



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE ECONOMISTA**

**TEMA:**

“LA ELIMINACIÓN DEL SUBSIDIO AL GAS LICUADO DE  
PETRÓLEO Y SU INCIDENCIA EN LA SITUACIÓN  
ECONÓMICA FINANCIERA DE LAS PRINCIPALES  
DISTRIBUIDORAS DE LA CIUDAD DE AMBATO”

**AUTOR:** JESSICA ALEXANDRA BURY VILLACÍS

**TUTOR:** ECON. NELSON LASCANO

Ambato - Ecuador

2015

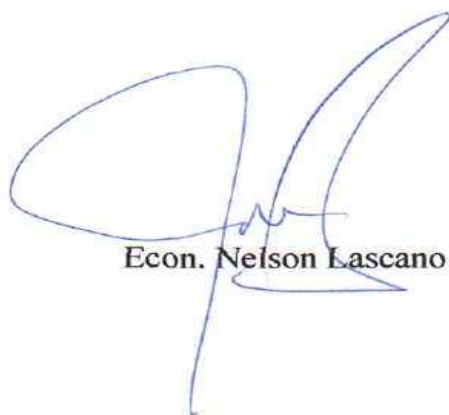
## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

Yo, Nelson Rodrigo Lascano Aimacaña, con C.C. #1802198968 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación sobre el tema “LA ELIMINACIÓN DEL SUBSIDIO AL GAS LICUADO DE PETRÓLEO Y SU INCIDENCIA EN LA SITUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DE LAS PRINCIPALES DISTRIBUIDORAS DE LA CIUDAD DE AMBATO” desarrollado por Jessica Alexandra Bury Villacís, egresada de la carrera de ECONOMÍA, considero que dicho Trabajo de Graduación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por la Comisión de Calificadores designada por el H. Consejo Directivo.

Ambato, 01 de Abril del 2015

EL TUTOR



Econ. Nelson Lascano

## **AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN**

Yo, Jessica Alexandra Bury Villacís, con C.I. 1804552691, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el Trabajo de Graduación “LA ELIMINACIÓN DEL SUBSIDIO AL GAS LICUADO DE PETRÓLEO Y SU INCIDENCIA EN LA SITUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DE LAS PRINCIPALES DISTRIBUIDORAS DE LA CIUDAD DE AMBATO” como también los contenidos presentados, ideas, análisis y síntesis son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este Trabajo de Graduación.

Ambato, 01 de Abril del 2015

AUTORA



---

Jessica Alexandra Bury Villacís

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Trabajo de Graduación, sobre el tema: “LA ELIMINACIÓN DEL SUBSIDIO AL GAS LICUADO DE PETRÓLEO Y SU INCIDENCIA EN LA SITUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DE LAS PRINCIPALES DISTRIBUIDORAS DE LA CIUDAD DE AMBATO”, elaborado por Jessica Alexandra Bury Villacís egresada de la carrera de Economía, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 07 de Mayo del 2015



ECON. WASHINGTON ROMERO  
PROFESOR CALIFICADOR



ECON. GLADYS COELLO  
PROFESOR CALIFICADOR



ECON. DIEGO PROAÑO  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

## DEDICATORIA

*La presente investigación la dedico a Dios, por mi existencia y bendiciones brindadas, a mis padres, quienes han velado por mi bienestar y educación, por todo su amor y comprensión, siendo mi mayor fortaleza en todo momento, entregando su confianza en cada reto por conseguir mis metas, a mis hermanos por su optimismo y apoyo incondicional.*

## AGRADECIMIENTO

*Mi infinito agradecimiento a la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoría, a las autoridades y maestros por impartir una educación integral, de manera especial a mi tutor Econ. Nelson Lascano, por su constante apoyo brindado en el desarrollo del presente proyecto. A la empresa comercial Almogas Ltda, por la apertura, disponibilidad y confianza para la elaboración de este trabajo de investigación.*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
EL PROBLEMA .....	3
1.2 Tema .....	3
1.2 Planteamiento del problema .....	3
1.2.1. Contextualización.....	3
1.2.1.1. Macro contextualización.....	3
1.2.1.2. Meso contextualización.....	5
1.2.1.3. Micro contextualización.....	8
1.2.2. <i>Análisis crítico</i> .....	9
1.2.3. <i>Prognosis</i> .....	11
1.2.4. <i>Formulación del problema</i> .....	12
1.2.5. <i>Formulación de las preguntas directrices</i> .....	12
1.2.6. <i>Delimitación de la investigación</i> .....	13
1.2.6.1 Delimitación del contenido .....	13
1.2.6.2 Delimitación temporal .....	13
1.2.6.3 Delimitación espacial .....	13
1.1. Justificación.....	13
1.2. Objetivos .....	14

1.4.1. <i>Objetivo general</i> .....	14
1.4.2. <i>Objetivos específicos</i> .....	14
CAPITULO II.....	16
MARCO TEÓRICO .....	16
2.1 Antecedentes Investigativos .....	16
2.2 Fundamentación Filosófica .....	19
2.2.1 <i>Fundamentación Epistemológica</i> .....	21
2.2.2 <i>Fundamentación Ontológica</i> .....	22
2.2.3 <i>Fundamentación Axiológica</i> .....	22
2.2.4 <i>Fundamentación Económica</i> .....	23
2.3 Fundamentación Legal .....	23
2.4 Categorías fundamentales .....	27
2.4.1 <i>Marco conceptual de la variable independiente. Subsidios</i> .....	27
2.4.2 <i>Marco conceptual de la variable dependiente. Situación económica financiera</i> .....	33
2.5 Hipótesis .....	41
2.6 Determinación de variables.....	41
CAPÍTULO III.....	42
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	42
3.1 Enfoque de la investigación .....	42
3.2. Modalidad Básica de la Investigación .....	43
3.3 Nivel o Tipo de Investigación .....	44
3.4 Población y Muestra .....	46
3.4.1 <i>Población</i> .....	46
3.4.2 <i>Muestra</i> .....	46
3.5 Operacionalización de variables .....	50
3.6 Recolección de datos.....	52
3.7 Procesamiento de la información .....	53
3.8 Análisis de los resultados .....	53
CAPÍTULO IV .....	54
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	54
4.1 Análisis e interpretación .....	54



4.2 Verificación de la hipótesis.....	71
4.2.1 <i>Formulación de hipótesis</i> .....	71
4.2.2 <i>Modelo Matemático</i> .....	71
4.2.3 <i>Nivel de Significación</i> .....	71
4.2.4 <i>Selección del estimador</i> .....	71
4.2.5 <i>Región de Aceptación y Rechazo</i> .....	72
CAPÍTULO V .....	76
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	76
5.1 Conclusiones .....	76
5.2 Recomendaciones .....	77
CAPÍTULO VI .....	78
PROPUESTA .....	78
6.1 Datos Informativos.....	78
6.1.1 Título.....	78
6.1.2 Organización ejecutora .....	78
6.1.3 Beneficiarios .....	78
6.1.4 Ubicación.....	78
6.1.5 Tiempo estimado para la ejecución.....	78
6.1.6 Equipo técnico responsable .....	78
6.1.7 Costos .....	79
6.2 Antecedentes de la propuesta .....	79
6.3 Justificación .....	80
6.4 Objetivos.....	81
6.4.1 <i>Objetivo General</i> .....	81
6.4.2 <i>Objetivos Específicos</i> .....	81
6.5 Análisis de Factibilidad .....	81
6.5.1 <i>Factibilidad política</i> .....	81
6.5.2 <i>Factibilidad tecnológica</i> .....	81
6.5.3 <i>Factibilidad técnica</i> .....	82
6.5.4 <i>Factibilidad económica - financiera</i> .....	82
6.5.5 <i>Factibilidad ambiental</i> .....	82
6.5.6 <i>Factibilidad legal</i> .....	82

6.5.7 Factibilidad socio cultural .....	82
6.6 Fundamentación científico técnica .....	83
6.6.1 Plan de negocios .....	83
6.1 Modelo operativo .....	86
6.7.1 Fase 1: Diagnóstico de la situación actual de la Empresa .....	88
6.7.1.1 Análisis financiero de la situación actual de la empresa .....	88
6.7.1.2 Análisis de la reconversión de activos.....	91
6.7.2 Fase 2: Análisis estratégico .....	93
6.7.2.1 Identificación de los factores internos y externos .....	93
6.7.2.2 Evaluación de los factores internos y externos .....	96
6.7.2.3 Generación de estrategias .....	98
6.7.2.4 Selección de estrategias .....	103
6.7.2.5 Establecimiento de la visión .....	104
6.7.2.6 Desarrollo de la misión.....	105
6.7.2.7 Especificación de objetivos .....	106
6.7.3 Fase 3: Estudio de mercado .....	107
6.7.3.1 Estudio de la competencia .....	107
6.7.3.2 Determinación de la demanda .....	109
6.7.3.3 Análisis de la oferta.....	110
6.7.3.4 Demanda insatisfecha y tamaño de la industria .....	111
6.7.3.5 Estrategias de mercado .....	114
6.7.4 Fase 4: Estudio técnico.....	117
6.7.4.1 Tamaño del proyecto .....	117
6.7.4.2 Financiamiento .....	118
6.7.4.3 Ingeniería del proyecto .....	118
6.7.4.4 Estudio del proceso .....	120
6.7.5 Fase 5: Estudio administrativo y Legal.....	122
6.7.5.1 Tipo organización.....	122
6.7.5.2 Cuadro de aportaciones.....	123
6.7.5.3 Organigrama estructural .....	124
6.7.5.4 Descripción de funciones .....	124
6.7.6 Fase 6: Estudio económico y financiero.....	128

6.7.6.1 Inversiones .....	128
6.7.6.2 <i>Detalle de inversiones</i> .....	129
6.7.6.3 <i>Financiamiento</i> .....	131
6.7.6.4 <i>Estimación de ingresos y costos</i> .....	131
6.7.6.5 <i>Estado de pérdidas y ganancias proyectado</i> .....	138
6.7.6.6 <i>Estados financieros proyectados</i> .....	139
6.7.6.7 <i>Evaluación financiera</i> .....	142
6.7.6.8 <i>Determinación del costo unitario de ventas</i> .....	143
6.8 Plan de monitoreo y evaluación de la propuesta.....	144
BIBLIOGRAFÍA.....	145
ANEXOS .....	149

