

Dedicatoria:

A mis padres, porque con su ejemplo, amor y dedicación, han guiado cada día de mi vida. Gracias a ellos y a todas aquellas personas que de una u otra manera contribuyeron para que hoy pueda concluir mis estudios universitarios.

PEDRO

Dedicatoria:

De una manera muy especial a mis padres y a mi esposa, quienes con apoyo y dedicación me brindaron la confianza necesaria para salir adelante, y a todas las personas que con su respaldo incondicional han hecho posible la culminación de una etapa más en mi vida.

FRANCISCO

Agradecimientos:

A nuestro director de tesis, Econ. Vladimir Proaño,
Porque gracias a su apoyo, conocimientos y orientación, ha sido
posible la realización de este trabajo

LOS AUTORES

Todas las ideas y conceptos vertidos a lo largo de la presente tesis son de absoluta responsabilidad de los autores

Francisco Toral M

Pedro Sanchez C

RESUMEN EJECUTIVO

El presente ensayo hace referencia a una investigación de la situación actual de la empresa Construgypsum Cía. Ltda.; su entorno económico en el que se desempeña, el nicho del mercado en el cual tiene oportunidad de ingresar, y los factores competitivos que debe superar.

Para complementar el análisis, se hace una revisión de la situación financiera, como está ahora la Compañía, cuales son las políticas que debe adoptar para mejorar sus utilidades y una proyección de tres años para medir como va a estar la empresa en el futuro.

Finalmente en las conclusiones se destaca que la empresa, debe mejorar sus rendimientos, buscando alianzas estratégicas con otros proveedores, que complementen la línea de producto y adicionalmente que con el mismo esfuerzo y personal se pueden incrementar las ventas.

ABSTRACT

The following essay is about a study of an investigation of CONSTRUGYSUM COMPANY's actual situation; its economic environment in which is developing, the market place where it does have a chance to get in and all the different competitive factors that have to beat.

To complete the analysis a financial revision has been done; as the Company's situation, the different strategies that as well has to adopt in order to improve its profits an a three years projection to see how the company will be at future.

Finally, the conclusion has bring up that Construgysum should make better its returns by looking strategic alliances with different suppliers in order to complete the product line and improve the sales additionally with the same effort and staff.

Dedicatoria:

A mis padres, porque con su ejemplo, amor y dedicación, han guiado cada día de mi vida. Gracias a ellos y a todas aquellas personas que de una u otra manera contribuyeron para que hoy pueda concluir mis estudios universitarios.

PEDRO

Dedicatoria:

De una manera muy especial a mis padres y a mi esposa, quienes con apoyo y dedicación me brindaron la confianza necesaria para salir adelante, y a todas las personas que con su respaldo incondicional han hecho posible la culminación de una etapa más en mi vida.

FRANCISCO

INDICE

PÁGINA

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I: ANÁLISIS DEL ENTORNO

1. LA SITUACIÓN SOCIAL, ECONÓMICA Y POLÍTICA DEL PAÍS.....	1
1.1. Análisis Económico de los últimos años (Periodo 1999-2005).....	1
1.1.1. Sector Monetario.....	1
1.1.1.1. Análisis de la Inflación.	1
1.1.1.2. Análisis de las Tasas Interés.....	2
1.1.1.2.1. Tasas de Interés Activa y Pasiva Referenciales.....	2
1.1.2.1. Análisis de las Finanzas Públicas.....	4
1.1.2.2. Situación Fiscal.	4
1.1.3 Sector Real.	9
1.1.3.1 El crecimiento de la economía.	9
1.1.4 Análisis del Sector Externo.	12
1.1.5.- Análisis del Sector de la Construcción.	16
1.1.5.1. Análisis del sector de la Construcción en Cuenca.	16
1.1.5.2 – Impacto el TLC en la Construcción.	20

CAPITULO II

2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE CONSTRUGYPSUM.22
2.1. Generalidades de la empresa.22
2.1.1. Misión.22
2.1.2. Visión.22
2.1.3. Lema.23
2.2 Posicionamiento en el mercado.23
2.2.1. Líneas de Producto. 23
2.2.2 Ventas por Línea.24
2.2.3 Productos sustitutos.28
2.2.4. COMPETENCIA DIRECTA.29
2.2.4.1 La situación de la empresa con respecto a la competencia tanto productos sustitutos como competencia directa.....	29
2.2.5. Matriz F.O.D.A.30
2.2.6. Las Cinco Fuerzas de Porter.31
2.3. Situación Económica Financiera....32
2.3.1. Análisis Financiero.32
2.3.2 Estructura Patrimonial.33
2.3.3. Proyecciones en Ventas.34
2.3.4. Proyecciones del Balance General.36
2.3.5. Capital de Trabajo y necesidades de Capital de Trabajo.....	37
2.3.6 El periodo de maduración de la Empresa.38
2.4. Análisis Económico.38
2.4.1. Análisis de la Rentabilidad.38
2.4.2. Análisis del Punto de Equilibrio.39

CAPÍTULO III

3. EL NUEVO ENFOQUE EMPRESARIAL.	40
3.1. Estrategias a Implementarse.	40
3.2. Proyección de los Resultados.	40
3.3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
3.3.1. CONCLUSINES.	41
3.3.2. RECOMENDACIONES.	42

ANEXOS

BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCIÓN

En este estudio, vamos a analizar a Construgypsum Cía. Ltda., que es una empresa que se dedica a la comercialización e instalación de productos para la construcción, se creación es reciente y venía funcionando con otra Razón Social como Persona Natural; se dedica a la distribución de reconocidas marcas de productos para la construcción, que dan soluciones de conducción de agua, cubiertas, losas alivianadas, paredes de rápida instalación, cielo rasos y complementos.

Es oportuno recalcar que para el siguiente trabajo, se realiza un estudio económico financiero, para el cual se ha considerado que los empresarios necesitan conocer el entorno en el que está trabajando, y se ha analizado las principales variables macroeconómicas que afectan al crecimiento y desarrollo del país afectando en consecuencia a la empresa. Paralelamente se hizo un análisis del Sector de la Construcción, dentro del Ecuador y localmente la ciudad de Cuenca, enfatizando en los principales aspectos de Crédito y necesidad de vivienda.

A continuación se hizo un completo análisis de la empresa, destacando aspectos fundamentales como líneas de producto, participación de mercado, niveles de venta y un completo análisis financiero, enfatizando que no se profundizó en un análisis de mercado, ya que hubiera implicado otro tipo de investigación. Pero se recurrió a la experiencia que se tiene en el medio.

El trabajo está organizado en tres capítulos, el primer capítulo expone el análisis del entorno, y la situación social y económica del país. El segundo capítulo comprende una investigación de la empresa, y la situación actual. Y el tercer capítulo se dedica a hacer conclusiones sobre el nuevo enfoque empresarial, estrategias a implementarse conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DEL ENTORNO

En este capítulo se va a analizar el comportamiento del Sector Monetario, Fiscal y Real en la Economía Ecuatoriana, durante el periodo 1999-2005, dentro de los cuales trataremos la Inflación, Índice de Precios al Consumidor y Productor, Bienes Transables y No Transables, Tasa de Interés, PIB, Sector Externo, Presupuesto General del Estado, y Balanza de Pagos.

1. LA SITUACIÓN SOCIAL, ECONÓMICA Y POLÍTICA DEL PAÍS

1.1. Análisis Económico de los últimos años (Periodo 1999-2005).

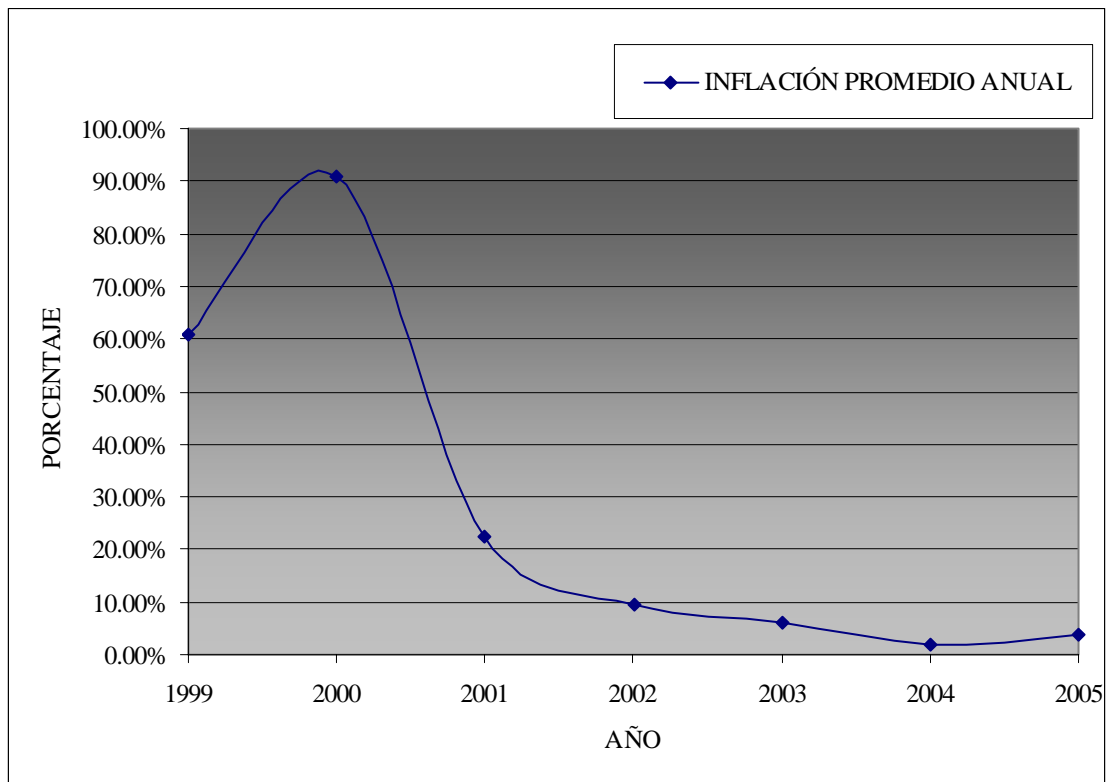
1.1.1. Sector Monetario

1.1.1.1. Análisis de la Inflación¹

Para el análisis de la inflación se va a considerar desde la crisis económica de 1999, año en el cual la inflación estuvo en 60.70%, lo que nos indica que hubo inyección de dinero en la economía a través de la emisión monetaria, y no reflejó la situación real de la economía, a esto se sumo la crisis bancaria que necesitaba liquidez para cubrir sus necesidades de corto plazo. Las expectativas de la dolarización fueron que la inflación bajaría un 10%, sin embargo en el 2000 la inflación llego al 91.00%. A partir de la dolarización en el 2001, la inflación se mide en dólares y bajó rápidamente llegando a al 22.40%; en el 2002 llego a un 9.40%; en el 2003 llego a un 6.10%; en el 2004 a un 1.90% y en el 2005 a un 3.80%; el Gráfico 1 hace referencia a los datos mencionados.

¹ Gestión # 120 Comportamiento Económico de los últimos 10 años Pág. 55

Gráfico 1



Fuente: Banco Central del Ecuador

Cabe recalcar que al estar dolarizados, la inflación debió bajar más rápidamente, y llegar solo a un dígito, pero las políticas económicas dieron los correctivos necesarios para mejorar esta situación.

1.1.1.2. Análisis de las Tasas Interés²

1.1.1.2.1. Tasas de Interés Activa y Pasiva Referenciales

Las tasas de interés referenciales activa y pasiva han bajado lentamente desde que se dolarizó la economía, como lo podemos ver en el Cuadro 1. Sin embargo la tasa activa referencial muestra el nivel de tasas al cual acceden al crédito las empresas corporativas, es decir, pocas empresas, porque a la mayoría de empresas se les cobra tasas a las cuales les suman comisiones.

² Gestión # 120 Comportamiento Económico Pág. 57
Banco Central del Ecuador “Boletines Mensuales”

Cuadro 1

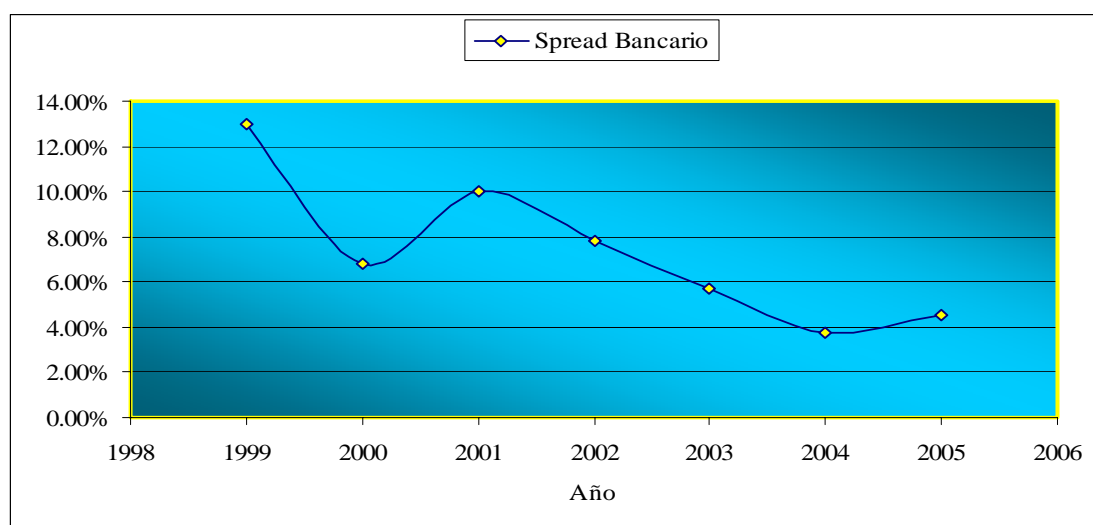
Tasas de Interés Referenciales		
Año	Pasiva	Activa
1999*	46.00%	59.00%
2000	7.70%	14.52%
2001	5.05%	15.10%
2002	4.97%	12.77%
2003	5.51%	11.19%
2004	3.92%	7.65%
2005	4.06%	8.58%

Fuente: Banco Central del Ecuador

*En 1999 la tasa de interés se medía en sucres.

Por otro lado la banca no ha entrado en una verdadera racionalización de sus costos, poco ha disminuido su Spread, el cual se calcula de la diferencia de la Tasa Activa Referencial, menos la Tasa Pasiva Referencial; en teoría el Spread, el margen que tienen los bancos para trabajar, siendo la diferencia de los Créditos (Tasa Activa) menos las Captaciones (Tasa Pasiva); en la práctica esta diferencia es mucho mayor, adicionalmente es mayor el monto de los créditos que se colocan, que los depósitos que captan. Desde que estamos dolarizados, como se puede observar en el Gráfico 2, vemos que a partir del 2001, ha ido disminuyendo el Spread, demostrando que se esta mejorando la eficiencia en el Sector Bancario, pero todavía no ha llegado a niveles requeridos, que permiten un verdadero crecimiento de la economía a través del crédito.

Gráfico 2



Fuente: Banco Central del Ecuador

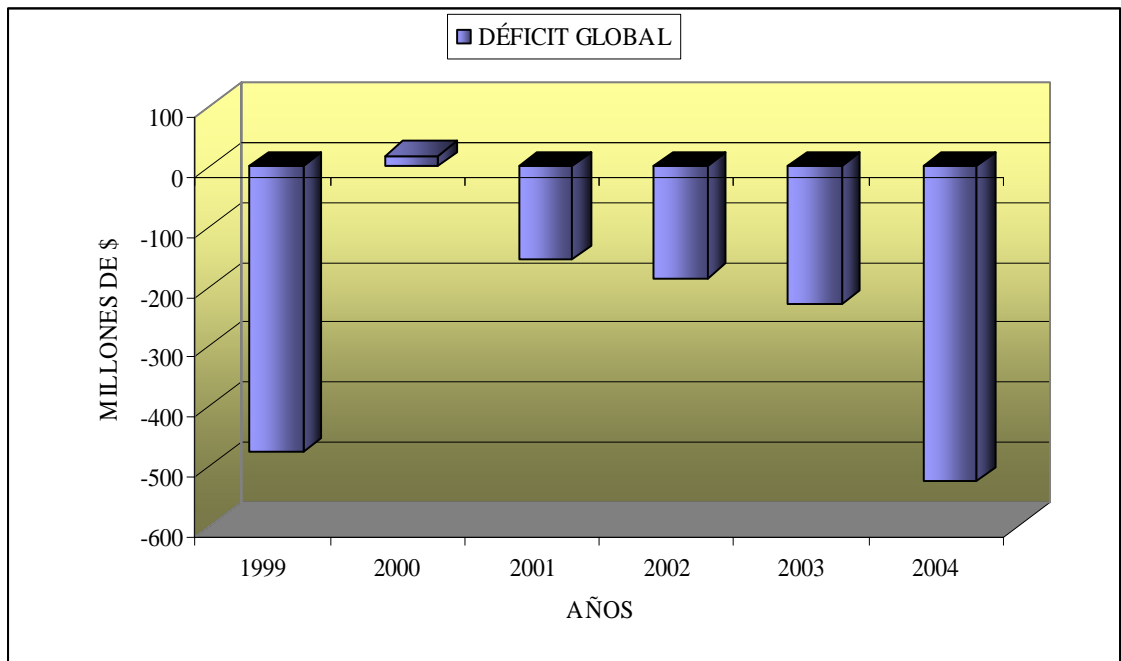
Hay que tomar en cuenta que la tasa Pasiva tiene que ser mayor a la Inflación, para incentivar el ahorro en las personas, de lo contrario no conviene tener dinero en el banco porque cada vez pierde poder adquisitivo, situación que pasaba en años anteriores.

