



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Sede Santo Domingo

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA, CPA.**

Trabajo de titulación previa a la obtención del título de:
INGENIERA EN FINANZAS Y AUDITORÍA, CPA.

**“EVALUACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA FERRETERÍA J & J Y
SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD, PERIODOS 2014 – 2015.”**

Estudiante:

ANA CRISTINA GÓMEZ ARMIJOS

Director de Trabajo de Titulación:

Ing. Franklin Naranjo, Msc

Santo Domingo – Ecuador

Diciembre, 2016.

**"EVALUACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA FERRETERÍA J & J Y
SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD, PERIODOS 2014 – 2015."**

Ing. Franklin Naranjo, Msc

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

APROBADO

Ing. Patricio Pérez, MBA.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Freddy Yugcha, Msc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Clemencia Carrera, MBA

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Autor: ANA CRISTINA GÓMEZ ARMIJOS

Institución: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Título de trabajo: "EVALUACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DE
de titulación: LA FERRETERÍA J & J Y SU INCIDENCIA EN LA
RENTABILIDAD, PERIODOS 2014 – 2015."

Fecha: DICIEMBRE, 2016

El contenido del presente trabajo, está bajo la responsabilidad de la autora, y no ha sido plagiado.



ANA CRISTINA GÓMEZ ARMIJOS

C.C.1724907603

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**Sede Santo Domingo****INFORME DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Santo Domingo, 08 de diciembre del año 2016

Doctora

Clemencia Carrera Naranjo, MBA

COORDINADORA DE LA CARRERA**DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA, CPA.**

Informo que el trabajo de titulación realizado por la Señorita: **ANA CRISTINA GÓMEZ ARMIJOS** cuyo título es: **“EVALUACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA FERRETERÍA J & J Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD, PERIODOS 2014 – 2015.”**, ha sido elaborado bajo mi supervisión y revisado en todas sus partes, el mismo que no ha sido plagiado por lo cual autorizo su respectiva presentación.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.



Ing. Franklin Naranjo. Msc.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO
TRABAJO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1724907603
APELLIDO Y NOMBRES:	Ana Cristina Gómez Armijos
DIRECCIÓN:	Rosales 3ra Etapa, calle Eduardo Kigman y Theo Constante
EMAIL:	anitagomez90@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	022-757-628
TELÉFONO MÓVIL:	0990415785

DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"Evaluación de los estados financieros de la ferretería J & J y su incidencia en la rentabilidad, periodos 2014 – 2015"		
AUTOR O AUTORES:	Ana Cristina Gómez Armijos		
FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:	Diciembre, 2016		
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:	Ing. Franklin Naranjo, MsC		
PROGRAMA	PREGRADO	<input checked="" type="checkbox"/>	POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniero en Finanzas y Auditoría, CPA.		
RESUMEN:	<p>El presente trabajo de titulación tiene como objetivo el de demostrar que, al realizar un correcto análisis financiero de una empresa, se toman decisiones acertadas con base en análisis del mercado e indicadores. Para el análisis se toma a la empresa Ferretera J & J como caso de estudio.</p> <p>Para tener los antecedentes del sector económico se partió de un análisis general del mercado de la construcción, pasando al sector ferretero y delimitándolo a la situación actual en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.</p> <p>Mediante la investigación realizada se denoto que el mercado de la construcción ha tenido una disminución durante los últimos periodos, lo que se le atribuye a diferentes factores como son: Políticas tributarias, arancelarias, restricciones en importaciones, decrecimiento del sector, dificultades en el ámbito bancario para otorgamiento de créditos, entre otros, en el capítulo 3 se profundizan estos temas y se analizan las afectación al mercado provincial mediante la aplicación de encuestas, conjuntamente realizando una comparación con la situación de la empresa ferretera J & J.</p> <p>Aplicando la metodología de análisis vertical se consiguió conocer la participación de las cuentas más representativas dentro de los balances, por otro lado, el análisis horizontal se enfocó en los incrementos y descensos porcentuales de las cuentas, comparándolas durante dos periodos que fueron 2014 y 2015, de estos análisis en conjunto se presentamos generalidad para la toma de correctivos.</p>		

	<p>Las razones financieras fueron analizadas del periodo 2015, dando como resultados los indicadores de las razones de endeudamiento, liquidez, rentabilidad y actividad.</p> <p>Los análisis verticales, horizontales y las razones financieras con sus indicadores, fueron la base para la presentación de estrategias financieras y administrativas. Las estrategias están enfocadas en atacar las debilidades que posee la empresa actualmente y que podrían afectar de forma negativa frente a la situación por la que atraviesa el mercado, lo cual dará como resultado una optimización de las fortalezas y oportunidades, generando así que la empresa sea competitiva dentro del sector ferretero con la toma de decisiones con base en información financiera.</p>
<p>PALABRAS CLAVES:</p>	<p>Evaluación financiera, Finanzas sector Ferretero, Rentabilidad, Evaluación estados Financieros, Razones financieras, Análisis Vertical y Horizontal.</p>
<p>ABSTRACT:</p>	<p>The objective of the present degree work is to demonstrate that, when carrying out a correct financial analysis of a company; correct decisions are made based on market analysis and indicators.</p> <p>For the analysis the hardware company J & J is taken as a case study. In order to have the economic sector's antecedents, a general analysis of the construction market was started, going to the hardware sector and delimiting it to the current situation in the province of Santo Domingo de los Tsáchilas.</p> <p>Through the research carried out, it is noted that the construction market has had a decrease during the last periods, which is attributed to different factors such as: Tax policies, tariffs, import restrictions, sector decline, difficulties in the banking sector For granting of credits, among others, in Chapter 3, these issues are deepened and the effects on the provincial market are analyzed through the application of surveys, jointly making a comparison with the situation of the hardware company J & J.</p> <p>Applying the methodology of vertical analysis it was possible to know the participation of the most representative accounts within the balance sheets, on the other hand, the horizontal analysis focused on the percentage increases and decreases of the accounts, comparing them during two periods that were 2014 and 2015, of these analyzes as a whole were presented generality for corrective taking.</p> <p>The financial reasons were analyzed from the period 2015, giving as result the indicators of the reasons of indebtedness, liquidity, profitability and activity.</p> <p>Vertical, horizontal analyzes and financial reasons with their indicators were the basis for the presentation of financial and administrative strategies. The strategies are focused on tackling the weaknesses that the company currently has and that could negatively affect the market situation, which will result in an optimization of the</p>



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

	strengths and opportunities, thus generating the company is competitive in the hardware sector with decision-making based on financial information.
KEYWORDS	Financial evaluation, Finance hardware sector, Profitability, Evaluation Financial statements, Financial reasons, Vertical and Horizontal Analysis.

Se autoriza la publicación de este Trabajo de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f: _____

ANA CRISTINA GÓMEZ ARMIJOS

C.C. 1724907603



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **ANA CRISTINA GÓMEZ ARMIJOS**, CC. **1724907603** autora del trabajo de titulación titulado: **“Evaluación de los estados financieros de la ferretería J & J y su incidencia en la rentabilidad, periodos 2014 – 2015”**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Fianzas y Auditoria, CPA** en la Universidad Tecnológica Equinoccial Sede Santo Domingo.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Santo Domingo, 14 de diciembre de 2016.

f: _____

ANA CRISTINA GÓMEZ ARMIJOS

C.C. 1724907603



Santo Domingo, 02 de junio del 2016.

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Yo, **JORGE EDUARDO VIVANCO SÁNCHEZ** con cédula de ciudadanía N.- **1711214468** en calidad de Gerente Propietario de Ferretería “J & j”, autorizo a **ANA CRISTINA GÓMEZ ARMIJOS**, a realizar la investigación para la elaboración de su trabajo de titulación “**EVALUACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA FERRETERÍA J & J Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD, PERIODOS 2014 – 2015**” basada en la información proporcionada por la compañía.



f: _____

JORGE EDUARDO VIVANCO SÁNCHEZ

C.C. 1711214468

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mis padres por brindarme los recursos necesarios y estar a mi lado apoyándome y aconsejándome siempre.

A mi hermana por su apoyo y confianza en todo lo necesario para cumplir mis objetivos como persona y estudiante.

A mis compañeros y amigos presentes y pasados, quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas y a todas aquellas personas que de una u otra manera han contribuido para el logro de mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, ser maravilloso que me dió fuerza y fe para creer lo que me parecía imposible terminar. A mi familia por apoyarme en cada decisión, proyecto y sobre todo por permitirme cumplir con excelencia en el desarrollo de esta tesis.

No ha sido sencillo el camino hasta ahora, pero gracias a sus aportes, a su amor, a su inmensa bondad y apoyo, lo complicado de llegar a esta meta se ha notado menor. Les agradezco, y hago presente mi gran afecto hacia ustedes.

Agradezco también a la Universidad Tecnológica Equinoccial por haberme aceptado ser parte de ella y abierto las puertas para poder estudiar mi carrera, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día.

También agradezco a mi Tutor de Tesis al Ingeniero Franklín Naranjo por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento, guiándome durante todo el desarrollo de la tesis.

Mi agradecimiento también va dirigido al Sr Jorge Vivanco, dueño de la Ferretería J & J, por haber aceptado que se realice mi tesis en la prestigiosa empresa que administra.

Y para finalizar, también agradezco a todos los que fueron mis compañeros de clases durante todos los niveles de universidad ya que gracias al compañerismo, amistad y apoyo moral han aportado en un alto porcentaje a mis ganas de seguir adelante en mi carrera profesional.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada.....	i
Sustentación y aprobación de los integrantes del tribunal	ii
Responsabilidad del autor	iii
Informe del director del trabajo de titulación.....	iv
Formulario de registro bibliográfico	v
Declaración y autorización.....	viii
Carta de autorización.....	ix
Dedicatoria	x
Agradecimiento	xi
Índice de contenido	xii
Índice de figuras	xvi
Índice de tablas.....	xvii
Índice de anexos.....	xix

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1.	El problema de investigación	2
1.1.1.	Problema a investigar	2
1.1.2.	Objeto de estudio teórico.....	2
1.1.3.	Objeto de estudio práctico	3
1.1.4.	Planteamiento del problema	3
1.1.5.	Formulación del problema.....	9
1.1.6.	Sistematización del problema.....	9
1.1.7.	Objetivo general	9
1.1.8.	Objetivos específicos.....	9
1.1.9.	Justificaciones	9
1.2.	Marco Referencial	10
1.2.1.	Marco teórico	11
1.2.1.1.	Administración financiera	11

1.2.1.2.	Empresa	12
1.2.1.3.	Periodo contable	12
1.2.1.4.	Crecimiento económico.....	13
1.2.1.5.	Estados financieros	13
1.2.1.5.1.	Tipos de Estados financieros	13
1.2.1.6.	Estado de resultados	15
1.2.1.7.	Estado de situación	15
1.2.1.8.	Evaluación de estados financieros.....	16
1.2.1.9.	Uso de razones financieras	16
1.2.1.9.1.	Tipos de comparación de razones	17
1.2.1.9.2.	Categorías de las razones financieras	17
1.2.1.10.	Análisis financiero vertical y horizontal	21
1.2.1.10.1.	Análisis vertical	21
1.2.1.10.2.	Análisis horizontal.....	22
1.2.1.11.	Estrategias financieras	22
1.2.1.11.1.	El liderazgo en costos totales bajos	23
1.2.1.11.2.	La diferenciación	24
1.2.1.11.3.	El Enfoque	24
1.2.1.12.	Estrategia agresiva de financiamiento	25
1.2.1.13.	Estrategia conservadora de financiamiento	25
1.2.1.14.	Estrategias para administrar el ciclo de conversión del efectivo.....	25
1.2.2.	Marco conceptual	26

CAPÍTULO 2

MÉTODO

2.1.	Metodología general.....	27
2.1.1.	Nivel de estudio.....	27
2.1.2.	Modalidad de investigación.....	28
2.1.3.	Métodos de investigación	28
2.1.4.	Población y muestra	28
2.1.5.	Selección instrumentos de investigación.....	30

2.1.6.	Procesamiento de datos	30
2.2.	Metodología específica.....	31

CAPÍTULO 3

RESULTADOS

3.1.	Recolección y tratamiento de datos.....	32
3.1.1.	Aplicación de encuestas	32
3.2.	Presentación y análisis de resultados.....	53
3.2.1.	Análisis vertical y horizontal de los estados financieros.....	53
3.2.1.1.	Análisis balance general 2014 – 2015	53
3.2.1.1.1.	Análisis activo	54
3.2.1.1.2.	Análisis pasivo y patrimonio	56
3.2.1.2.	Análisis estado de pérdidas y ganancias 2014-2015	57
3.2.1.2.1.	Análisis de ventas	59
3.2.1.2.2.	Análisis de costo de ventas.....	59
3.2.1.2.3.	Análisis de compras.....	60
3.2.1.2.4.	Análisis gastos de venta	60
3.2.1.2.5.	Análisis de gastos administrativos	60
3.2.1.2.6.	Análisis de gastos financieros	61
3.2.1.2.7.	Análisis de utilidad antes de intereses e impuestos.....	61
3.2.1.2.8.	Análisis utilidad neta	61
3.2.2.	Análisis razones financieras 2015	62
3.2.2.1.	Razones de liquidez.....	62
3.2.2.2.	Razones de actividad	63
3.2.2.3.	Índice de endeudamiento	64
3.2.2.4.	Razones de rentabilidad.....	65
3.3.	Análisis financiero general	66
3.4.	Estrategias	68
3.4.1.	Estrategias administrativas	68
3.4.2.	Estrategias financieras	69

CAPÍTULO 4

DISCUSIÓN

4.1.	Conclusiones.....	71
4.2.	Recomendaciones	73
	Bibliografía.....	75
	Anexos.....	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. Producto Interno Bruto del sector construcción	4
Figura 1.2. Balance General	16
Figura 3.1. Años que tiene la empresa en el sector ferretero	32
Figura 3.2. Número de personas que laboran en la empresa	33
Figura 3.3. Sector económico al que pertenece la empresa	34
Figura 3.4. Montos de compras anuales	35
Figura 3.5. Montos de ventas anuales	36
Figura 3.6. Porcentaje de ventas a crédito	37
Figura 3.7. Plazo de crédito a clientes	38
Figura 3.8. Porcentaje de ventas incobrables	39
Figura 3.9. Abastecimiento de compras	40
Figura 3.10. Plazo de crédito proveedores	41
Figura 3.11. Promedio de activos	42
Figura 3.12. Promedio de pasivos	43
Figura 3.13. Resultado periodo anterior	44
Figura 3.14. Porcentaje de crecimiento	45
Figura 3.15. Afectaciones por decisiones políticas y económicas del gobierno	46
Figura 3.16. Productos con disminución en ventas	47
Figura 3.17. Factores que han afectado los niveles de venta	48
Figura 3.18. Porcentaje de participación en el mercado ferretero	49
Figura 3.19. Realización de análisis financieros	50
Figura 3.20. Aplicación de estrategias	51
Figura 3.21. Consideración de análisis financiero	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1. Razones de Liquidez	18
Tabla 1.2. Índices de actividad.....	19
Tabla 1.3. Índices de rentabilidad	20
Tabla 1.4. Razones de endeudamiento	21
Tabla 3.1. Años que tiene la empresa en el sector ferretero.....	32
Tabla 3.2. Número de personas que laboran en la empresa	33
Tabla 3.3. Sector económico al que pertenece la empresa.....	34
Tabla 3.4. Montos de compras anuales	35
Tabla 3.5. Montos de ventas anuales.....	36
Tabla 3.6. Porcentaje de ventas a crédito	37
Tabla 3.7. Plazo de crédito a clientes	38
Tabla 3.8. Porcentaje de ventas incobrables	39
Tabla 3.9. Abastecimiento de compras	40
Tabla 3.10. Plazo de crédito proveedores	41
Tabla 3.11. Promedio de activos	42
Tabla 3.12. Promedio de pasivos	43
Tabla 3.13. Resultado periodo anterior	44
Tabla 3.14. Porcentaje de crecimiento	45
Tabla 3.15. Afectaciones por decisiones políticas y económicas del gobierno	46
Tabla 3.16. Productos con disminución en ventas	47
Tabla 3.17. Factores que han afectado los niveles de venta.....	48
Tabla 3.18. Porcentaje de participación en el mercado ferretero	49
Tabla 3.19. Realización de análisis financieros	50
Tabla 3.20. Aplicación de estrategias.....	51
Tabla 3.21. Consideración de análisis financiero.....	52
Tabla 3.22. Análisis del balance general 2014-2015	53
Tabla 3.23 Análisis del estado de pérdidas y ganancias 2014-2015	58
Tabla 3.24. Razones de liquidez.....	62
Tabla 3.25. Razones de actividad.....	63
Tabla 3.26. Razones de endeudamiento	64
Tabla 3.27. Razones de rentabilidad	65

Tabla 3.28. Estrategias administrativas.....	68
Tabla 3.29. Estrategias financieras.....	69

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A.- Encuesta.....	77
Anexo B.- Entrevista	80
Anexo C. Fotografías ferretería.....	84
Anexo C-1. Ferretería J & J exterior	84
Anexo C-2. Ferretería J & J exhibiciones	84
Anexo C-3. Ferretería J & J Bodega	85
Anexo D. Estados financieros	86
Anexo D-1. Balance general 2014	86
Anexo D-2. Balance general 2015	87
Anexo D-3. Estado de Resultados 2014.....	88
Anexo D-4. Estado de Resultados 2015	89
Anexo E. Estado de Resultados 2.....	90

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

La industria de la construcción es uno de los sectores de mayor importancia dentro de la economía nacional ecuatoriana y de cualquier otra nación, ya que tanto la dinámica de las empresas constructoras, como su influencia en la generación de empleo permiten señalar al sector como eje transversal para el crecimiento y desarrollo económico del país.

Este sector productivo llegó a su techo en el 2011, cuando tuvo un crecimiento de 17,6%. Desde ese año se registra una desaceleración que se agudizó en el 2015. En el 2014, el sector creció 5,5% y para el año 2015 la previsión del Banco Central del Ecuador (BCE) fue que la construcción tenga un 0% de crecimiento. (Comercio, 2015)

Esto estuvo vinculado a una serie de políticas gubernamentales, con el fin de mejorar su dinamismo mediante proyectos de infraestructura, vivienda pública, desarrollo vial y mayor acceso a créditos hipotecarios. No obstante, la desaceleración económica genera un panorama poco alentador para la construcción y presenta grandes desafíos durante este año. (Constructor, 2016)

Para comprender de mejor manera la evolución económica y el aporte de este sector, a continuación, se presenta un análisis considerando las variables del Producto Interno Bruto (PIB).

Dentro de la medición del PIB, realizado por el Banco Central del Ecuador, la construcción se ubica como el quinto sector con mayor crecimiento en la última década (periodo 2005-2015) con un 85,5%. Asimismo, en el 2015 el aporte de este sector al PIB constituyó como el cuarto más destacado con un 10,1% luego de las industrias de manufactura, comercio y petróleo, y minas. (BCE, 2016)

No obstante, la tasa de variación porcentual ha presentado un decrecimiento progresivo a partir del 2011, ocasionado entre otras causas por la disminución en los niveles de dinamismo e inversión en la economía, en general. Esta paralización se debe, sobre todo, a las mayores

necesidades de financiamiento del gasto público, la disminución en la colocación de créditos y la menor confianza para el endeudamiento a largo plazo, resultado de la desaceleración económica actual. Esto generó que la tasa de variación del PIB sectorial del 2015 se ubique en -1,1%. (Constructor, 2016)

En el futuro, el desarrollo del sector seguirá dependiendo de estas variables, por lo que se requiere que el precio del petróleo se recupere y existan ingresos de otras fuentes económicas como la minería. Sin estos recursos, el crecimiento de esta actividad mantendrá una tendencia declinante. Adicionalmente, la capacidad de compra y el acceso a crédito hipotecario también se han reducido, ya que los bancos también se han visto afectados.

Para el caso de estudio como es la ferretería “J & J”, las afectaciones de esta crisis económica por la que atraviesa el sector ferretero se vieron los efectos en la baja de las ventas, conjuntamente con la inflación de cartera, adicional a esto el mercado en general tuvo que incrementar los precios de compra como de venta. Por esta razón es necesario el análisis financiero para conocer el estado del mercado y como este se vincula con el saber manejar las finanzas, esto observación debido a que dentro de la provincia ciertos competidores no disminuyeron ni fueron afectados sus ingresos, por lo cual se necesita saber cuáles fueron las estrategias financieras o económicas aplicadas.

1.1. El problema de investigación

1.1.1. Problema a investigar

Deficiente evaluación de los estados financieros de la Ferretería “J & J” y su incidencia en la rentabilidad de la empresa, se analiza los ejercicios económicos 2014 – 2015 para determinar el resultado del estado actual de la empresa dentro del mercado ferretero.

1.1.2. Objeto de estudio teórico

Evaluar estados financieros y su incidencia en la rentabilidad, por tal razón se analizará la gestión de los procesos financieros.

1.1.3. Objeto de estudio práctico

Se tendrá como objetivo de estudio a la Ferretería “J & J” de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados durante los años 2014 y 2015.

1.1.4. Planteamiento del problema

Las pequeñas, medianas y grandes empresas dedicadas a la compra venta de insumos para el bricolaje, construcción, acabados de construcción, arreglo y mantenimiento de viviendas han experimentado un incremento económico hasta el 2014 debido al desarrollo del sector de la construcción, gracias a la ejecución de varios proyectos de infraestructura, vivienda, obras viales, entre otras inversiones del sector público, además de las políticas facilitadoras de crédito para adquisiciones de bienes inmuebles por parte de la banca privada y pública esta última representada por el BIESS.

Sin embargo, de enero a mayo del 2015 la construcción ya empezó a tener algunos problemas debido a que el gobierno se quedó sin recursos para los proyectos de infraestructura. La construcción tuvo unos años de bonanza tremenda, los constructores y la actividad en años anteriores era superior porque había proyectos de infraestructura en carreteras, hospitales, colegios. Sin embargo, este presupuesto con la baja del precio petróleo se acabó. (CEE, 2015)

El que se haya frenado una parte (o gran parte) de la industria de la construcción no es un hecho aislado, pues de este giro dependen una serie de comercios paralelos, lo que implica una cadena de empleos directos e indirectos. Uno de los “termómetros” para medir este fenómeno, que incide en la economía, es el quehacer de las ferreterías, en donde el flujo o cese de sus ventas reflejan la coyuntura. (ACR, 2016)

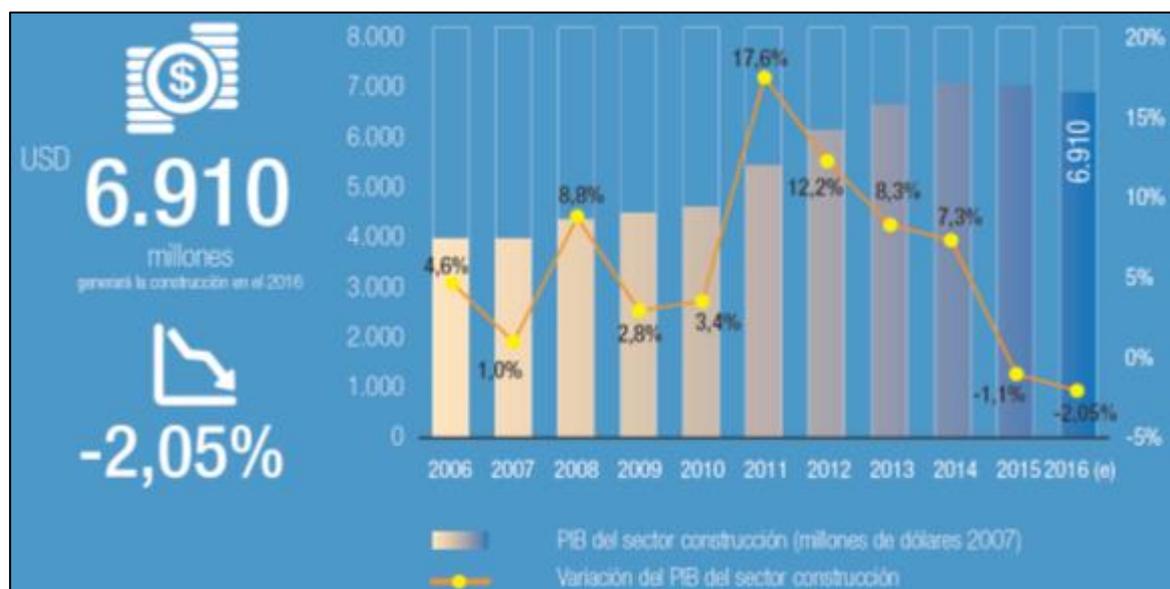
El Banco Central del Ecuador en la medición del PIB se toma a la actividad ferretera vinculada directamente al sector de la construcción. En el estudio se considera el PIB de la construcción para poder entender el comportamiento y la evolución de los negocios dedicados a la venta de productos ferreteros.

La construcción se ubica como el quinto sector con mayor crecimiento en la última década (periodo 2005-2015) con una tasa del 85,5%. En el 2015, el aporte del sector al PIB lo posicionó como el cuarto más destacado con un 10%; luego de los sectores de manufactura, comercio, y petróleo y minas. (EKOS, 2016)

Sin embargo, a partir del 2011, la tasa de variación porcentual del PIB presentó un decrecimiento ocasionado, principalmente, por la disminución del dinamismo de la economía.

Esto generó que la tasa de variación del PIB de la construcción, para el 2015, se ubique en el -1,1% y se estima que en el 2016 se ubicará en el -2,05%. (EKOS, 2016)

Figura 1.1. Producto Interno Bruto del sector construcción



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: EKOS/2016

Esta situación se genera debido a una menor inversión pública y acceso a recursos para crédito hipotecario. En el futuro, el crecimiento del sector seguirá dependiendo de estas variables, por lo que se requiere que el precio del petróleo se recupere y existan otras fuentes de financiamiento, que permitan la ejecución de proyectos de construcción. Sin estos recursos, el desarrollo del sector, así como la demanda de productos de ferretería, se mantendrán dentro de una tendencia decreciente. (EKOS, 2016)

No obstante, el declive de la economía por diferentes factores nacionales a ocasionado la reducción de las actividades puesto que genera un panorama poco alentador para la

construcción; esto conllevará a grandes desafíos para los grupos ferreteros en el actual periodo.

Dentro de la provincia el sector de la construcción de conformidad con la tendencia del país también fue afectado puesto que existe menos inversión y la circulación económica ha disminuido, el mercado ferretero al estar íntimamente ligado al sector de la construcción también ha tenido un declive, en Santo Domingo de los Tsáchilas son pocas las ferreterías que aún se mantienen con resultados favorables que les permitan mantenerse en el sector, además de que se debe enfrentar a competidores más fuertes como lo es Ferrisariato y Kiwi, los cuales ofrecen precios competitivos con el sector, en muchos casos estos eran proveedores de las ferreterías medianas y pequeñas.

De conformidad con los datos obtenidos por el SRI en Santo Domingo de los Tsáchilas existen 1584 empresas dedicadas a la comercialización de productos de ferretería, esta información será tomada como base para el cálculo de la muestra a las cuales se les aplicará la encuesta.

Dentro de los productos que han tenido un decrecimiento en sus ventas dentro de la provincia ha sido los materiales de la construcción, debido a la contracción por la cual pasa este sector y a la disminución de inversión pública además del retraso en el pago de las ventas a crédito realizadas. En cambio, los productos que han mantenido sus ventas e incluso han tenido un leve incremento son los de electricidad, esto debido a las políticas tomadas por el gobierno de impulsar la venta de cocinas de inducción para lo cual la población ha realizado modificaciones e instalaciones en el sistema eléctrico de sus hogares.

