



Universidad del Azuay

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Contabilidad y Administración de Empresas

*"Análisis Económico y Financiero aplicado a Comercial
Ávila Ochoa CIA Ltda. En el periodo 2004/2007"*

Monografía previa a la obtención del grado
en Ingeniería Contable e Ingeniería
Comercial.

Autores:

**Astudillo Vicuña Jessica
Robalino Izquierdo Sebastián**

Director:

Ing. Ximena Moscoso

**Cuenca, Ecuador
2008**

DEDICATORIA

A mi creador, a mi Dios Jehová que siempre está presente en mi corazón y decisiones, a mis padres, a quienes amo y admiro, que gracias a su infinita amistad, fortaleza y paciencia me guiaron a alcanzar el éxito en mi vida profesional. De manera especial a mi hermana Kathy, a mi abuelita y a mi tío Wily quienes que con su amor y consejos me supieron ayudar en mis momentos difíciles. A mis hermanos que con su dulzura e inocencia me alegraron los días en mis estudios universitarios. A mi compañero de monografía y amigo incondicional a la vez Sebastián, tu amistad le da mayor alegría a mi vida.

JESSICA

DEDICATORIA

La culminación de una etapa muy importante en mi vida, se la dedico a mis padres: Marco Robalino y Lucia Izquierdo, a los que admiro, respeto y amo, por haberme brindado su apoyo incondicional, además de darme la fuerza necesaria para alcanzar mis metas propuestas, les quiero mucho. A mi hermano Juan David por darme el entusiasmo y alegría en cada momento. De igual manera a mis tías por el estímulo brindado en cada una de las etapas de este periodo. A mi compañera de monografía Jessi, por su paciencia y amistad brindada, asimismo para finalizar a todas las personas que me ayudaron a obtener este gran triunfo.

SEBASTIÁN

AGRADECIMIENTO

Ante todo queremos agradecer a Dios, por brindarnos la oportunidad de alcanzar una meta importante, además de la fortaleza, paciencia y sabiduría necesaria para conseguir con éxito nuestros objetivos planteados.

A la Universidad del Azuay, por ofrecernos el conocimiento y experiencias de sus profesores, aportándonos significativamente en el trayecto de la carrera universitaria.

De igual manera nuestra mas sincera gratitud, a los directivos de “Comercial Avila Ochoa CIA. LTDA.”, por facilitarnos la información necesaria, además de su confianza y la oportunidad de aplicar este estudio a l mismo.

Pero primordialmente, agradecemos a nuestra directora, Ing. Ximena Moscoso Serrano, quien nos ha brindado su amistad, conocimiento y tiempo desinteresadamente, siendo uno de los pilares fundamentales para el desarrollo de esta monografía.

A todos nuestros amigos quienes estuvieron cerca por escucharnos, entendernos y apoyarnos, en los buenos y malos momentos, asimismo a las personas que de una u otra forma estuvieron a nuestro lado brindándonos su colaboración.

RESPONSABILIDAD

“Los criterios y las expresiones vertidas en el presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de sus autores.”

Jessica Astudillo Vicuña

Sebastián Robalino Izquierdo

INDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Índice de contenidos.....	vi
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
Introducción.....	1
Capítulo I: Descripción de la Empresa.	
1.1 Reseña histórica de la empresa.....	4
1.2 Misión de la empresa.....	5
1.3 Visión de la empresa.....	5
1.4 Valores y Principios.....	5
1.4.1 Valores.....	5
1.4.2 Principios.....	5
1.5 Objetivos.....	6
1.6 Estrategias.....	6
1.6.1Estrategia Corporativa.....	6
1.6.2 Estrategia de Unidad de Negocios.....	6
1.6.3 Estrategias Operativas.....	7
1.6.4 Estrategia de Marketing.....	7
1.6.5 Estrategia de Crecimiento.....	8
1.6.6 Estrategia de Competitividad.....	8
1.7 Estructura Organizacional.....	9
1.7.1 Políticas.....	9
Políticas de ventas.....	10
Políticas Salariales.....	10
1.7.2 Departamentos.....	11
Departamento de Compras y Proveduría.....	11
Departamento de Ventas.....	12
Departamento de Gestión del Talento Humano.....	12

Departamento de Planeación y Control de Inventarios.....	13
Departamento de Contabilidad.....	14
1.7.3 Organigrama.....	15
1.8 Clientes.....	16
1.9 Competencia.....	17
1.9.1 Competencia Directa.....	17
1.9.2 Competencia Indirecta.....	18
1.9.3 Análisis de Precios de la Competencia.....	19
1.10 Proveedores.....	20
1.11 Entorno Económico.....	22
1.12 Análisis del F.O.D.A.....	23

Capítulo II: Situación financiera de la empresa.

2.- Introducción.....	26
2.1.- Ciclo de operación.....	26
2.2.- Fondo de Maniobra.....	29
Estructura del capital.....	29
Capital de Trabajo.....	31
Análisis de Liquidez.....	32
2.3.- Análisis de la situación patrimonial.....	33
Activo Circulante.....	33
Activo Fijo.....	35
Pasivo Circulante.....	35
Patrimonio.....	37
Análisis horizontal del balance general.....	37
Análisis Vertical del Balance General.....	40
2.4.- Análisis de la solvencia a corto y largo plazo.....	42

Capítulo III: Análisis económico de la empresa.

3.- Introducción.....	44
3.1.- Análisis del Estado de resultados.....	44
Análisis Horizontal del Estado de resultados.....	44
Análisis Vertical del Estado de Resultados.....	46
3.2.- Punto de Equilibrio.....	47

3.3.- Apalancamiento Operativo.....	49
3.4.-Cash Flow.....	49
3.5.- Análisis del rendimiento.....	51

Capítulo IV: Plan operativo financiero anual.

4.- Introducción.....	54
4.1.- Examen.....	54
4.2.- Objetivo General.....	54
4.3.- Alcance.....	54
4.4.- Objetivos Particulares.....	55
4.5.- Estrategias para la empresa.....	55
4.6.- Cronograma.....	63

Conclusiones.....	65
--------------------------	-----------

Recomendaciones.....	66
-----------------------------	-----------

Anexos.....	69
--------------------	-----------

Anexo #1 (Estado de pérdidas y ganancias al período 2004-2007).....	70
Anexo #2 (Balance general al período 2004-2007).....	71
Anexo #3 (Ciclo operacional).....	73
Anexo #4 (Estructura de capital).....	74
Anexo #5 (Capital de trabajo).....	75
Anexo #6 (Liquidez o Solvencia técnica).....	76
Anexo #7 (Situación patrimonial Activo circulante).....	77
Anexo #8 (Situación patrimonial Activo fijo).....	78
Anexo #9 (Situación patrimonial Pasivo circulante).....	79
Anexo #10 (Situación patrimonial Patrimonio).....	80
Anexo #11 (Análisis horizontal del balance general).....	81
Anexo #12 (Análisis vertical del balance general).....	83
Anexo #13 (Ventas proyectadas al período 2008-2010).....	85
Anexo #13,1 (Costos variables proyectados al período 2008-2010).....	86
Anexo #13,2 (Costos fijos proyectados ala período 2008-2010).....	87
Anexo # 13,3 (Punto de equilibrio proyectado al período 2008-2010).....	88
Anexo # 14 (Análisis horizontal del estado de resultados).....	89

Anexo #15 (Análisis vertical del estado de resultados).....	90
Anexo #16 (Punto de equilibrio del período 2004-2007).....	91
Anexo #17 (Apalancamiento operativo).....	92
Anexo #18 (Flujo de efectivo).....	93
Anexo #19 (Análisis de la rentabilidad).....	95
Anexo #20 (Ratios varios).....	96
Bibliografía	98
Diseño de Monografía	101

RESUMEN

“Comercial Avila Ochoa CIA. LTDA.” es una empresa familiar reconocida por la comercialización de materiales de la construcción y ferretería en general.

Para el estudio económico financiero, hemos utilizado la información del periodo 2004-2007, el cual ha sido analizado mediante ratios, análisis horizontal y vertical, regresión simple, cash flow, y se establecieron estrategias para el buen funcionamiento de la empresa.

Concluido este análisis, se recomienda al comercial buscar nuevas líneas de crédito, disminuir sus gastos operacionales, incorporar un sistema de control de inventarios e instaurar un departamento de marketing, asimismo llevar una contabilidad clara para evitar el mal funcionamiento.

ABSTRACT

“Comercial Avila Ochoa CIA. LTDA.” is a family enterprise known by the commercialization of materials for the construction and hardware items in general.

For the financial economic study, we have used information from the period 2004-2007 which has been analysed through ratios, horizontal and vertical analyses, simple regression, and cash flow. We have also established strategies for the good functioning of the company.

Once the analysis was concluded, we recommended the company to look for new credit lines, reduce their operational expenses, add an inventory control system, include a marketing department, and keep a clear accounting to avoid bad functioning.

INTRODUCCIÓN

La presente monografía tiene como objetivo principal realizar un Análisis Económico Financiero, aplicado a “Comercial Avila Ochoa CIA Ltda.” el cual se utiliza para diagnosticar la situación financiera y sus perspectivas. Para obtener una dirección eficiente, el comercial, debe basarse en la información de los análisis financieros, y en la toma de decisiones adecuadas, las cuales ayudan a la corrección de las partes débiles que pueden amenazar el futuro de la empresa, a su vez se puede alcanzar los objetivos deseados mediante el conocimiento de los puntos fuertes que posee la misma.

La monografía desarrollada consta de cuatro capítulos, la cual se apoya esencialmente en la información de los estados financieros, de aquello se parte para realizar varios análisis, entre ellos: ratios financieros, análisis horizontal y vertical, cash flow y regresión simple en función del tiempo; en base a los problemas encontrados se realizará un plan operativo financiero anual, el cual otorgará estrategias para mejorar la liquidez, gestión, solvencia y rentabilidad.

De acuerdo a los resultados obtenidos, el comercial podrá brindar mejores alternativas para el buen desarrollo financiero, lo cual le propiciará llegar a los objetivos y metas propuestas.

CAPÍTULO I

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

CONTENIDO:

- 1.1 RESEÑA HISTORICA.
- 1.2 MISIÓN DE LA EMPRESA.
- 1.3 VISIÓN DE LA EMPRESA.
- 1.4 VALORES Y PRINCIPIOS.
- 1.5 OBJETIVOS.
- 1.6 ESTRATEGIAS.
- 1.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.
- 1.8 CLIENTES.
- 1.9 COMPETENCIA.
- 1.10 PROVEEDORES.
- 1.11 ENTORNO ECONÓMICO.
- 1.12 ANÁLISIS DEL F.O.D.A.



1.1 Reseña histórica de la empresa.-

“Comercial AVILA OCHOA CIA. LTDA.” en el año de 1979 decidió incursionar en la actividad comercial y el día 6 de Diciembre se inició la aventura en Naranjal un cantón perteneciente a la provincia del Guayas.

Para ello se arrendó una pequeña tienda, en una tierra desconocida y extraña, en la que sus mentores tuvieron que adaptarse a la idiosincrasia como al clima.

Luego de siete años se decidió establecer la casa matriz en la tierra que los vio nacer, en la ciudad de Cuenca.

En Enero de 1986 compraron un sitio en la Av. Remigio Crespo y Santa Cruz, en ese entonces fuera de la ciudad, con calles de tierra, barrio en el que solamente existían cuatro viviendas antiguas.

¡Manos a la obra! El 6 de Enero de 1986 se da comienzo a la actividad comercial como se dice en pampa, sin cerramiento, sin techo, sin nada, el material que se traía desde el local de Naranjal para la construcción del local en Cuenca se empezó vendiendo y a la vez utilizándose en la construcción de dicha casa comercial.

En la Notaría Quinta del Cantón Cuenca, ante el Dr. Jorge Mantilla Estévez, el 30 de Julio de 1986, se constituye COMERCIAL AVILA OCHOA CIA. LTDA. mediante resolución de la Superintendencia de Compañías 86-3-2-1-130 inscrita en el Registro Mercantil bajo el número 162. Durante la vida de la Empresa, se han realizado dos escrituras de aumento de Capital, la primera el 14 de junio de 1990 y la segunda el 26 de marzo de 1996.

En Septiembre del 2002 se realizó la disolución de la sociedad entre hermanos, quedando como único propietario y responsable el Sr. Carlos Avila, llegando a negociar el pago de dichas acciones con activos fijos de la empresa teniendo como resultado que “COMERCIAL AVILA OCHOA CIA.

LTDA.”, actualmente cuenta con la casa matriz y dos sucursales en la ciudad de Cuenca además tienen filiales establecidas en Girón, Gualaceo, Paute, Sigsig y Macas.

1.2 Misión de la empresa.-

Satisfacer las exigencias y necesidades de nuestros clientes, asesorar y brindar confiabilidad en la adquisición del producto a través de la calidad y un precio competitivo.

1.3 Visión de la empresa.-

Desarrollar y mantener un amplio posicionamiento y liderazgo comercial en el mercado de los materiales para la construcción y ferretería en general en toda la región del austro del país.

1.4 Valores y Principios.-

1.4.1 Valores:

- Compromiso.
- Rectitud.
- Trabajo en equipo.
- Calidad en el servicio.
- Honestidad.
- Innovación.
- Respeto al personal y al cliente.
- Perfeccionamiento constante.

1.4.2 Principios:

- Búsqueda de excelencia.
- Proporcionar un buen servicio.
- Una fuente de trabajo para la sociedad.
- Conservar los valores ante cualquier cliente.
- No perjudicar al cliente.

1.5 Objetivos.-

- Obtener una imagen de renombre local, identificada por la atención eficiente y eficaz que responda a las expectativas del cliente, permitiendo expandirnos en el mercado.
- Implementar nuevas políticas de crédito, crear tarjetas de crédito y descuento propias de la empresa.
- Fijar estrategias publicitarias impactantes e innovadoras a través de los medios de comunicación como publicidad virtual, radio y televisión.
- Incentivos al personal de la empresa trimestralmente por rendimiento y evaluación.
- Actualizar e implementar anualmente las redes y software de la empresa.
- Reducir el porcentaje de cuentas por cobrar en un 10% hasta fines de año.

1.6 Estrategias.-

La estrategia es buscar y encontrar el camino más óptimo-eficiente que le permita a la organización alcanzar los objetivos.

Niveles de las estrategias de marketing utilizadas.

1.6.1 Estrategia Corporativa.-

La empresa se posiciona en el mercado a través de productos de alta calidad con precios bajos, buscando siempre satisfacer las necesidades de los consumidores, brindándoles un servicio personalizado, promociones, descuentos con respecto a las ventas por volúmenes.

1.6.2 Estrategia de Unidad de Negocios.-

La empresa, al adaptarse a las necesidades de la organización, busca como estrategia el precio estándar dependiendo del volumen de unidades adquiridas al por mayor, de tal forma que incurra en bajos costos de adquisición para poder vender a precios mas asequibles.

1.6.3 Estrategias Operativas.-

Identificar a los futuros clientes.

Identificación de los principales competidores, las características del servicio que ellos brindan y razón de la preferencia.

Realizar un apropiado Lay-out; es decir, la correcta distribución y ubicación por categorías de los productos que posee la empresa.

Estrategias aplicadas por "Comercial Avila Ochoa CIA LTDA"

1.6.4 Estrategia de Marketing.-

La organización busca una diferenciación con lo ya existente, no solo sustentar la idea de vender por vender a un precio bajo rompiendo un esquema en el cual el producto tenga una mayor acogida en el mercado.

- Liderazgo en costos y precios bajos:

Está sustentada en los altos volúmenes de adquisición de productos comercializados, lo cual disminuye sus costos, vendiendo a precios más económicos.

- Diferenciación:

La empresa se diferencia de la competencia en varios aspectos que promueven el desarrollo de la misma como son los siguientes:

- Forma parte de la red de franquicias de acuerdo a la relación que conserva con Holcim Group a través de la compra-venta de su cemento.
- Holcim Group otorga capacitación constante a los funcionarios de "Comercial Avila Ochoa CIA Ltda."
- La infraestructura y la ubicación que posee la entidad, colabora a que sus clientes adquieran sus productos satisfactoriamente, por la comodidad y además por el servicio personalizado que se les ofrece en horario ininterrumpido.
- Utiliza seriedad profesional por medio de una asesoría leal que se proporciona al cliente final sobre la calidad y el precio de materiales que necesitan.
- La empresa se desarrolla de acuerdo a las normas y procedimientos establecidos por la ley, mediante la recaudación y pago de los respectivos impuestos que se efectúa en el mercado.

1.6.5 Estrategia de Crecimiento.-

La mejor estrategia de crecimiento dentro del desarrollo de la demanda es conocer los gustos y preferencias de cada consumidor. Lo más importante dentro de esta estrategia es la apertura de nuevos segmentos, lo cual busca mecanismos más adecuados para que los mismos productos de la empresa cubran nuevos segmentos del mercado a través de la implementación de nuevos servicios: decoración, ampliación de construcciones pequeñas, adecuación de locales comerciales, etc.

1.6.6 Estrategia de Competitividad.-

La estrategia utilizada por la empresa para lograr desafiar al mercado es la de retador ya que se busca ser los primeros, mediante una buena adquisición de productos a costos módicos con mayor rapidez obtenidos por un proveedor de confianza que posee la empresa.

1.7 Estructura Organizacional.

1.7.1 Políticas.-

Las políticas son decisiones corporativas mediante las cuales se definen criterios y marcos de actuación que orientan la gestión en todos los niveles de la organización en aspectos específicos. Al ser adaptables, se convierten en pautas de comportamiento cuyo propósito es reducir la incertidumbre y canalizar los esfuerzos de la empresa.

Políticas Establecidas por la empresa:

- La razón de ser de la empresa son sus clientes, satisfaciendo sus necesidades y expectativas.
- Contribuir a la sociedad con nuevas fuentes de trabajo.
- Acordar un compromiso entre los directivos y sus trabajadores, el cual incentive al desarrollo personal, laboral y social.
- Promover el desarrollo de Gestión ambiental a través de la utilización de instrumentos o materiales que se limiten a la norma establecida.
- Dictar cursos de capacitación cada trimestre en los diferentes departamentos de la empresa.

- Analizar periódicamente estrategias utilizadas por la competencia.
- Contar con proveedores estables y de confianza.
- Implementar alianzas con otras empresas.

Políticas de ventas:

- En las compras en efectivo se incluye el 5% o más de descuento, dependiendo del monto.
- Las compras que se difieren hasta tres meses, no tienen recargo de interés.
- Descuento por eventos y promociones de la empresa.
- Se trabaja con tarjetas de crédito como: Mastercard, Visa, Diners, American Express.
- Se recibe cheques a la fecha de cualesquier banco nacional.
- Cada producto ofrecido conserva un tiempo estimado de garantía dependiendo de su vida útil.
- La empresa acepta la devolución de productos en el lapso de 5 días posteriores a la fecha de su adquisición.

Políticas Salariales:

Las políticas salariales lo constituyen aquel conjunto de decisiones organizacionales, relacionadas con los salarios o remuneraciones y beneficios que se otorga a los empleados. La remuneración tiene por objetivo crear y desarrollar un sistema de recompensas que marque un equilibrio entre la organización y el empleado.

- Superar los mínimos legales y sectoriales establecidas por el Ministerio de Trabajo y CONADES.
- Equilibrar el pago de la remuneración, en función del cargo, el desempeño, habilidades y capacitación del trabajador.
- Constituirse en un motivador del trabajo, para el logro de objetivos tanto de la empresa, como del trabajador.

- Buscar la aceptación del sistema de salarios por parte de los trabajadores y que estos comprendan sus mecanismos.

1.7.2 Departamentos.-

Departamento de Compras y Proveduría.

Se encarga de ejecutar la política de adquisiciones nacionales de bienes y servicios, además de planificar, coordinar, administrar y evaluar los procedimientos de las compras correspondientes a los centros de costo asignados a este departamento. Adicionalmente se encarga de hacer la distribución, a través del Almacén General, de los materiales y útiles de oficina de acuerdo a las solicitudes de las distintas unidades (almacén matriz y sucursales).