1.1.2. Análisis de la Finanzas Públicas

1.1.2.1. Situación Fiscal

En los últimos 10 años el gobierno central tiene un problema de difícil solución, mantiene un déficit fiscal constante, que se hace más grave cuando baja el precio del petróleo, aunque últimamente el precio del petróleo ha roto records, en su precio, no existe una política de largo plazo que permita corregir esta situación. En el Gráfico 3, se puede observar el crecimiento del déficit, que solo en el 2000, tiene un pequeño superávit debido a la crisis económica del año anterior, mientras que los años siguientes, este déficit sigue aumentando.

Gráfico 3



Fuente: Banco Central del Ecuador

Con la Ley de Disciplina y Transparencia que creó el Feirep en junio del 2002, se esperaba que este problema se hubiese corregido. Sin embargo en algo a disminuido el Déficit en el 2005, como se observa en el Cuadro 2, pero el problema continua, ya que el Estado tiene muchos compromisos con el Sector Público. Los gastos en salarios siguen siendo un gran peso, además de la intensa presión gremial (Fuerzas Armadas, Policía, profesores salubristas) para continuos incrementos, que han llevado a que el monto salarial que en 1994 representaba en 6,6% del PIB pasó en el 2004 a representar el 8,6% del PIB.

Cuadro 2

PRESUPUESTO ³	2005	2004
(MILLONES \$)		
Total Ingresos	5419	4960
Petroleros	1564	1270
Por exportaciones	790	641
Por venta de derivados	774	629
No Petroleros	3855	3690
Total Gastos (1)	5900	5484
de los cuales		
Intereses	853	763
Sueldos	2190	2027
Compra de bienes, servicios y otros	1328	1170
Previsiones para reasignaciones	13	18
Gastos de Capital	1516	1506
Déficit (-) o superávit (+) global	-481	-524
Financiamiento	481	524
Desembolsos	1924	2034
Amortizaciones	1444	1510
Total Ingresos + Desembolsos	7343	6994
Total Gastos + Amortizaciones	7344	6994

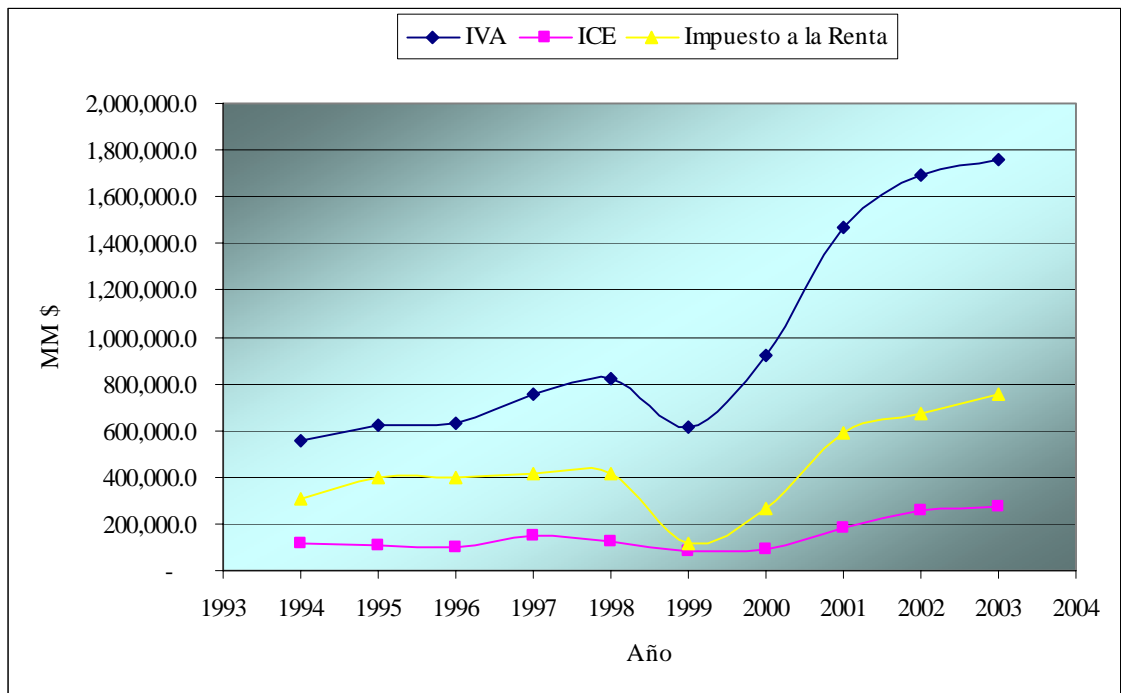
Fuente: Observatorio de la Política Fiscal

En lo que respecta a la recaudación tributaria que contribuye a mejorar el Déficit del Presupuesto, podemos ver que en el Gráfico 4, el SRI, ha mejorado su desempeño incrementando sus recaudaciones, con crecimientos constantes, a partir del año en crisis 1999, en el tuvo una fuerte caída. La recaudación de IVA es la que genera mayores ingresos de la recaudación total de impuestos, esto se debe a que cada vez es más difícil evadir los impuestos.

³ www.pnud.org.ec

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Gráfico 4



Fuente: Servicio de Rentas Internas

Según el análisis del Observatorio de Política Fiscal⁴, destaca que el presupuesto del 2005, año tiene ingresos por \$ 5,400 millones y gastos por \$ 5,900 millones, con un déficit de \$ 480 millones; además, tiene que pagar \$ 1,800 millones de amortizaciones de deuda pública (Cuadro 2). Para poder cubrir el Déficit, el Ministro de Economía, deberá pedir prestado a sectores multilaterales, emitir bonos, y colocarlos en el mercado nacional y en el internacional, incrementar la eterna deuda con el Seguro Social o alguna otra opción. Lamentablemente el Estado no está en condiciones de sacar bonos a la venta, las circunstancias actuales hacen que el Feirep, que era la fuente con la que se iban a pagar los bonos, se lo tenga que destinar a cubrir el déficit presupuestal, esto es si el petróleo mantiene sus elevados precios, aunque los analistas, así lo estiman, es incierto lo que pueda pasar con la economía al ser tan dependientes de un solo producto. Existiendo este ingreso en las mejores

⁴ Observatorio de la Política Fiscal

condiciones, todavía se necesitaría restringir el gasto para cubrir las amortizaciones de deuda. Dentro de los ingresos del presupuesto actual se consideraron como ingresos por venta de derivados \$ 774 millones y entre enero y marzo de este año ingresaron solo \$ 53 millones, lo que hace pensar que no van a entrar más de \$ 400 millones por este concepto: van a faltar cerca de \$ 400 millones en ingresos presupuestarios por venta de derivados. ¿De dónde provendrá ese dinero? En parte, del excedente sobre \$ 25 del precio del barril de petróleo.

Desde que entró en vigencia el Feirep hasta la fecha, este no ha servido para recomprar deuda externa, sino para completar el financiamiento presupuestario que ha necesitado el Ecuador, pues de lo contrario ya habría colapsado. En 2004 se usaron \$ 380 millones del Feirep para recomprar deuda interna, pero haciendo que, a su vez, aquellos a quienes se compró la deuda vuelvan a invertir para cubrir las necesidades futuras de financiamiento. Y todo el dinero del Feirep del año anterior se incluyó en el Presupuesto del Estado. Entonces, a pesar de todo ese ingreso petrolero y de usar todos los excedentes sobre \$ 25, se tiene una estructura de gasto inflexible que no permite ampliar el gasto social.

El pago de intereses y amortizaciones que debe hacer el Ecuador es muy elevado y corresponde a 31.3% del presupuesto total del 2005. En el 2005 deberá pagar \$ 853 millones en intereses y \$ 1,800 millones en amortizaciones. Aunque en el presupuesto constan solamente \$ 1,444 millones en amortizaciones, a eso se suman las amortizaciones de Cetes por \$ 400 millones, que vencen en el año y no se incluyeron. Los desembolsos presupuestados fueron de \$ 756 millones de origen externo y de \$ 1,168 millones de origen interno. El gobierno anterior planeaba hacer una emisión de bonos por \$ 750 millones en el mercado internacional, sustituyendo parte de las emisiones internas; también planeaba un canje de bonos Global por 2012

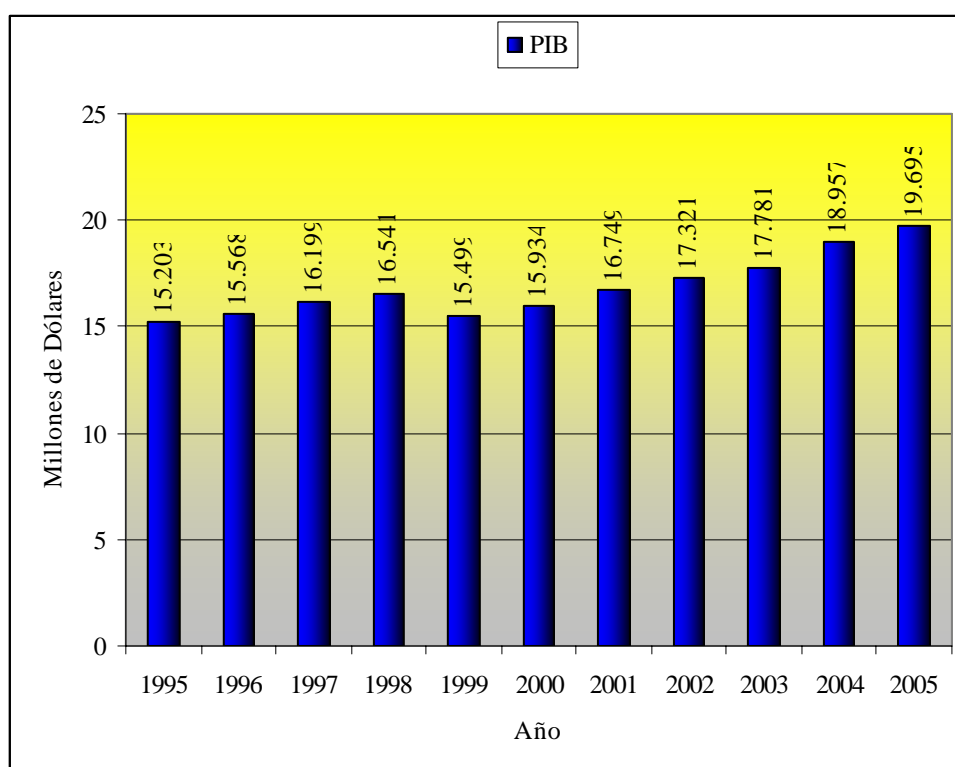
por otros nuevos con menor tasa de interés, todo lo cual se frustró. Una preocupación legítima es que en estos dos últimos años, con las mejores condiciones internacionales (tasas de interés bajas, crecimiento económico mundial dinámico, elevados precios del petróleo), la cantidad de deuda pública no se redujo, pues mientras la deuda externa disminuyó en \$ 431 millones, la deuda interna aumentó en \$ 473 millones, lo que da como resultado un saldo neto incrementado de \$ 42 millones.

1.1.3. Sector Real

1.1.3.1. El Crecimiento de la Economía

El PIB muestra la crisis económica que se dio en 1999 y 2000 cuando el crecimiento del producto interno bruto retrocedió dos o tres años, como lo muestra el Gráfico 5, el motivo fue la gran caída financiera que desató en el país la peor crisis económica.

Gráfico 5



Fuente: Banco Central del Ecuador

En igual período la población creció a una tasa anual promedio de 2.07%, ligeramente menor que el crecimiento del PIB, lo que demuestra la incapacidad del país de crear oportunidades para su población, esto puede explicar mucho la razón de la emigración.

Tan es así que, en términos reales, medido en dólares de 2001, el PIB per. capita, creció apenas 3% en diez años, de \$1,419 a \$1,463; siendo esta una variable que oculta las profundas desigualdades sociales, pues se conoce que 8.5% de ecuatorianos que viven con \$1.30 diario o menos y están catalogados como la extrema pobreza. En términos nominales, el PIB per. capita, se elevó cuando se dolarizaron las cuentas nacionales en el 2002, y en el 2004 llegaría a \$2240 manteniéndose una extrema inequidad en la distribución del ingreso.

El PIB petrolero representó alrededor del 20% de la generación del producto en los últimos cinco años sin contar con las importaciones de derivados de petróleo, pues ⁵contadas representan un 14% total del producto, incluso a partir de la entrada en operación del Oleoducto de Crudos Pesados (OCP), en el 2003 se aumenta el aporte petrolero en la estructura del PIB.

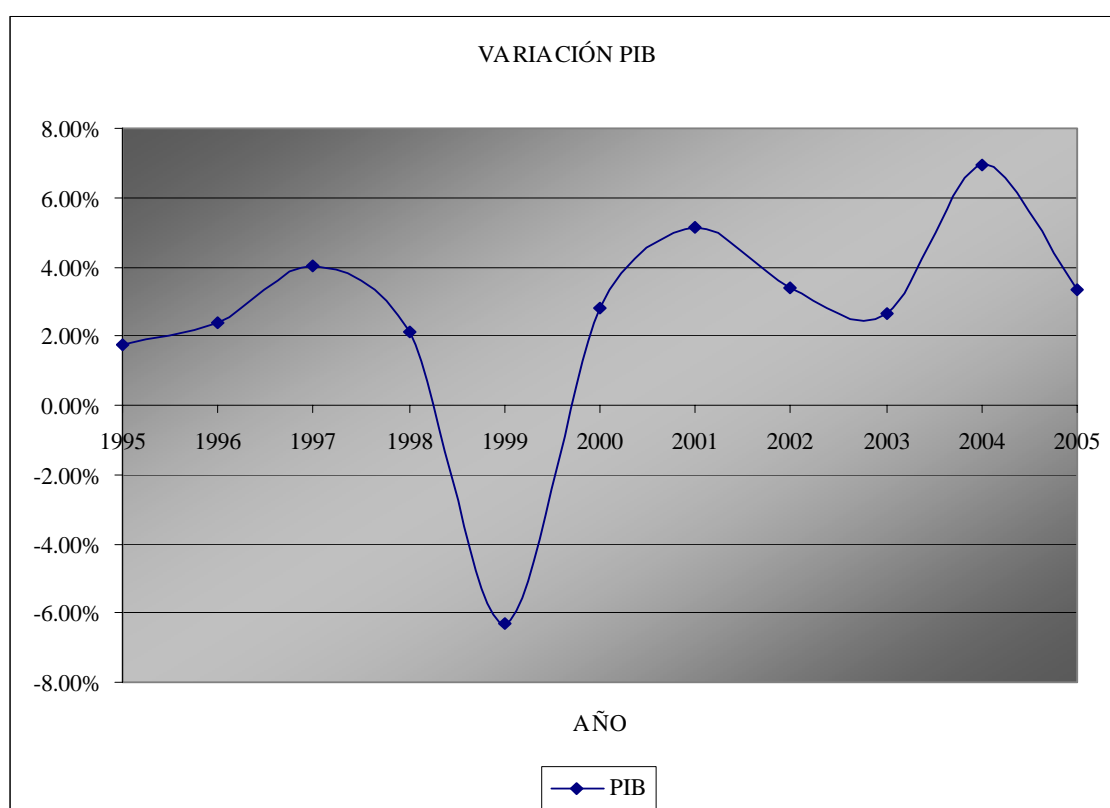
El PIB no petrolero representó la diferencia de 80% o de 86%; no obstante en el 2003 el crecimiento de todo el sector real fue de apenas 1.4%, mientras que el sector petrolero creció el 14%. Es el sector no petrolero el que absorbe el 98% de la población económicamente activa.

El crecimiento del PIB en 2003 y en 2004 fue de 2,7% y de 6,9%, como nos indica el Gráfico 4, y se debe al aumento de la producción petrolera, tras el inicio de operaciones del OCP en octubre de 2003, que permitió elevar en 26% la producción petrolera, a 526 mil barriles por día. El gobierno de Gutiérrez resultó beneficiado de

⁵ Gestión #120 El crecimiento del PIB fue muy pobre.

la construcción del OCP en el crecimiento económico. En 2000, el crecimiento de 3,1% del sector no petrolero se explicaba por rebote, tras superar la crisis de 1999; en los años siguientes continuó la recuperación del sector real hasta 4%, pero no tuvo el crecimiento sostenido que debió tener, ya que no hubieron las adecuadas políticas de Estado. Dando como resultado que durante el gobierno de Gutiérrez, el Sector Real no petrolero se contrajo en algunas ramas.

