de comercialización, a través de la encuesta, para recabar la información que permita el desarrollo del tema propuesto.

1. ¿Conoce usted la actividad que desarrolla la empresa Muebles El Dorado de la ciudad de Latacunga.

Cuadro No. 11

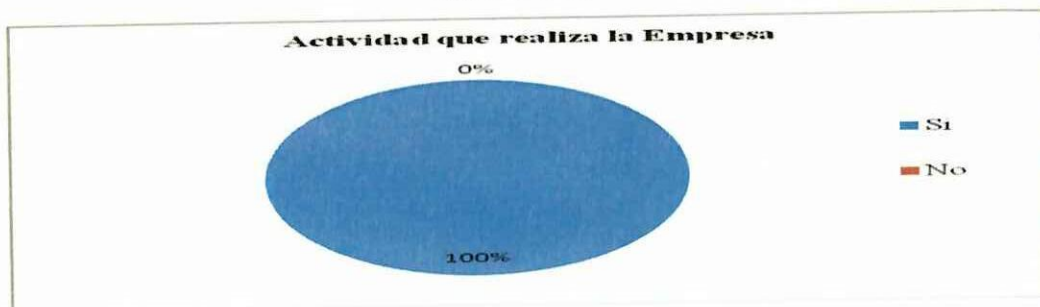
Actividad que realiza la empresa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	178	
No	65	
Total	223	100%

Fuente: Empresa "Muebles El Dorado"

Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No. 13



Fuente: Empresa "Muebles El Dorado"

Elaborado por: Grupo de Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los sujetos en estudio, el 100% manifiestan que conocen la actividad que realiza la empresa; de esta manera se considera que la mayoría de los clientes tienen conocimiento de la actividad comercial y de los productos que oferta la empresa al mercado.

2. ¿Cómo califica usted la actual entrega de productos?

Cuadro N. 12

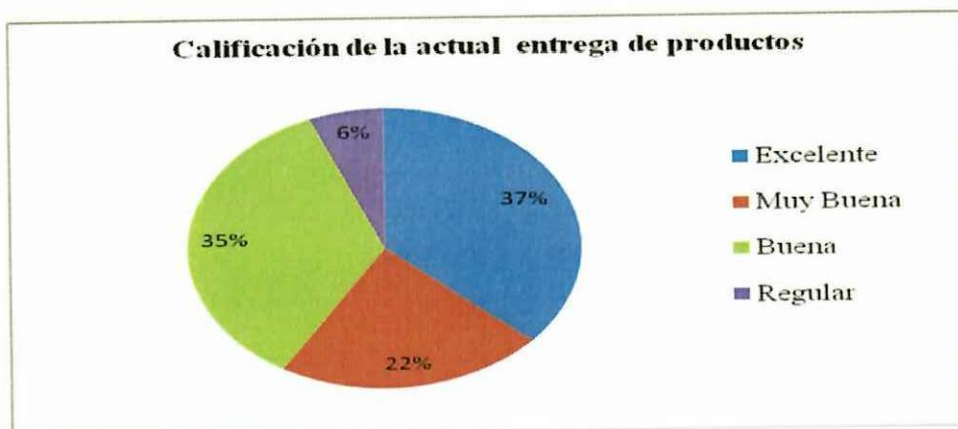
Calificación de la actual entrega de productos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	89	37%
Muy Buena	54	22%
Buena	85	35%
Regular	15	6%
Total	243	100%

Fuente: Empresa "Muebles El Dorado"

Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No. 14



Fuente: Empresa "Muebles El Dorado"

Elaborado por: Grupo de Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los sujetos en estudio, el 37% expresa que la atención al cliente es excelente, mientras que el 22% indican que la atención es muy buena, el 35% mencionan que la atención es buena y el 6% piensan que es regular.

Es decir que la información acerca de la atención que presta la Empresa Muebles El Dorado, a sus clientes es importante, ya que esto permitirá mejorar el servicio a los clientes y aumentar el número de clientes, por lo que el cliente es el pilar fundamental de una organización.

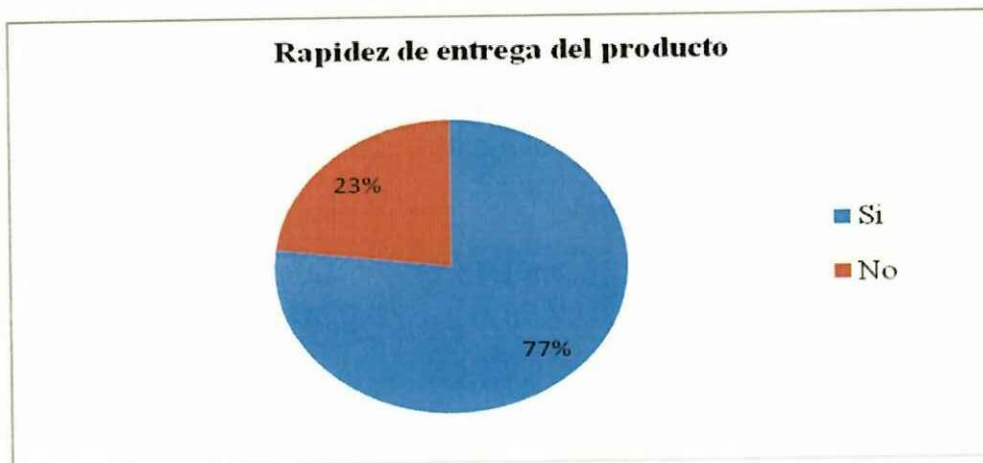
3. ¿Está conforme con la rapidez de entrega del producto solicitado?

Cuadro No. 13
Rapidez de entrega del producto

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	187	77%
No	56	23%
Total	243	100%

Fuente: Empresa "Muebles El Dorado"
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No. 15



Fuente: Empresa "Muebles El Dorado"
Elaborado por: Grupo de Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los sujetos en estudio el 77% manifiestan que está conforme con la rapidez de entrega, mientras que el 23% indica que no está conforme con la rapidez de entrega del producto que expende la empresa.

Por lo tanto la empresa debe tener mejor desempeño laboral en la entrega del producto y así evitar perdida de clientela.

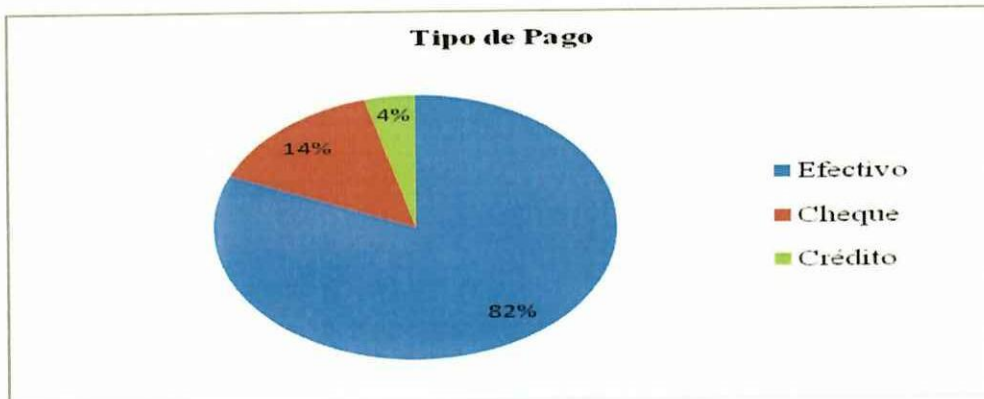
4. ¿De qué forma cancela las compras de los productos que oferta la empresa Muebles El Dorado?

Cuadro No. 14
Tipo de Pago

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	198	82%
Cheque	35	14%
Crédito	10	4%
Total	243	100%

Fuente: Empresa “Muebles El Dorado”
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No. 16



Fuente: Empresa “Muebles El Dorado”
Elaborado por: Grupo de Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los sujetos en estudio, el 82% expresa que realiza sus compras en efectivo, mientras que el 14% manifiestan efectuar sus pagos por medio de cheque y el 4% indican que tienen crédito hasta 30 días.

Es decir que la mayoría de los clientes cancelan sus compras en efectivo, por lo tanto la empresa tiene buena rentabilidad para poder continuar con la comercialización de los muebles.

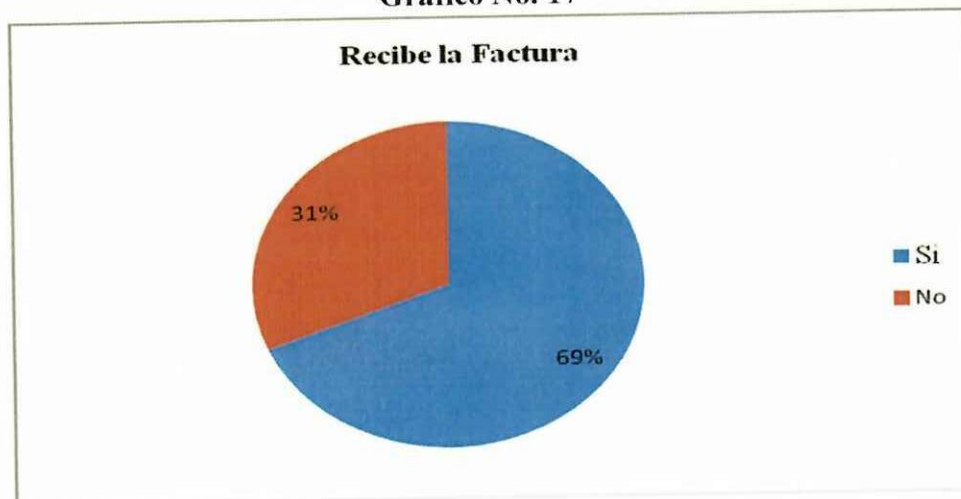
5. ¿Recibe la correspondiente factura por la compra de los muebles?

Cuadro No. 15
Recibe la Factura

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	167	69%
No	76	31%
Total	243	100%

Fuente: Empresa "Muebles El Dorado"
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No. 17



Fuente: Empresa "Muebles El Dorado"
Elaborado por: Grupo de Tesistas

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De los sujetos en estudio, el 69% manifiesta que recibe la factura, mientras que el 31% expresa que no recibe la factura.

Se manifiesta que la empresa debe cumplir con las disposiciones establecidas por el servicio de Rentas Internas, para que los clientes tengan un respaldo de su compra.

CAPÍTULO III

EVALUACIÓN DE LOS COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN Y LA INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA MUEBLES EL DORADO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, AL PERIODO 01 DE JULIO – 31 DICIEMBRE 2012

3.1 Introducción

El presente estudio se realizará con base a la situación actual de la empresa, sus puntos fuertes y débiles, su infraestructura, su imagen y en especial la organización financiera con la que cuenta, son factores a tomar en cuenta a la hora de desarrollar el análisis de sus Estados Financieros, para encontrar el nivel de rentabilidad de la empresa; sus actividades principales hasta el momento es la comercialización de diferentes líneas de muebles.

Luego de haber realizado la respectiva evaluación de los costos de comercialización y analizar la situación económica en la que se encuentra la empresa muebles el dorado se ha identificado cuáles son los principales puntos que tenemos que tratar a profundidad como un aporte para la empresa.

La aplicación de la evaluación de los costos de comercialización permitirá conocer la rentabilidad económica que será una herramienta gerencial fundamental ya que se estructurará en base a la utilización de los indicadores económicos que medirán la capacidad contributiva de la empresa.

3.2 Justificación

La investigación es de interés para el área gerencial y financiero de la empresa ya que van a tener una herramienta de análisis para una correcta toma de decisiones que va a incidir en una mejora económica para la empresa.

La necesidad de enfrentar situaciones difíciles en los mercados globales exige a las empresas comerciales a ser más rentables, competitivas y productivas manejando los recursos en forma eficiente, eficaz y efectiva lo que da como resultado presentar productos de calidad con precios justos para la obtención de estos requerimientos la empresa “Muebles El Dorado” ha tomado la alternativa de la aplicación de la evaluación de los costos de comercialización y análisis financiero que permitirá la evaluación de cada operación para determine la liquidez y su capacidad de competencia en el mercado nacional y extranjero por ende proyectar nuevas inversiones para la maximización de la rentabilidad.

El desconocimiento del nivel de crecimiento o declive económico financiero de la entidad nos permite determinar exactamente con cuanto de liquidez cuenta la empresa, tiene o no la necesidad de acceder a un crédito bancario y entre otros, para el cual se establecerá así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que la empresa sea o no rentable en términos económicos.

La propuesta planteada constituirá una herramienta que ayude a la empresa a traducir sus estrategias en objetivos operacionales financieros y no financieros con el fin de mejorar su desempeño corporativo, disponer de un análisis financiero donde arroje una información real de la empresa con los valores actuales, enfocado a ser más competitivos y rentables con las medidas de valores adecuadas, que permitan alinear los recursos de la empresa en la consecución exitosa del objetivo analítico planteado.

3.3 Objetivos

3.3.1 Objetivo General

Desarrollar adecuadamente la investigación de la comercialización de los muebles de la empresa Muebles El Dorado de la ciudad de Latacunga, por medios de la aplicación y ejecución del flujo de efectivo y la aplicación de los indicadores financieros, para poder identificar el margen de rentabilidad alcanzada en el periodo de la investigación.

3.3.2 Objetivo Específicos

- ✓ Elaborar el flujo de efectivo operativo proyectado a cinco años, el mismo que permitirá aplicar el punto de equilibrio para determinar si la empresa está perdiendo o ganando al momento que vende los productos.
- ✓ Identificar los indicadores para el cálculo de la Rentabilidad Económica de la empresa Muebles El Dorado.
- ✓ Utilizar las razones más comunes para realizar la liquidez y la actividad del inventario, cuentas por cobrar, activos fijos, cuentas por pagar, etc. con la información facilitada por la empresa para determinar con exactitud el rendimiento de cada uno de ellos.
- ✓ Analizar la relación entre endeudamiento y apalancamiento financiero que presenten los estados financieros, así como las razones que se pueden usar para evaluar la posición deudora de la empresa y su capacidad para cumplir con los pagos asociados a la deuda.
- ✓ Evaluar la rentabilidad de la empresa con respecto a sus ventas inversión en activos, inversión de capital de los propietarios para facilitar una información eficaz y real de la misma.

3.4 Descripción de la Propuesta

Datos Informativos:

Institución ejecutora

La institución en donde se realizó esta tesis es la Empresa “Muebles El Dorado” de la ciudad de Latacunga.

Ubicación: La empresa Muebles El Dorado está ubicada en:

Calle: Calle Tilipulo y Av. Amazonas a pocos pasos del Supermercado AKI.

Ciudad: Latacunga

Provincia: Cotopaxi

3.5 Reseña Histórica

La empresa Muebles el Dorado fue la pionera en la fabricación y comercialización de Muebles, empresa familiar cuyo primer taller fue instalado en el año 1.999 en la parroquia Mulaló. Provincia de Cotopaxi- Ecuador; en este lapso de tiempo, Muebles El Dorado ha ido sembrando cimientos para hoy en día poder ofrecer al mercado nacional productos de alta calidad, elegancia y distinción, teniendo como premisa inicial la calidad y atención a los clientes que visitan nuestras sucursales ubicadas en el centro del país como es en la ciudad de Latacunga existe la empresa comercializadora de Muebles el Dorado ubicado en la calle Amazonas y Tilipulo, en la ciudadela el Chofer el Mega Dorado, en el cantón Salcedo Muebles El Dorado, y la planta de producción se encuentra ubicada en la parroquia Mulalo.

3.6 Misión

“Ser líderes en un mercado competitivo dando calidad, variedad y a un buen costo, para de esta manera posesionarnos en el mercado ecuatoriano, como la primera comercializadora del mueble en el centro del país. (Ecuador), todo esto con un comprometido trabajo serio y eficaz de todos los colaboradores que conformamos Muebles El Dorado”.