Funciones del departamento:

- Planificar las compras a nivel nacional.
- Definir los desembolsos trimestrales para compras y comunicarlos a la Dirección de Finanzas.
- Coordinar la cotización y contratación de los bienes y servicios que requiere la Institución y velar por que los proveedores cumplan con las especificaciones técnicas.
- Verificar y coordinar con el Departamento de Presupuesto la disponibilidad presupuestaria para la realización de las compras.
- Mantener estrecha coordinación con el Departamento de Proveduría y darle seguimiento a las compras recibidas y las que estén pendientes.
- Recopilar todas las solicitudes de adquisición de bienes y servicios para organizar las compras.
- Mantener el control de los archivos de Órdenes de Compras y toda la documentación relacionada a la adquisición de bienes y servicios.

Departamento de Ventas.

Administración de ventas:

- Definición de los precios de venta y condiciones de pago, resultará determinante para la obtención de los resultados esperados. Si los mismos superan holgadamente los valores de la competencia, para similares prestaciones y componentes, los resultados de gestión se verán seriamente afectados por esta causa.
- Su responsabilidad en la confección de pedidos internos y el seguimiento de los mismos, se reflejará en la imagen de la empresa frente al cliente; positivamente si se cumplen los plazos previstos o negativamente si se demora la entrega del bien.
- A través de la facturación y la reclamación de pagos estará en contacto con los clientes y esa relación debe estar alineada con el criterio de satisfacción del consumidor promocionado comercialmente.
- La confección de cotizaciones debe responder a las necesidades de los clientes, sin demoras en la entrega de las mismas al personal de ventas.
- Será la responsabilidad del departamento mantener actualizada la base de datos y generar los valores estadísticos que permitan medir la productividad y ejercer un control sobre la fuerza de ventas.
- Dentro de sus atribuciones se define el presupuesto anual y el análisis del costo operativo.

Departamento de Gestión del Talento Humano.

Aunque cada empresa es diferente, se entiende que el departamento de talento humano debe trabajar tres áreas principales:

1. Selección de personal.
2. Análisis de Personal (seguimiento y evaluación).
3. Políticas de desarrollo profesional. (Incentivación, capacitación).

Algunas funciones específicas son:

- Asesorar a los ejecutivos del más alto nivel en la elaboración y formulación de una política científica de administración de personal.
- Proponer los proyectos, instructivos o manuales necesarios para regir las relaciones de trabajo en la institución.
- Administrar los sistemas de clasificación de puestos, remuneración, de equipos efectivos de trabajo, mediante diversos índices de trabajo, tales como eficiencia productiva, ausentismo, accidentes, temporalidad y movilidad interna, y quejas y agravios.
- Supervisar los pactos colectivos y las relaciones de trabajo reguladas por el Código de Trabajo, y otras, aquellas que le sean conferidas por la gerencia o autoridad competente.

Departamento de Planeación y Control de Inventarios.

Los inventarios representan bienes destinados a la venta en el curso normal de los negocios. Este valor incluye todas las reparticiones y los cargos directos e indirectos necesarios para ponerlos en condiciones de utilización o venta.

El departamento de planeación y control de inventarios tiene las siguientes funciones dentro de la organización:

- Revisar y evaluar la solidez y debilidad del sistema de Control Interno.
- Realizar las pruebas de cumplimiento y determinar la extensión y oportunidad de los procedimientos de auditoría aplicables de acuerdo a las circunstancias.
- Preparar informes periódicos con el resultado del trabajo y las conclusiones alcanzadas.
- Verificar la existencia y aplicación de una política para el manejo de inventarios.
- Observar si los movimientos en los inventarios se registran adecuadamente.
- Revisar que exista un adecuado sistema de costos.

- Verificación de conteos físicos de los inventarios existentes periódicamente.
- Verificar que los inventarios estén adecuadamente asegurados.
- Confirmar que las condiciones de almacenaje de los inventarios sean las óptimas.
- Comprobar si las partidas en inventario están valoradas al costo o mercado, al que sea más bajo, de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

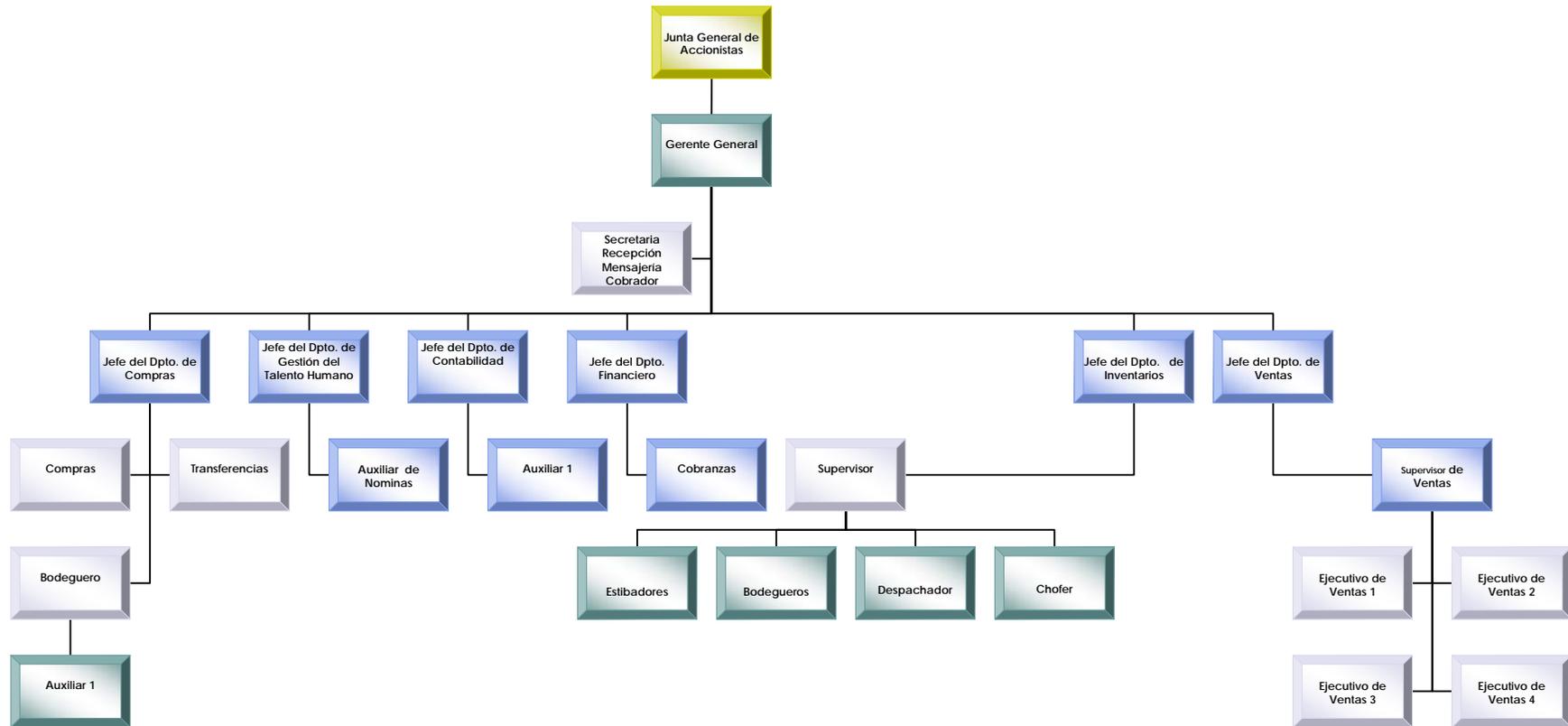
Departamento de Contabilidad.

Este departamento se responsabiliza de llevar a cabo los asuntos contables y financieros, entre ellos se asegura del manejo de las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud y seguridad del registro de las operaciones financieras, presupuestales y el logro de las metas que integra la empresa, con efecto de promover la eficiencia y eficacia del control de la misma.

Funciones:

- Establece el adecuado funcionamiento de los sistemas y procedimientos contables de la empresa.
- Formula estados financieros.
- Investiga y da solución a los problemas referentes a la falta de información para el registro contable.
- Prepara y ordena la información financiera y estadística para la toma de decisiones de las autoridades superiores.
- Analiza e identifica los ingresos, egresos y gastos de la empresa, enseñando los informes financieros periódicamente.

1.7.3 Organigrama.-
Gráfico # 1



Fuente: Comercial Avila Ochoa CIA Ltda.
Elaborado por: Los autores.

1.8 Clientes.-

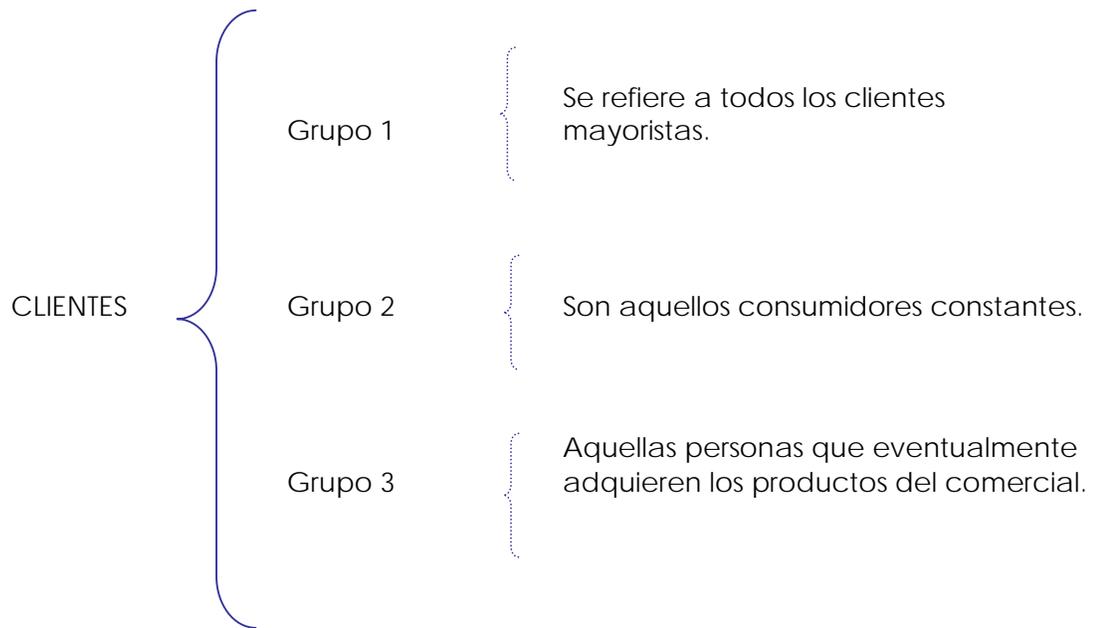
La prioridad de la empresa depende de que los clientes estén satisfechos con los productos y servicios que se ofrece. Por lo tanto:

- La meta de la empresa es que los clientes la reconozcan como un proveedor innovador, confiable y visionario, con productos de alta calidad a bajo costo y que estos satisfagan sus expectativas.
- Se forja relaciones de largo plazo con los clientes y se impulsa a sus empleados a interesarse por las necesidades de los mismos.

A continuación se detalla las expectativas de los clientes externos e internos de "Comercial Avila Ochoa CIA Ltda.":

CLIENTES EXTERNOS	CLIENTES INTERNOS
<p>Son aquellas personas, grupos, organizaciones, o sectores de gran importancia para la empresa.</p> <p>Demandas del cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Productos y servicios de calidad. → Atención personalizada. → Precios razonables. → Facilidades de pagos. → Transparencia en la venta. 	<p>Son las personas, grupos, áreas o departamentos internos vinculados directa y permanentemente con la empresa.</p> <p>Demandas del personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Comunicación efectiva. → Agradable ambiente de trabajo. → Participación. → Capacitación permanente. → Adecuada remuneración.

Todas las expectativas del cliente concuerdan con las normas establecidas por la empresa. La empresa ofrece sus productos y servicios profesionalmente, sin importar el volumen adquisitivo de compra, por tanto se ha clasificado a los clientes en tres grupos diferentes como se puede apreciar a continuación:



A través de éste tipo de clasificación de clientes, la empresa da a conocer una adecuada organización al momento de satisfacer las necesidades de sus consumidores.

1.9 Competencia.-

“Comercial Avila Ochoa CIA Ltda.” se establece en Cuenca hace 22 años, ésta organización es reconocida ampliamente en el mercado debido a su variedad de productos y al servicio especializado que brinda a sus clientes. La empresa efectúa un análisis exhaustivo de su competencia, la cual se distribuye de acuerdo a como ésta afecta a su negocio, en las siguientes clases:

1.9.1 Competencia Directa.

Se puede considerar como competencia directa a aquellas empresas que presten servicios similares, estos negocios constituyen nuestra competencia

potencial, es decir los negocios que en los actuales momentos atraen a la mayoría del mercado de construcción.

A continuación se mencionan los más importantes, entre ellos: Ferretería Continental, Importadora Comercial el Hierro, Pauta Salamea CIA Ltda., Ferretería Vásquez Brito, Ferretería Bravo, Madeco y Alerta.

Ferretería Continental.- Es una empresa dedicada a la comercialización de materiales para la construcción y ferretería en general, tiene un nombre reconocido en el mercado y está ubicada en la Av. Loja y Remigio Crespo(Esq.)

Importadora Comercial el Hierro.- Es un competidor potencial debido a que posee características similares tanto en productos como en servicios, en los actuales momentos atrae a gran parte del mercado.

1.9.2 Competencia Indirecta.

Son todos aquellos negocios que prestan un tipo de servicio que sustituye al que se ofrece, entre estos se consideran a los que se dedican a la venta de una misma línea de productos, provocando una disminución considerable en ventas de:

Cuadro # 1

Distribuidores	Productos
Guapan	Cemento
Ecuaceramica ,Rialto, Itaipiso, Gaiman y Keramicos	Cerámica
Eternit Ecuatoriano	Techos
Andic	Hierro
S.V. ,Edesa, Corona	Sanitarios
S.V., Edesa	Griferías
Plastigama	Tuberías

Fuente: Mercado.

Elaborado por: "Comercial Avila Ochoa CIA LTDA."

1.9.3 Análisis de Precios de la Competencia.

El precio es un punto vital para la imagen de la empresa y la satisfacción de las necesidades de los clientes, por esta razón “Comercial Avila Ochoa CIA Ltda.” se preocupa de tener los mejores proveedores que les ofrezcan productos de alta calidad a costos bajos, además la empresa cuenta con políticas confiables para la fijación de precios.

A continuación detallamos algunos de los productos más vendidos por la empresa comparados con la competencia.

Cuadro # 2

Productos	Avila Ochoa	Continental	El Hierro	Promedio
Cemento 50 Kg.	5,69	6,15	*5,54	5,62
Techo 2,40 * 0,92 mts	*8,04	9,80	8,29	8,17
Cerámica m2	7,60	*5,00	8,73	7,11
Hierro m2	*9,74	10,98	10,58	10,16
Sanitarios 1 juego	65,60	*59,00	72,24	65,61
Griferías 1 juego	31,00	30,26	*26,66	29,31
Tuberías de Agua 110 mm	*8,04	11,48	10,22	9,13
Total de canasta	135,71	132,67	142,26	135,11

* Precios más bajos ofrecidos en el mercado.

Fuente: Mercado.

Elaborado por: Los autores.

Mediante esta comparación de precios, se puede considerar que existen tres productos de “Comercial Avila Ochoa CIA Ltda.” con precios bajos,

respecto a la competencia y el resto se mantiene un nivel promedio de la misma. La razón por la que se ofrece a precios bajos en ciertos productos depende de la adquisición de volúmen de compra.

1.10 Proveedores.-

Los proveedores son parte del compromiso que tiene “COMERCIAL AVILA OCHOA CIA. LTDA.” con el mejoramiento constante, por lo que se establece relaciones a largo plazo basadas en confianza y, si es apropiado, que sean únicas, y se exigirá de ellos evidencias estadísticas de calidad.

A continuación se detallan los principales proveedores con los que trabaja la comercializadora:

- Distribuidora Rocafuerte Disensa S.A.
- Ecuaceramica.
- Cerámica Rialto S.A.
- Italpisos S.A.
- Sika Ecuatoriana S.A.
- Colceramica S.A.
- Eternit Ecuatoriana S.A.

“Comercial Avila Ochoa CIA Ltda.” define directrices básicas las cuales permiten afrontar la elección de los proveedores, posteriormente la tecnología les ayuda a gestionar de manera óptima su relación con ellos.

Directrices básicas a considerar:

- ✓ **Rapidez.-** El retraso de un pedido representa automáticamente la pérdida de dinero y en varias ocasiones la pérdida de un cliente.
- ✓ **Eficacia.-** Un buen proveedor no sólo es el que responde a los pedidos como se desea, sino además es el que se adelanta a las necesidades del comercial, a través de la experiencia y profesionalidad con la que trabaja.

- ✓ **Preparación.-** Los buenos proveedores son los que cumplen de forma óptima con toda la entrega de productos a pesar de ciertos contratiempos e imprevistos que pueden suscitarse en el momento menos esperado.
- ✓ **Proceso.-** La mejor manera de elegir a un proveedor es someterle a un examen exhaustivo, analizando sus rutinas de funcionamiento.
- ✓ **Comunicación con los proveedores.-** La comunicación se puede suscitar mediante correo electrónico, debido a que el proveedor pueda insistir que éste sea el visto bueno oficial del pedido.
- ✓ **Control del proceso.-** Para evitar pasar contratiempos tales como no saber dónde se encuentra un pedido, cuánto tiempo va a tardar en llegar o si van a existir retrasos de mercancía, es indispensable tener proveedores eficaces y de confianza los cuales proporcionen información adecuada en el tiempo correcto.

La empresa también considera los tres criterios de desempeño del proveedor que se detallan a continuación:

- **Calidad.-** Después de seleccionar al proveedor adecuado, se le otorga un lapso de tiempo prudencial en el cual se analizará si este satisface una variedad de criterios de calificación del producto, los cuales pueden variar de acuerdo a la complejidad del proceso, a la tecnología empleada, etc.
- **Entregas y Costos.-** Los productos deben entregarse de manera oportuna, a un costo equilibrado o al mismo nivel de la competencia y si fuera posible que este sea a menor costo.

1.11 Entorno Económico.-

Actualmente, la actividad de construcción abarca una gran cantidad del comercio de nuestro país, se emplea tanto en el sector público como en el privado, incrementando fuentes de trabajo, por tanto aumenta el desarrollo socio-económico del Ecuador, a través de varias construcciones como: carreteras, centros comerciales, viviendas, entidades públicas, etc.

Las fuentes para el desarrollo de la construcción son diversas, entre las principales tenemos:

■ Remesas.

La economía nacional es sostenida y se mantiene a flote principalmente gracias a los ingresos petroleros y a las remesas de los trabajadores emigrantes. Si comparamos éstas dos fuentes principales, las remesas constituyen el 59 % de las exportaciones de crudo ecuatoriano. A partir de 1998 ha incrementado los índices de emigración, el cual impulsa a la actividad de construcción en el país. Indudablemente, las remesas han ayudado a varias familias ecuatorianas a mejorar su situación económica, prefiriendo tener su dinero en bienes tangibles ante la desconfianza generada por los banqueros corruptos de este país.

■ Créditos Hipotecarios.

Entre los incentivos actuales del gobierno constan los créditos hipotecarios que promueven el desarrollo de la construcción debido a que los préstamos se otorgarán a 20 años plazo, y deben ser invertidos únicamente en la adquisición o construcción de viviendas, remodelación o mejoramiento de las mismas, con preferencia para los trabajadores públicos o privados que no posean una.

“COMERCIAL AVILA OCHOA CIA. LTDA.” además de generar empleo directo e indirecto, adquiere productos nacionales que benefician a proveedores y su efecto multiplicador intensifica la productividad,

brindando impuestos y contribuciones al estado que atienden sus necesidades de desarrollo.

1.12 Análisis del F.O.D.A.

- Factores Internos.

Cuadro # 3

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> → Contamos con un local propio. → Buena Ubicación. → El optimo estado de los equipos. → La empresa tiene 22 años de vida en el mercado logrando un gran reconocimiento en el mismo. → Calidad en el servicio. → Excelente calidad del producto. → Personal capacitado, con lealtad a la empresa y buen desempeño en sus puestos. → Excelentes relaciones con los proveedores. → Ofertar productos de calidad a precios bajos para que exista una mayor demanda dentro del mercado. → Tener políticas de precios y de esta manera los productos sean alcanzables para todo tipo de clientes. → Seguridad y privacidad para los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> → Capital limitado. → Baja supervisión de seguridad. → Costos altos de capacitación. → Falta de motivación al personal. → Mal manejo de inventarios. → Espacio reducido de servicio de estacionamiento.