Gráfico 4



Fuente: Banco Central del Ecuador

Pese al crecimiento pocos son los Sectores no petroleros que realmente han crecido, según analistas económicos el crecimiento promedio de 2003 y 2004 fue inferior al 1% en siete ramas de actividad: agricultura, construcción, enseñanza, suministros de electricidad, actividades inmobiliarias y actividades comunitarias. Cuatro ramas crecieron entre 2% y 3% promedio en los dos últimos años: servicios sociales y salud, transporte y almacenamiento, comercio y manufactura. El crecimiento más

significativo fue para tres sectores: servicios de intermediación financiera 7.3%, hoteles y restaurantes, por un lado, y pesca por otro en un promedio de alrededor del 4%. Pese al fracaso de política petrolera, se tubo suerte con los precios que determinó crecimientos de 6.5% y 25% en el 2003 y 2004 en este sector.

1.1.4. Análisis del Sector Externo

La sostenibilidad de la dolarización no va a tener problemas en el corto ni en el mediano plazo, pues el flujo de capital hacia la economía es fuerte en dos fuentes: las remesas⁶ de los emigrantes y exportaciones petroleras, con ingresos anuales de \$ 1,600 millones y de \$ 3,900 millones, respectivamente, como sucedió en 2004. La variable de gasto presupuestario continúa creciendo aceleradamente, lo que en el largo plazo puede traer problemas. A pesar de una política tan inestable como la que se ha vivido desde 2000, particularmente en los dos últimos años, con el enjuiciamiento político del ex presidente Gutiérrez en marzo y en noviembre de 2004, se vio que la influencia política no afecta la economía inmediato; es por tener una moneda fuerte. El sector financiero permaneció pasivo, logró que la confianza de la población no se perdiera ante cierto nerviosismo que se empezó a sentir. Pero a la larga esta crisis política como la vivida demora las decisiones de inversión o definitivamente se dejan de tomar por la inseguridad jurídica; además reduce las ventas y la actividad comercial.

En el 2004, Ecuador ocupó el lugar 90 en el índice de crecimiento de la competitividad, analizadas por el FEM, y en el 2005⁷ pasa al puesto 103 de 117 países analizados, Esto resulta a partir de tres criterios esenciales: el entorno macro-económico, la calidad de las instituciones públicas, y la capacidad de innovación y

⁶ Gestión Mayo del 2005 Dolarización blindada ante lo Político.
Foro Económico Mundial.

⁷ Indesic: www.indesic.org
Foro Económico Mundial.

para implementar nuevas tecnologías. El informe se basó en la opinión de 11 000 empresarios sondeados en 117 naciones. Esto implica un deterioro frente al 2004. Ecuador ocupa el lugar 14 entre 18 economías latinoamericanas analizadas, algunas de ellas la podemos revisar den el Cuadro 3. Entre el 2004 y 2005, empeoró su posicionamiento relativo en 10 puntos porcentuales, en tecnología y 8 puntos porcentuales en institucionalidad pública.

Cuadro 3

PÉRDIDA DE COMPETITIVIDAD DEL PAÍS DE UN AÑO A OTRO					
RK	PAÍS	ICC	TECNOL	INSTITUC	MACRO
1	CHILE	22	32	20	27
2	MÉXICO	48	48	59	49
3	COSTA RICA	50	55	47	64
6	BRASIL	57	42	50	80
8	COLOMBIA	64	68	61	66
9	PERÚ	67	71	58	68
11	ARGENTINA	74	57	79	94
13	VENEZUELA	85	70	91	98
14	ECUADOR	90	88	90	89
17	BOLIVIA	98	95	87	96

Fuente: Foro Económico Mundial

La balanza comercial no petrolera ha sido siempre negativa, pero a partir de la dolarización, se ha profundizado su déficit. Las importaciones no petroleras de bienes de consumo, materia prima y capital, se han disparado en los tres últimos años, en comparación con las exportaciones no petroleras (Cuadro 4). Este hecho nos muestra, que el sector productivo del país, esta cada vez con mas problemas, y podría explicar también, el aumento del desempleo y por supuesto, la desesperada emigración de los últimos años. Ese desbalance se financia con los ingresos extraordinarios por petróleo, que han ido al presupuesto o se irán de él, a un estando en el Feirep. Otra forma de financiarse es con crédito externo.

Cuadro 4

SE PROFUNDIZÓ EL DÉFICIT COMERCIAL NO PETROLERO (MILLONES \$)	
1993	(606)
1994	(666)
1995	(1006)
1996	(434)
1997	(580)
1998	(1644)
1999	385
2000	(729)
2001	(1953)
2002	(2792)
2003	(2069)
2004	(3197)

Fuente: Banco Central del Ecuador

En 1999 el Ecuador tuvo superávit, pero esto se dio debido a la crisis de ese año ya que se importó muy poco y las exportaciones fueron ligeramente mayores.⁸ El fortalecimiento de los flujos de ingresos de divisas, como las exportaciones petroleras y las remesas de emigrados, debió lograr superávit en la cuenta corriente en los dos últimos años (Cuadro 5). Esto no se dio porque las importaciones elevadas empeoraron la balanza comercial y el pago de intereses de la deuda externa siguió subiendo, profundizándose el problema estructural a pesar de las extraordinarias condiciones internacionales. La cuenta de capital y financiera de la balanza de pagos, aunque de signo positivo, se redujo sustancialmente en los últimos dos años, por el peso de las amortizaciones de la deuda, y en el 2004 por la caída de la inversión extranjera. En los años en el que la balanza de pagos más debió fortalecerse, no lo hizo.

⁸ Banco Central del Ecuador. Anuarios

Cuadro 5

LA BALANZA DE PAGOS CONTINÚA		
DEFICITARIA (MILLONES \$)		
	2003	2004
Balanza de Pagos		
Cuenta corriente	(455,6)	(122.2)
Bienes	(71,3)	261.9
Exportaciones	6190.6	7748.8
Importaciones	(6268.0)	(7486.9)
Servicios (prestados menos recibidos)	(691.6)	(764.8)
Renta (recibida menos pagada)	(1464.4)	(1512.9)
Transferencias corrientes	1771.7	1893.6
d/c remesas de trabajadores	1539.5	1604.2
Cuenta de capital y financiera	327.2	369.9
Cuenta de capital	17.1	18.1
Cuenta financiera	310.1	351.8
Inversión directa	1554.7	1241.5
Inversión de cartera	8.1	0.3
Otra Inversión	(1252.8)	(890.0)
ERRORES Y OMISIONES	264.9	33.4
BALANZA DE PAGOS GLOBAL	136.4	281.0
FINANCIAMIENTO	(136.4)	(281.0)

Fuente: Banco Central del Ecuador

El sector petrolero⁹ es visto como la mayor fuente de ingresos para el crecimiento del país. Contribuye con 26% de los ingresos presupuestarios y aporta con 56% de las exportaciones. No se ha logrado construir políticas de Estado y de largo plazo para este sector tan clave, que tiene tanta inseguridad jurídica, la ineficiencia del ente estatal, Petroecuador, la carencia de políticas.

⁹ www.mmree.gov.ec

1.1.5. Análisis del Sector de la Construcción

1.1.5.1 Situación Actual de la construcción en Cuenca

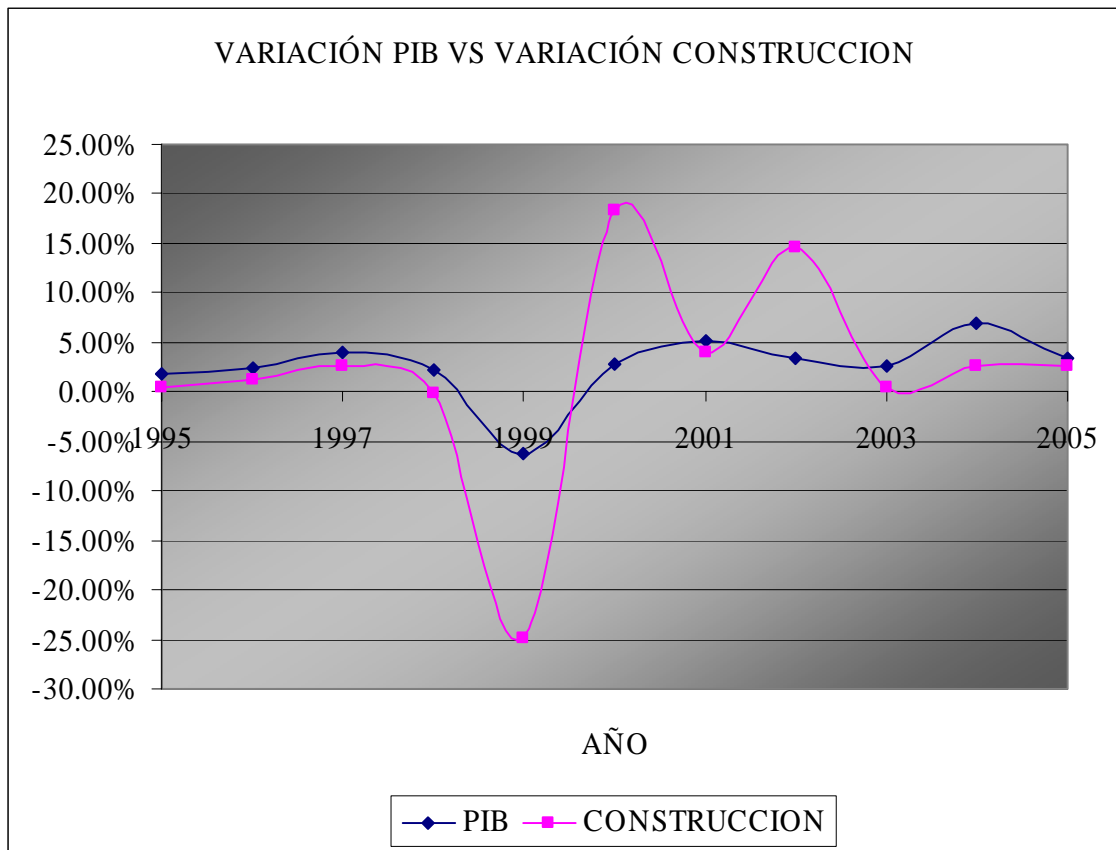
Uno de los temas económicos de creciente interés a ESCALA mundial¹⁰ es el que respecta al de la industria de la construcción y, en especial, al negocio inmobiliario. En efecto, desde hace algunos años, en los Estados Unidos, en Inglaterra, en la India, en Chile y en algunas ciudades de China se vive un crecimiento muy acelerado de las actividades de construcción, compra y venta de bienes inmuebles. La demanda es tan fuerte que los precios han crecido a niveles inimaginables, generando importantes ganancias de capital en muy corto plazo a mucha gente. En el Ecuador¹¹ la simple observación de la cantidad de proyectos inmobiliarios en las áreas urbanas de Quito, Guayaquil, Loja, Cuenca, Manta o Ibarra, solo para citar algunas ciudades, parecería indicar que el Ecuador sigue la tendencia de los otros países citados. La reducción de la inflación, el crecimiento del ingreso real por habitante, la reducción de las tasas de interés, la estabilidad de los precios de la construcción y la disponibilidad del crédito; son algunos de los factores que han incidido favorablemente en este comportamiento. El sector de la construcción ha tenido crecimientos importantes desde el año 2000 y su participación¹² en el PIB aumentó hasta el año 2002, pero desde entonces ha venido decreciendo hasta colocarse en torno al 7%, su nivel actual.

¹⁰ www.hispanoempresas.com

¹¹ www.elcomercio.com

¹² Banco Central del Ecuador “Anuarios”

Gráfico 5



Fuente: Banco Central del Ecuador

Hay una importante demanda potencial, pues, en el Ecuador¹³, el déficit habitacional en el área urbana es del 40% y en las zonas rurales del 21%. Después del crédito a la microempresa, el financiamiento destinado a la compra de vivienda o construcción es el que más ha crecido en el último año. La cartera hipotecaria en la banca privada se ubica en torno a los \$500 millones, pero el crecimiento de otros proveedores de financiamiento como mutualistas o cooperativas de ahorro y crédito ha sido muy importante. Solo en 2004 se otorgaron 29 mil y 21416¹⁴ en el 2005 créditos para la

¹³ Banco Central del Ecuador. Boletines Anuales
Superintendencia de Compañías.
Cámara de la Construcción Cuenca
INEC

¹⁴ www.superban.gov.ec

vivienda, siendo los bancos privados nacionales los que más operaciones concedieron.

En lo que respecta a la provincia del Azuay la construcción ha tenido un crecimiento muy importante, debido también a las remesas de los emigrantes que en su gran mayoría se destina a la construcción, son una importante fuente de ingresos que conjuntamente con los préstamos de las Entidades Bancarias¹⁵, Financieras y Cooperativas, también las inversiones que tiene destinados para el 2005 y 2006 por parte del estado, y a mas de presupuesto que tienen los municipios para obras de infraestructura.

Por la demanda generada en la población las cooperativas de ahorro y crédito, mutualistas, empresas municipales y empresas privadas, se han concentrado en ofrecer vivienda para la clase media, media baja, distribuidas en urbanizaciones en algunos sectores de la ciudad.

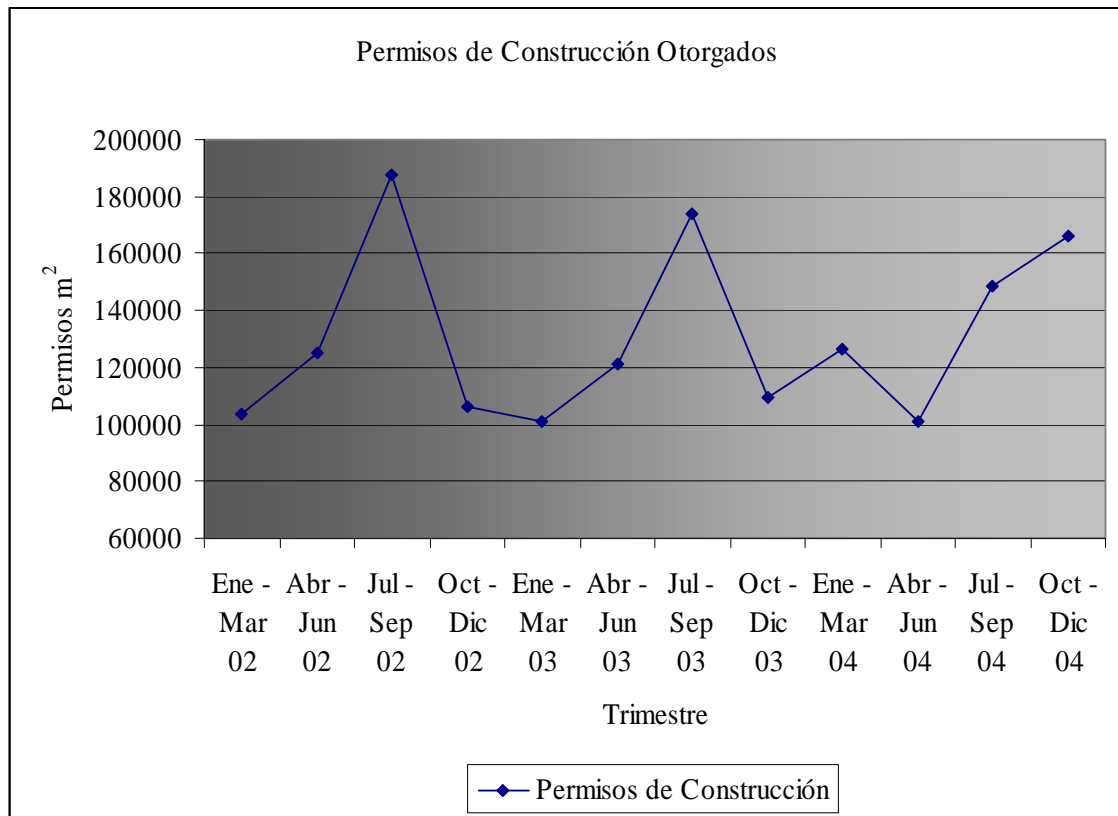
En el 2002 en la ciudad de Cuenca se otorgaron permisos para construir de 522842 metros cuadrados de construcción en 1713 permisos, para el 2003 disminuyo a 505000, en el 2004 continuo la misma tendencia.

Para el año 2006 y 2007 se espera que la construcción se mantenga con los mismos porcentajes de crecimiento. Se espera que se abra nuevas líneas de crédito, y que el gobierno inicie proyectos de gran envergadura, y que continuara con los actuales que todavía no se concluyen.