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribuidores de GLP en Ambato.....	47
Tabla 2: Subsidios.....	50
Tabla 3: Situación económica financiera.....	51
Tabla 4. Plan de recolección de la información.....	52
Tabla 5: Tiempo de dedicación a la línea de negocio.....	55
Tabla 6: GLP Comercializado.....	56
Tabla 7: Procedencia del GLP.....	57
Tabla 8: Principal cliente.....	58
Tabla 9: Consumo mes por familia.....	59
Tabla 10: Nivel de ventas.....	60
Tabla 11: Nivel de inversión.....	61
Tabla 12: Nivel de liquidez.....	62
Tabla 13: Nivel de solvencia.....	63
Tabla 14: Nivel de empleados.....	64
Tabla 15: Vehículos para distribución.....	65
Tabla 16: Costo unitario de GLP doméstico.....	66
Tabla 17: Precio de venta al público de GLP doméstico.....	67
Tabla 18: Incidencia de la medida en la economía.....	68
Tabla 19: Percepción de situación financiera perjudicial a futuro.....	69
Tabla 20: Necesidad de planificación económica-estratégica.....	70
Tabla 21: Resultados de la tabulación.....	74
Tabla 22: Resultados que respaldan la hipótesis nula y alternativa.....	74
Tabla 23: Costo para implementar la propuesta.....	79
Tabla 24: Posibilidad de cambio de GLP a Cocina de Inducción.....	88
Tabla 25: Re cambio de cilindro anual.....	88
Tabla 26: Proyección de clientes a 2.017 de manera anual.....	89
Tabla 27: Estimación del flujo de caja mensual.....	89
Tabla 28: Estimación del flujo de caja anual a 2.017.....	90
Tabla 29: Clasificación de los activos existentes.....	91
Tabla 30: Levantamiento de los activos existentes en ALMOGAS.....	92
Tabla 31: Tipificación de los factores.....	95
Tabla 32: Aplicación MEFI.....	96
Tabla 33: Aplicación MEFE.....	96
Tabla 34: Matriz del Perfil Competitivo.....	97

Tabla 35: Matriz estratégica FODA .....	98
Tabla 36: Matriz de Posición Estratégica Y Evaluación de la Acción.....	99
Tabla 37: EFI.....	101
Tabla 38: EFE .....	101
Tabla 39: Coordinada estratégica .....	102
Tabla 40: Matriz estratégica de la misión .....	105
Tabla 41: Demanda de constructores en 2.011 .....	109
Tabla 42: Demanda de constructores en 2.012 .....	109
Tabla 43: Demanda de constructores en 2.013.....	109
Tabla 44: Comportamiento de la demanda 2.011-2013 .....	110
Tabla 45: Oferta en 2.011 .....	110
Tabla 46: Oferta en 2.012.....	110
Tabla 47: Oferta en 2.013.....	111
Tabla 48: Comportamiento de la oferta 2.011-2.013 .....	111
Tabla 49: Evolución de la demanda y oferta .....	112
Tabla 50: Estimación anual de la demanda insatisfecha del sector .....	113
Tabla 51: Demanda insatisfecha proyectada a 5 años.....	113
Tabla 52: Mercado potencial para nuevos competidores .....	113
Tabla 53: Mercado potencial para nuevo proyecto “El Buen Amigo” .....	113
Tabla 54: Mercado potencial para nuevo proyecto “El Buen Amigo” .....	117
Tabla 55: Suministros .....	117
Tabla 56: Monto de la inversión.....	118
Tabla 57: Capital propio .....	118
Tabla 58: Capital ajeno .....	118
Tabla 59: Composición de la inversión.....	118
Tabla 60: Capital de socios.....	123
Tabla 61: Conformación del capital .....	123
Tabla 62: Plan de inversiones .....	128
Tabla 63: Flujo mínimo de caja para operar.....	128
Tabla 64: Políticas de cobros, pagos y existencias .....	129
Tabla 65: Inventarios de mercadería.....	129
Tabla 66: Equipo de cómputo.....	129
Tabla 67: Equipo de oficina .....	130
Tabla 68: Muebles y enseres.....	130
Tabla 69: Edificios.....	130

Tabla 70: Vehículos .....	130
Tabla 71: Amortización a 5 años sobre saldos .....	131
Tabla 72: Activos diferidos.....	131
Tabla 73: Parámetros para cálculo de proyecciones de costos y gastos.....	132
Tabla 74: Proyección de volúmenes de venta e ingresos para II semestre de año cero.....	132
Tabla 75: Proyección de volúmenes de venta e ingresos para año uno.....	133
Tabla 76: Proyección de volúmenes de venta y costos totales de venta para año dos.....	133
Tabla 77: Proyección de volúmenes de venta y costos totales de venta para año tres.....	133
Tabla 78: Proyección de venta y costos totales de venta para año cuatro .....	133
Tabla 79: Proyección de venta y costos totales de venta para año cinco.....	134
Tabla 80: Remuneraciones mensuales del personal .....	134
Tabla 81: Servicios básicos .....	134
Tabla 82: Estimación de mantenimientos y seguros.....	135
Tabla 83: Cálculo de la depreciación de los activos fijos.....	135
Tabla 84: Otros gastos.....	135
Tabla 85: Diferidos .....	136
Tabla 86: Costos directos .....	136
Tabla 87: Costos indirectos .....	136
Tabla 88: Gastos de administración .....	136
Tabla 89: Gastos de ventas.....	137
Tabla 90: Gastos financieros .....	137
Tabla 91: Costos y gastos totales.....	137
Tabla 92: Estado de pérdidas y ganancias proyectado .....	138
Tabla 93: Activo corriente .....	139
Tabla 94: Activo fijo.....	139
Tabla 95: Activo diferido .....	139
Tabla 96: Activo total .....	139
Tabla 97: Pasivo .....	140
Tabla 98: Patrimonio .....	140
Tabla 99: Activo, pasivo y patrimonio.....	140
Tabla 100: Flujo de caja proyectado .....	141
Tabla 101: Estimación del VAN.....	142

Tabla 102: TIR y periodo de recuperación .....	142
Tabla 103: Ingresos y costos descontados .....	143
Tabla 104: Relación beneficio-costos .....	143
Tabla 105: Costo unitario y precio de venta de los productos .....	143

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Producción mundial de Gas Licuado de Petróleo .....	5
Gráfico 2: Principales destinos del Gas Licuado de Petróleo .....	5
Gráfico 3: Producción del Gas Licuado de Petróleo .....	7
Gráfico 4: Uso del Gas Licuado de Petróleo en hogares. ....	9
Gráfico 5: Árbol de problemas .....	11
Gráfico 6: Supra e infra ordinación de variables .....	27
Gráfico 7: Lluvia de ideas .....	40
Gráfico 8: Tiempo de dedicación a la línea de negocio .....	55
Gráfico 9: GLP Comercializado .....	56
Gráfico 10: Procedencia del GLP .....	57
Gráfico 11: Principal cliente .....	58
Gráfico 12: Consumo mes por familia .....	59
Gráfico 13: Nivel de ventas .....	60
Gráfico 14: Nivel de inversión .....	61
Gráfico 15: Nivel de liquidez .....	62
Gráfico 16: Nivel de solvencia .....	63
Gráfico 17: Nivel de empleados .....	64
Gráfico 18: Vehículos para distribución .....	65
Gráfico 19: Costo unitario de GLP doméstico .....	66
Gráfico 20: Precio de venta al público de GLP doméstico .....	67
Gráfico 21: Incidencia de la medida en la economía .....	68
Gráfico 22: Percepción de situación financiera perjudicial a futuro .....	69
Gráfico 23: Necesidad de planificación económica-estratégica .....	70
Gráfico 24: Región de rechazo .....	71
Gráfico 25: Comprobación de hipótesis .....	73
Gráfico 26: Clasificación de los activos según su versatilidad .....	91
Gráfico 27: Matriz PEYEA .....	100
Gráfico 28: Matriz Interna y Externa .....	102



## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo se compone de dos etapas: investigativa y propuesta: La parte primera mencionada consiste en el desarrollo de una estructura investigativa que permita aclarar la situación de la problemática, tener una idea del contexto macro, meso y micro, al tiempo que establecidos los objetivos de ésta etapa, se compruebe la relación existente entre la eliminación del subsidio al GLP y la economía de los principales distribuidores de éste producto, para lo mismo se aplicó mecanismos de recolección de información primaria como son las encuestas, llegando a cumplir las metas originales.

Una investigación obligatoriamente debe tener un sustento filosófico, es decir una base que demuestre el desarrollo y desfragmentación de las variables, así como también el aspecto teórico que explica a cabalidad de lo éstas tratan en sus diferentes dimensiones, tratando de ser lo más detallado posibles.

Es así como ya conociendo la principal causa del problema y sus implicaciones, se procedió a continuación a proponer una solución para la Empresa, entonces se optó por reconvertir los activos cuya propiedad es almacenes Mosquera y de esta manera darles nuevos usos, al tiempo que se generó un estudio de factibilidad de negocio, cuyo fin de rentabilizar es viable.

## INTRODUCCIÓN

Empresa comercial Mosquera preocupada por su futura situación económica por la eliminación del subsidio al GLP entonces se aplicó el proceso indagatorio para conocer cuáles son las causas de fondo que originan esta situación negativa, y también tener una idealización de los efectos que esto puede derivar, además el interés de los directivos era obtener una solución a su problemática.

La investigación comenzó en el Capítulo I denominado como El Problema, cuyas variables de estudio son el subsidio al GLP y la situación económica, con la contextualización, es decir realizar una apreciación de la relación de dichas variables a nivel nacional, provincial y cantonal, luego se desarrolló un árbol de problemas, además también se trazó las directrices sobre las cuales conjuntamente con los objetivos investigativos, estaría guiada la indagación.

En el Capítulo II Marco Teórico, se buscó todas las investigaciones relacionadas al tema de estudio, también se respaldó filosóficamente cuya corriente es la crítica pro positiva, además se conceptualizó los términos resultantes de la supra e infra ordinación, como parte fundamental de ésta sección fue el planteamiento de la hipótesis que es una respuesta tentativa al problema.

Ya en el Capítulo III Metodología, se puntualizó la forma de realizarse la investigación, que tiene un enfoque cualitativo-cuantitativo, una modalidad primaria-secundaria de recolección de información, llega a un nivel descriptivo de la relación de las variables.

El Capítulo IV Análisis e Interpretación de Resultados, por medio de la estadística descriptiva se analiza los datos de las respuestas obtenidas una vez ya tabuladas las encuestas, luego con el estimador Chi Cuadrado se comprobó la veracidad de la hipótesis con un nivel de confianza del 95%, siendo aprobada, conociéndose así que la investigación tiene sustento teórico y práctico.

Mientras que el Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones, establece que ideas puntuales en relación a los objetivos investigativos se obtuvieron, dando una idea bastante clara de la situación de ésta empresa, y ya en las recomendaciones sabiendo el panorama se dio las sugerencias pertinentes para el desarrollo de la propuesta.

Finalmente el Capítulo VI La Propuesta, donde se analizara los objetivos, costos, factibilidades, plan de negocios y el modelo operativo que es el desarrollo de la solución que mejorará la utilidad financiera de la empresa.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.2 Tema**

La eliminación del subsidio al gas licuado de petróleo y su incidencia en la situación económica financiera de las principales distribuidoras de la ciudad de Ambato.