Como mantener a la empresa en un sostenimiento económico que permita un crecimiento a pesar del estado actual del sector de la construcción, basándose en el análisis de los estados financieros buscando mejorar su incidencia en la rentabilidad.

Para sustentar lo anterior dicho dentro del presente trabajo de titulación se verá la afectación de realizar evaluaciones financieras para la correcta toma de decisiones dentro de la empresa tomando como caso de estudio Ferretería J& J.

La administración financiera es muy importante en todo tipo de empresa, pues incluye instituciones de crédito y otras instituciones financieras, así como empresas industriales, negocios al menudeo, en las operaciones del gobierno, desde escuelas hasta empresas de servicios, tales como: hospitales, ferrocarriles, metro, etcétera. (Bravo Malpica Gustavo, 2010)

Es el conjunto de funciones consistentes en planear las finanzas de la empresa, obtener en condiciones óptimas los fondos que requiere su actividad, cuidar que los mismos se inviertan adecuadamente, recomendar las mejores estrategias de crecimiento, y controlar la debida implementación del plan financiero, para así contribuir de manera eficaz y eficiente el logro de los objetivos de obtención de utilidades de la empresa. (Bravo Malpica Gustavo, 2010)

Consiste en maximizar el patrimonio de los accionistas de la empresa a través de la correcta consecución, manejo y aplicación de los recursos financieros que requiera la misma. (Bravo Malpica Gustavo, 2010)

Los estados financieros muestran la situación y desarrollo financiero al que ha llegado una empresa como consecuencia de las operaciones realizadas, son la expresión cuantitativa de los resultados obtenidos por la administración en su actuación. (Morales Castro Arturo, 2014)

El análisis financiero se enfoca en tres áreas: la rentabilidad, el análisis de riesgo, las fuentes de financiamiento y la utilización de fondos. El análisis de la rentabilidad es la evaluación de los beneficios que se obtienen sobre la inversión de una compañía, generalmente requiere la identificación y la medición del impacto de varios generadores de rentabilidad, para ello es necesario evaluar a cada una de las áreas o líneas de negocio. (Morales Castro Arturo, 2014)

En los negocios de menor tamaño, la experiencia ha demostrado que la supervivencia inicial de una nueva empresa y la prosperidad en sus etapas de desarrollo dependen en gran medida de una planificación y control financieros eficaces. De manera similar las entidades públicas en todos los niveles están prestando cada vez más atención a la importancia de la gestión financiera, y lo mismo está sucediendo en todo tipo de empresas y organizaciones sin ánimos de lucro. (Ocampo, 2009)

Dentro de este gran cúmulo de posible información en torno a las empresas, los estados financieros que éstas emiten tienen por objetivo informar sobre su actividad económica. Concretamente su objetivo es proporcionar información sobre el patrimonio de la compañía, su situación financiera y los resultados que estas generan. Y, además, esta información debe ser útil para sus usuarios de modo que les permita tomar decisiones. (Palomares, 2015)

La gestión financiera es un proceso que involucra los ingresos y egresos atribuibles a la realización del manejo racional del dinero en las organizaciones y, en consecuencia, la rentabilidad financiera generada por el mismo. Esto nos permite definir el objetivo básico de la gestión financiera desde dos elementos: la generación de recursos o ingresos, incluyendo los aportados por los asociados; y, en segundo lugar, la eficiencia y eficacia o esfuerzos y exigencias en el control de los recursos financieros, para obtener niveles aceptables y satisfactorios en su manejo (Cabrera, 2016)

La planeación financiera es un factor clave en este proceso, donde se deberá tener claramente en cuenta los diversos sectores, procesos y actividades que inciden y componen el funcionamiento organizacional. No solo tendrán que tenerse en consideración los índices y ratios financieros sino también los de carácter operativo, pues estos últimos son fundamentalmente la razón de ser de los primeros. (Marcial, 2012)

Como se menciona en el análisis previo del mercado ferretero de los años anteriores, vemos un claro declive en el consumo de este tipo de productos, esto en consecuencia hace que cada empresa dedicada a esta actividad económica obtenga menos ingresos, es lo que pasa con la Ferretería “J & J”. Siendo un sector económico de importancia dentro del país se pretende analizar los factores claves del declive y como las empresas mediante la aplicación del análisis financiero pueden mejorar o confrontar estos escenarios económicos. Para esto partimos del conocimiento del sector ferretero y aplicaremos estos conocimientos al estado del caso de estudio, así analizaremos las decisiones financieras tomadas y se darán recomendaciones en base a los resultados de la presente investigación.

La ferretería “J & J”, se toma como caso de estudio ya que desde su inicio supo tomar decisiones correctas en cada situación cambiante del mercado, es por esto que se pretende realizar el estudio de sus finanzas y comparar con las del sector mediante los resultados de la aplicación de encuestas, esto se lo realizará con el fin de conocer las diferencias financieras

del caso de estudio con las del mercado. Adicional a esto se enfocará en obtener los indicadores e índices financieros y poder compararlos en la línea del tiempo, esto de los dos periodos del 2014 y 2015, ya que con el paso de cada periodo si se han incrementado las ventas y utilidades, pero no como se lo tenía planificado en base a los históricos, este escenario es desfavorable en comparación a periodos anteriores. El escenario poco favorable que pasa la empresa puede deberse al estado de declive del sector o debido a malas tomas de decisiones por falta de conocimientos financieros.

Reseña Histórica empresa de caso de Estudio

En 1999 cuando el Ecuador pasó por una gran etapa de su economía, que marcaría su historia, donde dejó su moneda nacional y adoptó al dólar como moneda oficial. Era un año en donde las grandes empresas quebraban y otras surgían. Ferretería J & J nace en medio de una economía turbulenta.

Su dueño el Sr. Jorge Vivanco se dedicaba a la cría de cerdos, los cuales en esos momentos era un negocio rentable, pero con el tiempo vio la necesidad de tener un mayor ingreso económico, y es ahí, cuando adquiere la ferretería. Los primeros seis meses fueron difíciles, ya que no se acostumbraba al cambio de negocio y no conocía muy bien cómo administrar una empresa, pero poco a poco fue aprendiendo del negocio y conociendo del mercado en el cual se encontraba.

Cuando adquirió la ferretería junto con la mercadería, se la vendieron en sucres, justo antes de que se haga el cambio a dólares, lo cual le significó un gran ingreso económico por el tipo de cambio favorable de sucres a dólares; esto le ayudó a surgir como empresa hasta lo que es hoy en día. Su primer gran negocio fue con una compañía que hacia la limpieza del oleoducto, justo en esos momentos se había roto una tubería y la empresa acudió a la ferretería para obtener los productos necesarios para realizar la limpieza del oleoducto lo cual le representó un gran ingreso a la ferretería.

Ferretería J & J lleva funcionando 17 años en una economía creciente y tiene planes de expansión para poder brindar un mejor servicio y mayor calidad de la mercadería, en donde, la razón de ser siempre ha sido y será el cliente.

1.1.5. Formulación del problema

¿Cómo la evaluación de los estados financieros de la Ferretería J & J incide en la rentabilidad, periodo 2014 – 2015?

1.1.6. Sistematización del problema

- ✓ ¿Cómo fundamentar teóricamente la evaluación de los estados financieros de la empresa?
- ✓ ¿Cuál es el diagnóstico de los estados financieros de la empresa Ferretería “J & J”?
- ✓ ¿Cómo analizar el sector ferretero y su situación actual en el mercado?
- ✓ ¿Qué herramientas financieras se deberían aplicar para evaluar los estados financieros de la empresa Ferretera “J & J”?
- ✓ ¿Qué estrategias de gestión financiera permitirán a la empresa Ferretera “J & J” mejorar su rentabilidad?

1.1.7. Objetivo general

Evaluar los estados financieros de la Ferretería J & J y su incidencia en la rentabilidad, periodo 2014 – 2015.

1.1.8. Objetivos específicos

- ✓ Fundamentar teóricamente la evaluación de los estados financieros de la empresa.
- ✓ Diagnosticar los estados financieros de la empresa Ferretería “J & J”.
- ✓ Analizar el sector ferretero y su situación actual en el mercado.
- ✓ Aplicar herramientas financieras que permitan evaluar los estados financieros de la empresa Ferretera “J & J”.
- ✓ Recomendar estrategias de gestión financiera que permitan a la empresa Ferretera “J & J” mejorar su rentabilidad.

1.1.9. Justificaciones

Esta investigación está enfocada a evaluar los estados financieros de la empresa ferretería “J & J” y su incidencia en la rentabilidad con fin de determinar mediante el análisis financiero

si los recursos económicos de la empresa están siendo utilizados de manera óptima, otorgando pautas que sirvan de guía para lograr mantener la empresa en el tiempo y fortalecerla.

El sector actual en el que se desenvuelve la empresa está atravesando por un decrecimiento ligado al sector de la construcción, lo que se busca es que esta investigación también sea una fuente de análisis mediante el uso de herramientas financieras de manera que sirva como una guía para el futuro económico de la empresa.

Para esto será necesario analizar los estados financieros realizados en el año 2014 y 2015 los cuales presentan escenarios diferentes puesto que a partir del 2015 la crisis en el sector de la construcción empezó a sentirse profundamente, considerando que el sector ferretero y de la construcción están íntimamente ligados, por ende, al afectarse gravemente uno necesariamente el segundo se verá seriamente afectado.

Se establecerán lineamientos que la empresa pueda seguir y desarrollar para asegurar un buen manejo de sus finanzas y mantenerse en un crecimiento rentable, mediante la gestión financiera la cual va mucho más allá de solo incrementar las utilidades, sino que también busca incrementar el valor de la empresa en el mercado y mantenerla durante el tiempo.

La empresa Ferretería “J & J” busca seguir en crecimiento mediante un manejo adecuado de los recursos económicos - financieros, cumpliendo las leyes vigentes y manteniéndose en el tiempo de manera que dentro de unos años sea un referente en Santo Domingo de los Tsáchilas.

A pesar de que la empresa lleva ya 17 años en el mercado, aún no ha tenido un crecimiento considerable, al ser un negocio familiar y al no tener conocimientos del manejo financiero, han llevado a que la empresa se encuentre en un estado de estancamiento, esta investigación busca ser una guía para lograr el crecimiento de la empresa en todos sus aspectos mejorando la administración financiera de la misma.

1.2. Marco Referencial

Las finanzas se definen como el arte y la ciencia de administrar el dinero. A nivel personal, las finanzas afectan las decisiones individuales de cuánto dinero gastar de los ingresos, cuánto

ahorrar y cómo invertir los ahorros. En el contexto de una empresa, las finanzas implican el mismo tipo de decisiones: cómo incrementar el dinero de los inversionistas, cómo invertir el dinero para obtener una utilidad, y de qué modo conviene reinvertir las ganancias de la empresa o distribuirlas entre los inversionistas. Las claves para tomar buenas decisiones financieras son muy similares tanto para las empresas como para los individuos. El conocimiento de las técnicas de un buen análisis financiero no solo le ayudará a tomar mejores decisiones financieras como consumidor, sino que también le ayudará a comprender las consecuencias financieras de las decisiones importantes de negocios. (Gitman & Zutter, 2012)

1.2.1. Marco teórico

1.2.1.1. Administración financiera

La administración financiera involucra la solución de las tres grandes decisiones. Juntas, determinan el valor de una empresa para sus accionistas. Suponiendo que nuestro objetivo es maximizar este valor, la empresa debe luchar por una combinación óptima de las tres decisiones interrelacionadas, solucionadas en forma conjunta. Por ejemplo, la decisión para invertir en un nuevo proyecto de capital requiere del financiamiento de la inversión. A su vez, la decisión sobre el financiamiento influye sobre y es influida por la decisión sobre los dividendos, porque las utilidades retenidas que se utilizan en el financiamiento interno representan dividendos cedidos por los accionistas. Con un marco conceptual apropiado, se pueden tomar decisiones conjuntas que tiendan a la optimización. La cuestión principal es que el administrador financiero relacione cada decisión con su efecto sobre la evaluación de la organización. (Horne, 2000)

Una de las funciones esenciales para la operación de las empresas consiste en comunicar a los distintos actores interesados en su funcionamiento (bancos, proveedores, clientes, organismos gubernamentales, administradores, empleados y propietarios, entre otros) los resultados de las decisiones relativas a la obtención y el uso de los recursos, cuestiones que se reflejan directamente en el desempeño económico de los negocios. Esta comunicación se realiza por medio de informes contables, es decir, un conjunto integrado de estados financieros y notas aclaratorias de los mismos en donde se expresa cómo le fue al negocio con

las decisiones que se tomaron. (Bravo Santillan, Lambreton Torres, & Márquez González, 2007)

Técnica de medición que utiliza el administrador financiero para evaluar la información contable, económica y financiera en un momento determinado. Normalmente tiene que haber sucedido, es por ello que se refiere a información económica pasada. De igual forma esta técnica conlleva a la toma de decisiones que permitan alcanzar las metas y objetivos fijados. (García Santillán, 2010)

1.2.1.2. Empresa

Se puede considerar que una definición de uso común en círculos comerciales es la siguiente: "Una empresa es un sistema con su entorno definido como la industria en la cual se materializa una idea, de forma planificada, dando satisfacción a demandas y deseos de clientes, a través de una actividad comercial". Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, objetivos, tácticas y políticas de actuación. Se necesita de una visión previa, y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa. Se debe partir de una buena definición de la misión, y la planificación posterior está condicionada por dicha definición.¹ La Comisión de la Unión Europea sugiere la siguiente definición: «Se considerará empresa toda entidad, independientemente de su forma jurídica, que ejerza una actividad económica. En particular, se considerarán empresas las entidades que ejerzan una actividad artesanal u otras actividades a título individual o familiar, las sociedades de personas, y las asociaciones que ejerzan una actividad económica de forma regular» (Europea, 2004).

1.2.1.3. Periodo contable

Es un periodo de tiempo que, generalmente comprende desde el 01 de enero hasta el 31 de diciembre, en el cual una empresa registra y contabiliza sus operaciones económicas (contadores, 2005).

1.2.1.4. Crecimiento económico

El crecimiento económico es el aumento de la renta o valor de bienes y servicios finales producidos por una economía (generalmente de un país o una región) en un determinado periodo (generalmente en un año) (Helpman, 2004).

A grandes rasgos, el crecimiento económico se refiere al incremento de ciertos indicadores, como la producción de bienes y servicios, el mayor consumo de energía, el ahorro, la inversión, una balanza comercial favorable, el aumento de consumo de calorías per cápita, etc (Helpman, 2004).

La mejora de estos indicadores debería llevar teóricamente a un alza en los estándares de vida de la población (Helpman, 2004).

1.2.1.5. Estados financieros

Para definir que son los estados financieros tomamos el pensamiento del libro de introducción a las finanzas que nos dice que un experto en finanzas debe identificar, evaluar, registrar, reportar y analizar las transacciones y eventos que rodean a las empresas. La manera en que presenta los reportes es a través de información contable conocida como estados financieros, los cuales son documentos que presentan información sobre una compañía en términos monetarios, con el objeto de facilitar a los involucrados en el funcionamiento del negocio la toma de decisiones de negocio. (Bravo Santillan, Lambreton Torres, & Márquez González, 2007)

1.2.1.5.1. Tipos de Estados financieros

El análisis financiero implica el uso de varios estados financieros. Estos estados hacen varias cosas. Primero, el balance general resume los bienes, pasivos y el capital de los dueños de un negocio en un momento, generalmente al final del año o de un trimestre. Luego, el estado de pérdidas y ganancias resume los ingresos y gastos de la compañía durante un periodo determinado, por lo general un año o un trimestre. Aunque el balance general representa una fotografía de la posición financiera en ese momento, el estado de pérdidas y ganancias describe un resumen de la rentabilidad en el tiempo. De estos dos estados (en

algunos casos, con un poco de información adicional), se pueden obtener ciertos estados derivados, como un estado de utilidades retenidas, un estado de fuentes y uso de fondos, y un estado de flujos de efectivo. (Van Horne & Wachowicz Jr, 2010)

Según las normas internacionales de información financiera (NIIFs) aplicaremos la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 1, la misma que nos indica que los estados financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de una entidad. El objetivo de los estados financieros es suministrar información acerca de la situación financiera, del rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de una entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas. Los estados financieros también muestran los resultados de la gestión realizada por los administradores con los recursos que les han sido confiados. Para cumplir este objetivo, los estados financieros suministrarán información acerca de los siguientes elementos de una entidad:

- a) activos;
- b) pasivos;
- c) patrimonio;
- d) ingresos y gastos, en los que se incluyen las ganancias y pérdidas;
- e) aportaciones de los propietarios y distribuciones a los mismos en su condición
- f) de tales; y
- g) flujos de efectivo.

Esta información, junto con la contenida en las notas, ayuda a los usuarios a predecir los flujos de efectivo futuros de la entidad y, en particular, su distribución temporal y su grado de certidumbre

Un juego completo de estados financieros comprende:

- a) un estado de situación financiera al final del periodo;
- b) un estado del resultado integral del periodo;
- c) un estado de cambios en el patrimonio del periodo;
- d) un estado de flujos de efectivo del periodo;

- e) notas, que incluyan un resumen de las políticas contables más significativas y otra información explicativa; y
- f) un estado de situación financiera al principio del primer periodo comparativo, cuando una entidad aplique una política contable retroactivamente o realice una re expresión retroactiva de partidas en sus estados financieros, o cuando reclasifique partidas en sus estados financieros. ((IASB), 2009)

1.2.1.6. Estado de resultados

El estado de pérdidas y ganancias o estado de resultados proporciona un resumen financiero de los resultados de operación de la empresa durante un periodo específico. Los más comunes son los estados de pérdidas y ganancias que cubren un periodo de un año que termina en una fecha específica, generalmente el 31 de diciembre del año calendario. Sin embargo, muchas empresas grandes operan en un ciclo financiero de 12 meses, o año fiscal, que termina en una fecha distinta del 31 de diciembre (Gitman & Zutter, 2012).

Además, los estados mensuales de pérdidas y ganancias por lo regular se elaboran para uso de la administración, y los estados trimestrales se entregan a los accionistas de las corporaciones de participación pública (Gitman & Zutter, 2012).

1.2.1.7. Estado de situación

El balance general presenta un estado resumido de la situación financiera de la empresa en un momento específico. El estado sopesa los activos de la empresa (lo que posee) contra su financiamiento, que puede ser deuda (lo que debe) o patrimonio (lo que aportan los dueños). La tabla 3.2 presenta los balances generales de Bartlett Company hasta el 31 de diciembre de 2011 y 2012. Se muestran diversas cuentas de activos, pasivos (deuda) y patrimonio (Gitman & Zutter, 2012).

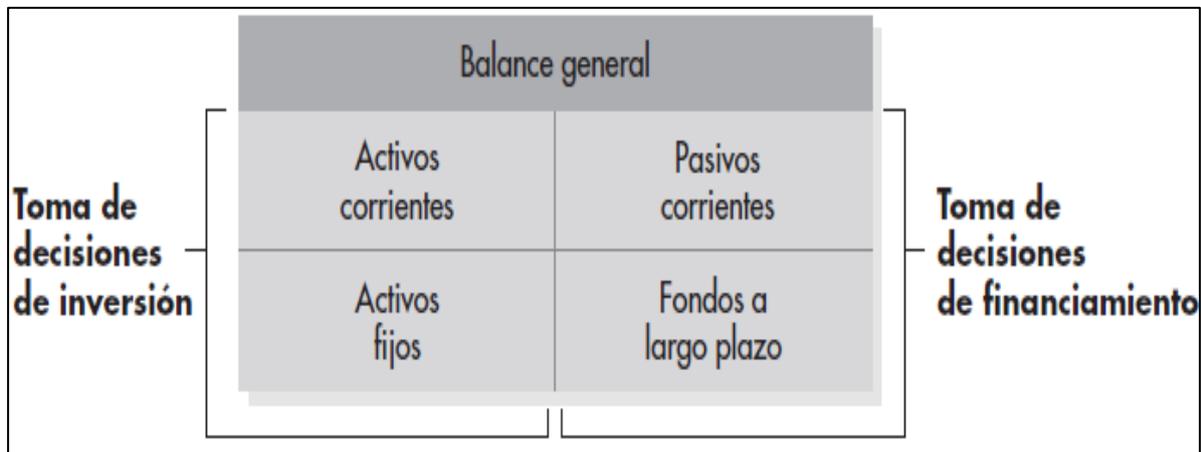
Se hace una distinción importante entre los activos y los pasivos a corto y a largo plazos. Los activos corrientes y los pasivos corrientes son activos y pasivos a corto plazo. Esto significa que se espera que se conviertan en efectivo (en el caso de los activos corrientes) o que sean pagados (en el caso de los pasivos corrientes) en un año o menos. Todos los demás activos y pasivos, junto con el patrimonio de los accionistas (que se supone tiene una vida

infinita), se consideran de largo plazo porque se espera que permanezcan en los libros de la empresa durante más de un año (Gitman & Zutter, 2012).

1.2.1.8. Evaluación de estados financieros

Las decisiones de inversión determinan qué tipo de activos mantiene la empresa. Las decisiones de financiamiento determinan de qué manera la compañía recauda dinero para pagar por los activos en los que invierte. Una manera de visualizar la diferencia entre las decisiones de inversión y financiamiento de una empresa es relacionarlas con el balance general de la empresa, como el que se muestra en el gráfico 1.2. Las decisiones de inversión generalmente se refieren a conceptos que se encuentran en el lado izquierdo del balance general, y las decisiones de financiamiento se refieren a los conceptos del lado derecho. No obstante, debemos tener en cuenta que los gerentes financieros toman estas decisiones con base en el efecto sobre el valor de la empresa, no sobre los principios contables usados para elaborar el balance general. (Gitman & Zutter, 2012)

Figura 1.2. Balance General



Fuente: Principios de Administración Financiera, Gitman, 2012

1.2.1.9. Uso de razones financieras

La información contenida en los cuatro estados financieros básicos es muy importante para las diversas partes interesadas que necesitan conocer con regularidad medidas relativas del desempeño de la empresa. Aquí, la palabra clave es relativa, porque el análisis de los estados financieros se basa en el uso de las razones o valores relativos. El análisis de razones financieras incluye métodos de cálculo e interpretación de las razones financieras para

analizar y supervisar el desempeño de la empresa. Las entradas básicas para el análisis de las razones son el estado de pérdidas y ganancias y el balance general de la empresa.

1.2.1.9.1. Tipos de comparación de razones

El análisis de razones no es simplemente el cálculo de una razón específica. Es más importante la interpretación del valor de la razón. Se requiere de un criterio significativo de comparación para responder a preguntas como: “¿La cifra es demasiado alta o demasiado baja?” y “¿es buena o mala?” Existen dos tipos de comparación de razones: el análisis de una muestra representativa y el análisis de series temporales. (Gitman & Zutter, 2012)

Análisis de series temporales

El análisis de series temporales evalúa el desempeño con el paso del tiempo. La comparación del desempeño actual y pasado, usando las razones, permite a los analistas evaluar el progreso de la compañía. Es posible identificar el desarrollo de tendencias mediante la comparación de varios años. Cualquier cambio significativo de un año a otro puede ser el indicio de un problema serio, en especial si la tendencia no es un fenómeno de la industria.

1.2.1.9.2. Categorías de las razones financieras

Por conveniencia, las razones financieras se dividen en cinco categorías básicas: razones de liquidez, actividad, endeudamiento, rentabilidad y mercado. Las razones de liquidez, actividad y endeudamiento miden principalmente el riesgo. Las razones de rentabilidad miden el rendimiento. Las razones de mercado determinan tanto el riesgo como el rendimiento.

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. (Horne, 2000)

Tabla 1.1. Razones de Liquidez

Razón	Descripción	Formula
Capital de trabajo	Mide la liquidez general de una empresa	$\frac{\text{Activos corrientes} - \text{pasivos corrientes}}{\text{Pasivos corrientes}}$
Liquidez corriente	Mide la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones de corto plazo.	$\frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivos corrientes}}$
Razón rápida (prueba del ácido)	Excluye el inventario, que es comúnmente el activo corriente menos líquido. La baja liquidez del inventario generalmente se debe a dos factores primordiales: 1. El inventario no se pueden vender fácilmente porque son productos parcialmente terminados, artículos con una finalidad especial o algo por el estilo; y 2. El inventario se vende generalmente a crédito, lo que significa que se vuelve una cuenta por cobrar antes de convertirse en efectivo	$\frac{\text{Activos corrientes} - \text{inventario}}{\text{Pasivos corrientes}}$

Fuente: Principios de Administración Financiera, Gitman, 2012

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Prueba Defensiva

Permite medir la capacidad efectiva de la empresa en el corto plazo: considera únicamente los activos mantenidos en caja-bancos y los valores negociables, descartando la influencia de la variable tiempo y la incertidumbre de los precios de las demás cuentas del activo corriente. Nos indica la capacidad de la empresa para operar con sus activos más líquidos, sin recurrir a sus flujos de venta. (Aching Guzmán, 2016)

Índices de actividad

Los índices de actividad miden la rapidez con la que diversas cuentas se convierten en ventas o efectivo, es decir, en entradas o salidas. En cierto sentido, los índices de actividad miden la eficiencia con la que opera una empresa en una variedad de dimensiones, como la administración de inventarios, gastos y cobros. Existen varios índices para la medición de la actividad de las cuentas corrientes más importantes, las cuales incluyen inventarios, cuentas por cobrar y cuentas por pagar. También se puede evaluar la eficiencia con la cual se usa el total de activos. (Gitman & Zutter, 2012)

Los índices de rentabilidad nos darán a conocer si la ferretería “J & J” a estado utilizando eficientemente los activos con lo que cuenta la empresa, como son si los inventarios no están siendo rezagados por falta de rotación o promoción, la gestión de cartera, entre otros.

Tabla 1.2. Índices de actividad

Razón	Descripción	Formula
Rotación de inventarios	Mide comúnmente la actividad, o liquidez, del inventario de una empresa.	$\frac{\text{Costo de los bienes vendidos}}{\text{Inventario}}$
Periodo promedio de cobro	Antigüedad promedio de las cuentas por cobrar, es útil para evaluar las políticas de crédito y cobro.	$\frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\frac{\text{Ventas anuales}}{365}}$
Periodo promedio de pago	Antigüedad promedio de las cuentas por pagar es útil para evaluar las políticas de pago	$\frac{\text{Cuentas por pagar}}{\frac{\text{Compras anuales}}{365}}$
Rotación de los activos totales	Indica la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar ventas.	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Total de activos}}$

Fuente: Principios de Administración Financiera, Gitman, 2012

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Índices de rentabilidad

Existen muchas medidas de rentabilidad. En conjunto, estas medidas permiten a los analistas evaluar las utilidades de la empresa respecto a un nivel determinado de ventas, cierto nivel de activos o la inversión de los propietarios. Sin utilidades, una compañía no podría atraer capital externo. Los dueños, los acreedores y la administración prestan mucha atención al incremento de las utilidades debido a la gran importancia que el mercado otorga a las ganancias. (Gitman & Zutter, 2012)

Tabla 1.3. Índices de rentabilidad

Razón	Descripción	Formula
Margen de utilidad bruta	Mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de que la empresa pagó sus bienes.	$\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas}}$
Margen de utilidad operativa	Mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de que se dedujeron todos los costos y gastos, excluyendo los intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes.	$\frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Ventas}}$
Margen de utilidad neta	Mide el porcentaje que queda de cada dólar de ventas después de que se dedujeron todos los costos y gastos, incluyendo intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes.	$\frac{\text{Utilidad neta después de impuestos}}{\text{Ventas}}$
Rendimiento sobre los activos totales (RSA)	Mide la eficacia integral de la administración para generar utilidades con sus activos disponibles.	$\frac{\text{Utilidad neta después de impuestos}}{\text{Total de activos}}$

Fuente: Principios de Administración Financiera, Gitman, 2012

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Razones de endeudamiento

La posición de endeudamiento de una empresa indica el monto del dinero de otras personas que se usa para generar utilidades. En general, un analista financiero se interesa más en las deudas a largo plazo porque estas comprometen a la empresa con un flujo de pagos contractuales a largo plazo. Cuanto mayor es la deuda de una empresa, mayor es el riesgo de que no cumpla con los pagos contractuales de sus pasivos. Debido a que los compromisos con los acreedores se deben cumplir antes de distribuir las ganancias entre los accionistas, tanto los accionistas actuales como los futuros deben prestar mucha atención a la capacidad de la empresa de saldar sus deudas. Los prestamistas también se interesan en el endeudamiento de las empresas. (Gitman & Zutter, 2012)

Tabla 1.4. Razones de endeudamiento

Razón	Descripción	Formula
Índice de endeudamiento	Mide la proporción de los activos totales que financian los acreedores de la empresa.	$\frac{\text{Total de pasivos}}{\text{Total de activos}}$

Fuente: Principios de Administración Financiera, Gitman, 2012

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Un análisis de endeudamiento nos dará a conocer si la empresa realiza sus actividades con patrimonio propio o con el de terceros, cual fuera el escenario se presentarán recomendaciones en base a este factor.