● Factores Externos.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> → Alianzas estratégicas con proveedores. → Apertura de nuevos mercados. → Renombre de la empresa en el mercado. → Buena vialidad para llegar al comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> → Competencia con mayor tecnología. → Inestabilidad socio - política del país. → Experiencia de la competencia → Contrabando. → Variación en costos de aduana y transporte. → Falta de publicidad. → Incremento de la competencia.

Fuente: Comercial Avila Ochoa CIA Ltda.

Elaborado por: Los autores.

CAPÍTULO II

SITUACIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA

CONTENIDO:

2 INTRODUCCIÓN.

CICLO DE OPERACIÓN.

FONDO DE MANIOBRA.

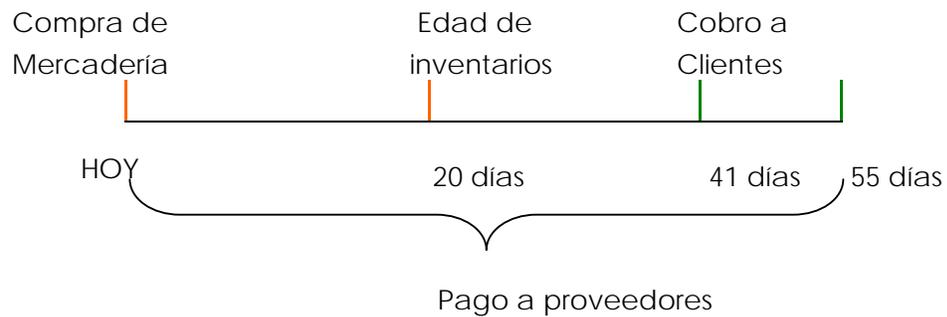
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN PARIMONIAL.

ANÁLISIS DE CORTO Y LARGO PLAZO.

lapso de 67 días, es decir la empresa tiene 15 días para hacer uso de este dinero en cualquier otra actividad productiva.

Actividad del año 2005.

Gráfico # 3



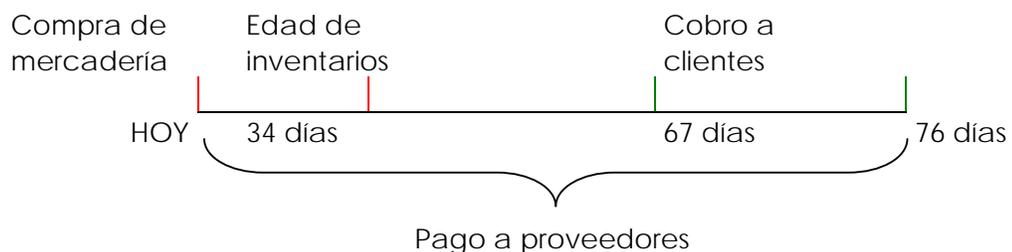
Fuente: Comercial Avila Ochoa CIA Ltda.

Elaborado por: Los autores.

En el periodo 2005 el ciclo de operación de la empresa, varía con relación al anterior, la rotación de inventarios se mueve 18,28 veces por año, es decir con mayor rapidez que el ciclo anterior, en lo que se refiere el pago a proveedores se lo realiza a los 55 días, y sus clientes cancelan su crédito a los 21 días, lo cual es positivo para la empresa, debido a que no tiene que auto financiarse para el pago de sus deudas.

Actividad del año 2006.

Gráfico # 4



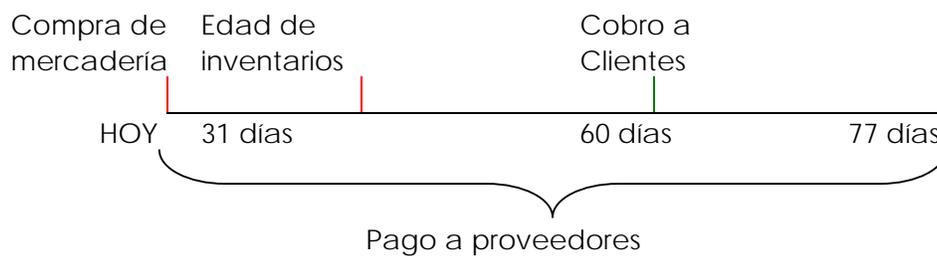
Fuente: Comercial Avila Ochoa CIA Ltda.

Elaborado por: Los autores.

En este período la rotación de inventarios disminuye 7 veces que el año anterior, lo cual aumenta la edad de inventario en 14 días, esta durabilidad también se debe a que el comercial realiza compras en mayor magnitud, las cuales favorecen a que sus proveedores otorguen un lapso de 21 días más que el periodo anterior, para cubrir los valores adeudados, por consiguiente el comercial beneficia a sus clientes incrementando el plazo a pagar de 12 días.

Actividad del año 2007.

Gráfico # 5



Fuente: Comercial Avila Ochoa CIA Ltda.

Elaborado por: Los autores.

En el período 2007 el ciclo de operación de la empresa, varía con relación al anterior, la rotación de inventarios se incrementa a 11 veces por año, es decir con mayor rapidez que el ciclo pasado, en consecuencia disminuye la edad de inventario a 31 días, en lo que se refiere el pago a proveedores se lo realiza a los 77 días, de manera similar que el año anterior, debido a que se realizan compras en la misma magnitud, con la diferencia de que en este período se ha incrementado la cartera de clientes, los cuales cancelan su crédito a los 29 días, lo que es positivo para la empresa.

Ver ANEXO # 3.

2.2.- Fondo de Maniobra.

■ Estructura del capital.

La estructura del capital está dada por el financiamiento del pasivo y el capital contable de una compañía, suele medirse en función de la magnitud relativa de las diferentes fuentes de financiamiento.¹ La estabilidad financiera de una compañía y el riesgo de insolvencia dependen de las fuentes de financiamiento y de los tipos y cantidades de varios activos de su propiedad.

✦ Razón de deuda.

Mide el porcentaje de fondos totales proporcionados por los acreedores de la empresa. Cuanto mayor sea este índice mayor será el endeudamiento de la empresa. Como se puede observar "Comercial Avila Ochoa CIA Ltda.", en el año 2004 se describe como deuda que constituye un 77% de su estructura de capital, lo que quiere decir que en este año la empresa opta por trabajar con mayor capital de terceros que con dinero propio, sin embargo en el siguiente período 2005-2006 cancela una parte importante de su deuda reduciéndola a un 46% para trabajar con un porcentaje mayor de capital propio que en el período anterior, sin embargo en los años 2006 – 2007 esta deuda aumento en un porcentaje no muy llamativo 53% y 56% respectivamente, teniendo como conclusión que la comercializadora tiene la tendencia de trabajar con mas del 50% con capital de terceras personas (a excepción del 2004).

• ¹ WILD, JOHN J; SUBRAMANYAM, K.R; HALSEY, ROBERT F. Análisis de Estados Financieros 9na Edición 2007, Pág. 519.

✦ Endeudamiento patrimonial.

El endeudamiento patrimonial nos indica la relación entre los fondos totales que suministran los acreedores y los que aportan los dueños de la empresa. En el año 2004 se observa que la comercializadora por cada dólar que aportan los accionistas tienen un endeudamiento de \$3,44, sin embargo se aprecia que en el siguiente año esta deuda desciende, por cada dólar aportado por los accionistas en el 2005 tienen deudas con terceros de \$0.84, no obstante en los años 2006 y 2007 muestran una tendencia alcista dando como resultado que por cada dólar en el patrimonio \$1.13 y \$1.27 son deudas con terceros respectivamente.

✦ Cobertura de intereses.

Mide la capacidad de la empresa para hacer frente a sus pagos de interés y así evitar la bancarrota. En general, entre más alta es la razón, mayor es la probabilidad de que la empresa pueda cubrir sus pagos de interés sin dificultad. Este indicador ha presentado algunos cambios por el fortalecimiento del patrimonio a lo largo del periodo, se puede apreciar en el año 2004 el gasto de interés es el motivo de que la empresa incurra en pérdida, mientras tanto en los dos años posteriores 2005 y 2006 se pueden cumplir sus deudas 1,33 y 1,30 veces respectivamente, por el motivo del pago de una parte de sus compromisos en el 2005 con los bancos, sin embargo en el año 2007 nuevamente la empresa no tiene la capacidad de hacer frente a los intereses financieros quedando por debajo sus utilidades antes de intereses e impuestos frente a los mismos.

Ver ANEXO # 4.

● Capital de Trabajo.

El Capital de Trabajo neto, es la diferencia entre los Activos Corrientes menos Pasivos Corrientes; es decir el monto del activo circulante que no ha sido suministrado por los acreedores a corto plazo.²

Analizando los activos y pasivos corrientes de la empresa se puede deducir que en el período 2004-2005 la entidad no dispone de efectivo para pagar sus deudas a corto plazo, debido a que la cuenta de proveedores representa un porcentaje alto por la falta de cancelación de deudas pendientes de períodos anteriores causando intereses por mora y por ésta razón sus distribuidores les otorgan un período mayor para la cancelación de las deudas con los mismos.

Todo lo contrario sucede en el período 2005-2006 en donde la empresa se recupera, lo cual nos indica que contamos con la capacidad económica para responder obligaciones con terceros a corto plazo, dicho cambio es debido a la cancelación de las deudas pendientes.

En el período 2006 – 2007 se puede apreciar que la entidad tiene suficientes recursos para hacer frente a las deudas a corto plazo que posee, la razón es el gran inventario en mercadería que se tiene en este año, además del alto valor que se puede observar en las cuentas por cobrar, y de una manera menos representativa pero influyente son los incrementos de las cuentas de bancos y crédito tributario.

Como se puede observar en el año 2007, la entidad cuenta con un capital neto de trabajo positivo, esto se debe a que la empresa cumplió con una gran parte de sus obligaciones con terceras personas (Cuentas por pagar y otros pasivos a corto plazo).

Ver ANEXO # 5.

• ² <http://riie.com.ar/?a=32009>.

● Análisis de Liquidez.

La razón de liquidez nos ayuda a establecer la capacidad que posee el comercial para satisfacer sus obligaciones a corto plazo, se refiere tanto a las finanzas totales de la entidad como a su habilidad para convertir en efectivo determinados activos y pasivos circulantes.

En el período 2004-2005, "Comercial Avila Ochoa CIA Ltda.", no está en condiciones de cubrir sus deudas pendientes a corto plazo, debido a que ha incrementado en gran parte su deuda a proveedores, adquiriendo mayor inventario, el cual otorgó liquidez en los años posteriores.

En el siguiente período 2005-2006, se puede observar que el comercial se recupera en un pequeño porcentaje, es decir por cada dólar que adeuda a corto plazo se tiene \$ 1,11 de su activo circulante, al analizar los estados financieros se determina un incremento en sus cuentas por cobrar, las cuales aportaron mayor rendimiento en su capital de trabajo.

En el período 2006-2007, se analiza que por cada dólar que adeuda a corto plazo tiene \$ 1,19 en su activo corriente, lo cual se debe al aumento de cartera de clientes como también en sus inventarios, pese al incremento de las cuentas y documentos por pagar, por la creación de una nueva sucursal en Cuenca en la Av. Ordóñez Lazo, por otra parte se demuestra un valor similar en deudas a proveedores que el año pasado, lo cual demuestra que en estos dos años consecutivos existe una gran cantidad de compras realizadas por los acuerdos existentes con sus distribuidores de confianza, ofreciendo los productos a un precio de oportunidad para el comercial, por lo que se mantiene el inventario, cabe señalar que también se debe a la siguiente política establecida por la empresa "a mayor volumen de compra menor es el costo del producto."

En el año 2007, se observa que el comercial tiene menor liquidez debido a que por cada dólar que adeuda a corto plazo puede cancelar \$ 1,07 del activo circulante, es decir el activo corriente es similar al año anterior, al

contrario que sucede con su pasivo corriente, debido a que se incrementan las deudas que tienen con sus proveedores, por mayor adquisición de compras lo cual incrementa su inventario.

Esta situación es más notoria al aplicar la prueba ácida, en el año 2004 tiene \$ 0,47 del activo circulante por cada dólar de deuda a corto plazo, en el 2005 se incrementa a \$0,69, en el siguiente período disminuye a \$0,68 y para finalizar en el año 2007 disminuye mayormente a \$ 0,59, es decir la empresa ha demostrado mayor liquidez en el año 2005, debido a que en los años restantes se ha realizado una mayor adquisición de compras a proveedores, lo cual incrementa su inventario, el cual representa un porcentaje mayor de endeudamiento por parte de la empresa. En la prueba ácida restamos los inventarios ya que esta cuenta para efectivizarse tiene un plazo mayor, en conclusión éste análisis nos demuestra que todos los años señalados son menores a \$1, lo que manifiesta que la empresa tiene una gran dependencia de inventarios, lo cual es normal al ser una comercializadora.

Ver ANEXO # 6.

2.3.- Análisis de la situación patrimonial.

● Activo Circulante.

Al analizar la situación patrimonial de "Comercial Avila Ochoa CIA LTDA" es de vital importancia los activos circulantes. Los Activos circulantes comprenden dinero, inversiones temporales que sean fácilmente convertibles en efectivo, cuentas por cobrar creadas mediante la venta de mercancías y anticipos sobre mercancías.

La empresa dispone de algunas cuentas que pueden convertirse fácilmente en efectivo como son:

✦ Bancos.

Como se puede observar en el período 2004 – 2005 la cuenta de bancos se ha incrementado en un 14,68% por consecuencia de que la empresa aumentó sus ventas y por ende necesitó de mayor efectivo para la actividad diaria, cabe señalar que en el período 2005 al 2006 se acrecentó en un 182,57%, este incremento se debe a que la entidad ha incursionado en la venta de nuevas líneas de mercaderías, y además a la incorporación de nuevas marcas en los diferentes paquetes de productos que ofrece la misma, por consiguiente, el comercial requiere de mayor efectivo para las operaciones cotidianas. En el siguiente año 2007, esta cuenta sufrió un incremento, por el motivo de que las ventas se acrecentaron y se necesita mayor dinero disponible para las actividades comerciales.

✦ Cuentas y documentos por cobrar clientes.

Las cuentas y documentos por cobrar de la empresa tienen el mismo movimiento que el resto de cuentas del activo circulante, por el motivo de que mientras más vende la entidad se posee una cartera de crédito más extensa de clientes, por lo expuesto la empresa trabaja con créditos a clientes dependiendo del volumen de ventas y de la confianza adquirida de los mismos. La razón de que la cuenta de clientes ha aumentado es por las alianzas estratégicas con algunas constructoras de la región.

Estas cuentas son las más relevantes de la conformación del activo corriente, las otras cuentas no tienen mayor variación. En un análisis general de los totales del activo circulante de la empresa, se puede decir que se han incrementando de período a período, por algunos motivos entre los más relevantes, las ventas de nuevas líneas de productos adquiridas por la entidad, las diferentes marcas por producto, convenios estratégicos con algunas constructoras de la ciudad.

Ver ANEXO # 7.

● Activo Fijo.

Los activos fijos son partidas difícilmente convertibles en efectivo en las operaciones normales de una empresa, a diferencia de los inventarios, no están sujetas a compras y ventas periódicas.³

Se realizó el análisis de varias cuentas de la empresa que han sufrido cambios de incremento o decremento en el año 2005, entre ellas Edificios y Terrenos que aumentaron, debido a nuevas adquisiciones para el funcionamiento de actividades diarias de las sucursales de Paute, Sigsig y Gualaceo. Se puede observar que en los períodos 2006 y 2007 se mantiene el mismo valor monetario de estas cuentas, dada la situación de que no fue necesario adquirir mayor cantidad de activos fijos en esos períodos.

La inversión tanto en equipos de oficina como en equipos de software, se han incrementado cada período en un pequeño porcentaje constante, apoyando a las actividades diarias de cada agencia que conforma el comercial a excepción de la cuenta de equipos de software en el año 2007, debido a un equipo discontinuado. Cabe mencionar que en el período 2005-2006 se incrementó la cuenta de vehículos, en la cual interviene la adquisición de camionetas y camiones que colaboran con el transporte de mercancía, entre varias ciudades o con el importe de cerámica desde Colombia. En los años 2006 y 2007 esta cuenta de vehículos disminuyó por la venta de dos de sus camionetas.

Ver ANEXO # 8.

● Pasivo Circulante.

Comprende todas las obligaciones a corto plazo que vencen y deben pagarse dentro de un año ordinario, se producen en el curso normal de la empresa y tienen que pagarse en fechas bien definidas.⁴

El pasivo circulante está conformado por:

-
- ³ <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoClasificacionActivoFijo>
 - ⁴ <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/estfinnelson.htm>

✦ **Cuentas y Documentos por pagar.**

Las cuentas y documentos por pagar han aumentado en poco valor en el periodo 2005 - 2006, el motivo es que se mantiene el crédito con relación al período anterior, en el 2006 se puede apreciar que existió un incremento promedio de 3 veces más que en el 2005, lo cual se debe a la capacidad de venta que posee la empresa en ese año y en el 2007 se demuestra que la empresa cancela más del 50% de sus deudas.

✦ **Proveedores.**

Se menciona que en el año 2005 se acrecentó la deuda a proveedores, lo que demuestra la cantidad de mercadería en stock que posee el comercial, además de las buenas relaciones y convenios que tiene con sus proveedores de confianza, en el siguiente periodo 2006 disminuye en un pequeño porcentaje, pero se mantiene de similar manera que su año anterior. Cabe señalar que en el año 2007 la cuenta de proveedores aumenta debido al incremento de su cuenta clientes, a través de sus nuevos canales de distribución que van dirigidas a ventas al por mayor.

✦ **Otros pasivos circulantes.**

Esta cuenta se refieren a obligaciones pendientes con la franquicia de Holcim Group, proveedores pequeños, impuestos, además de las pequeñas deudas contraídas con vulcanizadoras, las cuales dan mantenimiento a camiones que transportan la mercadería, estas deudas que se presentan en el año 2004 se cancelan en el 2005 el 100%; lo contrario que sucede en el período 2006-2007, debido a que nuevamente se contrajo deudas en menor magnitud y en el siguiente año 2007 este valor fue cancelado.

Ver ANEXO # 9.

● Patrimonio.

Como se puede apreciar el patrimonio neto de la empresa ha ido en aumento en comparación del 2004 al 2005, el motivo una gran inyección de capital aportado por los accionistas de la empresa, el dinero se distribuyó en la adquisición de activos fijos a más de la revalorización que se hizo en los mismos, asimismo en el año posterior se observa un pequeño decremento del patrimonio, notándose una tendencia, por el motivo de que en el 2007 también se aprecia una disminución.

En lo referente a la utilidad o pérdida del ejercicio, en los años 2004 y 2007 el comercial incurre en una pérdida de \$-83.656,17 y \$-39.475,09 respectivamente, no obstante en los años restantes se obtiene como resultado una utilidad de \$17.484,46 en el 2005 y \$17.169,90 en el 2006.

Ver ANEXO # 10.

● Análisis horizontal del balance general.

En el análisis horizontal, lo que se busca es determinar la variación absoluta o relativa que haya sufrido cada partida de los estados financieros en un periodo respecto a otro. Determina cual fue el crecimiento o decrecimiento de una cuenta en un periodo determinado.⁵

✦ Activos.

Activos Corrientes.

Se puede apreciar en la comparación del año 2004 al 2005 el comercial incrementa sus activos corrientes a un 21,15%, siendo las cuentas de mayor influencia: crédito tributario, cuentas y documentos por cobrar clientes, bancos y otros activos corrientes. En los periodos posteriores se

• ⁵ <http://www.gerencie.com/analisis-horizontal.html>

observa una clara tendencia a la alza, incrementándose el total de los activos circulantes en un 44.02% en el 2006, influyendo de mayor manera las cuentas de bancos, crédito tributario e inventario de mercadería, siendo este último el más influyente por su valor monetario. De una misma manera se comporta el 2007 en comparación del 2006, pero con un menor ascenso a un 2.41%.

Activo fijo.