### **1.2 Planteamiento del problema**

#### **1.2.1. Contextualización**

##### **1.2.1.1. Macro contextualización**

Los gobiernos populistas para su gestión, implementaron el subsidio al gas licuado de petróleo para de ésta manera apaciguar o calmar los ánimos del pueblo que enardecido por la corrupción buscaba siempre derrocarlos, éstas medidas nada técnicas, generaron un déficit en la balanza de pagos de la economía nacional.

A nivel macroeconómico según IDE BUSINESS SCHOOL (sin año) el costo de las importaciones en 2007 se incrementó en un 33% respecto del 2006, al pasar de US\$1.967 millones a US\$2.611 millones. En tanto que VILLAVICENCIO (2.013) estima que en 2011, Ecuador gastó 8,4% de su PIB en subsidios energéticos, en el 2.012, las importaciones de gas licuado de petróleo representaron un total de USD 1.181 millones, beneficiando mayoritariamente al sector automotriz, industrial y eléctrico. Para el 2.013 el peso del subsidio al GLP según Wood Mackenzie llegó a USD 755 millones. De ésta manera las cifras sobre subsidios por importación de combustibles calcula un valor de USD 6.900 millones, un alto costo para el país.

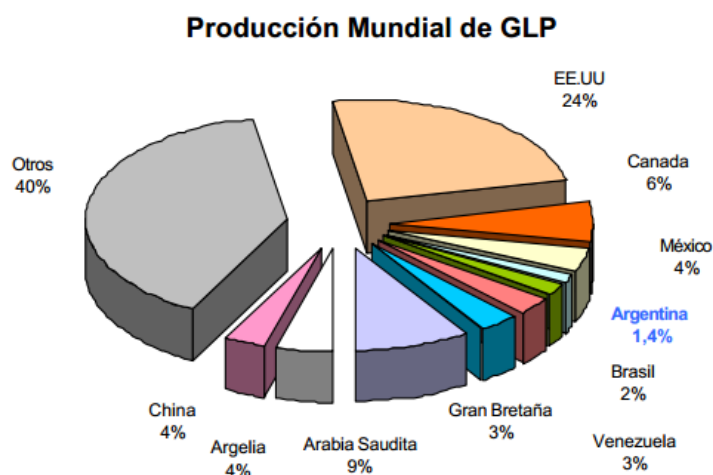
La situación es bastante cuestionable porque Ecuador a nivel de Latinoamérica se convierte en uno de los principales países con subvenciones de GLP, tiene una cobertura de más de las tres cuartas partes del precio real, algo que debe cambiarse porque la economía ecuatoriana no es de las más sólidas y solventes.

El precio del GLP está subsidiado en un 89%, por lo tanto esto representa un alto gasto del presupuesto nacional, lo que se conoce como corrientes, es decir no son recuperables, en el mejor de los escenarios se pueden tomar como transferencias del Gobierno Central al pueblo, pero no están enfocados a ayudar al desarrollo familiar.

La Dra. Graciela Vianco (2002, pág. 19), realizó un estudio del crecimiento de éste mercado a nivel mundial, y concluyó que existe un crecimiento muy considerable de la demanda de GLP, por tanto es insostenible seguir subsidiando el producto por la enorme deuda que deja como gasto. Tanto así que la producción global supera las 207 millones de toneladas lo que es energéticamente equivalente a un 10% de la producción de gas natural.

Esta labor de Gobierno, ha sido usufructuada por varios sectores de la economía de manera legal e ilegal, tanto así que en el mejor de los casos se han creado las cadenas de comercialización de distribuidores, centros de acopio y minoristas. Pero también ha originado ésta situación en un contrabando del producto hacia los vecinos países, hechos que desangran la economía ecuatoriana.

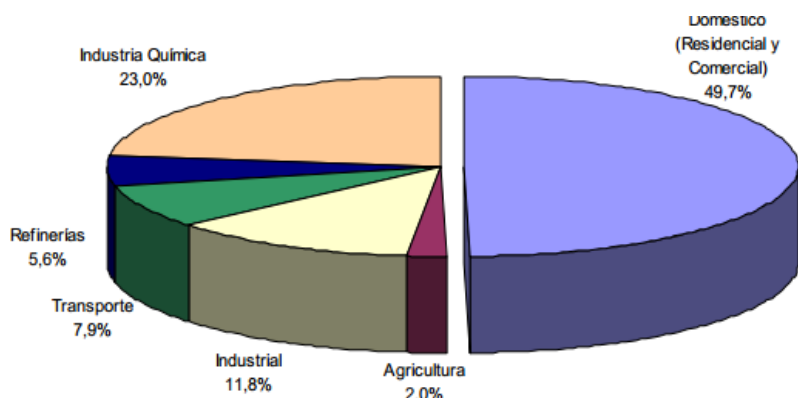
La producción mundial actual de Gas Licuado de Petróleo es de 200 millones de toneladas anuales, de las cuales la mayor parte, unos 50 millones de toneladas, se producen en los Estados Unidos. Oriente Medio es otra de las regiones donde se produce una importante cantidad de Gas Licuado de Petróleo, unos 37 millones de toneladas anuales, seguida por Asia, con 30 millones de toneladas y Europa Central y Occidental con 27 millones de toneladas. (Yanez, 2012)



**Gráfico 1: Producción mundial de Gas Licuado de Petróleo**

**Fuente** World LPG Association

Los consumos domésticos son el principal destino del Gas Licuado de Petróleo



**Gráfico 2: Principales destinos del Gas Licuado de Petróleo**

**Fuente** - World lp gas association – Statistical review of global LP gas

### 1.2.1.2. Meso contextualización

La comercialización y posterior consumo del Gas Licuado de Petróleo (GLP) se inicia en el Ecuador a partir de 1956 convirtiéndose pronto en un producto de gran demanda para el uso doméstico.

Ecuador es uno de los países de América del Sur que más subsidia los combustibles y en un contexto de crecientes precios internacionales del petróleo y sus derivados, el peso de los

subsidios a los combustibles se ha incrementado de manera significativa en los últimos años (Pazmiño Aviles, 2003-2004, pág. 28)

En nuestro país existe el denominado subsidio al gas, mismo que ya hace algunos años está en vigencia en el Ecuador. Este subsidio fue introducido con el fin de que el gas de uso doméstico alcance un valor accesible a los bolsillos de las personas de bajos ingresos al punto de que alcance un valor de \$1.60 el cilindro (de sus originales \$16 por cilindro). Sin embargo este subsidio no fue empleado de la mejor manera puesto que existieron muchas anomalías como el beneficio para las personas de ingresos altos, y el manejo ilícito del mismo.

En la investigación realizada por Econ. Rubén Flores Agreda (2006, pág. 2), menciona:

El subsidio al Gas Licuado de Petróleo es un tema que ha traído mucha polémica a la sociedad ecuatoriana, en 1972 empezó la explotación petrolera en la zona amazónica del Ecuador, y desde ese entonces el sector petrolero pasó a ser la principal fuente energética del país

El estado ecuatoriano en aquella época tenía una política subsidiaria que consistía en dispensar a su población combustibles a bajos costos. Pero con el transcurso del tiempo el denominado Gas Licuado de Petróleo de uso doméstico dejó de ser exclusivamente para la cocción de alimentos, a este se incorporó el uso de calefones y posteriormente para el secado de ropa, de manera que hoy el Gas Licuado de Petróleo doméstico es el que se usa en los domicilios en cualquiera de los diferentes destinos mencionados.

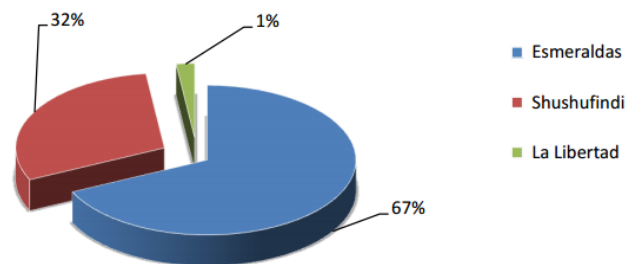
En el caso del Gas Licuado de Petróleo, el Ministerio plantea políticas de optimización y racionalización de la oferta y demanda; entre otros aspectos señala que se deberían repotenciar las refinerías de Esmeraldas (proceso en marcha) y Shushufindi para que se incremente la producción.

Como segunda alternativa, el Gobierno busca incrementar el precio del cilindro de gas en forma escalonada, al equiparlo, en una primera etapa, el precio de venta para el sector agropecuario para el secado de granos, esto sería a \$5 por unidad; posteriormente aumentarlo gradualmente hasta llegar a los precios internacionales.

Otra posibilidad es conservar el precio subsidiado (\$1,60) para las familias que consuman 1,3 cilindros mensuales, tomando la base de datos de los beneficiarios de la tarifa de la dignidad. Así, a través de las planillas eléctricas recibirían uno o dos cupones para la adquisición de cada cilindro, bajo un esquema similar al que ya se aplican en Carchi. (Andrade Herrera, 2011)

Como un mecanismo complementario, el Gobierno crearía el denominado "Bono Gas", que se entregaría a los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano.

### Estructura en la Producción de GLP



**Gráfico 3: Producción del Gas Licuado de Petróleo**

Fuente Petroecuador

La mayor parte de la producción se centra en la refinería de Esmeraldas con un 67%, le sigue la refinería de Shushufindi con un 32% y con una minúscula participación la refinería de La Libertad. En cuanto al crecimiento en la producción se refiere, las 3 productoras de Gas Licuado de Petróleo no han alcanzado el mismo crecimiento que la demanda a impuesto. (Di Pelino, Vianco, Iglesias, Katz, & Daniele, 2002)



### **1.2.1.3. Micro contextualización**

En el cantón Ambato existen alrededor de 27 distribuidoras, mientras que el consumo del Gas Licuado de Petróleo ha ido aumentando muy notablemente pues en la actualidad ya no solo lo usan para cocer alimentos sino que también lo usan para las duchas eléctricas y en los restaurantes Sin embargo el gas natural ha aumentado sus ventas, y por tanto su participación en el sector residencial en este período.

El Plan Energético Nacional podría afectar considerablemente la rentabilidad de las actividades relacionadas con comercialización de GLP, puesto que sustituiría a éste combustible por energía eléctrica utilizando las llamadas cocinas de inducción, decisión política y económica favorable para el Gobierno, pero que pone en riesgo la estabilidad de dichos negocios.

“La revisión de los precios de estos combustibles afectaría más a los hogares y a una pequeña porción de los vehículos de transporte de pasajeros y carga” (Yanez, 2012)

Esta tecnología tiene un mayor rendimiento y está precedida de un plan piloto realizado hace tres años, el Gobierno entregó 6 400 cocinas. Es precisamente en las fronteras en donde el problema del abastecimiento del gas genera graves problemas, por los precios reales en los países vecinos. Un cálculo inicial menciona que se necesitarían más de tres millones de cocinas eléctricas para reemplazar a las que funcionan a gas, lo cual motiva que los usuarios empiecen a prepararse para un eventual cambio. Otros sectores involucrados, como los importadores, los fabricantes y los constructores, también empiezan a tomar decisiones, a la espera de que el anuncio sea lo suficientemente sólido y no genere falsas expectativas. (Andrade Herrera, 2011)

La eliminación gradual de los subsidios a los derivados del petróleo; se consideran varias alternativas para que estos beneficios económicos lleguen a los sectores más vulnerables. (El Telégrafo, 2013).