1.2.1.10. Análisis financiero vertical y horizontal

El Análisis Financiero se puede elaborar dependiendo de las necesidades de decisiones que tengan y se pueden elaborar de dos tipos vertical y horizontal.

1.2.1.10.1. Análisis vertical

El Análisis Vertical del Balance General como del Estado Financiero es la evaluación del funcionamiento de la empresa en un periodo ya especificado.

Este análisis según Jae K. Shim y Joel G. Siegel sirve para poner en evidencia la estructura interna de la empresa, también permite la evaluación interna y se valora la situación de la empresa con su industria. (Siegel, 2004)

En el Estado de Resultados se toma como un 100% las ventas y de ahí se parte para hacer el análisis. Supongamos que las ventas son de 100.00 y el costo de ventas es de 40.00. Se dice que el 40% de los recursos que provienen de las ventas se invirtió en el costo de ventas que se tuvo. Este estado se va analizando cuenta por cuenta para dar a conocer a los usuarios en porcentaje la aplicación de las ventas en los gastos que se tienen en el transcurso del tiempo. (Besley, 2001)

1.2.1.10.2. Análisis horizontal

Se realiza con Estados Financieros de diferentes periodos, quiere decir de diferentes años y se examina la tendencia que tienen las cuentas en el transcurso del tiempo ya establecido para su análisis. (Brigham, 2006).

El cálculo de este análisis se realiza con la diferencia de dos o más años para tener como resultado valores absolutos y con porcentaje tomando un año base para poder tener datos relevantes que analizar. En dado caso que se haga el examen con los valores absolutos o los porcentajes, podría resultar un error en la toma de decisiones. (Siegel, 2004).

1.2.1.11. Estrategias financieras

En 1980, Michael E. Porter, profesor de la Harvard Business School, publicó su libro Competitive Strategy que fue el producto de cinco años de trabajo en investigación industrial y que marcó en su momento un hito en la conceptualización y práctica en el análisis de las industrias y de los competidores. (Nava, 2014).

Porter describió la estrategia competitiva, como las acciones ofensivas o defensivas de una empresa para crear una posición defendible dentro de una industria, acciones que eran la respuesta a las cinco fuerzas competitivas que el autor indicó como determinantes de la naturaleza y el grado de competencia que rodeaba a una empresa y que, como resultado, buscaba obtener un importante rendimiento sobre la inversión (Nava, 2014).

Aunque cada empresa buscaba por distintos caminos llegar a ese resultado final, la cuestión residía en que para una empresa su mejor estrategia debería reflejar qué tan bien había comprendido y actuado en el escenario de las circunstancias que le correspondieron. Porter identificó tres estrategias genéricas que podían usarse individualmente o en conjunto, para crear a largo plazo esa posición defendible que superara el desempeño de los competidores en una industria. Esas tres estrategias genéricas fueron (Nava, 2014):

1.2.1.11.1. El liderazgo en costos totales bajos

Ésta fue una estrategia muy popular en la década de 1970-79, debido al concepto muy arraigado de la curva de experiencia. Mantener el costo más bajo frente a los competidores y lograr un volumen alto de ventas era el tema central de la estrategia. Por tanto, la calidad, el servicio, la reducción de costos mediante una mayor experiencia, la construcción eficiente de economías de escala, el rígido control de costos y, muy en particular, de los costos variables, eran materia de escrutinio férreo y constante. Los clientes de rendimiento marginal se evitaban y se buscaba la minimización de costos en las áreas de investigación y desarrollo, fuerza de ventas, publicidad, personal y en general en cada área de la operación de la empresa.

Si la empresa tenía una posición de costos bajos, se esperaba que esto la condujera a obtener utilidades por encima del promedio de la industria y la protegiera de las cinco fuerzas competitivas. En la medida en que los competidores luchaban mediante rebajas de precio, sus utilidades se erosionaban hasta que aquellos que quedaban en el nivel más próximo al competidor más eficiente eran eliminados. De manera evidente, los competidores menos eficientes eran los primeros en sufrir las presiones competitivas (Nava, 2014).

Lograr una posición de costo total bajo, a menudo requería una alta participación relativa de mercado (se refiere a la participación en el mercado de una empresa en relación con su competidor más importante) u otro tipo de ventaja, como podría ser el acceso a las materias primas. Podría exigir también un diseño del producto que facilitara su fabricación, mantener una amplia línea de productos relacionados para distribuir entre ellos el costo, así como servir a los segmentos más grandes de clientes para asegurar el volumen de ventas (Nava, 2014).

Como contraprestación, implementar una estrategia de costo bajo podría implicar grandes inversiones de capital en tecnología de punta, precios agresivos y reducir los márgenes de

utilidad para comprar una mayor participación en el mercado. Por aquella época, la estrategia de liderazgo en costo bajo fue el fundamento del éxito de compañías como Briggs & Stratton Corp., Texas Instruments, Black & Decker y Du Pont (Nava, 2014).

1.2.1.11.2. La diferenciación

Una segunda estrategia era la de crearle al producto o servicio algo que fuera percibido en toda la industria como único. La diferenciación se consideraba como la barrera protectora 4 Estrategias financieras empresariales contra la competencia debido a la lealtad de marca, la que como resultante debería producir una menor sensibilidad al precio. Diferenciarse significaba sacrificar participación de mercado e involucrarse en actividades costosas como investigación, diseño del producto, materiales de alta calidad o incrementar el servicio al cliente. Sin embargo, esta situación de incompatibilidad con la estrategia de liderazgo de costos bajos no se daba en todas las industrias y había negocios que podían competir con costos bajos y precios comparables a los de la competencia. Compañías que se distinguieron en su momento por adoptar alguna forma de diferenciación fueron: Mercedes-Benz (diseño e imagen de marca), Caterpillar (red de distribución) y Coleman (tecnología), entre muchas otras (Nava, 2014).

1.2.1.11.3. El Enfoque

La tercera estrategia, consistía en concentrarse en un grupo específico de clientes, en un segmento de la línea de productos o en un mercado geográfico. La estrategia se basaba en la premisa de que la empresa estaba en condiciones de servir a un objetivo estratégico más reducido en forma más eficiente que los competidores de amplia cobertura. Como resultado, la empresa se diferenciaba al atender mejor las necesidades de un mercado-meta específico, o reduciendo costos sirviendo a ese mercado, o ambas cosas. The Martin-Brower Co., uno de los grandes distribuidores de alimentos en Estados Unidos, fue un ejemplo en la adopción de la estrategia de enfoque cuando en su época, limitó su servicio sólo a las ocho principales cadenas de restaurantes de comida rápida (en la actualidad sólo le distribuye a McDonald's) (Nava, 2014).

1.2.1.12. Estrategia agresiva de financiamiento

Estrategia de financiamiento por medio de la cual la empresa financia sus necesidades estacionales con deuda a corto plazo, y sus necesidades permanentes con deuda a largo plazo (Gitman & Zutter, 2012).

1.2.1.13. Estrategia conservadora de financiamiento

Estrategia de financiamiento por medio de la cual la empresa financia sus necesidades tanto estacionales como permanentes con deuda a largo plazo (Gitman & Zutter, 2012).

1.2.1.14. Estrategias para administrar el ciclo de conversión del efectivo

Algunas empresas establecen metas para el ciclo de conversión del efectivo y luego supervisan y controlan el ciclo real de conversión para obtener el valor deseado. Un ciclo positivo de conversión del efectivo, como fue el caso de IBM en 2008, significa que la empresa debe usar pasivos negociados (como préstamos bancarios) para apoyar sus activos operativos. Los pasivos negociados tienen un costo explícito, de modo que la empresa se beneficia si disminuye al mínimo su uso para apoyar los activos operativos. En pocas palabras, la meta es disminuir al mínimo la duración del ciclo de conversión del efectivo, lo que reduce al mínimo los pasivos negociados. Esta meta se logra por medio de la aplicación de las siguientes estrategias (Gitman & Zutter, 2012):

- ✓ Hacer una rotación del inventario tan rápido como sea posible, sin desabastos que ocasionen pérdida de ventas.
- ✓ Cobrar las cuentas por cobrar tan rápido como sea posible, sin perder ventas debido a técnicas de cobranza muy agresivas.
- ✓ Controlar los tiempos de envío por correo, procesamiento y compensación, para reducirlos al cobrar a los clientes y aumentarlos al pagar a los proveedores.
- ✓ Pagar las cuentas pendientes lo más lentamente posible, sin perjudicar la clasificación de crédito de la empresa (Gitman & Zutter, 2012).
- ✓ Las técnicas para poner en marcha estas cuatro estrategias son el meollo del resto de este capítulo y del siguiente (Gitman & Zutter, 2012).

1.2.2. Marco conceptual

Activo: El activo es el conjunto de bienes, derechos y otros recursos de que dispone una empresa, ya sean tangibles o intangibles, de los que es probable que la empresa obtenga beneficios económicos en el futuro

Pasivo: El pasivo son las deudas que la empresa posee, se recogen las obligaciones y representa lo que se debe a terceros: pagos a bancos, salarios, proveedores, impuestos, etc.

Patrimonio: Esta expresión es empleada en contabilidad para referirse a la suma de las aportaciones de los propietarios modificada por los resultados de operación de la empresa; es el capital social más las utilidades o menos las pérdidas.

Ingresos: las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios

Gastos: egreso o salida de dinero que una persona o empresa debe pagar para un artículo o por un servicio

Activos financieros: Son activos que generan beneficios financieros.

Ciclo de efectivo: Periodo transcurrido desde la compra de las materias primas hasta la cobranza de las cuentas por cobrar originadas por la venta del producto final.

Análisis de razones financieras: Incluye métodos de cálculo e interpretación de razones financieras para analizar y supervisar el desempeño de la empresa.

Análisis del punto de equilibrio: Indica el nivel de operaciones que se requiere para cubrir todos los costos y permite evaluar la rentabilidad relacionada con diversos niveles de ventas; se conoce también como análisis de costo, volumen y utilidad.

CAPÍTULO 2

MÉTODO

2.1. Metodología general

El trabajo de investigación buscó evaluar los estados financieros de la Ferretería “J & J”, para lo cual se utilizaron varios métodos de investigación que se desarrollaron a continuación.

2.1.1. Nivel de estudio

Estudio exploratorio

Dentro de los lineamientos del análisis financiero que se realizaron a la Ferretería “J & J”, se pretendió explorar los alcances de realizar evaluaciones financieras y como estas ayudaron a la correcta toma de decisiones para mantener márgenes de rentabilidad favorables, además se recabó información del mercado comercial ferretero.

Estudio descriptivo

Se realizó la evaluación financiera y comparó los resultados de la empresa del caso de estudio con el sector, en primera instancia se necesitó conocer el estado actual del mismo de manera general y así se obtuvieron conclusiones que describieron el estado económico del mercado ferretero.

Estudio correlacionado

Como objetivo de la investigación es el de demostrar que el evaluar y conocer la gestión financiera da como resultado una mejor rentabilidad empresarial, por esto se analizaron dos periodos para diagnosticar como se encontraba financieramente la empresa, de esta manera se obtuvo, que la evaluación financiera continua ayuda a aumentar la rentabilidad.

2.1.2. Modalidad de investigación

Se utilizó la investigación de campo para evaluar el mercado ferretero en de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, y como caso de estudio la Ferretería “J & J”, por esto el análisis fue in situ ya que se recabó toda la información de las empresas de sus en libros contables, mediante encuestas y entrevistas en general se realizó las actividades dentro del mercado ferretero.

2.1.3. Métodos de investigación

Método inductivo-deductivo

La investigación parte de lo general para conocer el mercado ferretero actual con la interacción del estado económico por el que atraviesa el país, a lo particular, realizar evaluaciones financieras en la empresa ferretera “J &J”.

Método analítico-sintético

Se analizó el mercado ferretero, para interpretar los resultados y beneficios de aplicar una correcta evaluación financiera. Una vez realizado este análisis se presentaron los lineamientos de gestión financiera para que la Ferretería “J & J” mejore su rentabilidad.

2.1.4. Población y muestra

Población

Con el fin de analizar el sector ferretero y su situación actual, la población estuvo comprendida según las bases de datos del Servicio de Rentas Internas, bajo los grupos de actividad económica dedicada a la “Ferretería”, como son:

- ✓ Venta al por menor especializada de otros artículos de ferretería: saunas (baños de calor seco y vapor), artículos de plástico y de caucho, etcétera en establecimientos especializados.

- ✓ Venta al por menor de artículos de ferretería: martillos, sierras, destornilladores y pequeñas herramientas en general, equipo y materiales de prefabricados para armado casero (equipo de bricolaje); alambres y cables eléctricos, cerraduras, montajes y adornos, extintores, segadoras de césped de cualquier tipo, etcétera en establecimientos especializados.
- ✓ Venta al por mayor de artículos de ferreterías y cerraduras: martillos, sierras, destornilladores, y otras herramientas de mano, accesorios y dispositivos; cajas fuertes, extintores.
- ✓ Venta al por mayor de artículos de ferretería y material eléctrico, equipo y material de fontanería: martillos, sierras, destornilladores, pequeñas herramientas en general, alambres y cables eléctricos, tuberías, cañerías, accesorios, grifos y material.
- ✓ Fabricación de candados, cerraduras, pasadores, llaves, duplicación de llaves, bisagras y artículos similares, accesorios de ferretería para edificios, muebles, vehículos, etcétera.

De los grupos indicados anteriormente las empresas dedicadas a la Ferretería suman 1584 empresas en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Muestra

La muestra estuvo representada por las empresas que tuvieron como actividad económica las señaladas en el punto anterior, esto según el sistema del SRI, los cuales constituyeron un universo finito, por ello se aplicó el siguiente cálculo de la muestra, así obtuvimos que:

n = Tamaño de la muestra

N= Población = 1584

Z = Nivel de confianza – 95% = 1,96

P = Probabilidad de aceptación (50%)

Q = Probabilidad de no aceptación (1-0,5) = 0,5

E = Error de muestreo = 7%

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 1584}{0.07^2 * (1584 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 174.52$$

Para la presente investigación se encuestaron a 175 empresas dedicadas a la ferretería dentro de la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas.

2.1.5. Selección instrumentos de investigación

Para el presente trabajo de titulación se obtuvieron datos e información mediante los siguientes instrumentos:

Entrevistas. - se realizó una entrevista al representante legal de la ferretería “J & J”, con el fin de conocer de primera mano el estado económico de la empresa.

Encuestas. – como se mencionó en el punto 2.1.4. se analizó el mercado bajo la actividad económica de ferretería según bases de datos del SRI, para lo cual se aplicaron encuestas dirigidas a los representantes de cada empresa.

Análisis documental. - al tener que realizar una evaluación financiera, se necesitaron los estados financieros de la empresa, declaraciones, compras, ventas, inventarios, etc., información que se presentaron en documentos legales para un análisis financiero válido.

Observación directa. - al ser una investigación de campo se realizaron observaciones generales de la empresa de estudio y del mercado en general en las dos se analizaron el comportamiento económico.

2.1.6. Procesamiento de datos

El procesamiento de los datos se realizó a partir de estas técnicas:

- ✓ Tabulación
- ✓ Medición
- ✓ Síntesis

2.2. Metodología específica

La metodología que se aplicó para el desarrollo de la presente investigación y que permitió llegar a cumplir con los objetivos establecidos fueron:

- ✓ Descripción del sector al que pertenece la empresa y su estado actual.
- ✓ Análisis general de los estados financieros de la empresa
- ✓ Análisis vertical
- ✓ Análisis horizontal
- ✓ Uso de razones financieras:

Razones de liquidez

- Capital de trabajo
- Liquidez corriente
- Razón rápida (prueba del ácido)

Índices de actividad

- Rotación de inventarios
- Periodo promedio de cobro
- Periodo promedio de pago
- Rotación de los activos totales
- Razones de endeudamiento
- Índice de endeudamiento

Índices de rentabilidad

- Margen de utilidad bruta
- Margen de utilidad operativa
- Margen de utilidad neta
- Rendimiento sobre los activos totales (RSA)
- ✓ Conclusiones y recomendaciones

CAPÍTULO 3

RESULTADOS

3.1. Recolección y tratamiento de datos

3.1.1. Aplicación de encuestas

1. ¿Cuántos años tiene la empresa en el sector ferretero?

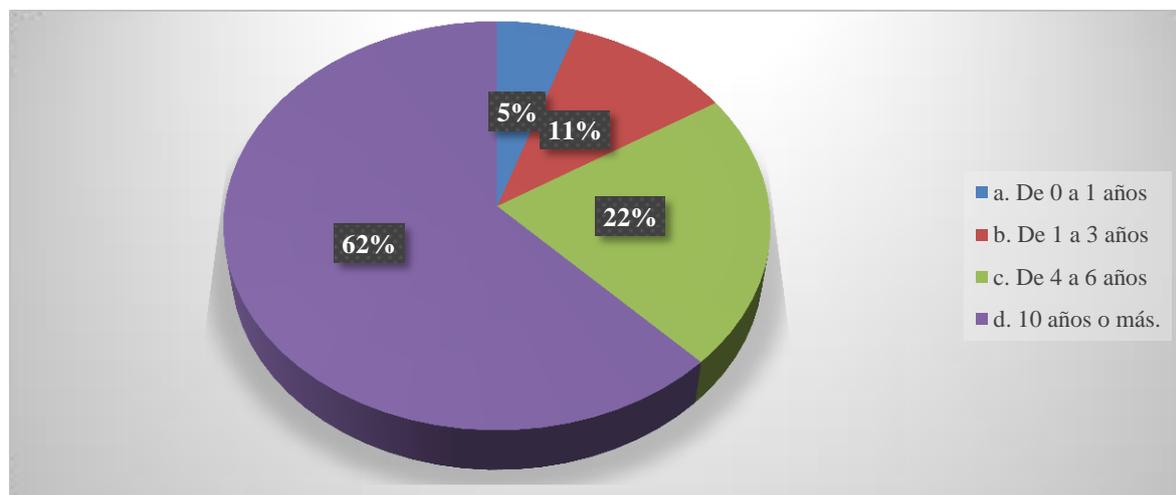
Tabla 3.1. Años que tiene la empresa en el sector ferretero

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje %
a. De 0 a 1 años	9	5,14
b. De 1 a 3 años	19	10,86
c. De 4 a 6 años	38	21,71
d. 10 años o más.	109	62,29
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.1. Años que tiene la empresa en el sector ferretero



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

Las empresas del sector ferretero en un 62% trabajan en el mercado más de 10 años, el 22% entre 4 y 6 años, el restante menos de tres años; esto indica que las ferreterías son

negocios de trascendencia y estabilidad comercial en el tiempo, además la competencia está delimitada por empresas ya reconocidas en el mercado, generando una barrera de entrada para nuevas empresas.

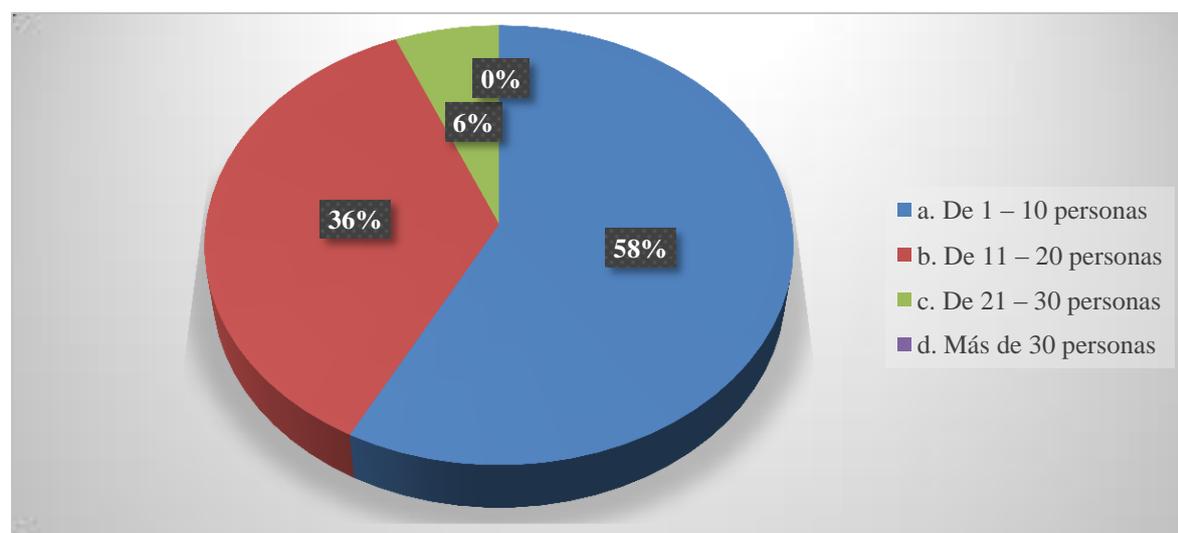
2. ¿Cuántas personas laboran en su empresa?

Tabla 3.2. Número de personas que laboran en la empresa

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje %
a. De 1 – 10 personas	101	57,71
b. De 11 – 20 personas	63	36,00
c. De 21 – 30 personas	11	6,29
d. Más de 30 personas	0	0,00
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.2. Número de personas que laboran en la empresa



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

Las empresas dedicadas a la comercialización de productos ferreteros, el 57.71% cuentan con personal de venta directa y los demás departamentos como contabilidad, limpieza y más deciden subcontratar, con el ánimo de disminuir gastos de nómina, por lo cual este segmento de empresas cuenta con hasta 10 personas y podemos decir que son ferreterías pequeñas, mientras que en empresas medianas por su complejidad y al tener más de un sitio de venta,

son el 36% y tienen contratado entre 11 a 20. El 6% que cuenta con personal, son las empresas grandes y también practican los subcontratos de personal para no incidir en los costos de nómina.

3. ¿A qué sector de la economía pertenece su empresa?

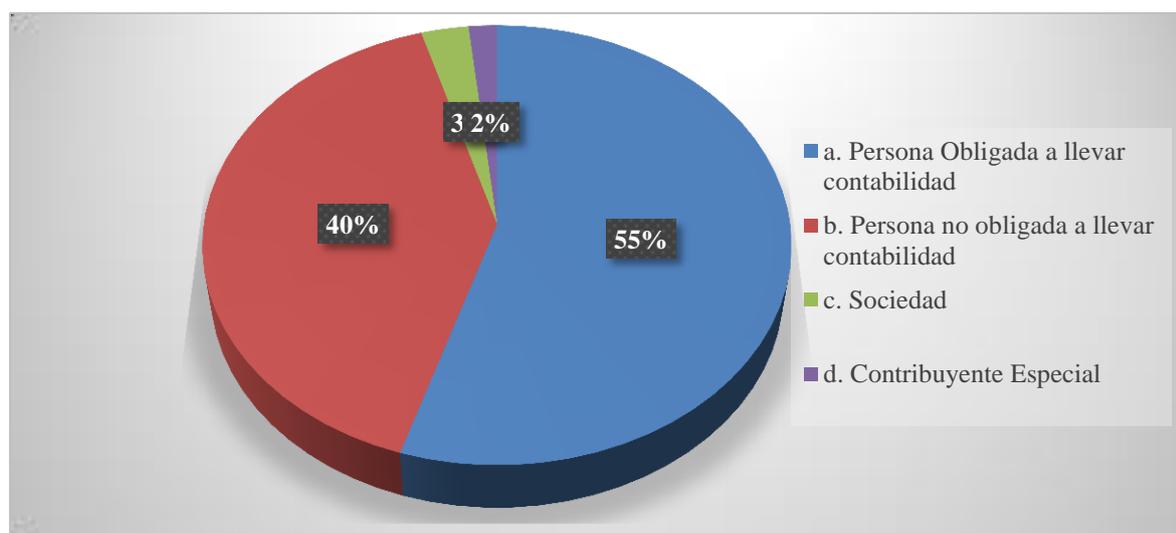
Tabla 3.3. Sector económico al que pertenece la empresa

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. Persona Obligada a llevar contabilidad	96	54,86
b. Persona no obligada a llevar contabilidad	71	40,57
c. Sociedad	5	2,86
d. Contribuyente Especial	3	1,71
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.3. Sector económico al que pertenece la empresa



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

Bajo la clasificación tributaria por el monto de ventas o compras anuales se podría presumir que 41% corresponde a pequeñas ferreterías, medianas el 54%, y como grandes contribuyentes o desde el punto de vista de recaudación con pagos de impuestos elevados en el sector el 5%. Esta segregación debido a las condiciones que deben cumplir cada grupo para que el ente regular SRI los catalogue de esta manera.

4. ¿Cuáles son los montos de compras anuales de la empresa?

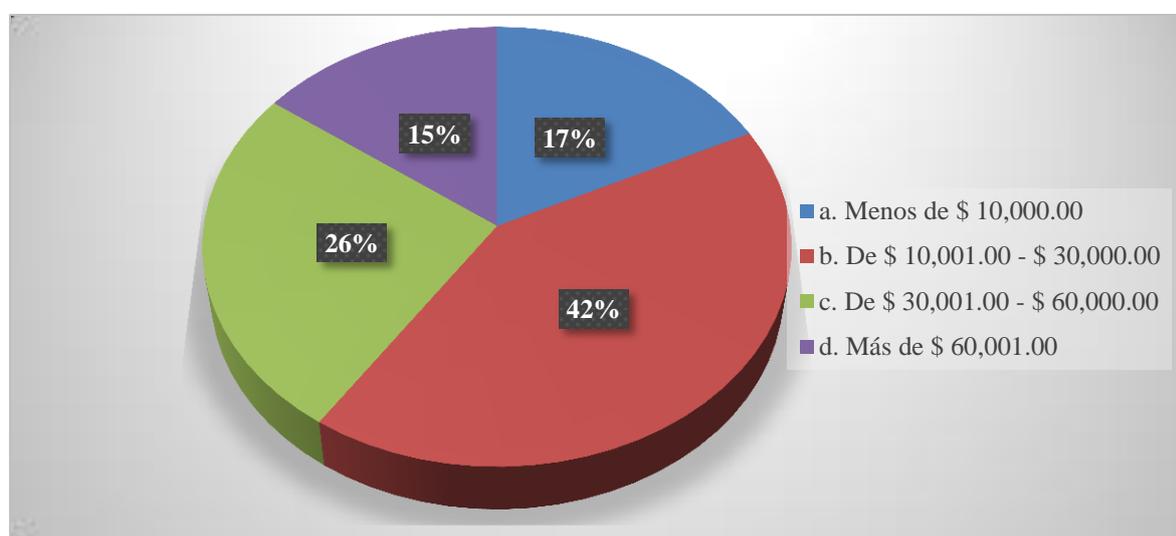
Tabla 3.4. Montos de compras anuales

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. Menos de \$ 10,000.00	31	17,71
b. De \$ 10,001.00 - \$ 30,000.00	73	41,71
c. De \$ 30,001.00 - \$ 60,000.00	45	25,71
d. Más de \$ 60,001.00	26	14,86
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.4. Montos de compras anuales



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

El portafolios de los productos de ferretería son muy diversos y con diferentes clasificaciones, lo que genera tener inventarios extensos para poder solventar las necesidades de los clientes, por lo cual incluso las ferreterías pequeñas deben hacer inversiones de compras elevadas siendo así que el 18% realiza compras anuales inferiores a \$10.000, mientras que las empresas medianas con un 42% oscilan entre \$10.000 a \$30.000, las grandes con un 26% adquiere productos por montos entre \$30.000 a 60.000 , el restante adquiere por valores superiores.