Los activos fijos en el 2005 han presentado un incremento de un 118,53%, en comparación del año anterior debido a la nueva adquisición de algunos de ellos y a la revaloración de los mismos, sin embargo en los años posteriores tienden a disminuir su valor por la depreciación y por venta de ciertos vehículos.

En conclusión al análisis horizontal de los activos se concluye que en el año 2004 al 2005 se incrementaron y los años siguientes tienden a decrecer debido a los motivos ya expresados tanto en el estudio de la situación patrimonial como los dichos anteriormente en este análisis.

✦ Pasivo.

Pasivo corriente.

En lo referente al pasivo corriente, se aprecia un aumento del año 2004 al 2005 en un 6,25%, en consecuencia de un incremento en las cuentas de proveedores y de cuentas y documentos por pagar, de la misma manera sucede en la comparación de los años 2005 al 2006, pero este incremento es mucho mayor de un 33,96%, el motivo el incremento de la cuenta de documentos por pagar en un 386,28%, en efecto de un incremento en los inventarios por mercadería por los precios convenientes que le ofertaban a la comercializadora, sin embargo en el siguiente período la empresa sigue con la tendencia alcista de sus

deudas a corto plazo, esta vez aumentaron en un 14,25%, debido al aumento en la cuenta de proveedores.

Pasivo a largo plazo.

En lo referente a las deudas a largo plazo contraídas por la empresa con instituciones financieras se observa en la comparación del año 2004 al 2005 esta cuenta disminuye en un -16,67% debido al pago de una parte de las mismas, sin embargo en el siguiente período se aprecia un incremento de un 25,27% por el motivo de un préstamo que se realizó en el 2006, para el siguiente año 2007 la comercializadora cancela un porcentaje de la deuda, por consiguiente disminuye la misma en un -10,96%.

En conclusión de los pasivos de la empresa se puede decir que han ido aumentando hasta el año 2006, sin embargo el último año existe una disminución, por los motivos ya expresados tanto en el análisis patrimonial como lo dicho anteriormente.

✦ Patrimonio.

“Comercial Avila Ochoa CIA Ltda.”, tiene un patrimonio aportado por sus accionistas que aumenta en el año 2005 en un 314,03%, por una inyección de capital de \$789.881,39 por el motivo de la ampliación de mercado incrementando sucursales en puntos estratégicos a nivel regional, no obstante en los siguientes años la comercializadora disminuye en un porcentaje pequeño su patrimonio en el 2006 disminuye un 4,83%, por la razón de una fuga de capital destinado a intereses de los accionistas, en el año 2007 también disminuye, esta vez se debe a la pérdida incurrida por el comercial.

Ver ANEXO # 11.

● **Análisis Vertical del Balance General.**

Este análisis presenta diversos componentes del balance general en porcentajes, también se analiza mediante las ventas netas que demuestra el Estado Resultados.

✚ **Activo.**

En el periodo 2004 - 2007, la mayor parte del activo total se encuentra en los activos fijos tangibles, especialmente en la cuenta de terrenos, es así que en el periodo 2005 - 2006, este Activo representa el 65,66%, de los cuales el 39,13% pertenece a terrenos, en el siguiente año 2006 el activo fijo disminuye a 53,18%, debido a la venta de un trailer, ese dinero fue destinado a la compra de mayor inventario, en el 2007 también se disminuye la cuenta de vehículos por la venta de una de sus camionetas, además del registro de un equipo de computación discontinuado, por lo que se obtiene la disminución del valor real de compra en porcentajes.

En el 2005 las cuentas por cobrar disminuyen a 13,55% debido a la cancelación de un porcentaje de las mismas, en el 2006 se incrementa ésta cuenta a través de ventas al por mayor, además del incremento de clientes por las facilidades de precios y crédito que ofrece el comercial. En el 2007 se observa que la empresa se comporta de manera similar que el año 2006, cabe señalar el nuevo incremento de cuenta de clientes a 18,91%, por lo que demuestra una buena labor de su parte.

✚ **Pasivo y Patrimonio.**

Se observa que en el periodo 2004 - 2005, la empresa trabaja en mayor porcentaje con dinero de terceros, es así que en el año 2004 el comercial se financia con el 77,49% de los mismos, en el 2005 disminuye este porcentaje a 45,51%, es decir cancela la mayor parte de sus deudas, se analiza que en el año 2006 la empresa contrae un pequeño porcentaje más de deuda, esencialmente en las cuentas y documentos por pagar

debido a las obligaciones pendientes con franquicias e impuestos, además se incrementó sus deudas por las obligaciones con instituciones financieras, pese a ello se demuestra que en este año y el siguiente, la empresa labora en un promedio del 45% con capital propio.

En el 2007 sus deudas tanto con bancos y con terceras personas tienen un similar comportamiento que el 2006, lo que significa que la empresa se mantiene a un similar promedio de endeudamiento, cabe recalcar que sus intereses financieros provocan una disminución en su rentabilidad, por lo que en este último año se generó pérdida.

Ver ANEXO # 12.

2.4.- Análisis de la solvencia a corto y largo plazo.

El análisis de la solvencia a corto y largo plazo demuestra la situación financiera de "Comercial Avila Ochoa CIA LTDA" en los siguientes cuatro años, para lo cual se ha tomado como base para la proyección, la información que nos otorga el comercial es de cuatro años históricos, a más de aquello le adjuntamos la situación política que está atravesando nuestro país, con la implementación de nuevas reformas, tanto en impuestos como en el alza de salarios, lo cual actúa de dos maneras en las empresas del Ecuador:

- ✓ Este incentivo apoya a que el personal se sienta con mayor satisfacción en la labor que desempeña.
- ✓ El incremento en los sueldos y salarios proporciona un mayor gasto para la empresa, por lo que puede surgir la reducción de personal en ciertas empresas.

Este análisis se realizó mediante el método de regresión simple en función del tiempo, obteniendo en el año 2008 un incremento de proyección de ventas a \$ 6.126.288,00, en el 2009 se incrementa a \$6.599.958,00 y en el 2010 aumenta a \$7.073.628,00, de igual forma nuestro costo de ventas se va incrementando de acuerdo al volumen de ventas respectivamente, lo

cual se debe a que el Comercial establece su política: “Es preferible invertir a largo plazo obteniendo utilidades rentables para futuros años.”

En los años históricos, del 100% que constituye ventas, el 89% promedio representa el costo variable y el 9% promedio el costo fijo, por lo que se obtiene una utilidad promedio del 2%, además este volumen de costo demuestra que sus proveedores de confianza les otorgan un mejor crédito, por consiguiente el comercial posee un gran valor monetario en sus inventarios, ellos establecen la política de mercancía en inventario, debido a bajo precio de sus proveedores, sus productos pueden permanecer por cierto tiempo en stock sin llegar a pertenecer a productos obsoletos como se clasifican en varias empresas. Estos productos rotan de manera adecuada sin llegar a perjudicar a la empresa.

En cambio que en los años proyectados, del 100% que constituye ventas, el 88% pertenece al costo variable y el 9% corresponde al costo fijo, por lo que se consigue una utilidad promedio proyectada del 3% que concierne a los tres años proyectados.

Cabe señalar que los movimientos de las cuentas de los tres años proyectados se encuentran de forma similar.

Ver ANEXO # 13.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA EMPRESA

CONTENIDO:

3 INTRODUCCIÓN.

ANÁLISIS DEL ESTADO DE RESULTADOS.

PUNTO DE EQUILIBRIO.

APALANCAMIENTO OPERATIVO.

CASH FLOW.

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD.

3.- Introducción.

El análisis económico de la empresa se establece bajo ciertos análisis realizados mediante la información e investigación obtenida, así como de su interpretación. Entre ellos tenemos: el análisis vertical y horizontal del estado de resultados, los cuales manifiestan la relación existente entre partidas; el análisis de las razones financieras, que ayudan a la obtención de la disminución del riesgo; el punto de equilibrio, el cual nos indica el nivel de ventas en donde los ingresos son iguales a los costos y gastos, el apalancamiento operativo que se refiere al fenómeno en el cual un pequeño cambio en las ventas estimula un cambio relativamente grande en los ingresos operativos; y para finalizar se realiza el cash flow, el cual estima el dinero sobrante que se posee y cuando éste será necesario.

3,1.- Análisis del Estado de resultados.

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

Para el estudio de los estados de resultados de "Comercial Avila Ochoa CIA Ltda." nos basaremos en los análisis: Horizontal, Vertical, Equilibrio financiero, Cash flow, el rendimiento comparativo y al finalizar se dará un diagnóstico financiero de la empresa.

● Análisis Horizontal.

Estudia las relaciones entre los elementos financieros para dos juegos de estados, es decir, para los estados de fechas o períodos sucesivos. Por consiguiente, representa una comparación dinámica en el tiempo.

Como se puede apreciar en el período 2004 al 2005, las ventas tuvieron un incremento de 29,25%, el motivo es la adquisición de nuevas líneas de productos por la empresa para su comercialización, lo cual da un resultado positivo aumentando sus ventas, pero de igual forma el costo de ventas se acrecentó en un 29,67% ya que estas cuentas son dependientes una de la otra. En lo que se refiere a la cuenta de Utilidad bruta en ventas sube en un 26,62% con relación al período anterior. En relación con los gastos operacionales en este año aumentaron un 11,64%, teniendo una repercusión mayor en este incremento los gastos de ventas, los cuales se acrecentaron en un 53,35%, el motivo son los gastos de movilización. Un decremento se dio en la cuenta de gastos financieros los cuales bajaron en un 23,71%, esto se debe a que la entidad pagó una parte de sus deudas contraídas con los bancos. En este período se lograron utilidades de \$ 17484,67.

En el período 2005 al 2006, se observa un decremento tanto en las ventas en un -5,22% y en el costo de ventas en un -8,26%, en consecuencia de que algunos de los productos que la entidad adquirió para su comercialización en el año anterior no se vendieron como se lo esperaba por lo expuesto no se hizo la adquisición de estas mercaderías en este período. En lo que se refiere a los gastos operacionales hubo un aumento de un 15,71%, la causa de su incremento son los gastos administrativos aumentando en un 21,66%. En este año también se puede apreciar una disminución de utilidades de un -1,80%.

En lo referente al año 2007, el comportamiento de las ventas varía con respecto al período anterior, aumentando en un 15,64%, en efecto, el costo de ventas se acrecentó en un 17,18%, en consecuencia de los incrementos en inventarios de mercaderías por la experiencia de los productos más vendidos en el período anterior; en lo que se refiere a los gastos operacionales aumentaron en un 7,68%, referente a un incremento en los gastos de administración, asimismo se puede observar la fuerte crecida de la cuenta de gastos financieros en un 81,65%, en efecto de un crédito que

se le otorgó a la entidad en este año. Por otra parte con respecto a los resultados de este período, se observa una pérdida de \$39.475,09.

Ver ANEXO # 14.

● **Análisis Vertical del Estado de Resultados.**

Para la interpretación del Análisis Vertical se toma como base las ventas netas que representan el 100% del Estado de Resultados.

El Estado de Resultados demuestra que las ventas ascienden en un pequeño porcentaje en el período 2005 y 2007 en comparación con los años restantes 2004 y 2006, de igual manera sucede con el costo de ventas, el cual se incrementa o decrementa de acuerdo al volumen de ventas que posee la empresa.

En el año 2004, los costos de venta son similares a los años restantes, debido a las compras realizadas, igualmente sucede con sus gastos operacionales a excepción del año 2005, el cual disminuye. En este período 2004 - 2005, el costo de ventas representa el 86,24% del 100% de ventas, a lo que se le suma el 13,16% de gastos operacionales y también el 2,70% de gastos financieros, por lo que se obtiene un déficit del -2,09%, con lo que se nota claramente la pérdida neta en ventas, por el incremento que se realizó en otros gastos administrativos, entre ellos: transporte en compras, estibaje y gastos de seguros en compras.

En el período 2005-2006 las ventas y el costo de ventas se incrementan en similar proporción, puesto que en ese año del 100% que constituye ventas, el 86,52% pertenece a sus costos de ventas más el 11,36% que conforman los gastos operacionales, además el 1,59% de gastos financieros, por consiguiente nos queda una utilidad del 0,53%. En el período 2005-2006 las ventas y el costo de ventas se incrementan en similar proporción, puesto que en ese año del 100% que constituye ventas, el 86,52% pertenece a sus costos de ventas más el 11,36% que conforman los gastos operacionales, además el 1,59% de gastos financieros, por consiguiente nos queda una

utilidad del 0,53%. En relación con sus gastos operacionales se debe recalcar que poseen una tendencia de alza en cada período. En éste año, el análisis nos afirma que hay un menor porcentaje en sus gastos operacionales con respecto a su volúmen de ventas, por el motivo de su incremento a \$ 1.172.036,30.

En el año 2006 del 100% que constituye ventas, el 83,74% pertenece a sus costos de ventas más el 13,87% que conforman los gastos operacionales, a lo cual se le suma el 1,84% que corresponden a sus gastos financieros, por consiguiente nos queda una utilidad del 0,55%. En relación con sus gastos operacionales se incrementaron con respecto al período anterior, debido a la creación de una nueva sucursal en la Av. Ordóñez Lazo, en la cual intervienen varios gastos, para posicionarse en el mercado, entre ellos: arrendamiento mercantil, seguro, traslado de mercancía, servicios básicos, contratación de nuevo personal, etc., por lo que disminuye la utilidad deseada, sin embargo no le perjudica mayormente por el decremento de costo de ventas que se obtuvo en este periodo.

En el período 2007 - 2008, el costo de ventas representa el 84,86% del 100% de ventas, a lo que se le suma el 12,95% de gastos operacionales, además el 2,89% de gastos financieros, por lo que se obtiene un déficit del -0,70%, es decir la suma de costos y gastos de venta superan a la venta. Debemos señalar que lo que esencialmente perjudica al comercial son los gastos financieros, es el mayor porcentaje que ha tenido la empresa en comparación con el año 2005 y 2006, suscitando una pérdida en este período, estas obligaciones a largo plazo establecidas de acuerdo con las instituciones financieras se terminarán de cancelar dentro de los seis años posteriores.

Ver ANEXO # 15.

3,2.- Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio se define como el nivel de operaciones en que no hay ni utilidad ni pérdidas netas.

La empresa tiene varios productos que comercializa, por ello se optó por obtener el punto de equilibrio en base de las ventas anuales de la misma.

Cuadro # 4

AÑOS	COSTOS FIJOS POR CADA DOLAR
2004	\$0.11
2005	\$0.10
2006	\$0.13
2007	\$0.13

*Fuente: Comercial Avila Ochoa CIA Ltda.
Elaborado por: Los autores.*

En el año 2004 el punto de equilibrio de la empresa es de \$3`784.756,01 y sus ventas son de \$4`006.440,73, éste resultado quiere decir que la empresa destina \$0,11 centavos por cada dólar para cubrir sus costos fijos, por consiguiente el valor restante los destina a solventar los costos variables y a generar una utilidad operativa.

Como se puede observar en el período 2005 – 2006, por cada dólar de ingreso por las ventas de la comercializadora se cubre \$0.10 centavos en lo referente a los costos fijos, el valor sobrante se lo destina a cancelar los costos variables y lo demás viene a ser una rentabilidad.

En lo que se refiere a los años 2006 y 2007 funcionan de forma similar, destinando 0.13 centavos por cada dólar recibido por la actividad de ventas para cubrir sus costos fijos, y el porcentaje restante solventa los costos variables y genera utilidad operativa.

En conclusión la empresa en todos sus años logra cubrir la totalidad de sus gastos superando su punto de equilibrio y obteniendo utilidad operativa, la causa primordial para que en los años 2004 y 2007 no se alcance una utilidad neta son sus altos gastos financieros.

Ver ANEXO # 16.

3.3.- Apalancamiento Operativo.

El apalancamiento operativo se refiere al fenómeno mediante el cual un pequeño cambio en las ventas estimula un cambio relativamente grande en los ingresos operativos.⁶ El apalancamiento operativo ocurre debido a los costos fijos en las operaciones de una empresa. Una empresa con costos fijos en el proceso de producción, verá que sus UAll se incrementan en mayor porcentaje que las ventas cuando aumentan las ventas unitarias. Si las ventas unitarias caen, sin embargo, las UAll de la compañía disminuirán en mayor porcentaje que sus ventas.

Los cálculos realizados demuestran que en los años 2004 y 2007 no existe apalancamiento operativo, pues el resultado es menor que 1, esto significa que la empresa en estos años no está optimizando sus costos fijos pues al incrementarse las ventas, las utilidades antes de intereses e impuestos se acrecientan en un porcentaje menor, mientras tanto, en el año 2005 la comercializadora aumenta las utilidades antes de intereses e impuestos en mayor proporción que las ventas lo que quiere decir que hay un apalancamiento y se está haciendo un buen uso de sus costos fijos, no obstante en el año 2006 disminuyen tanto las ventas como la utilidad antes de intereses e impuestos, lo relevante es que la UAll disminuye en mayor proporción lo que significa que la empresa en este año está en un riesgo operativo.

Ver ANEXO # 17.

3.4.-Cash Flow.

Como muestra el flujo de efectivo se tiene un resumen de las cuentas que intervienen en el estado de fuentes y usos de fondos, el mismo que nos indica los ingresos y salidas de fondos provenientes de actividades de operación, que son las principales productoras de ingresos para la empresa.

• ⁶TIMOTHY J. GALLAGHER; JOSEPH D. ANDREW, Jr; "Administración financiera teoría y practica; Segunda edición; Pág. #354.

El flujo de efectivo operativo del año 2007 presenta un movimiento dinámico puesto que la cuenta de clientes se ha incrementado en \$12.555,76, por el motivo de que la empresa se mantiene a un mismo nivel de la competencia al otorgar créditos, en consecuencia se incrementó el inventario de mercancía en \$29.086,19, el cual depende del volumen de sus ventas.

En lo que se refiere a cuentas por pagar se puede observar que ha disminuido con relación al año 2006, esto significa que se canceló parte de la deuda.

La empresa ha visto conveniente trabajar con un porcentaje mayor de la cuenta de proveedores, razón por la cual la cuenta se ha incrementado del 2006 al 2007 en \$ 411.705,78, además el comercial analiza que las compras que se realizan al contado no son muy convenientes, ya que la mercadería se demora en stock por el lapso de un mes aproximado para su rotación, por ello se inclinan mayormente a utilizar el crédito, y de esta manera el dinero disponible podrá ser invertido en otras opciones.

En lo que se refiere a actividades de inversión, existe disminución de activos fijos e incremento de otros activos diferidos, con un resultado neto de \$ 23.216,51 de fondos que se han utilizado.

Dentro de las actividades de financiamiento observamos que el patrimonio disminuye en \$ 11.195,57 con respecto al año anterior, debido a que en ciertas ocasiones toman esta parte del capital para uso personal de cada uno de sus accionistas, por lo general esta situación se realiza en empresas familiares.

El alto porcentaje que existe en la cuenta de pérdida del ejercicio esencialmente se debe al pago de gastos financieros.

En conclusión el flujo de fondos al final del período 2007 observamos que el efectivo es positivo, a pesar de registrar pérdida en el ejercicio, incrementar

la cuenta clientes, invertir en activos fijos y cancelar obligaciones con instituciones financieras. Todos estos usos de fondos se compensan con el crédito otorgado por proveedores. Esto quiere decir que el negocio se mantiene en el mercado y que con un buen presupuesto que deberá realizar el departamento financiero conjuntamente con el de compras y ventas, logrará estabilizar su adquisición y distribución de productos.

Ver ANEXO # 18.

3,5.- Análisis del rendimiento.

El análisis de rendimiento mide la capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa. Tienen por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa, asimismo evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial.

Expresa el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activos o capital. Es importante conocer estas cifras, ya que la empresa necesita producir utilidad para poder existir. Relaciona directamente la capacidad de generar fondos en operaciones de corto plazo.

- **Eficiencia sobre actividad.**

Se aprecia que en el período 2004 los activos han sido productivos al momento de generar ventas en un 3,18%, en el año 2005 una obtención de productividad de un 2,40% por cada dólar que vende la entidad, en el siguiente período de un 2,07% y por último en el año 2007 se genera un rendimiento de los activos totales sobre las ventas de un 5,40%, el mejor de los últimos años.