“El 8% del subsidio al gas de uso doméstico se destina al 20% más pobre de la población ecuatoriana” (Di Pelino, Vianco, Iglesias, Katz, & Daniele, 2002)

Quintiles	Cocinar	Negocio	Vehículo	Calefón	Total
20% más pobre	97.65%	2.32%	0.00%	0.03%	100%
2do. Quintil	94.04%	3.08%	2.71%	0.17%	100%
3er. Quintil	93.12%	6.11%	0.00%	0.77%	100%
4to. Quintil	92.61%	5.74%	0.00%	1.65%	100%
20% más rico	78.03%	9.23%	0.28%	12.46%	100%
País	88.99%	6.10%	0.53%	4.39%	100%

**Gráfico 4: Uso del Gas Licuado de Petróleo en hogares.**  
Fuente INEC-ECV

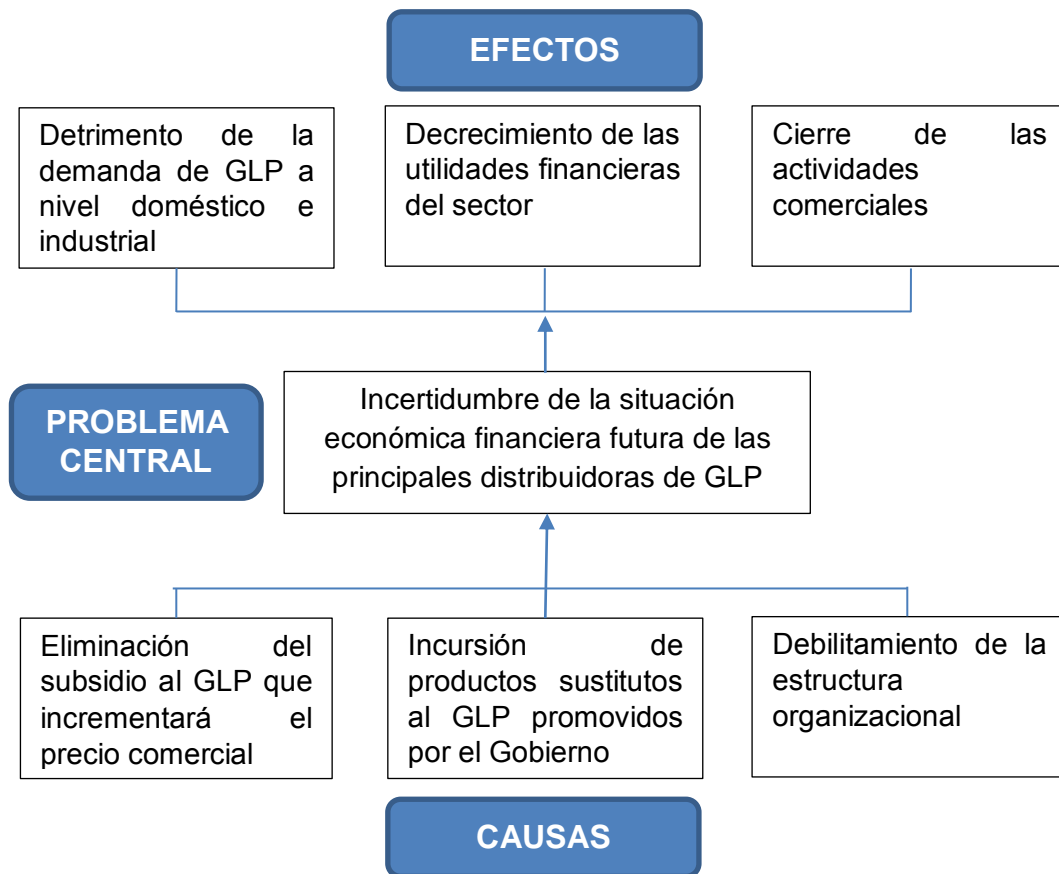
### **1.2.2. Análisis crítico**

Las decisiones políticas que afectan el panorama macroeconómico del Ecuador según fue anunciado por el Presidente de la República, Econ. Rafael Correa, vía Enlace Ciudadano (RADIO Y TELEVISIÓN DE ECUADOR, 2.013), ha generado gran incertidumbre en la situación económica financiera futura de las principales distribuidoras de gas licuado de petróleo GLP.

Entre las causas que originan ésta problemática es la eliminación del subsidio al GLP que incrementará el precio comercial, y por ley de mercado derivará en un detrimento de la demanda a nivel doméstico e industrial. Ésta medida pertenece al Plan de la Matriz Energética, cuyo propósito es precisamente disminuir el gasto público del Estado en transferencias que no cumplen funcionalidad.

Asimismo la incursión de productos sustitutos al GLP promovidos por el Gobierno enfatizará un decrecimiento de las utilidades financieras del sector, ésta es la perspectiva de quienes representan las principales distribuidoras del producto en Ambato, un panorama según como se lo avizora nada alentador, por el contrario preocupante a mediano y largo plazo.

Finalmente se ha detectado un debilitamiento de la estructura organizacional a nivel sectorial, porque no conocen con un adecuado margen de precisión cuál sería cuantitativamente la disminución de sus ventas y por ello si ésta fuere significativa tendría su acabose en el cierre de las actividades comerciales, factor que no solamente afectaría a los dueños de las distintas distribuidoras sino a todos los stakeholders quienes se relacionan de una u otra manera con éstas empresas, trabajando en ellas, proveyéndolas o consumiendo sus productos, es decir existiría un efecto negativo en la economía.



**Gráfico 5: Árbol de problemas**  
 Realizado por: BURY, Jessica (2.014)

### 1.2.3. Prognosis

En caso de la ausencia de un plan económico-estratégico que permita pronosticar la situación futura para el sector distribuidor de GLP y defina las estrategias a aplicarse, el panorama puede ser muy complicado, dado porque la demanda del bien será seguramente significativamente menor a la actualmente requerida, entonces la situación económica financiera y en sí el propósito de existencia de éstos negocios dejarán de ser consistentes, perdiéndose interés en sostener una actividad improductiva.

Además de un eventual cierre de operaciones comerciales, existe un grupo de agentes económicos afectados de una u otra forma, así al ser distribuidores, ellos representan el eslabón en la cadena entre quienes envasan el GLP y los pequeños minoristas, quienes lo expenden a los

consumidores finales, por lo tanto existe un conjunto muy amplio de personas vinculadas por medio del empleo a éste estudio, y especialmente quienes en las unidades a observarse laboran, pudiendo analizar cuantitativamente el impacto que ocasionaría la ya no operación de esas empresas.

Por lo tanto es de trascendental relevancia tomar la temática que en boga se encuentra desde los hogares cuya preocupación es como la manera en que se adaptarán a las condiciones propuestas, así también en restaurantes cuyo insumo principal es el GLP, y en toda cadena de comercialización, la cual involucra un grupo numeroso de trabajadores, entonces por ello debe darse una solución para quienes corren el alto riesgo de caer en quiebra.

#### **1.2.4. Formulación del problema**

¿La eliminación del subsidio al gas licuado de petróleo repercutirá económicamente en la situación económica financiera de las principales distribuidoras de la ciudad de Ambato?

#### **1.2.5. Formulación de las preguntas directrices**

- ¿En qué medida afectará a la demanda de gas licuado de petróleo la eliminación de éste subsidio económico-financiero a las principales distribuidoras de la ciudad de Ambato?
- ¿Cuáles serán las repercusiones en la situación económica-financiera de las principales distribuidoras de la ciudad de Ambato y sus stakeholders?
- ¿Qué acción sería necesaria aplicar para minimizar los efectos de la eliminación del subsidio al gas licuado de petróleo en situación económica financiera de las principales distribuidoras de la ciudad de Ambato

## **1.2.6. Delimitación de la investigación**

### **1.2.6.1 Delimitación del contenido**

**Campo:** Económico

**Área:** Microeconomía

**Aspecto:** Eliminación del subsidio al gas licuado de petróleo y situación económica financiera en las principales distribuidoras de la ciudad de Ambato

### **1.2.6.2 Delimitación temporal**

La presente investigación se analizará para el año 2.014, cuando ya se supone está ejecutado el Plan Energético Nacional.

### **1.2.6.3 Delimitación espacial**

El presente trabajo investigativo se desarrollará en las principales distribuidoras de la ciudad de Ambato

## **1.1. Justificación**

Es necesario realizar una planificación económica-estratégica porque la esencia de la temática así lo exige, al ser éste un problema notablemente relacionado a la macro y micro economía, un asunto que afecta a toda la población de Ecuador, sin segregación por estrato de rentas, una decisión de política fiscal que cambiará desde las costumbres de las familias hasta sus niveles económicos.

Además es un estudio totalmente innovador, cuyo interés ha tenido mucha aceptación en los distribuidores de GLP, unidades a observarse, debido a la escasa información analítica efectuada que determine los efectos cuantitativos en las empresas y sus stakeholders, por lo tanto no es repetitivo y presenta las condiciones apropiadas para establecerlo como auténtico y original.

Asimismo es crucial el desarrollo de ésta propuesta, para que las distribuidoras de GLP sepan con claridad cuál será la reducción en su demanda en cantidad de unidades y en valores monetarios, conociendo su panorama financiero e incrementado diferentes estrategias comerciales para poder permanecer en el mercado, minimizando los impactos negativos de las medidas tomadas a futuro.

Mientras que la ejecución de la investigación y su éxito dependerán de las facilidades y de la calidad de información primaria y secundaria recopilada, éstas a su vez estarán en función del diseño investigativo y fundamentalmente de llegar con el propósito a las unidades de observación, consiguiendo una participación pro activa motivada por obtener un trabajo útil para sus intereses.

Finalmente el aporte de ésta tesis se lo verá reflejado directamente por un lado en el sector distribuidor, al contar con un análisis completo que les servirá para la toma de decisiones, y por otro para el sector académico constituirá un modelo de desarrollo de investigaciones de situaciones futuras, ayudando así a estudiantes principalmente a la comprensión de la importancia de la carrera de Economía en un contexto multidisciplinario con la vida social.

## **1.2. Objetivos**

### ***1.4.1. Objetivo general***

Estudiar la eliminación del subsidio al gas licuado de petróleo y su incidencia en la situación económica financiera de las principales distribuidoras de la ciudad de Ambato.

### ***1.4.2. Objetivos específicos***

- Determinar la medida en que afectará a la demanda de gas licuado de petróleo la eliminación de éste subsidio en las principales distribuidoras de Ambato.