En el Gráfico 6 se van a revisar todos los permisos otorgados por el municipio para construcción, en los últimos tres años en la ciudad de Cuenca, incluyendo el área urbana, rural y centro histórico.

¹⁵ INEC.
Súper Intendencia de Compañías.
www.elcomercio.com.
Gestión # 116 La Construcción.

Gráfico 6



Fuente: Cámara de la Construcción de Cuenca

Con respecto al Sector Público, después de muchos años, finalmente se consiguió la firma del contrato para la construcción de la presa de Mazar¹⁶, que además de ser una fuente de generación eléctrica para la demanda insatisfecha del Ecuador, es una importante generadora de empleo.

El decrecimiento del sector de la construcción¹⁷, se debió a que en el año 2000, 2001 y 2002 hubo un gran crecimiento y los siguientes años bajó, porque se empezó a nivelar la economía y se espera una tendencia constante. Los Economistas dicen que la dolarización permitirá a la banca determinar la capacidad real de pago y, abrir

¹⁶ Cámara de la Construcción Cuenca.
Municipalidad de Cuenca.
Gestión # 116 La Construcción.

¹⁷ www.elcomercio.com
Cámara de la Construcción de Guayaquil
Cámara de la Construcción de Quito

nuevamente las líneas de créditos. "La banca privada podrá establecer a quién le presta dinero y tendrá la certeza de qué cartera podrá recuperar".

El crédito fresco reactivo principalmente al sector inmobiliario, que decayó 70% en 1999, según cifras de la Cámara de la Construcción de Guayaquil. La dolarización impulso, los programas de vivienda de interés social en coordinación con el sistema de incentivos, bono y créditos del Gobierno. "El nuevo esquema permitirá a las autoridades entregar el bono a los postulantes de forma certera: antes se quedaba corto con respecto al precio de las viviendas y, por ello, debían efectuar ajustes para cubrir las expectativas".

1.1.5.2. Impacto del TLC en la Construcción

El TLC¹⁸ en la construcción no tiene una incidencia negativa, por el contrario puede resultar positivo, ya que todas las maquinarias bajarán sus costos y ciertos materiales dejarán de tener aranceles, abaratando el costo final de los bienes inmuebles. Por lo tanto en el TLC la construcción no es un tema a negociar.

En relación al resto de temas que se negocian podemos recalcar que durante la XIII Ronda de Negociaciones de Tratado de Libre Comercio, Ecuador consolidó importantes logros en ámbitos de profundo interés para el país, sobre todo en lo relacionado con Ambiente, Derechos Laborales, Acceso a Mercados, Derechos de Propiedad Intelectual, oportunidades para exportación de artesanías, entre las principales.

Como resultado de esta Ronda, 16 de las 19 mesas de negociación se encuentran prácticamente cerradas y quedan pendientes las mesas más complicadas del proceso:

¹⁸ www.tratadodelibrecomercio.com.

www.tlc.gov.ec.

Gestión #118 La Construcción

Derechos de Propiedad Intelectual, Agrícola y Medidas Sanitarias y Fitosanitarias y en las cuales Colombia y Perú también mantienen abierta la negociación.

Entre diciembre y enero, el equipo negociador ecuatoriano adelantará la negociación con su similar de Estados Unidos, con el objetivo de que el cierre del proceso se de en el primer trimestre de 2006.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE LA EMPRESA

En este capítulo se va a hacer un análisis general de Construgypsum, entender el entorno en que se desenvuelve, cuales son sus principales productos, competencia y posibles mercados. Y un análisis de su situación financiera, cuales son sus necesidades financieras futuras y sus posibles utilidades.

2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE CONSTRUGYPSUM

2.1. Generalidades de la empresa

Construgypsum es una Compañía de reciente creación, Mayo del 2004, que se dedica a la comercialización e instalación de materiales para Construcción. Inició sus actividades comerciales en agosto del 2004, utilizando la misma infraestructura, personal, proveedores y productos que el Ing. Francisco Toral Amador, que lo venía realizando como persona natural, desde ya dieciséis años, y es el Presidente y mayor accionista de la Empresa.

2.1.1. MISIÓN

Comercializar e Instalar rentablemente soluciones completas, innovadoras y de clase mundial para la construcción. Operando en un marco de ética, eco-eficiencia y responsabilidad social.

2.1.2. VISIÓN

Queremos ser reconocidos en los próximos dos años como la Empresa líder en la comercialización e instalación de productos para la Construcción, en la ciudad de Cuenca.

2.1.3. LEMA

El Lema de Construgypsum es, “Excelencia en Construcción”, buscando un nombre que genere en el cliente la seguridad de que lo que comercializa e instala Construgypsum, está bien hecho, haciéndolo con los productos de mayor calidad y duración; es por estas razones, que se escogió el nombre de GYPSUM, un producto nuevo en el mercado nacional, pero muy reconocido a nivel internacional, este material permite tener versatilidad en la instalación y un acabado de primera.

2.2. POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

2.2.1. Líneas de Producto

PLASTIGAMA

Tubería y accesorios PVC, de la reconocida marca a nivel nacional, pertenece al Grupo Amanco (www.amanco.com) de Costa Rica. Cuenta con una amplia gama de tuberías que se las puede utilizar en cualquier aplicación como agua fría, caliente, desagüe, alcantarillado y sistemas de riego.

ROOFTEC

Paneles Metálicos de Acero, pertenece al grupo ACESCO (Acerías de Colombia) (www.acesco.com), produce paneles de Acero Galvalume (Aluminio y Galvanizado) para cubiertas industriales y residenciales, paneles colaborantes de Acero Galvanizado para losas. Complementa su gama de productos con perfilera de Acero Galvanizado, la cual tiene un mayor grado de resistencia con respecto al acero negro tradicional.

PLYCEM

Paneles de Fibrocemento (libre de asbesto), también del grupo Amanco, se los utiliza para paredes interiores y exteriores, cielo rasos y entrepisos.

GYPSUM

Producto genérico producido en algunos países como Chile (el cual comercializamos), Estados Unidos, Canadá y China, se los utiliza para paredes interiores y cielo rasos. La ventaja de este producto es su versatilidad, rapidez en instalación y acabado de primera.

2.2.2. Ventas por Línea

La mayoría de las ventas están concentradas en Plastigama, como lo podemos observar el Cuadro 6, por ser un producto con mayor tiempo en el mercado, además de contar con líneas que cubren más las necesidades de la construcción.

Cuadro 6

Porcentaje de Ventas por Línea	
Producto	Porcentaje
Plastigama	80%
Rooftec	12%
Gypsum	5%
Plycem	3%
Total	100%

Fuente: Construgypsum

Posicionamiento dentro del Mercado

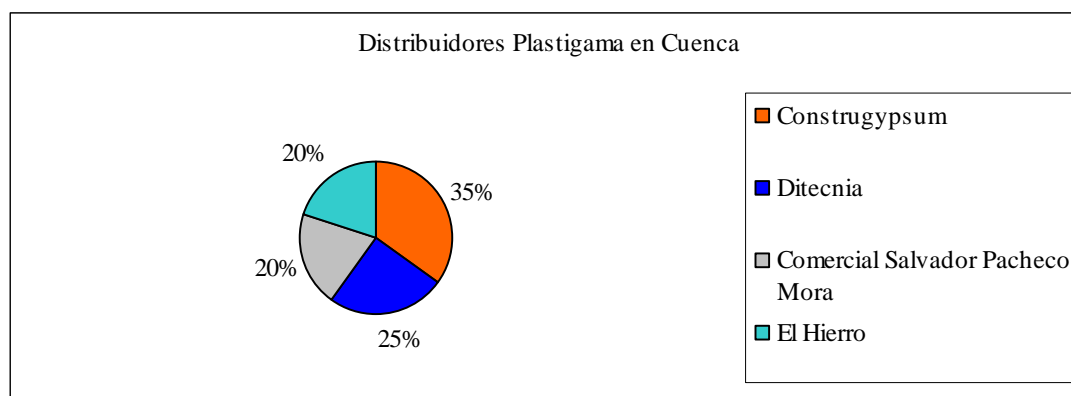
A nivel de la ciudad de Cuenca Construgypsum Cía. Ltda., se encuentra posicionada como una de las empresas líderes en productos para la construcción.

Al ser una empresa de reciente creación, su nombre está empezando a posicionarse en el mercado. Antes de su formación funcionaba a título personal, a nombre del ING. FRANCISCO TORAL AMADOR, pero se decidió conformar la Compañía, buscando tener una imagen empresarial, consolidar su Capital y crecer como empresa.

Cabe recalcar que el posicionamiento que tiene Construgypsum, es herencia de su Razón Social anterior y el esfuerzo de este último año y medio de creación. Dentro de las Cuatro Líneas de Producto que maneja Construgypsum su posicionamiento en el mercado está distribuido de acuerdo a los siguientes Gráficos.

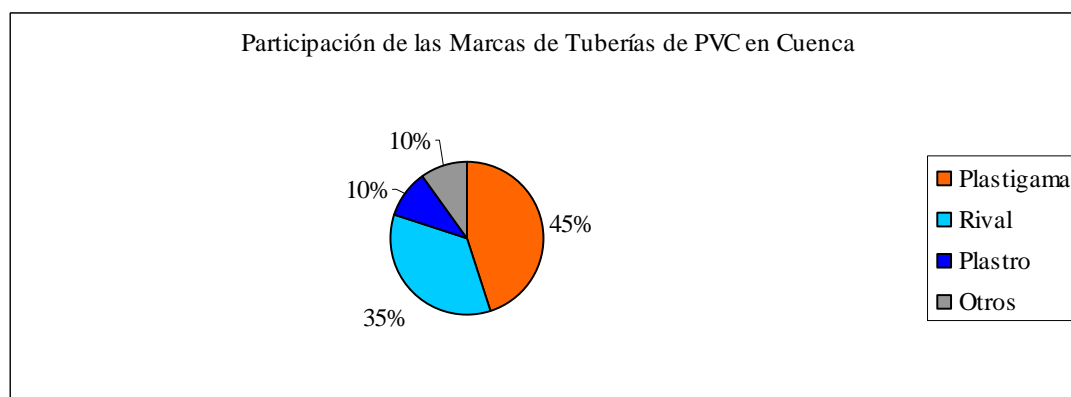
En el Gráfico 7 se está comparando la Proporción que tiene cada Distribuidor de Plastigama dentro de la ciudad de Cuenca y cual es la participación de Plastigama dentro de las Marcas de las Empresas que comercializan Tubería PVC en la Ciudad de Cuenca, como se lo revisa en el Gráfico 8.

Gráfico 7



Fuente: Construgypsum

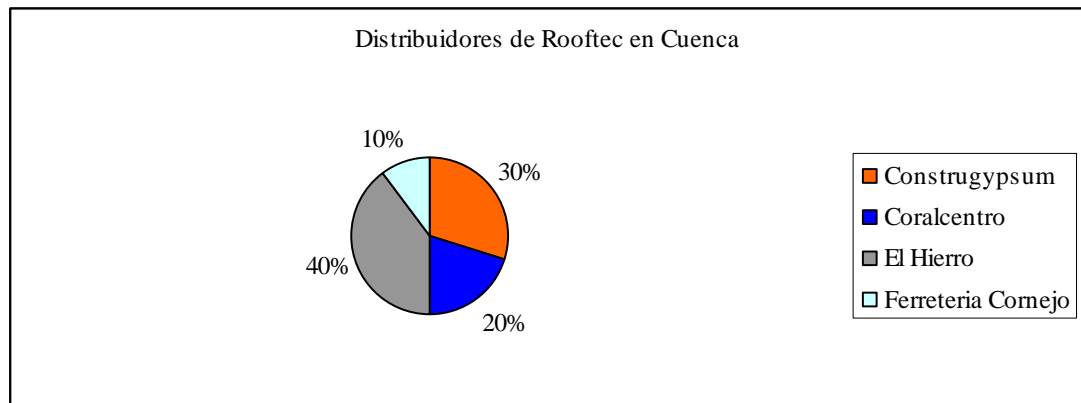
Gráfico 8



Fuente: Construgypsum

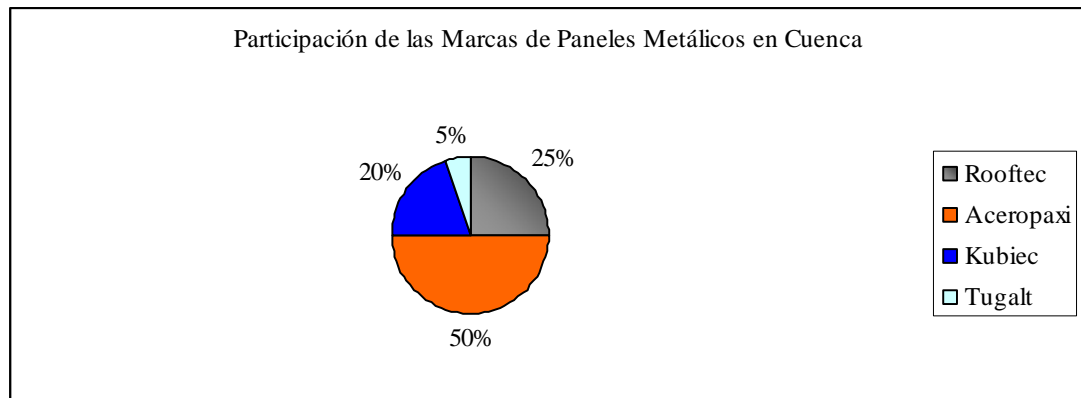
En lo referente a la comparación de la Proporción que tiene cada Distribuidor de Rooftec, en el Gráfico 9, se puede revisar la composición del mercado en la ciudad de Cuenca, mientras que en el Gráfico 10 se puede revisar la participación de mercado de cada una de la Marcas que comercializa Paneles Metálicos en la ciudad de Cuenca.

Gráfico 9



Fuente: Construgypsum

Gráfico 10



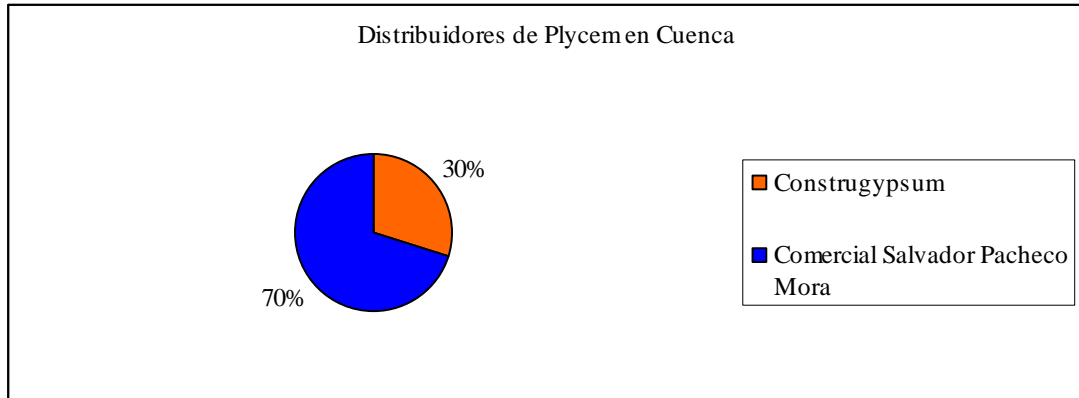
Fuente: Construgypsum

De la misma manera que se ha hecho los análisis anteriores, la participación de los distribuidores de Plycem, en Cuenca, están en el Gráfico 11, mientras que la participación de las marcas que comercializan Paneles de Fibrocemento, en Cuenca, se lo puede revisar en el Gráfico 12.

Finalmente en el Gráfico 13, se puede revisar la participación de Construgypsum en la comercialización de Gypsum en la ciudad de Cuenca. Al no existir distribuidores de Gypsum en Cuenca, por cuanto no hay una fábrica de Gypsum en el Ecuador, la única forma que existe este producto en el país, es a través de las importaciones. En

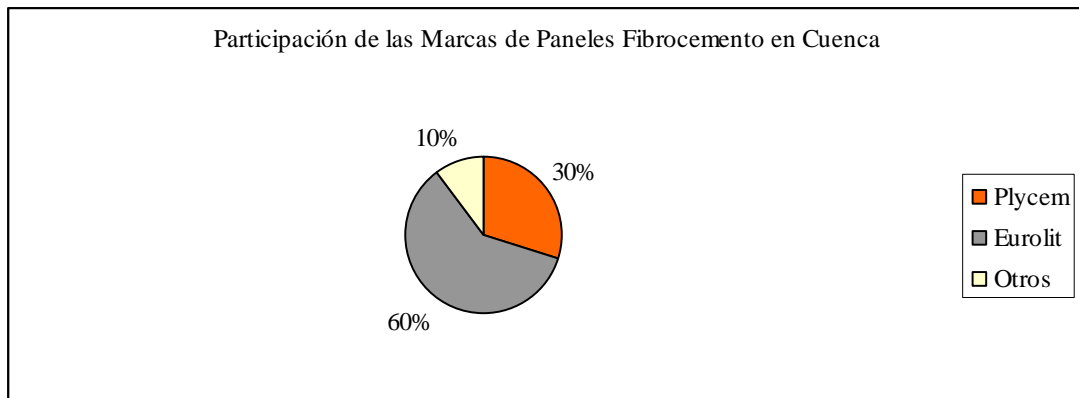
el caso de Construgypsum, realiza sus compras localmente a importadores, que tienen sus sedes en Guayaquil y Quito.