En conclusión esta relación indica qué tan productivos son los activos para generar ventas, es decir, cuánto se está generando de ventas

por cada dólar invertido, y se observa que los activos de la comercializadora son productivos en los últimos cuatro años.

- **Margen bruto.**

Indica el porcentaje que queda sobre las ventas después que la empresa ha pagado sus existencias. Como se puede apreciar la comercializadora en el año 2004 obtiene un margen bruto de 14%, mientras tanto en el siguiente período 2005-2006 éste indicador es un tanto inferior por el motivo de que su costo de venta se incrementó, sin embargo en el año 2006 por cada dólar vendido se obtiene un margen bruto de 16%, sin mucha variación actúa el año 2007, con un 15% de ganancia por cada dólar vendido deduciendo sus costos.

- **Utilidad operacional.**

La utilidad operacional muestra las relaciones entre los ingresos obtenidos y los gastos en los cuales se incurre para producir estos ingresos.⁷ Se observa que en el período 2004 la empresa obtiene una utilidad operacional de 1% luego de deducir los gastos de administración y ventas, no obstante en el siguiente año se incrementa a un 2% presentando una tendencia a mantenerse con el mismo valor en los años posteriores.

- **Margen de ganancia.**

En los períodos 2004 y 2007 la entidad incurre en pérdida, lo cual nos indica que no tiene rentabilidad absoluta en sus actividades realizadas en los mismos, mientras tanto en los años 2005 y 2006 por

cada dólar que los inversionistas aportan como capital, se obtiene un rendimiento de menos de 1 centavo de dólar.

• ⁷ <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/estfinnelson.htm>

En conclusión a la rentabilidad de la empresa se puede decir que en todos los años se registra una utilidad operativa, lo que quiere decir que se están manejando adecuadamente los gastos operacionales (pero se puede mejorar), sin embargo lo que realmente afecta de una forma preocupante son los altos gastos financieros, puesto que son los que llevan a la comercializadora a tener pérdida en los años 2004 y 2007.

Ver ANEXO # 19.

CAPÍTULO IV

PLAN OPERATIVO FINANCIERO ANUAL

CONTENIDO:

INTRODUCCIÓN.

EXAMEN AL DEPARTAMENTO FINANCIERO.

ESTRATEGIAS.

4,1.- Introducción.

EL plan operativo financiero anual es un instrumento administrativo que debe formularse en concordancia con el plan estratégico, si bien éste último se formula para el mediano y largo plazo donde se establece la visión de futuro de la organización, sin embargo el P.O.F. nos demuestra el día a día de la empresa es decir la consecución de objetivos y aplicación de estrategias en períodos menores a un año.

Es preferible que se disponga el POF en las diferentes sucursales por período mensual, para la consecución de cada uno de sus objetivos. A medida que va avanzando el año es posible determinar el valor real que se ha logrado, encontrando posibles errores o desviaciones en el plan.

4,2.- Examen al departamento financiero.

4,2,1.- Objetivo General:

Verificar que el departamento financiero esté trabajando de forma honesta y eficiente para el bienestar de la empresa.

4,2,2.- Alcance:

En el exámen al departamento financiero evaluaremos:

- ✦ La generación de valor, a través del adecuado uso y manejo del dinero y de los demás recursos.
- ✦ Los riesgos del negocio, sus recompensas y beneficios, cuando se toman decisiones financieras.
- ✦ Los resultados de la actividad realizada.
- ✦ La forma de cómo se manejan los activos fijos y los inventarios.
- ✦ El uso adecuado de los servicios.
- ✦ El estudio de toda la información acerca de cómo esta encaminada la dirección del trabajo de la empresa.
- ✦ La distribución de fondos con respecto a gastos (financieros, operacionales y no operacionales).

- Los métodos utilizados para la evaluación financiera de la empresa.
- Coordinación con la alta gerencia.
- El sistema de software empleado.

4,2,3.- Objetivos Particulares:

- Verificar los diferentes tipos de análisis de la empresa.
- Comprobar que las medidas financieras de control y disciplina se estén cumpliendo correctamente.
- Comprobar que la información financiera sea correcta y precisa al momento de facilitarla al departamento contable.
- Verificar la información relevante de los análisis financieros.
- Verificar que la toma de decisiones este de acuerdo con los objetivos planteados.
- Verificar la supervisión adecuada del contenido y flujo de documentación financiera a diferentes niveles.
- Verificar la liquidez de la empresa.
- Verificar la solvencia existente.
- Comprobar la forma adecuada de utilización de activos.
- Comprobar la utilización correcta del capital de trabajo.
- Controlar las inversiones realizadas.

4,3.- Estrategias para la empresa.

4,3,1.-Estrategias para mejorar la Liquidez.

El comercial se ve afectado por el fuerte crecimiento de sus balances, necesita una estructura financiera la cual indique el porcentaje que debe existir en cada cuenta de sus activos. En la estructura financiera que se recomienda intervienen varias estrategias, entre ellas: continuar con el sistema de recuperación de cartera y mejorarlo constantemente, establecer una planificación estratégica para un correcto uso de sus recursos además de un sistema eficiente de pagos, se debe reducir las existencias y contar con una estructura organizativa de seguimiento

obteniendo un mejor control de inventario, mantener las políticas de crédito y adicionar descuentos por pronto pago, implementar el servicio de entrega a domicilio de los productos y una amplia gama de promociones, asimismo se debe determinar un mejor control o supervisión del contenido y flujos de documentación a diferentes niveles y además incrementar planes de contingencia ante los diversos posibles escenarios de crisis que se presenten sin previo aviso.

4,3,2.- Estrategias para mejorar la Gestión.

Para que la rotación de inventarios sea más rápida y eficiente, la empresa debe incrementar su publicidad mediante la incorporación de una página Web, promocionándose a través del mercado virtual.

Se debe conservar las mismas actitudes de pago a sus proveedores con sus mismas relaciones a largo plazo basadas en confianza y eficiencia, con respecto a la cartera de clientes se debe incorporar una política de cobro en base a la puntualidad, la cual fomente el incremento en liquidez que cubra mayor número de días de venta a crédito, cabe mencionar que con relación a los activos fijos, se obtuvo un fuerte incremento como resultado promedio de los periodos estudiados, por lo que se recomienda que no se realice una mayor adquisición de los mismos, debido a que la empresa posee un fuerte endeudamiento con entidades bancarias y con terceros. Además se recomienda a la empresa que tengan políticas de inversión más selectivas.

Para un eficiente uso de sus activos totales se debe atraer mayor clientela en base a precios competitivos, publicidad, servicio personalizado mediante la capacitación a todos sus empleados cada cierto tiempo y tecnología actualizada.

4,3,3.- Estrategias para mejorar la solvencia.

Para que la empresa tenga una mejor solvencia se le sugiere que se aproveche el financiamiento que tiene para generar una buena utilización de sus recursos en las distintas sucursales que posee, incursionando en nuevas líneas de productos y servicios como por ejemplo la diversificación de marcas de los productos mas vendidos por la comercializadora entre ellas el cemento, pinturas, cerámicas que son los de mayor rotación, para proveer de una mayor gama de alternativas dando la opción a elegir la que más les convenga a los clientes y a su vez se sientan satisfechos; en lo que se refiere a los servicios crear un departamento de post venta para los clientes fijos y los mayoristas, esto ayudara a la empresa a establecer relaciones satisfactorias entre empresa-cliente y además impulsa la compra de los diferentes productos que posee la comercializadora. Asimismo se tiene que minimizar los costos a través de una buena utilización de los recursos, tratando de cubrir una parte de la deuda que posee la entidad con los bancos, pues es el causante de que no se obtengan ganancias, creando un fondo acumulativo mediante la incrementación de las ventas.

4,3,4.- Estrategias para mejorar la rentabilidad:

Para mejorar la rentabilidad se le plantea a la empresa la venta de la mercadería que posee en stock lo más rápidamente, además incrementar las ventas mediante un alto grado de publicidad, promociones, descuentos para atraer a una mayor clientela, conjuntamente con un equipo de ventas capacitado en dos áreas diferentes dentro y fuera de la empresa, conjuntamente incursionar en el mercado virtual creando una pagina Web en donde se podrá apreciar y adquirir productos de la empresa, al mismo tiempo incrementar el horario de atención al cliente en los vacíos que deja la competencia que serían los sábados por la tarde y los domingos por la mañana para una mejor complacencia de los consumidores. Una estrategia muy importante que se le sugiere es la de realizar un bechmarking competitivo, para la identificación de productos y servicios de trabajo de los competidores directos, asimismo estudiar de una manera minuciosa a la competencia y rescatar los puntos fuertes y las debilidades

de la misma, de esta manera utilizar de una manera eficaz la información obtenida.

A continuación se detallan en cuadros las estrategias ya mencionadas y otras adicionales, especificando la estrategia, los responsables, su periodo de duración, y adjuntamente un cronograma de actividades, sugiriéndole al comercial como implantar el plan operativo financiero anual.

Cuadro # 5

PLAN OPERATIVO ANUAL										
COMERCIAL AVILA OCHOA CÍA LTDA										
EVOLUCIÓN DE LOS RATIOS, PERÍODOS 2004,2005,2006,2007										
A) RATIOS DE LIQUIDEZ										
ITEM	DETALLE	2004	2005	2006	2007	VARIACIÓN	ESTRATEGÍA	RESPONSABLES	FECHA DE INICIO	FECHA DE FINALIZACIÓN
1	SOLVENCIA TECNICA	0,97	1,11	0,56	1,07	Podemos decir que tenemos un 1,07 veces para cubrir una parte de la deuda (ver anexo # 6).	Tratar de cubrir un porcentaje de las deudas a corto plazo	Ing. Enma Espinosa (Dpto. Financiero).	5 de mayo del 2008	5 de noviembre del 2008
2	PRUEBA ACIDA	0,47	1,11	0,32	0,59	El inventario representa una gran parte del activo corriente (ver anexo # 6).	Reducir las existencias e implementar un sistema para un mejor control de inventarios.	Ing. Gladys Vargas (Dpto de Ventas) - Sra. Karina Rodríguez (Dpto Buffer).	5 de mayo	5 de junio
3	PRUEBA DEFENSIVA	3%	3%	6%	7%	Se puede cubrir el 7% de las deudas a c/plazo con efectivo (ver anexo # 20.1).	Mantener las políticas de crédito, adicionar descuentos por pronto pago, implementar el servicio de entrega a domicilio de los productos y una amplia gama de promociones.	Sr Carlos Avila (Gerente general) - CPA. Juan Carlos Avila. (Dpto. Compras) - Ing. Gladys Vargas (Dpto de Ventas).	7 de julio del 2008	5 de enero del 2009
4	CAPITAL DE TRABAJO	-15.948,31	74.049,84	173.572,23	74.290,70	Se cuenta con \$74290,70 para seguir con las actividades de la empresa (ver anexo # 5).	Realizar una planificación financiera para una correcta utilización de los recursos.	Ing. Enma Espinosa (Dpto. Finanzas).	5 de mayo del 2008	5 de septiembre del 2008
5	PERIODO DE COBRO A CLIENTES	23	21	33	29	Se recupera cartera en 29 días (ver anexo # 3).	Continuar con el sistema de recuperación de cartera y mejorarlo constantemente.	Ing. Enma Espinosa (Dpto. Finanzas).	5 de mayo del 2008	5 de mayo del 2009

Fuente: Comercial Avila Ochoa Cía Ltda.

Elaborado por: Los Autores

Cuadro # 6

PLAN OPERATIVO ANUAL										
COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA										
EVOLUCION DE LOS RATIOS, PERIODOS 2004,2005,2006,2007										
B) RATIOS DE LA GESTIÓN										
ITEM	DETALLE	2004	2005	2006	2007	VARIACIÓN	ESTRATEGÍA	RESPONSABLES	FECHA DE INICIO	FECHA DE FINALIZACIÓN
6	ROTACIÓN DE LOS INVENTARIOS	13	18	11	12	El inventario de mercadería rota mensualmente (ver anexo # 3).	Incrementar la publicidad y la incorporación de una pagina web para la promoción a través del mercado virtual.	Ing. Enma Espinosa (Dpto. Finanzas).	30 de junio del 2008	31 de diciembre del 2008
7	PERIODO DE PAGO A LOS PROVEEDORES	67	55	161	77	proveedores en 77 días y se recupera la cartera en 29 días (ver anexo # 3).	Mantener las mismas políticas de pago y cobranza.	Ing. Enma Espinosa (Dpto. Finanzas).	5 de mayo del 2008	5 de mayo del 2009
8	ROTACIÓN DE CAJA Y BANCOS	2	1	4	4	Se cuenta con liquidez para cubrir 4 días de venta (ver anexo # 20.2).	Fomentar una política de cobro en base a la puntualidad.	Sr. Carlos Avila (Gerente General) - Ing Enma Espinoza (Dpto de Finanzas) - Ing María Ines Avila (Dpto de Talento Humano).	5 de mayo del 2008	5 de mayo del 2009
9	ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES	3,18	2,40	2,07	2,38	La empresa está colocando entre sus clientes 2,38 veces el valor de la inversión efectuada (ver anexo # 20.3).	Atraer mayor clientela en base de precios competitivos para un eficiente uso de sus activos.	Sr Carlos Avila (Gerente general) - CPA. Juan Carlos Avila. (Dpto. Compras) - Ing. Gladys Vargas (Dpto de Ventas).	30 de junio del 2008	31 de diciembre del 2008
10	ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	6,18	3,66	3,75	4,71	Se coloca en el mercado 4,71 veces el valor de lo invertido en activo fijo (ver anexo # 20.4).	Mantenerse con los activos fijos, sin hacer una mayor adquisición.	Ing. Enma Espinosa (Dpto. Finanzas).	5 de mayo del 2008	5 de mayo del 2009

Fuente: Comercial Avila Ochoa Cia Ltda.

Elaborado por: Los Autores

Cuadro # 7

PLAN OPERATIVO ANUAL										
COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA										
EVOLUCIÓN DE LOS RATIOS, PERÍODOS 2004,2005,2006,2007										
C) RATIOS DE SOLVENCIA										
ITEM	DETALLE	2004	2005	2006	2007	VARIACIÓN	ESTRATEGÍA	RESPONSABLES	FECHA DE INICIO	FECHA DE FINALIZACIÓN
11	DEUDA TOTAL A CAPITAL TOTAL	0,77	0,46	0,53	0,56	Por cada dólar que la empresa posee en el 2007 se tiene \$0,55 de deuda (ver anexo # 4).	Aprovechar el financiamiento de nuestros acreedores para incrementar nuevas líneas de productos y así expandirnos en el mercado.	CPA Carlos Alvarez (Dpto de Contabilidad) - CPA Juan Carlos Avila (Dpto de Compras).	5 de julio del 2007	6 de octubre del 2007
12	ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	3,44	0,84	1,13	1,27	Se puede apreciar que por cada dólar que se invirtió por los accionistas de la empresa se tiene una deuda de \$1,75 (ver anexo # 4).	Buscar nuevas líneas de crédito mas economicas	Ing Enma Espinoza (Dpto de Finanzas) - CPA Carlos Alvarez (Dpto de Contabilidad)	5 de mayo del 2008	5 de mayo del 2009
13	COBERTURA PARA GASTOS FIJOS	1,33	1,67	1,57	1,75	La empresa posee una capacidad de supervivencia del 1,75 veces (ver anexo # 20,5).	Continuar con las políticas de gastos fijos ya que tenemos la suficiente capacidad para pagarlos.	Ing María Ines Avila (Dpto del Talento Humano) - CPA Carlos Alvarez (Dpto de Contabilidad).	5 de mayo del 2008	5 de mayo del 2009
14	COBERTURA DE INTERESES	0,23	1,33	1,30	0,76	Puede disminuir las utilidades en 0,76 veces sin poner a la empresa en una situación de dificultad (ver anexo # 4).	Reducir los gastos financieros mediante la incrementación de ventas, asu vez la creación de un fondo acumulativo destinado a pagar una parte de la deuda.	Ing Carlos Avila (Gerente General) - Ing Enma Espinoza (Dpto de Finanzas)	5 de mayo del 2008	5 de mayo del 2009

Fuente: Comercial Avila Ochoa Cia Ltda.

Elaborado por: Los Autores

Cuadro # 8

PLAN OPERATIVO ANUAL										
COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA										
EVOLUCIÓN DE LOS RATIOS, PERÍODOS 2004,2005,2006,2007										
D) RATIOS DE RENTABILIDAD										
ITEM	DETALLE	2004	2005	2006	2007	VARIACIÓN	ESTRATEGÍA	RESPONSABLES	FECHA DE INICIO	FECHA DE FINALIZACIÓN
15	RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN	-0,07	0,01	0,01	-0,02	Por cada dólar invertido en el 2007 en los activos no produjeron ningún rendimiento sobre la inversión, por el contrario se dejó de percibir -0,02 de rentabilidad (ver anexo # 20.6).	Segmentación del equipo de ventas, trabajando dentro de la empresa como de puerta a puerta obteniendo una incrementación de ventas, además priorizar gastos obteniendo reducción de los mismos.	Ing Gladys Vargas (Dpto de Ventas) -	30 de junio del 2008	31 de diciembre del 2008
16	MARGEN DE GANANCIA	-0,02	0,003	0,003	-0,01	Este ratio nos indica que por cada dólar que la comercializadora vende no de ha obtenido utilidad en el 2007 (ver anexo # 19).	Realizar un benchmarking competitivo para estudiar de una forma minuciosa a la competencia, y así saber en que esta fallando la empresa.	Ing Carlos Avila (Gerente General) - CPA Juan Carlos Avila (Dpto de Compras)	30 de junio del 2008	31 de diciembre del 2008
17	EFICIENCIA ACTIVIDAD	3,18	2,40	2,07	5,40	Por cada dólar invertido en el 2007 en los activos se produjo un movimiento de los mismos en 5,40 veces, para la generación de ventas (ver anexo # 19).	Incrementar los días laborables en el departamento de ventas aprovechando el espacio que la competencia no cubra, es decir los Sabados por la tarde y domingos por la mañana.	Ing Maria Ines Avila (Dpto Talento Humano) - Ing Gladys Vargas (Dpto de Ventas).	30 de junio del 2008	30 de septiembre
18	UTILIDAD OPERACIONAL	0,01	0,02	0,02	0,02	Por cada dólar que vende la empresa deducidos sus gastos operacionales obtiene \$0,02 de utilidad operacional (ver anexo # 19).	Priorizar gastos operacionales otorgando un valor limite para cada cuenta.	Ing Carlos Avila (Gerente General) - CPA Juan Carlos Avila (Dpto de Compras)	5 de mayo del 2008	5 de mayo del 2009
19	MARGEN BRUTO	14%	13%	16%	15%	Quiere decir que en el 2007 por cada dólar que vendió la empresa, obtuvo una utilidad de un 15% (ver anexo # 19).	Incrementar promociones, descuentos e incentivos esencialmente a los clientes potenciales, e incrementar su publicidad poseccionandose de mejor manera en el mercado.	Ing Carlos Avila (Gerente General) - CPA Juan Carlos Avila (Dpto de Compras)	30 de junio del 2008	31 de diciembre del 2008

Fuente: Comercial Avila Ochoa Cia Ltda.

Elaborado por: Los Autores

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES.

La investigación realizada a “Comercial Avila Ochoa CIA LTDA.” tuvo como objetivo general, el efectuar un análisis económico-financiero a partir de un estudio sobre los antecedentes de la empresa, aplicando diferentes herramientas financieras, y terminando con un plan operativo financiero anual, el cual llegó a establecer las siguientes conclusiones:

- Se puede decir que el comercial posee un pequeño porcentaje de liquidez para cubrir sus obligaciones, el motivo es el alto porcentaje de deuda a corto plazo contraído con los proveedores, de igual manera se tiene una gran dependencia de inventarios lo cual es normal por ser una comercializadora.
- En lo referente al inventario la empresa tiene una buena rotación (mensualmente), además los proveedores les otorgan un mayor lapso de tiempo para la cancelación de las deudas, lo cual es positivo para el comercial.
- El sistema de control sobre inventarios, no es eficiente, por el motivo de que existe faltante de productos, además algunos de ellos no concuerdan con el sistema de códigos establecidos.
- Pese a existir una gran competencia, el comercial tiene una buena relación con sus proveedores, controlando la negociación con los mismos en la mayoría de los casos.
- Con respecto al endeudamiento, la entidad trabaja con gran parte de capital de terceros, el cual no se está utilizando de una forma eficiente, por el motivo de que mientras mayor es el nivel de endeudamiento menor es la utilidad.
- Las obligaciones contraídas con entidades financieras y los gastos financieros que éstas implican son el motivo principal para el bajo

rendimiento obtenido por la empresa, incluso llegando a incurrir en una pérdida.