- Establecer las repercusiones en la situación económica financiera de las principales distribuidoras de la ciudad de Ambato y sus stakeholders
- Desarrollar de un plan de negocios que reconvierta las actividades comerciales de ALMOGAS Cia. Ltda., de la ciudad de Ambato.



## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes Investigativos**

Una vez analizados los diferentes trabajos semejantes a la presente investigación, se ha encontrado en los repositorios de las bibliotecas de las distintas universidades del país, las siguientes tesis de grado, cuyos objetivos y conclusiones serán considerados como sustento bibliográfico para la presente investigación:

En la tesis realizada por Andrade Herrera (2011) titulada “El gas licuado de petróleo en el Ecuador” plantea el siguiente objetivo general: “Evaluar el impacto real en la política del subsidio al GLP en función de aliviar la pobreza, en el periodo comprendido entre: 1972 - 2009, para verificar la incidencia de ésta medida en la afectación de los niveles de pobreza; De esta manera, se desea determinar los factores político sociales que han incidido en el período de análisis, porque han transcurrido varios años sin que se tomen decisiones definitivas en el sostenimiento del subsidio al GLP, cada vez que se lo debate se convierte en el primer pretexto para que nuestra débil democracia se convulsione” y los objetivos específicos:

a) Si bien, el subsidio al gas de uso doméstico es asumido para mitigar la pobreza, el objetivo es determinar los factores que han determinado que el subsidio al GLP se mantenga en cuatro últimas décadas en el Ecuador independiente de la orientación ideológica y de los acuerdos suscritos con el FMI ; b) Se analizará la variable pobreza en tres fases ubicadas en las tres últimas décadas, los indicadores de extrema pobreza, porcentaje de la población que tiene acceso al subsidio y los impactos que ha tenido este incentivo en la economía del país. Las siguientes conclusiones:

a) En general los subsidios en el Ecuador se mantienen bajo el slogan de inversión social, sin embargo no han contribuido a mejorar los niveles de vida, los índices de pobreza no han disminuido sino por el contrario constituyen una forma de perpetuar la miseria y los abusos de clases dominantes al servicio de la burocracia moderna, bajo la excusa de incrementar la inversión social.

La necesidad de mantener el subsidio al GLP es cuestionable. No se puede desconocer el uso indiscriminado en sectores para los cuales no está dirigido este incentivo, el análisis realizado en este documento nos refiere a un gasto creciente por mantener este rubro, es decir por mejorar el acceso a este energético en función de reducir la pobreza y la inequidad en la distribución de los recursos del país, se ha sacrificado la inversión en áreas como la salud y la educación que afectan directamente al desarrollo de la sociedad, pues una población sana y educada posee mejores facilidades para producir en función de mejorar sus capacidades, puestos laborales y por lo tanto sus ingresos económicos. b) La realidad del subsidio al gas de uso doméstico se podría identificar como una diferencia de intereses, la ausencia de niveles adecuados de gobernanza y gobernabilidad, una débil institucionalidad reflejada en el conflicto en la relación sistémica de los actores estratégico entre ellos el Estado y la sociedad, en este punto es necesario analizar el tema del desarrollo, para varios autores depende de la concepción holística del término pues los campos económico, social político, etc. son transversales. El crecimiento económico ha excluido a las masas desposeídas.

c) La economía utilitarista, incrementa la inseguridad económica, el modelo de desarrollo aplicado en el Ecuador no ha dado respuesta a los problemas como el inequidad en la inversión social, el desempleo, el déficit fiscal, etc. por lo que aquel discurso totalizador de igualdad de acceso a un mejor porvenir reconoce que la sociedad ecuatoriana requiere de la asistencia de todos, pues la sociedad debe ser vista como la interacción de las esferas donde el crecimiento económico no puede lograrse sacrificando la cohesión social, creando condiciones para que todas la personas se construyan a sí mismos (Lo Vuolo, 2005:185).

Pesantes Monserrate (2006), en su trabajo de investigación titulado “Optimización de la comercialización y distribución gas licuado de petróleo (glp) para uso doméstico” se plantea el siguiente objetivo: “Realizar un análisis de mercado de las preferencias de consumo de GLP dentro de la población urbano marginal” acompañado de los siguientes objetivos

específicos: a) Identificar los principales canales de distribución.; b) Estimar la demanda del producto; c) Identificar las preferencias del consumidor.; El investigador realiza esta investigación basado en un enfoque cualitativo, ya que se tomó en cuenta datos de opinión para determinar el nivel de conocimiento y concientización acerca de cuanto invierte el gobierno en el subsidio al Gas Licuado de petróleo; para lo cual, a su vez realizó una encuesta que le permitió obtener los datos necesarios para contestar la interrogante planteada.

El investigador una vez realizada dicha investigación y obteniendo los resultados llega a las siguientes conclusiones: a) es posible regular este subsidio, para recuperar los espacios de gobernabilidad, así como impulsar una gobernanza que contribuya a mejorar el abastecimiento del energético a los estratos sociales para los que fue creado, con el fin de construir una sociedad más justa, equitativa y que favorezca a crear oportunidades de desarrollo orientadas a mejorar la calidad de vida y las libertades de los ciudadanos. El investigador una vez realizada dicha investigación y obteniendo los resultados llega a las siguientes conclusiones:

a) En América Latina y el Caribe, conjuntamente con los procesos de modernización del Estado a través de privatizaciones agresivas, se desarticulaban empresas públicas en sectores estratégicos, entre ellos el petrolero, a favor de la inversión extranjera. Paralelo a este proceso, se implementaron políticas fiscales orientadas a mantener el poder adquisitivo de la población y la competitividad del sector productivo a través de subsidios que mermaron el presupuesto del Estado en detrimento de áreas sociales, generando elevados costos de oportunidad. Ecuador está entre los cuatro países latinoamericanos que destina mayor proporción de su PIB y su PGC a mantener el subsidio a los hidrocarburos.;

b) En el último quinquenio, el crecimiento de los precios del crudo y sus derivados, y el aumento de la demanda nacional de combustibles (debido en parte a la mala focalización de los subsidios), han conllevado a mayores requerimientos presupuestarios para mantener esta política, siendo los

combustibles más demandados el diesel y el gas licuado de petróleo.;

c) Las importaciones petroleras han tenido un crecimiento importante, tanto por el aumento de los precios internacionales como por los mayores volúmenes importados lo cual, pese a la política de restricción de importaciones, ha deteriorado rápidamente la balanza comercial y, por ende, repercutido negativamente sobre la balanza de pagos y la dolarización.;

d) Ecuador posee los tres tipos de fuentes de energía: fósil, nuclear y solar; e) La aplicación del GN para suplir las demandas energéticas de estos tres sectores, generará eficiencia energética, reducirá costos e incrementará la productividad, liberando recursos tanto públicos como privados, y disminuyendo la presión existente sobre el PGC y la BP producto de los subsidios a derivados del petróleo. A la vez, reducirá el impacto ambiental al sustituir los derivados de petróleo por este combustible más limpio y amigable con el medio ambiente. Cuenta con todas las fuentes de energía primaria: petróleo, gas natural, carbón (fósiles), uranio (nuclear), y su posición en el globo terráqueo favorece la posibilidad de aprovechar la energía solar como biomasa, energía hidráulica, eólica, solar térmico y fotovoltaico.

Recapitulando una síntesis sobre lo mencionado en los distintos estudios, en Ecuador existe por décadas ya una dependencia al subsidio del GLP, primero existe un costo social porque la ciudadanía obtiene un beneficio en su economía al pagar un precio menor al real, y de paso existe un costo político, puesto que eliminar dicha subvención implicaría un potencial derrocamiento de poder.

## **2.2 Fundamentación Filosófica**

El presente proyecto posee un enfoque u orientación Filosófico Crítico pro positivo, expuesta como herramienta operativa, para la solución de dichos problemas existen diversos paradigmas. Según Stick (Stick, 2010) “La epistemología es la ciencia que estudia el conocimiento humano y el modo en que el individuo actúa para desarrollar sus estructuras de pensamiento. Este trata con la naturaleza del conocimiento, de cómo conocemos las cosas, qué sabemos, por qué sabemos, si lo que sabemos

es verdadero y cuáles son los límites del conocimiento”. De esta manera podemos interpretar que un paradigma puede ser el conocimiento científico, encontramos una serie de paradigmas como el conjunto de creencias y aptitudes con un esquema teórico de percepción y comprensión del mundo utilizado por un grupo de científicos; siendo importante conocer dentro del tema propuesto del paradigma interpretativo desde el punto de vista de los conceptos básicos sus características, su finalidad, el enfoque filosófico y algunos casos como ejemplo de dicho paradigma.

La presente investigación se sitúa en un paradigma cuali-cuantitativo o mixto, con una mayor intervención del enfoque cualitativo y una menor del enfoque cuantitativo.

Cualitativo o crítico propositivo ya que la investigación hace énfasis en la interpretación que hace el autor de su realidad, así como del contexto social, cultural e histórico. Y propositivo ya que el investigador busca descubrir de qué manera afecta a la situación económica-financiera de las distribuidoras de GLP.

Cuantitativo o positivista ya que su búsqueda principal consiste en explicar las causas de los fenómenos, confrontar la teoría y la práctica y analizar estadísticamente. Según Durkheim (PARADIGMAS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO, 1994, pág. 16). “Este enfoque de la realidad procede de las ciencias naturales y agronómicas goza de gran tradición en el ámbito anglosajón y francés con repercusión en otros países. Se ha impuesto como método científico en las ciencias naturales y más tarde en la educación. La naturaleza cuantitativa tiene como finalidad asegurar la precisión y el rigor que requiere la ciencia, enraizado filosóficamente en el positivismo”. En la presente investigación se planea recolectar datos del dinero que destina el Gobierno al subsidio del Gas Licuado de Petróleo.

### **2.2.1 Fundamentación Epistemológica**

“Epistemología significa literalmente saber acerca del conocimiento. La epistemología es la rama de la filosofía que se ocupa de estudiar: a) qué es el conocimiento, sus límites y posibilidades (qué podemos saber, cuál es el alcance de nuestro saber y si es posible alcanzar la certeza), b) el objeto del conocimiento (qué es un objeto, qué o quién lo define), c) el sujeto del conocimiento (qué conocemos y quién conoce) y d) la relación entre el conocimiento y la circunstancia vital del investigador (la historia, la cultura, el individuo y sus presupuestos metafísicos)”. (Rasner, 2009) En la investigación es prescindible abastecer todo el conocimiento que sea necesario dando así a conocer todo acerca de la misma.

Además Parra Murillo (2005) señala a la epistemología como “La lógica es el estudio de las condiciones formales de la verdad en el campo de las ciencias; la metodología es la teoría de los procedimientos generales de la investigación que describen las características que adopta el proceso general del conocimiento científico y las etapas que se divide dicho proceso/ desde el punto de vista de su producción y las condiciones en las cuales debe hacerse. La metodología hace referencia, entonces, a la teoría de los métodos empleados en la investigación científica y las técnicas conexas con dichos métodos”.