3.7 Visión

“Encaminar nuestro esfuerzo productivo, para el desarrollo de un país con miras a futuro, satisfaciendo a la gente con nuestros productos, garantizando cada uno de ellos, todo dirigido con una perfecta atención y satisfacción a sus clientes, haciendo que todos nuestros productos sean de calidad, y que nuestros clientes se sientan satisfechos al adquirir nuestra línea de muebles”.

3.8 Análisis Externo

3.8.1 Análisis Macroambiente

En este punto se analizará factores relevantes que involucran las oportunidades y las amenazas que la empresa debe enfrentar y superar para permanecer compitiendo en el mercado comercial, pues es de suma importancia que el propietario conozca los acontecimientos que se desarrollan en su entorno. Las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

3.8.2 Factor Político

La estabilidad política en el Ecuador se ha visto afectada en los últimos años, ya que el presidente ha cambiado constantemente las leyes especialmente en la educación e impuestos; hemos presenciado conflictos de los movimientos sociales, étnicos y regionales.

Razón por la cual la credibilidad en el sistema político ha disminuido significativamente, ya que en la actualidad los partidos políticos son empresas electorales por lo que el Ecuador ha privilegiado al interés particular de los diferentes grupos políticos de turno.

Actualmente el tema principal en el Ecuador es la realización de las leyes a cargo de la Asamblea Constituyente, lo cual mantiene en expectativa a todos los ecuatorianos pues algunos sectores estarán de acuerdo y otros expresarán su desacuerdo.

3.8.3 Factor Económico

La adopción de la dolarización es el fenómeno más relevante que ha tenido el Ecuador, el mismo que se encuentra vigente hasta la actualidad. El Ecuador ha vivido constantes cambios en su economía nacional.

El Ecuador profundizó los desequilibrios económicos y fiscales, destruyó los fondos de ahorro, consumió el boom petrolero en un gasto desproporcionado que impulsó las importaciones, no pagó los intereses de los bonos Global 2.012, exacerbó los subsidios y expectativas sociales, construyó una Constitución populista plagada de derechos impracticables, cerró toda fuente de financiamiento, aumentó el riesgo país al 40 %. Consecuencia de estos abusos reivindicados como éxito apreciado por las mayorías, el costo para los pobres será doloroso.

Estos acontecimientos han empujado al país a una extrema precariedad política y a una inestabilidad económica, pero este no es el escenario predominante desde la perspectiva económica en forma exclusiva. La mezcla con los factores políticos y sociales convierte al escenario negativo en el escenario preponderante.

En lo económico se encamina a lo negativo por un conjunto de decisiones y medidas gubernamentales que continúan destruyendo la confianza de inversionistas nacionales y extranjeros y que afectan a la inversión. Como resultado, la inversión resiente, el crecimiento del PIB decae y las condiciones de vida de la población se deterioran.

Todos estos factores afectan el funcionamiento de la Empresa, pues varias de las medidas adoptadas por el régimen generaron incremento de precios lo cual nos perjudica ya que en el negocio de los productos agrícolas no se adopta medidas como en otros sectores de trasladar el precio al cliente, ya que en nuestro caso existe mayor competencia y los clientes optan por buscar nuevos proveedores con precios accesibles y competitivos como Perú.

Además se proyecta un futuro incierto, pues bajo estas condiciones no se puede realizar proyecciones de crecimiento.

3.8.4 Factor Social

El Ecuador es un país rico en recursos naturales, los mismos que no son aprovechados correctamente, además las crisis económicas y políticas han obstruido el desarrollo social.

La pobreza, inseguridad, el desempleo, la educación, y la salud son los problemas de todos los días que aquejan a nuestro país. Es importante que esta realidad cambie ya para que las condiciones de vida de la población mejoren.

Los años 1.990 se caracterizaron por el estancamiento de los progresos sociales de las décadas anteriores. Fueron años de deterioro económico y, principalmente, de bajos o nulos avances de cobertura y calidad de los servicios sociales como la educación. La serie anual de encuesta da señales de una tendencia positiva.

La creación de un bono llamado el “Bono Solidario” que beneficia a varias personas como adultos mayores, madres solteras y personas de escasos recursos se convierte en ocasiones en un obstáculo para la empresa pues muchas personas son beneficiarias de este bono y prefieren recibir el bono en lugar de trabajar.

Otro factor importante que afecta a nuestra sociedad es la emigración hacia España, Italia, Estados Unidos, pues esto genera separación de los hogares ecuatorianos y niños que quedan en responsabilidad de familiares cercanos y en algunos casos solos.

3.8.5 Factor Legal

Para dar cumplimiento a todas las disposiciones legales que el Estado exige, la empresa ha seguido un proceso paulatino para consolidar plenamente su situación legal como empresa organizada, cumpliendo desde el inicio de sus operaciones con los permisos correspondientes a los organismos estatales que regulan el funcionamiento empresarial, con la leyes y las disposiciones emanadas por los organismos de control, por lo que tiene como base legal lo siguiente:

Nombre comercial: Muebles El Dorado

RUC. Registro Único de Contribuyente: Una vez legalizada y registrada en las instancias respectivas, los directivos registraron la empresa en el SRI y obtuvieron el Registro Único de Contribuyentes (RUC), con el Número 0502298086001.

Actividad Económica Principal: Comercialización de diferentes líneas de muebles (Sala, Comedor, Dormitorio, Oficina, Cocina), con diferentes diseños y modelos.

Obligaciones Tributarias: Actuara como persona natural y presentara la Declaración de impuesto a la renta, declaración de retenciones en la fuente, declaración mensual de IVA, Anexo de compras y retenciones en la fuente por otros conceptos.

3.9 Análisis Microambiente

Al hablar del entorno micro ambiente se refiere a los aspectos que afectan a la empresa de manera directa y que se pueden controlar. Se destacan la competencia, proveedores y clientes.

3.9.1 Proveedores

Es la persona o empresa que abastecen o entregan bienes o servicios a otros, en la actividad empresarial, la gestión de compras, es una actividad destinada a determinar las necesidades de la empresa y seleccionar quienes las proveerán con la calidad adecuada al menor costo, con las mejores condiciones de financiación, y en el tiempo propicio.

Los proveedores pueden considerarse una amenaza para la empresa cuando están en capacidad de imponer el precio que debe pagar por el insumo o de reducir la calidad de los bienes suministrados disminuyendo la rentabilidad de la misma.

Entre los principales proveedores tenemos:

Cuadro No.17
Principales Proveedores

Proveedores	Registro Único de Contribuyente	Dirección
Aulestia Albuja Fausto Ramiro	1706681770001	Joséguango Sector Agua Clara vía Mulalo
Sr. Chango Castro Hugo	0502980139001	Parroquia Mulalo, vía San Agustín de Callo
Sr. Crespo Villalba Víctor	0503257107001	Ciudad de Quito
Sra. Gavilánez Peña Mónica Cecilia	1713376901001	Ciudad de Quito sector el Calderón
Sr. Bravo Basantes Edgar Marcelo	1713827358001	Parroquia Pastocalle
Sr. Carlos Guamangallo Heredia	0502212939001	Parroquia Mulalo

Fuente: Muebles El Dorado
Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.9.2 Competencia

La empresa Muebles El Dorado, tiene un buen posicionamiento en el mercado, debido a la calidad de sus productos, a los precios y atención al cliente, que han llevado a la empresa ha tener una excelente posición en el mercado local, sin embargo la empresa día a día sigue incrementando nuevas sucursales a nivel cantonal y provincial, con el objetivo de cubrir las necesidades que tienen los ciudadanos de la ciudad de Latacunga y provincia de Cotopaxi, y así tener una mayor rentabilidad por la venta de sus muebles y así satisfacer las necesidades de los clientes.

3.9.2.1 Competencia Directa

Se refiere a la existencia de empresas que ofrezcan un producto igual al nuestro y que lo venden en el mismo mercado en el que estamos nosotros, lo que hace que ambas empresas busquen a los mismos clientes para venderles prácticamente lo mismo.

Cuadro No.18
Competencia Directa

Razón Social	Dirección	Teléfono
Mueblería Balseca	Av. Miguel Iturralde junto al Aeropuerto	0984011804
Mueblería San Eduardo	Hugo Chango Castro	0999746946
La Feria del Mueble	Av. Amazonas	0983258067
Mueblería Santa Anita	Av. Cinco de Junio y Eloy Alfaro	032660108

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesis

3.9.2.2 Competencia Indirecta

La forman todos los negocios o empresas que intervienen de forma lateral en nuestro mercado y clientes, que buscan satisfacer las mismas necesidades de forma diferente y con productos sustitutos.

3.9.2.3 Productos Sustitutos

Se refiere a la existencia o aparición de productos que podrían reemplazar al tipo de producto de nuestra empresa.

3.10 Análisis Interno

El análisis interno se lo realiza para medir las diferentes capacidades de la empresa, determinar las fortalezas y debilidades que tiene el negocio en su interior, considerando cada una de las áreas que está organizada.

Para el efecto se ha considerado que no es necesario aplicar uno de los métodos de investigación como la encuesta, puesto que por el tamaño de Muebles El Dorado, no representa sino hacer un análisis directo de cada área.

En el ambiente interno se debe identificar situaciones que permitan un desempeño óptimo (Fortalezas) y aquellas dentro de las variables a analizar están.

3.10.1 Comercialización

En la empresa Muebles El Dorado se ha tomando como muestra de estudio investigativo el segundo semestre del año 2012, el cual nos permitirá determinar el margen de rentabilidad alcanzado mediante la aplicación de los ratios financieros.

3.10.2 Producto

Es un conjunto de atribuciones tangibles e intangibles que incluye el empaque, color, precio, prestigio del fabricante, prestigio del detallista y servicios que presta la comercializadora,

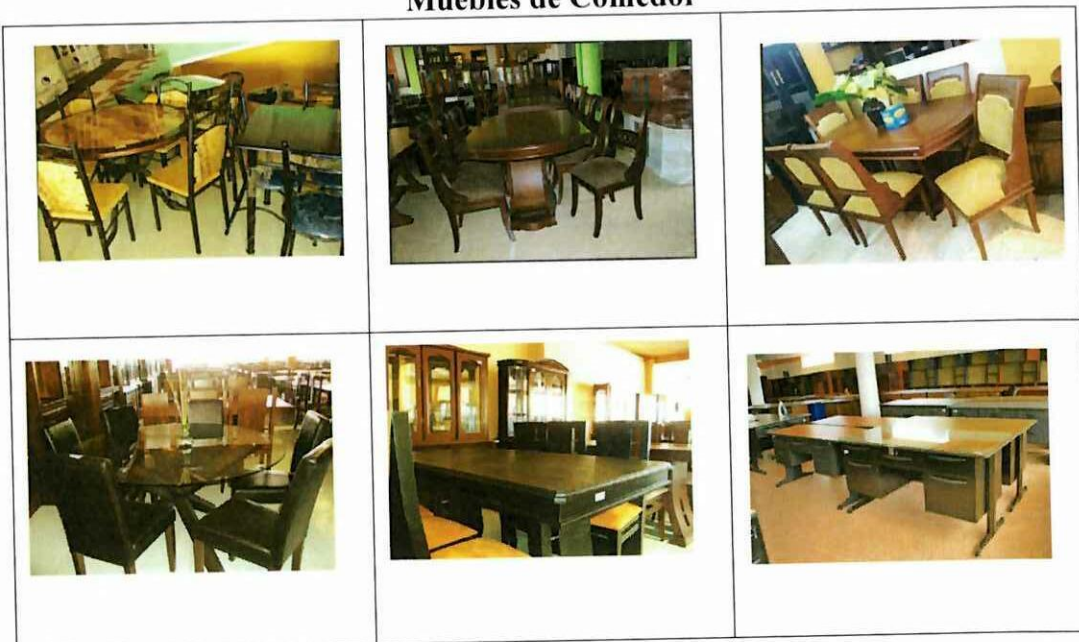
La empresa Muebles El Dorado comercializa básicamente muebles de sala comedor, dormitorio, cocina y oficina, con diseños exclusivos y variedad e los modelos y diseños como podemos apreciar en el siguiente cuadro:

Cuadro No.19
Muebles de Sala



Fuente: Muebles El Dorado
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Cuadro No.20
Muebles de Comedor



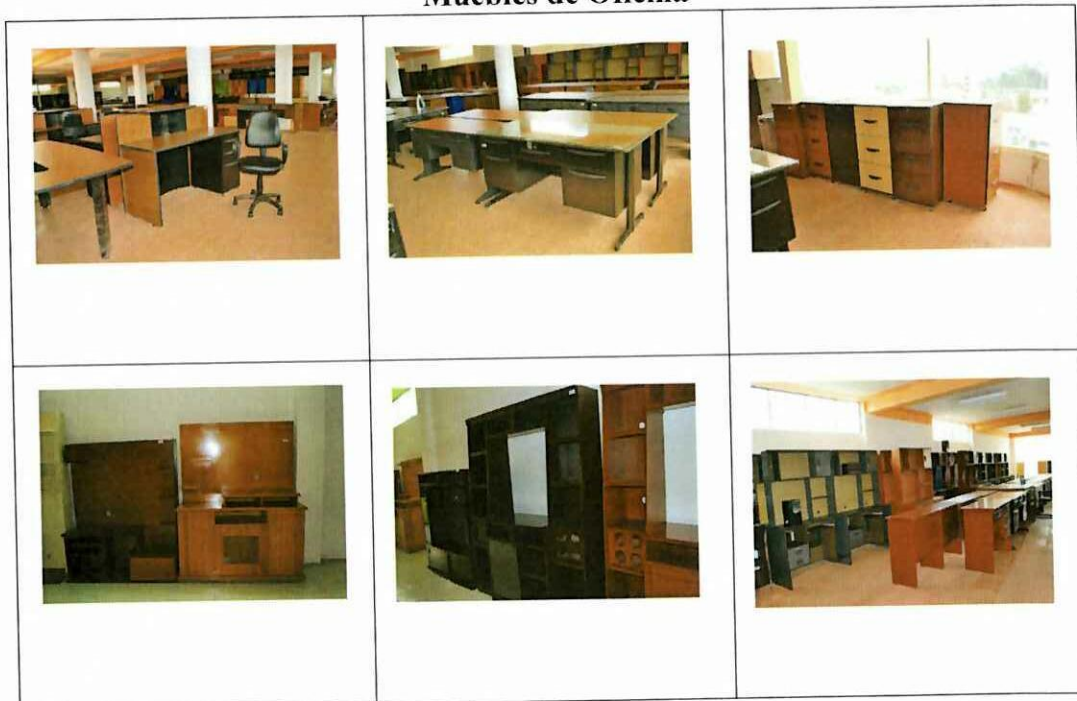
Fuente: Muebles El Dorado
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Cuadro No. 21
Muebles de Dormitorio



Fuente: Muebles El Dorado
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Cuadro No.22
Muebles de Oficina



Fuente: Muebles El Dorado
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Cuadro No. 23
Muebles de Cocina



Fuente: Muebles El Dorado
Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.10.3 Situación Financiera

Aquí tenemos que destacar, que la empresa mantiene ventas en un 80% al contado y un 20% a crédito, según datos históricos se puede decir que los ingresos, gastos y rentabilidad, van creciendo progresivamente conforme la empresa va madurando.

Toda la gestión es sustentada en puntos que representan los pilares y estructura de la empresa, estos pilares son: publicidad y marketing, capacitación, el mejoramiento continuo, cultura organizada, esto permitirá a la empresa apuntalarse a mejores días, obviamente con la colaboración de todos sus empleados.