Gráfico 11



Fuente: Construgypsum

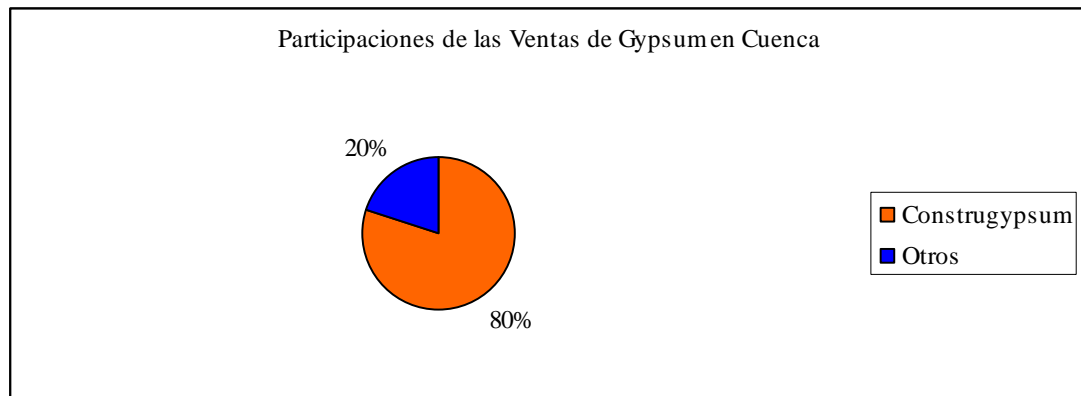
Gráfico 12



Fuente: Construgypsum

Entre los planes a futuro de Construgypsum es la importar directamente el material, gypsum, a los fabricantes, para obtener un mejor margen y poder incrementar su cobertura y competitividad.

Gráfico 13



Fuente: Construgypsum

2.2.3. PRODUCTOS SUSTITUTOS

Dentro de los productos sustitutos, se ha considerado los de otras Marcas, de la Competencia, por cuanto los verdaderos sustitutos, como por ejemplo la tubería de hierro galvanizado o las cubiertas de asbesto cemento son una alternativa que no son el segmento que se busca atacar. En tanto que los de la Marcas de la competencia existe muy poca diferencia con respecto a las de Construgypsum.

A continuación se nombran algunos Marcas de la Competencia y las líneas de producto con las que compite con Construgypsum.

RIVAL

Productora de tubería PVC a nivel local, con una gama de productos menor que la de Plastigama e inferior calidad.

ACEROPAXI, KUBIEC Y TUGALT

Dedicado a la producción y comercialización de paneles metálicos. Tugalt es una empresa que recientemente está incursionando en esta línea, pero su ventaja es tener su fábrica en la ciudad.

MAESTROS EN GENERAL

Los maestros dedicados a instalar estuco, son competencia del gypsum, por tener un producto más barato de menor calidad, pero con el mismo uso en cielo rasos. Maestros dedicados a la construcción, Construgypsum al ofrecer productos instalados, pasa a competir contra ellos.

2.2.4. COMPETENCIA DIRECTA

COMERCIAL SALVADOR PACHECO

Quién se dedica a comercializar los productos de Plastigama tanto en el área de Infraestructura (proyectos estatales y locales), Construcción (cobertura a ferreterías) y Plycem.

EL HIERRO

Los cuales también comercializan Plastigama en el área de Construcción y Rooftec en todas sus líneas.

DITECNIA

Enfocado a la División de Infraestructura, es competencia a nivel de concursos públicos y atención a ingenieros. También se dedica a la comercialización de la División Agrícola.

2.2.4.1 La situación de la empresa con respecto a la competencia tanto productos sustitutos como competencia directa

De acuerdo con los Gráficos anteriores, se puede observar que Construgypsum, tiene todavía mercado por conseguir, adicionalmente se espera un crecimiento de la economía. Es por estos motivos que la Compañía busca diferenciarse de la Competencia, porque además de mantener mejor stock y precio busca en sus clientes mantener una relación de largo plazo, a través de un excelente servicio, atención personalizada y asesoría técnica.

2.2.5. Matriz F.O.D.A.

FORTALEZAS

- Productos líderes en el mercado nacional.
- Asesoría técnica especializada.
- Productos durables con calidad.

OPORTUNIDADES

- ✓ Contratos públicos, proveer al Estado y Contratistas.
- ✓ Construcción de Clínicas y Hospitales.
- ✓ Nuevas urbanizaciones y residencias que se construyen.
- ✓ Centros Comerciales y Locales Comerciales.

DEBILIDADES

- Dependier de los proveedores que están en Guayaquil, y algunas fábricas de la competencia son locales, dificultando el tiempo de entrega del producto.
- Precios altos en comparación con los sustitutos de menor calidad.
- Profesionales tradicionalistas que no mejoran la tecnología en ciertos productos de la construcción.
- Mano de obra artesanal que cubren las necesidades de las familias y los profesionales.

AMENAZAS

- Dependencia de precios internacionales como el petróleo y el acero que son la materia prima de los productos que se venden en Construgypsum.
- Llegada de las fábricas de la competencia en una forma más agresiva.
- Crisis nacional por factores internos como mal manejo de la economía dolarizada, rechazo al TLC, altos niveles de corrupción y falta de inversión

en tecnología. Factores externos, no saber aprovechar las ventajas del TLC y se convierta en algo negativo para el país.

2.2.6. Las Cinco Fuerzas de Porter

Las Amenazas de Entrada¹⁹ para la Competencia:

- 🚦 Mercado local no valora la calidad de los productos y solo prefieren precio.
- 🚦 Inversión alta en medios publicitarios.

El poder los compradores y proveedores:

- ❖ El coste de cambiarse de proveedor de los clientes, es alto para la empresa.
- ❖ Para el mercado (clientes) es fácil cambiarse de proveedor, por cuanto tiene una decisión en el precio de venta al obtener el mismo producto de otros proveedores.
- ❖ Construgypsum espera llegar a los consumidores como un proveedor que le ofrezca la mejor opción costo - beneficio, esto hará que al cliente se le haga más difícil buscar a otro proveedor.

La amenaza de productos sustitutos:

- Construgypsum tiene algunos productos sustitutos, pero busca diferenciarse ofreciendo beneficios en los productos comercializados. Ejemplo: en las cubiertas metálicas galvalume, son más durables, no tienen asbesto, livianas (ahorro en estructura) y frescos (pelen el calor, por contener aluminio) a diferencia del eternit.

La Rivalidad entre competidores:

- Construgypsum compite en el mercado con Comercial Salvador Pacheco Mora y Ditecna, considerando que la competencia está bien agresiva, haciéndose difícil el mantener a los clientes.

¹⁹ Dirección Estratégica. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter. Michael Porter Pág. 112-117

Competencia y colaboración:

Buscar alianzas con otros proveedores que complementen las líneas de producto que se comercializan, para dar un servicio completo.

Unirse con la competencia directa, para enfrentarse al ingreso de empresas más grandes que quieran introducirse en un mercado que ya es espacio de los aliados.

2.3. Situación Económica Financiera

2.3.1. Análisis Financiero²⁰

Para el análisis financiero vamos a considerar, los ingresos de Construgypsum desde que inició sus actividades comerciales, en Agosto de 2004. Cabe recalcar que desde Enero del 2005, se empezó a comercializar todas las líneas de producto, ya que inicialmente solo se comercializaba Rooftec, Plycem y Gypsum; los productos de Plastigama los comercializó después, por cuanto debía la Razón Social anterior como Persona Natural liquidar en lo posible sus cuentas. Es por estas razones que las ventas del 2004 son muy inferiores a las del 2005, como lo podemos observar en el Cuadro 7.

²⁰ Contabilidad Financiera Warren – Reeve – Fess. Séptima Edición. En Español.

Cuadro 7

Construgypsum Cía. Ltda.		
Estado de Resultados		
(miles de dólares)	Años	
	2004	2005
Ventas	125	2,360
Costo de Ventas	109	2,053
Margen Bruto	16	307
Gastos Fijos y Variables	14	257
Otros gastos operativos	-	29
Utilidad Operacional	2	21
Depreciación	-	1
Utilidad Antes de Int. e Imp.	2	20
Intereses	1	19
Utilidad Antes de Impuestos	1.3	0.5
Impuestos	0.5	0.2
Utilidad neta	0.8	0.3

Fuente: Construgypsum

Según los datos del Estado de Resultados, podemos observar un crecimiento en Ventas del 1788%, que como se indicaba en el párrafo anterior, es debido al incremento en líneas y meses de funcionamiento. En lo que respecta al Costo de Ventas se puede observar que mantiene una relación igual del 13% de Margen Bruto, de igual manera el resto de gastos, mantienen de igual forma una relación con el año anterior.

2.3.2. Estructura Patrimonial

Al ser una empresa familiar, su capital social está compuesto por aportaciones familiares, las cuales se pueden revisar en el Cuadro 8.

Cuadro 8

Socio	Participación
Ing. Francisco Xavier Toral Amador	60%
Francisco José Toral Muñoz	20%
Lcda. Carmen Alicia Toral Muñoz	20%

Fuente: Construgypsum

De los cuales con los resultados del 2004, para el 2005, su estructura patrimonial se la puede ver en el Cuadro 9.

Cuadro 9

Estructura Patrimonial	
Capital Social	72,000.00
Utilidades Retenidas	488.74
Reservas	34.91
Utilidades del Período	4,617.33
Total Patrimonio	77,140.98

Fuente: Construgypsum

2.3.3. Proyecciones en Ventas

Para el estudio de Construgypsum se ha considerado, una proyección de tres años con un incremento en ventas del 10%. Las razones por las que se ha considerado este crecimiento, es que por el análisis que se hizo en el punto 1.2., sobre los permisos de construcción otorgados en la ciudad de Cuenca, el cual se espera continúen creciendo o por lo menos no haya decrecimiento, en parte dependerá de la situación general del país; a esto se suma el Gasto Público que será canalizado a través del Municipio de Cuenca y la Empresa Etapa, cuyos montos son muy significativos de los cuales se espera captar un 5% de los requerimientos totales, que serían alrededor de diez millones de dólares.

En el cuadro 10 se va a incluir el cuadro 7 con las proyecciones ventas, para los próximos tres años.

Cuadro 10

Construgypsum Cía. Ltda.					
Estado de Resultados con Proyección de tres años					
(miles de dólares)	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>	<i>2008</i>
Ventas	125	2,360	2,596	2,856	3,141
Costo de Ventas	109	2,053	2,259	2,484	2,733
Margen Bruto	16	307	337	371	408
Gastos Fijos y Variables	14	257	263	269	277
Otros gastos operativos	-	29	29	29	29
Utilidad Operacional	2	21	46	73	103
Depreciación	-	1	1	0	0
Utilidad Antes de Int. e Imp.	2	20	45	72	103
Intereses	1	19	35	38	39
Utilidad Antes de Impuestos	1.3	0.5	10	34	63
Impuestos	0.5	0.2	4	12	23
Utilidad neta	0.8	0.3	6	22	40

Fuente: Construgypsum

En el cuadro 10, se puede analizar que el margen bruto genera un ingreso bajo en relación a las ventas, de un 13%, como lo podemos observar en el Cuadro 11, en el que se hace el Análisis vertical, adicionalmente se puede ver que por la composición de los gastos e intereses, la utilidad neta, no es muy alentadora; pero cabe recalcar que es un escenario conservador, en el cual se están considerando el mínimo en ventas.

Cuadro 11

Construgypsum Cía. Ltda.					
Análisis Vertical del Estado de Resultados					
	Años				
	2004	2005	2006	2007	2008
Ventas	100%	100%	100%	100%	100%
Costo de Ventas	87%	87%	87%	87%	87%
Margen Bruto	13%	13%	13%	13%	13%
Gastos Fijos y Variables	11%	11%	10%	9%	9%
Otros gastos operativos	0%	1%	1%	1%	1%
Utilidad Operacional	2%	1%	2%	3%	3%
Depreciación	0%	0%	0%	0%	0%
Utilidad Antes de Int. e Imp.	2%	1%	2%	3%	3%
Intereses	1%	1%	1%	1%	1%
Utilidad Antes de Impuestos	1%	0%	0%	1%	2%
Impuestos	0%	0%	0%	0%	1%
Utilidad neta	1%	0%	0%	1%	1%

Fuente: Construgypsum

2.3.4. Proyecciones del Balance General

Para complementar el análisis del Balance General, se ha tomado los datos reales del 2004 y 2005, y se ha proyectado tres años considerando, factores del crecimiento en ventas, gastos y endeudamiento, como se lo puede observar en el cuadro 12.

Cuadro 12.

Construgypsum Cía. Ltda.					
Balance General					
Activo	2004	2005	2006	2007	2008
Caja	15	41	45	50	55
Cuentas por Cobrar	107	393	433	476	524
Inventarios	51	257	282	311	342
Activo circulante AC	173	691	760	836	920
Activo fijo		3	2	1	1
Activo total	173	694	762	838	921
Pasivo y Capital	2004	2005	2006	2007	2008
Proveedores	99	197	216	238	262
Impuesto a la Renta por pagar	-	0	0	4	12
IVA por pagar	-	3	3	4	4
Préstamo Bancario	43	321	179	207	217
Anticipos de Clientes	24	100	150	150	150
Pasivo circulante	166	621	549	602	645
Préstamos de terceros	-	-	112	112	112
Capital	7	73	102	123	163
Total pasivo más Capital	173	694	762	838	921

Fuente: Construgypsum

2.3.5. Capital de Trabajo y necesidades de Capital de Trabajo

Las Necesidades Operativas Financieras (NOF) o capital de Trabajo de Construgypsum, se determina por las Cuentas por Cobrar a los Clientes más las Mercancías que mantiene disponible, menos la Cuentas por Pagar a los Proveedores y menos los Impuestos por Pagar.

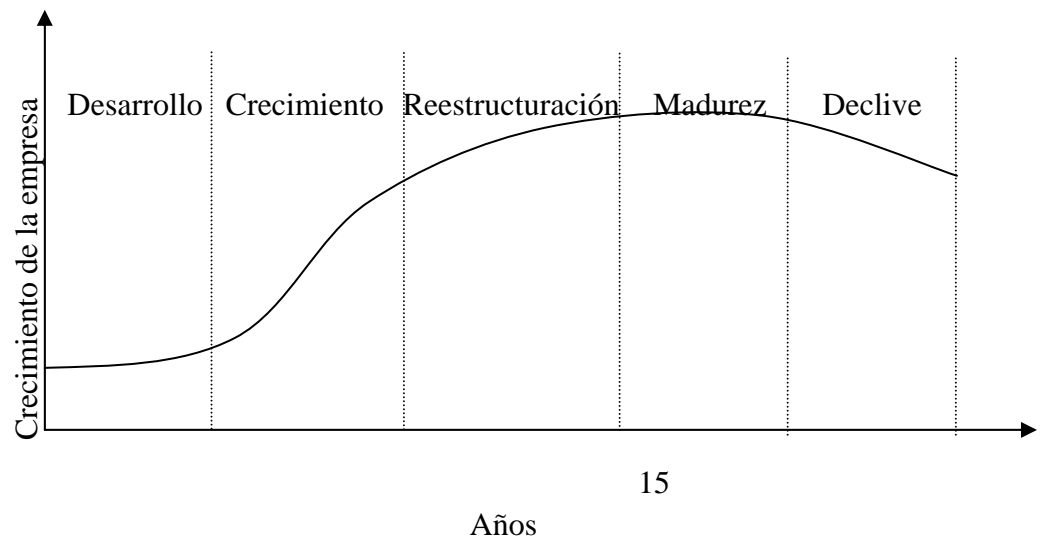
De acuerdo al cuadro 12, las NOF son las siguientes, para los años:

2006, 498; 2007, 545 y 2008, 591. Los datos para los respectivos años son en miles de dólares.

2.3.6. El periodo de maduración de la Empresa

Según el Gráfico 14, se considera para un periodo de maduración de quince años, en los cuales se mantendrá en el máximo de su crecimiento después empezará su declive.