- El análisis efectuado revela que la situación patrimonial de la empresa es un tanto irregular, en consecuencia de que es una empresa familiar y algunas veces han hecho uso de su capital para uso exclusivo de sus accionistas.
- Otra razón para que los resultados obtenidos con respecto a la rentabilidad no sean muy alentadores es la fuerte competencia en lo que se refiere a artículos de construcción y ferretería en general. Por lo dicho anteriormente y por otros motivos ya especificados la empresa llega a obtener bajos niveles de rendimiento.

RECOMENDACIONES.

Después de un análisis minucioso a los estados financieros de la empresa, hemos encontrado algunas falencias por parte del manejo administrativo de la misma, los cuales pueden ser corregidos en un tiempo determinado; ponemos en consideración a los directivos de la comercializadora las siguientes recomendaciones:

- Para una adecuada administración y control de los inventarios, es muy importante en base a lo analizado, tener un plan de compras previamente aprobado y cuidadosamente estructurado.
- Adicionar políticas de descuento y promociones que estén de acuerdo al nivel de la competencia, dando como resultado un incremento al nivel de las ventas.
- Es aconsejable seguir financiándose con proveedores, pero en un menor porcentaje, debido a que no se incurre en el costo financiero que tanto daño ha hecho a la empresa; sin embargo se debe tomar

muy en cuenta la necesidad de respaldar las operaciones con un mayor porcentaje de capital propio.

- Tratar de buscar nuevas líneas de crédito más económicas.
- Establecer un departamento de marketing, para una buena implementación de publicidad, promociones, etc., y llegar a alcanzar un renombre en el mercado obteniendo un mejor posicionamiento en el mismo.
- Fortalecer mecanismos de control interno, para mejorar la organización y reducir al mínimo las falencias de la comercializadora.
- Continuar con las buenas relaciones existentes con los proveedores, y aprovechar las facilidades que les otorgan.
- Mantener el orden al momento de llevar la contabilidad, utilizando métodos claros, determinando un mejor control o supervisión del contenido y flujos de documentación a diferentes niveles e incrementar planes de contingencia ante los diversos posibles escenarios de crisis
- Establecer una planificación financiera para un correcto uso de sus recursos.
- No se puede olvidar el buen trato con respecto al personal, motivarlo constantemente, se le sugiere a la comercializadora utilizar la jerarquía de necesidades de Maslow, y además una capacitación constante en todas las áreas.
- Se le recomienda al comercial, aplicar el plan operativo financiero ya estructurado, durante las fechas previstas en nuestro análisis.

ANEXOS

ANEXO # 1
COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AL PERIODO 2004 - 2007

	2004	2005	2006	2007	
INGRESOS OPERACIONALES					
<u>Ventas</u>	4.006.440,73	5.178.477,03	4.908.059,07	5.675.479,15	
(-) Costo de Ventas	3.455.017,36	4.480.240,15	4.109.966,75	4.816.114,51	Costos Variables
Inventario Inicial	356.997,45	313.090,04	283.359,01	457.991,71	
(+) Compras	3.411.109,95	4.450.509,12	4.284.599,45	4.845.200,70	
(-) Inventario Final	313.090,04	283.359,01	457.991,71	487.077,90	
UTILIDAD BRUTA EN VENTA	551.423,37	698.236,88	798.092,32	859.364,64	
(-) Gastos Operacionales	527.078,80	588.414,34	680.879,22	734.843,60	
Gastos de Administración	415.627,47	417.504,85	507.943,31	492.317,24	Costos fijos
Sueldos de Administración	156.383,65	177.731,67	212.707,92	241.687,34	
Beneficios sociales e indemnizaciones	48.709,65	60.490,88	71.960,06	78.146,19	
Arrendamiento mercantil de local	15.531,78	11.904,21	28.466,59	9.952,68	
Útiles de Oficina	3.489,63	6.257,89	6.332,15	8.109,30	
Servicios básicos	22.750,30	21.941,61	21.086,42	19.618,84	
Mantenimiento y reparaciones	0,00	54.644,14	65.841,87	32.835,77	
Gastos de Depreciación	56.749,08	54.228,76	60.000,00	56.877,70	
Otros gastos administrativos	112.013,38	30.305,69	41.548,30	45.089,42	
Gastos de Ventas	111.451,33	170.909,49	172.935,91	242.526,36	Costos Variables
Gastos de movilización	18.598,92	141.887,83	137.673,71	196.942,26	
Comisiones	0,00	8.114,51	8.257,00	1.344,76	
Publicidad	11.478,22	10.914,09	10.180,68	8.058,00	
Seguros y Reaseguros	5.637,42	9.145,57	7.928,32	17.205,66	
Viáticos	1.061,19	0,00	2.495,79	3.641,35	
Otros gastos de ventas	74.675,58	847,49	6.400,41	15.334,33	
UTILIDAD OPERACIONAL	24.344,57	109.822,54	117.213,10	124.521,04	
OTROS GASTOS NO OPERACIONALES					
Gastos financieros	108.000,74	82.395,94	90.279,92	163.996,13	
Intereses bancarios	108.000,74	82.395,94	90.279,92	163.996,13	
Utilidad - pérdida después de intereses	-83.656,17	27.426,60	26.933,18	-39.475,09	
(-15%) Participación de Trabajadores		4.113,99	4.039,98		
(-25%) Impuesto a la renta causado		5.828,15	5.723,30		
UTILIDAD NETA		17.484,46	17.169,90		

ANEXO # 2

COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA

BALANCE GENERAL A LOS PERIODOS 2004 - 2007

	2004	2005	2006	2007
ACTIVO				
ACTIVO CORRIENTE				
Bancos	17.177,67	19.699,64	55.665,92	67.991,37
Cuentas y documentos por cobrar clientes	253.763,95	292.223,95	438.188,15	450.743,91
Crédito Tributario	23.470,52	42.534,14	56.227,40	78.989,63
Inventario en mercadería	313.090,04	283.359,01	457.991,71	487.077,90
Seguro pagado por anticipado	3.234,13	2.566,31	8.750,61	8.582,86
Otros Activos Corrientes	0,00	99.531,69	48.766,12	0,00
Total de Activo Corriente	610.736,31	739.914,74	1.065.589,91	1.093.385,67
ACTIVO FIJO				
ACTIVO FIJO TANGIBLE				
Edificios	172.166,60	352.380,00	352.380,00	352.380,00
Terrenos	347.373,49	843.571,00	843.571,00	843.571,00
Equipos y muebles de oficina	12.383,96	15.874,27	21.134,21	22.150,96
Equipo de computación y software	24.032,00	26.745,87	35.017,62	17.283,08
Vehiculos	0,00	321.354,48	224.356,98	209.356,98
(Depreciación acumulada del activo no corriente)	-91.836,36	-144.312,05	-212.590,07	-240.084,71
Total de activos fijos tangibles	647.792,41	1.415.613,57	1.263.869,74	1.204.657,31
ACTIVO FIJO INTANGIBLE				
Marcas, patentes, derecho de llaves y otros similares	0,00	0,00	46.381,58	0,00
Total de activo fijo intangible	0,00	0,00	46.381,58	0,00
Total Activo Fijo	647.792,41	1.415.613,57	1.310.251,32	1.204.657,31
ACTIVO DIFERIDO				
Otros activos diferidos	33.057,59	0,00	0,00	94.895,20
(-) amortización acumulada	31.463,05	0,00	0,00	-9.276,36
Total Activo Diferido	1.594,54	0,00	0,00	85.618,84
ACTIVOS A L/PLAZO				
Inversiones a L/Plazo	557,63	557,63	557,63	557,63
Total de Activos a L/Plazo	557,63	557,63	557,63	557,63
TOTAL ACTIVO	1.260.680,89	2.156.085,94	2.376.398,86	2.384.219,45

PASIVO				
Pasivo Corriente				
Cuentas y Documentos por pagar	69.612,83	73.777,97	358.763,97	102.460,77
Proveedores	409.085,02	592.086,93	504.928,42	916.634,20
Otros pasivos a corto plazo	<u>147.986,77</u>	<u>0,00</u>	<u>28.325,29</u>	<u>0,00</u>
Total Pasivo Corriente	626.684,62	665.864,90	892.017,68	1.019.094,97
Pasivo a Largo Plazo				
Obligaciones con instituciones financieras	<u>338.812,39</u>	<u>282.347,14</u>	<u>353.693,17</u>	<u>314.937,64</u>
Total de Pasivo a L/Plazo	338.812,39	282.347,14	353.693,17	314.937,64
Otros Pasivos	11.444,60	33.112,60	12.660,61	0,00
TOTAL PASIVO	976.941,61	981.324,64	1.258.371,46	1.334.032,61
PATRIMONIO				
Patrimonio Neto	367.395,45	1.157.276,84	1.100.857,50	1.089.661,93
Utilidad o perdida del Ejercicio	<u>-83.656,17</u>	<u>17.484,46</u>	<u>17.169,90</u>	<u>-39.475,09</u>
TOTAL DE PATRIMONIO	283.739,28	1.174.761,30	1.118.027,40	1.050.186,84
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>1.260.680,89</u>	<u>2.156.085,94</u>	<u>2.376.398,86</u>	<u>2.384.219,45</u>

ANEXO # 3

COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA

CICLO DE OPERACION A LOS PERIODOS 2004 - 2007

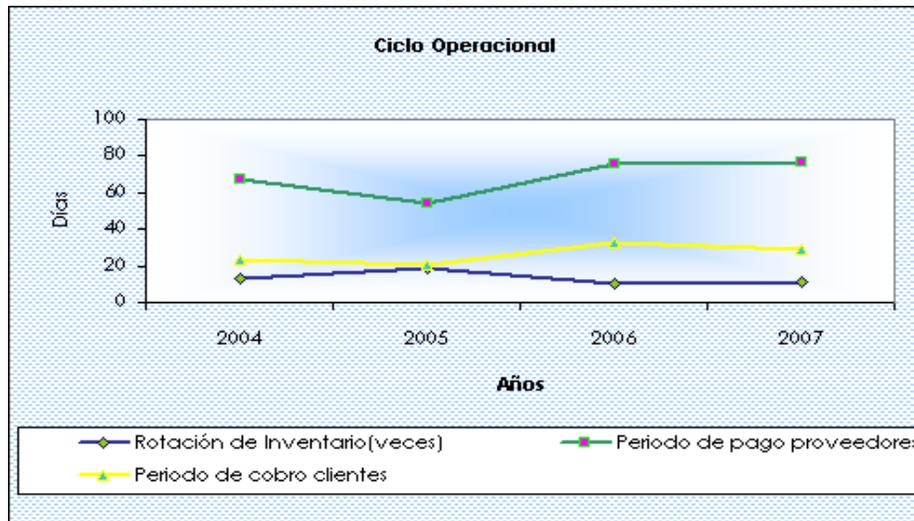
Ciclo de Operación = Periodo de Cobro promedio + Edad de inventarios - Periodo de pago promedio

Rotación de Inventarios = Ventas Netas / Inventarios

Periodo de pago proveedores = Cuentas por pagar / (Compras a proveedores/365 días)

Periodo Promedio de Cobranzas = Cuentas por cobrar / (Ventas/365 días)

	2004	2005	2006	2007
Ventas	4.006.440,73	5.178.477,03	4.908.059,07	5.675.479,15
Inventario	313.090,04	283.359,01	457.991,71	487.077,90
Rotación de Inventario(voces)	12,80	18,28	10,72	11,65
Edad de Inventario	29	20	34	31
Periodo de pago proveedores	67	55	76	77
Periodo de cobro clientes	23	21	33	29
Ciclo de Operación	-15	-14	-9	-16



ANEXO # 4

COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA

FONDO DE MANIOBRA AL PERIODO 2004 - 2007

ESTRUCTURA DE CAPITAL

Deuda total : $\frac{\text{Total pasivo}}{\text{Total activo}}$

Endeudamiento patrimonial : $\frac{\text{Total pasivo}}{\text{Patrimonio}}$

Cobertura de intereses : $\frac{\text{Utilidad antes de intereses e impuestos}}{\text{Gastos por intereses}}$

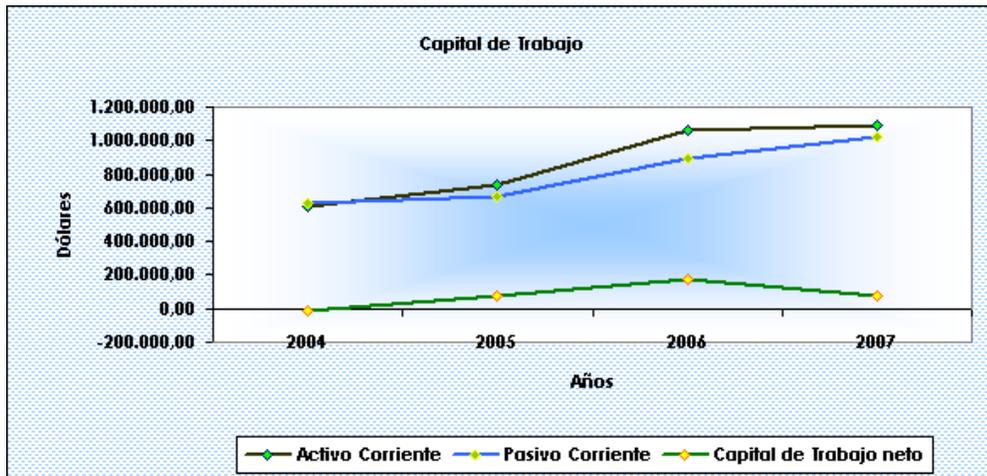
	2004	2005	2006	2007
Total activo	1.260.680,89	2.156.085,94	2.376.398,86	2.384.219,45
Total pasivo	976.941,61	981.324,64	1.258.371,46	1.334.032,61
Total patrimonio	283.739,28	1.174.761,30	1.118.027,40	1.050.186,84
UAll	24.344,57	109.822,54	117.213,10	124.521,04
Gastos por intereses	108.000,74	82.395,94	90.279,92	163.996,13

	2004	2005	2006	2007
Deuda total	0,77	0,46	0,53	0,56
Endeudamiento patrimonial	3,44	0,84	1,13	1,27
Cobertura de intereses	0,23	1,33	1,30	0,76

ANEXO # 5
COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA
FONDO DE MANIOBRA AL PERIODO 2004 - 2007
CAPITAL DE TRABAJO

Fórmula: Activo corriente - Pasivo corriente

	CAPITAL DE TRABAJO			
	2004	2005	2006	2007
Activo Corriente	610.736,31	739.914,74	1.065.589,91	1.093.385,67
Pasivo Corriente	626.684,62	665.864,90	892.017,68	1.019.094,97
Capital de Trabajo neto	-15.948,31	74.049,84	173.572,23	74.290,70



ANEXO # 6

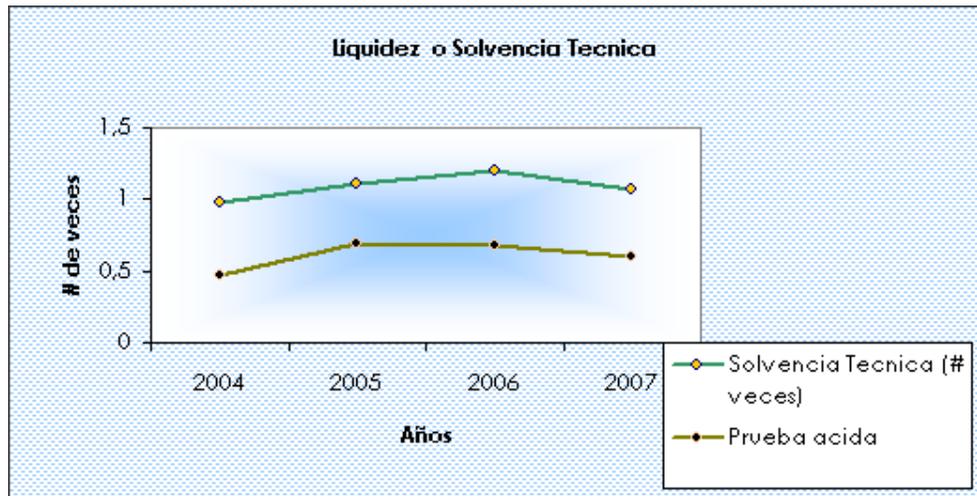
COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA

FONDO DE MANIOBRA AL PERIODO 2004 - 2007
LIQUIDEZ O SOLVENCIA TECNICA

$$\text{Solvencia Técnica o liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Prueba Acida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

	LIQUIDEZ O SOLVENCIA TECNICA			
	2004	2005	2006	2007
Activo Corriente	610.736,31	739.914,74	1.065.589,91	1.093.385,67
Inventarios	313.090,04	283.359,01	457.991,71	487.077,90
Activo Corriente - Inventario	297.646,27	456.555,73	607.598,20	606.307,77
Pasivo Corriente	626.684,62	665.864,90	892.017,68	1.019.094,97
Solvencia Técnica< (# veces)	0,97	1,11	1,19	1,07
Prueba ácida	0,47	0,69	0,68	0,59

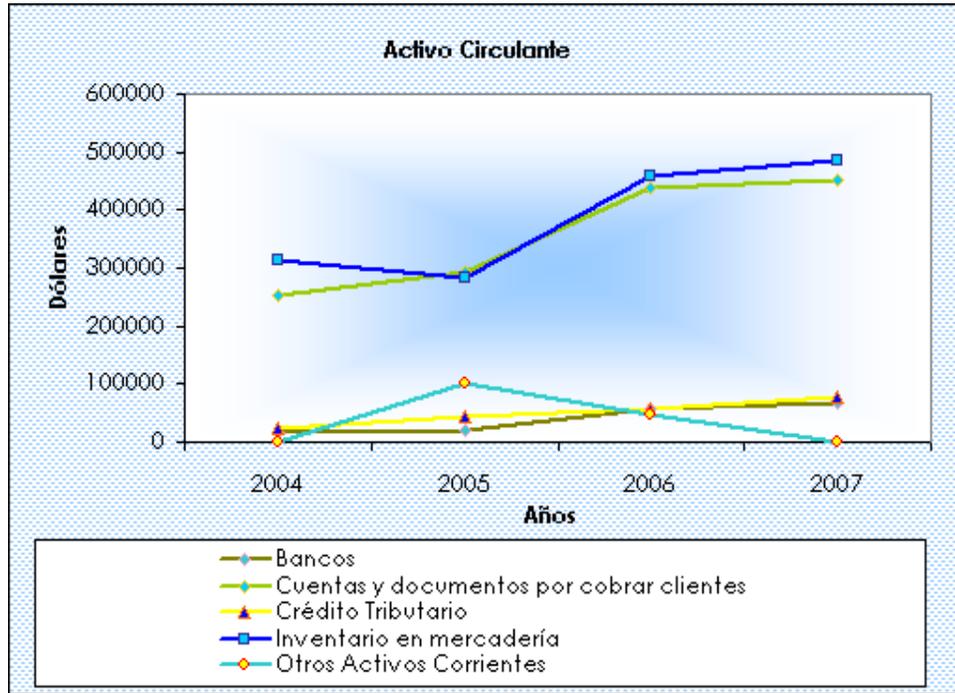


ANEXO # 7

COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA

SITUACION PATRIMONIAL 2004 - 2007

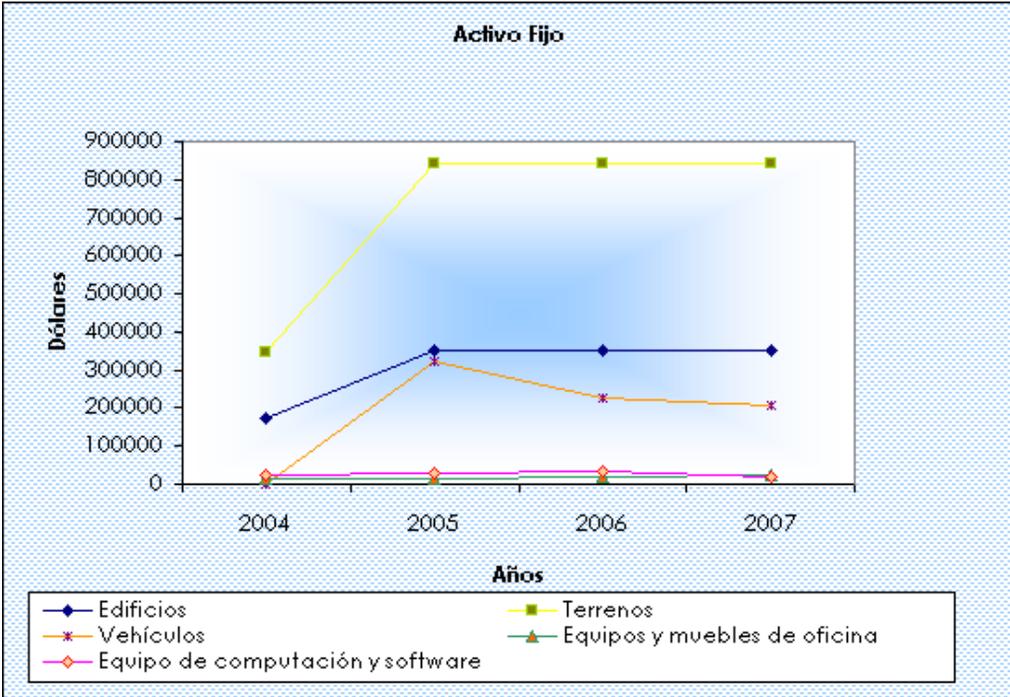
	ACTIVO CIRCULANTE			
	2004	2005	2006	2007
Bancos	17.177,67	19.699,64	55.665,92	67.991,37
Cuentas y documentos por cobrar clientes	253.763,95	292.223,95	438.188,15	450.743,91
Crédito Tributario	23.470,52	42.534,14	56.227,40	78.989,63
Inventario en mercadería	313.090,04	283.359,01	457.991,71	487.077,90
Seguro pagado por anticipado	3.234,13	2.566,31	8.750,61	8.582,86
Otros Activos Corrientes	0,00	99.531,69	48.766,12	0,00