“La epistemología se interroga acerca de cómo la realidad puede ser conocida, acerca de la relación entre quien conoce y aquello que es conocido, acerca de las características, de los fundamentos, de los presupuestos que orientan el proceso de conocimiento y la obtención de los resultados, acerca de la posibilidad de que ese proceso pueda ser compartido y reiterado por otros a fin de evaluar la calidad de la investigación y la confiabilidad de esos resultados”. (Gallardo, Fundamentación Ontológica y Epistemológica de la Investigación, 2011)

### **2.2.2 Fundamentación Ontológica**

Según Romero Herrera (1889) añade que la fundamentación ontológica es: “toda meditación sobre el hombre no se lleva a cabo en referencia a sí mismo cuanto en relación al ser o, lo que es lo mismo, cualquier indagación en torno a la realidad humana interesa como discurso acerca de su modo de ser” Por lo cual podemos mencionar que la fundamentación ontológica se basa principalmente en analizar diferentes entidades fundamentales que forman componen el Universo

“El termino ontología viene del campo de la filosofía, y se define como la rama de la filosofía que se ocupa de la naturaleza y organización de la realidad, es decir de lo que existe. En el campo de la inteligencia artificial lo que existe es aquello que puede ser representado”. (Caepia, 1999)

“La ontología es la parte de la filosofía que estudia al ser y su existencia en general. Es aquello que estudia el ser en cuanto ser, el interés de estudiar al ser se origina en la historia de la filosofía cuando esta surge de la necesidad de dar explicaciones racionales, no mitológicas, a los fenómenos del mundo físico, también debemos recordar que el carácter universal de la filosofía, tuvo su origen en la necesidad de un conocimiento valido a todo fenómeno, y en las deficiencias de los conceptos inicialmente desarrollados, para ser llevados a la práctica concreta en los fenómenos físicos, o sociales”. (Gallardo, 2011)

### **2.2.3 Fundamentación Axiológica**

Según Reyes Mendoza. (2005, pág. 7) Señala que “La Axiología representa el estudio de la naturaleza y criterio de valores y juicios de valores en términos generales. El enfoque principal de la axiología es la sociedad y sus valores. Dos extensiones de la axiología son la ética y la estética. Las personas son más diferentes, todos pensamos de manera distinta, el uno del otro. La axiología es la ciencia que estudia como pensamos y como las personas determinan el valor de las cosas”.

Asimismo Manjon R. (2007) da a conocer a la axiología como “Parte de la filosofía que estudia los valores con el objeto de formular una teoría que permita explicar la existencia y la vigencia de todo el mundo de producción humana que tiene importancia definitiva para la vida del hombre y su desarrollo histórico social”. La axiología no sólo trata de los valores positivos, sino trata también de los valores negativos, analizando los principios que permiten considerar que algo es o no valioso y considerando los fundamentos de tal juicio.

#### **2.2.4 Fundamentación Económica**

Para Hidalgo Capitán (1998, pág. 25) Smith “estudia el porqué de la mayor prosperidad de algunas colonias, llegando a la conclusión que cuando las restricciones comerciales se concentran en las manufacturas, los capitales tienden a concentrarse en la agricultura; y dado que para este autor los capitales en esta actividad son más productivos, unas colonias prosperan más que otras”

#### **2.3 Fundamentación Legal**

Según la ley de hidrocarburos (2011) Decreto Supremo 2967 publicado en el Registro Oficial 711 de 15-Nov-1978 Contiene hasta la reforma del 24-Nov-2011

#### **Petróleo Crudo y Gas Natural**

**Art. 32.-** El Estado autoriza, de acuerdo con las formas contractuales previstas en esta Ley, la explotación de petróleo crudo y/o gas natural, CO<sub>2</sub> o sustancias asociadas; por lo tanto, los contratistas o asociados, tienen derecho solamente sobre el petróleo crudo y/o gas natural, CO<sub>2</sub> o sustancias asociadas que les corresponda según dichos contratos. Los contratistas que celebren contratos para la exploración y explotación de hidrocarburos, podrán suscribir contratos adicionales para la explotación de gas natural libre si encontraren en el área del contrato, yacimientos comercialmente explotables. A su vez, los contratistas que celebren contratos para la exploración y explotación de gas natural libre, podrán suscribir contratos adicionales para la explotación de petróleo crudo si encontraren,



en el área del contrato, yacimientos petrolíferos comercialmente explotables. La explotación de yacimientos de petróleos pesados menores de quince grados API, debido a las técnicas especiales que se requieren para su exploración, extracción y transformación en el sitio, a los subproductos minerales que originan y a las industrias conexas a que da lugar, será objeto de una planificación económica integral a cargo del Ministerio del Ramo. Esta clase de explotación estará exenta del pago del valor equivalente a las regalías. Nota: Artículo reformado por Ley No. 101, publicada en Registro Oficial 306 de 13 de Agosto de 1982. Nota: Incluida Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial 789 de 18 de Julio de 1984.

**Nota:** Inciso primero reformado por Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 244 de 27 de Julio del 2010.

**Art. 33.-** Para el abastecimiento de las plantas refinadoras, petroquímicas e industrias establecidas en el País, la Secretaría de Hidrocarburos podrá exigir a los contratistas o asociados, cuando lo juzgue necesario, el 18 suministro de un porcentaje uniforme del petróleo que les pertenece y efectuar entre ellos las compensaciones económicas que estime convenientes, para que esas plantas se abastezcan con el petróleo crudo que sea el más adecuado, en razón de su calidad y ubicación. Nota: Inciso tercero de este artículo derogado por Ley No. 101, publicada en Registro Oficial 306 de 13 de Agosto de 1982. Nota: Inciso 2do. Derogado por Ley No. 44, publicada en Registro Oficial 326 de 29 de Noviembre de 1993. Nota: Artículo reformado por Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 244 de 27 de Julio del 2010.

## **LA CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA**

Como máxima expresión de la ley en el Ecuador. En el Decreto Legislativo n° 0, Registro Oficial n° 449, vigente a partir de 20-10-2008, menciona que:

En el Título VI, Régimen de desarrollo; Capítulo cuarto, Soberanía económica; sección séptima, política Comercial, Art. 304.

**Art. 304. -** La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.

2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacional.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías en escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

En el Título VI, Régimen de desarrollo; Capítulo sexto, Trabajo y producción; sección quinta, Intercambios económicos y comercio justo, Art. 336.

**Art. 336.** - El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

## **CÓDIGO DE COMERCIO**

En el Código de Comercio; Codificación 28; Registro Oficial Suplemento 1202 de 20-ago-1960; última modificación 26-jun-2012; Art 1, Art. 2 define lo siguiente:

**Art. 1.-**El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

Concordancias:

CÓDIGO CIVIL (TITULO PRELIMINAR), Arts. 4

CÓDIGO CIVIL (LIBRO I), Art. 566

CÓDIGO CIVIL (LIBRO IV), Arts. 1702, 1736, 1957

LEY DE COMPAÑIAS, CODIFICACIÓN, Arts. 93, 423

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR 2008, Art. 307

**Art. 2.-** Son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual.

Concordancias:

CÓDIGO CIVIL (LIBRO IV), Arts. 1462, 1463

CÓDIGO DE COMERCIO, Art. 35.

**LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y SU  
REGLAMENTO**

Capítulo II, Derechos y Obligaciones de los Consumidores, Art. 4 se puntualiza lo siguiente:

Art. 4.- Derechos del consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad y a elegirlos con libertad.

## 2.4 Categorías fundamentales

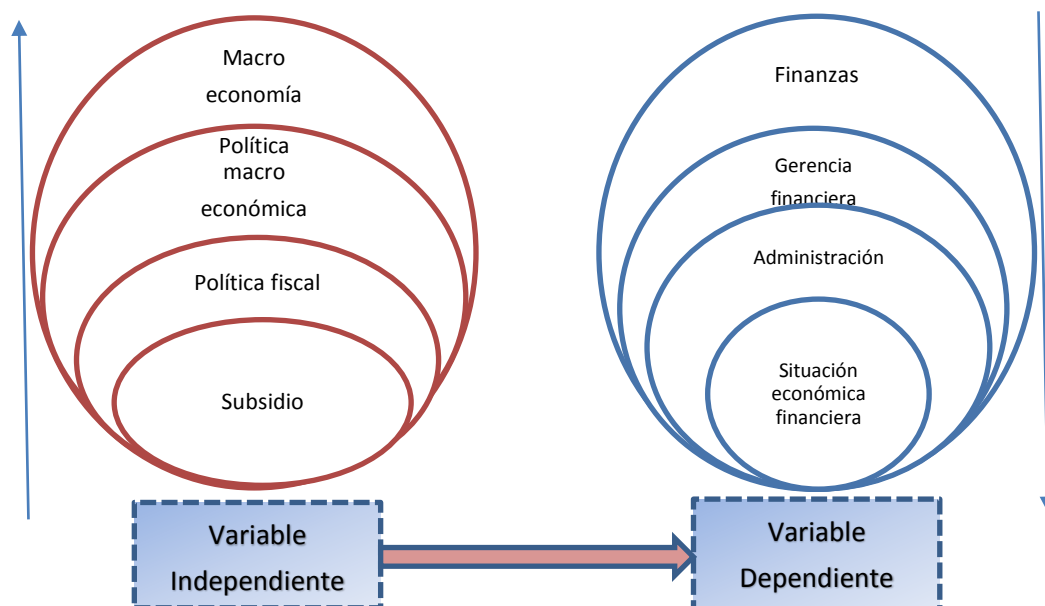


Gráfico 6: Supra e infra ordenación de variables  
Realizado por: BURY, Jessica (2.014)

### 2.4.1 Marco conceptual de la variable independiente. Subsidios

#### **Macroeconomía**

Ésta ciencia analiza a la economía desde un punto de vista más generalizado, como un todo, clasificando a los agentes que en ella participan como sectores, todo esto lo realiza en un determinado periodo de tiempo, el propósito de hacer esto es para obtener indicadores como el PIB, desempleo, tasas de inflación, y luego tomar decisiones que reviertan panoramas negativos.

Joseph Stiglitz (1994) la define de la siguiente manera:

La macroeconomía es una disciplina que se encarga de estudiar el comportamiento y el desarrollo agregado de la economía. Cuando se habla de agregado se hace referencia a la suma de un gran número de acciones individuales realizadas por personas, empresas, consumidores, productores, trabajadores, Estado, etc., las cuales componen la vida económica de un país.

Para poder tener una visión global, la macroeconomía no estudia acciones de determinados individuos o empresas, sino la tendencia en las acciones de todos en conjunto o, como se dijo

anteriormente, de forma agregada. Sin embargo, aunque la macroeconomía no realiza estudios sobre decisiones individuales, como sí lo hace la microeconomía, es fundamental que ésta sea coherente con estas decisiones individuales, puesto que las tendencias globales de las cuales se encarga la macroeconomía resultan de la suma de millones de decisiones individuales.