Gráfico 14



2.4. Análisis Económico

2.4.1. Análisis de la Rentabilidad

Los beneficios que se tienen como Resultado del Ejercicio Económico, no son los más alentadores, pero dado el tipo de negocio y comparado con la industria, los resultados son parecidos. Ahora estamos partiendo de un año 2005, en el cual el primer semestre fue muy desfavorable y gracias a la recuperación del segundo semestre, se obtuvo beneficio. En las proyecciones se espera mantener al margen los costos, y solamente incrementar los gastos variables que están en función de las ventas, de esta manera el beneficio no es muy ambicioso, pero realista. En el medio se puede observar empresas que son también distribuidoras de los mismos productos como Comercial Salvador Pacheco y el Hierro, los cuales complementan sus líneas con otros productos de mayor margen y rotación, aunque no se tiene acceso a sus resultados se estima que son mejores que los de Cosntrugypsum.

2.4.2. Análisis del Punto de Equilibrio

Considerando que el Margen de Contribución es del 10.5% de las ventas y tomando en cuenta que los costos fijos ascienden a 227 mil dólares, el punto de equilibrio para el 2005 fue un nivel de ventas de 2161 mil dólares, esto lo podemos revisar Anexo.

CAPÍTULO III

3. EL NUEVO ENFOQUE EMPRESARIAL

De acuerdo a los resultados obtenidos del estudio realizado, se tomo como medidas algunos cambios dentro de la empresa los cuales se van a analizar a continuación.

3.1. Estrategias a Implementarse

Entre las estrategias que se van a implementar, se va a buscar lo que en el análisis se determinó como lo más preocupante, son los días cobro a los clientes y los días de pago a los proveedores, en vista de la competencia que tiene este negocio, se debería negociar con los proveedores un mayor plazo. Por otro lado, para el manejo de la empresa necesita de un mayor capital para poder mantener un mejor stock y financiar las ventas a crédito, se analiza también la posibilidad de hacerlo a través de los bancos, con los cuales se debe negociar las tasas más bajas del mercado.

Otra de las estrategias a implementarse, se considera el complementar los productos que se comercializan, los cuales deberán tener un mejor margen y con el mismo esfuerzo y canales de ventas poder comercializarlos.

Se puede pensar en la posibilidad de iniciar proyectos de vivienda, por cuanto se cuenta con los materiales y el conocimiento técnico para realizarlo.

3.2. Proyección de los Resultados

De acuerdo al análisis del Estado de Resultados y el Balance General, vemos que es posible para Construgypsum, alcanzar utilidades en un esquema conservador que garantice a sus socios tener beneficios en los próximos años, y los esfuerzos adicionales, generen utilidades mayores a las proyectadas.

3.3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.3.1. CONCLUSIONES

Después de analizar la Economía Ecuatoriana, los resultados nos indican que para los próximos años la economía muestra cierta estabilidad, aunque la dependencia del petróleo, nos hace muy vulnerables a cualquier variación de cambio de precios, y que la producción del Ecuador necesita aumentar.

Tratar de llegar a un superávit fiscal, que como se manejan los gobiernos y peor aún con la crisis política que existe en el país es muy difícil prever que va a pasar en el Ecuador, si a esto se suma la posibilidad de firmar el Tratado de Libre Comercio (TLC), con Estados Unidos, el cual nos abre la posibilidad de ingresar nuestros productos a la economía más grande del mundo, pese a algunas dificultades que se están negociando como los subsidios que paga el Estado Americano a sus productores; hay presiones de grupos gremiales, que por una falta de política de estado y por la ignorancia hay un rechazo completo a llegar a un acuerdo en esta negociación. Lo más grave sería quedar fuera por cuanto el país quedaría aislado del resto de economías, las más cercanas que son Colombia y Perú, quienes han avanzado en sus negociaciones y se muestran dispuestos a firmar el acuerdo.

Considerando los factores del entorno, externos a Construgypsum, se puede determinar que se tienen posibilidades de crecer dentro de la ciudad de Cuenca, mientras haya un manejo adecuado de las oportunidades y consolidar el crecimiento sustentable de la empresa. Existe mercado por alcanzar ya sea de la competencia o nuevo, se tiene que hacer una incursión agresiva en el mismo y mantenerlo en el largo plazo.

Los márgenes del negocio no son los más alentadores, pero si son los productos que comercializa, ya que mantiene una alta calidad, sus productores están en constante innovación y mantienen el liderazgo en el mercado.

3.3.2. RECOMENDACIONES

Ante posibles acontecimientos externos negativos para la empresa, se debe tener cierto margen de seguridad con sus procedimientos, en concreto con sus ventas, se las debe realizar si son a crédito con el respaldo necesario para no tener dificultades de cobro, mantener stocks mínimos y de productos de alta rotación, complementar y diversificar las líneas para que en determinadas crisis, la incidencia en la caída de las ventas y por consiguiente, el de las utilidades sea menor.

Se debe negociar con los proveedores para que aumenten el plazo, por cuanto en un mercado tan competitivo, el poder ofrecer un mayor crédito es una ventaja considerable. A esto se debe sumar un adecuado manejo de los márgenes de venta y sin que incida en forma considerable, se debería encontrar un mecanismo de trasladar los costos financieros a los clientes, sin que para esto disminuyan las ventas.

Se debería considerar la posibilidad de hacer proyectos de vivienda, que sean rentables, teniendo como fortaleza, el contar con productos con mejor calidad que los tradicionales, de los cuales se puede obtener un mejor acabado a un precio más económico. Al ser distribuidores de productos para la construcción, se tiene una mayor ventaja sobre los constructores, además se cuenta con la dirección técnica adecuada y el respaldo de los fabricantes, que brindan todo su apoyo en los proyectos.

En definitiva se debería hacer la mayor inversión en capital, para tener un fuerte respaldo y poder trabajar en los proyectos que se decidan, con la seguridad que se va a tener éxito.

ANEXO 11

ANÁLISIS DE PROYECCIONES **ESCENARIOS DEL CLIENTE**

Supuestos

La empresa de acuerdo a sus proyecciones para el año 2006, planifica un crecimiento de sus ventas en un 10%, y de igual manera en los años siguientes.

El costo de ventas se registraría alrededor del 87%, mientras que los gastos operacionales se encuentran entre un 7% y 10% con relación a las ventas totales. Cabe mencionar además que la empresa inició sus ventas a partir de agosto de 2004.

Análisis de Resultados

Esta proyección determina una adecuada generación de recursos para que la empresa pueda cubrir sus gastos operativos, además de satisfacer la demanda y cumplir sus proyecciones de crecimiento en ventas, el mantener constante los gastos operacionales implica un adecuado manejo de los gastos evitando al máximo crecer en los mismos.

SENSIBILIZACION DE PROYECCIONES

Supuestos

Las sensibilizaciones realizadas a las proyecciones del cliente fueron las siguientes:

1. Para estimar la generación de ingresos operacionales de la empresa, se toma como base la información detallada da la empresa en el reporte básico de contabilidad de la empresa, en donde se registra que el 10% de las ventas son de contado y el 90% son a crédito, con un p Debemos considerar la principal sensibilización realizada al flujo de caja estuvo en que los lazo esperado de 30días como política.
2. En la generación de ingresos se parte del saldo de cuentas por cobrar que registran los balances al mes de noviembre de 2005, que se recuperaran según políticas en 30días, y se espera que para el resto de meses se mantenga esta tendencia.
3. En cuanto a la generación de egresos tomados los datos mencionados en el reporte básico que menciona que un 87% del corresponde a la compra de mercadería que se comercializa y sobre esta base se consideran los pagos a proveedores con un plazo de 30 días de acuerdo a la rotación generada en el último estado financiero de la empresa (noviembre 2005).
4. Para la sensibilización de gastos operacionales consideramos el porcentaje generado en el año 2004 del 11% sobre las ventas, mayor al proyectado en el 2006 que es del 9%.
5. Se detallan los gastos financieros del Banco del Pichincha y Terceros partiendo de los saldos registrados en el balance con corte al mes de noviembre de 2005.

Análisis de resultados:

La generación del flujo de caja determina resultados negativos en ciertos meses lo que confirmaría la tendencia que registra la empresa en sus flujos de caja históricos, en donde la generación de efectivo derivado de actividades comerciales es cubierto en forma normal pero al registrarse la generación de gastos operacionales, se tiende a registrar resultados negativos en el flujo.

Debemos considerar la principal sensibilización realizada al flujo de caja estuvo en que los gastos operacionales representan el un 11% de las ventas de acuerdo a la tendencia histórica y de acuerdo a esto, el flujo registró los resultados negativos ya mencionados anteriormente.

CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS FINANCIERO

La empresa registra un crecimiento en ventas, en el segundo periodo, debido a que inicia sus actividades en agosto 2004, y su nivel de ventas no alcanzaba cubrir en su totalidad las que venia realizando con la anterior razón social. Los índices de rentabilidad de la empresa si bien para el periodo 2004-2005, fue mínimo, se determina una mejoría para el periodo 2005-2006, porque la empresa consiguió mejorar las negociaciones con proveedores en cuanto a precios y esto mejora de manera importante sus resultados de rentabilidad neta.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Evolución de las ventas:

Las ventas mejoraron considerablemente en el último semestre del año 2005, por cuanto se invirtió por parte del Gobierno Central y Local en obra pública generando recursos para la adquisición de tubería para obras de alcantarillado y agua potable. Otro factor que influyó a que mejoren las ventas

es el auge que ha tenido la construcción en la ciudad, desde pequeñas construcciones, urbanizaciones y edificios.

Evolución de costos y gastos:

Costos: Se espera para el año 2006, negociar con algunos proveedores para complementar los productos que se comercializan, los cuales se pueden vender con mejor margen, y así se obtenga una utilidad bruta superior al 13%.

Gastos: Se va a tratar de reducir los gastos administrativos y de ventas, pero al crecer en ventas se va a demandar crecer en gastos, se tratará dentro del presupuesto sea constante o que sea menor al crecimiento en ventas.

ANÁLISIS CUALITATIVO

ANÁLISIS ESTRATÉGICO, COMPETITIVO Y DEL RIESGO OPERATIVO

ADMINISTRACIÓN INFORMACIÓN GENERAL

NOMBRE DE LA EMPRESA: Construgypsum

RUC: 0190324745001

DIRECCIÓN: Av. Solano 5-49 y Roberto Crespo

CIUDAD: Cuenca

TELÉFONOS: 2 88 49 12, 2 81 87 70, 2 88 61 02, 2 81 22
23

EMAIL: ftoralm@etapaonline.net.ec

SECTOR Y ACTIVIDAD ECONÓMICA: construcción, comercialización e instalación productos
HISTORIA

FECHA DE FUNDACIÓN: mayo 2004

NÚMERO DE

EMPLEADOS

ADMINISTRATIVOS: 10 **VENTAS:** 10 **TOTAL:** 20

HAN EXISTIDO PROBLEMAS LABORALES EN LOS ÚLTIMOS AÑOS? no

FECHA VENCIMIENTO:

EXISTE SINDICATO? no **EXISTE CONTRATO COLECTIVO?** no n/a

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

Se dedica a la comercialización de productos para la construcción, siendo su principal producto, la tubería

PVC Plastigama, además complementa sus líneas para la construcción como cubiertas metálicas, paneles colaborantes para losas, paneles para cielo rasos y divisiones, y perfilera galvanizada.

CAMBIOS EN LA LÍNEA DE NEGOCIO

No se ha visto la necesidad de cambiar la línea de negocio, por cuanto las empresas con que trabaja Construgypsum mantienen el liderazgo a nivel nacional, buscando siempre innovar sus productos, tener la mejor tecnología y buscar generar en el cliente una relación de largo plazo.

EVENTOS QUE HAYAN AFECTADO POSITIVA O NEGATIVAMENTE A LA EMPRESA

El auge de la construcción a nivel local a permitido mantener niveles considerables en ventas, aunque uno de los ingresos más considerables es el de la obra pública, que primero por el cambio del gobierno local y segundo por la caída del gobierno de Gutiérrez se vio afectado, pero en este último semestres ha tenido una buena recuperación.

ACCIONISTAS Y PROPIETARIOS

Capital Social:	72,000.00	Patrimonio:	77,140.98		
Nombre de los accionistas:	% participac.	Cédula	Nacionalidad	País	Domicilio
Ing. Francisco Toral Amador	60%	010086872-8	Ecuatoriana	Ecuador	
Francisco Toral Muñoz	20%	010242359-7	Ecuatoriana	Ecuador	
Lcda. Carmen Toral Muñoz	20%	010299505-7	Ecuatoriana	Ecuador	

DIRECTORIO / EQUIPO GERENCIAL

Miembros del Directorio

Cargo	Nombre
Presidente del Directorio	Ing. Francisco Toral Amador
Gerente General	Francisco Toral Muñoz
Secretaria del Directorio	Lcda. Carmen Toral Muñoz

Equipo Gerencial

Cargo	Nombre	Edad	Años en Empresa	Trayectoria Empresarial Años	Actividad
Gerente Gen.					
Secretaria					

OPERACIÓN

Instalaciones / Facilidades Físicas

Instalaciones	Ubicación / Ciudad	Bodegas	Área (m ²) Terreno	Construcción	Propia/ Alquila	Valor Comercial
---------------	--------------------	---------	--------------------------------	--------------	-----------------	-----------------

Información sobre pólizas de seguros de Activos Fijos e Inventarios

Aseguradora	Monto(\$)	Bien Asegurado	Cobertura	Fecha Vcto.	Riesgos que cubre
-------------	-----------	----------------	-----------	-------------	-------------------

Productos / Mercado

Nombre / Línea de Producto	% Ventas Totales	Participación Mercado	% Margen Bruto	Principales Competidores
Plastigama / Tubería PVC	80%	30%	13%	Ditecnia
Rooftec / Cubiertas Metálicas	12%	10%	13%	Aceropaxi
Gyplac / Panel Yeso	5%	80%	13%	Maestros Instaladores
Plycem / Paneles				
Fibrocimiento	3%	30%	13%	Comercial Salvador Pacheco
Total nro. Productos	100%			

Cientes y Políticas de Venta

Presupuesto de ventas Año Actual				
% Ventas al Contado	20%	% Ventas a Crédito		80%
Número de Clientes		500		
Principales Clientes	Ciudad	% Ventas	Días de Crédito	Términos de Crédito

Proveedores y términos de compra

Compras del año anterior:

Número de proveedores locales:

Principales Proveedores	Producto	Provincia	% Compras	Plazo de Pago	Términos de Crédito
Plastigama	Tubería PVC	Guayas	80%	30 días	Pagaré
Rooftec	Cubiertas Metálicas	Guayas	12%	31 días	Pagaré
	Paneles de Yeso	Guayas	5%	32 días	Pagaré
Plycem	Paneles de Fibrocemento	Guayas	3%	33 días	Pagaré

Presupuesto de compras del año actual:

ANEXO 10

PRESUPUESTO DE EFECTIVO

VENTAS

MES	Total	Contado	Crédito 60días
	Mensual	20%	80%
Enero	200	40	160
Febrero	200	40	160
Marzo	200	40	160
Abril	200	40	160
Mayo	200	40	160
Junio	200	40	160
Julio	200	40	160
Agosto	200	40	160
Septiembre	200	40	160
Octubre	255	51	204
Noviembre	245	49	196
Diciembre	296	59	237
TOTAL	2596	519	2077

433 Saldo por cobrar en el 2007

COBROS A CLIENTES

MES	Ventas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Diciembre	200	160											
Enero	200	40		160									
Febrero	200		40		160								
Marzo	200			40		160							
Abril	200				40		160						
Mayo	200					40		160					
Junio	200						40		160				
Julio	200							40		160			
Agosto	200								40		160		
Septiembre	200									40		160	
Octubre	255										51		204
Noviembre	245											49	
Diciembre	296												59.2
TOTAL	2596	200	40	200	200	200	200	200	200	200	211	209	263

COMPRAS

MES	Costo de Ventas	Inv Final	Inv Inicial	Compras
Enero	174	200	257	117
Febrero	174	100	200	74
Marzo	174	100	100	174
Abril	174	200	100	274
Mayo	174	100	200	74
Junio	174	100	100	174
Julio	174	200	100	274
Agosto	174	100	200	74
Septiembre	174	100	100	174
Octubre	222	100	100	222
Noviembre	213	324	100	437
Diciembre	258	282	324	216
TOTAL	2259	1906	1881	2284

PAGO PROVEEDORES

MES	Compras	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Diciembre	197	197											
Enero	117		117										
Febrero	74			74									
Marzo	174				174								
Abril	274					274							
Mayo	74						74						
Junio	174							174					
Julio	274								274				
Agosto	74									74			
Septiembre	174										174		
Octubre	222											222	
Noviembre	437												437
Diciembre	216												
TOTAL	2481	197	117	74	174	274	74	174	274	74	174	222	437

GASTOS DE OPERACIÓN

MES	Salario fijo	Comision s/v	Rentas	Deprecia cion	Gastos Varios	Total
		2.50%				
Diciembre	10	5	4	0	4	23
Enero	10	5	4	0	4	23
Febrero	10	5	4	0	4	23
Marzo	10	5	4	0	4	23
Abril	10	5	4	0	4	23
Mayo	10	5	4	0	4	23
Junio	10	5	4	0	4	23
Julio	11	5	4	0	4	24
Agosto	11	5	4	0	4	24
Septiembre	11	5	4	0	4	24
Octubre	11	6	4	0	4	26
Noviembre	11	6	4	0	4	26
Diciembre	11	7	4	0	4	27
TOTAL	126	65	48	5	48	292