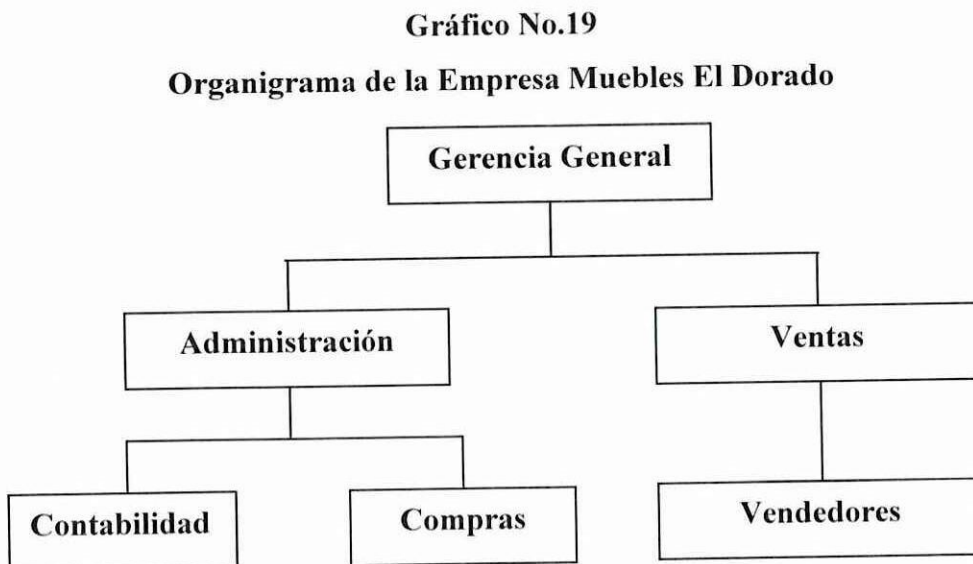
3.10.4 Tecnología Interna

La empresa Muebles El Dorado, cuenta con los medios tecnológicos suficientes para desarrollar sus actividades, dentro de sus equipos constan, 3 computadoras, 2 impresoras, internet banda ancha, un teléfono.

3.10.5 Procesos

La empresa Muebles El Dorado, no tiene definido procesos, las cosas se realizan de forma empírica y existe mucha confusión en cuanto a los roles de cada uno de sus trabajadores, es importante plantear un modelo de mejoramiento de proceso precisamente para que quede un precedente por escrito de cómo podrían incrementar su productividad para que se reflejen en un incremento de beneficios económicos y de calidad.

3.10.6 Organigrama



Fuente: Propia

Elaborado por: Grupo de Tesistas

La empresa trabaja con este tipo de organigrama, el mismo que está conformado de acuerdo a las actividades a la que se dedican para un mejor funcionamiento, las personas que laboran en la empresa Muebles El Dorado, suman 13 constituidas por: un gerente general, una administradora, una contadora, una auxiliar contable, una Jefe de ventas, un bodeguero, 7 asistentes de ventas.

3.10.7 Recursos Humanos

El personal de la empresa Muebles El Dorado no ha sido capacitado, lo que refleja una debilidad para ejecutar las actividades, por eso es importante que el personal que labora esté capacitado y motivado de acuerdo a sus funciones.

3.11 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que ayuda a la industria a encontrar sus factores estratégicos críticos, para identificarlos, usarlos y apoyar en ellos los cambios organizacionales: consolidando las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechando las ventajas de las oportunidades, y eliminando o reduciendo las amenazas,

El análisis FODA se basa en dos pilares básicos: el análisis interno y el análisis externo de una organización.

Una vez aplicado este estudio a la Empresa Muebles El Dorado, las postulantes dan a conocer los aspectos encontrados en el siguiente cuadro:

Cuadro No.24
FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Local propio ✓ Buena calidad de los muebles ✓ Trato personalizado y distintivo a los clientes. ✓ Precios justos, competitivos con el mercado. ✓ Vehículo propio disponible para la movilización y entrega de los muebles. ✓ Variedad en los diseños de los muebles. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Número de trabajadores insuficiente. ✓ Poca capacitación del personal. ✓ Las inversiones en las instalaciones son insuficientes. ✓ No cuenta con personal profesional. ✓ Falta del personal capacitado para el área de ventas. ✓ Falta de publicidad.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Volumen de ventas. ✓ Poder adquisitivo. ✓ Tasa de interés. ✓ Disminución de la inflación. ✓ Servicio posventa. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Productos Sustitutos. ✓ Competencia. ✓ Impuestos arancelarios. ✓ Fuertes competidores locales y nacionales.

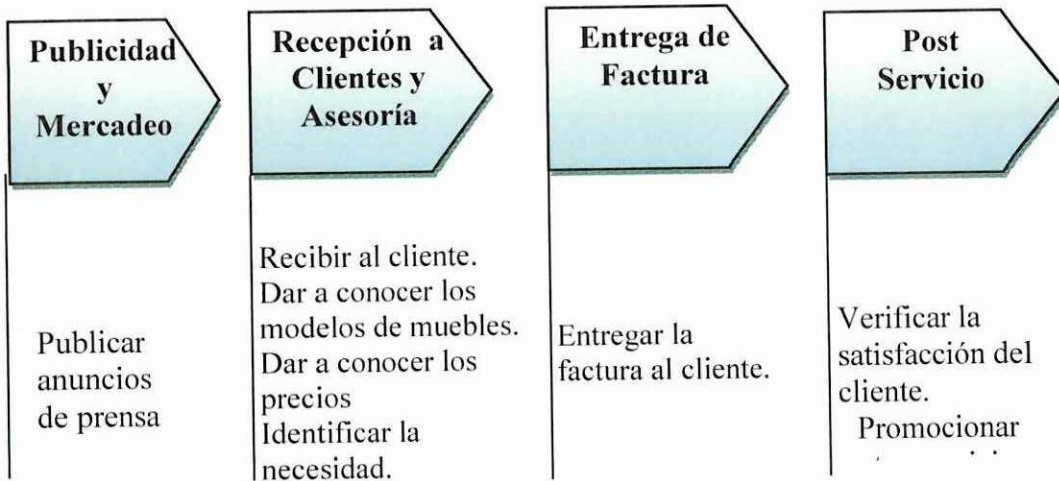
Fuente: Muebles El Dorado
Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.12 Identificación de la Cadena de Valor de la Empresa Muebles El Dorado

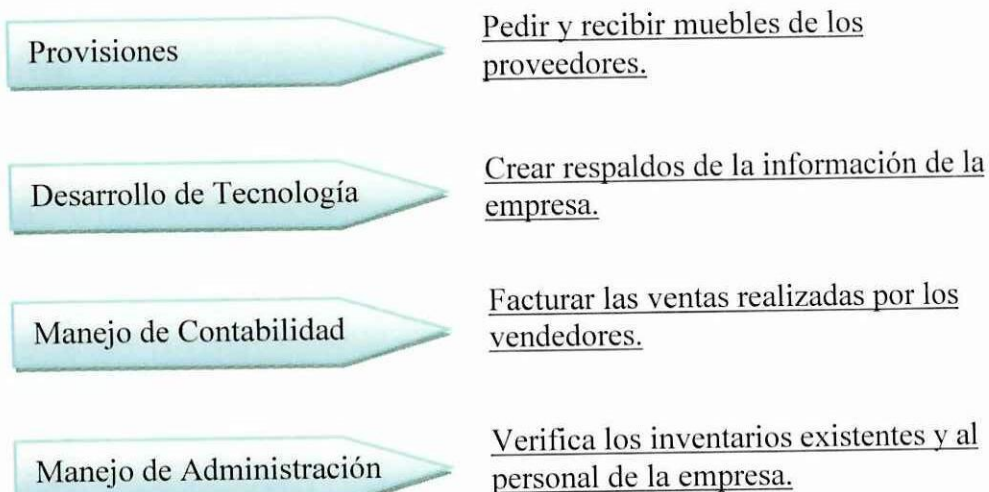
Para entender mejor la cadena de valor de la empresa Muebles El Dorado, primeramente vamos a realizar un mapa de la empresa, para determinar los procesos estratégicos, los procesos claves o primarios y los procesos de apoyo.

Gráfico No.19 Cadena de Valor

Procesos Claves:



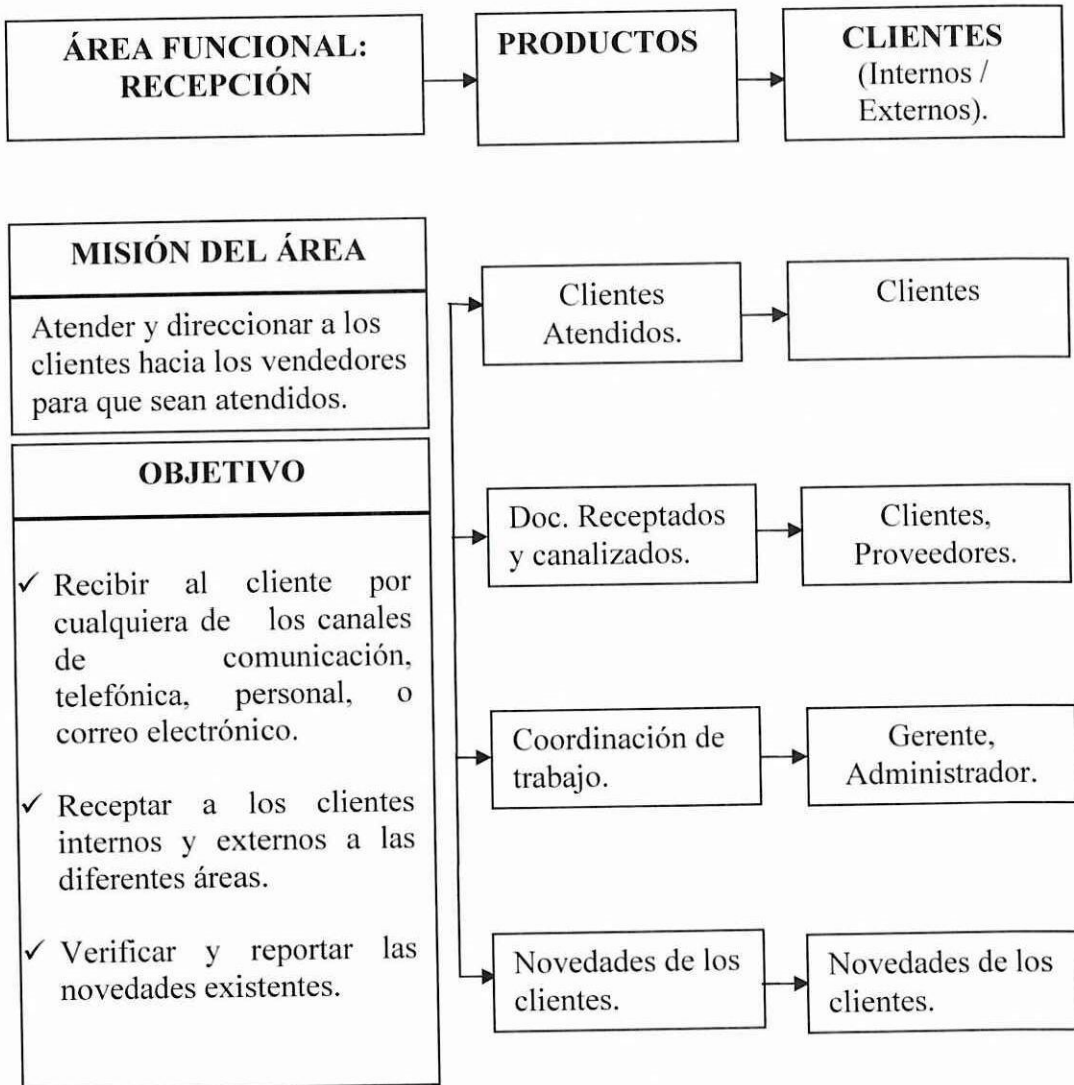
Proceso de Apoyo:



Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No. 20

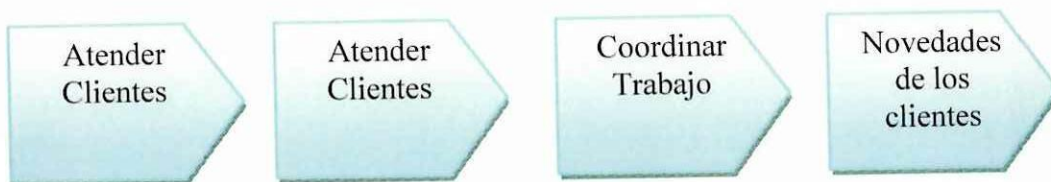
Áreas Funcionales Recepción de la Empresa



Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No. 21

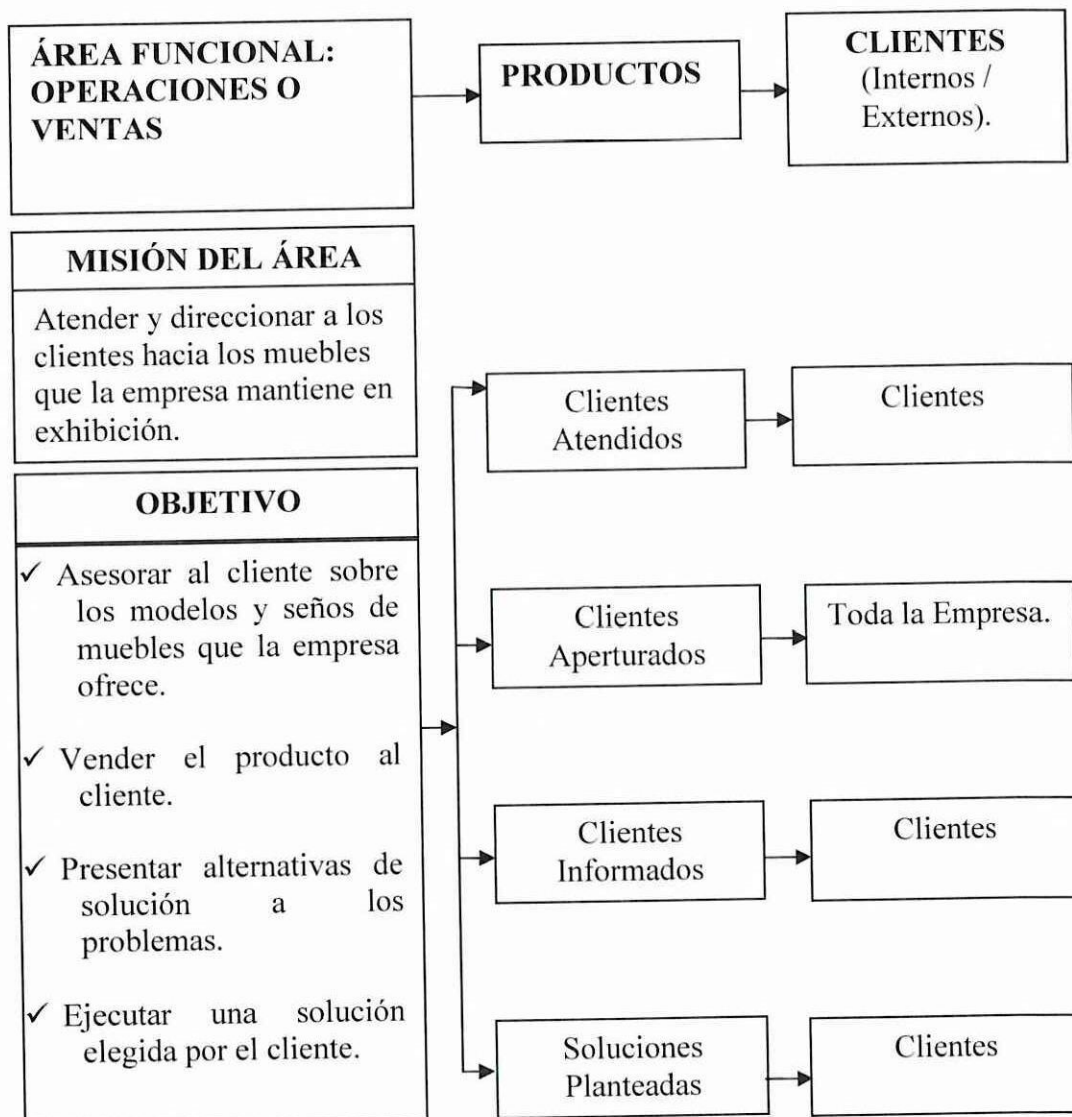
Cadena de Valor de la Recepción de la Empresa Muebles El Dorado de la Ciudad de Latacunga



Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No. 22

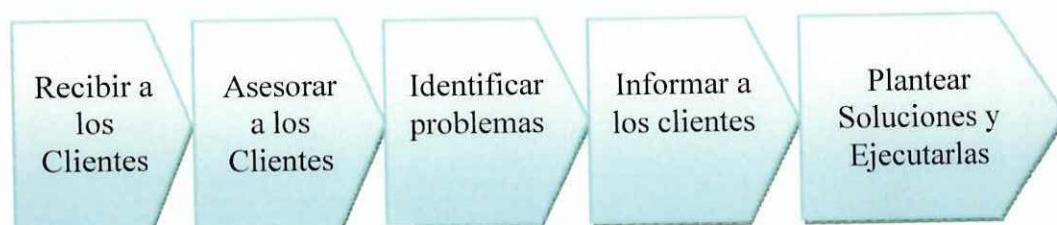
Área Funcional Operativo o Ventas



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No.23

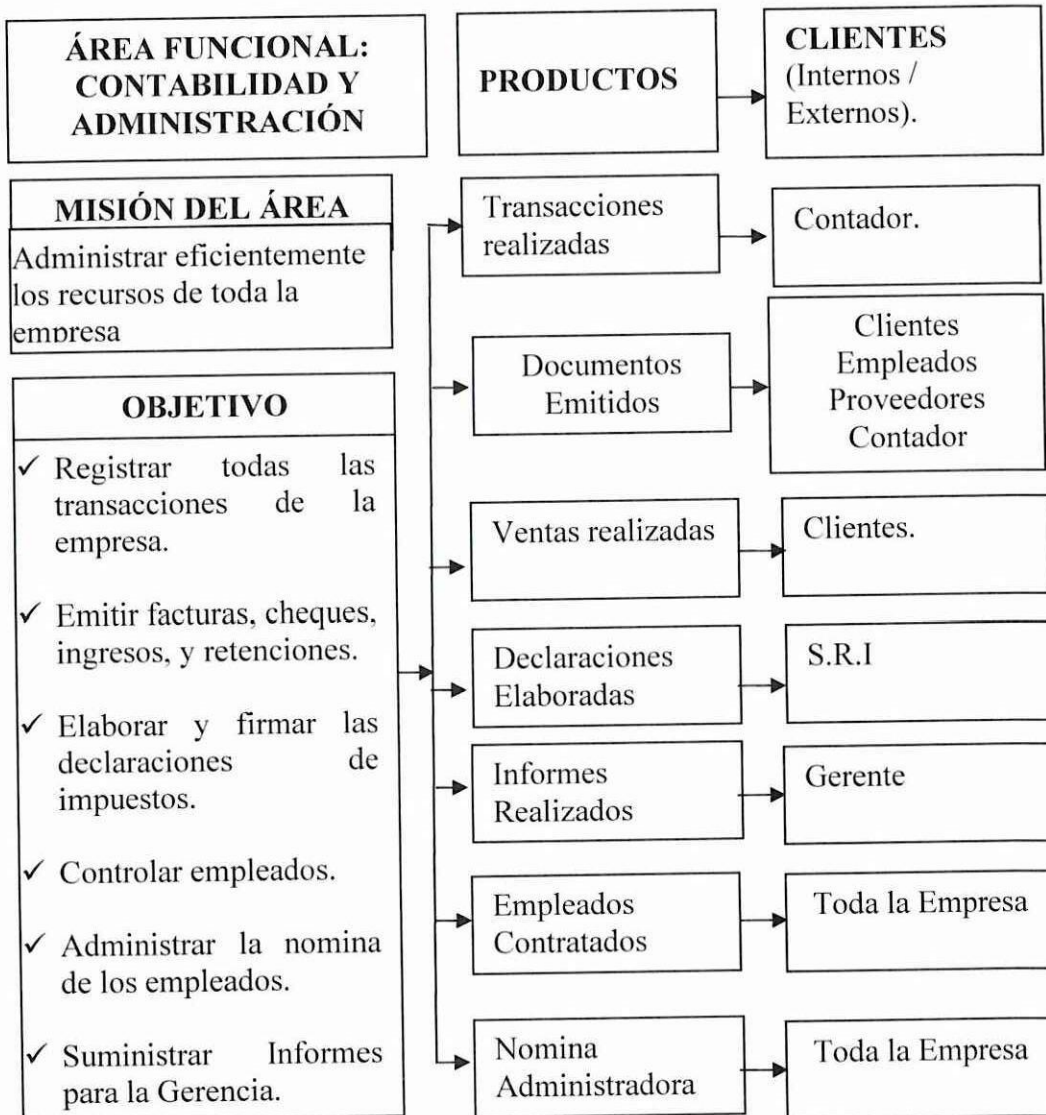
Cadena de Valor Operativo o Ventas



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No. 24

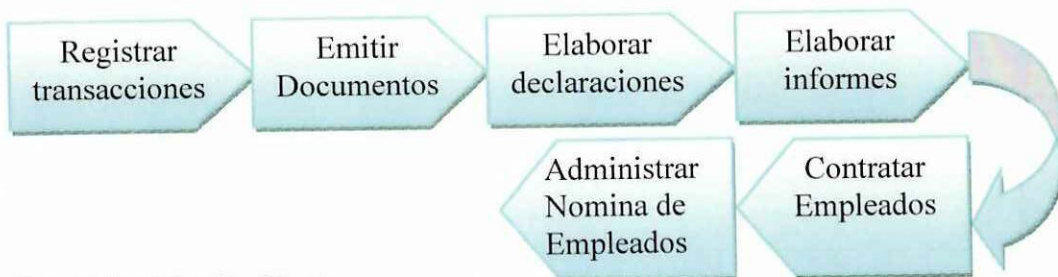
Área Funcional de Contabilidad y Administración



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Gráfico No.25

Cadena de Valor de Contabilidad y Administración



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.12 Cadena de Valor Propuesta para la Empresa

La cadena de valor categoriza las actividades que producen valor añadido en una empresa. Las actividades primarias se dividen en logística interna, operaciones, logística externa, ventas y marketing, servicios posventa. Estas actividades son apoyadas por dirección de administración dirección de recursos humanos, y abastecimiento (compras), para cada actividad de valor añadido han de ser identificados los generadores de costos y valor.

El marco de la cadena de valor enseguida se puso en el frente del pensamiento de gestión de empresas como una poderosa herramienta de análisis para planificación estratégica.

Su objetivo es maximizar la creación de valor mientras se minimiza los costos. de lo que se trata de diseñar la cadena de valor actual en la empresa Muebles El Dorado, para crear valor en la percepción cliente, lo que se traduce en un margen entre lo que se acepta pagar y los costos incurridos.

Gráfico No. 26
Cadena de Valor Genérica



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesis

Inclusive en esta cadena de valor genérica se han asignado los costos relativos de la empresa, ahora analizaremos los conceptos de una cadena de valor bien definida.

3.12.1 Actividades Primarias

Implicadas en la producción y comercialización y su venta o entrega al comprador y la asistencia posterior a la venta.

3.12.2 Actividades Secundarias o de (Apoyo)

Actividades que dan soporte a las actividades primarias y se apoyan entre sí proporcionando insumos, tecnología, recursos humanos y varias funciones de la empresa.

3.12.3 Logística Interna

Son actividades relacionadas con la recepción, almacenamiento y distribución de insumos del producto, manejo de materiales, control de inventarios, devoluciones a proveedores, etc.

3.12.4 Operaciones

Actividades relacionadas con la comercialización de los muebles que oferta la empresa Muebles El Dorado (empaque, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.).

3.12.5 Logística Externa

En la situación actual del mercado, las empresas deben disponer de un sistema que les permita ajustar sus costos a las variaciones del mercado (disminución de volumen general, cambio de gama de artículos, excesos de stock), optimizando los sistemas de trabajo, manteniendo los niveles de servicio deseables y paliando la pérdida de margen generada y exigida por nuestros clientes.

Existen movimientos y relaciones entre los diferentes componentes logísticos (compras, inventario, almacenamiento, transporte, servicio al cliente), y la única forma de obtener un desempeño óptimo es viendo estos procesos como un todo. Esta visión integradora permite que tomemos decisiones acertadas que beneficien el sistema global y no únicamente uno de los componentes en detrimento de otro.

3.12.6 Mercadotecnia y Ventas

Actividades relacionadas con proporcionar un medio por el cual los compradores puedan comprar, el producto e inducirlos a hacerlo, (publicidad, fuerza de ventas, selección de canal).

3.12.7 Abastecimiento

El abastecimiento o aprovisionamiento es la función logística mediante la cual se provee a una empresa de todo el material necesario para su funcionamiento; Se refiere a la función de comprar insumos utilizados en la cadena de valor, no a insumos comprados en sí.

3.12.8 Desarrollo de Tecnología

Cada actividad de valor representa tecnología, sea conocimiento, procedimiento, o la tecnología dentro del proceso.

3.12.8.1 Administración de Recursos Humanos

Actividades implicadas en la búsqueda, contratación, entrenamiento, desarrollo, de todo tipo de personal.

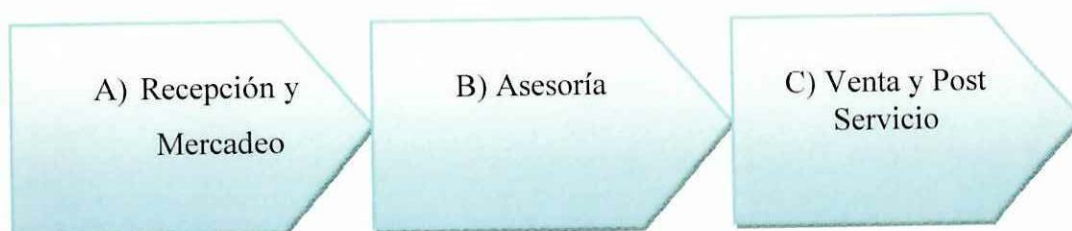
3.12.9 Infraestructura de la Empresa

Consiste en varias actividades, incluyendo la administración general, planeación, contabilidad, asuntos legales etc., apoya normalmente a toda la cadena de valor y no actividades individuales la infraestructura de la empresa siempre se encuentra enlazada entre sí de acuerdo a sus funciones.

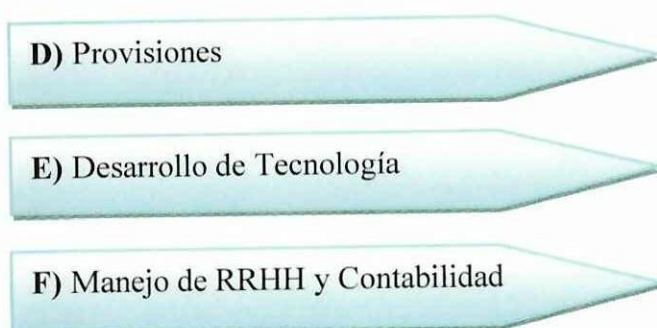
Gráfico No.27

Cadena de valor diseñada para la empresa Muebles El Dorado

Proceso Clave:



Proceso de Apoyo:



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Para identificar de una mejor manera las actividades tanto primarias como de apoyo, se ha asignado letras del alfabeto y se ha aplicado los nombres genéricos de la cadena de valor diseñada de la empresa Muebles El Dorado.

3.12 Actividades Primarias

3.13.1 (A) Recepción y Mercadeo

- ✓ Publicar anuncios de prensa y medios escritos
- ✓ Enviar correos electrónicos Publicitarios
- ✓ Atender llamadas de Clientes
- ✓ Recibir a los clientes

- ✓ Direccionar al cliente
- ✓ Archivar documentos de clientes
- ✓ Despedir a los clientes.

3.13.2 (B) Asesoría

- ✓ Recibir a los clientes
- ✓ Explicar y asesorar a los clientes sobre los productos y servicios ofertados.
- ✓ Aperturar expedientes de los clientes.
- ✓ Identificar problemas de clientes
- ✓ Informar a clientes sobre problemas detectados.
- ✓ Plantear alternativas de solución, y estimar costos y tiempo de gestión.
- ✓ Despedir a los clientes

3.13.3 (C) Venta y post servicio

- ✓ Recibir a los clientes
- ✓ Dar a conocer los productos que tiene en exhibición la empresa
- ✓ Asesorar a los clientes de las promociones y diseños de los productos que tiene la empresa.

3.14 Actividades de Apoyo

3.14.1 (D) Desarrollo Tecnológico

Adquirir un nuevo sistema informático

- ✓ Planificar y ejecutar mantenimiento
- ✓ Evaluar y vigilar servicio de internet

3.14.2 (E) Provisiones

- ✓ Solicitar y recibir suministros de oficina
- ✓ Cotizar y realizar pedidos de los muebles a los proveedores
- ✓ Negociar y contratar servicios de información básicos.

3.14.3 (F) Manejo de RRHH y Contabilidad

- ✓ Seleccionar y contratar personal
- ✓ Ejecutar inducciones de nuevos empleados
- ✓ Organizar y efectuar programas de capacitación y motivación
- ✓ Administrar nominas del personal
- ✓ Realizar pagos al personal
- ✓ Finiquitar y liquidar contratos con el personal
- ✓ Cobrar facturas y Cuentas Pendientes.
- ✓ Pagar a Proveedores.
- ✓ Emitir Balances e Informes Contables.

Como podemos apreciar por lo dicho, la redefinición de la cadena de valor de la empresa Muebles El Dorado, se basa en la reorganización y fortalecimiento de sus actividades principales, sobre todo en lo que es el mercado y recepción, la asesoría, en las ventas y post servicio. Adicionalmente se asigno procesos en las actividades de apoyo principal en el desarrollo de tecnología, en la administración de recursos humanos y en la infraestructura de la empresa.



Como fruto de la cadena de valor de la empresa Muebles el Dorado, se ha podido elaborar un flujo grama del proceso general que lo podemos apreciar y que claramente nos ilustra la nueva visión de ejecución en las actividades de la empresa objeto de nuestro estudio.

3.15 Proceso de Comercialización

Dentro del proceso de comercialización se explica el subproceso de venta al cliente el cual consiste en determinar los pasos que se siguen en la venta del producto, desde el momento en que el cliente ingresa a la empresa hasta el momento en que se retira del mismo, logrando alcanzar su satisfacción.

Los almacenes y bodegas de la empresa en donde se almacenará el producto terminado deben mantenerse en condiciones higiénicas y ambientales apropiadas. Es responsabilidad del conductor, el buen mantenimiento del producto durante su transporte hasta llegar a los detallistas.

Es obligación de la empresa entregar a los clientes la correspondiente factura.

3.16 Subproceso: Ventas

316.1 Objetivo

Establecer un proceso de ventas eficiente, con el fin de prestar un servicio de calidad al cliente de Comercialización de los muebles desde el momento en que el cliente visita la empresa Muebles El Dorado.