5. ¿Cuáles son los montos de ventas anuales de la empresa?

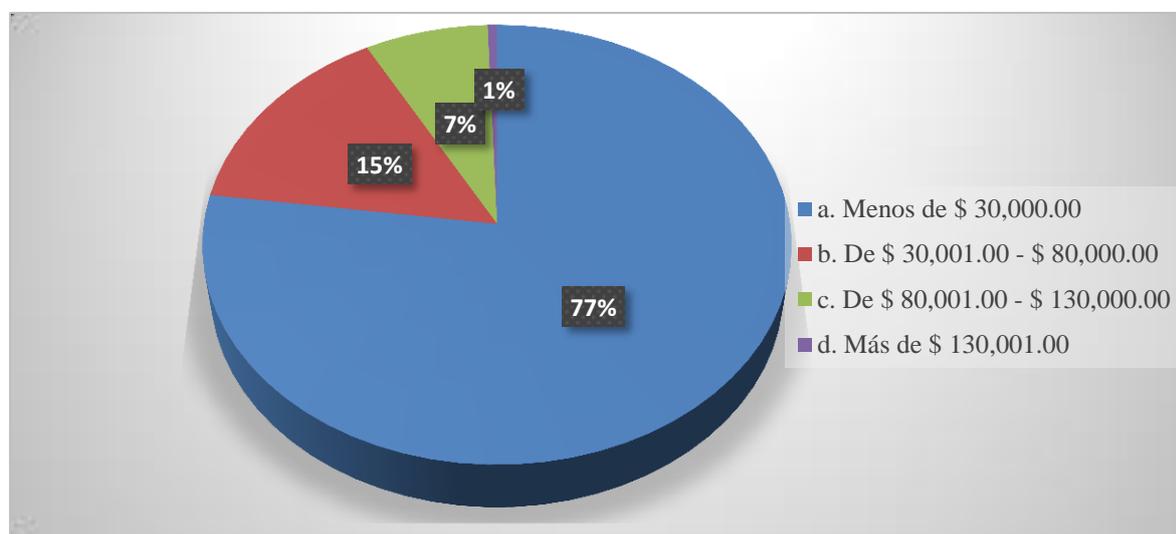
Tabla 3.5. Montos de ventas anuales

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. Menos de \$ 30,000.00	135	77,14
b. De \$ 30,001.00 - \$ 80,000.00	26	14,86
c. De \$ 80,001.00 - \$ 130,000.00	13	7,43
d. Más de \$ 130,001.00	1	0,57
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.5. Montos de ventas anuales



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis.

Dentro del sector ferretero el 77% de las ventas está por debajo de \$30.000, el 15% ha realizado ventas entre \$30.000 a \$80.000 dentro de las cuales se ubican las empresas medianas, las grandes han obtenido ingresos superiores a \$80.000. Pese al desastre natural del presente año 2016, las ferreterías esperan que las ventas decaigan por la crisis, pero sucedió un escenario diferente, los habitantes de las zonas costeras han recurrido a Santo Domingo de los Tsáchilas a adquirir materiales para poder reconstruir sus viviendas, por lo cual en el presente periodo aspiran tener mayores ingresos en comparación al periodo anterior.

6. ¿Qué porcentajes de sus ventas son a crédito?

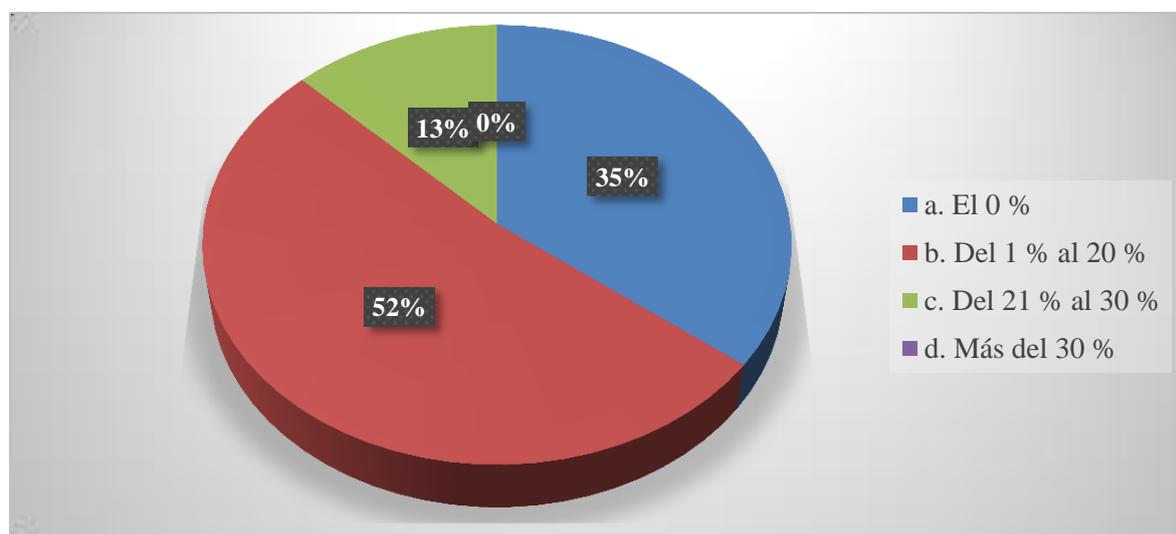
Tabla 3.6. Porcentaje de ventas a crédito

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. El 0 %	62	35,43
b. Del 1 % al 20 %	91	52,00
c. Del 21 % al 30 %	22	12,57
d. Más del 30 %	0	0,00
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.6. Porcentaje de ventas a crédito



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

Por el tipo de actividad económica dedicada a la comercialización de productos diversos, el 35% de las empresas no vende a crédito, en este porcentaje se encuentra las ferreterías pequeñas ya que por el volumen y montos no es necesario este tipo de ventas, mientras que el 52% de las empresas vende entre el 1% al 20% a crédito, en este grupo están las empresas medianas, el 13% vende entre el 21% al 30% a crédito, en este último se encuentran las grandes ferreterías que tienen clientes como constructoras, otras ferreterías de menor tamaño, empresas o instituciones del estado, por lo cual se ve en la necesidad de tener una mayor participación de ventas a crédito debido a los montos elevados o la frecuencia de compras.

7. ¿Cuánto tiempo de crédito otorga a sus clientes?

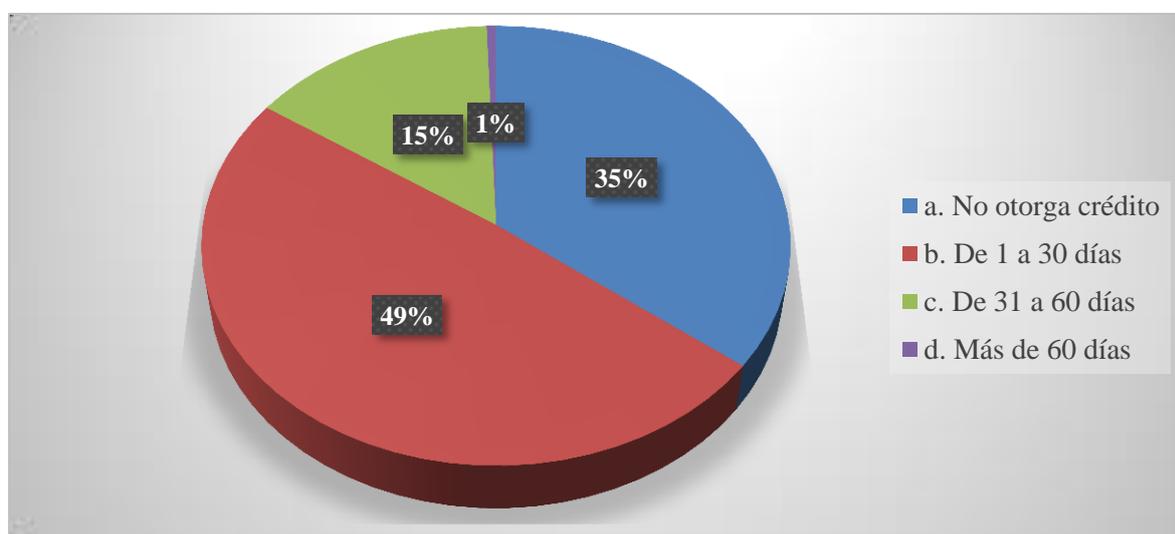
Tabla 3.7. Plazo de crédito a clientes

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. No otorga crédito	62	35,43
b. De 1 a 30 días	86	49,14
c. De 31 a 60 días	26	14,86
d. Más de 60 días	1	0,57
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.7. Plazo de crédito a clientes



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

El 35% de las empresas no otorga crédito; del restante que tiene esta forma de pago el 49% de las ferreterías otorga plazos menores a 30 días, y el 16% a más de 30 días. El periodo de gracia para ventas a crédito no es extenso debido a que los clientes que se les otorga este tipo de pago, deben realizar compras consecutivas y la gestión de cartera de las ferreterías es cancelar los créditos anteriores para proceder con una nueva venta a crédito.

8. ¿Qué porcentajes de sus ventas se vuelven incobrables?

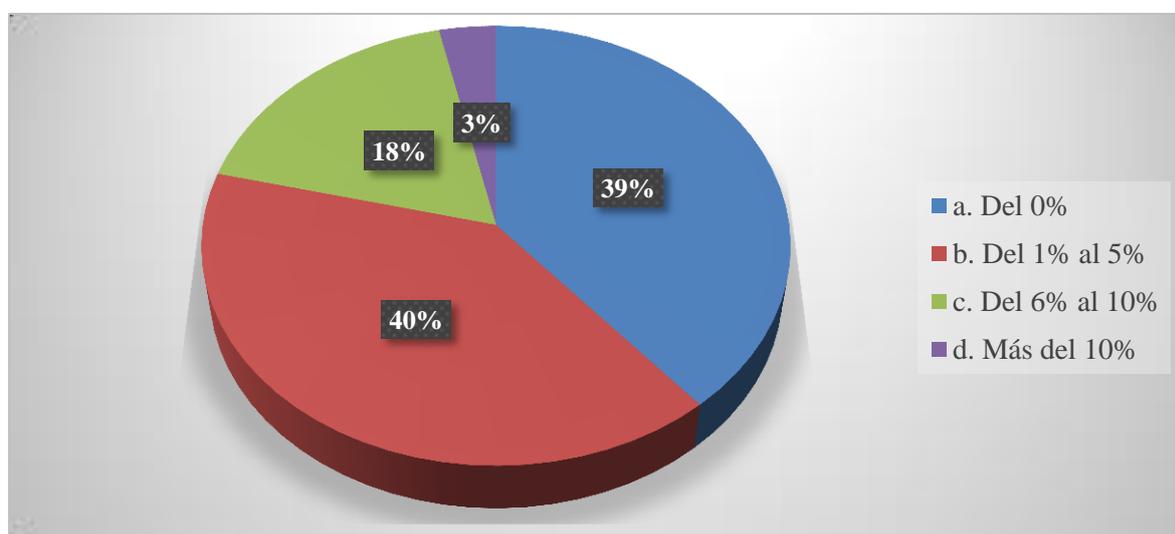
Tabla 3.8. Porcentaje de ventas incobrables

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. Del 0%	68	38,86
b. Del 1% al 5%	70	40,00
c. Del 6% al 10%	31	17,71
d. Más del 10%	6	3,43
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.8. Porcentaje de ventas incobrables



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

Las ferreterías pequeñas al no otorgar crédito a sus clientes no mantienen ventas incobrables y representan el 39% del total de las encuestas aplicadas, mientras que las empresas medianas y grandes que otorgan créditos a sus clientes, un 40% manifestó que del 1% al 5% de sus créditos se vuelven incobrables, un 18% indica que del 6% al 10% de sus ventas a crédito se vuelven incobrables y el 3% indica que más del 10% de sus cuentas por cobrar se vuelven incobrables, considerando el tipo de productos que oferta una ferretería estos porcentajes no son satisfactorios para el sector, sin embargo la mayoría de empresas realiza las ventas en efectivo, lo que dinamiza la economía en la empresa.

9. ¿Cada cuánto tiempo realiza usted compras para abastecer a la empresa?

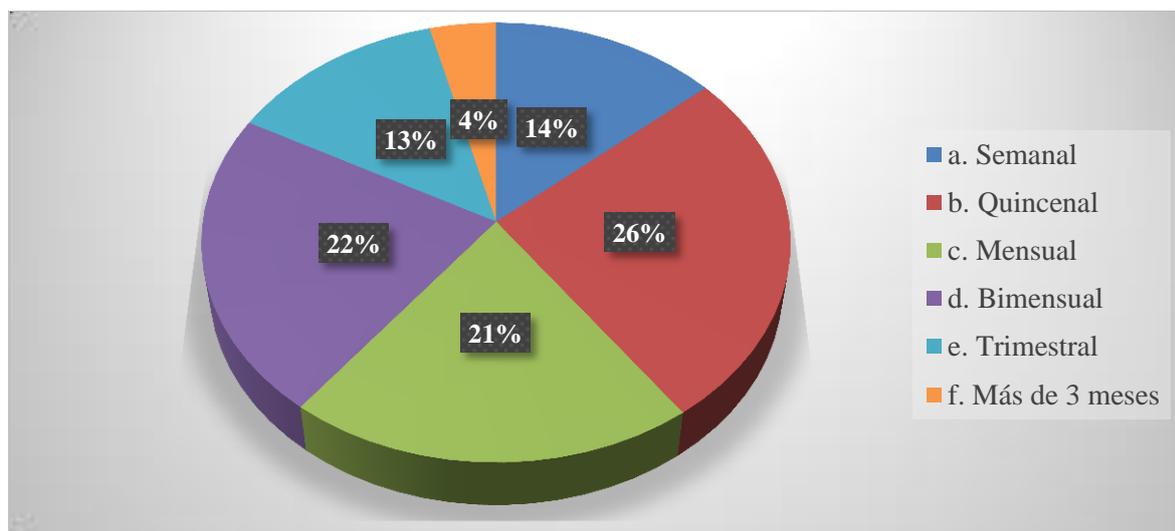
Tabla 3.9. Abastecimiento de compras

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. Semanal	24	13,71
b. Quincenal	46	26,29
c. Mensual	36	20,57
d. Bimensual	39	22,29
e. Trimestral	23	13,14
f. Más de 3 meses	7	4,00
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.9. Abastecimiento de compras



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

El 26% de las empresas realizan compras de forma quincenal; un 22% lo realizan de forma bimensual, un 21% lo hacen cada mes, esto demuestra que los productos que ofertan las ferreterías tienen una alta rotación, considerando que su tiempo de caducidad es relativamente largo y que son productos que no necesitan de cuidados específicos para mantener su funcionamiento óptimo.

10. ¿Cuál es el plazo de crédito que le otorgan sus proveedores?

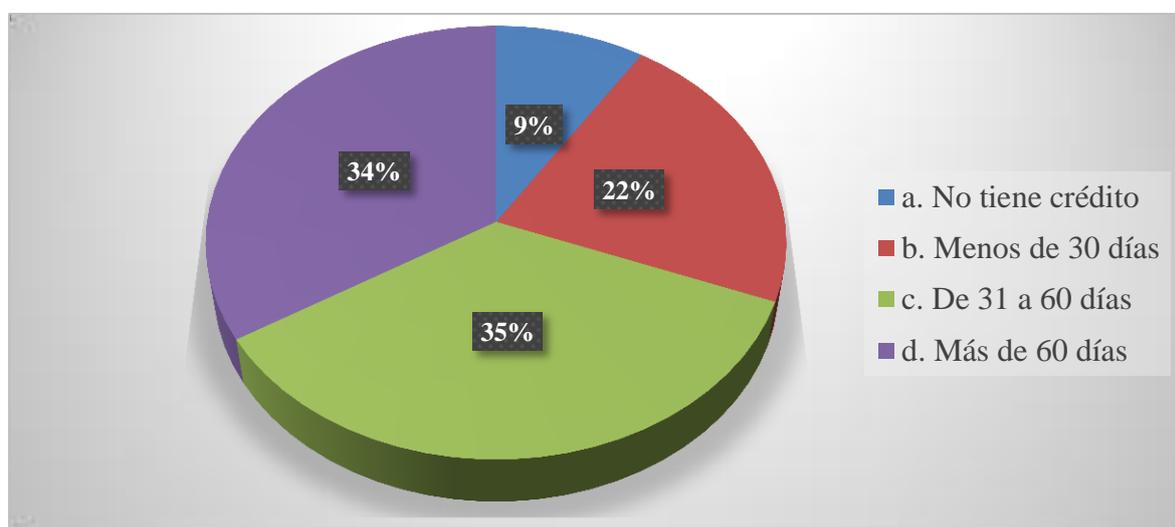
Tabla 3.10. Plazo de crédito proveedores

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. No tiene crédito	16	9,14
b. Menos de 30 días	38	21,71
c. De 31 a 60 días	62	35,43
d. Más de 60 días	59	33,71
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.10. Plazo de crédito proveedores



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

El 35% de las empresas manifiestan que sus proveedores le otorgan créditos de 31 a 60 días, el doble del plazo que las ferreterías otorgan a sus clientes, un 34% indica que le otorgan más de 60 días, un 22% mantienen plazos de menos de 30 días, un 9% manifiesta que no le otorgan créditos sus proveedores este porcentaje corresponde a las pequeñas empresas, esto evidencia en forma general que el sector maneja de forma correcta sus plazos con clientes y proveedores; les da liquidez, que necesitan para cubrir sus necesidades de abastecimiento de mercaderías y rotar sus inventarios, en el análisis realizado a la ferretería J & J esta se encuentra dentro del 34% de los resultados de la encuesta, es decir se mantiene de forma competitiva en el mercado.

11. ¿En promedio a cuánto ascienden sus activos?

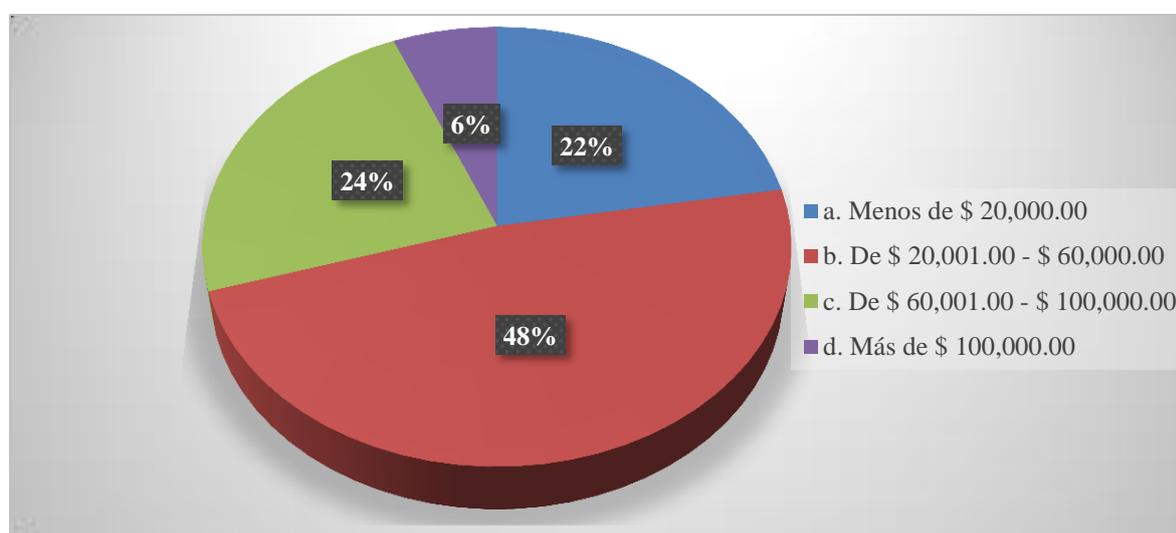
Tabla 3.11. Promedio de activos

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. Menos de \$ 20,000.00	39	22,29
b. De \$ 20,001.00 - \$ 60,000.00	84	48,00
c. De \$ 60,001.00 - \$ 100,000.00	41	23,43
d. Más de \$ 100,000.00	11	6,29
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.11. Promedio de activos



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

El 48% de las empresas manifiestan que tienen un promedio de activos de \$ 20,001.00 - \$ 60,000.00, el 24% indican que mantienen activos de \$ 60,001.00 - \$ 100,000.00, un 22% menciona que tienen activos de menos de \$ 20,000.00 y un 6% que corresponden a las empresas grandes manifiestan que tienen más de \$100,000.00 en promedio de activos; al ser intermediarios las empresas necesitan mayores activos que permitan realizar sus actividades económicas, además de los espacios necesarios para bodega; la ferretería J & J se encuentra dentro del rango del 6% puesto que mantiene activos por un monto promedio de \$725,305.60 de los periodos 2014 y 2015.

12. ¿En promedio a cuánto ascienden sus pasivos?

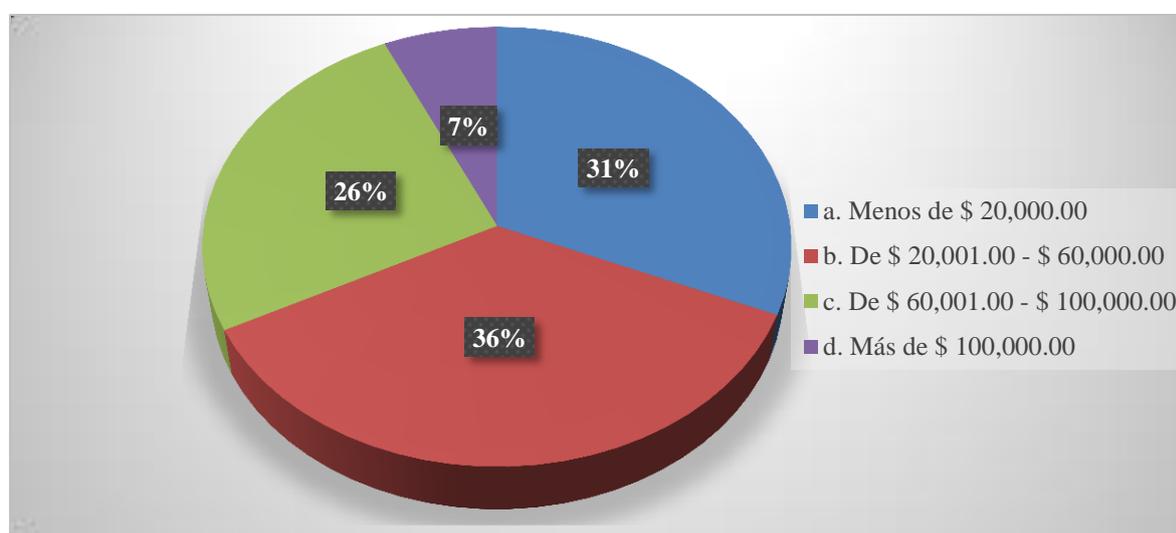
Tabla 3.12. Promedio de pasivos

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. Menos de \$ 20,000.00	55	31,43
b. De \$ 20,001.00 - \$ 60,000.00	63	36,00
c. De \$ 60,001.00 - \$ 100,000.00	45	25,71
d. Más de \$ 100,000.00	12	6,86
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.12. Promedio de pasivos



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

El 36% de las empresas del sector manifiestan que tiene de \$ 20,0001.00 a \$ 60,000.00 en pasivos, un 31% menos de \$ 20,000.00, el 26% indica que de \$ 60,0001.00 a \$ 100,000.00 y finalmente solo el 7% informa que tienen más de \$ 100,000.00, estos datos arrojados por las encuestas demuestran que en general las empresas del sector manejan una alta liquidez puesto que en la mayoría sus pasivos son la mitad de sus activos, es decir manejan un capital de trabajo propio sin depender de créditos con instituciones bancarias, con proveedores o terceros; de acuerdo a los análisis aplicados a la empresa Ferretería J & J esta se encuentra dentro de la tendencia del mercado con un alto índice de liquidez y desde el 2015 sus pasivos han disminuido considerablemente aumentando su patrimonio.

13. ¿Durante el último periodo económico ha obtenido utilidad o pérdida?

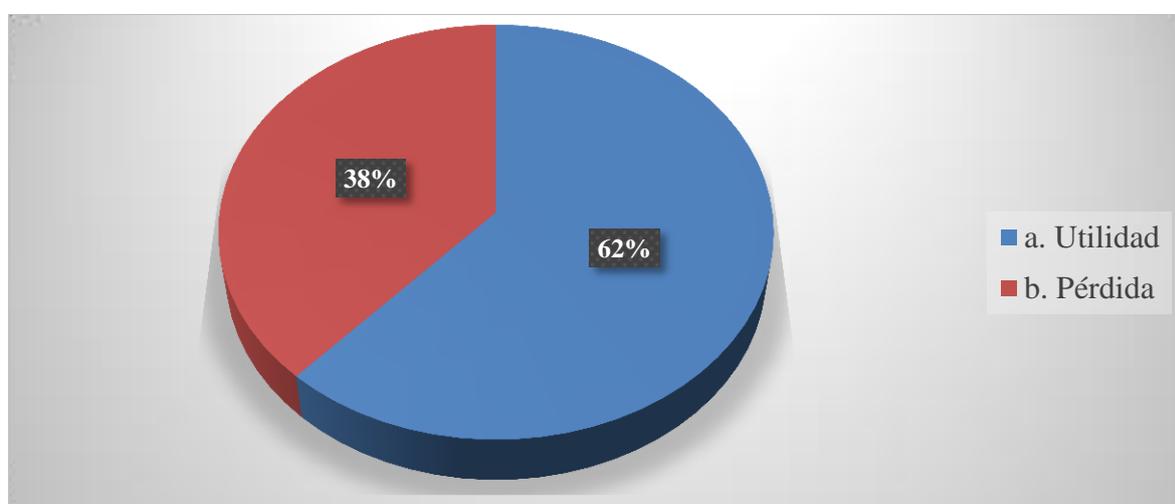
Tabla 3.13. Resultado periodo anterior

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. Utilidad	108	61,71
b. Pérdida	67	38,29
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.13. Resultado periodo anterior



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

A pesar de la crisis que ha afectado a todos los sectores económicos del país, uno de los más afectados es el sector de la construcción y siendo este el principal motor que impulsan los ingresos de las empresas ferreteras, de acuerdo a las encuestas aplicadas, un 62% de las empresas manifiestan que han tenido una utilidad durante el último periodo y un 38% indica que obtuvo pérdida, siendo que la crisis económica inició a mediados del año 2014 es probable que aquellas empresas que no sepan manejar la información financiera para la toma de decisiones hayan sido afectadas directamente por ende registraron pérdidas durante el último periodo; esta tendencia se ve reflejada en el caso de estudio puesto que tanto en el 2014 como en el 2015 tienen utilidad sin embargo durante el último esta se ha visto afectada por la situación del país, este año 2016 el sector se muestra positivo por la reconstrucción y reparación de edificios que fueron afectados por el terremoto del pasado 16 de abril.