PAGO GASTOS DE OPERACIÓN

MES	Salario fijo	Comision 2.5% s/v	Rentas	Gastos Varios	Total
Enero	10	5	4	4	23
Febrero	10	5	4	4	23
Marzo	10	5	4	4	23
Abril	10	5	4	4	23
Mayo	10	5	4	4	23
Junio	10	5	4	4	23
Julio	11	5	4	4	24
Agosto	11	5	4	4	24
Septiembre	11	5	4	4	24
Octubre	11	5	4	4	24
Noviembre	11	6	4	4	25
Diciembre	11	6	4	4	25
TOTAL	126	63	48	48	285

ENTRADAS DE EFECTIVO

MES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ventas de contado	40	40	40	40	40	40	40	40	40	51	49	59
ventas de credito	160		160	160	160	160	160	160	160	160	160	204
Cobro Total	200	40	200	200	200	200	200	200	200	211	209	263

SALIDAS DE EFECTIVO

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Salarios	10	10	10	10	10	10	11	11	11	11	11	11
Comisiones S/ventas	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6
Rentas	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Gastos Varios	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Pago a Proveedores	197	117	74	174	274	74	174	274	74	174	221.85	437.15
Pago Impuesto a la Renta	0	0	0.2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totales	220	140	97	197	297	97	198	298	98	198	247	462

PRESUPUESTO DE EFECTIVO

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo del Prestamo	0	0	79	0	0	75	0	0	69	0	0	0
Caja Inicial	41	21	0	23	26	4	31	33	4	37	50	11
Entradas de Efectivo	200	40	200	200	200	200	200	200	200	211	209	263
Disponibile	241	61	200	223	226	204	231	233	204	248	259	275
Salidas de efectivo	220	140	97	197	297	97	198	298	98	198	247	462
Saldo Operativo	21	-79	103	26	-71	107	33	-65	106	50	11	-188
Prestamos	0	79	0	0	75	0	0	69	0	0	0	233
Intereses pagados	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Abono a Prestamos	0	0	79	0	0	75	0	0	69	0	0	0
Caja Final	21	0	23	26	4	31	33	4	37	50	11	45

ESTADO DE RESULTADOS

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas	200	200	200	200	200	200	200	200	200	255	245	296
Inventario Inicial	257	200	100	100	200	100	100	200	100	100	100	324
Compras	117	74	174	274	74	174	274	74	174	222	437	216
Inventario Final	200	100	100	200	100	100	200	100	100	100	324	282
Costo de ventas	174	174	174	174	174	174	174	174	174	222	213	258
Utilidad Bruta	26	26	26	26	26	26	26	26	26	33	32	38
Gastos de Operación	23	23	23	23	23	23	24	24	24	26	26	27
Utilidad de Operación	3	3	3	3	3	3	2	2	2	7	6	12
Depreciaciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos Financieros CP	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0

Gastos Financieros LP	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Utilidad antes de Impuest	0	0	-1	0	0	-1	-1	-1	-2	5	3	9
Impuestos	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	2	1	3
Utilidad Neta	0	0	-1	0	0	-1	-1	-1	-1	3	2	6

ESTADO DE RESULTADOS

TOTAL	2006
Ventas	2596
Inventario Inicial	1881
Compras	2284
Inventario Final	1906
Costo de ventas	2259
Utilidad Bruta	337
Gastos de Operación	292
Utilidad de Operación	46
Depreciaciones	1
Gastos Financieros CP	2
Gastos Financieros LP	33
Utilidad antes de Impuest	9
Impuestos	3
Utilidad Neta	6

BALANCE GENERAL

ACTIVO		PASIVO	
Circulante		A corto plazo	
Caja y Bancos	45	Proveedores	216
Cuentas por Cobrar	433	Anticipos de Clientes	150
Inventario	282	Creditos Bancarios	179
		Impuestos x pagar	3
Total Circulante	760	Total a corto plazo	548
Activo Fijo		Préstamos de Terceros	112
Mobiliario y Equipo	2	CAPITAL CONTABLE	102
Total Activo fijo	2		
ACTIVO TOTAL	762	PASIVO + CAPITAL	762

ANEXO 9

Supuestos y Consideraciones	PERIODO				
	2004	2005	2006	2007	2008
(Miles de dólares)					
Crecimiento % en Ventas			10%	10%	10%
Ventas Anuales	125	2360	2596	2856	3141
% Costo de Ventas	87%	87%	87%	87%	87%
Costo de Ventas	109	2053	2259	2484	2733
% Gastos Variables de las Ventas	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%
Gastos Variables de las Ventas	3	59	65	71	79
Gastos Fijos	11	198	198	198	198
Total Gastos Fijos y Variables	14	257	263	269	277
Otros Gastos Operativos	0	29	29	29	29
Inversiones en Activo Fijo	0	3	0	0	0
Activo Fijo	0	3	2	1	1
Depreciación de Equipo Electrónico	0	1	1	0	0
Depreciaciones	0	1	1	0	0
Utilidades Antes de Impuestos	1	1	10	34	63
% Impuestos por pagar	36.25%	36.25%	36.25%	36.25%	36.25%
Impuestos por Pagar	0	0	4	12	23
Préstamo Bancario	43	321	179	207	217
Tasa de Interés	12%	12%	12%	12%	12%
Meses del Préstamo Bancario	2	6	12	12	12
Intereses Bancario	1	19	21	25	26
Préstamo de Terceros	0	0	112	112	112
Tasa de Interés	12%	12%	12%	12%	12%
Meses del Préstamo de Terceros	0	0	12	12	12
Intereses de Préstamo de Terceros	0	0	13	13	13
Días de Cobro	60	60	60	60	60
Días de Pago	30	30	30	30	30
Plan de Compras (días de Ventas)	45	45	45	45	45
Tesorería Mín. (% del costo de Vta)	2%	2%	2%	2%	2%
Caja	15	41	45	50	55
Cuentas por Cobrar	107	393	433	476	524
Inventarios	51	257	282	311	342
Proveedores	99	197	216	238	262
Ventas Diciembre	25	197	216	238	262
Compras Diciembre	22	171	188	207	228
Diferencia	3	26	28	31	34
IVA por Pagar	0	3	3	4	4
Anticipo de Clientes	24	100	150	150	150
Incrementos de Capital	6	66	22		
Utilidades Retenidas	1	0	6	22	40
Capital	7	73	102	123	163

Estado de Resultados
(miles de dólares)

	2004	2005	2006	2007	2008
Ventas	125	2,360	2,596	2,856	3,141
Costo de Ventas	109	2,053	2,259	2,484	2,733
Margen Bruto	16	307	337	371	408
Gastos Fijos y Variables	14	257	263	269	277
Otros gastos operativos	-	29	29	29	29
Utilidad Operacional	2	21	46	73	103
Depreciación	-	1	1	0	0
Utilidad Antes de Int. e Imp.	2	20	45	72	103
Intereses	1	19	35	38	39
Utilidad Antes de Impuestos	1.3	0.5	10	34	63
Impuestos	0.5	0.2	4	12	23
Utilidad neta	0.8	0.3	6	22	40

Análisis Vertical del Estado de Resultados

	2004	2005	2006	2007	2008
Ventas	100%	100%	100%	100%	100%
Costo de Ventas	87%	87%	87%	87%	87%
Margen Bruto	13%	13%	13%	13%	13%
Gastos Fijos y Variables	11%	11%	10%	9%	9%
Otros gastos operativos	0%	1%	1%	1%	1%
Utilidad Operacional	2%	1%	2%	3%	3%
Depreciación	0%	0%	0%	0%	0%
Utilidad Antes de Int. e Imp.	2%	1%	2%	3%	3%
Intereses	1%	1%	1%	1%	1%
Utilidad Antes de Impuestos	1%	0%	0%	1%	2%
Impuestos	0%	0%	0%	0%	1%
Utilidad neta	1%	0%	0%	1%	1%

Ratios de Cuenta de Resultados

Crecimiento de Ventas	0%	1788%	10%	10%	10%
Margen en porcentaje	13%	13%	13%	13%	13%
Utilidad Operacional / Ventas	2%	1%	2%	3%	3%
ROS rentabilidad / ventas	1%	0%	0%	1%	1%
ROE rentabilidad sobre capital	12%	0%	6%	18%	25%
ROA, rentabilidad activo	0%	0%	319%	1631%	4522%
CFO cash flow operaciones	1	1	7	22	40
Utilidad Operacional / intereses	2.47	1.08	1.31	1.90	2.60

Balance General

Activo	2004	2005	2006	2007	2008
Caja	15	41	45	50	55
Cuentas por Cobrar	107	393	433	476	524
Inventarios	51	257	282	311	342
Activo circulante AC	173	691	760	836	920
Activo fijo		3	2	1	1
Activo total	173	694	762	838	921

Pasivo

Proveedores	99	197	216	238	262
Impuesto a la Renta por pagar	-	0	0	4	12
IVA por pagar	-	3	3	4	4
Préstamo Bancario	43	321	179	207	217
Anticipos de Clientes	24	100	150	150	150
Pasivo circulante	166	621	549	602	645
Préstamos de terceros	-	-	112	112	112
Capital	7	73	102	123	163
Total pasivo más Capital	173	694	762	838	921

Diferencia Activo - Pasivo - - - - -

Balance Resumido

	2005	2005	2006	2007	2008
Caja excedente	1	1	7	22	40
NOF o circulante neto	59	453	498	545	591
AF o activo fijo	-	3	2	1	1
AN o activo neto	60	457	507	568	632
Deuda (a largo o corto)	43	321	291	319	329
Capital + Utilidades	8	73	108	145	204
Total Financiación	51	394	399	464	533

Extracto del balance usado en finanzas operativas

NOF	59	453	498	545	591
FM	7	70	212	234	275
Caja excedente (+) o crédito necesario (-)	-52	-383	-287	-311	-316

Ratios de Balance

Días de Cobro	308.16	60.00	60.00	60.00	60.00
Días de existencias	168.83	45.00	45.00	45.00	45.00
Días de pago	328	34	34	34	34
NOF / Ventas en porcentaje	0.59	4.53	4.98	5.45	5.91
Deuda / Utilidad antes Int e Imp	0.34	0.14	0.11	0.11	0.10

Punto de Equilibrio

Ventas	100.00%
Costo de Ventas	87.00%
Margen Bruto	13.00%
Gastos Variable	2.50%
% de Ventas para cubrir operación y gastos fijos	10.50%

BIBLIOGRAFÍA

PORTER, Michael, Estrategia Competitiva, Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia, México DF, México, 1987.

SAMUELSON, Paul, Economía, Decimoquinta Edición, Boston, Massachussets, Estados Unidos, 1996.

PARKIN, Michael, Macroeconomía, Reading, Massachussets, Estados Unidos, 1993.

WARREN, Carl, Contabilidad Financiera, Séptima Edición, Thonsom Editores.

GESTIÓN, Revista, Economía y Sociedad, Quito, Ecuador, Febrero de 2004.

GESTIÓN, Revista, Economía y Sociedad, Quito, Ecuador, Junio de 2004.

GESTIÓN, Revista, Economía y Sociedad, Quito, Ecuador, Mayo de 2005.

GESTIÓN, Revista, Economía y Sociedad, Quito, Ecuador, Junio de 2005.

EKOS, Revista, Economía y Negocios, Quito, Ecuador, Marzo de 2005.

EKOS, Revista, Economía y Negocios, Quito, Ecuador, Abril de 2005.

EKOS, Revista, Economía y Negocios, Quito, Ecuador, Mayo de 2005.

www.google.com.ec, Internet.

www.altavista.com, Internet.

www.tratadodelibrecomercio.com, Internet.

www.ildis.org.ec

www.bce.fin.ec

www.cuencaconstruye.org

www.inec.gov.ec

www.sri.gov.ec

www.superban.gov.ec

www.elcomercio.com

www.indesic.org

www.pnud.org.ec

www.mmrree.gov.ec

www.observatoriofiscal.org

ANEXO 5

Cantidad de Prestamos Solicitados

2005/01/01 - 2005/12/28

No.	INSTITUCIONES	Comercial		Consumo		Microcredito		Vivienda		Total	
		No. Op.	Monto	No. Op.	Monto	No. Op.	Monto	No. Op.	Monto	No. Op.	Monto
BANCOS OFF SHORE											
1	GUAYAQUIL BANK TRUST	250	333,006,304	610	5,765,533	-	-	-	-	860	338,771,837
2	PICHINCHA LTD. BAHAMAS	688	75,309,201	354	7,690,131	-	-	-	-	1,042	82,999,332
3	PRODUBANK	1,830	317,339,298	1,139	13,021,855	-	-	-	-	2,969	330,361,153
BANCOS PRIVADOS EXTRANJEROS											
1	CITIBANK (CITIGROUP)	593	215,154,114	200	440,754	-	-	74	2,549,840	867	218,144,708
2	LLOYDS TSB BANK PLC. (SUCURSAL ECUADOR)	1,163	153,830,832	565	791,158	-	-	5	217,632	1,733	154,839,622
BANCOS PRIVADOS NACIONALES											
1	AMAZONAS	905	32,207,974	328	1,018,308	-	-	21	1,204,759	1,254	34,431,041
2	ANDES	395	15,498,418	1,363	3,013,191	489	2,017,357	-	-	2,247	20,528,966
3	AUSTRO	12,821	91,714,192	61,129	66,510,497	33	140,504	932	10,366,057	74,915	168,731,250
4	BOLIVARIANO	248,914	1,005,468,305	1,514	9,066,724	-	-	280	11,988,866	250,708	1,026,523,895
5	CENTRO MUNDO	-	-	76,236	87,026,270	36,195	42,363,848	-	-	112,431	129,390,118
6	COFIEC	239	12,804,993	-	-	-	-	1	32,000	240	12,836,993
7	COMERCIAL DE MANABI	895	11,296,051	8,946	6,233,212	154	453,900	-	-	9,995	17,983,163
8	DE GUAYAQUIL	22,760	303,547,922	121,730	123,117,134	5,152	7,409,792	245	7,543,245	149,887	441,618,093
9	DE LOJA	8,166	50,552,683	1,592	8,288,504	197	2,044,200	556	10,667,915	10,511	71,553,302
10	DEL LITORAL	336	3,449,553	695	3,679,943	-	-	70	1,169,168	1,101	8,298,664

11	DELBANK S.A.	8	128,000	215	570,064	153	417,300	6	205,606	382	1,320,970
12	GENERAL RUMIÑAHUI	4,293	58,031,686	24,917	13,219,373	-	-	843	26,121,953	30,053	97,373,012
13	INTERNACIONAL	7,624	474,616,481	11,386	12,805,898	-	-	715	25,202,968	19,725	512,625,347
14	MACHALA	13,679	195,193,617	9,377	19,949,509	-	-	51	1,213,007	23,107	216,356,133
15	MM JARAMILLO ARTEAGA	13,723	106,651,628	19,145	160,684,016	-	-	563	14,088,341	33,431	281,423,985
16	PACIFICO	3,897	155,684,596	13,676	9,823,256	394	4,015,269	949	38,498,489	18,916	208,021,610
17	PICHINCHA	117,813	1,244,729,922	78,454	181,387,476	50,213	107,121,639	2,423	80,927,903	248,903	1,614,166,940
18	PROCREDIT S.A.	258	10,519,315	41	31,485	31,855	68,774,636	75	840,182	32,229	80,165,618
19	PRODUBANCO	51,008	985,860,504	187,638	174,517,528	-	-	617	24,018,620	239,263	1,184,396,652
20	SOLIDARIO	995	267,123,721	355,792	255,808,615	191,220	488,226,148	253	4,085,906	548,260	1,015,244,390
21	SUDAMERICAN O	367	1,161,511	9,352	5,918,489	-	-	1	600,000	9,720	7,680,000
22	TERRITORIAL	485	11,416,454	2,316	3,324,440	-	-	34	1,407,171	2,835	16,148,065
23	UNIBANCO	106	729,893	3,200,979	278,127,154	107,983	19,803,683	-	-	3,309,068	298,660,730

COMPAÑAS DE TITULARIZACION

	CORP.DE DES.DE MERC.SEC.DE 1 HIPOT.CTH	-	-	-	-	-	-	-	1	4,861	1	4,861
--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-------	---	-------

COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO

1	11 DE JUNIO	-	-	761	1,452,584	544	1,133,195	119	1,078,575	1,424	3,664,354
2	15 DE ABRIL	299	1,555,730	7,388	14,479,840	1,647	5,953,024	276	2,281,685	9,610	24,270,279
3	23 DE JULIO	194	1,258,970	2,063	6,612,203	1,473	7,743,017	347	3,273,690	4,077	18,887,880
4	29 DE OCTUBRE	15	69,350	19,262	29,143,339	3,346	10,473,483	530	6,085,060	23,153	45,771,232
5	9 DE OCTUBRE LTDA.	-	-	266	499,855	337	858,505	90	546,782	693	1,905,142
6	ALIANZA DEL VALLE LTDA.	9	36,970	5,518	9,508,911	2,328	7,116,324	102	802,588	7,957	17,464,793
7	ANDALUCIA	-	-	5,862	14,603,207	3,334	9,401,012	112	846,168	9,308	24,850,387
8	ATUNTAQUI	222	1,342,704	1,798	4,927,139	2,064	9,806,025	525	4,422,610	4,609	20,498,478
9	CACPE BIBLIAN LTDA.	-	-	1,185	2,458,308	84	300,095	94	882,785	1,363	3,641,188
10	CACPECO	4	80,200	1,122	4,247,410	3,345	14,546,466	427	3,255,770	4,898	22,129,846
11	CAJA CENTRAL COOPERATIVA FINANCOOP	53	4,087,000	-	-	-	-	-	-	53	4,087,000
12	CALCETA LTDA.	-	-	516	671,475	122	151,435	14	60,000	652	882,910
13	CAMARA DE COMERCIO DE QUITO LTDA.	5	72,750	1,837	4,602,145	1,568	5,181,231	43	569,250	3,453	10,425,376
14	CHONE LTDA	175	499,930	1,107	2,497,690	1,098	2,675,130	123	766,660	2,503	6,439,410
15	CODESARROLL O	13	258,100	1,011	2,524,535	7,733	16,014,158	204	1,034,650	8,961	19,831,443

16	COMERCIO LTDA.	12	414,000	2,705	5,884,990	1,214	3,150,610	33	394,100	3,964	9,843,700
17	COTOCOLLAO	-	-	1,285	2,267,253	1,167	3,098,030	52	476,500	2,504	5,841,783
18	DE LA PEQUEÑA EMPRESA DE PASTAZA	12	427,490	1,298	2,790,338	1,624	5,729,285	93	897,867	3,027	9,844,980
19	EL PORVENIR LTDA. CACEP	12	44,390	174	328,022	6	12,360	-	-	192	384,772
20	EL SAGRARIO	117	494,849	1,380	4,452,665	1,784	7,428,961	522	5,423,318	3,803	17,799,793
21	GUARANDA	-	-	1,017	1,987,822	1,451	2,135,850	33	150,700	2,501	4,274,372
22	JESUS DEL GRAN PODER LTDA.	-	-	254	586,230	162	343,660	87	520,300	503	1,450,190
23	JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA LTDA.	1	20,000	6,187	14,982,833	7,714	21,167,709	258	3,278,130	14,160	39,448,672
24	LA DOLOROSA	-	-	1,137	1,536,354	327	1,656,530	24	335,000	1,488	3,527,884
25	METROPOLITANA LTDA.	2	120,000	968	806,705	-	-	-	-	970	926,705
26	NACIONAL	-	-	16,750	17,964,103	25,358	38,736,012	266	2,645,836	42,374	59,345,951
27	OSCUS	-	-	3,836	11,768,059	4,428	16,720,805	234	3,489,335	8,498	31,978,199
28	PABLO MUÑOZ VEGA	55	575,824	2,944	7,277,863	1,563	3,486,869	122	1,402,853	4,684	12,743,409
29	PADRE JULIAN LORENTE LTDA.	83	338,631	2,682	7,231,085	426	803,344	280	1,667,337	3,471	10,040,397
30	PREVISION, AHORRO Y DESARROLLO	-	-	2,940	4,092,567	76	148,600	9	105,002	3,025	4,346,169
31	PROGRESO	1	7,100	7,795	12,155,503	4,912	12,675,123	355	4,171,812	13,063	29,009,538
32	RIOBAMBA	210	645,450	3,810	8,990,203	6,042	19,897,871	480	3,652,271	10,542	33,185,795

33	SAN FRANCISCO	1	10,000	12,152	11,254,919	4,541	11,501,717	416	2,408,634	17,110	25,175,270
34	SAN FRANCISCO DE ASIS	-	-	40	103,200	56	253,812	-	-	96	357,012
35	SAN JOSE LTDA.	-	-	4,439	2,988,778	1,246	2,752,688	43	501,612	5,728	6,243,078
36	SANTA ANA	6	16,065	479	737,823	227	602,807	9	25,500	721	1,382,195
37	SANTA ROSA	454	2,835,100	4,592	8,389,144	1,378	5,576,405	275	3,219,600	6,699	20,020,249
38	SERFIN	133	3,571,906	134	456,324	2	44,000	-	-	269	4,072,230
39	TULCAN	29	371,100	2,583	2,926,552	2,142	4,055,860	274	2,346,629	5,028	9,700,141
40	VICENTINA MANUEL ESTEBAN GODOY ORTEGA LTDA.	2	78,015	4,239	17,528,157	4,870	18,934,154	14	195,840	9,125	36,736,166

INSTITUCIONES FINANCIERAS PUBLICAS

1	BANCO DEL ESTADO	78	205,867,410	-	-	-	-	-	-	78	205,867,410
2	BANCO ECUATORIANO DE LA VIVIENDA	7	2,536,019	-	-	-	-	159	671,930	166	3,207,949
3	BANCO NACIONAL DE FOMENTO	33,379	125,143,820	8,592	25,886,617	7	3,030	-	-	41,978	151,033,467
4	CORPORACION FINANCIERA NACIONAL	3,388	91,211,755	-	-	-	-	-	-	3,388	91,211,755
5	INST.ECUAT.CR EDITO EDUCATIVO Y BECAS	-	-	11,221	29,523,547	-	-	-	-	11,221	29,523,547

MUTUALISTAS

1	AMBATO	-	-	84	189,400	-	-	130	2,422,000	214	2,611,400
2	AZUAY	7	191,500	372	2,123,905	-	-	497	7,647,505	876	9,962,910
3	BENALCAZAR	20	3,358,922	85	424,400	-	-	303	6,776,812	408	10,560,134
4	IMBABURA	-	-	343	1,351,529	5	14,000	165	1,471,924	513	2,837,453
5	PICHINCHA	501	11,171,741	3,140	12,723,248	-	-	3,806	79,546,439	7,447	103,441,428

SOCIEDADES FINANCIERAS

1	CONSULCREDITO	58	1,416,989	191	614,091	241	830,393	299	3,553,569	789	6,415,042
2	CORFINSA	1,474	22,214,805	1,116	12,121,593	2	18,872	-	-	2,592	34,355,270
3	DINERS CLUB DEL ECUADOR	27	1,359,344	210	784,322	-	-	-	-	237	2,143,666
4	FIDASA	63	968,600	99	1,090,149	59	363,260	63	894,960	284	3,316,969
5	FINCA S.A.	-	-	-	-	82,503	50,963,673	-	-	82,503	50,963,673
6	FIRESA	1	10,000	36	45,224	-	-	-	-	37	55,224
7	GLOBAL	107	2,569,394	446	3,099,930	75	956,120	2	21,123	630	6,646,567
8	INTERAMERICANA	18	1,474,229	14	84,689	-	-	23	1,003,523	55	2,562,441
9	LEASINGCORP	1,161	16,912,976	127	578,553	-	-	55	660,230	1,343	18,151,759
10	UNIFINSA	2,967	39,013,208	1,267	7,461,590	-	-	252	5,141,927	4,486	51,616,725
11	VAZCORP S.A.	56	975,058	664	6,894,116	68	846,923	62	1,895,391	850	10,611,488

ANEXO 7

1. BALANZA DE PAGOS NORMALIZADA (1)

Período: 2002 - 2005. IIT

Millones de dólares

Código	Transacción / Período	Años				
		2002	2003	2004	2005-I	2005-II
1	CUENTA CORRIENTE	-1,398.5	-340.5	-154.7	-49.9	-52.6
1.1	BIENES	-997.7	86.5	413.1	119.6	127.6
1.1.1	Exportaciones	5,198.3	6,380.8	7,910.4	2,235.1	2,446.6
1.1.1.1	Mercancías generales	5,056.2	6,240.6	7,774.6	2,187.4	2,397.8
1.1.1.2	Bienes para transformación	-	-	-	-	-
1.1.1.3	Reparación de bienes	6.5	5.4	5.6	1.5	1.5
1.1.1.4	Bienes adquiridos en puerto por medios de transporte	135.6	134.8	130.3	46.2	47.2
1.1.1.5	Oro no monetario	-	-	-	-	-
1.1.2	Importaciones	-6,196.0	-6,294.4	-7,497.3	-2,115.5	-2,319.0
1.1.2.1	Mercancías generales	-6,171.5	-6,272.2	-7,470.1	-2,109.8	-2,313.3
1.1.2.2	Bienes para transformación	-	-	-	-	-
1.1.2.3	Reparación de bienes	-6.0	-5.3	-10.4	-1.5	-1.5
1.1.2.4	Bienes adquiridos en puerto por medios de transporte	-18.5	-16.8	-16.8	-4.2	-4.2
1.1.2.5	Oro no monetario	-	-	-	-	-
1.2	SERVICIOS	-747.7	-734.2	-968.8	-277.7	-288.0

1.2.1	Servicios prestados	883.9	882.3	921.3	221.2	232.3
1.2.1.1	Transporte	243.4	268.6	340.5	87.0	98.7
1.2.1.2	Viajes	447.2	406.4	367.4	82.1	83.2
1.2.1.3	Otros servicios	193.4	207.3	213.5	52.2	50.4
1.2.2	Servicios recibidos	-1,631.6	-1,616.5	-1,890.2	-498.9	-520.3
1.2.2.1	Transporte	-674.8	-659.7	-833.2	-229.3	-255.8
1.2.2.2	Viajes	-363.9	-354.4	-391.0	-100.0	-103.7
1.2.2.3	Otros servicios	-592.8	-602.5	-666.0	-169.6	-160.8
1.3	RENTA	-1,304.8	-1,464.4	-1,492.6	-389.8	-412.6
1.3.1	Renta recibida	29.9	27.1	32.8	12.4	11.8
1.3.1.1	Remuneración de empleados	6.0	6.0	6.0	1.6	1.7
1.3.1.2	Renta de la inversión	23.9	21.1	26.8	10.8	10.1
1.3.1.2.1	Inversión directa	-	-	-	-	-
1.3.1.2.2	Inversión de cartera	-	-	-	-	-
1.3.1.2.3	Otra inversión	23.9	21.1	26.8	10.8	10.1
1.3.2	Renta pagada	-1,334.7	-1,491.6	-1,525.4	-402.1	-424.4
1.3.2.1	Remuneración de empleados	-7.3	-6.5	-6.5	-1.5	-1.4
1.3.2.2	Renta de la inversión	-1,327.4	-1,485.1	-1,518.9	-400.6	-423.0
1.3.2.2.1	Inversión directa	-301.9	-366.5	-359.4	-120.5	-119.6
1.3.2.2.2	Inversión de cartera	-291.8	-317.5	-344.1	-109.6	-76.4
1.3.2.2.3	Otra inversión	-733.7	-801.1	-815.5	-170.6	-227.0
1.4	TRANSFERENCIAS CORRIENTES	1,651.7	1,771.7	1,893.6	498.0	520.5

1.4.1	Transferencias corrientes recibidas	1,709.5	1,794.1	1,912.8	503.5	525.4
1.4.1.1	Gobierno general	186.4	217.5	231.4	59.8	58.8
1.4.1.2	Otros sectores	1,523.1	1,576.6	1,681.4	443.7	466.6
1.4.1.2.1	Remesas de trabajadores	1,432.0	1,539.5	1,604.2	416.2	422.7
1.4.1.2.2	Otras transferencias corrientes	91.1	37.2	77.2	27.5	43.8
1.4.2	Transferencias corrientes enviadas	-57.8	-22.4	-19.2	-5.5	-4.9
1.4.2.1	Gobierno general	-3.0	-21.3	-18.4	-4.4	-4.7
1.4.2.2	Otros sectores	-54.8	-1.1	-0.8	-1.1	-0.2
2	CUENTA DE CAPITAL Y FINANCIERA	1,303.6	96.5	27.8	340.7	241.8
2.1	CUENTA DE CAPITAL	26.6	70.2	23.8	6.1	6.9
2.1.1	Transferencias de capital recibidas	34.6	79.2	33.8	8.6	9.3
2.1.1.1	Gobierno general	30.3	75.2	29.5	7.5	8.2
2.1.1.2	Otros sectores	4.3	4.0	4.3	1.1	1.1
2.1.2	Enajenación de activos no financieros no producidos	-	-	-	-	-
2.1.3	Transferencias de capital enviadas	-	-	-	-	-
2.1.3.1	Gobierno general	-	-	-	-	-
2.1.3.2	Otros sectores	-	-	-	-	-
2.1.4	Adquisición de activos no financieros no producidos	-8.0	-9.0	-10.0	-2.5	-2.4
2.2	CUENTA FINANCIERA	1,277.0	26.3	3.9	334.6	234.9

2.2.1	Inversión directa	1,275.3	1,554.7	1,160.3	502.2	454.4
2.2.1.1	En el extranjero	-	-	-	-	-
2.2.1.2	En el país	1,275.3	1,554.7	1,160.3	502.2	454.4
2.2.2	Inversión de cartera	0.2	8.1	56.4	45.6	0.4
2.2.2.1	Activos	-	-	-	-	-
2.2.2.2	Pasivos	0.2	8.1	56.4	45.6	0.4
2.2.2.2.1	Títulos de participación en capital	1.3	9.2	1.4	1.1	0.4
2.2.2.2.2	Títulos de deuda	-1.1	-1.1	55.0	44.6	-
2.2.3	Otra inversión	-64.3	-1,384.1	-935.9	-264.0	-20.2
2.2.3.1	Activos	-1,351.0	-981.2	-1,590.5	-968.0	-213.9
2.2.3.1.1	Créditos comerciales	-270.5	-277.3	-312.0	-83.2	-56.8
2.2.3.1.2	Préstamos	-	-	-	-	-
2.2.3.1.3	Moneda y depósitos	-1,080.5	-703.9	-1,278.5	-884.8	-157.1
2.2.3.1.4	Otros activos	-	-	-	-	-
2.2.3.2	Pasivos	1,286.7	-402.9	654.7	704.0	193.7
2.2.3.2.1	Créditos comerciales	-22.5	106.3	342.4	76.5	80.6
2.2.3.2.1.1	Autoridades monetarias	-	-	-	-	-
2.2.3.2.1.2	Gobierno general	-1.7	0.7	0.8	-3.5	-2.5
2.2.3.2.1.3	Bancos	-	-	-	-	-
2.2.3.2.1.4	Otros sectores	-20.8	105.5	341.6	80.0	83.1

2.2.3.2.2	Préstamos	1,670.6	-227.5	298.6	625.1	130.6
2.2.3.2.2.1	Autoridades monetarias	-141.0	-47.6	-64.6	-16.6	-16.6
2.2.3.2.2.2	Gobierno general	-13.2	88.7	-423.1	-141.0	-169.8
2.2.3.2.2.3	Bancos	-26.0	-26.1	-21.0	-5.5	-5.5
2.2.3.2.2.4	Otros sectores	1,850.7	-242.6	807.3	788.2	322.6
2.2.3.2.3	Moneda y depósitos	-412.1	-166.2	25.0	-39.7	37.4
2.2.3.2.3.1	Autoridades monetarias	-	-	-	-	-
2.2.3.2.3.2	Gobierno general	-	-	-	-	-
2.2.3.2.3.3	Bancos	-	-	-	-	-
2.2.3.2.3.4	Otros sectores	-412.1	-166.2	25.0	-39.7	37.4
2.2.3.2.4	Otros pasivos	50.6	-115.5	-11.2	42.0	-55.1
2.2.3.2.4.1	Autoridades monetarias	-0.2	0.0	-0.0	0.0	-0.1
2.2.3.2.4.2	Gobierno general	59.4	-110.3	-11.2	42.0	-54.1
2.2.3.2.4.3	Bancos	-8.7	-5.1	-	0.0	-0.9
2.2.3.2.4.4	Otros sectores	0.0	-0.1	-	-	-
2.2.4	Activos de reserva	65.8	-152.4	-276.9	50.8	-199.7
2.2.4.1	Oro monetario	-59.5	-54.7	-20.0	6.9	-8.1
2.2.4.2	Derechos especiales de giro	0.5	1.1	-54.9	15.8	10.2
2.2.4.3	Posición de reserva en el FMI	-1.7	-2.1	-1.2	0.6	0.9
2.2.4.4	Divisas	126.2	-94.0	-195.8	25.1	-203.0
2.2.4.5	Otros activos	0.2	-2.7	-5.0	2.4	0.3
3	ERRORES Y OMISIONES	94.9	244.0	126.9	-290.8	-189.2

(1) Datos provisionales

FUENTE: Banco Central del Ecuador

ELABORACIÓN: Banco Central del Ecuador, Balanza de Pagos