Los símbolos más utilizados en los diagramas de flujo son la flecha que indica sentido y trayectoria, el rectángulo representa un evento o proceso, el rombo una condición, el círculo un punto de conexión y otros.

Cuadro No. 25
Actividades Subproceso de Venta

No.	Actividades	Símbolo
1	Visita del cliente a la empresa	□
2	El vendedor ofrece al cliente el servicio de asesoría.	□
3	Vendedor consulta al cliente sus requerimientos.	□
4	Vendedor consulta existencia del producto mueble en exhibición o en bodega.	◇
5	Decisión de compra por parte del cliente.	◇
6	Emisión de factura.	□
7	Empaque del producto.	□
8	Pago de factura por parte del cliente.	□
9	Entrega de los muebles y factura al cliente	□

Fuente: Investigación Directa

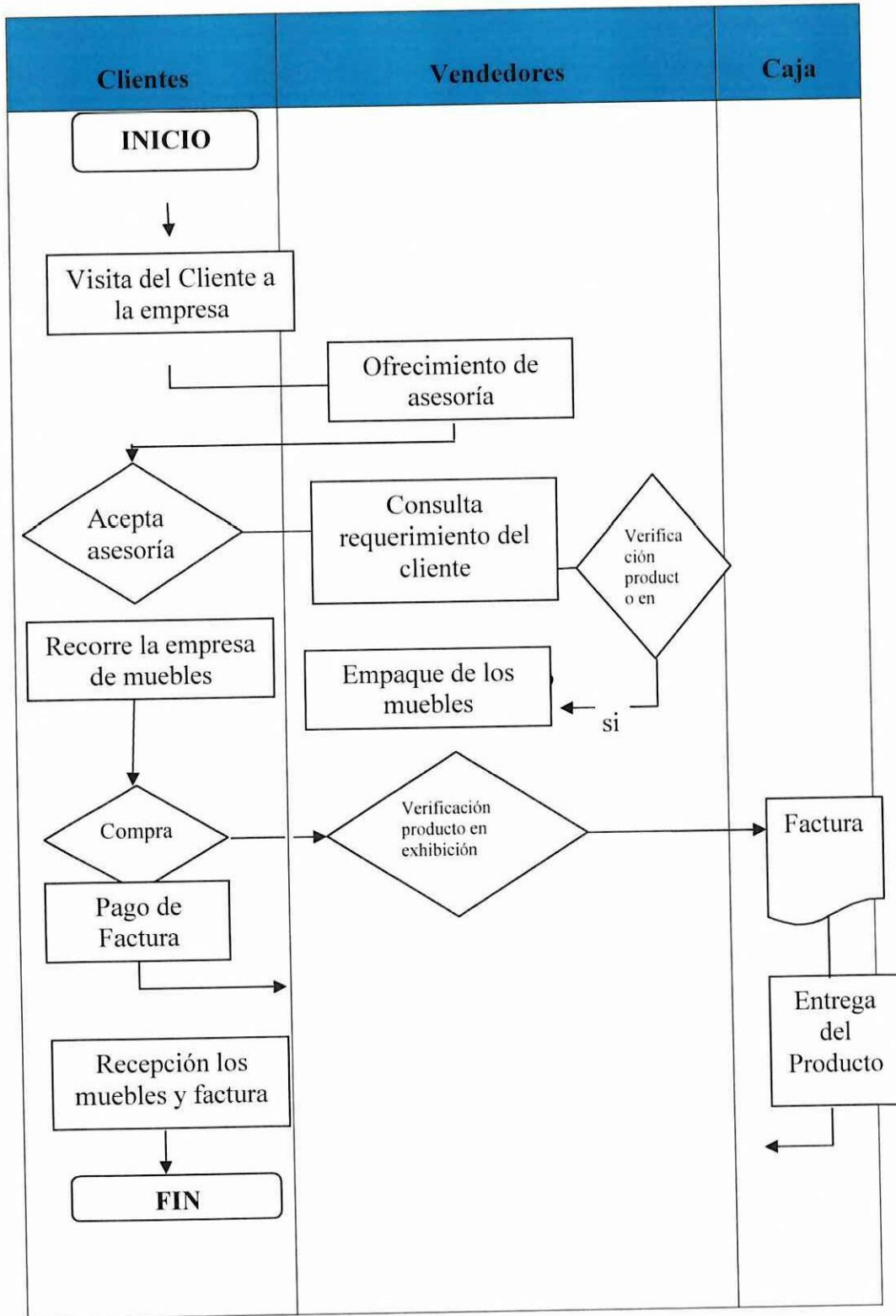
Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.17 Diagrama de Flujo del Subproceso de Venta

Dentro del subproceso de venta participan 2 áreas de la empresa junto al cliente, que son: Ventas y Caja. El proceso se inicia con la visita del cliente a la empresa Muebles El Dorado y finalizar con la salida del cliente de la empresa

Gráfico No.28

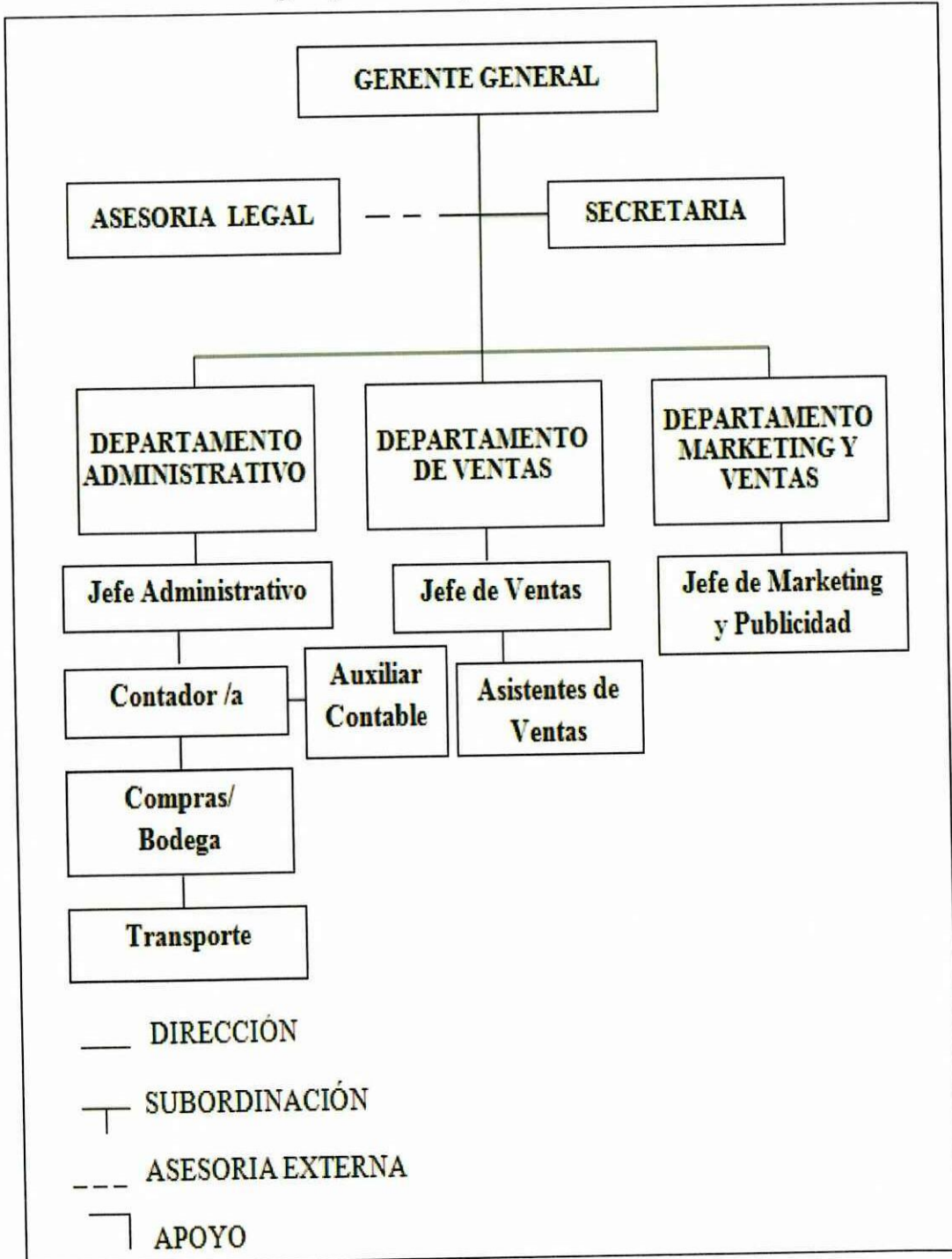
Diagrama de Flujo del proceso de ventas



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.18 Organigrama Estructural Propuesto para la Empresa Muebles El Dorado de la Ciudad de Latacunga

Gráfico No. 29
Organigrama Propuesto para la Empresa



Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.19 Aplicación del Ejercicio Práctico:

Ya que todas las empresas desde el punto de vista interna, necesitan llevar a cabo un análisis que les ayude a determinar la rentabilidad de su negocio y así poder planear y controlar efectivamente su situación financiera, el gerente financiero debe determinar (para planear al futuro), la posición financiera real de la firma y evaluar las oportunidades en relación con su efecto sobre esta posición, para esto necesita ciertos patrones de medida. El patrón más utilizado es una relación o un índice que entre sí dos elementos de la información financiera obtienen como resultados los denominados índices financieros.

3.20 Superficie de la Empresa Muebles El Dorado

Al distribuir de manera adecuada el área de trabajo implicará el ahorro de esfuerzo y tiempo brindando seguridad y bienestar para los trabajadores al mismo tiempo ellos sabrán la ubicación exacta de cada una de los muebles. Es por esta razón que surge la necesidad de dividir por áreas a la empresa como se detallará a continuación:

Cuadro No.27
Superficie de la Empresa Muebles El Dorado de la Ciudad de Latacunga

No.	Área	Superficie	Superficie Total
1	Área de Administración	3,00 m de largo x 2,00 m de ancho	10,00m ²
2	Área de Caja y Facturación	2,50 m de largo x 3,00 de ancho.	7,5 m ²
3	Servicios Higiénicos	2,00 m de largo x 2,00 m de ancho	4,00 m ²
4	Almacén de exhibición y Almacenamiento de Muebles	15,00 m de largo x 1.500 m de ancho	225,00 m ²
5	Bodega	15,00 m de largo x 15.00m de ancho	225,00 m ²
		TOTAL	471,50m²

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.21 Requerimiento del Proyecto de la Empresa Muebles El Dorado de la Ciudad de Latacunga

Ya que se ha conocido el plano definitivo de la empresa Muebles El Dorado, se procederá a identificar todos los requerimientos necesarios que se utilizan en cada área siendo detallado a continuación:

3.21.1 Mano de Obra Directa

Cuadro No.28
Mano de Obra Directa

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Semestral
Jefe de Ventas	1	292,00	292,00	1.752,00
Bodeguero	1	292,00	292,00	1.752,00
Vendedores	7	292,00	2.044,00	12.264,00
Total			2.628,00	15.768,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.21.2 Mano de Obra Indirecta

Cuadro No. 29
Mano de Obra Indirecta

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Semestral
Gerente	1	800,00	800,00	4.800,00
Administrador	1	500,00	500,00	3.000,00
Contadora	1	300,00	300,00	1.800,00
Auxiliar Contable	1	292,00	292,00	1.752,00
Total			1.892,00	11.352,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Cuadro No. 30
Activos Fijos

Activo fijo	Valor Total	% Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Semestral
Edificio	79.708,20	5%	3.985,41	1.992,71
Equipo de Computo	2.131,35	33%	703,35	351,67
Equipo de Oficina	1.624,00	10%	162,4	81,20
Muebles y enseres	3.766,56	10%	376,656	188,33
Vehículo	26.490,00	20%	5.298,00	2.649,00
TOTAL	113.720,11		10.525,8115	5.262,91

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.21.4 Permiso de Operaciones

Cuadro No.31
Permiso de Operaciones

Concepto	Valor	% Amortización	Amortización Anual	Amortización Semestral
Patente Municipal	89,6	20%	17,92	8,96
Permiso Cuerpo de Bomberos	67,2	20%	13,44	6,72
Afiliación a Cámara de Comercio	89,6	20%	17,92	8,96
TOTAL	246,40		49,28	24,64

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Cuadro No.32
Servicios Básicos

Gastos Administrativos					
Detalle	Porcentaje	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Semestral
Plan de Internet	50%	Ilimitado	20,00	20,00	120,00
Energía Eléctrica(Kw)	50%	300	209,66	209,66	1.257,96
Teléfono (min)	50%	250	12,00	12,00	72,00
Agua Potable	25%	25	7,5	7,50	45,00
Total				249,16	1.494,96
Gastos de Venta					
Plan de Internet	50%	Ilimitado	20,00	20,00	120,00
Energía Eléctrica(Kw)	50%	300,00	209,66	209,66	1.257,96
Teléfono	50%	250,00	12,00	12,00	72,00
Agua Potable	25%	25,00	7,5	7,50	45,00
Total				249,16	1.494,96

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.21.6 Útiles de Oficina

Cuadro No.33
Útiles de Oficina

Detalle	Unidad	Consumo Mensual	Precio	Total Mensual	Total Semestral
Bolígrafos	unidad	2	0,35	0,70	4,20
Resmas	unidad	1	4,10	4,10	24,60
Factura (Libretín de 200 unid.)	unidad	2	5,00	10,00	60,00
Papel Higiénico	unidad	6	3,00	18,00	108,00
Escoba	unidad	1	2,00	2,00	12,00
Trapeador	unidad	1	2,50	2,50	15,00
Desinfectante	unidad	2	4,20	8,40	50,40
Jabón Líquido	unidad	1	3,20	3,20	19,20
Fundas de Basura	unidad	1	1,50	1,50	9,00
Total		17	25,85	50,40	302,40

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.21.7 Inventario de Mercadería

Cuadro No.34
Inventario de Mercadería

Muebles	Cant.	P/ Compra	Total
Muebles de Sala	180	400	72.000,00
Muebles de Comedor	250	100	25.000,00
Muebles de Dormitorio	75	300	22.500,00
Muebles de Oficina	180	200	36.000,00
Muebles de Cocina	100	500	50.000,00
Total			205.500,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.21.8 Publicidad

Cuadro No.35
Publicidad

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Semestral
Radio	1	70,00	70,00	420,00
Televisión	1	180,00	180,00	1.080,00
Total			190,00	1.500,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.22 Estudio Económico Financiero

3.22.1 Inversión de Activos Fijos

Es aquel monto de dinero que no se estará incurriendo constantemente, de hecho un valor independiente al volumen de comercialización, en otras palabras es la inversión que se realiza previo a la gestión operativa, como: maquinaria, muebles y enseres, entre otros, que están sujetos a depreciación

**Cuadro No.36
Inversión Fija**

Activo fijo	Valor Total	% Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Semestral
Edificio	79.708,2	5%	3.985,41	1.992,71
Equipo de Computo	2.131,35	33%	703,35	351,67
Equipo de Oficina	1.624,00	10%	162,4	81,20
Muebles y enseres	3.766,56	10%	376,66	188,33
Vehículo	26.490,00	20%	5298	2.649,00
TOTAL	113.720,11		10.525,81	5262,91

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.22.2 Inversión Diferida

La inversión diferida hace referencia a los bienes intangibles, pero indispensables para el desarrollo de la empresa, es decir, son los costos en los que se incursiona al requerir tanto el trabajo físico como intelectual de profesionales.