14. ¿Qué porcentaje de crecimiento en el mercado ha tenido la empresa en los últimos años?

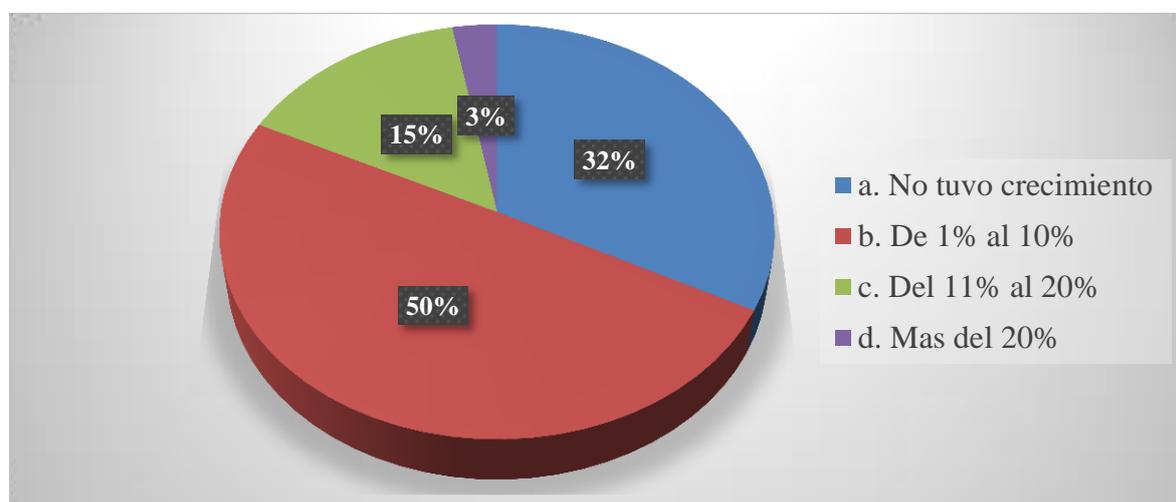
Tabla 3.14. Porcentaje de crecimiento

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. No tuvo crecimiento	57	32,57
b. De 1% al 10%	87	49,71
c. Del 11% al 20%	26	14,86
d. Más del 20%	5	2,86
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.14. Porcentaje de crecimiento



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

El sector ferretero se ha visto afectado por la crisis de los últimos años por lo que no ha podido crecer a la velocidad que lo venía haciendo, dentro del crecimiento de las empresas en el sector se muestran los siguientes resultados, el 50% de las empresas encuestadas consideran que han crecido entre el 1% al 10%, el 15% manifiestan que han crecido de un 11% al 20%, solo el 3% indican que han crecido más del 20%, un 32% de las empresas encuestadas no tuvieron crecimiento, esto se debe a la falta de crecimiento del sector por ende la competitividad aumenta y los empresarios buscan nuevas formas de atraer clientes, a inicios del presente año la proyección de crecimiento del sector era desalentadora, sin embargo desde el 16 de abril del 2016, ha tenido un crecimiento importante.

15. ¿Se ha visto afectada la empresa por las decisiones políticas y económicas del gobierno?

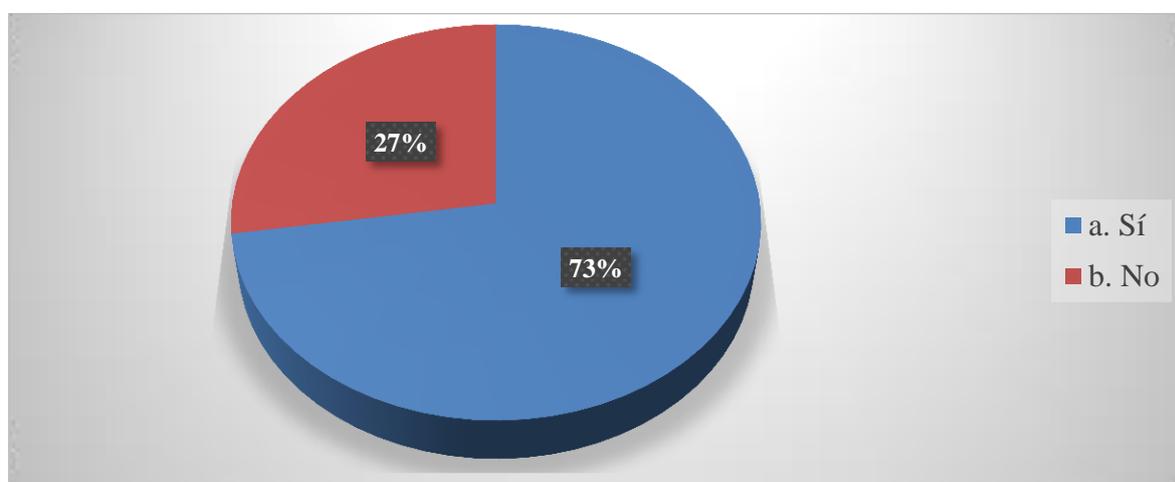
Tabla 3.15. Afectaciones por decisiones políticas y económicas del gobierno

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. Sí	127	72,57
b. No	48	27,43
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.15. Afectaciones por decisiones políticas y económicas del gobierno



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

El 73% de las empresas consideran que si han afectado las decisiones políticas y económicas del gobierno a su empresa, mientras que un 27% manifiesta que no, existen varias decisiones políticas que han afectado directamente al sector como lo son las restricciones a las importaciones, el incremento de los aranceles, considerando que la mayoría de mercaderías que se encuentran en una ferretería son importadas, no se producen en el país, además de que los clientes prefieren productos importados de marcas reconocidas a la industria ecuatoriana, otras medidas que han afectado al sector son el mayor control tributario, seguro social y del trabajo, estas afectan a las empresas que no conocen las normas vigentes o no saben aplicarlas a su favor; Ferretería J & J si se ha visto afectada por las decisiones políticas vigentes esto se ve reflejado en sus balances los cuales muestran grandes variaciones en rubros concernientes a gastos del personal y tributos.

16. ¿Qué productos han tenido una disminución importante en las ventas?

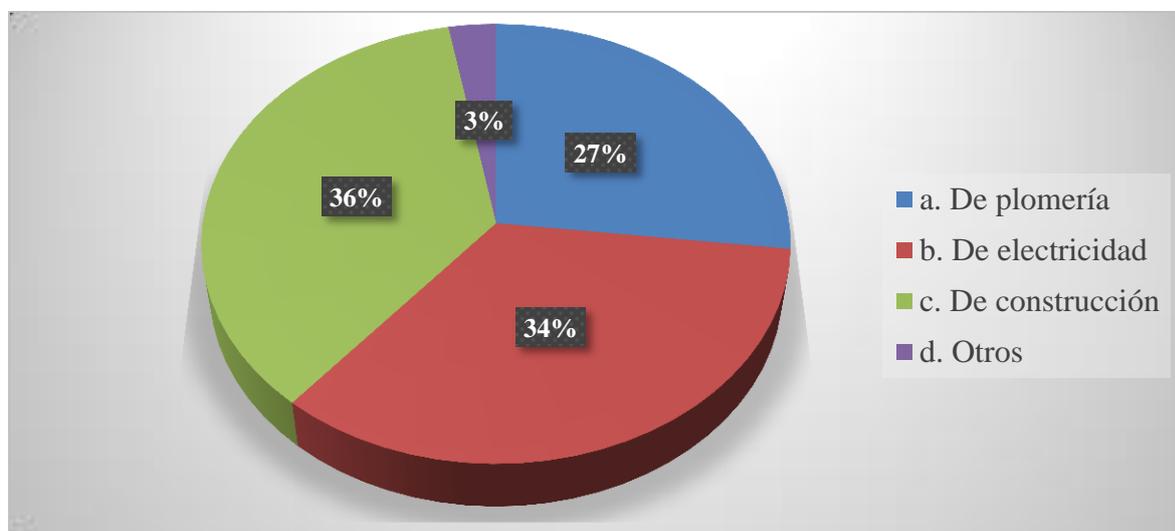
Tabla 3.16. Productos con disminución en ventas

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. De plomería	47	26,86
b. De electricidad	60	34,29
c. De construcción	63	36,00
d. Otros	5	2,86
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.16. Productos con disminución en ventas



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

El sector de la construcción es uno de los principales clientes de las ferreterías y al entrar en crisis este sector se ven afectadas directamente las ventas en el sector ferretero, esto se ve reflejado en los productos que han tenido una disminución en las ventas ocupando un 36% los de construcción, al estar directamente relacionados los productos de electricidad muestran un 34% de disminución en ventas, los de plomería ocupan un 27% y los demás productos como los de hogar, pintura, maquinarias mantienen un 3% de disminución en ventas, es notable la relación de estos dos sectores el de la construcción y el ferretero, a tal punto que una recesión en uno de los sectores afecta directamente al otro, durante el año 2016 estos sectores mantienen un crecimiento favorable.

17. ¿Qué factores considera que han afectado los niveles de venta de la empresa?

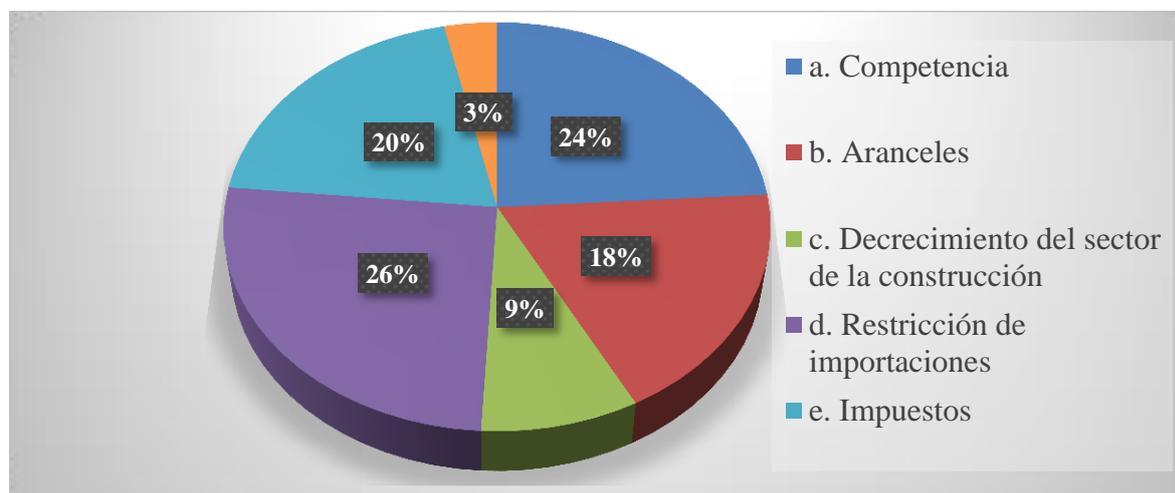
Tabla 3.17. Factores que han afectado los niveles de venta

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. Competencia	42	24,00
b. Aranceles	32	18,29
c. Decrecimiento del sector de la construcción	15	8,57
d. Restricción de importaciones	45	25,71
e. Impuestos	35	20,00
f. Otros	6	3,43
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.17. Factores que han afectado los niveles de venta



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

El 26% se debe a la restricción de importaciones, un 24% a la competencia, el 20% a impuestos, un 18% a los aranceles, el 9% al decrecimiento del sector de la construcción, y un 3% a otros factores; la mayoría de productos ofertados por las ferreterías son de origen extranjero, el imponer restricciones a las importaciones ha afectado directamente a las ventas puesto que se encarecen los productos, la crisis que atraviesa el país ha afectado directamente el poder adquisitivo de los clientes, quienes no pueden pagar un producto más costoso; los impuestos también afectan de forma directa ya que al pagar más impuestos las empresas tienen menos circulante para sostenerse.

18. ¿Cuál es el porcentaje de participación de la empresa en el sector ferretero?

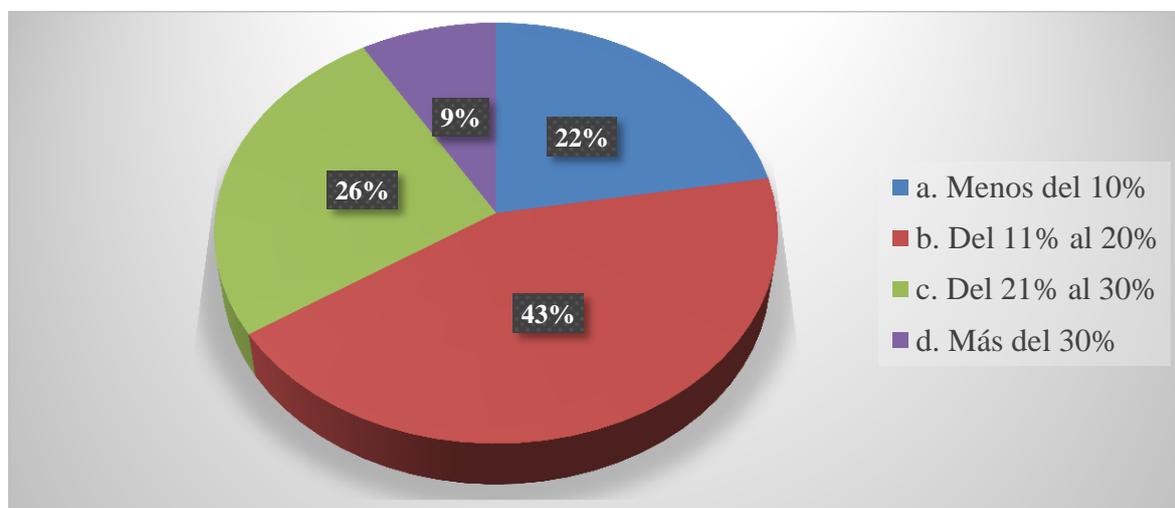
Tabla 3.18. Porcentaje de participación en el mercado ferretero

VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje %
a. Menos del 10%	39	22,29
b. Del 11% al 20%	76	43,43
c. Del 21% al 30%	45	25,71
d. Más del 30%	15	8,57
Totales	175	100,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.18. Porcentaje de participación en el mercado ferretero



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

El 43% manifestó que tienen de un 11% a un 20% de participación esto es relacionado directamente con las empresas que recién incursionan en el mercado, un 26% perciben que tienen del 21% al 30% de participación del mercado esto es relacionado con las grandes empresas que se encuentran varios años laborando, un 22% indican que tienen menos del 10% del mercado estas están conformados por las pequeñas empresas y personas naturales, tan solo el 9% consideran que tienen más del 30% de participación y están conformados por las grandes empresas, los porcentajes de participación en el mercado están enmarcados directamente con el tamaño de las empresas, las pequeñas empresas tienen grandes obstáculos para competir, mientras que las medianas y grandes por su grado de participación y tiempo han desarrollado ventajas que les permiten crecer.

19. ¿Ha realizado alguna vez un análisis financiero para determinar la situación actual de la empresa?

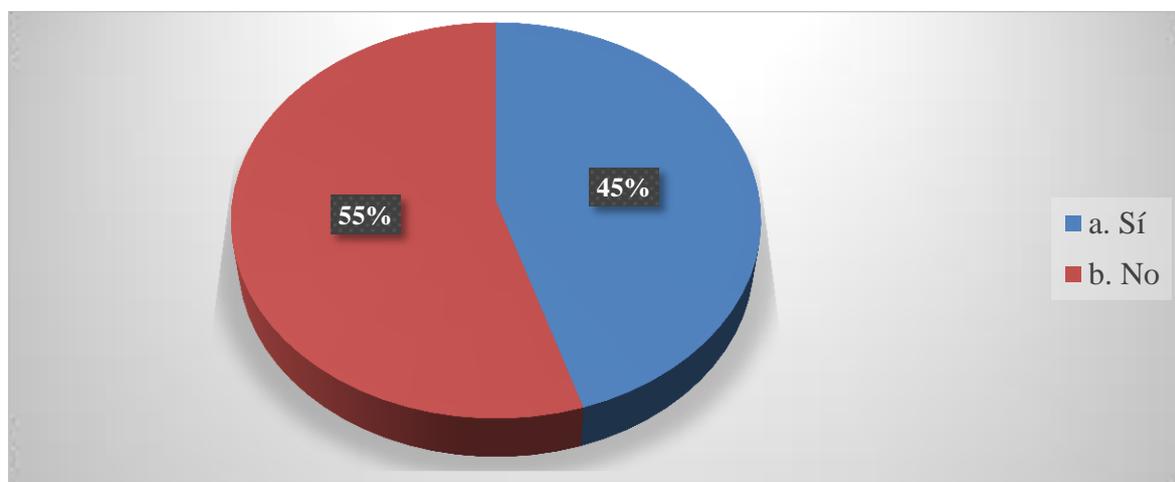
Tabla 3.19. Realización de análisis financieros

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. Sí	79	45,14
b. No	96	54,86
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.19. Realización de análisis financieros



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

El 55% de las empresas indican que no realizan análisis financiero para determinar la situación actual de la empresa, esto es relacionado directamente con las personas naturales, pequeñas y medianas empresas puesto que solo ven los estados financieros como una necesidad para cumplir una obligación tributaria, más no como una herramienta para la toma de decisiones de la empresa que le permita crecer en el sector, solo el 45% de los encuestados que corresponden a empresas medianas en crecimiento y las grandes realizan análisis financiero, lo que les ha permitido afrontar de mejor manera las condiciones del sector y del país, tomando decisiones financieras correctamente analizadas de acuerdo al sector y no solo por la experiencia como lo realizan la mayoría de las empresas del sector, dentro del caso de estudio se refleja la misma situación no se toman los estados financieros como fuente para la toma correcta de decisiones simplemente lo hacen basados en la experiencia.

20. ¿En su empresa han aplicado estrategias para incrementar los ingresos?

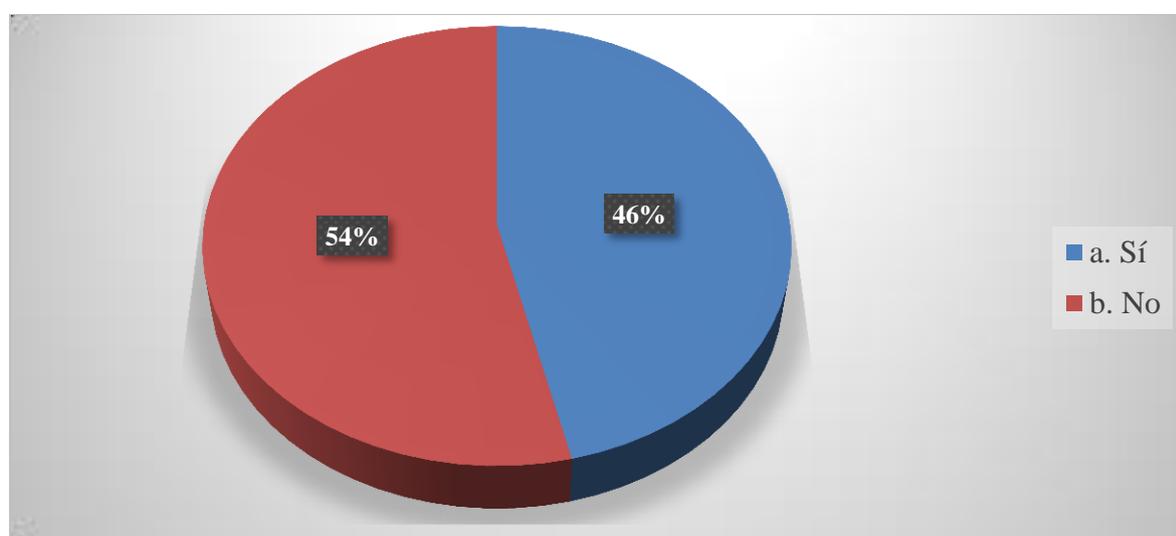
Tabla 3.20. Aplicación de estrategias

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. Sí	81	46,29
b. No	94	53,71
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.20. Aplicación de estrategias



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

El 46% manifiestan que si han tomado estrategias para incrementar sus ventas, estas han surgido del análisis a los estados financieros, mientras que un 54% manifiestan que no han implementado estrategias, simplemente han realizado promociones que les permite sostenerse en el mercado un tiempo más, o realizan actividades basados en su experiencia, sin embargo al no respaldarse de un análisis financiero su sostenibilidad no permanecerá en el tiempo ni les permitirá crecer financieramente como en su participación en el sector, por ende se ven afectadas por la crisis del sector; ya que no saben adaptarse ni afrontar las condiciones cambiantes de la economía, y las estrategias que tomen al inicio les dará resultados triviales sin embargo con el tiempo no serán representativos en las ventas de la empresa.

21. ¿Considera usted que el análisis financiero es importante para la toma de decisiones de la empresa?

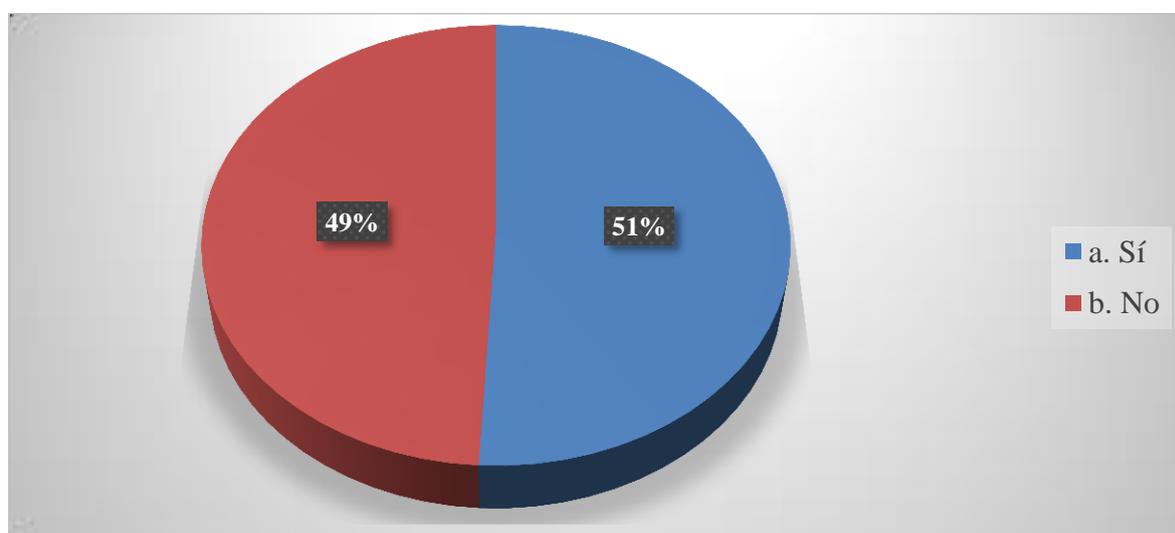
Tabla 3.21. Consideración de análisis financiero

Variables	Frecuencia	Porcentaje %
a. Sí	89	50,86
b. No	86	49,14
Totales	175	100

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Figura 3.21. Consideración de análisis financiero



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

El 51% de los encuestados están conscientes de que si es importante el análisis de los estados financieros para la toma de decisiones, mientras que un 49% indicó que no les parece importante, las empresas que mantienen un crecimiento favorable en el sector se debe a su capacidad de realizar análisis financieros para tomar decisiones que afectan a su empresa, lo que les ha permitido mantenerse competitivamente en el sector, el resto de empresas consideran que solo es necesario basar sus decisiones en la experiencia en el sector por lo que algunas decisiones no les han resultado tan favorables para la empresa ya que las condiciones de la economía son diferentes cada año y se enfrentan a nuevos retos que deben ser tomados con decisiones basados en estados financieros.

3.2. Presentación y análisis de resultados

3.2.1. Análisis vertical y horizontal de los estados financieros

Con el fin de evaluar los estados financieros de la empresa Ferretería “J & J”, se ha procedido a realizar un análisis de los periodos 2014 - 2015, lo que dará como resultado la participación porcentual de las cuentas de los grupos contables, así como la comparación en la línea del tiempo de los periodos.

3.2.1.1. Análisis balance general 2014 – 2015

Dentro de los estados de situación financiera se ha procedido a realizar un análisis de los periodos 2014 - 2015 con el fin de conocer las cuentas y grupos con mayor representación porcentual, así como la afectación de las mismas en el patrimonio de la empresa, estos análisis se detallan a continuación:

Tabla 3.22. Análisis del balance general 2014-2015

CUENTAS	Periodo 2014	A. Vertical 2014	Periodo 2015	A. Vertical 2015	A. Horizontal 2014 - 2015
ACTIVOS	646.786,42	100,00%	803.824,78	100,00%	24,28%
Activos Corrientes	406.299,49	62,82%	327.043,61	40,69%	-19,51%
Banco del Pichincha	156,04	0,02%	1.781,18	0,22%	1041,49%
Banco Produbanco	1.495,57	0,23%	2.457,10	0,31%	64,29%
Banco Pacífico	1.272,72	0,20%	1.916,14	0,24%	50,55%
Clientes	25.906,12	4,01%	25.345,31	3,15%	-2,16%
Otras cuentas por cobrar	-	0,00%	1.800,00	0,22%	
Impuesto Salida de Divisas ISD	75,16	0,01%	35,19	0,00%	-53,18%
Retenciones en la fuente año actual	3.200,95	0,49%	3.423,28	0,43%	6,95%
Retenciones años anteriores	11.813,75	1,83%	12.420,66	1,55%	5,14%
Anticipo Impuesto a la Renta 2014	2.997,56	0,46%	3.143,46	0,39%	4,87%
Crédito tributario	4.052,88	0,63%	-	0,00%	-100,00%
Inventario de mercadería	355.328,74	54,94%	274.721,29	34,18%	-22,69%
Activos Fijos	240.486,93	37,18%	476.781,17	59,31%	98,26%
Terrenos	213.070,46	32,94%	213.070,46	26,51%	0,00%
Edificio	-	0,00%	250.000,00	31,10%	
Muebles y Enceres	1.000,00	0,15%	1.000,00	0,12%	0,00%
Deprec. Acum. de Muebles y Enceres	- 400,00	-0,06%	- 500,00	-0,06%	25,00%
Vehículos	40.000,00	6,18%	40.000,00	4,98%	0,00%
Deprec. Acum. de vehículos	- 32.000,00	-4,95%	- 40.000,00	-4,98%	25,00%
Vehículo Ford camioneta 2014	33.026,79	5,11%	33.026,79	4,11%	0,00%
Deprec. Acum. Ford Camioneta 2013	- 13.210,72	-2,04%	- 19.816,08	-2,47%	50,00%
Equipos de Computación y Software	3.000,00	0,46%	3.000,00	0,37%	0,00%
Deprec. Acum. Equipos de Computación y Software	- 3.999,60	-0,62%	- 3.000,00	-0,37%	-24,99%

Tabla 3.22. (cont.).