La macroeconomía busca, principalmente, estudiar temas como la producción, los precios, el comercio internacional y el desempleo. Para desarrollar su estudio y análisis de estos temas, la macroeconomía ha desarrollado algunas metodologías que, basadas en datos recolectados, le permiten observar y medir los cambios y las tendencias de la economía. Con el uso de conceptos como el producto interno bruto (PIB) (que junto con el producto nacional bruto [PNB] son medidas importantes relacionadas con la producción), la tasa de desempleo (que facilita el análisis de temas de empleo y desempleo), la tasa de inflación (que facilita el estudio de los precios) y la balanza comercial (con la que, por ejemplo, puede desarrollar un análisis sobre el comercio internacional), la macroeconomía puede observar y medir tales cambios y tendencias.

Por última, la macroeconomía busca comprender el comportamiento del conjunto de individuos, empresas, familias, trabajadores, etc. cuando éstos tienen que enfrentarse a diferentes situaciones económicas. Igualmente, pretende encontrar las relaciones entre los diferentes aspectos que componen la economía (precios, consumo, producción, desempleo, etc.) y, a partir del conocimiento anterior, generar y evaluar, con datos reales, propuestas teóricas que permitan dar explicación a hechos o situaciones en el futuro.

### ***Política macroeconómica***

La estabilidad de un país depende de las medidas tomadas a un contexto general, como bien se conoce no toda determinación beneficiará a la población en su totalidad, por ejemplo para conseguir el pleno empleo, es necesario sacrificar a quienes mayor margen de rentas perciben, para poder generar plazas de empleo con la recaudación tributaria, y así mejorar el nivel de vida.

La Organización Internacional del Trabajo (1996), sobre el tema expone:

Hoy en día, se reconoce ampliamente que una política macroeconómica orientada hacia la estabilidad es una condición necesaria para el desarrollo, así como para alcanzar y mantener niveles altos de desarrollo. No obstante, existe menos acuerdo con respecto al enfoque, la intensidad y la secuenciación de estas políticas orientadas a la estabilidad. Por ejemplo, mientras la mayoría ubicaría el objetivo de bajar la inflación en primer lugar, otros aceptarían un cierto nivel de flexibilidad en las finanzas públicas, a fin de afrontar mejor las recesiones o los cambios estructurales. Al parecer, las políticas de estabilización propuestas por las instituciones de Bretton Woods no han surtido efecto, ya que la situación económica de los países en desarrollo ha incluso empeorado en algunos casos. En la actualidad, estas políticas están siendo reorientadas hacia el objetivo de la reducción de la pobreza. En este contexto, el trabajo realizado por EMPANALYSIS estudiará el fundamento de la integración de “objetivos de empleo” en los procesos de los DELP, así como en las políticas macroeconómicas necesarias para alcanzar esta meta. La formulación y la promoción de políticas macroeconómicas orientadas al empleo es un componente central del Programa Global de Empleo.

El departamento EMP/ELM llevará a cabo un análisis en diversos países para profundizar en cuestiones tales como el grado de maniobra de la política macroeconómica nacional en los países en desarrollo, la necesidad de evitar caer en la “trampa de la estabilización”, el aporte que una política macroeconómica adecuada puede realizar a la reducción de la pobreza y la creación de empleo y, de manera general, las posibilidades y limitaciones de las políticas macroeconómicas expansionistas.

También contribuirá a la discusión analítica y en materia de políticas sobre las relaciones entre la pobreza y el empleo, analizando, en particular, las interacciones entre la política macroeconómica y las políticas del mercado de trabajo.

La labor futura también contribuirá a los debates conexos en materia de desarrollo, especialmente para exponer la relación entre el crecimiento, el empleo y la pobreza.

### ***Política Fiscal***

Los Gobiernos tienen dos herramientas para manejar la economía de un país, la política fiscal y la monetaria. La primera de ellas regula y administra las cuentas nacionales, así por ejemplo determina cómo manejar y disponer los recursos en función de la situación económica, ya

sea con implementación de subsidios y la aplicación de impuestos, con el fin de redistribuir la riqueza.

El portal ENCICLOPEDIA FINANCIERA (s.f.):

En economía, la política fiscal se puede definir como el uso del gasto público y la recaudación de impuestos para influir en la economía.

La política fiscal puede ser contrastada con el otro tipo principal de la política económica, la política monetaria, que intenta estabilizar la economía mediante el control de las tasas de interés y la oferta de dinero. Los dos principales instrumentos de la política fiscal son el gasto público y los impuestos. Los cambios en el nivel y la composición de los impuestos y el gasto público pueden influir en las siguientes variables en la economía:

- La demanda agregada y el nivel de actividad económica
- El patrón de asignación de recursos
- La distribución de los ingresos.

La política fiscal se refiere al efecto global de los resultados del presupuesto en la actividad económica. Las tres posiciones posibles de la política fiscal son: expansiva, contractiva y neutral:

Una Política Fiscal Expansiva implica un aumento neto del gasto público ( $G > T$ ) a través de aumentos en el gasto público o una menor recaudación fiscal o una combinación de ambos. Esto dará lugar a un déficit presupuestario mayor o un menor superávit. Política fiscal expansiva se asocia generalmente con un déficit fiscal.

Una Política Fiscal Restrictiva o Contractiva ( $G < T$ ) se produce cuando el gasto neto del gobierno se reduce ya sea a través de mayor recaudación fiscal o reducción del gasto público o una combinación de los dos. Esto llevaría a un déficit fiscal menor o un mayor superávit del presupuestado.

Una postura neutral de la política fiscal implica un presupuesto equilibrado en el  $G = T$  (gasto público = ingresos fiscales). El gasto gubernamental es financiado íntegramente por los ingresos fiscales y en general los resultados del presupuesto tienen un efecto neutro en el nivel de actividad económica.

## **Subsidios**

Los subsidios son transferencias que el Gobierno Central realiza con la finalidad de ayudar a un grupo focal de cierta manera, si bien suelen ser considerados como gasto corriente, muchos de ellos incentivan la productividad de un país, por lo que dependiendo la ideología política del Gobierno son aplicados en una determinada medida.

Para el portal ECO FINANZAS (s.f.), son:

Transferencias que hace el Estado a ciertos agentes económicos o a ciertas actividades productivas, que consisten en donaciones de Dinero o Bienes, o en prestaciones gratuitas de servicios.

El objetivo de otorgar un subsidio puede ser alguna meta social como auxilio a los desocupados o a los más pobres, o alguna meta de fomento como el Desarrollo de ciertas actividades industriales.

También pueden utilizarse para corregir distorsiones en el Mercado, con fines de seguridad nacional, o por razones políticas o de otro tipo. Al igual que los Impuestos, los Subsidios pueden ser de monto fijo, ad valorem o progresivos.

También se pueden clasificar en subsidios directos, cuando el beneficiario está identificado, y de Subsidios indirectos en caso contrario.

Asimismo el sitio WORD PRES (s.f.)

Con origen en el latín *subsidiūm*, el concepto de subsidio permite identificar a asistencia pública basada en una ayuda i beneficio de tipo económico. Se trata de un sistema enfocado a estimular el consumo o la producción, o de una ayuda que se otorga por un tiempo determinado. Por ejemplo: *“Voy a iniciar los trámites para cobrar el subsidio de desempleo”*, *“El gobierno anunció un subsidio para fomentar el consumo de productos electrónicos en la provincia”*.

El subsidio se aprovecha para alcanzar un propósito social (que, por citar casos concretos, todas las familias puedan tener acceso a la canasta básica de alimentos, que las clases bajas estén en condiciones de adquirir una vivienda, etc.) o para



favorecer, por distintos motivos, a ciertas actividades productivas o regiones de un país.

En cuanto a este significado concreto tenemos que decir que, por ejemplo, en España este tipo de subsidio se ha convertido en la pieza fundamental del sustento de muchas familias. Y es que la crisis económica que se está viviendo ha dado lugar a que millones de ciudadanos se queden sin trabajo, por lo cual necesitan esas ayudas monetarias para poder mantener su vivienda y cubrir las necesidades básicas.

Podría definirse a esta noción como la diferencia que se advierte al comparar el valor real de un producto o prestación y el valor que paga el consumidor para acceder a dicho producto o servicio. En estas circunstancias, el gobierno reparte subsidios a las compañías para evitar que los precios o las tarifas se incrementen: *“El presidente decidió extender el subsidio a las compañías eléctricas para impedir nuevos aumentos”*.

No podemos obviar tampoco el hecho de que el término que estamos abordando es muy utilizado en Nicaragua para referirse a la baja temporal que sufre un trabajador concreto cuando este padece una enfermedad. Periodo aquel, el que dure la baja, durante el cual el citado empleado seguirá percibiendo su sueldo correspondiente.

Es posible distinguir entre los subsidios a la oferta (los cuales se conceden a los productores o prestadores de servicios) y los subsidios a la demanda (que permiten disminuir lo que abona el usuario).

Dentro de los subsidios a la demanda, existen los subsidios directos (a través de los cuales el Estado paga directamente una parte del servicio a los consumidores) y los subsidios cruzados (el Estado no establece una única tarifa para todos los consumidores, sino que hay quienes abonan más por el servicio para que otros puedan pagar menos).

Y todo ello sin olvidar tampoco que existen los llamados subsidios a la producción que son aquellos pagos corrientes que el gobierno de un estado federal realiza a las distintas empresas del país por el hecho de que contribuyen a la producción del mismo. Unos pagos que, como no podía ser de otra manera, se realizan de manera proporcional a la citada participación productiva.

Antiguamente en el ámbito eclesiástico existía también lo que se conocía por el nombre de subsidio, aunque actualmente ya está en desuso. Entonces aquel término era empleado para referirse a

las ayudas que los Reyes de España percibían por parte de la cúspide de las organizaciones religiosas y que venían a estar en relación con lo que eran las rentas eclesiásticas de los territorios que aquellos gobernaban.

#### **2.4.2 Marco conceptual de la variable dependiente. Situación económica financiera**

##### **Finanzas**

Las finanzas son parte de la economía, que tienen por objetivo la administración de los recursos monetarios de una unidad, ya sea a nivel público o privado. Además entre sus funciones se tiene el crecimiento del capital por medio de la inversión, y la realización de un gasto medido y eficiente.

El sitio web GERENCIE (2010), la define así:

Es una rama de la economía que trata el tema relacionado con la obtención y gestión del dinero, recursos o capital por parte de una persona o empresa.

Las finanzas se refieren a la forma como se obtienen los recursos, a la forma como se gastan o consumen, a la forma como se invierten, pierden o rentabilizan.

La administración o gestión del dinero o capital, hoy en día se ha convertido en toda una profesión, en todo un arte por la complejidad propia de un ambiente en el que pululan infinidad de variables y elementos. Las técnicas y formas para adquirir y gestionar el dinero son cada día más complejas, más exigentes.