ANEXO # 8

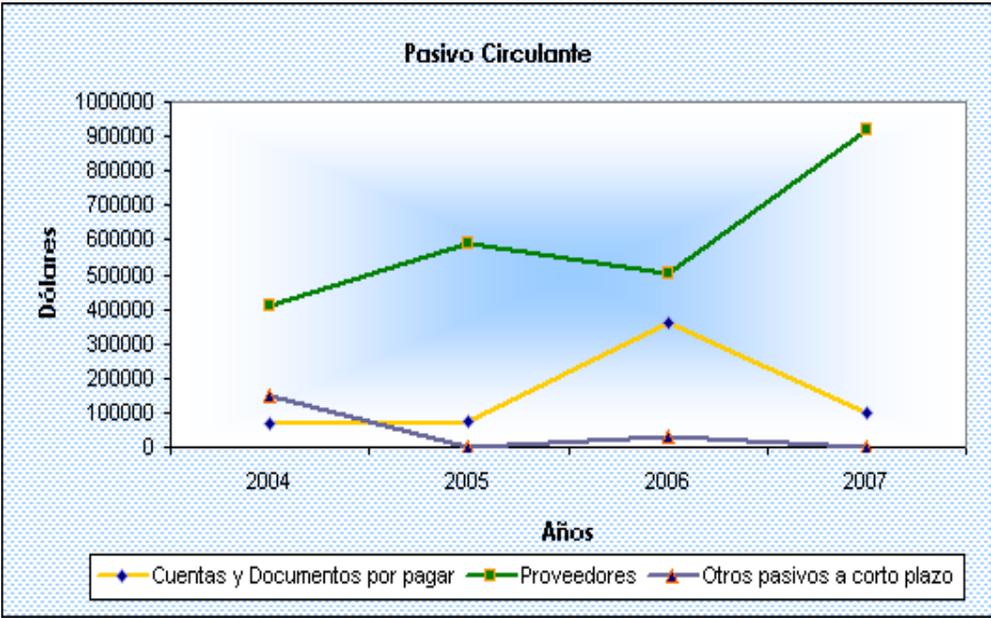
COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA
SITUACION PATRIMONIAL 2004 - 2007

	ACTIVO FIJO			
	2004	2005	2006	2007
Edificios	172.166,60	352.380,00	352.380,00	352.380,00
Terrenos	347.373,49	843.571,00	843.571,00	843.571,00
Equipos y muebles de oficina	12.383,96	15.874,27	21.134,21	22.150,96
Equipo de computación y software	24.032,00	26.745,87	35.017,62	17.283,08
Vehículos	0,00	321.354,48	224.356,98	209.356,98
(Depreciación acumulada)	-91.836,36	-144.312,05	-212.590,07	-240.084,71



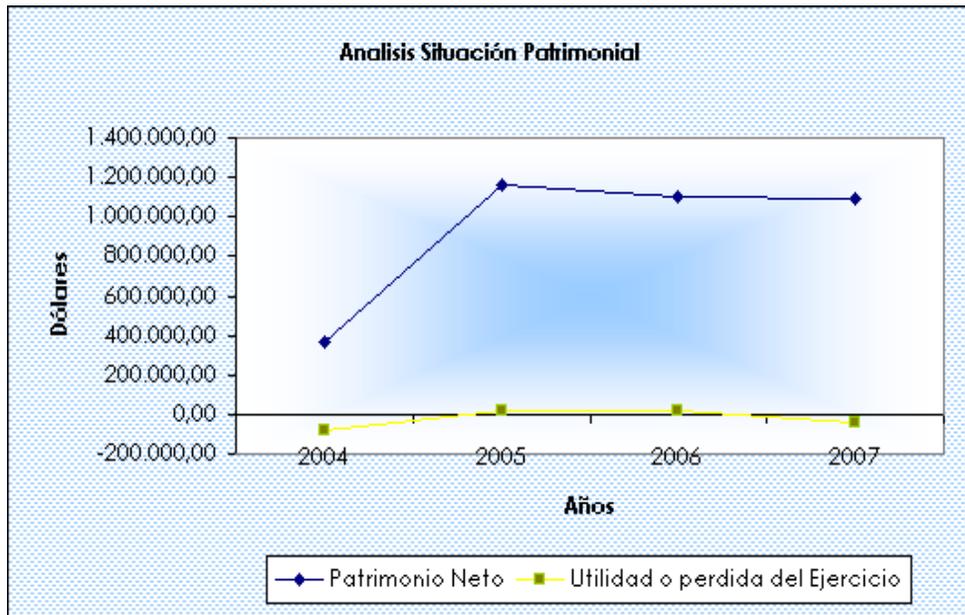
ANEXO # 9
COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA
SITUACION PATRIMONIAL 2004 - 2007

	PASIVO CIRCULANTE			
	2004	2005	2006	2007
Cuentas y Documentos por pagar	69.612,83	73.777,97	358.763,97	102.460,77
Proveedores	409.085,02	592.086,93	504.928,42	916.634,20
Otros pasivos a corto plazo	147.986,77	0,00	28.325,29	0,00



ANEXO # 10
COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA
SITUACION PATRIMONIAL 2004 - 2007

	PATRIMONIO			
	2004	2005	2006	2007
Patrimonio Neto	367.395,45	1.157.276,84	1.100.857,50	1.089.661,93
Utilidad o perdida del Ejercicio	-83.656,17	17.484,46	17.169,90	-39.475,09



ANEXO # 11

COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA

ANALISIS HORIZONTAL DEL BALANCE GENERAL AL PERIODO 2004 - 2007

	2004	2005	2006	2007	2005	2006	2007
ACTIVO							
ACTIVO CORRIENTE							
Bancos	17.177,67	19.699,64	55.665,92	67.991,37	14,68%	182,57%	22,14%
Cuentas y documentos por cobrar clientes	253.763,95	292.223,95	438.188,15	450.743,91	15,16%	49,95%	2,87%
Crédito Tributario	23.470,52	42.534,14	56.227,40	78.989,63	81,22%	32,19%	40,48%
Inventario en mercadería	313.090,04	283.359,01	457.991,71	487.077,90	-9,50%	61,63%	6,35%
Seguro pagado por anticipado	3.234,13	2.566,31	8.750,61	8.582,86	-20,65%	240,98%	-1,92%
Otros Activos Corrientes	0,00	99.531,69	48.766,12	0,00	100,00%	-51,00%	-100,00%
Total de Activo Corriente	610.736,31	739.914,74	1.065.589,91	1.093.385,67	21,15%	44,02%	2,61%
ACTIVO FIJO							
ACTIVO FIJO TANGIBLE							
Edificios	172.166,60	352.380,00	352.380,00	352.380,00	104,67%	0,00%	0,00%
Terrenos	347.373,49	843.571,00	843.571,00	843.571,00	142,84%	0,00%	0,00%
Equipos y muebles de oficina	12.383,96	15.874,27	21.134,21	22.150,96	28,18%	33,14%	4,81%
Equipo de computación y software	24.032,00	26.745,87	35.017,62	17.283,08	11,29%	30,93%	-50,64%
Vehículos	0,00	321.354,48	224.356,98	209.356,98	100,00%	-30,18%	-6,69%
(Depreciación acumulada del activo no corriente)	-91.836,36	-144.312,05	-212.590,07	-240.084,71	57,14%	47,31%	12,93%
Total de activos fijos tangibles	647.792,41	1.415.613,57	1.263.869,74	1.204.657,31	118,53%	-10,72%	-4,69%
ACTIVO FIJO INTANGIBLE							
Marcas, patentes, derecho de llaves y otros similares	0,00	0,00	46.381,58	0,00	100,00%	100%	-100,00%
Total de activo fijo intangible	0,00	0,00	46.381,58	0,00	100,00%	100%	-100,00%
Total Activo Fijo	647.792,41	1.415.613,57	1.310.251,32	1.204.657,31	118,53%	-7,44%	-8,06%
ACTIVO DIFERIDO							
Otros activos diferidos	33.057,59	0,00	0,00	94.895,20	-100,00%	0,00%	100%
(-) amortización acumulada	-31.463,05	0,00	0,00	-9.276,36	-100,00%	0,00%	100%
Total Activo Diferido	1.594,54	0,00	0,00	85.618,84	-100,00%	0,00%	100%
ACTIVOS A L/PLAZO							
Inversiones a L/Plazo	557,63	557,63	557,63	557,63	0,00%	0,00%	0,00%
Total de Activos a L/Plazo	557,63	557,63	557,63	557,63	0,00%	0,00%	0,00%
TOTAL ACTIVO	1.260.680,89	2.156.085,94	2.376.398,86	2.384.219,45	71,03%	10,22%	0,33%

					2005	2006	2007
PASIVO							
Pasivo Corriente							
Cuentas y Documentos por pagar	69.612,83	73.777,97	358.763,97	102.460,77			
Proveedores	409.085,02	592.086,93	504.928,42	916.634,20	5,98%	386,28%	-71,44%
Otros pasivos a corto plazo	147.986,77	0,00	28.325,29	0,00	44,73%	-14,72%	81,54%
Total Pasivo Corriente	626.684,62	665.864,90	892.017,68	1.019.094,97	-100,00%	100,00%	-100,00%
					6,25%	33,96%	14,25%
Pasivo a Largo Plazo							
Obligaciones con instituciones financieras	338.812,39	282.347,14	353.693,17	314.937,64			
Total de Pasivo a L/Plazo	338.812,39	282.347,14	353.693,17	314.937,64	-16,67%	25,27%	-10,96%
					-16,67%	25,27%	-10,96%
Otros Pasivos							
	11.444,60	33.112,60	12.660,61	0,00			
					189,33%	-61,76%	-100,00%
TOTAL PASIVO	976.941,61	981.324,64	1.258.371,46	1.334.032,61	0,45%	28,23%	6,01%
PATRIMONIO							
Patrimonio Neto	367.395,45	1.157.276,84	1.100.857,50	1.089.661,93			
Utilidad o perdida del Ejercicio	-83.656,17	17.484,46	17.169,90	-39.475,09	214,99%	-4,88%	-1,02%
TOTAL DE PATRIMONIO	283.739,28	1.174.761,30	1.118.027,40	1.050.186,84	-120,90%	-1,80%	-329,91%
					314,03%	-4,83%	-6,07%
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	1.260.680,89	2.156.085,94	2.376.398,86	2.384.219,45	71,03%	10,22%	0,33%

ANEXO # 12
COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA
ANALISIS VERTICAL DEL BALANCE GENERAL A LOS PERIODOS 2004 - 2007

	Porcentaje sobre activo, pasivo corriente y patrimonio				Porcentaje sobre total de activo y total pasivo + patrimonio			
	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
	ACTIVO							
ACTIVO CORRIENTE								
Bancos	2,81%	2,66%	5,22%	6,22%	1,36%	0,91%	2,34%	2,85%
Cuentas y documentos por cobrar clientes	41,55%	39,49%	41,12%	41,22%	20,13%	13,55%	18,44%	18,91%
Crédito Tributario	3,84%	5,75%	5,28%	7,22%	1,86%	1,97%	2,37%	3,31%
Inventario en mercadería	51,26%	38,30%	42,98%	44,55%	24,83%	13,14%	19,27%	20,43%
Seguro pagado por anticipado	0,53%	0,35%	0,82%	0,78%	0,26%	0,12%	0,37%	0,36%
Otros Activos Corrientes	0,00%	13,45%	4,58%	0,00%	0,00%	4,62%	2,05%	0,00%
Total de Activo Corriente	100%	100%	100%	100,00%	48,44%	34,32%	44,84%	45,86%
ACTIVO FIJO								
ACTIVO FIJO TANGIBLE								
Edificios	26,58%	24,89%	27,88%	29,25%	13,66%	16,34%	14,83%	14,78%
Terrenos	53,62%	59,59%	66,75%	70,03%	27,55%	39,13%	35,50%	35,38%
Equipos y muebles de oficina	1,91%	1,12%	1,67%	1,84%	0,98%	0,74%	0,89%	0,93%
Equipo de computación y software	3,71%	1,89%	2,77%	1,43%	1,91%	1,24%	1,47%	0,72%
Vehiculos (Depreciación acumulada del activo no corriente)	0,00%	22,70%	17,75%	17,38%	0,00%	14,90%	9,44%	8,78%
	-14,18%	-10,19%	-16,82%	-19,93%	-7,28%	-6,69%	-8,95%	10,07%
Total de activos fijos tangibles	100%	100%	100%	100%	51,38%	65,66%	53,18%	50,53%
ACTIVO FIJO INTANGIBLE								
Marcas, patentes, derecho de llaves y otros similares	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,95%	0,00%
Total de activo fijo intangible	0,00%	0,00%	100%	0,00%	0,00%	0,00%	1,95%	0,00%
Total Activo Fijo	100%	100%	100%	100%	0,00%	0,00%	1,95%	50,53%
ACTIVO DIFERIDO								
Otros activos diferidos	2073%	0,00%	0,00%	118,33%	2,62%	0,00%	0,00%	4,25%
(-) amortización acumulada	1973%	0,00%	0,00%	-18,33%	-2,50%	0,00%	0,00%	-0,66%
Total Activo Diferido	100%	0,00%	0,00%	100%	0,13%	0,00%	0,00%	3,59%
ACTIVOS A L/PLAZO								
Inversiones a L/Plazo	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,04%	0,03%	0,04%	0,02%
Total de Activos a L/Plazo	100%	100%	100%	100%	0,04%	0,03%	0,04%	0,02%
TOTAL ACTIVO	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
PASIVO								
Pasivo Corriente								
Cuentas y Documentos por pagar	11,11%	11,08%	40,22%	10,05%	5,52%	3,42%	15,10%	4,30%
Proveedores	65,28%	88,92%	56,61%	89,95%	32,45%	27,46%	21,25%	38,45%
Otros pasivos a corto plazo	23,61%	0,00%	3,18%	0,00%	11,74%	0,00%	1,19%	0,00%
Total Pasivo Corriente	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	49,71%	30,88%	37,54%	42,74%
Pasivo a Largo Plazo								
Obligaciones con instituciones financieras	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	26,88%	13,10%	14,88%	13,21%
Total de Pasivo a L/Plazo	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	26,88%	13,10%	14,88%	13,21%
Otros Pasivos	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,91%	1,54%	0,53%	0,00%
TOTAL PASIVO					77,49%	45,51%	52,95%	55,95%
PATRIMONIO								
Patrimonio Neto	129,48%	98,51%	98,46%	103,76%	29,14%	53,67%	46,32%	45,70%
Utilidad o perdida del Ejercicio	-29,48%	1,49%	1,54%	-3,76%	-6,64%	0,81%	0,72%	-1,66%
TOTAL DE PATRIMONIO	100%	100%	100%	100%	22,51%	54,49%	47,05%	44,05%

ANEXO # 13

COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA

SOLVENCIA A CORTO Y LARGO PLAZO

REGRESIÓN SIMPLE EN FUNCIÓN DE TIEMPO

VENTAS PROYECTADAS AL PERÍODO 2008 - 2010

Ecuaciones:

$$\begin{aligned} \hat{Y} &= bx + c \\ \sum y &= b \sum x + nc \\ \sum yx &= b \sum x^2 + c \sum x \end{aligned}$$

Simbología

Y = Ventas proyectadas
n = Número de años históricos
x = Tiempo

Proyección para el período 2008 – 2010

$$\begin{aligned} 19.768.455,98 &= 6b+4c && (-6) \\ 32.021.032,62 &= 14b+6c && (+4) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} -118.610.735,88 &= -36b-24c \\ \underline{128.084.130,48} &= \underline{56b+24c} \\ 9.473.394,60 &= 20b \end{aligned}$$

$$b = 473.669,73$$

$$19.768.455,98 = 6(473669,73)+4c$$

$$c = 4.231.609,40$$

$$\hat{Y} = 473669,73 x + 4231609,40$$

AÑOS	x	Variable Y	x*y	x ²	mts. Proyectadas
2.004	0,00	4.006.440,73	0,00	0,00	
2.005	1,00	5.178.477,03	5.178.477,03	1,00	
2.006	2,00	4.908.059,07	9.816.118,14	4,00	
2.007	3,00	5.675.479,15	17.026.437,45	9,00	
2.008	0,00	0,00	0,00	0,00	6.126.288,32
2.009	0,00	0,00	0,00	0,00	6.599.958,05
2.010	0,00	0,00	0,00	0,00	7.073.627,78
SUMAS	6,00	19.768.455,98	32.021.032,62	14,00	
PROMEDIOS	1,50	2.824.065,14			

ANEXO # 13,1

COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA

SOLVENCIA A CORTO Y LARGO PLAZO

REGRESION SIMPLE EN FUNCION DEL TIEMPO

COSTOS VARIABLES PROYECTADOS AL PERIODO 2008 - 2010

Ecuaciones:

$$\hat{Y} = bx + c$$

$$\sum y = b \sum x + nc$$

$$\sum yx = b \sum x^2 + c \sum x$$

Simbología

Y = Costos Variables Proyectados

n = Número de años históricos

x = Tiempo

Proyección para el periodo 2008 - 2010

$$17.559.161,86 = 6b + 4c \quad (-6)$$

$$28.392.877,57 = 14b + 6c \quad (+4)$$

$$-105.354.971,18 = -36b - 24c$$

$$113.571.510,28 = 56b + 24c$$

$$8.216.539,10 = 20b$$

$$b = 410.826,95$$

$$17.559.161,86 = 6(410826,95) + 4c$$

$$c = 3.773.550,04$$

$$\hat{Y} = 410826,95x + 3773550,04$$

AÑOS	x	Variable Y	x*y	x ²	CV. Proyectados
2004	0	3.566.468,69	0,00	0,00	
2005	1	4.651.149,64	4.651.149,64	1,00	
2006	2	4.282.902,66	8.565.805,32	4,00	
2007	3	5.058.640,87	15.175.922,61	9,00	
2008	0	0,00	0,00	0,00	5.416.857,86
2009	0	0,00	0,00	0,00	5.827.684,82
2010	0	0,00	0,00	0,00	6.238.511,77
SUMAS	6,00	17.559.161,86	28.392.877,57	14,00	
PROMEDIOS	1,50	4.389.790,47			

ANEXO # 13,2

COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA

SOLVENCIA A CORTO Y LARGO PLAZO

REGRESION SIMPLE EN FUNCION DEL TIEMPO

COSTOS FIJOS PROYECTADOS AL PERIODO 2008 - 2010

Ecuaciones:

$$\hat{Y} = bx + c$$

$$\Sigma y = b \Sigma x + nc$$

$$\Sigma yx = b \Sigma x^2 + c \Sigma x$$

Simbología

Y = Costos Variables
Proyectados

n = Número de años
históricos

x = Tiempo

Proyección para el período 2008 - 2010

$$1.833.392,87 = 6b+4c \quad (-6)$$

$$2.910.343,19 = 14b+6c \quad (+4)$$

$$-11.000.357,20 = -36b-24c$$

$$\hline 11.641.372,76 = 56b+24c$$

$$641.015,56 = 20b$$

$$b = 32.050,78$$

$$1.833.392,87 = 6(32050,78)+4c$$

$$c = 410.272,05$$

$$\hat{Y} = 32050,78 x + 410272,05$$

AÑOS	x	Variable Y	x*y	x2	CF. Proyectados
2004	0	415.627,47	0,00	0,00	
2005	1	417.504,85	417.504,85	1,00	
2006	2	507.943,31	1.015.886,62	4,00	
2007	3	492.317,24	1.476.951,72	9,00	
2008	0	0,00	0,00	0,00	538.475,16
2009	0	0,00	0,00	0,00	570.525,94
2010	0	0,00	0,00	0,00	602.576,72
SUMAS	6	1.833.392,87	2.910.343,19	14,00	
PROMEDIOS	1,50	720.261,48			

ANEXO # 13,3

COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA

SOLVENCIA A CORTO Y LARGO PLAZO

REGRESION SIMPLE EN FUNCION DEL TIEMPO

PUNTO DE EQUILIBRIO PROYECTADO AL PERIODO 2008 - 2010

Leyenda	
	Datos históricos
	Datos proyectados

Años	Ventas	Costo Variable	Costo Fijo	Punto de Equilibrio
2004	4.006.441	3.566.469	415.627	3.784.756
2005	5.178.477	4.651.150	417.505	4.099.994
2006	4.908.059	4.282.903	507.943	3.987.827
2007	5.675.479	5.058.641	492.317	4.529.771
2008	6.126.288	5.416.858	538.475	4.650.003
2009	6.599.958	5.827.685	570.526	4.875.797
2010	7.073.628	6.238.512	602.577	5.103.966

Porcentaje Promedio	
89%	CV de años históricos
9%	CF de años históricos
86%	CF de años proyectados
88%	CV de años proyectados

Tanto en los años históricos como en los proyectados el costo fijo representa el 9% promedio con respecto a las ventas.