PASIVOS	580.302,29	89,72%	330.998,26	41,18%	-42,96%
Pasivo Corriente	284.624,06	44,01%	103.298,00	12,85%	-63,71%
Proveedores	76.410,65	11,81%	9.865,28	1,23%	-87,09%
Por pagar a terceros	203.176,45	31,41%	88.370,86	10,99%	-56,51%
Aporte Patronal IESS	619,70	0,10%	452,35	0,06%	-27,01%
Con la administración tributaria	396,56	0,06%	156,60	0,02%	-60,51%
Iva por pagar	-	0,00%	132,70	0,02%	
Anticipo Impuesto a la Renta por Pagar	2.669,20	0,41%	3.200,96	0,40%	19,92%
15% Participación Trabajadores	1.351,50	0,21%	1.119,25	0,14%	-17,18%
Pasivo No Corriente	295.678,23	45,71%	227.700,26	28,33%	-22,99%
Prest. Banc. Por pagar C/P	98.680,04	15,26%	90.304,73	11,23%	-8,49%
Tarjeta de crédito visa pichincha	1.181,43	0,18%	368,50	0,05%	-68,81%
Tarjeta de crédito Diners	551,45	0,09%	427,69	0,05%	-22,44%
Tarjeta de crédito Visa Titania	338,75	0,05%	1,74	0,00%	-99,49%
Tarjeta de crédito Banco del Pacifico	362,56	0,06%	-	0,00%	-100,00%
Bco. Fomento K. 69.350	22.150,17	3,42%	15.411,12	1,92%	-30,42%
Bco. Pacifico K. 300.00	66.260,28	10,24%	66.260,28	8,24%	0,00%
Bco. Pichincha K 39.177	7.835,40	1,21%	7.835,40	0,97%	0,00%
Prest. Banc. Por pagar L/P	196.998,19	30,46%	137.395,53	17,09%	-30,26%
Bco. Fomento K. 69.350	47.199,83	7,30%	46.233,32	5,75%	-2,05%
Bco. Pacifico K 300.000	137.283,80	21,23%	84.498,13	10,51%	-38,45%
Bco. Pichincha K 39.177	12.514,56	1,93%	6.664,08	0,83%	-46,75%
PATRIMONIO	66.484,13	10,28%	472.826,52	58,82%	611,19%
Capital Neto	38.586,41	5,97%	438.586,41	54,56%	1036,63%
Utilidad del ejercicio	7.658,50	1,18%	6.342,39	0,79%	-17,18%
Utilidad del ejercicio anterior	20.239,22	3,13%	27.897,72	3,47%	37,84%
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	646.786,42	100,00%	803.824,78	100,00%	24,28%

Fuente: Contabilidad externa.

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

3.2.1.1.1. Análisis activo

La Ferretería J & J, pertenece al 6% de empresas del sector que posee activos sobre los \$100.00,00 dólares, lo que la catalogan dentro del mercado como una de las grandes empresas que ejerce la actividad económica de ferretería. Los rubros de los activos están representados para el periodo 2015 con un 34% de inventarios, 26% por terrenos y un 31% por edificios esto como cuentas más representativas del grupo contable.

El activo corriente de la empresa representa el 62.82% en el 2014 y el 40.69% para el 2015, este porcentaje elevado es atribuido a los bienes y valores que permiten la actividad económica como son inventarios, efectivo y otros, esta variación porcentual de - 19.51% se debe a la cuenta de inventarios, la cual en el 2014 mantenía un 54.94%, mientras que para el 2015 un 34,18% del total de activos, al ser una empresa dedicada a la comercialización de

productos, la cuenta mercaderías debe mantener un valor representativo para el ejercicio de su actividad, sin embargo la empresa en el 2015 decidió disminuir la adquisición de mercadería y llegó a un acuerdo con sus proveedores solicitando mercaderías en consignación las cuales no se reflejan en el inventario y se ve reflejado en la disminución porcentual del análisis horizontal.

La segunda cuenta representativa para el activo corriente es clientes por cobrar con un 4.01% para el 2014 y el 3.15% para el 2015, debido a la actividad económica de la empresa obliga a que las ventas sean canceladas en efectivo o con tarjeta de crédito; la cuenta ha sufrido una ligera disminución de - 2.16% lo que implica que los plazos de crédito y cobranza de la empresa se gestionan adecuadamente. El manejo de cuentas por cobrar generó recuperación de cartera y está dentro del promedio del mercado, ya que bajo encuestas se evidenció que las empresas del sector entregan crédito a sus clientes entre 1% al 20%, la empresa de estudio tiene cuentas por cobrar de un 3% lo que implica que está dentro de los rangos del mercado, pero a diferencia del 57% de la competencia que posee cuantías incobrables, la ferretería J & J pertenece al 39% no ha tenido estos inconvenientes y ha logrado recaudar la totalidad de los rubros a crédito.

El activo fijo de la empresa representa el 37.18% del total activos para el 2014 y el 59.31% para el 2015, el grupo de cuentas está conformado por los bienes necesarios para el desarrollo de las actividades económicas de la empresa, el incremento del 98.26% se justifica por la construcción de las nuevas instalaciones de la ferretería, mismas que concluyeron en el periodo 2015, como resultado es el incremento de la cuenta edificios en ese periodo, con un 31.10% del total de activos fijos, sin embargo se debió considerar la cuenta construcciones en el periodo 2014, de forma que se dé un seguimiento financiero y contable a las cuentas del nuevo local comercial y no se generen variaciones de incrementos elevadas por un error contable.

Los balances de la empresa no muestran un incremento porcentual en muebles y enseres a pesar de que se tuvo que adquirir e invertir en mobiliario para la adecuación en el nuevo local.

3.2.1.1.2. Análisis pasivo y patrimonio

Al considerarse en el grupo de grandes empresas del sector ferretero, la empresa se encuentra dentro del 6.86% de encuestados que poseen pasivos superiores a \$100.000,00 dólares. Los pasivos totales ascienden al 41.18% del total activos, de los cuales el 12.85% son obligaciones contraídas por el ejercicio del negocio como proveedores y deudas con terceros, el 11,23% a corto plazo el 17.09% a largo plazo en los dos escenarios son deudas con bancos.

El pasivo de la empresa representa el 89.72% para el 2014 y el 41.18% para el 2015, del total de bienes y valores que tiene para el desarrollo de sus actividades económicas y objeto social, durante el año 2014 la ferretería mantenía cuentas con terceros que superaban el porcentaje del patrimonio, sin embargo durante el desarrollo de sus actividades económicas para el 2015 hubo una reducción de – 42.96% debido a la cancelación oportuna de créditos que se adquirieron para la construcción del nuevo local durante el 2014, esto se ve reflejado en el incremento de la participación porcentual del patrimonio devolviendo la autonomía de la empresa al propietario.

El pasivo corriente representa el 44.01% para el 2014 mientras que para el 2015 representa 12.85%, este porcentaje elevado se debe a los egresos correspondientes al giro del negocio para realizar sus actividades comerciales como lo son proveedores, impuestos por pagar y empleados, sin embargo se observa una disminución en el 2015, debido a la cancelación de créditos con terceros, gobierno y a la disminución de personal de la empresa, una de las cuentas más representativas de este subgrupo es la cuenta por pagar a terceros con un 31.41% en el 2014 debido a que la empresa arrendaba el local comercial donde funcionaba y varias bodegas porque el espacio físico con el que contaban no era suficiente, durante el 2015 esta cuenta mantuvo un 10.99%, reduciéndose en un -56.51% debido a que se culminó la construcción del nuevo local con el espacio suficiente para bodegas por lo tanto se dejó de cancelar arriendos, se debió considerar dentro de este subgrupo la cuenta arriendos con el fin de llevar un mejor control contable y separar las cuentas por pagar a terceros de lo que constituía desembolsos exclusivos mensuales por concepto de alquileres.

Debido a la contracción económica por la que atraviesa el sector de la construcción se han tenido que tomar decisiones para disminuir gastos y costos, J & J no fue la excepción, la cual en el periodo 2014 contaba con 7 colaboradores, y para el 2015 tuvo que disponer de un

trabajador dejando a la empresa con 6 colaboradores para las mismas funciones; dentro del sector económico el 58% de las ferreterías cuenta entre 1 a 10 colaboradores, como reflejo de estas decisiones se ven afectadas las cuentas por cobrar y gastos que se buscan disminuir por la situación económica del mercado.

De acuerdo a los datos arrojados por los balances la segunda cuenta más representativa del pasivo corriente son proveedores, con un 11.81% para el 2014 debido a la adquisición de mercaderías a créditos, mientras que en el 2015 es de 1.23%, lo que implica que la mayor parte de sus inventarios son cancelados oportunamente, adicional a esto la ferretería se encuentra en el estrato del 15% que realiza adquisiciones superiores a \$60.000,00 de esta manera la empresa tiene mejor posición para negociar estrategias, montos y plazos que sean en beneficio de la ferretería. Actualmente se cuenta con convenios de mercadería en consignación lo que da por resultado consiguiente la disminución de compras.

El pasivo no corriente representó el 45.71% para el 2014 y para el 2015 el 28.33% del total de bienes y valores que tiene la empresa, la disminución del -22.99 se debe a cancelaciones oportunas de las obligaciones contraídas a corto y largo plazo para construir el nuevo almacén, además de que una vez culminada la construcción, se procedió a cancelar y pre cancelar algunos créditos con el fin de incrementar el patrimonio de la empresa y disminuir los préstamos por pagar, devolviendo la autonomía de la empresa.

Dentro del patrimonio se observa que la utilidad neta durante el 2014 es de 1.18% mientras que en el 2015 fue de un 0.79%, esta reducción del -17.18% se debe a una disminución de las ventas por el decrecimiento del sector y al traslado del almacén a las nuevas instalaciones que son más lejanas para los clientes.

3.2.1.2. Análisis estado de pérdidas y ganancias 2014-2015

Dentro de los estados de resultados de los años 2014 y 2015 se realizó en análisis vertical y horizontal con el fin de conocer los porcentajes de incremento o disminución de las cuentas de ingresos y gastos con su grado de representación en las ventas, estos análisis se detallan a continuación:

Tabla 3.23 Análisis del estado de pérdidas y ganancias 2014-2015

CUENTAS	Periodo 2014	A. Vertical 2014	Periodo 2015	A. Vertical 2015	A. Horizontal 2014 - 2015
Venas netas	\$ 635.283,92	100,00%	\$ 549.810,93	100,00%	-13,45%
Ventas 0% IVA	\$ 14.904,16	2,35%	\$ 40.938,40	7,45%	174,68%
Ventas 12% IVA	\$ 625.388,56	98,44%	\$ 526.153,61	95,70%	-15,87%
Devolución en ventas 0 % IVA	\$ (1.553,47)	-0,24%	\$ (1.113,24)	-0,20%	-28,34%
Devolución en ventas 12 % IVA	\$ (3.455,33)	-0,54%	\$ (16.167,84)	-2,94%	367,91%
Costos de ventas	\$ (7.279,99)	-1,15%	\$ (80.607,45)	-14,66%	-1207,25%
Costo de ventas	\$ (7.279,99)	-1,15%	\$ (80.607,45)	-14,66%	1007,25%
Compras	\$ 488.080,42	76,83%	\$ 347.905,68	63,28%	-28,72%
Compras con IVA 0%	\$ 19.061,70	3,00%	\$ 12.338,04	2,24%	-35,27%
Compras con IVA 12%	\$ 481.799,80	75,84%	\$ 351.192,17	63,88%	-27,11%
Importaciones en compras	\$ 196,00	0,03%	\$ -	0,00%	-100,00%
Devolución en compras 12% IVA	\$ (12.194,64)	-1,92%	\$ (14.916,62)	-2,71%	22,32%
Devolución en compras 0% IVA	\$ (782,44)	-0,12%	\$ (707,91)	-0,13%	-9,53%
Utilidad bruta	\$ 154.483,49	24,32%	\$ 121.297,80	22,06%	-21,48%
Gastos de venta	\$ 11.683,79	1,84%	\$ 7.201,44	1,31%	-38,36%
Gastos de representación	\$ 1.928,51	0,30%	\$ -	0,00%	-100,00%
Viáticos y movilizaciones	\$ 105,99	0,02%	\$ 396,00	0,07%	273,62%
Gastos de transporte	\$ 2.284,40	0,36%	\$ 2.090,30	0,38%	-8,50%
Servicios ocasionales	\$ 3.017,86	0,48%	\$ -	0,00%	-100,00%
Publicidad y propaganda	\$ 476,42	0,07%	\$ 33,12	0,01%	-93,05%
Mantenimiento y reparación de vehículos	\$ 1.879,71	0,30%	\$ 2.381,83	0,43%	26,71%
Combustibles y lubricantes	\$ 1.535,90	0,24%	\$ 1.456,07	0,26%	-5,20%
Impuestos tasas y contribuciones	\$ 455,00	0,07%	\$ 844,12	0,15%	85,52%
Gastos administrativos	\$ 104.237,75	16,41%	\$ 78.695,66	14,31%	-24,50%
Sueldos y salarios	\$ 30.534,10	4,81%	\$ 36.840,72	6,70%	20,65%
Aporte patronal IESS	\$ 3.709,89	0,58%	\$ 4.476,15	0,81%	20,65%
Bonificación	\$ 755,08	0,12%	\$ 1.204,38	0,22%	59,50%
Decimos tercer sueldo	\$ 2.408,34	0,38%	\$ 3.104,82	0,56%	28,92%
Décimo cuarto sueldo	\$ 2.256,28	0,36%	\$ 2.298,05	0,42%	1,85%
Fondo de reserva	\$ 2.137,65	0,34%	\$ 2.049,71	0,37%	-4,11%
Suministro de oficina	\$ 1.705,91	0,27%	\$ 1.966,32	0,36%	15,27%
Mantenimiento de equipo	\$ 7.323,01	1,15%	\$ 232,93	0,04%	-96,82%
Suministro de limpieza	\$ 88,21	0,01%	\$ 3,85	0,00%	-95,64%
Consumo de luz	\$ 1.670,26	0,26%	\$ -	0,00%	-100,00%
Consumo de teléfono	\$ 31,54	0,00%	\$ 729,95	0,13%	2214,36%
Agua	\$ -	0,00%	\$ 513,93	0,09%	-
Refrigerios del personal	\$ 2.111,27	0,33%	\$ -	0,00%	-100,00%
Servicios de guardiana	\$ 2.396,08	0,38%	\$ 710,00	0,13%	-70,37%
Honorarios profesionales	\$ -	0,00%	\$ 1.000,00	0,18%	-
Gastos legales	\$ 15,20	0,00%	\$ -	0,00%	-100,00%
Mantenimiento oficina	\$ 9.001,11	1,42%	\$ 4.470,07	0,81%	-50,34%
Gastos depreciación activos fijos	\$ 15.705,26	2,47%	\$ 14.705,36	2,67%	-6,37%
Gastos de uniformes	\$ 2.044,95	0,32%	\$ -	0,00%	-100,00%
Agua purificada	\$ 12,06	0,00%	\$ 30,82	0,01%	155,56%
Servicios contables	\$ 3.437,50	0,54%	\$ 3.795,45	0,69%	10,41%
Consumo telefonía celular	\$ -	0,00%	\$ 30,65	0,01%	-
IVA que se carga al gastos	\$ 80,72	0,01%	\$ -	0,00%	-100,00%
Insumos agrícolas	\$ 7.637,56	1,20%	\$ -	0,00%	-100,00%
Suministros y materiales	\$ 643,50	0,10%	\$ 532,50	0,10%	-17,25%
Capacitación de personal	\$ 4.760,60	0,75%	\$ -	0,00%	-100,00%
Gastos médicos personal	\$ 3.771,67	0,59%	\$ -	0,00%	-100,00%
Utilidad operacional	\$ 38.561,95	6,07%	\$ 35.400,70	6,44%	-8,20%
Gastos financieros	\$ 29.551,95	4,65%	\$ 27.939,06	5,08%	-5,46%
Intereses por préstamo	\$ 28.300,49	4,45%	\$ 27.530,95	5,01%	-2,72%
Servicios bancarios	\$ 1.251,46	0,20%	\$ 408,11	0,07%	-67,39%
Utilidad antes de intereses e impuestos	\$ 9.010,00	1,42%	\$ 7.461,64	1,36%	-17,18%
15% de participación a trabajadores	\$ 1.351,50	0,21%	\$ 1.119,25	0,20%	-17,18%
Utilidad antes del ir	\$ 7.658,50	1,21%	\$ 6.342,39	1,15%	-17,18%
IR 22%	\$ 1.684,87	0,27%	\$ 1.395,33	0,25%	-17,18%
Utilidad neta	\$ 5.973,63	0,94%	\$ 4.947,07	0,90%	-17,18%

Fuente: Contabilidad externa.

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

3.2.1.2.1. Análisis de ventas

Este grupo de ingresos está conformado por las ventas, que ha tenido una disminución considerable de -13.45% entre el año 2014 y 2015, esto se debe al decrecimiento que ha sufrido el sector de la construcción, el cual influye directamente en las ventas de la empresa, el traslado de la ferretería a sus nuevas instalaciones también ha tenido su efecto negativo, puesto que algunos clientes han dejado de comprar por el tiempo que representa trasladarse al nuevo local, además de la crisis económica que viene afrontando el país desde mediados del 2014, los factores que ocasionaron la disminución en venta están enfocadas en la contracción económica para la construcción, decisiones políticas tributarias y arancelarias, y como efecto directo se suma el traslado de la ferretería.

Las ventas de J & J, se encuentran ubicadas en el 0.57% de empresas que sobrepasaron los \$130.000 dólares en ingresos, pero al igual que el 32.57% de encuestados no ha tenido incremento en sus ventas, por el contrario, se ubica entre el 72.57% que se han visto afectadas por las decisiones políticas y económicas. Los artículos de construcción fueron los productos que menor salida tuvieron dentro de la empresa en comparación con periodos anteriores, este escenario fue idéntico en un 36% en el mercado. Esta depresión dentro de la empresa se le atribuye a las restricciones de importación, alza de aranceles e impuestos que tuvieron como efecto el incremento de precios en toda la escala comercial, esta situación que lo experimentaron el 64% de empresas del mercado ferretero.

3.2.1.2.2. Análisis de costo de ventas

En esta cuenta se deberían reflejar los rubros cancelados por la compra de mercadería para la venta, sin embargo no es posible realizar un análisis horizontal debido a que en los balances de la empresa se observa el valor de costo de ventas del año 2014 en negativo y en el 2015 en positivo, sin embargo de acuerdo a los rubros presentados se puede analizar que se han incrementado los costos de ventas pero no se debe al aumento de compras de mercaderías para la venta, sino por el incremento en los precios de compra debido a las imposiciones arancelarias y restricción de importaciones lo que ha incrementado los valores de los productos.

3.2.1.2.3. Análisis de compras

En este grupo de cuentas se reflejan todos los rubros que se han desembolsado por adquisiciones necesarias para el normal funcionamiento de las operaciones diarias de la empresa, esta cuenta en el 2014 representaba un 76.83% de las ventas mientras que en el 2015 un 63.28%, dando como resultado una variación porcentual de -28.72% lo cual es resultado del decrecimiento de las ventas.

La ferretería se ubica en el 14.86% de empresas del mercado que ha realizado adquisiciones por rubros superiores a \$60.000 dólares, pese a esto obtuvo una disminución en compras, los factores que se atribuyen dentro del mercado y en el caso particular de J & J es el 8.57% en relación con el decrecimiento del sector de la construcción, lo cual puede ser un efecto de las decisiones políticas y económicas que han afectado en un 64% a empresas del sector en factores de restricción de importaciones, aranceles e impuestos.

3.2.1.2.4. Análisis gastos de venta

En este subgrupo de cuentas se reflejan los rubros que se han utilizado exclusivamente al giro de la actividad económica de la empresa que es comercialización de productos de ferretería, es decir los sueldos y salarios cancelados a los empleados de ventas, las comisiones o publicidad, durante el año 2014 representó el 1.84% de las ventas y en el 2015 un 1.31%, teniendo un decrecimiento de - 38.36% esto debido a la supresión de gastos de representación y servicios ocasionales, se han incrementado rubros en las cuentas viáticos y movilizaciones, mantenimiento y reparación de vehículos, puesto que la empresa ofrece el servicio de entrega a domicilio, e impuestos tasas y contribuciones.

3.2.1.2.5. Análisis de gastos administrativos

Dentro de este subgrupo constan todos los rubros que intervienen con la administración general de la empresa como sueldos y salarios del resto de personal, excluyendo el área de ventas, suministros, equipos, mobiliario y servicios básicos, durante el año 2014 este subgrupo representó el 16.41% del total de ventas, mientras que para el 2015 un 14.31%, ha tenido un decrecimiento de un -24.5%, por la contracción económica y reducción de ventas la empresa se ha visto en la obligación de reducir egresos en mantenimiento de equipos, refrigerios de personal, gastos legales y gastos de uniformes, suministros de oficina, en este

subgrupo se ha considerado un rubro de insumos agrícolas debido a que el dueño de la empresa tiene una finca y los gastos de la misma son incluidos como gastos de la empresa, se debería separar los rubros que no pertenecen al ejercicio económico de la ferretería. Con el fin de mejorar el manejo financiero se deberían considerar solo los rubros que efectivamente fueron utilizados para la empresa, de esta forma mejorar el crecimiento de la misma.

3.2.1.2.6. Análisis de gastos financieros

En este subgrupo se deben establecer los rubros referentes a los gastos de financiamiento, es decir intereses y servicios bancarios, en el 2014 este subgrupo representaba el 4.65% y para el 2015 un 5.08% de su representación porcentual de las ventas, debido a que en el 2015 las ventas se redujeron este rubro tiene una representación mayor, pero una vez analizados los valores presentados en los balances, la empresa ha reducido los intereses por préstamos y gastos bancarios debido al cumplimiento de sus obligaciones con las instituciones bancarias.

3.2.1.2.7. Análisis de utilidad antes de intereses e impuestos

Este subgrupo de gasto está conformado por el 15% de participación de trabajadores y el 22% del Impuesto a la Renta, los cuales son imposiciones estatales que bajo la normativa legal vigente la empresa tiene que cumplir, estos representaron en el 2014 un 2.63% de las ventas y en el 2015 un 2.51%, esta reducción porcentual del 0.12% se debe a la reducción en las ventas por ende disminuyen ingresos para la empresa lo que afecta a la participación de empleados y al impuesto a la renta.

3.2.1.2.8. Análisis utilidad neta

Representa los ingresos netos de la empresa por el ejercicio de sus actividades económicas libres de costos y gastos, en el 2014 la empresa obtuvo una utilidad del 0.94% mientras que en el 2015 un 0.90% en relación a sus ventas, existe un decrecimiento del -0.04% por la reducción de las ventas y el descontrolado uso de recursos de la empresa para cubrir rubros que no son ejecutados por la misma, como gastos del hogar y de la finca, esto en la línea del tiempo denotara en un decrecimiento financiero aun mayor, es necesario que la empresa empiece a reflejar en sus balances exclusivamente los costos y gastos por las actividades de la misma, asegurándose así un mejor crecimiento económico. El factor de la crisis económica

por la que atraviesa el país ha afectado de forma negativa a la empresa contribuyendo a la disminución de ventas e ingresos.

J & J pertenece al 61.71% de empresas del sector ferretero que ha obtenido utilidad pese a las contradicciones y dificultades del mercado, adicionalmente la ferretería también ha tenido un crecimiento del 24.28% pese a tener una disminución de utilidad de -17.18%, lo cual implica que las ganancias obtenidas han sido reinvertidas y como efecto de la inversión al ser respaldada por deuda con tercero genera obligaciones lo cual genera gastos y afecta a la utilidad, que da como resultado una variación porcentual negativa pese a tener un incremento en el patrimonio.

3.2.2. Análisis razones financieras 2015

3.2.2.1. Razones de liquidez

Tabla 3.24. Razones de liquidez

Razón	Formula	Calculo	Resultado
1 Capital de trabajo	Activos C - Pasivos C	327043,61 - 103298	\$ 223.745,61
2 Liquidez corriente	$\frac{\text{Activos C}}{\text{Pasivos C}}$	$\frac{327043,61}{103298}$	\$ 3,17
3 Razón rápida (prueba del ácido)	$\frac{\text{Activos C} - \text{Inventario}}{\text{Pasivos C}}$	$\frac{327043,61 - 274721,29}{103298}$	\$ 0,51
4 Prueba Defensiva	$\frac{\text{Caja} + \text{Bancos}}{\text{Pasivos C}}$	$\frac{6154,42}{103298}$	\$ 0,06

Fuente: Estados Financieros Ferretería J&J.

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

- ✓ La empresa trabaja con capital propio, que corresponde en su totalidad a inventarios.
- ✓ Por cada \$ dólar del pasivo corriente se posee \$ 3,17 dólares del activo corriente para cubrir las obligaciones.
- ✓ Dentro de la prueba ácida, sin tomar en cuenta el inventario, tenemos que existe un déficit de \$0,49 centavos por cada dólar del pasivo corriente. Po lo cual la ferretería no tiene liquidez para cumplir sus obligaciones.

- ✓ La prueba defensiva se tiene \$0.06 en efectivo para cubrir cada \$1.00 de obligaciones a corto plazo.

La ferretería posee \$223.745,61 dólares para el desarrollo de sus actividades anuales, este valor está representado en su totalidad por la cuenta inventarios, lo cual se evidencia en la prueba acida, la misma que desvincula estos rubros y da un indicador de \$0,51 centavos para cubrir cada dólar del pasivo corriente. La ferretería ha destinado su liquidez a los inventarios de mercaderías, pero en el peor de los escenarios la empresa tuviera que cerrar no pudiera cubrir las obligaciones que mantiene ya que posee un déficit de liquidez de \$0.49 centavos por cada dólar de obligaciones a corto plazo. Considerando valores en efectivo como es dinero en caja y bancos frente a pasivos a corto plazo obtenemos que solo poseemos seis centavos para cubrir cada dólar de obligaciones inmediatas.

Sustentando la relevancia de la liquidez tomamos el comentario, la solvencia se refleja en la tenencia de cantidades de bienes que una empresa dispone para saldar sus deudas, sí para esa empresa no es fácil convertir esos bienes en efectivo y realizar sus cancelaciones, entonces no existe liquidez; por ello, es importante destacar que una empresa con liquidez es solvente pero no siempre una empresa solvente posee liquidez (Nava Rosillón, 2009), para el caso de estudio por la actividad económica de J & J es una empresa solvente pero que no posee liquidez por la dificultad de poder hacer efectivo los inventarios en un corto tiempo.

3.2.2.2. Razones de actividad

Tabla 3.25. Razones de actividad

	Razón	Formula	Calculo	Resultado
1	Rotación de inventarios	$\frac{\text{Costo bienes vendidos}}{\text{Inventario}}$	$\frac{428.513,13}{274.721,29}$	1,56 veces al año
2	Periodo promedio de cobro	$\frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\text{Ventas} \times \frac{365 \text{ días}}{365}}$	$\frac{25.345,31}{549.810,93}$	16,83 días
3	Periodo promedio de pago	$\frac{\text{Cuentas por pagar}}{\text{Compras anuales} \times \frac{365}{365}}$	$\frac{98.236,14}{428.513,13}$	83,68 días
4	Rotación de los activos totales	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Total de activos}}$	$\frac{549.810,93}{803.824,78}$	0,68 veces al año

Fuente: Estados Financieros Ferretería J&J.

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

- ✓ La ferretería tiene una rotación de su inventario 1,56 veces al año.
- ✓ Se mantiene una buena gestión de cartera, con un promedio de cobro de 16,83 días frente a un 49.14% de empresas del mercado que entrega créditos a 30 días.
- ✓ La empresa realiza pagos a sus proveedores cada 83,68 días, mientras que el mercado en un 66.29% le otorgan plazos de pago menores a 60 días.
- ✓ La empresa utiliza sus activos 0,68 veces al año para realizar la actividad económica y generar ventas.

Analizando la productividad de la ferretería se obtiene que vende la totalidad de su inventario de mercaderías más de una vez al año, lo que se refleja en sus montos de ventas y compras anuales. Tiene una correcta gestión de cartera ya que cobra a sus clientes cada 17 días en promedio y paga a sus proveedores cada 84 días, el tiempo de diferencia puede reinvertir los ingresos para adquirir mercadería o mejorar su patrimonio, los tiempos de pago son extensos debido a la política de la empresa de aprovisionarse de mercadería en consignación, la cual no es cancelada hasta su venta, adicional a esto debido a los montos de compras los proveedores negocian periodos de pago superiores a los 30 y 60 días.