**Cuadro No.37
Inversión Diferida**

Concepto	Valor	% Amortización	Amortización Anual	Amortización Semestral
Patente Municipal	89,6	20%	17,92	8,96
Permiso Cuerpo de Bomberos	67,2	20%	13,44	6,72
Afiliación a Cámara de Comercio	89,6	20%	17,92	8,96
TOTAL	246,40		49,28	24,64

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.23 Financiamiento

La empresa muebles El Dorado al 31 de Diciembre del 2012 cuenta con un activo total de \$ 409.397,18; de este valor es (30.451,73 dólares), a través de préstamo bancario a una tasa referencial activa de 11,2% y mantiene un capital propio de \$ 309.352,45 dólares.

Cuadro No.38
Aportes

Detalle	Monto	Porcentaje
Capital Propio	\$ 309.352,45	93 %
Préstamo Bancario	\$ 30.451,73	7 %
Total	\$ 339.804,18	100 %

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Cuadro No.39
Cuadro de Amortización

Entidad Financiera	Banco del Pichincha
Monto	\$ 30.451,73
Tasa Anual	11,20 %
Tasa Mensual	0,93 %
Periodo de Pago	Mensual
Plazo	5 Años

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.24 Depreciaciones y Amortizaciones

Cuadro No. 41
Depreciaciones y Amortizaciones

Activo fijo	Valor Total	% Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Semestral
Edificio	79708,2	5%	3985,41	1992,71
Equipo de Computo	2131,35	33%	703,3455	351,67

Equipo de Oficina	1624,00	10%	162,4	81,20
Muebles y enseres	3766,56	10%	376,656	188,33
Vehículo	26490,00	20%	5298	2649,00
TOTAL	113720,11		10525,8115	5262,91
INVERSION DIFERIDA				
Activo Diferido	Valor Total	% Amortización	Amortización Anual	Amortización Semestral
Patente Municipal	89,6	20%	17,92	8,96
Permiso Cuerpo de Bomberos	67,2	20%	13,44	6,72
Afiliación a Cámara de Comercio	89,6	20%	17,92	8,96
Total	537,6		107,52	53,76

Fuentes: Investigación Directa

Elaborado por: Grupo de Tesista

3.25 Estados de Situación Financiera

Cuadro No.42

EMPRESA MUEBLES EL DORADO
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
Del 01 de Julio al 31 Diciembre del 2012

ACTIVO

ACTIVO CORRIENTE

Caja – Bancos		13500,00	
Inversión Temporal		30451,73	
Cuentas por Cobrar	51692,70		
(-)Prov. Ctas. Incobrables 1%	516,93	51175,77	
Inventario de Mercadería		205500,00	
Inventario Útiles de Oficina		90,72	
TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE			300718,22

ACTIVO NO CORRIENTE

Edificio	79708,2	77715,49	
(-) Depreciación Acumulada Edificio	1992,71		
Equipo de Computo	2131,35	1779,68	
(-) Depreciación Acumulada Equipo de Computo	351,67		
Equipo de Oficina	1624	1542,8	
(-) Depreciación Acumulada Equipo de Oficina	81,2		
Muebles y Enseres	3766,56	3578,23	
(-) Depreciación Acumulada Muebles y Enseres	188,33		
Vehículo	26490	23841	
(-) Depreciación Acumulada Vehículo	2649		
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE			108457,2

OTROS ACTIVOS

Gasto de Constitución	246,4		
-----------------------	-------	--	--

(-) Amortización Acumulada Gast de Constitución	24,64	221,76	
TOTAL DE OTROS ACTIVOS			221,76
TOTAL ACTIVO			<u>409397,18</u>
PASIVO			
CORRIENTE			
Cuentas por Pagar		14569,71	
Documentos por Pagar		5430,29	
IESS por Pagar		5830,8	
Participación a Trabajadores por Pagar		\$ 7.021,11	
Impuesto a la Renta		9946,57	
TOTAL PASIVO CORRIENTE			42798,48
PASIVO NO CORRIENTE			
Préstamo Hipotecario		27406,55	
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE			27406,55
TOTAL PASIVO			70205,03
PATRIMONIO			
Capital		309352,45	
Utilidad del Ejercicio		29839,7	
TOTAL PATRIMONIO			339192,15
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			409397,18

3.26 Estado de Resultados

Cuadro No.43
EMPRESA MUEBLES EL DORADO
ESTADO DE RESULTADOS
Del 01 de Julio al 31 Diciembre del 2012

INGRESOS OPERACIONALES

Ventas Netas		134249,91
Ventas	134249,91	
(-)Costo de Venta		\$ 40.274,97
Inventario Inicial de Mercadería	228353,66	
(+) Compras Netas	17421,31	
(-) Inventario Final de Mercaderías	\$ 205.500,00	
Utilidad Bruta en Ventas		<u>\$ 93.974,94</u>

GASTOS OPERACIONALES

GASTOS DE

ADMINISTRACIÓN

Gasto Sueldo	11352,00	
Gasto Aporte Patronal	1379,268	
Servicios Básicos	1494,96	
Gastos Generales	4709	
Gasto de Útiles de Oficina 70 %	211,68	
Amortización Gasto de Constitución	24,64	
Depreciación Edificio	1992,71	
Depreciación Equipo de Computo	351,67	
Depreciación Equipo de Oficina	81,2	
Depreciación Muebles y Enseres	188,33	
Depreciación Vehículo	2694	
TOTAL GASTO DE		24479,46

ADMINISTRACIÓN**GASTO DE VENTA**

Sueldo Vendedores	15.768,00	
Aporte Patronal Vendedores	1915,81	
Gasto Servicios Básicos	1494,96	
Comisión Vendedores	375	
Gasto Publicidad	1500	
TOTAL GASTO DE VENTA	<u>21.053,77</u>	
TOTAL GASTO DE OPERACIÓN		<u>45533,23</u>
UTILIDAD OPERACIONAL		<u>\$ 48.441,71</u>
GASTOS FINANCIEROS		
Gasto Interés	<u>1634,34</u>	<u>1634,34</u>
UTILIDAD EN EL EJERCICIO		\$ 46.807,37
Participación a Trabajadores (15%)		\$ 7.021,11
		\$ 39.786,26
Impuesto a la Renta (25%)		\$ 9.946,57
Utilidad Retenida		\$ 29.839,70

Gerente**Contador**

3.22 Flujo de efectivo Operativo

Cuadro No. 44

Flujo de Efectivo Operativo

Detalle	Flujo de Efectivo Operativo				
	FASE OPERATIVA				
	1	2	3	4	5
INVERSIONES REALIZADAS	-				
Activo Fijo	113720,11	118450,87	123378,42	128510,97	133857,02
Capital de Trabajo	339804,18	127855,96	133174,77	138714,84	144485,38
FLUJO DE EFECTIVO OPERACIONAL					
INGRESO DE VENTAS	134249,91	139834,71	145651,83	151710,95	158022,12
(-) Gasto de Administración	24479,46	25497,81	26558,51	27663,35	28814,144
(-) Gasto de ventas	21053,77	21929,61	22841,88	23792,10	24781,852
(-) Gasto Financiero	1634,34	1702,33	1773,15	1846,91	1923,7396
(-) Gasto Depreciación	5262,91	5481,85	5709,89	5947,42	6194,8362
(-) Amortización	24,64	25,67	26,73	27,84	29,003111
(=) Utilidad Participación. Empleados	81794,79	85197,45	88741,67	92433,32	96278,547

e Impuestos								
(-) 15% Participación Empleados	\$ 7.021,11	7313,19	7617,42	7934,30	8264,3683			
(=) 25% Impuesto a la Renta	9946,57	10360,35	10791,34	11240,26	11707,852			
(=) Utilidad Neta	\$ 64.827,11	67523,92	70332,91	73258,76	76306,326			
(+) Depreciación	5262,91	5481,85	5709,89	5947,42	6194,8362			
(+) Amortización	24,64	25,67	26,73	27,84	29,003111			
(-) Pago de Capital	3045,18	3171,86	3303,81	3441,25	3584,4032			
FLUJO DE EFECTIVO NETO	\$ 67.069,48	69859,57	72765,73	75792,78	78945,763			
Activos Fijos								
Recuperación de Capital								
FLUJO DE EFECTIVO FINAL	\$ 67.069,48	69859,57	72765,73	75792,78	78945,763			
FLUJO DE EFECTIVO ACUMULADO	67069,48	136929,05	209694,78	285487,56	364433,32			

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

3.28 Evaluación Financiera

Una vez concluida la respectiva investigación a dicha empresa, técnica y financiera lograremos determinar la factibilidad económica que tiene la misma dentro del mercado. Danto a conocer si la inversión realizada es no factible o no. Cuyo resultado será de gran importancia para los inversionistas de la Empresa.

4.28.1. Tasa mínima de rendimiento TMAR

El cálculo de la Tasa Mínima Aceptable de Retorno es indispensable puesto que este indicador constituye el punto de partida para la obtención de conocimientos acerca de las ganancias que el inversionista espera alcanzar a través de la ejecución del proyecto.

Para el cálculo de este indicador efectuamos un promedio entre la tasa activa y pasiva que presenta el sistema financiero del país, más un porcentaje de prima de riesgo (Inflación). A continuación presentamos su cálculo.

Cuadro No. 45
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Variable	Porcentaje
Tasa Activa	8,17
Tasa Pasiva	4,53
Inflación	4,88
TMAR	11,23

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Grupo de Tesistas

La tasa mínima de rendimiento para el proyecto es del 11.23%, resultado que servirá como base para determinar el valor actual neto VAN, así como la tasa interna de retorno TIR, la misma que refleja un % considerable para realizar una reinversión.

3.28.2 Valor Actual Neto

Este indicador nos permite determinar la rentabilidad que se obtendrá con la aplicación del proyecto después de haber recuperado la inversión requerida por la empresa. Así se da a conocer la forma de obtener el VAN:

$$VAN = -I_0 + \frac{FF1}{(1+i)^1} + \frac{FF2}{(1+i)^2} + \frac{FF3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FFn}{(1+i)^n}$$

Cuadro No.46
Factor de Actualización
Factor de Actualización

$1/(1+0,1123)^1$	1
$1/(1+0,1123)^2$	0,90
$1/(1+0,1123)^3$	0,81
$1/(1+0,1123)^4$	0,73
$1/(1+0,1123)^5$	0,65

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Cuadro No.47
Valor Actual Neto

VAN			
PERIODO	FLUJO	TASA	VAN
339804,18	1	339804,18	339804,18
67069,48	0,9	60362,532	279441,65
69859,57	0,81	56586,252	222855,4
72765,73	0,73	53118,983	169736,41
75792,78	0,65	49265,307	120471,11
78945,76	0,59	46577,998	73893,108

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas



De acuerdo a cálculo del Valor Actual Neto, por medio de la fórmula, para determinar la viabilidad del proyecto, arroja como resultado de 73.893,11 dólares, es decir que existe una rentabilidad adecuada.

3.28.3 Tasa Interna de Retorno (TIR).

Este método consiste en establecer la tasa de interés que ganará sobre el monto de dinero invertido.

Cuadro No.48
Factor de Actualización de la TIR
Factor de Actualización de la TIR

$1/(1+0,8540452)^0$	1
$1/(1+0,8540452)^1$	0,5393
$1/(1+0,8540452)^2$	0,2909
$1/(1+0,8540452)^3$	0,1569
$1/(1+0,8540452)^4$	0,0848
$1/(1+0,8540452)^5$	0,0456

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

Cuadro No. 49
Factor de Comparación de la TIR
Factor de Comparación de la Tir

Semestres	Flujo de Efectivo	Factor de Actualización	Flujo Actualizado	Flujo Acumulado
0	339804,18	1	339804,18	339804,18
1	67069,48	0,5393	36170,571	303633,61
2	69859,57	0,2909	20322,149	283311,46
3	72765,73	0,1569	11416,943	271894,52
4	75792,78	0,0848	6427,2277	265467,29
5	78945,76	0,0456	3599,9267	261867,36

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesistas

El resultado obtenido en la Tasa Interna de Retorno (TIR) es un porcentaje que indica que la inversión será recuperada en un 85,40%; lo cual demuestra que el proyecto es aplicable.

3.28.4 Relación Costo Beneficio

Con la relación costo beneficio, se determinará cuan rentable es la ejecución del proyecto y, definir la utilidad que se obtendrá una vez disminuido los costos, es decir cuántas veces de los ingresos son mayores a los costos, para que el proyecto sea viable debe superar a 1.

3.29 Punto de Equilibrio

Este procedimiento se lo calculo para los cinco productos que se desea comercializar en la empresa, además el punto de equilibrio se calcula basándose en dos aspectos fundamentales como en términos monetarios y físicos.

Punto de Equilibrio en términos monetarios (costos totales).

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{Costo Fijo Totales}}{1 - \frac{\text{Costo Variables Totales}}{\text{Volumen total de ventas}}}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO DE COMERCIALIZACIÓN} = \frac{\text{Costos de Administración}}{1 - \frac{\text{Gastos de Venta} + \text{Gastos Financieros}}{\text{Volumen total de ventas}}}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = 1 - \frac{\frac{24479,46}{22688,11}}{134249,91}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \$ 29.454,29$$

Con los resultados obtenidos en el punto de equilibrio la empresa puede cubrir los costos y gastos operacionales incurridos en el proceso de la comercialización de sus productos.

3.30 Costo Volumen Utilidad por el Método Absorbente

Cuadro No.51

Costo Volumen Utilidad por el Método Absorbente

	Método Absorbente				
	1	2	3	4	5
Ventas	134249,91	139834,71	145651,83	151710,95	158022,12
(-) Costo de Ventas	40274,97	41950,41	43695,55	45513,28	47406,63
(=) utilidad Bruta en Ventas	93974,94	97884,30	101056,28	106197,67	110615,49
Gastos de Operación					
(-) Gastos Fijos	24479,46	25497,81	26558,52	27663,35	28814,15
(-) Gastos Variables	22688,11	23631,94	24615,03	25639,01	26705,60
Utilidad Neta	46807,37	48754,55	49882,73	52895,30	55095,74
Punto de Equilibrio	29454,29	30720,13	31998,22	33329,35	34715,85

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Grupo de Tesis

3.31 Índices Financieros

Las razones de liquidez se usan para medir la capacidad de una empresa para cumplir sus obligaciones a corto plazo, comparan las obligaciones a corto plazo con los recursos disponibles a corto plazo para cumplir con esas obligaciones.

3.31.1 Índices de liquidez

A través de este índice se logrará identificar en cantidad los recursos que posee la para lograr cubrir sus obligaciones a corto plazo.

3.31.1.1 Liquidez Corriente

Mide las disponibilidades de la empresa, a corto plazo, para pagar sus compromisos o deudas también a corto plazo.

Índice de Liquidez Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente

Índice de Liquidez Corriente = \$ 300.718,22 / 42.798,48

Índice de Liquidez Corriente = \$ 7,03

Interpretación: Para el segundo semestre del año 2012, la empresa Muebles El Dorado, por cada dólar de deuda de corto plazo cuenta con \$ 7,03 ctvs.

3.31.1.2 Prueba Ácida

Es igual a la razón del corriente, excepto que elimina los inventarios.

Prueba Ácida = Activos Corrientes – Inventario / Pasivos Corrientes

Prueba Ácida = \$ 300.718,22- 205.500,00 / 42.798,48

Prueba Ácida = \$ 2,22

Interpretación: Para el segundo semestre la Empresa cuenta con \$ 2,22 ctvs, para cubrir \$ 1,00 de deuda de hasta 3 meses.

3.31.2 Índice de Apalancamiento

3.31.2.1 Deuda a Capital de Accionistas

Indica el grado en que se usa el financiamiento mediante deuda en relación con el financiamiento de capital.

Deuda a Capital de Accionistas = Deuda Total / Capital de Accionistas

Deuda a Capital de Accionistas = \$ 42.798,48 / 309.352,45

Deuda a Capital de Accionistas = \$ 0,14

Interpretación: Por cada dólar de los accionistas 0,14 ctvs, corresponden a una deuda que la empresa deberá cubrir de forma puntual.