En los años históricos el costo variable representa el 89% promedio con respecto a las ventas y en los años proyectados el CV representa el 88%.

ANEXO # 14

COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA

ANALISIS HORIZONTAL DEL ESTADO DE SITUACIÓN AL PERIODO 2004 AL 2007

	2004	2005	2006	2007	2005	2006	2007
INGRESOS OPERACIONALES							
Ventas	4.006.440,73	5.178.477,03	4.908.059,07	5.675.479,15	29,25%	-5,22%	15,64%
(-) Costo de Ventas	3.455.017,36	4.480.240,15	4.109.966,75	4.816.114,51	29,67%	-8,26%	17,18%
Inventario Inicial	356.997,45	313.090,04	283.359,01	457.991,71			
(+) Compras	3.411.109,95	4.450.509,12	4.284.599,45	4.845.200,70			
(-) Inventario Final	313.090,04	283.359,01	457.991,71	487.077,90			
UTILIDAD BRUTA EN VENTA	551.423,37	698.236,88	798.092,32	859.364,64	26,62%	14,30%	7,68%
(-) Gastos Operacionales	527.078,80	588.414,34	680.879,22	734.843,69	11,64%	15,71%	7,93%
Gastos de Administración	415.627,47	417.504,85	507.943,31	492.317,24	0,45%	21,66%	-3,08%
Sueldos de Administración	156.383,65	177.731,67	212.707,92	241.687,34			
Beneficios sociales e indemnizaciones	48.709,65	60.490,88	71.960,06	78.146,19			
Arrendamiento mercantil de local	15.531,78	11.904,21	28.466,59	9.952,68			
Útiles de Oficina	3.489,63	6.257,89	6.332,15	8.109,30			
Servicios básicos	22.750,30	21.941,61	21.086,42	19.618,84			
Mantenimiento y reparaciones	0,00	54.644,14	65.841,87	32.835,77			
Gastos de Depreciación	56.749,08	54.228,76	60.000,00	56.877,70			
Otros gastos administrativos	112.013,38	30.305,69	41.548,30	45.089,42			
Gastos de Ventas	111.451,33	170.909,49	172.935,91	242.526,45	53,35%	1,19%	40,24%
Gastos de movilización	18.598,92	141.887,83	137.673,71	196.942,35			
Comisiones	0,00	8.114,51	8.257,00	1.344,76			
Publicidad	11.478,22	10.914,09	10.180,68	8.058,00			
Seguros y Reaseguros	5.637,42	9.145,57	7.928,32	17.205,66			
Viáticos	1.061,19	0,00	2.495,79	3.641,35			
Otros gastos de ventas	74.675,58	847,49	6.400,41	15.334,33			
UTILIDAD OPERACIONAL	24.344,57	109.822,54	117.213,10	124.520,95	351,12%	6,73%	6,23%
OTROS GASTOS NO OPERACIONALES							
Gastos financieros	108.000,74	82.395,94	90.279,92	163.996,13	-23,71%	9,57%	81,65%
Intereses bancarios	108.000,74	82.395,94	90.279,92	163.996,13			
Utilidad - perdida antes de intereses e imp.	-83.656,17	27.426,60	26.933,18	-39.475,18	-132,78%	-1,80%	246,57%
(-15%) Participación de Trabajadores		4.113,99	4.039,98				
(-25%) Impuesto a la renta causado		5.828,15	5.723,30				
UTILIDAD NETA		17.484,46	17.169,90		100%	-1,80	-100%

ANEXO # 15

COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA

ANALISIS VERTICAL DEL ESTADO DE SITUACIÓN AL PERIODO 2004 - 2007

	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
INGRESOS OPERACIONALES								
<u>Ventas</u>	4.006.440,73	5.178.477,03	4.908.059,07	5.675.479,15	100%	100%	100%	100%
(-) Costo de Ventas	3.455.017,36	4.480.240,15	4.109.966,75	4.816.114,51	86,24%	86,52%	83,74%	84,86%
Inventario Inicial	356.997,45	313.090,04	283.359,01	457.991,71				
(+) Compras	3.411.109,95	4.450.509,12	4.284.599,45	4.845.200,70				
(-) Inventario Final	313.090,04	283.359,01	457.991,71	487.077,90				
UTILIDAD BRUTA EN VENTA	551.423,37	698.236,88	798.092,32	859.364,64				
(-) Gastos Operacionales	527.078,80	588.414,34	680.879,22	734.843,60	13,16%	11,36%	13,87%	12,95%
Gastos de Administración	415.627,47	417.504,85	507.943,31	492.317,24	78,85%	70,95%	74,60%	67,00%
Sueldos de Administración	156.383,65	177.731,67	212.707,92	241.687,34				
Beneficios sociales e indemnizaciones	48.709,65	60.490,88	71.960,06	78.146,19				
Arrendamiento mercantil de local	15.531,78	11.904,21	28.466,59	9.952,68				
Útiles de Oficina	3.489,63	6.257,89	6.332,15	8.109,30				
Servicios básicos	22.750,30	21.941,61	21.086,42	19.618,84				
Mantenimiento y reparaciones	0,00	54.644,14	65.841,87	32.835,77				
Gastos de Depreciación	56.749,08	54.228,76	60.000,00	56.877,70				
Otros gastos administrativos	112.013,38	30.305,69	41.548,30	45.089,42				
Gastos de Ventas	111.451,33	170.909,49	172.935,91	242.526,36	21,15%	29,05%	25,40%	33,00%
Gastos de movilización	18.598,92	141.887,83	137.673,71	196.942,26				
Comisiones	0,00	8.114,51	8.257,00	1.344,76				
Publicidad	11.478,22	10.914,09	10.180,68	8.058,00				
Seguros y Reaseguros	5.637,42	9.145,57	7.928,32	17.205,66				
Viáticos	1.061,19	0,00	2.495,79	3.641,35				
Otros gastos de ventas	74.675,58	847,49	6.400,41	15.334,33				
UTILIDAD OPERACIONAL	24.344,57	109.822,54	117.213,10	124.521,04				
OTROS GASTOS NO OPERACIONALES								
Gastos financieros	108.000,74	82.395,94	90.279,92	163.996,13	2,70%	1,59%	1,84%	2,89%
Intereses bancarios	108.000,74	82.395,94	90.279,92	163.996,13	-2,09%	0,53%	0,55%	-0,70%
Utilidad - perdida antes de intereses e impuestos	-83.656,17	27.426,60	26.933,18	-39.475,09				
(-15%) Participación de Trabajadores		4.113,99	4.039,98					
(-25%) Impuesto a la renta causado		5.828,15	5.723,30					
UTILIDAD NETA		17.484,46	17.169,90					

ANEXO # 16

COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA

PUNTO DE EQUILIBRIO AL PERIODO 2004 - 2007

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{CVI}}{\text{Ventas}}}$$

AÑOS	2004	2005	2006	2007
Costos fijos	415.627,47	417.504,85	507.943,31	492.317,24
Costo Variable total	3.566.468,69	4.651.149,64	4.282.902,66	5.058.640,87
Ventas	4.006.440,73	5.178.477,03	4.908.059,07	5.675.479,15
Punto de Equilibrio	3.784.756,01	4.099.994,27	3.987.827,25	4.529.771,13

ANEXO # 17
COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA
APALANCAMIENTO OPERATIVO AL PERIODO 2004 – 2007

	Base	2004	2005	2006	2007
Ventas	3291271,82	4006440,73	5178477,03	4908059,07	5675479,15
Costos fijos	322334,84	415627,47	417504,85	507943,31	623120,13
Ingresos operativos	2968936,98	3590813,26	4760972,18	4400115,76	5052359,02

	2004	2005	2006	2007
Ventas	21,73%	29,25%	-5,22%	15,64%
U.A.I.I.	20,95%	32,59%	-7,58%	14,82%

$$\text{GAO} = \frac{\% \text{ de cambio en U.A.I.I.}}{\% \text{ de cambio en las ventas}}$$

GAO 2004 = 0,96

GAO 2005 = 1,11

GAO 2006 = 1,45

ANEXO # 18

COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA

ESTADO DE FLUJO DE FONDOS AL FINAL DEL PERIODO 2007

	2006	2007	Variación			
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE					Flujo de efectivo de las actividades operativas	85.493,06
Bancos	55.665,92	67.991,37	12.325,45	uso	Pérdida del ejercicio	-56.644,99
Cuentas y documentos por cobrar clientes	438.188,15	450.743,91	12.555,76	uso	Depreciación	27.494,64
Crédito Tributario	56.227,40	78.989,63	22.762,23	uso	Amortización	15.697,04
Inventario en mercadería	457.991,71	487.077,90	29.086,19	uso	Incremento en la Cuenta Clientes	-12.555,76
Seguro pagado por anticipado	8.750,61	8.582,86	-167,75	fuerza	Incremento en Crédito Tributario	-22.762,23
Otros Activos Corrientes	48.766,12	0,00	-48.766,12	fuerza	Decremento en Activos Corrientes	48.766,12
Total de Activo Corriente	1.065.589,91	1.093.385,67			Decremento en Seguro pagado por anticipado	167,75
					Incremento de los inventarios	-29.086,19
ACTIVO FIJO					Disminución en otras cuentas por pagar	-256.303,20
ACTIVO FIJO TANGIBLE					Incremento en proveedores	411.705,78
Edificios	352.380,00	352.380,00	0,00		Disminución en otros pasivos a corto plazo	-28.325,29
Terrenos	843.571,00	843.571,00	0,00		Disminución en Otros Pasivos	-12.660,61
Equipos y muebles de oficina	21.134,21	22.150,96	1.016,75	uso		
Equipo de computación y software	35.017,62	17.283,08	-17.734,54	fuerza	Flujo de efectivo de la actividad de inversión	
Vehículos	224.356,98	209.356,98	-15.000,00	fuerza	Disminución en los activos	78.099,37
(Depreciación acumulada del activo no corriente)	-212.590,07	-240.084,71	-27.494,64		Incremento de otros activos diferidos	-101.315,88
Total de activos fijos tangibles	1.263.869,74	1.204.657,31			Flujo de efectivo de las actividades de financiamiento	-49.951,10
					Cambio en el patrimonio	-11.195,57
ACTIVO FIJO INTANGIBLE					Disminución en obligaciones con instituciones finan.	-38.755,53
Marcas, patentes, derecho de llaves y otros	46.381,58	0,00	-46.381,58	fuerza		
Total de activo fijo intangible	46.381,58	0,00			Incremento Neto en efectivo	12.325,45
Total Activo Fijo	1.310.251,32	1.204.657,31				
ACTIVO DIFERIDO						
Otros activos diferidos	0,00	101.315,88	101.315,88	uso		
(-) amortización acumulada	0,00	-15.697,04	-15.697,04			
Total Activo Diferido	0,00	85.618,84				
ACTIVOS A L/PLAZO						
Inversiones a L/Plazo	557,63	557,63	0,00			
Total de Activos a L/Plazo	557,63	557,63	0,00			
			7.820,59			
TOTAL ACTIVO	2.376.398,86	2.384.219,45				

PASIVO				
Pasivo Corriente				
Cuentas y Documentos por pagar	358.763,97	102.460,77	-256.303,20	uso
Proveedores	504.928,42	916.634,20	411.705,78	fuentes
Otros pasivos a corto plazo	28.325,29	0,00	-28.325,29	uso
Total Pasivo Corriente	892.017,68	1.019.094,97		
Pasivo a Largo Plazo				
Obligaciones con instituciones financieras	353.693,17	314.937,64	-38.755,53	uso
Total de Pasivo a L/Plazo	353.693,17	314.937,64		
Otros Pasivos	12.660,61	0,00	-12.660,61	uso
TOTAL PASIVO	1.258.371,46	1.334.032,61		
PATRIMONIO				
Patrimonio Neto	1.100.857,50	1.089.661,93	-11.195,57	uso
Utilidad o perdida del Ejercicio	17.169,90	-39.475,09	-56.644,99	uso
TOTAL DE PATRIMONIO	1.118.027,40	1.050.186,84	7.820,59	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	2.376.398,86	2.384.219,45		

ANEXO # 19

COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA

ANALISIS DE RENTABILIDAD

Eficiencia Actividad :
$$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos}}$$

Margen Bruto :
$$\frac{\text{Ventas} - \text{costo de ventas}}{\text{Ventas}}$$

Utilidad operacional :
$$\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas}}$$

Margen de Ganancia :
$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

Años	2004	2005	2006	2007
Utilidad neta	0,00	17.484,46	17.169,90	0,00
Utilidad operacional	24.344,57	109.822,54	117.213,10	124.521,04
Ventas	4.006.440,73	5.178.477,03	4.908.059,07	5.675.479,15
Costo de ventas	3.455.017,36	4.480.240,15	4.109.966,75	4.816.114,51
Activos	1.260.680,89	2.156.085,94	2.376.398,86	1.050.186,84

Años	2004	2005	2006	2007
Eficiencia actividad	3,18	2,40	2,07	5,40
Margen bruto	0,14	0,13	0,16	0,15
Utilidad operacional	0,01	0,02	0,02	0,02
Margen de ganancia	-0,02	0,003	0,003	-0,01

ANEXO # 20
COMERCIAL AVILA OCHOA CIA LTDA

RATIOS VARIOS

20,1.- ROTACION DE LA PRUEBA DEFENSIVA

Fórmula =
$$\frac{\text{Caja - Bancos}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

Años			
2004	2005	2006	2007
3%	3%	6%	7%

20,2.- ROTACION DE CAJA - BANCOS

Fórmula =
$$\frac{\text{Caja - Bancos} * 360}{\text{Ventas}}$$

Años			
2004	2005	2006	2007
2	1	4	4

20,3.- ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES

Fórmula =
$$\frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activo Total}}$$

Años			
2004	2005	2006	2007
3,18	2,40	2,07	2,38

20,4.- ROTACIÓN DEL ACTIVO FIJO

Fórmula =
$$\frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activo Fijo Neto}}$$

Años			
2004	2005	2006	2007
6,18	3,66	3,75	4,71

20,5.- COBERTURA PARA GASTOS FIJOS

Fórmula =
$$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Gastos Fijos}}$$

Años			
2004	2005	2006	2007
1,33	1,67	1,57	1,75

20,6.- RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN

Fórmula =
$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$$

Años			
2004	2005	2006	2007
-0,07	0,01	0,01	-0,02

BIBLIOGRAFÍA

- ◆ BESLEY, SCOTT; BRIGHAM, EUGENE F.; GOMEZ MONT, JAIME; TRAD.
"Fundamentos de administración financiera"
McGraw Hill. México. 12. ed. 2001. 893 p. Ilus. gráf. Es.
- ◆ BODIE, ZVI; MERTON, ROBERT C.; REYES GUERRERO, FRANCISCO.
"Administración del Riesgos; Finanzas y Estrategias Corporativas; Formas de Organización de la empresa; Mercados Financieros."
Finanzas/ Pearson Educación. México. 2003. 479 p. Es.
- ◆ CALDERON FAUSTO.
"Análisis y planeación financiera"
Cuenca - Ecuador, 2007. 43 p.
- ◆ CUBERO ABRIL TEODORO.
"La auditoria de gestión en el sector publico"
Cuenca – Ecuador, 2007. 59p.
- ◆ DELGADILLO, LUIS.
"Como evaluar la salud financiera futura de una compañía"
INCAE, Ajuela, Costa Rica, 1998.
- ◆ DÍAZ MOSTO, Jorge.
"Origen y aplicación/fondos y análisis financiero."
Ratios financieros 2000.
- ◆ MALDONADO E., MILTON K.
"Auditoria de gestión"
Docutech. Quito. 1 ed. 2001. 276 p. tpls. Es.
- ◆ MEIGS, ROBERT F.; WILLIAMS, JAN R
"Contabilidad la base para decisiones gerenciales"
McGraw Hill. Santafé de Bogotá. 11a. ed. 2000. 717 p. Ilus. gráf. Es.

- ◆ MOLINA CALVACHE, ANTONIO.
“Análisis e interpretación de los estados financieros”
Talleres Gráficos de Impretec. Quito. 2003. 132 p. Es.

- ◆ PORTER, MICHAEL E.
“Estrategia y ventaja competitiva.”
Líderes del Management: Dirección; Deusto. Barcelona. 2006. 222 p.

- ◆ L. P. ALFORD; JOHN R. BANGS; GEORGE E. HAGEMANN.
“Análisis práctico de Estados Financieros”
Foulke. México. s/a. 767 p.

- ◆ TIMOTHY J. GALLAGHER; JOSEPH D. ANDREW, Jr.
“Administración financiera teoría y práctica”
Segunda edición. s/a.

- ◆ WILD, JOHN J.; SUBRAMANYAM, K. R.; HALSEY, ROBERT F.; AMBIA
LOPEZ, JOSE OLIVAR; RE. TEC.
“Análisis de estados financieros”
McGraw Hill. México. 9A. ed. 2007. 474 p. Ilus. graf. Es.

- ◆ ZAMORANO GARCIA, ENRIQUE
“Equilibrio financiero de las empresas”
Instituto Mexicano de Contadores Públicos. México. 1993. 229 p. Es.

INTERNET:

- <http://www.gerencie.com/analisis-horizontal.html>

- <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/estfinnelson.htm>

- <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoClasificacionActivoFijo>

- <http://riie.com.ar/?a=32009>