Determinar la celeridad con la que cuentas específicas se transforman en ventas o efectivo; es decir, son valores que muestran que tan efectivamente son manejados los activos totales, activos fijos, inventarios, cuentas por cobrar, el proceso de cobranzas y cuentas por pagar (Nava Rosillón, 2009). Bajo este pensamiento, tenemos que la ferretería J & J debe mejorar en el uso de sus activos en especial de rotar con mayor frecuencia sus inventarios y mantener los periodos de cobro y pago ya que la gestión realizada es la correcta.

3.2.2.3. Índice de endeudamiento

Tabla 3.26. Razones de endeudamiento

Razón		Formula	Calculo	Resultado
1	Índice de endeudamiento	$\frac{\text{Total Pasivos}}{\text{Total Activos}}$	\$ 330.998,26	41%
			\$ 803.824,78	

Fuente: Estados Financieros Ferretería J&J.

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

- ✓ Cada \$1.00 de los activos está financiado por 0.41 centavos de los pasivos.

Según (Block & Hirt, 2001), citados por (Morelos Gómez, Fontalvo Herrera, & De la Hoz Granadillo, 2012), las razones de endeudamiento permiten conocer cómo la empresa financia sus activos con deudas a terceros. También proporciona la razón entre la deuda con terceros y su patrimonio (Block y Hirt, 2001).

La razón deuda refleja la proporción de activos totales financiados por los acreedores de la empresa y mientras más alto sea su valor significa que los acreedores han aportado una gran suma de dinero para las operaciones empresariales esperando obtener beneficios (Nava Rosillón, 2009). Se analiza que el 41% de los activos es financiado directamente con el pasivo, dejando un patrimonio sin deudas del 59%, lo aconsejable es que el pasivo no supere más del 40% ya que aduce que la empresa es más de terceros por las obligaciones contraídas que de los propietarios.

3.2.2.4. Razones de rentabilidad

Tabla 3.27. Razones de rentabilidad

	Razón	Formula	Calculo	Resultado
1	Margen de utilidad bruta	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$	$\frac{121297,80}{549810,93}$	22%
2	Margen de utilidad operativa	$\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas}}$	$\frac{35400,70}{549810,93}$	6%
3	Margen de utilidad neta	$\frac{\text{Utilid. Neta desp. Imp}}{\text{Ventas}}$	$\frac{4947,07}{549810,93}$	1%
4	Rendimiento sobre los activos totales	$\frac{\text{Utilid. Neta desp. Imp}}{\text{Total de activos}}$	$\frac{4947,07}{803824,78}$	1%

Fuente: Estados Financieros Ferretería J&J.

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Análisis

- ✓ Por cada \$1.00 de las ventas, la empresa obtiene \$ 0.22 centavos de utilidad bruta por el ejercicio de sus actividades de comercialización.

- ✓ Por cada \$1.00 de las ventas, la empresa obtiene \$ 0.06 centavos de utilidad operativa, una vez descontados los costos de mercadería, administrativos y de ventas.
- ✓ Por cada \$1.00 de las ventas, la empresa obtiene \$ 0.01 centavos de utilidad neta después de impuestos.
- ✓ Cada \$1.00 de los activos han contribuido con un \$ 0.01 centavos de utilidad neta después de impuestos.

Los márgenes de utilidad en base a las ventas son del 22% de lo invertido, descontando gastos administrativos, financieros y operativos tenemos una rentabilidad del 6%, descontando pagos tributarios tenemos una utilidad neta del 1%. Estos indicadores nos reflejan que en la ferretería no está produciendo las ganancias esperadas dentro del mercado ya que se debería tener una retribución recomendable de un 10% de utilidad neta.

La rentabilidad constituye el resultado de las acciones gerenciales, decisiones financieras y las políticas implementadas en una organización. Fundamentalmente, la rentabilidad está reflejada en la proporción de utilidad o beneficio que aporta un activo, dada su utilización en el proceso productivo, durante un período de tiempo determinado; aunado a que es un valor porcentual que mide la eficiencia en las operaciones e inversiones que se realizan en las empresas (Nava Rosillón, 2009). La ferretería bajo este lineamiento y con el actual análisis financiero da como resultado que no posee un indicador favorable de rendimiento de activos y margen de utilidad neta, esto se podría deber al mal manejo de sus pasivos y gastos.

3.3. Análisis financiero general

La Ferretería J & J dentro de la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, es una de las más grandes en cuanto a ventas, en base al análisis de los estados financieros se aprecia que sus movimientos contables y financiero no han sido tomados en base a indicadores o algún estudio de la situación económica del mercado, debido a esto se ha visto afectado por el decrecimiento del sector ferretero al igual que ha registrado disminuciones de sus ventas por temas políticos de ámbito tributario, arancelario y restricción de importaciones.

Con el antecedente, se evidencia la importancia de realizar análisis financieros para una correcta toma de decisiones. Para el caso de estudio como lo es la Ferretería J & J, se obtuvo que en el año 2014 tenía obligaciones que superaban el patrimonio, es decir la empresa era de

terceros debido al grado de endeudamiento en el que se encontraba, para el periodo 2015 por cancelar obligaciones pendientes y pasar de un 89.72% a un 41.18% de endeudamiento tuvo que sacrificar su nivel de liquidez. Para el 2015 lograron disminuir la brecha del pasivo a un 41.18%, pero pese a esto no tienen la capacidad de cubrir sus obligaciones a corto plazo ya que cuentan con tan solo \$ 0.51 centavos por cada dólar de deuda, esto se debe a que sus activos totales están representados por un 34.18% por inventarios, 26.51% en terrenos y un 31.10% en edificios, bienes que no son líquidos al momento de cubrir obligaciones. El propietario según entrevista aplicada, manifestó que desconocía del estado financiero por el que atravesaba la empresa y él suponía que al invertir en su infraestructura vería mayores ingresos, pero caso desfavorable sucedió, ya que pese a realizar una inversión elevada ha visto disminuir sus ventas.

El no realizar un análisis financiero frente a una crisis económica con una disminución del mercado ferretero durante la aplicación de políticas tributarias, arancelarias y de importación restrictivas, traen afectaciones para toda la industria. Para el caso de J & J se adiciona el tomar decisiones de invertir en infraestructura propia cerrando otras sucursales pequeñas, movilizar la matriz a un sitio más alejado, da como resultado el decrecimiento de las ventas y por consiguiente ingresos menores a los esperados.

La toma de decisiones en base al análisis financiero evita que empresas como J & J, tengan que afrontar crisis internas obligando a tomar medidas emergentes para poder mantenerse en el mercado. La situación por la que atraviesa la empresa de estudio es que posee un alto grado de endeudamiento pagando tasas de intereses elevadas, no cuenta con liquidez, sus inventarios han disminuido en comparación a periodos anteriores, ha sufrido pérdida de participación en el mercado, disminución de rubros que son de importancia para la ejecución de las actividades de la empresa, entre otras afectaciones que se evidenciaron durante el análisis.

Con base en los análisis verticales, horizontales, razones financieras e indicadores se presentan estrategias para mitigar la situación por la que atraviesa la ferretería, como puntos focales se encuentran mejorar la liquidez y la autonomía, adicionalmente se busca que se mejore la información contable, y controles de mejora interna.

3.4. Estrategias

Con el fin de mejorar la situación actual en la que se encuentra la empresa y de buscar una sostenibilidad mediante una correcta gestión financiera, se establecen las siguientes estrategias para el desarrollo económico, basados en los análisis de los estados financieros actuales.

3.4.1. Estrategias administrativas

Tabla 3.28. Estrategias administrativas

Estrategia	Periodicidad	Indicador
Realizar una planificación estratégica	Cada 5 años con revisión anual	Cumplido / planificado
Establecer una misión y visión de la empresa	Anual	Porcentaje de cumplimiento de la misión y visión alcanzado
Elaborar un FODA que permita conocer oportunidades frente al mercado y mitigar las amenazas del mismo.	Anual	Informes de cumplimiento
Plantear objetivos estratégicos para el posicionamiento en el sector	Anual	Objetivos cumplidos / objetivos planificados
Realizar estudios de mercado para determinar factibilidad de abrir nuevas sucursales y puntos estratégicos	Cada 5 años	Número de estudios de mercado realizados
Implementar planes de marketing	Anual	Ventas mes actual / Ventas mes anterior
Designar entre el 5 al 10% de las utilidades a publicidad.	Mensual	Publicidad ejecutada / Publicidad planificada
Establecer reuniones con los proveedores y renegociar plazos de pago.	Trimestralmente	Periodo promedio de pago

Tabla 3.28. (cont.).

Estrategia	Periodicidad	Indicador
Realizar un cronograma de capacitaciones para el personal en general sobre temas de ventas, bodega y atención al cliente	Trimestralmente	Capacitaciones realizadas / Capacitaciones programadas
Establecer escalas de incentivos monetarios por niveles de ventas	Anual	Ventas totales / Número promedio de trabajadores Ventas mes anterior / Ventas mes actual
Realizar evaluaciones de desempeño a los colaboradores	Anual	Porcentaje de cumplimiento de las metas planteadas
Implementar el servicio post venta, en el cual se oferten nuevos productos y formas de pago	Mensual	Ventas mes anterior / Ventas mes actual

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

3.4.2. Estrategias financieras

Tabla 3.29. Estrategias financieras

Estrategia	Periodicidad	Indicador
Realizar un presupuesto operativo anual (POA)	Anual	Presupuestos ejecutados / Presupuesto programado
Negociar con otras instituciones bancarias con el fin de obtener un préstamo que le permita liquidar los pasivos de tarjetas de crédito a un interés menor	Anual	Pasivos largo plazo/pasivos corto plazo
Incrementar las ventas con pagos en efectivo ofreciendo descuentos especiales o con tarjeta de crédito de forma que se aumente la liquidez de la empresa	Mensual	Ventas mes anterior / Ventas mes Actual

Tabla 3.29. (cont.).

Estrategia	Periodicidad	Indicador
Realizar una mejor gestión de cartera a través de implementación de llamadas telefónicas y correos electrónicos ofreciendo productos nuevos y a la vez opciones de pago.	Mensualmente	Cuentas por cobrar mes anterior / Cuentas por cobrar mes actual
Realizar compras de suministros e inventarios en base al presupuesto	Mensual	Compras ejecutadas / Compras Presupuestadas
Mejorar la gestión de inventarios mediante la implementación de un sistema de control y ventas.	Mensual	Ventas realizadas/ Ventas programadas
Mantener un control de inventarios con stock mínimos y máximos de todos los productos	Mensual	Número de pérdidas de Stocks
Implementar cronogramas o periodos de abastecimientos	Quincenal	Cronogramas ejecutados / Cronogramas planificados
Realizar un levantamiento y registro contable de los muebles y enseres reales de la empresa	Anual	Muebles y enseres reales / Muebles y enseres contables
Realizar una reclasificación de los gastos de venta y administrativos considerando el origen del gasto.	Mensual	Gastos de venta / Ventas Gastos administrativos / Ventas
Contratar a una persona con conocimiento, para realizar un análisis contable-financiero de la situación de la empresa	Semestral	Número de análisis realizados / Número de análisis planificados
Reinvertir al menos el 3% de las utilidades anuales, en capacitación, planta y equipo, muebles, publicidad, entre otros	Anual	Porcentaje de reinversión anual

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

CAPÍTULO 4

DISCUSIÓN

4.1. Conclusiones

1. Los estados financieros de la Ferretería J & J presentan un alto grado de endeudamiento con terceros e instituciones bancarias, además reflejan la falta de liquidez de la empresa puesto que para cubrir cada dólar a corto plazo la organización cuenta con seis centavos, afectando directamente a la rentabilidad, además existe una incorrecta contabilidad lo que implica que la información que presentan los estados financieros no sea real esto dificulta la toma decisiones que ayuden al crecimiento de la empresa.
2. Se desarrolló el trabajo de investigación con bases teóricas para fundamentar la evaluación de los estados financieros de la empresa de esta forma se realizó un análisis financiero que permitió determinar mediante razones financieras el estado actual de la empresa y el impacto del manejo financiero en la rentabilidad.
3. Dentro del diagnóstico realizado de los estados financieros se determinó que la empresa administra correctamente sus cuentas por pagar y cobrar, sin embargo mantiene un alto índice de endeudamiento con tarjetas de crédito lo que implica el pago de intereses altos que afectan a la rentabilidad de la empresa, además mantiene cuentas por cobrar a terceros con un saldo elevado sin embargo se disminuye drásticamente en el siguiente año lo que deja en evidencia las incoherencias en el manejo contable de la empresa, lo que perjudica directamente la veracidad de la rentabilidad presentada en los estados financieros e impide la correcta toma de decisiones.
4. Durante el periodo 2014 y 2015 el sector de la construcción atravesó una etapa difícil que afectó directamente al sector ferretero provocando una disminución en las ventas de la línea de productos de la construcción, electricidad y plomería datos que fueron recolectados en la encuesta, durante el presente año el sector ha tenido una leve mejoría debido a la reconstrucción de las zonas afectadas por el terremoto del 16 de abril del 2016, es importante indicar que las decisiones y medidas restrictivas del gobierno para las

importaciones e incremento de impuestos han afectado negativamente a la empresa, esto ha influido en la rentabilidad mostrando una disminución de utilidades, puesto que con el fin de mantener el prestigio de la ferretería el gerente se ha visto obligado a cancelar costos altos por productos importados de buena calidad que son los que sus clientes prefiere.

5. Se aplicó análisis vertical y horizontal que permitieron analizar el estado actual de la empresa, mediante el análisis de los estados financieros se determinó que la empresa mantiene una buena rotación de inventarios, así como una efectiva gestión de cartera, además ha tratado de disminuir sus pasivos de un 89.72% a un 41.18% esta tendencia debe continuar con el fin de devolver la mayor autonomía de la empresa y de esta manera mejorar la rentabilidad puesto que ha disminuido en comparación con periodos anteriores.
6. En base al análisis de los estados financieros se determinó varias estrategias financieras que permitirán a la empresa mejorar su rentabilidad, como incentivos monetarios, implementar planes de publicidad para incrementar las ventas, establecer presupuestos operativos anuales con el fin de controlar los gastos y disminuir aquellos que no son planificados, establecer cronogramas para abastecimientos de la mercadería, además de la reclasificación de los gastos administrativos y de ventas, con el fin de ayudar a la empresa a mejorar la administración financiera y guiar la toma de decisiones logrando de esta manera el desarrollo de la misma e incrementando su participación actual en el sector.

4.2. Recomendaciones

1. Evaluar los estados financieros de forma trimestral, con el fin de tomar decisiones a corto y largo plazo para aumentar la rentabilidad de la empresa siendo necesario separar los del giro del negocio de los gastos por conceptos del hogar y de la finca del propietario, buscando así que la información que presenta en los estados financieros sea real y permita realizar un análisis financiero con el fin de ayudar al mejoramiento económico de la empresa.
2. Instaurar un fundamento teórico para el análisis trimestral de los estados financieros, para esto es necesario crear una cultura de auto educación mediante capacitaciones y lecturas de libros financieros mejorando así la toma de decisiones que permita el incremento de la rentabilidad sin sacrificar la estabilidad de la empresa.
3. Establecer análisis financieros periódicos que comparen entre dos periodos consecutivos y poder dar seguimiento al crecimiento o decrecimiento de la empresa, para esto es necesario depurar las cuentas contables, realizando primordialmente un levantamiento del mobiliario de la empresa con la valoración real de los mismos con el fin de clarificar la cuenta muebles y enseres puesto que el saldo que muestra no es real considerando que para las nuevas instalaciones se adquirió mobiliario.
4. Analizar periódicamente el sector ferretero, su entorno y la situación a la que se enfrentan sus clientes con el fin de tomar decisiones financieras que permitan aplacar las amenazas de la empresa y ofrecer mejores productos, plazos y servicios a sus clientes de esta manera se disminuye el impacto de las fuerzas externas a la empresa, permitiendo mejorar la estabilidad y el crecimiento de la misma.
5. Aplicar herramientas financieras para analizar los balances periódicamente para esto es necesario que se maneje una mejor clasificación entre los gastos administrativos y los gastos de ventas con el fin de no cargar gastos que no son inherentes a las actividades propias del giro del negocio en la utilidad operacional además debe hacer constar en sus estados financieros y en los movimientos contables las mercaderías que han sido adquiridas en consignación para mostrar saldos reales en las cuentas de inventarios, para que una vez vendidos sean registrados como corresponde y afecte a la utilidad neta.

6. En base a los análisis financieros establecer estrategias de gestión financiera para cada año de manera que permitan el desarrollo económico sustentable, así como el incremento sostenible de la rentabilidad asegurando su permanencia en el tiempo.

Bibliografía

1. (IASB), C. d. (2009). NIC 1 Presentación de Estados Financieros.
2. Aching Guzmán, C. (2016). Ratios Financieros y Matemáticas de la Mercadotecnia. España: J.L.
3. ACR. (17 de 01 de 2016). Crisis económica golpea a sector construcción. El Mercurio, pág. 7.
4. BCE. (05 de 2016). Banco Central del Ecuador. Recuperado el 30 de 06 de 2016, de Información Estadística Mensual No.1971 - Mayo 2016: <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>
5. Besley, S. (2001). Fundamentos de Administración Financiera. México: Mc Graw Hill.
6. Block , S., & Hirt, G. (2001). Fundamentos de Gerencia Financiera. México: Mc Graw Hill.
7. Bravo Malpica Gustavo, M. R. (2010). Administración Financiera. Instituto Politécnico Nacional.
8. Bravo Santillan, M., Lambreton Torres, V., & Márquez González, H. (2007). Intruducción a las Finanzas. México: Pearson Educación.
9. Brigham, E. F. (2006). Fundamentos de Administración Financiera. México: CECSA.
10. Cabrera, Á. S. (2016). Análisis crítico de la estructura organizacional en las OFCC. Tesis Doctorales de Economía.
11. CEE. (02 de 06 de 2015). Comité Empresarial Ecuatoriano. Recuperado el 28 de 06 de 2016, de <http://cee.org.ec/2015/07/25/un-analisis-al-sector-de-la-construccion/>
12. Comercio. (21 de 06 de 2015). El sector de la construcción está en riesgo de paralizarse. Recuperado el 01 de 06 de 2016, de Líderes: <http://www.revistalideres.ec/lideres/sector-construccion-ecuador-economia.html>
13. Constructor, M. (20 de 04 de 2016). Mundo Constructor. Recuperado el 01 de 07 de 2016, de <http://www.mundoconstructor.com.ec/construccion/comercial/544-el-sector-de-la-construccion-en-un-dif%C3%ADcil-2016.html>

14. contadores, D. K. (2005). Biblioteca de Administración y Contaduría UCLA. Obtenido de http://bibadm.ucla.edu/ve/cgi-win/be_alex.exe?Acceso=To70600013239/1&Nombrebd=baducla
15. EKOS. (2016). Proyecciones Ferreteras. Fierros, 10.
16. Europea, D. O. (28 de febrero de 2004). www.wikipedia.com. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>
17. García Santillán, A. (2010). Administración Financiera I. México: Creative Commons.
18. Gitman, L., & Zutter, C. (2012). Principios de administración financiera. México: Pearson Educación.
19. Helpman, E. (2004). El Misterio del Crecimiento Económico. Barcelona: Antoni Bosch.
20. Horne, J. C. (2000). Administración Financiera. México: Prentice Hall.
21. Marcial, C. P. (2012). Gestión Financiera. ECOE ediciones.
22. Morales Castro Arturo, M. C. (2014). Administración Financiera. Grupo Editorial Patria.
23. Morelos Gómez, J., Fontalvo Herrera, T., & De la Hoz Granadillo, E. (2012). Análisis de los indicadores financieros en las sociedades portuarias de Colombia. Entramado.
24. Nava Rosillón, M. (2009). Análisis Financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. Revista Venezolana de Gerencia.
25. Nava, J. A. (2014). Estrategias Financieras Empresariales. México: Grupo Editorial Patria.
26. Ocampo, E. (2009). Administración Financiera: Base para la toma de decisiones económicas y financieras. Nueva Legislación LTDA.
27. Palomares, J. (2015). Estados Financieros Interpretación y Análisis. Ediciones Pirámides.
28. Ramirez, H. B. (2016). Indicadores Financieros. Mexico: Umbral.
29. Siegel, J. k. (2004). Dirección Financiera. España: Mc Graw Hill.
30. Van Horne, C., & Wachowicz Jr, J. (2010). Fundamentos de Administración Financiera. México: Pearson Educación.

ANEXOS

Anexo A.- Encuesta



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Sede Santo Domingo de los Tsáchilas
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Encuesta aplicada a los representantes de las ferreterías de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Objetivo: Analizar la situación actual del sector ferretero del mercado en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Por favor maque con una X la respuesta que usted considere conveniente.

1. ¿Cuántos años tiene la empresa en el sector ferretero?

a. De 0 a 1 años	<input type="checkbox"/>	c. De 4 a 6 años	<input type="checkbox"/>
b. De 1 a 3 años	<input type="checkbox"/>	d. 6 años o más.	<input type="checkbox"/>

2. ¿Cuántas personas laboran en su empresa?

a. De 1 – 10 personas	<input type="checkbox"/>	c. De 21 – 30 personas	<input type="checkbox"/>
b. De 11 – 20 personas	<input type="checkbox"/>	d. Más de 30 personas	<input type="checkbox"/>

3. ¿A qué sector de la economía pertenece su empresa?

a. Persona obligada a llevar contabilidad	<input type="checkbox"/>	c. Sociedad	<input type="checkbox"/>
b. Persona no obligada a llevar contabilidad	<input type="checkbox"/>	d. Contribuyente especial	<input type="checkbox"/>

4. ¿Cuáles son los montos de compras anuales de la empresa?

a. Menos de \$ 10,000.00	<input type="checkbox"/>	c. De \$ 30,001.00 - \$ 60,000.00	<input type="checkbox"/>
b. De \$ 10,001.00 - \$ 30,000.00	<input type="checkbox"/>	d. Más de \$ 60,001.00	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cuáles son los montos de ventas mensuales de la empresa?

a. Menos de \$ 30,000.00	<input type="checkbox"/>	c. De \$ 80,001.00 - \$ 130,000.00	<input type="checkbox"/>
b. De \$ 30,001.00 - \$ 80,000.00	<input type="checkbox"/>	d. Más de \$ 130,001.00	<input type="checkbox"/>

6. ¿Qué porcentajes de sus ventas son a crédito?
- | | | | |
|--------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|
| a. El 0 % | <input type="checkbox"/> | c. Del 21 % al 30 % | <input type="checkbox"/> |
| b. Del 1 % al 20 % | <input type="checkbox"/> | d. Más del 30 % | <input type="checkbox"/> |
7. ¿Cuánto tiempo de crédito otorga a sus clientes?
- | | | | |
|----------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|
| a. No otorga crédito | <input type="checkbox"/> | c. De 31 a 60 días | <input type="checkbox"/> |
| b. De 1 a 30 días | <input type="checkbox"/> | d. Más de 60 días | <input type="checkbox"/> |
8. ¿Qué porcentajes de sus ventas se vuelven incobrables?
- | | | | |
|-----------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| a. Del 0% | <input type="checkbox"/> | c. Del 6% al 10% | <input type="checkbox"/> |
| b. Del 1% al 5% | <input type="checkbox"/> | d. Más del 10% | <input type="checkbox"/> |
9. ¿Cada cuánto tiempo realiza usted compras para abastecer a la empresa?
- | | | | |
|--------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| a. Semanal | <input type="checkbox"/> | d. Bimensual | <input type="checkbox"/> |
| b. Quincenal | <input type="checkbox"/> | e. Trimestral | <input type="checkbox"/> |
| c. Mensual | <input type="checkbox"/> | f. Más de 3 meses | <input type="checkbox"/> |
10. ¿Cuál es el plazo de crédito que le otorgan sus proveedores?
- | | | | |
|---------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|
| a. No tiene crédito | <input type="checkbox"/> | c. De 31 a 60 días | <input type="checkbox"/> |
| b. Menos de 30 días | <input type="checkbox"/> | d. Más de 60 días | <input type="checkbox"/> |
11. ¿En promedio a cuánto ascienden sus activos?
- | | | | |
|-----------------------------------|--------------------------|------------------------------------|--------------------------|
| a. Menos de \$ 20,000.00 | <input type="checkbox"/> | c. De \$ 60,001.00 - \$ 100,000.00 | <input type="checkbox"/> |
| b. De \$ 20,001.00 - \$ 60,000.00 | <input type="checkbox"/> | d. Más de \$ 100,000.00 | <input type="checkbox"/> |
12. ¿En promedio a cuánto ascienden sus pasivos?
- | | | | |
|-----------------------------------|--------------------------|------------------------------------|--------------------------|
| a. Menos de \$ 20,000.00 | <input type="checkbox"/> | c. De \$ 60,001.00 - \$ 100,000.00 | <input type="checkbox"/> |
| b. De \$ 20,001.00 - \$ 60,000.00 | <input type="checkbox"/> | d. Más de \$ 100,000.00 | <input type="checkbox"/> |
13. ¿Durante el último periodo económico ha obtenido utilidad o pérdida?
- | | | | |
|-------------|--------------------------|------------|--------------------------|
| a. Utilidad | <input type="checkbox"/> | b. Pérdida | <input type="checkbox"/> |
|-------------|--------------------------|------------|--------------------------|
14. ¿Qué porcentaje de crecimiento en el mercado ha tenido la empresa en los últimos años?
- | | | | |
|------------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| a. No tuvo crecimiento | <input type="checkbox"/> | c. Del 11% al 20% | <input type="checkbox"/> |
| b. De 1% al 10% | <input type="checkbox"/> | d. Más del 20% | <input type="checkbox"/> |

15. ¿Se ha visto afectada la empresa por las decisiones políticas y económicas del gobierno?
- a. Sí b. No
16. ¿Qué productos han tenido una disminución importante en las ventas?
- a. De plomería c. De construcción
- b. De electricidad d. Otros
- Cuales _____
17. ¿Qué factores considera que han afectado los niveles de venta de la empresa?
- a. Competencia d. Restricción de importaciones
- b. Aranceles e. Impuestos
- c. Decrecimiento del sector de la construcción f. Otros
- Cuales _____
18. ¿Cuál es el porcentaje de participación de la empresa en el sector ferretero?
- a. Menos del 10% c. Del 21% al 30%
- b. Del 11% al 20% d. Más del 30%
19. ¿Ha realizado alguna vez un análisis financiero para determinar la situación actual de la empresa?
- a. Sí b. No
20. ¿En su empresa han aplicado estrategias para incrementar los ingresos?
- a. Sí b. No
21. ¿Considera usted que el análisis financiero es importante para la toma de decisiones de la empresa?
- a. Sí b. No

Gracias por su colaboración.

Anexo B.- Entrevista



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Sede Santo Domingo de los Tsáchilas
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Objetivo: Conocer desde el punto de vista del empresario emprendedor la situación actual del sector ferretero, así como el fundamento de las decisiones financieras tomadas para el desarrollo de la empresa en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

1. ¿Considera usted que las políticas que el gobierno ha implementado en los últimos tres años han afectado de forma negativa a su empresa?