3.31.2 Índice de Cobertura

3.31.2.1 Cobertura de Interés

Indica la capacidad para cubrir los cargos de interés; dice el número de veces que se gana en interés.

Cobertura de Interés = UAII / Gasto Interés

Cobertura de Interés = 46.807,37 / 1.634,34

Cobertura de Interés = \$ 28,64

Interpretación: La empresa Muebles El Dorado mantiene una capacidad de 28,67 dólares para cubrir con sus pagos de interés.

3.31.4 Índice de Actividad

3.31.4.1 Rotación de Cuentas por Cobrar en Días

Las cuentas por cobrar son activos líquidos sólo en la medida en que puedan cobrarse en un tiempo prudente.

Período Promedio De Cobranzas

Cuentas Por Cobrar * Dias en el Año / Ventas Anuales A Crédito

$$\text{Período Promedio De Cobranzas} = \$ 51.692,70 * 180 / 134.249,91$$

$$\text{Período Promedio De Cobranzas} = 69 \text{ días.}$$

Interpretación: El índice nos está señalando, que las cuentas por cobrar están circulando 69 días, es decir, nos indica el tiempo promedio que tardan en convertirse en efectivo.

3.31.4.2 Rotación de Activos Totales

Mide la eficiencia relativa de los activos totales para generar ventas.

$$\text{Rotación de Activos Totales} = \text{Ventas Netas} / \text{Activos Totales} = \%$$

$$\text{Rotación de Activos Totales} = 134.249,91 / 409.397,18$$

$$\text{Rotación de Activos Totales} = 0,33\% * 100 = 33\%$$

Interpretación: Quiere decir, que cada unidad monetaria invertido en el segundo semestre del año 2012 en los activos produjo un rendimiento del 33% sobre la inversión, son indicadores bajos que expresan un menor rendimiento en las ventas y del dinero invertido.

3.31.5 Índice de Rentabilidad

3.31.5.1 Margen de Ganancia Neta

Mide la rentabilidad con respecto a las ventas generadas; ingreso neto por dólar de venta.

Margen de Ganancia Neta= Ganancia Netas después de Impuestos / Ventas Netas

Margen de Ganancia Neta= 29839,70 / 134249,91

Margen de Ganancia Neta= 0,22

Interpretación: En la empresa se puede identificar que por cada dólar de venta la empresa genera una utilidad de 0,22 ctvs.

.

.

4. Conclusiones

- ✓ La empresa Muebles El Dorado de la ciudad de Latacunga, no cuenta con una evaluación de los costos de comercialización el cual le impide conocer con exactitud el grado de rentabilidad que ha obtenido al vender sus muebles, puesto que la empresa determina los costos de forma general, ya que no considera rubros que intervienen en la comercialización.
- ✓ La empresa no cuenta con documentos suficientes que respalden el desarrollo del proceso de comercialización, puesto que únicamente utiliza las facturas de compra y las facturas de venta.
- ✓ El gerente de la Empresa “Muebles El Dorado” no tiene conocimientos de una evaluación de los costos de comercialización, por eso aplica en forma empírica los porcentajes de utilidad sin tomar en cuenta, los gastos que incurren para realizar la venta del bien.
- ✓ Las entrevistas realizadas al personal Administrativo, revelan q la Empresa Muebles el Dorado no tiene organigrama estructural ni funcional y políticas que le permitan direccionarse con claridad al cumplimiento de sus funciones, objetivos y metas, razones por la que nos vimos en la necesidad de diseñarlos con la finalidad de que esto la empresa los aplique como una herramienta de apoyo.
- ✓ La evaluación de los Costos de Comercialización es una herramienta esencial en las empresas comercializadoras ya que permite conocer cuál es la situación financiera en la que se encuentra de forma clara y completa ya que se puede analizar el movimiento económico financiero y obtener la eficacia operativa que permiten a la gerencia tomar decisiones correctas.
- ✓ Los indicadores financieros permite tomar tres clases de decisiones de carácter financiero: Decisiones operativas, de inversión y financiamiento, orientan a la toma de decisiones permitiendo evaluar la situación de la empresa respecto a su solvencia y liquidez que son necesarios para predecir la posibilidad de generar recursos a corto y largo plazo.

- ✓ Los índices financieros constituyen herramientas importantes en la determinación de la fortaleza financiera y la rentabilidad de la empresa, constituyendo una guía para minimizar costos y maximizar utilidades.
- ✓ Una vez realizado los flujos de efectivos proyectados, arroja un VAN de \$ 13.364,00 y un TIR de \$47.926,47, los cuales demuestran que la empresa es rentable y posee capital para cubrir sus deudas a corto y largo plazo.

5. Recomendaciones

- ✓ Realizar una evaluación de los costos de comercialización que permita conocer con exactitud el grado de rentabilidad alcanzada por la venta de los productos, puesto que la empresa determina los costos de forma general, ya que no considera los rubros que intervienen en la comercialización de los muebles.
- ✓ La empresa debe manejar la respectiva documentación que le permita identificar los costos y gastos que incurren al momento de comercializar los muebles ya sean estos gastos fijos o variables.
- ✓ Aplicar una evaluación a los estados de los estados financieros de la el mismo que permitirá determinar, evaluar y medir la solvencia, liquidez y rentabilidad económica con la utilización de indicadores Financieros, aspecto que es de vital importancia para el desarrollo de la empresa.
- ✓ Se recomienda aplicar una contabilidad general, el cual permitirá conocer con claridad cuáles son los gastos y costos incurridos para la comercialización que se realiza.
- ✓ La empresa debe llevar un registro adecuado de toda la documentación existente de los movimientos operacionales realizados durante el proceso de comercialización de los muebles ya que esto facilitara a la administración decisiones eficaces y poder determinar el porcentaje de rentabilidad obtenida.
- ✓ Que el personal sea capacitado una vez al año sobre la atención al cliente puesto que existen personas que no se sienten a gusto con el serbio al cliente, debido a que los mismos permitirán incrementar las ventas logrando la empresa una obtener una rentabilidad mayor a lo proyectado.

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1 Bibliografía Citada

- ✓ BALLARIN, Marcial Alberto, “Empresa comunitaria y sociedades agrarias”,. Anuario de Derecho,(1979),. Florencia, Italia (Pág. 279).
- ✓ BERNSTEIN, L.A. (1995): Análisis de estados financieros. Teoría, aplicación e interpretación, Ed. Irwin, Madrid.(Pág. 52)
- ✓ CUERVO, A. y RIVERO, P. (1986): “El análisis económico-financiero de la empresa”, Revista Española de Financiación y Contabilidad, nº 49, pp.15-33.
- ✓ ESTEO SÁNCHEZ, F. (1998): Análisis contable de la rentabilidad empresarial, Centro de Estudios Financieros, Madrid.
- ✓ GONZÁLEZ PASCUAL, J. (1995): Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera, Ed. Pirámide, Madrid.
- ✓ GOXENS Antonio y GOXENS María Ángeles (2000), “El análisis financiero se fundamenta en la obtención de una serie de datos de la actividad empresarial.(pág. 475).
- ✓ HNOS, NARANJO SALGUERO Marcelo, Joselito (2003) empresas agrarias CÁCERES Delfos (1985) Tesis Doctoral. Ambato – Ecuador Varios (pág.199).
- ✓ HURTADO Dilon, Gestión Administrativa(2008), (Pág.381).
- ✓ JAMES Gill (2005), “El análisis financiero” (Pág. 31).
- ✓ LEOPOLD. A. Bernstein, (1996). Metodología del análisis económico financiero basado en información contable tercera edición (Pág. 52).
- ✓ LIMACHI Yucra Luis (2003) Contabilidad Agropecuaria segunda edición: (Pág.80).

- ✓ MARTÍNEZ GARCÍA, F.J. (1996): Análisis de estados contables: comentarios y ejercicios, Ed. Pirámide, Madrid.
- ✓ OSCAR León, (1999) gestión financiera. fundamentos y aplicaciones. tercera edición (pág. 105).
- ✓ PARÉS, A. (1979): "Rentabilidad y endeudamiento en el análisis financiero y la planificación empresarial", Moneda y Crédito, diciembre, nº 151, pp. 3-20.
- ✓ RIVERO TORRE, P. (1992): Análisis de balances y estados complementarios, Sexta edición, Ed. Pirámide, Madrid.(Pág. 154).
- ✓ RIVERO TORRE, P. (Dirección y revisión) y BANEGAS OCHOVO, R. (Coordinación) (1998): Análisis por ratios de los estados contables financieros (análisis externo), Ed. Cívitas, Madrid.(Pág. 121).
- ✓ SELLING, T.I. y STICKNEY, C.P. (1990): "Disaggregating the rate of return on common shareholders' equity: a new approach", Accounting Horizons, December, pp. 9-17.
- ✓ STONER, James, (1996). Administración. Sexta Edición. Prentice Hall. Hispanoamericana S.A. México. • ARIAS, F (2004), El proyecto de investigación: (Pág. 324).
- ✓ SUQUILANDA. VALDIVIESO. Ligia. (1997). Contabilidad. Agraria. y. de. Sociedades, Edit. U.T.P.L HNOS. NARANJO SALGUERO Marcelo (Pág. 205).
- ✓ TERRY George, (2007), Principios de administración, CECSA, México (Pág. 194).

6.2 Bibliografía Consultada

- ✓ ARIOLT AMAT, ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS, Fundamentos y Aplicaciones, 5ta. Edición.

- ✓ CHIAVENATTO, Adalberto “Administración: Proceso Administrativo” Tercera Edición, Colombia: Makron Books Do Brasil Editora, LTDA. 2002 (páginas 18- 20).
- ✓ Estados Financieros, Ediciones Contables y Administración, S.A.MÉXICO, 1996.
- ✓ ORTIZ MAYA, Héctor: Análisis Financiero Aplicado, Novena Edición.
- ✓ PERDOMO MORENO, ABRAHAM: Análisis e Interpretación de Estados Financieros

6.3 Bibliografía Virtual

- ✓ <http://www.pymesfuturo.com/Indicadores.htm> (01/13/2011; 14:28:13)
- ✓ <http://www.comserpro.com/finanzasempresa.php?pg=3> (18/06/2012 ; 16h0)
- ✓ [http://www.crecenegocios.com/el-analisis-financiero-de-una-empresa/\(17/06/2014 ; 20h01\).](http://www.crecenegocios.com/el-analisis-financiero-de-una-empresa/(17/06/2014 ; 20h01))
- <http://www.zonaeconomica.com/indicadores-rentabilidad> (23/01/2012; 11:09)
- http://www.cubaindustria.cu/contadoronline/Ratios%20Financieros/Ratios_Indice.htm (23/01/2012; 11:29)
- ✓ <http://admluisfernando.blogspot.com/> (23/01/2012; 11:45)
- ✓ <http://www.scribd.com/doc/57953767/5/Objetivo-empresa-agropecuaria> (10/02/2012; 12:45).com/index.php?src=1&modulo_editorial=-1,6 (14/03/2012; 16:22)
- ✓ mf ¿ MATOS Luis (Gestión Administrativa Monografías.com.) (5/06/2012 ; 16h30)
- ✓ M. <http://www.slideshare.net/alafito/indicadores-financieros-439054> (Índices Rentabilidad) bb 27/03 :14:37

ANEXOS

ANEXO No. 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Entrevista dirigida al Gerente de la Empresa “Muebles El Dorado”

Objetivo: Diagnosticar los problemas que tiene la empresa Muebles El Dorado, al no haber realizado una evaluación de los costos de comercialización el cual permita conocer el margen de rentabilidad alcanzada, a través de la entrevista, para recabar la información que permitirá el desarrollo del tema propuesto.

1¿Considera usted que el actual proceso de distribución de muebles que la empresa realiza se compensa las ventas de sus productos?

.....
.....
.....
.....

2¿Cree usted que es necesario mejorar el procedimiento de distribución de los productos de su empresa?

.....
.....
.....
.....

3¿Cree usted que la empresa debe publicitar sus productos por internet?

.....
.....
.....
.....

4¿Qué tiempo espera la empresa Muebles El Dorado, para que sus proveedores le realicen la entrega de los pedidos realizados?

.....
.....
.....
.....

11. Cómo cree usted que le ayudaría al Contador en sus actividades el realizar una evaluación de los costos de compra – venta?

.....
.....
.....
.....

5¿La información financiera proporcionada por el contador permite que la gerencia la utilice como un instrumento de planeación, control y toma decisiones en la empresa?

.....
.....
.....
.....

6¿Los trabajadores colaboran activamente en la comercialización de los productos de la Empresa “Muebles El Dorado”?

.....
.....
.....
.....

7Quiénes son sus proveedores con los que actualmente cuenta la empresa “Muebles El Dorado”?

.....
.....
.....
.....

8 Cuando su Empresa realiza un pedido de mercadería a sus proveedores, que tipo de descuentos conceden?

.....
.....
.....
.....

9 La Empresa “Muebles El Dorado” realiza algún tipo de promoción-oferta por la venta de sus productos?.

.....
.....
.....
.....

ANEXO No. 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Entrevista dirigida a la Administradora de la Empresa “Muebles El Dorado”

Objetivo: Diagnosticar los problemas que tiene la empresa Muebles El Dorado, al no haber realizado una evaluación de los costos de comercialización el cual permita conocer el margen de rentabilidad alcanzada, a través de la entrevista , para recabar la información que permitirá el desarrollo del tema propuesto.

1¿Qué cantidad de muebles se venden diariamente en la Empresa “Muebles El Dorado”?

.....
.....
.....
.....

2 Existe sanciones para el trabajador que no cumple con las disposiciones establecidas?

.....
.....
.....
.....

3¿La empresa invierte en publicidad con el fin de dar a conocerá a la empresa e incrementar su nivel de ventas?

.....
.....
.....
.....

4 ¿El personal de ventas existente es suficiente para cumplir con las exigencias y requerimientos de la demanda existente en el mercado?

.....
.....
.....
.....

5 La remuneración de los trabajadores de la empresa es el salario básico unificado actual?.

.....
.....
.....
.....

6 Los vendedores tiene incentivos por la venta que realizan, describa el (%) que reciben?.

.....
.....
.....
.....

7 ¿Las ventas realizadas por la entidad son?

.....
.....
.....
.....

8 ¿El costo del transporte del producto es asumido por la empresa o el cliente?

.....
.....
.....
.....

9 ¿La empresa se encuentra satisfecha con el nivel actual de ventas?

.....
.....
.....
.....





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Entrevista Dirigida Al Auxiliar Contable De La Empresa “Muebles El Dorado”

Objetivo: Diagnosticar los problemas que tiene la empresa Muebles El Dorado, al no haber realizado una evaluación de los costos de comercialización el cual permita conocer el margen de rentabilidad alcanzada, a través de la entrevista , para recabar la información que permitirá el desarrollo del tema propuesto.

1¿Se ha realizado alguna vez una evaluación de los costos de comercialización en la Empresa “Muebles El Dorado”?

.....
.....
.....
.....

2¿La Empresa “Muebles El Dorado” aplica la contabilidad de costos?

.....
.....
.....
.....

2¿Con qué frecuencia se presenta la información contable?

.....
.....

.....
.....

3¿La contabilidad utilizada por la empresa ha permitido cumplir con las metas y objetivos planteados?

.....
.....
.....

4 ¿Qué le permite determinar la Contabilidad de Costos?

.....
.....
.....
.....

5¿Cree usted que la evaluación de los costos de comercialización le proporcionara una información adecuada para registro de los recursos económicos de la Empresa “Muebles El Dorado”?

.....
.....
.....
.....

6¿Existe el personal suficiente para cumplir con las actividades correspondientes en la empresa?

.....
.....
.....
.....

7¿Mediante la evaluación de los costos de comercialización se podrá obtener un adecuado control de los costos y gastos de ventas de la Empresa “Muebles El Dorado”?

.....
.....
.....
.....

8Cuál es el porcentaje de rentabilidad que fija la Empresa “Muebles El Dorado” en sus productos?

.....
.....
.....
.....

9Cuáles son los gastos más representativos para la Empresa “Muebles El Dorado”?

.....
.....
.....
.....

ANEXO No. 4



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Entrevista dirigida al Jefe de Ventas y Chofer y Bodeguero de la Empresa “Muebles El Dorado”

Objetivo: Diagnosticar los problemas que tiene la empresa Muebles El Dorado, al no haber realizado una evaluación de los costos de comercialización el cual permita conocer el margen de rentabilidad alcanzada, a través de la entrevista , para recabar la información que permitirá el desarrollo del tema propuesto.

1 ¿Quiénes son los clientes con los que actualmente cuenta la Empresa “Muebles El Dorado”?

.....
.....
.....
.....

2 ¿Cuándo la empresa realiza la venta de mercadería a los clientes que tipo de descuento se conceden?

.....
.....
.....
.....

3 ¿Qué cantidad vende diariamente la empresa?

.....
.....
.....

4 ¿La empresa realiza publicidad para la salida del producto e incrementar las ventas?

.....
.....
.....
.....

5 ¿El personal de ventas es suficiente para cumplir con las exigencias y requerimiento de la demanda existente en el mercado?

.....
.....
.....
.....

6 ¿Los vendedores tienen incentivos por las ventas que realizan cuáles son?

.....
.....
.....
.....

7 ¿Las ventas realizadas por la empresa son: a crédito o al contado?

.....
.....
.....
.....

8 -¿El costo de transporte en las ventas de mercadería lo asume la empresa o el cliente?

.....
.....
.....
.....

9 ¿La empresa se encuentra satisfecha con el nivel de ventas?

.....
.....
.....
.....

10 ¿Cree usted que es necesario mejorar el sistema de distribución de los productos de su empresa?

.....
.....
.....
.....

ANEXO No. 5



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Encuestas realizadas a los Proveedores de la Empresa “Muebles El Dorado”

Objetivo: Realizar una Evaluación de los Costos de Comercialización de la Empresa “Muebles El Dorado” de la Ciudad de Latacunga para determinar la rentabilidad económica de la empresa.

1¿Cuándo la Empresa “Muebles El Dorado” realiza un pedido de mercadería, se concede descuentos?

Si ()

No ()

2¿Los descuentos que usted le concede a la Empresa “Muebles El Dorado” es por?

Volumen de compra ()

Forma de Pago ()

Situación de confianza ()

3¿El precio de los muebles varía de acuerdo a?

La Calidad ()

El diseño ()

Tipo de Materia utilizada ()

4¿La empresa cuenta con vehículos de planta para la entrega de los diferentes pedidos que realiza la Empresa “Muebles El Dorado”?

Si ()

No ()

5¿Qué beneficios recibe la Empresa “Muebles El Dorado” cuando realiza una compra?

Descuentos ()

Promociones ()

Otros ()

6 ¿Una vez salida la mercadería de su empresa se aceptan reclamos?

Si ()

No ()

7¿A la Empresa “Muebles El Dorado” que tiempo le conceden para que cancele el valor de los créditos?

De 15 a 30 días ()

De 31 a 60 días ()

8¿Cubre su empresa los gastos de embalaje que se utiliza para el traslado y entrega de mercadería a la Empresa “Muebles El Dorado”

Si ()

No ()



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Encuesta aplicada a los Clientes de la Empresa Muebles El Dorado.

Objetivo: Diagnosticar los problemas que tiene la empresa muebles el dorado, al no contar con una evaluación de los costos de comercialización, a través de la encuesta, para recabar la información que permita el desarrollo del tema propuesto.

1;Conoce usted la actividad que desarrolla la empresa Muebles El Dorado de la ciudad de Latacunga.

Si ()

No ()

2;Cómo califica usted la actual entrega de productos?

Excelente ()

Muy Buena ()

Buena ()

Regular ()

3;Está conforme con la rapidez de entrega del producto solicitado?

Si ()

No ()

4;De qué forma cancela las compras de los productos que oferta la empresa Muebles El Dorado?

Efectivo ()

Cheque ()

Crédito ()

5. ¿Recibe la correspondiente factura por la compra de los muebles?

Si ()

No ()

5. ¿En este momento que clase de mueble compraría para su hogar?

Sala ()

Comedor ()

Dormitorio ()

Oficina ()

Cocina ()

ANEXO No. 7

EMPRESA MUEBLES EL DORADO
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
Del 01 de Julio al 31 Diciembre del 2012

ACTIVO

ACTIVO CORRIENTE

Caja – Bancos		13500,00
Inversión Temporal		30451,73
Cuentas por Cobrar	51692,70	
(-)Prov. Ctas. Incobrables 1%	516,93	51175,77
Inventario de Mercadería		205500,00
Inventario Útiles de Oficina		90,72

TOTAL DEL ACTIVO

CORRIENTE

300718,22

ACTIVO NO CORRIENTE

Edificio	79708,2	77715,49
(-) Depreciación Acumulada Edificio	1992,71	
Equipo de Computo	2131,35	1779,68
(-) Depreciación Acumulada Equipo de Computo	351,67	
Equipo de Oficina	1624	1542,8
(-) Depreciación Acumulada Equipo de Oficina	81,2	
Muebles y Enseres	3766,56	3578,23
(-) Depreciación Acumulada Muebles y Enseres	188,33	
Vehículo	26490	23841
(-) Depreciación Acumulada Vehículo	2649	

TOTAL ACTIVO NO

CORRIENTE

108457,2

OTROS ACTIVOS

Gasto de Constitución	246,4		
(-) Amortización Acumulada Gast de Constitución	24,64	221,76	
TOTAL DE OTROS ACTIVOS			221,76
TOTAL ACTIVO			<u>409397,18</u>
PASIVO			
CORRIENTE			
Cuentas por Pagar		14569,71	
Documentos por Pagar		5430,29	
IESS por Pagar		5830,8	
Participación a Trabajadores por Pagar		\$ 7.021,11	
Impuesto a la Renta		9946,57	
TOTAL PASIVO CORRIENTE			42798,48
PASIVO NO CORRIENTE			
Préstamo Hipotecario		27406,55	
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE			27406,55
TOTAL PASIVO			70205,03
PATRIMONIO			
Capital		309352,45	
Utilidad del Ejercicio		29839,7	
TOTAL PATRIMONIO			339192,15
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			409397,18

Gerente

Contador

ANEXO No. 8

EMPRESA MUEBLES EL DORADO

ESTADO DE RESULTADOS

Del 01 de Julio al 31 Diciembre del 2012

INGRESOS OPERACIONALES

Ventas Netas		134249,91
Ventas	134249,91	
(-)Costo de Venta		\$ 40.274,97
Inventario Inicial de Mercadería	228353,66	
(+) Compras Netas	17421,31	
(-) Inventario Final de Mercaderías	\$ 205.500,00	
Utilidad Bruta en Ventas		<u>\$ 93.974,94</u>

GASTOS OPERACIONALES

GASTOS DE

ADMINISTRACIÓN

Gasto Sueldo	11352,00	
Gasto Aporte Patronal	1379,268	
Servicios Básicos	1494,96	
Gastos Generales	4709	
Gasto de Útiles de Oficina 70 %	211,68	
Amortización Gasto de Constitución	24,64	
Depreciación Edificio	1992,71	
Depreciación Equipo de Computo	351,67	
Depreciación Equipo de Oficina	81,2	
Depreciación Muebles y Enseres	188,33	
Depreciación Vehículo	2694	
TOTAL GASTO DE ADMINISTRACIÓN		24479,46

GASTO DE VENTA

Sueldo Vendedores	15.768,00
Aporte Patronal Vendedores	1915,81

Gasto Servicios Básicos	1494,96	
Comisión Vendedores	375	
Gasto Publicidad	1500	
TOTAL GASTO DE VENTA	<u>21.053,77</u>	
TOTAL GASTO DE OPERACIÓN		45533,23
UTILIDAD OPERACIONAL		<u>\$ 48.441,71</u>
GASTOS FINANCIEROS		
Gasto Interés	<u>1634,34</u>	<u>1634,34</u>
UTILIDAD EN EL EJERCICIO		\$ 46.807,37
Participación a Trabajadores (15%)		\$ 7.021,11
		\$ 39.786,26
Impuesto a la Renta (25%)		\$ 9.946,57
Utilidad Retenida		\$ 29.839,70

Gerente

Contador

ANEXO No. 9

Tabla de Amortización

Tabla de Amortización						
AÑO	PERIODO	CAPITAL INICIAL	CAPITAL + INTERES	CAPITAL AMORTIZADO	INTERES	SALDO
1	1	\$ 30.451,73	\$ 791,74	\$ 507,53	284,22	\$ 29.944,20
	2	\$ 29.944,20	\$ 787,01	\$ 507,53	\$ 279,48	\$ 29.436,67
	3	\$ 29.436,67	\$ 782,27	\$ 507,53	\$ 274,74	\$ 28.929,14
	4	\$ 28.929,14	\$ 777,53	\$ 507,53	\$ 270,00	28.421,61
	5	\$ 28.421,61	772,8	\$ 507,53	265,27	27.914,08
	6	\$ 27.914,08	\$ 768,06	\$ 507,53	\$ 260,53	\$ 27.406,55
	7	\$ 27.406,55	\$ 763,32	\$ 507,53	\$ 255,79	\$ 26.899,02
	8	\$ 26.899,02	\$ 758,59	\$ 507,53	\$ 251,06	\$ 26.391,49
	9	\$ 26.391,50	\$ 753,85	\$ 507,53	\$ 246,32	\$ 25.883,97
	10	\$ 25.883,97	\$ 749,11	\$ 507,53	\$ 241,58	\$ 25.376,44
	11	\$ 25.376,44	\$ 744,38	\$ 507,53	\$ 236,85	\$ 24.868,91
	12	24.868,91	\$ 739,64	\$ 507,53	\$ 232,11	\$ 24.361,38
2	13	\$ 24.361,38	\$ 734,90	\$ 507,53	\$ 227,37	\$ 23.853,85
	14	23.853,85	\$ 730,16	\$ 507,53	\$ 222,64	\$ 23.346,32
	15	\$ 23.346,32	\$ 725,43	\$ 507,53	\$ 217,90	\$ 22.838,79
	16	22.838,79	\$ 720,69	\$ 507,53	\$ 213,16	\$ 22.331,26
	17	\$ 22.331,27	\$ 715,95	\$ 507,53	\$ 208,43	\$ 21.823,74
	18	\$ 21.823,74	\$ 711,22	\$ 507,53	\$ 203,69	\$ 21.316,21
	19	\$ 21.316,21	\$ 706,48	\$ 507,53	\$ 198,95	\$ 20.808,68
	20	\$ 20.808,68	\$ 701,74	\$ 507,53	\$ 194,21	\$ 20.301,15
	21	\$ 20.301,15	\$ 697,01	\$ 507,53	\$ 189,48	\$ 19.793,62
	22	\$ 19.793,62	\$ 692,27	\$ 507,53	\$ 184,74	\$ 19.286,09
	23	19.286,09	\$ 687,53	\$ 507,53	\$ 180,00	\$ 18.778,56
	24	18.778,56	\$ 682,80	\$ 507,53	\$ 175,27	\$ 18.271,03

3	25	\$ 18.271,04	\$ 678,06	\$ 507,53	\$ 170,53	\$ 17.763,51
	26	17.763,51	\$ 673,32	\$ 507,53	\$ 165,79	\$ 17.255,98
	27	17.255,98	\$ 668,58	\$ 507,53	\$ 161,05	\$ 16.748,45
	28	\$ 16.748,45	\$ 663,85	\$ 507,53	\$ 156,32	\$ 16.240,92
	29	\$ 16.240,92	\$ 659,11	\$ 507,53	\$ 151,58	\$ 15.733,39
	30	\$ 15.733,39	\$ 654,37	\$ 507,53	\$ 146,84	\$ 15.225,86
	31	\$ 15.225,86	\$ 649,64	\$ 507,53	\$ 142,11	\$ 14.718,33
	32	\$ 14.718,33	\$ 644,90	\$ 507,53	\$ 137,37	\$ 14.210,80
	33	\$ 14.210,81	\$ 644,90	\$ 507,53	\$ 137,37	\$ 13.703,28
	34	\$ 13.703,28	\$ 635,43	\$ 507,53	\$ 127,90	\$ 13.195,75
	35	\$ 13.195,75	\$ 630,69	\$ 507,53	\$ 123,16	\$ 12.688,22
	36	\$ 12.688,22	\$ 625,95	\$ 507,53	\$ 118,42	\$ 12.180,69
5	37	12.180,69	\$ 621,22	\$ 507,53	\$ 113,69	\$ 11.673,16
	38	11.673,16	\$ 616,48	\$ 507,53	\$ 108,95	\$ 11.165,63
	39	\$ 11.165,63	\$ 611,74	\$ 507,53	\$ 104,21	\$ 10.658,10
	40	\$ 10.658,10	\$ 607,00	\$ 507,53	\$ 99,47	\$ 10.150,57
	41	\$ 10.150,58	\$ 602,27	\$ 507,53	\$ 94,74	\$ 9.643,05
	42	\$ 9.643,05	\$ 597,53	\$ 507,53	\$ 90,00	\$ 9.135,52
	43	\$ 9.135,52	\$ 592,79	\$ 507,53	\$ 85,26	\$ 8.627,99
	44	\$ 8.627,99	\$ 588,06	\$ 507,53	\$ 80,53	\$ 8.120,46
	45	\$ 8.120,46	\$ 583,32	\$ 507,53	\$ 75,79	\$ 7.612,93
	46	\$ 7.612,93	\$ 578,58	\$ 507,53	\$ 71,05	\$ 7.105,40
	47	\$ 7.105,40	\$ 573,85	\$ 507,53	\$ 66,32	\$ 6.597,87
	48	\$ 6.597,87	\$ 569,11	\$ 507,53	\$ 61,58	\$ 6.090,34
	49	\$ 6.090,35	\$ 564,37	\$ 507,53	\$ 56,84	\$ 5.582,82
	50	\$ 5.582,82	\$ 559,64	\$ 507,53	\$ 52,11	\$ 5.075,29
	51	\$ 5.075,29	\$ 554,90	\$ 507,53	\$ 47,37	\$ 4.567,76
	52	\$ 4.567,76	\$ 550,16	\$ 507,53	\$ 42,63	\$ 4.060,23
	53	\$ 4.060,23	\$ 545,42	\$ 507,53	\$ 37,89	\$ 3.552,70
	54	\$ 3.552,70	\$ 540,69	\$ 507,53	\$ 33,16	\$ 3.045,17
	55	\$	\$ 535,95	\$ 507,53	\$ 28,42	\$ 2.537,64

6		3.045,17				
	56	\$ 2.537,64	\$ 531,21	\$ 507,53	\$ 23,68	\$ 2.030,11
	57	\$ 2.030,12	\$ 526,48	\$ 507,53	\$ 18,95	\$ 1.522,59
	58	\$ 1.522,59	\$ 521,74	\$ 507,53	\$ 14,21	\$ 1.015,06
	59	\$ 1.015,06	\$ 517,00	\$ 507,53	\$ 9,47	\$ 507,53
	60	\$ 507,53	\$ 512,27	\$ 507,53	\$ 4,74	\$ 0,00