Correcto, he bueno yo siempre digo, por ejemplo cuando uno tiene he, una empresa siempre debe ir ayudado por una institución financiera, lamentablemente por ejemplo para nosotros se nos cerraron las puertas, he y bueno no le echo la culpa al banco porque yo siempre digo ósea yo por ejemplo como empresario, si alguien veo que no está en una posición económica muy bien yo trato de cerrarles, ósea no puedo darle un crédito, entonces el banco no tenía seguridad en nadie, ósea y no tiene todavía seguridad de nadie aquí en el país, ósea porque sabe que todos estamos en la cuerda floja y sobre todo a nosotros nos afectó mucho desde que hubieron las salvaguardas, he las ventas se bajaron en un 40 a 50 porciento, en las empresas que normalmente, yo facturaba a empresas entre 10,000.00 a 15,000.00 dólares mensuales se bajaron a 400 - 500 dólares mensuales, ellos cerraron sus bodegas y solamente trabajaban directamente con nosotros, solamente lo que necesitaban, ahora entonces eso fue un he un remesón que nos dieron a todos por ejemplo las empresas tuvieron que cerrar por qué? Porque por ejemplo el momento que hubo las salvaguardas, sobre todo con una empresa de piña, ellos entregaban en Chile, pero el gobierno puso salvaguardas para las manzanas y uvas y todo eso, entonces allá cerraron también, ósea comenzaron a ponerles trabas a los productos de acá y ese fue un problema muy grande.

2. ¿De qué manera afecta la crisis económica del país a su empresa?

Bueno nosotros como empresa somos netamente comerciales y el rato que no haya un flujo de capital, el rato que no haya un circulante, ósea lamentablemente nosotros nos paralizamos entonces no hubo construcciones, a parte, como le decía industrial se paralizó y eso para nosotros es terrible entonces, por eso digo que no sé qué es lo que suceda o el poco capital que normalmente se ha tenido es el que ha hecho que nuevamente se retomen las cosas.

3. ¿Considera usted que es posible disminuir el impacto de la crisis económica del país en su empresa mediante la toma de decisiones fundamentadas en análisis financiero?

He bueno en realidad por ejemplo yo creo que la rentabilidad es uno de los factores muy importantes, ósea sobre todo yo me manejo de esa manera, siempre he dicho y me he manifestado de que yo debo ganar porque debo ganar, porque tengo gastos y el rato de que, por ejemplo, yo ya no gane un porcentaje que debo, por ejemplo mi empresa se va a comenzar a tambalear, de pronto me llega a pasar un problema y van a ser factores que van a afectar netamente, entonces yo creo que si es importante, si es muy importante.

4. ¿A qué factores atribuye usted el decrecimiento en sus ventas?

He salvaguardas, inversiones ósea no hubieron inversionistas, he por ejemplo he, el gobierno se alió, para mi forma de pensar, he con empresas que no daban, no traen ósea hasta ahora productos que satisfagan netamente, por ejemplo le pongo un ejemplo Kiwi es una empresa que trae productos, he tuper que son mexicanos de muy buena calidad y a ellos por ejemplo no les permiten que ingresen, pero entran cualquier cantidad por medio de Gerardo Ortiz o de Juan Eljuri de producto chino, que nos están es abarrotando y son productos que en realidad a nadie les satisface, o sea el cliente en la construcción que entiende de eso por ejemplo no compra entonces eso son los problemas, (productos que no se conocen muy bien) ósea se conocen pero no se conoce la procedencia, entonces he, los productos de buena calidad el gobierno ha puesto trabas para que ingresen, no ingresan o si ingresan, ingresan con unos costos altísimos entonces esas son una de las trabas (y difícil de adquirirlos) correcto.

5. ¿En base a qué criterios toma usted las decisiones para el crecimiento de la empresa?

Haber, normalmente por ejemplo, he en estos tiempos, he nosotros no hemos estado creciendo nos hemos estado manteniendo por el sistema que le digo, en realidad yo, yo tomaría, mi factor principal es por ejemplo la atención al cliente, ósea uno de los factores más importantes por ejemplo porque, como le digo por ejemplo, no hay producto como para poder competir ahorita, yo siempre me he manejado en una línea de traer productos de que no sean de baja calidad, ósea siempre le digo yo al cliente, mi lema es siempre decirle al cliente, sabe que yo quiero que me venga a comprar pero un buen producto, entonces esas de pronto son mis estrategias, ósea una buena atención, he tratar de buscar un buen producto, no me inclino mucho por el precio, no me inclino mucho por el precio porque si me pongo a competir por precios en el mercado hay cosas que en realidad no sirven y entonces por ejemplo, un ejemplo es en el mercado ahí candado Globe que la gente compra por ejemplo por caja de 150-160 docenas, yo por ejemplo no puedo vender en el trimestre doce candados de esos pero en cambio yo todos los meses consumo, he que será pues, más o menos un monto de 5,000.00 dólares en cerraduras viro y en candados viro que son italianos, que por ejemplo un candado viro vale un promedio más o menos de unos 30 dólares y un candado Globe vale unos 60 entonces ese es mi mercado, ósea y yo apunto siempre allá por ejemplo para la calidad, para el buen servicio y esas son mis metas ósea siempre tomar en cuenta y una de las cosas importantes es que mi ferretería sea, chuta que aquí vengan y encuentren de todo, ese el servicio que a mí me gusta dar, la satisfacción al cliente correcto.

6. ¿Evalúa los estados financieros de la empresa para la toma de decisiones?

Si, si los evaluó.

7. ¿Qué factores tanto externos como internos considera usted que han influido en la rentabilidad en los últimos años?

Internos podrían ser este, vuelvo y repito este la atención al cliente he, yo siempre soy de las personas que les ha inculcado mucho a los muchachos que por ejemplo, el cliente puede hablar lo que sea pero él tiene la razón y externamente por ejemplo la satisfacción de mis mismos clientes porque yo por ejemplo tengo clientes de quince años, empresas que aparte de

todo los problemas que han surgido siguen comprando, entonces eso me da a mí la satisfacción, de que mis clientes están satisfechos y ese puede ser uno de mis factores.

8. ¿Considera que con los ingresos generados por la empresa cubren las obligaciones contraídas en el periodo?

Sí.

Gracias por su colaboración.

Anexo C. Fotografías ferretería

Anexo C-1. Ferretería J & J exterior



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Anexo C-2. Ferretería J & J exhibiciones



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Anexo C-3. Ferrería J & J Bodega

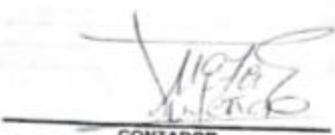


Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Ana Gómez/2016.

Anexo D. Estados financieros

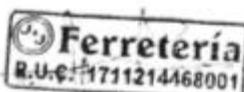
Anexo D-1. Balance general 2014

VIVANCO SANCHEZ JORGE EDUARDO		
BALANCE GENERAL		
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014		
ACTIVOS		
Activos Corrientes		
Caja		406,299.49
Caja Chica		
Bancos		
Banco del Pichincha		
Banco Produbanco	156.04	
Banco Pacifico	1,495.57	
Clientes	1,272.72	
Impuesto Salida de Divisas ISD	25,906.12	
Retenciones en la fuente año actual	75.16	
Retenciones años anteriores	3,200.95	
Anticipo Impuesto a la Renta 2014	11,813.75	
Credito Tributario	2,997.50	
Inventario de Mercaderia	4,052.88	
	355,328.74	
Activos Fijos		
Terrenos		240,486.93
Muebles y Enceres	213,070.46	
Deprec.Acum de Muebles y Enceres	1,000.00	
Vehiculos Toyota Fortuner año 2011 JBA1251 blanco	-400.00	
Deprec.Acum de Vehiculos Toyota Fortuner año 2011 JBA1251 blanco	40,000.00	
Vehiculo Ford, Camioneta 2013	-32,000.00	
Deprec. Acum. Ford Camioneta 2013	33,026.79	
Equipos de Computacion y Software	-13,210.72	
Deprec.Acum. Equipos de Computacion y Software	3,000.00	
	-3,999.60	
PASIVOS		
Pasivo Corriente		
Cuentas por pagar		284,624.06
Proveedores		
Por Pagar a Terceros	76,410.65	
Aporte Patronal IESS	203,176.45	
Con la Administracion Tributaria	619.70	
Iva por Pagar	396.56	
Anticipo Impuesto a la Renta por Pagar	0.00	
15% Participacion Trabajadores	2,669.20	
	1,351.50	
Hipotecas por pagar		
Prest.banc.por pagar C/P		
Tarjetas de Credito Visa Pichincha		98,680.04
Tarjetas de Credito Diners	1,181.43	
Tarjetas de Credito Visa Titanium	551.45	
Tarjetas de Credito Banco del Pacifico	338.75	
Bco. Fomento K. 69.350	362.56	
Bco. Pacifico K. 300.000	22,150.17	
Bco. Pichincha K. 39.177	66,260.28	
	7,835.40	
Prest.banc.por pagar L/P		
Bco. Fomento K. 69.350		196,998.19
Bco. Pacifico K. 300.000	47,199.83	
Bco. Pichincha K. 39.177	137,283.80	
	12,514.56	
CAPITAL		
Capital Social		
Capital Neto		66,484.13
Utilidad del ejercicio	38,586.41	
Utilidad del ejercicio anterior	7,658.50	
SUMAN IGUALES	20,239.22	
	<u>646,786.42</u>	<u>646,786.42</u>
		
		
CONTADOR Ing. Cpa. Ma. Fernanda Ludeña No. Mat.23080065		

Anexo D-2. Balance general 2015

VIVANCO SANCHEZ JORGE EDUARDO
BALANCE GENERAL
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015

ACTIVOS		
Activos Corrientes		327,043.61
Banco del Pichincha	1,781.18	
Banco Produbanco	2,457.10	
Banco Pacifico	1,916.14	
Cientes	25,345.31	
Otras Cuentas por Cobrar	1,800.00	
Impuesto Salida de Divisas ISD	35.19	
Retenciones en la fuente año actual	3,423.28	
Retenciones años anteriores	12,420.66	
Anticipo Impuesto a la Renta 2015	3,143.46	
Credito Tributario	0.00	
Inventario de Mercadería	274,721.29	
Activos Fijos		476,781.17
Terreno Local Comercial Via Quevedo	213,070.46	
Edificio Local Comercial Via Quevedo	250,000.00	
Muebles y Enceres	1,000.00	
Deprec. Acum.de Muebles y Enceres	-500.00	
Vehiculos Toyota Fortuner año 2011 JBA1251 blanco	40,000.00	
Deprec. Acum.de Vehiculos Toyota Fortuner año 2011 JBA1251 blanco	-40,000.00	
Vehiculo Ford, Camioneta 2013	33,026.79	
Deprec. Acum. Ford Camioneta 2013	-19,816.08	
Equipos de Computacion y Software	3,000.00	
Deprec. Acum. Equipos de Computacion y Software	-3,000.00	
PASIVOS		
Pasivo Corriente		193,602.73
Proveedores	9,865.28	
Por Pagar a Terceros	88,370.86	
Aporte Patronal IESS	452.35	
Con la Administracion Tributaria	156.60	
Iva por Pagar	132.70	
Anticipo Impuesto a la Renta por Pagar	3,200.96	
15% Participacion Trabajadores	1,119.25	
Hipotecas por pagar		
Prest.banc.por pagar C/P		
Tarjetaa de Credito Visa Pichincha	368.50	
Tarjetaa de Credito Diners	427.69	
Tarjetaa de Credito Visa Titanium	1.74	
Bco. Fomento K. 69.350	15,411.12	
Bco. Pacifico K. 300.000	66,260.28	
Bco. Pichincha K. 39.177	7,835.40	
Prest.banc.por pagar L/P		137,395.53
Bco. Fomento K. 69.350	46,233.32	
Bco. Pacifico K. 300.000	84,498.13	
Bco. Pichincha K. 39.177	6,664.08	
CAPITAL		
Capital Social		472,826.52
Capital Neto	438,586.41	
Utilidad del ejercicio	6,342.39	
Utilidad del ejercicio anterior	27,897.72	
SUMAN IGUALES		
	803,824.78	803,824.78



Trid.

Anexo D-3. Estado de Resultados 2014

VIVANCO SANCHEZ JORGE EDUARDO RUC 1711214468001		Estado de perdidas y ganancias desde 01/Ene/2014 Hasta 31/Dic/2014	
Cuenta	Detalle de Cuenta		Total
4	INGRESOS		
4.1.	VENTAS NETAS		
4.1.1.001.100	VENTAS 01 IVA	14,904.18	
4.1.1.001.110	VENTAS 12% IVA	425,389.56	
4.1.2.001.100	DEVOLUCION EN VENTAS 01 IVA	(7,563.47)	
4.1.2.001.110	DEVOLUCION EN VENTAS 12% IVA	(3,455.33)	
		<u>429,275.92</u>	<u>429,275.92</u>
	TOTAL DE INGRESOS		429,275.92
5	EGRESOS		
5.1.	COSTOS DE VENTA		
5.1.1.001.100	COSTO VENTAS	(7,279.99)	
		<u>(7,279.99)</u>	
5.2.	COMPRAS		
5.2.1.001.010	COMPRAS CON IVA 0%	19,061.70	
5.2.1.001.020	COMPRAS CON IVA 12%	461,799.80	
5.2.1.001.021	IMPORTECIIONES EN COMPRAS	196.00	
5.2.2.001.100	DEVOLUCION COMPRAS 12% IVA	(17,196.64)	
5.2.2.001.110	DEVOLUCION COMPRAS 0% IVA	(702.44)	
		<u>469,060.42</u>	
5.3.	GASTOS DE VENTA		
5.3.2.001.110	GASTOS DE REPRESENTACION	1,829.51	
5.3.2.001.118	VIAJES Y MOVILIZACIONES	103.99	
5.3.2.001.122	GASTOS DE TRANSPORTE	2,268.40	
5.3.2.001.124	SERVICIOS OCASIONALES	3,017.86	
5.3.2.001.126	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	476.43	
5.3.2.001.128	MANTENIMIENTO Y REPARACION VEHICULOS	1,879.71	
5.3.2.001.129	COMUTIBLES Y LUBRICANTES	1,533.00	
5.3.2.001.902	IMPUESTO TASAS Y CONTRIBUCIONES	499.00	
		<u>11,403.79</u>	
5.4.	GASTOS ADMINISTRATIVOS		
5.4.1.001.100	SUELDO Y SALARIOS	30,574.10	
5.4.1.001.104	AFOETE PATRONAL IESS	3,709.89	
5.4.1.001.105	BONIFICACION CINCO INGRESOS	755.00	
5.4.1.001.107	SEGUNDO TERCER SUELDO	2,408.34	
5.4.1.001.108	SEGUNDO CUARTO SUELDO	2,256.28	
5.4.1.001.112	FONDO DE RESERVA	2,127.65	
5.4.1.001.114	SUMINISTRO DE OFICINA	1,705.81	
5.4.1.001.115	MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	7,323.01	
5.4.1.001.116	SUMINISTRO DE LIMPIEZA	60.21	
5.4.1.001.118	CONSUMO DE LIT	1,670.26	
5.4.1.001.119	CONSUMO DE TELEFONO	31.54	
5.4.1.001.127	REFRIGERIO DEL PERSONAL	2,111.27	
5.4.1.001.128	SERVICIOS DE COORDINARIA	2,396.08	
5.4.1.001.126	GASTOS LEGALES	15.20	
5.4.1.001.132	MANTENIMIENTO OFICINA	9,001.12	
5.4.1.001.133	GASTOS DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	15,705.28	
5.4.1.001.136	GASTOS DE UNIFORMES	2,044.95	
5.4.1.001.138	AGUA PURIFICADA	32.06	
5.4.1.001.139	SERVICIOS CONTABLES	3,437.50	
5.4.1.001.141	IVA QUE SE CARGA AL GASTO	80.72	
5.4.1.001.144	ERENDOS AGRICOLAS	7,437.56	
5.4.1.001.200	SUMINISTROS Y MATERIALES	643.58	
5.4.1.001.201	CAPACITACION DE PERSONAL	4,760.40	
5.4.1.001.202	GASTOS MEDICOS PERSONAL	3,771.47	
		<u>104,237.75</u>	
5.5.	GASTOS FINANCIEROS		
5.5.1.001.079	INTERESES POR PRESTAMO	26,706.49	
5.5.1.001.073	SERVICIOS BANCARIOS	1,251.46	
		<u>27,957.95</u>	
5.7.	PARTICIPACION TRABAJADORES E INGRESOS		
5.7.01.010	12% DE PARTICIPACION A TRABAJADORES	1,351.50	
		<u>1,351.50</u>	
	TOTAL DE EGRESOS		127,425.42
	RESULTADO DE PERIODO		358.50

 **Ferreteria**
R.U.C. 1711214468001

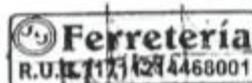
Vivanco

Anexo D-4. Estado de Resultados 2015

VIVANCO SANCHEZ JORGE EDUARDO
RUC 1711214468001

Estado de perdidas y ganancias desde 01/ene/2015 Hasta 31/dic/2015

Cuenta	Nombre de Cuenta	Total
INGRESOS		
VENTAS NETAS		
VENTAS 0% IVA	40,938.40	
VENTAS 12% IVA	526,153.61	
DEVOLUCION EN VENTAS 0% IVA	-1,113.24	
DEVOLUCION EN VENTAS 12% IVA	-16,167.84	
	<u>549,810.93</u>	
TOTAL DE INGRESOS		549,810.93
EGRESOS		
COSTO VENTAS		
	<u>80,607.45</u>	
		80,607.45
COMPRAS		
COMPRAS CON IVA 0%	12,338.04	
COMPRAS CON IVA 12%	351,192.17	
DEVOLUCION COMPRAS 12% IVA	-14,916.62	
DEVOLUCION COMPRAS 0% IVA	-707.91	
	<u>347,905.68</u>	
GASTOS DE VENTA		
VIATICOS Y MOVILIZACIONES	396.00	
GASTOS DE TRANSPORTE	2,090.30	
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	33.12	
MAINTENIMIENTO Y REPARACION VEHICULOS	2,381.83	
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	1,456.07	
IMPUESTOS TASAS Y CONTRIBUCIONES	844.12	
	<u>7,201.44</u>	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
SUELDOS Y SALARIOS	36,840.72	
APORTE PATRONAL IESS	4,476.15	
DECIMO TERCER SUELDO	3,104.82	
DECIMO CUARTO SUELDO	2,298.05	
BONIFICACION	1,204.38	
FONDO DE RESERVA	2,049.71	
SUMINISTRO DE OFICINA	1,966.32	
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	232.93	
SUMINISTRO DE LIMPIEZA	3.85	
CONSUMO DE TELEFONO	729.95	
CONSUMO DE AGUA	513.93	
SERVICIOS DE GUARDIANA	710.00	
HONORARIOS PROFESIONALES	1,000.00	
MANTENIMIENTO OFICINA	4,470.07	
AGUA PURIFICADA	30.82	
SERVICIOS CONTABLES	3,795.45	
CONSUMO TELEFONIA CELULAR	30.65	
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	14,705.36	
SUMINISTROS Y MATERIALES	532.50	
	<u>78,695.66</u>	
GASTOS FINANCIEROS		
INTERESES POR PRESTAMO	27,530.95	
SERVICIOS BANCARIOS	408.11	
	<u>27,939.06</u>	
PARTICIPACION TRABAJADORES E IMPUESTOS		
15% DE PARTICIPACION A TRABAJADORES	1119.25	
	<u>1119.25</u>	
TOTAL DE EGRESOS		543,468.54
RESULTADO DE PERIODO		6,342.39



Jorge Sanchez

Anexo E. Estado de Resultados 2

CUENTAS	Periodo 2014	A. Vertical 2014	Periodo 2014	A. Vertical 2014	Periodo 2015	A. Vertical 2015	A. Horizontal 2014 - 2015
Venas netas	\$ 635.283,92	100,00%	\$ 635.283,92	100,00%	\$ 549.810,93	100,00%	-13,45%
Ventas 0% IVA	\$ 14.904,16	2,35%	\$ 14.904,16	2,35%	\$ 40.938,40	7,45%	174,68%
Ventas 12% IVA	\$ 625.388,56	98,44%	\$ 625.388,56	98,44%	\$ 526.153,61	95,70%	-15,87%
Devolución en ventas 0 % IVA	\$ (1.553,47)	-0,24%	\$ (1.553,47)	-0,24%	\$ (1.113,24)	-0,20%	-28,34%
Devolución en ventas 12 % IVA	\$ (3.455,33)	-0,54%	\$ (3.455,33)	-0,54%	\$ (16.167,84)	-2,94%	367,91%
Costos de ventas	\$ (7.279,99)	-1,15%	\$ (7.279,99)	-1,15%	\$ (80.607,45)	-14,66%	-1207,25%
Costo de ventas	\$ (7.279,99)	-1,15%	\$ (7.279,99)	-1,15%	\$ (80.607,45)	-14,66%	1007,25%
Compras	\$ 488.080,42	76,83%	\$ 488.080,42	76,83%	\$ 347.905,68	63,28%	-28,72%
Compras con IVA 0%	\$ 19.061,70	3,00%	\$ 19.061,70	3,00%	\$ 12.338,04	2,24%	-35,27%
Compras con IVA 12%	\$ 481.799,80	75,84%	\$ 481.799,80	75,84%	\$ 351.192,17	63,88%	-27,11%
Importaciones en compras	\$ 196,00	0,03%	\$ 196,00	0,03%	\$ -	0,00%	-100,00%
Devolución en compras 12% IVA	\$ (12.194,64)	-1,92%	\$ (12.194,64)	-1,92%	\$ (14.916,62)	-2,71%	22,32%
Devolución en compras 0% IVA	\$ (782,44)	-0,12%	\$ (782,44)	-0,12%	\$ (707,91)	-0,13%	-9,53%
Utilidad bruta	\$ 154.483,49	24,32%	\$ 139.923,51	22,03%	\$ 121.297,80	22,06%	-21,48%
Gastos de venta	\$ 11.683,79	1,84%	\$ 11.683,79	1,84%	\$ 7.201,44	1,31%	-38,36%
Gastos de representación	\$ 1.928,51	0,30%	\$ 1.928,51	0,30%	\$ -	0,00%	-100,00%
Viáticos y movilizaciones	\$ 105,99	0,02%	\$ 105,99	0,02%	\$ 396,00	0,07%	273,62%
Gastos de transporte	\$ 2.284,40	0,36%	\$ 2.284,40	0,36%	\$ 2.090,30	0,38%	-8,50%
Servicios ocasionales	\$ 3.017,86	0,48%	\$ 3.017,86	0,48%	\$ -	0,00%	-100,00%
Publicidad y propaganda	\$ 476,42	0,07%	\$ 476,42	0,07%	\$ 33,12	0,01%	-93,05%
Mantenimiento y reparación de vehículos	\$ 1.879,71	0,30%	\$ 1.879,71	0,30%	\$ 2.381,83	0,43%	26,71%
Combustibles y lubricantes	\$ 1.535,90	0,24%	\$ 1.535,90	0,24%	\$ 1.456,07	0,26%	-5,20%
Impuestos tasas y contribuciones	\$ 455,00	0,07%	\$ 455,00	0,07%	\$ 844,12	0,15%	85,52%
Gastos administrativos	\$ 104.237,75	16,41%	\$ 104.237,75	16,41%	\$ 78.695,66	14,31%	-24,50%
Sueldos y salarios	\$ 30.534,10	4,81%	\$ 30.534,10	4,81%	\$ 36.840,72	6,70%	20,65%
Aporte patronal IESS	\$ 3.709,89	0,58%	\$ 3.709,89	0,58%	\$ 4.476,15	0,81%	20,65%
Bonificación	\$ 755,08	0,12%	\$ 755,08	0,12%	\$ 1.204,38	0,22%	59,50%
Decimos tercer sueldo	\$ 2.408,34	0,38%	\$ 2.408,34	0,38%	\$ 3.104,82	0,56%	28,92%
Décimo cuarto sueldo	\$ 2.256,28	0,36%	\$ 2.256,28	0,36%	\$ 2.298,05	0,42%	1,85%
Fondo de reserva	\$ 2.137,65	0,34%	\$ 2.137,65	0,34%	\$ 2.049,71	0,37%	-4,11%
Suministro de oficina	\$ 1.705,91	0,27%	\$ 1.705,91	0,27%	\$ 1.966,32	0,36%	15,27%
Mantenimiento de equipo	\$ 7.323,01	1,15%	\$ 7.323,01	1,15%	\$ 232,93	0,04%	-96,82%
Suministro de limpieza	\$ 88,21	0,01%	\$ 88,21	0,01%	\$ 3,85	0,00%	-95,64%
Consumo de luz	\$ 1.670,26	0,26%	\$ 1.670,26	0,26%	\$ -	0,00%	-100,00%
Consumo de teléfono	\$ 31,54	0,00%	\$ 31,54	0,00%	\$ 729,95	0,13%	2214,36%
Agua		0,00%		0,00%	\$ 513,93	0,09%	
Refrigerios del personal	\$ 2.111,27	0,33%	\$ 2.111,27	0,33%	\$ -	0,00%	-100,00%
Servicios de guardiana	\$ 2.396,08	0,38%	\$ 2.396,08	0,38%	\$ 710,00	0,13%	-70,37%
Honorarios profesionales		0,00%		0,00%	\$ 1.000,00	0,18%	
Gastos legales	\$ 15,20	0,00%	\$ 15,20	0,00%	\$ -	0,00%	-100,00%
Mantenimiento oficina	\$ 9.001,11	1,42%	\$ 9.001,11	1,42%	\$ 4.470,07	0,81%	-50,34%
Gastos depreciación activos fijos	\$ 15.705,26	2,47%	\$ 15.705,26	2,47%	\$ 14.705,36	2,67%	-6,37%
Gastos de uniformes	\$ 2.044,95	0,32%	\$ 2.044,95	0,32%	\$ -	0,00%	-100,00%
Agua purificada	\$ 12,06	0,00%	\$ 12,06	0,00%	\$ 30,82	0,01%	155,56%
Servicios contables	\$ 3.437,50	0,54%	\$ 3.437,50	0,54%	\$ 3.795,45	0,69%	10,41%
Consumo telefonía celular		0,00%		0,00%	\$ 30,65	0,01%	
IVA que se carga al gastos	\$ 80,72	0,01%	\$ 80,72	0,01%	\$ -	0,00%	-100,00%
Insumos agrícolas	\$ 7.637,56	1,20%	\$ 7.637,56	1,20%	\$ -	0,00%	-100,00%
Suministros y materiales	\$ 643,50	0,10%	\$ 643,50	0,10%	\$ 532,50	0,10%	-17,25%
Capacitación de personal	\$ 4.760,60	0,75%	\$ 4.760,60	0,75%	\$ -	0,00%	-100,00%
Gastos médicos personal	\$ 3.771,67	0,59%	\$ 3.771,67	0,59%	\$ -	0,00%	-100,00%
Utilidad operacional	\$ 38.561,95	6,07%	\$ 24.001,97	3,78%	\$ 35.400,70	6,44%	-8,20%
Gastos financieros	\$ 29.551,95	4,65%	\$ 29.551,95	4,65%	\$ 27.939,06	5,08%	-5,46%
Intereses por préstamo	\$ 28.300,49	4,45%	\$ 28.300,49	4,45%	\$ 27.530,95	5,01%	-2,72%
Servicios bancarios	\$ 1.251,46	0,20%	\$ 1.251,46	0,20%	\$ 408,11	0,07%	-67,39%
Utilidad antes de intereses e impuestos	\$ 9.010,00	1,42%	\$ (5.549,98)	-0,87%	\$ 7.461,64	1,36%	-17,18%
15% de participación a trabajadores	\$ 1.351,50	0,21%	\$ (832,50)	-0,13%	\$ 1.119,25	0,20%	-17,18%
Utilidad antes del ir	\$ 7.658,50	1,21%	\$ (4.717,48)	-0,74%	\$ 6.342,39	1,15%	-17,18%
IR 22%	\$ 1.684,87	0,27%	\$ (1.037,85)	-0,16%	\$ 1.395,33	0,25%	-17,18%
Utilidad neta	\$ 5.973,63	0,94%	\$ (3.679,64)	-0,58%	\$ 4.947,07	0,90%	-17,18%