Las finanzas estudian múltiples aspectos y elementos relacionados con todo el proceso de la obtención y administración del dinero o capital.

Las finanzas buscan mejorar las fuentes de las que se obtiene dinero y busca optimizar su utilización, que se puede derivar en su gasto o inversión.

Es por ello que en las finanzas se distingue muy bien entre la inversión en un activo que conserva y hasta potencializa el dinero, y el simple gasto que sólo conduce a la desaparición del dinero.

El estudio de las finanzas es muy complejo por cuanto están estrechamente relacionado con un sinnúmero de factores como la microeconomía, la macroeconomía, la política económica, la psicología, la sociología, la cultura, y demás aspectos que de una u otra forma afectan o inciden en las decisiones que toma el ser humano en cuanto al dinero.

Es por ello que en finanzas no todas las leyes, reglas o parámetros son universales, puesto que cada sociedad, cada población tiene elementos diferentes que condicionan y modifican la conducta humana frente al dinero.

### ***Gerencia financiera***

Por definición tradicional la gerencia es la manera como se maneja un aspecto determinado, en diferentes situaciones pudiendo ser por ejemplo en el aspecto empresarial, ambiental, u otros. En éste puntual caso se refiere al direccionamiento que se le da al capital mediante la inversión, o a la obtención de recursos financieros para poder incrementarlos y beneficiarse mediante una situación económica financiera.

Según GÓMEZ (2009):

La administración de los fondos es un aspecto importante de la gestión financiera. La administración de los fondos actúa como la principal preocupación sea cual sea el giro de la empresa. La gerencia financiera simplemente significa lidiar con la gestión de los asuntos de dinero.

Como gerencia financiera nos referimos a un uso eficiente de los recursos económicos y los fondos de capital. La gerencia financiera se refiere a las decisiones administrativas que se traducen en la adquisición y el financiamiento de corto plazo y créditos a largo plazo para la empresa. Aquí se trata de las situaciones que requieren la selección de determinados bienes (o una combinación de activos), la selección del problema específico y el crecimiento de una empresa. En este caso, el análisis tiene que ver las entradas y salidas de fondos y su efecto en los objetivos de la gerencia financiera.

Por lo tanto, el análisis se limita a establecer dos principales aspectos de la gerencia financiera como la adquisición de fondos y un uso eficaz de los fondos para alcanzar los objetivos del negocio.

#### - Adquisición de fondos:

Como los fondos pueden ser obtenidos de diferentes fuentes, la adquisición de fondos se considera como un importante problema de las empresas. Los fondos proceden de fuentes diferentes tienen diferentes características en términos de los costos, riesgos y control. La gerencia financiera constituye los costos, los riesgos y el control. El costo de los fondos debe ser como mínimo de una adecuada ponderación de riesgo y control.

En el escenario de competencia globalizada la movilización de fondos desempeña un papel muy importante. Los fondos se pueden plantear tanto a través de un mercado nacional o del extranjero.

#### - Utilización de los Fondos:

La utilización eficaz de los fondos como un aspecto importante de la gerencia financiera evita las situaciones en las que los fondos son mal administrados. Los fondos adquiridos implican un cierto costo y riesgo. Si los fondos no se utilizan correctamente administrar un negocio será demasiado difícil. Por lo tanto, es crucial emplear los fondos de manera adecuada y rentable.

Las inversiones bien sea a corto ó a mediano ó largo plazo, representan colocaciones que cualquier empresa puede realizar para obtener un rendimiento de ellos ó bien recibir dividendos que ayuden a aumentar el capital de la empresa. Las inversiones a corto plazo si se quiere son colocaciones que son prácticamente efectivas en cualquier momento a diferencia de las de largo plazo que representan un poco más de riesgo dentro del mercado, como por ejemplo, invertir en maquinarias nuevas en una industria ó motorizar un nuevo proyecto agropecuario.

Las inversiones requieren de proyectos, que delineen lo que se quiere obtener, resultando útiles para el análisis económico financiero, pues si bien es cierto que constituye un gasto, se traduce en un gran ahorro cuando le aplicamos las técnicas de evaluación económica para demostrar si produce beneficio social o impacto económico tanto el proyecto en sí mismo o la comparación con otras alternativas de solución o inversión.

Más hoy en día, donde investigación y desarrollo (I+D) son los factores claves para cualquier proyecto nacional ó internacional. En ella, deben concurrir una cuidadosa y bien fundamentada selección de tema y su objetivo; un análisis y justificación de su realización; sus respectivos compromisos; la concepción de una

metodología efectiva; la elaboración de un plan de trabajo bien organizado y flexible; la identificación y tratamiento de los factores críticos de éxito y los mecanismos de transferencia de resultados. No obstante, hoy en día, los proyectos deben tener un grado suficientemente diferenciador de investigación y desarrollo, o de ambos, que se traduzcan en nuevos valores.

Los proyectos de I+D deben aprovechar al máximo posible el conocimiento y capacidades disponibles a escala nacional e internacional. Deben ser configurados por un riguroso análisis y que permita que su ejecución disponga de medios adecuados y sus resultados sean efectivamente innovadores.

Según Weston (1994) en Fundamentos de Administración Financiera, plantea que el término de "capital de trabajo" se originó con el legendario pacotillero estadounidense, quien solía cargar su carro con numerosos bienes y recorrer una ruta para venderlos.

Dicha mercancía recibía el nombre de capital de trabajo porque era lo que realmente se vendía, o lo que rotaba por el camino para producir utilidades. Tanto el origen como la necesidad del capital de trabajo residen en el entorno de los flujos de caja de la empresa, los que pueden ser predecibles; también se fundamentan ambas en el conocimiento del vencimiento de las obligaciones con terceros y en las condiciones de crédito con cada uno.

Lo anterior pone en evidencia el hecho de que, en tanto más predecibles sean las futuras entradas a caja y bancos, menor será el capital de trabajo requerido por la empresa. Ya sabemos todos que, el capital neto de trabajo de cualquier empresa es la diferencia entre activo circulante y pasivo circulante. El capital de trabajo es el exceso del activo circulante sobre el pasivo circulante, que constituye el capital de trabajo a disposición inmediata, cuanto más líquido sea, para continuar las operaciones de un negocio. De hecho, el capital de trabajo no es más que la inversión de una empresa en activos a corto plazo (efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar, inventarios). Siempre que los activos superen a los pasivos, la empresa dispondrá de capital neto de trabajo.

Para que una empresa opere con eficiencia, es necesario supervisar y controlar con cuidado las cuentas por cobrar y los inventarios. En el caso de una empresa de rápido crecimiento, esto es muy importante, debido a que la inversión en estos activos puede quedar fácilmente fuera de control.

El sabio manejo del capital neto de trabajo, dependerá de:

- a) Apalancarse con mayores fondos de mediano y largo plazo como emisión de acciones, bonos, amplitud de crédito con proveedores a más de un año. . etc., ya que permitirá que tu flujo se adecúe a una programación de egresos mejor distribuida en mucho mayor tiempo.
- b) Tener activos más líquidos (Efectivo, Inversiones Temporales, Operaciones Call o de Mesa de Dinero, etc., etc.)
- c) Efectuar pagos anticipados a tus proveedores de corto plazo para obtener descuentos por pronto pago.
- d) Premiar, igualmente a tus clientes, de que si pagan anticipadamente, obtendrán un descuento por pronto pago lo que beneficia anticipadamente los ingresos a tu flujo de caja.
- e) Hacer que los accionistas dejen anualmente un buen apartado en reservas, otras reservas, utilidades no distribuidas o superávit o un aumento permanente inter-anual del número de acciones de la empresa, lo cual fortalece constantemente el capital de trabajo de cualquier empresa, es decir, le da solidez a corto, mediano y largo plazo.

### ***Administración***

Podría considerársela como un arte, porque quien la ejerce de manera adecuada logra desarrollar su unidad. Algo muy complejo, realmente porque requiere cualidades como el liderazgo, además de otras como ser visionario, además un buen administrador tiene la gran responsabilidad de generar estabilidad y confort para quienes están subordinados.

El portal DEFINICIÓN ABC (2007), la define así:

Es el acto de gobernar, ejercer autoridad y disponer de un conjunto de bienes, de una institución o una nación. El término es amplio y puede hacer referencia tanto al uso que alguien hace de sus propiedades y bienes (o incluso de las ajenas) hasta a la administración política y económica de un Estado, pasando por la administración organizativa de una empresa o entidad.

La administración debe ocurrir en el marco de reglas pautadas y consenso, en general, de forma democrática, ya que suele tratarse de una práctica de regulación en pos del progreso común.

Sin embargo, cuando se habla de administraciones corruptas o fraudulentas se refiere a casos en los que esto tiene lugar por parte de un individuo u organización que hace uso de bienes o recursos ajenos en contra de la voluntad de su propietario.

Existen diversas ciencias o disciplinas derivadas de este concepto, por ejemplo, la administración de empresas, que estudia la organización de estas instituciones y la forma en que se gestionan sus recursos y procesos., la administración pública, refiriendo a la gestión de un Estado o conjunto político a nivel comunal, regional, nacional, etcétera, la administración militar, la financiera, la judicial y otras.

Más recientemente, ha surgido el concepto de 'management' para hablar de las prácticas que tienen lugar, con frecuencia, en instituciones privadas por parte de la dirección hacia sus empleados, esto incluye: capacidades de liderazgo, de administración de recursos y finanzas, de estructuración organizacional de desarrollo de recursos humanos, de trabajo en equipo, unidad de mando y de dirección, de investigación y evaluación, y de resolución de conflictos, entre otras cosas. El estudio de estas prácticas tiene que ver con un fin fundamentalmente estratégico en pos de la satisfacción de las necesidades y deseos de los involucrados en una entidad a favor del progreso económico de la misma.

### ***Situación económica financiera***

La acción de invertir o destinar un capital financiero a un proyecto tiene como finalidad la obtención de una ganancia, ésta es calculada luego de obtener el diferencial entre ingresos y costos, y puede ser medida con la aplicación de diferentes indicadores cuantitativos ya sea de manera monetaria o porcentual.

Para KOMIYA (2008)

La situación económica financiera es una proyección hacia el futuro, de los servicios sujetos a valuación que habrán de rendirse (pasivo) y de los servicios sujetos a valuación que habrán de recibirse (activo) estos últimos, clasificados en dos grupos: los que por su valuación directa y automática, expresan en moneda el valor a recibir y los que, por su valuación indirecta y convencional expresan la estimación del valor a recibir a la luz de principios contables generalmente aceptados.

La situación excluye intencionalmente, por falta de bases de valuación, el valor económico de la unidad o empresa y su capacidad de producir beneficios.

A través de la valuación de la empresa con la moneda, nos situamos en la posición de analizar los factores determinantes que nos indicarán si la posición financiera de la empresa es buena o mala. De ahí desprendemos las siguientes situaciones que nos representan la condición patrimonial a corto y largo plazo.

- Solvencia
- Estabilidad
- Productividad

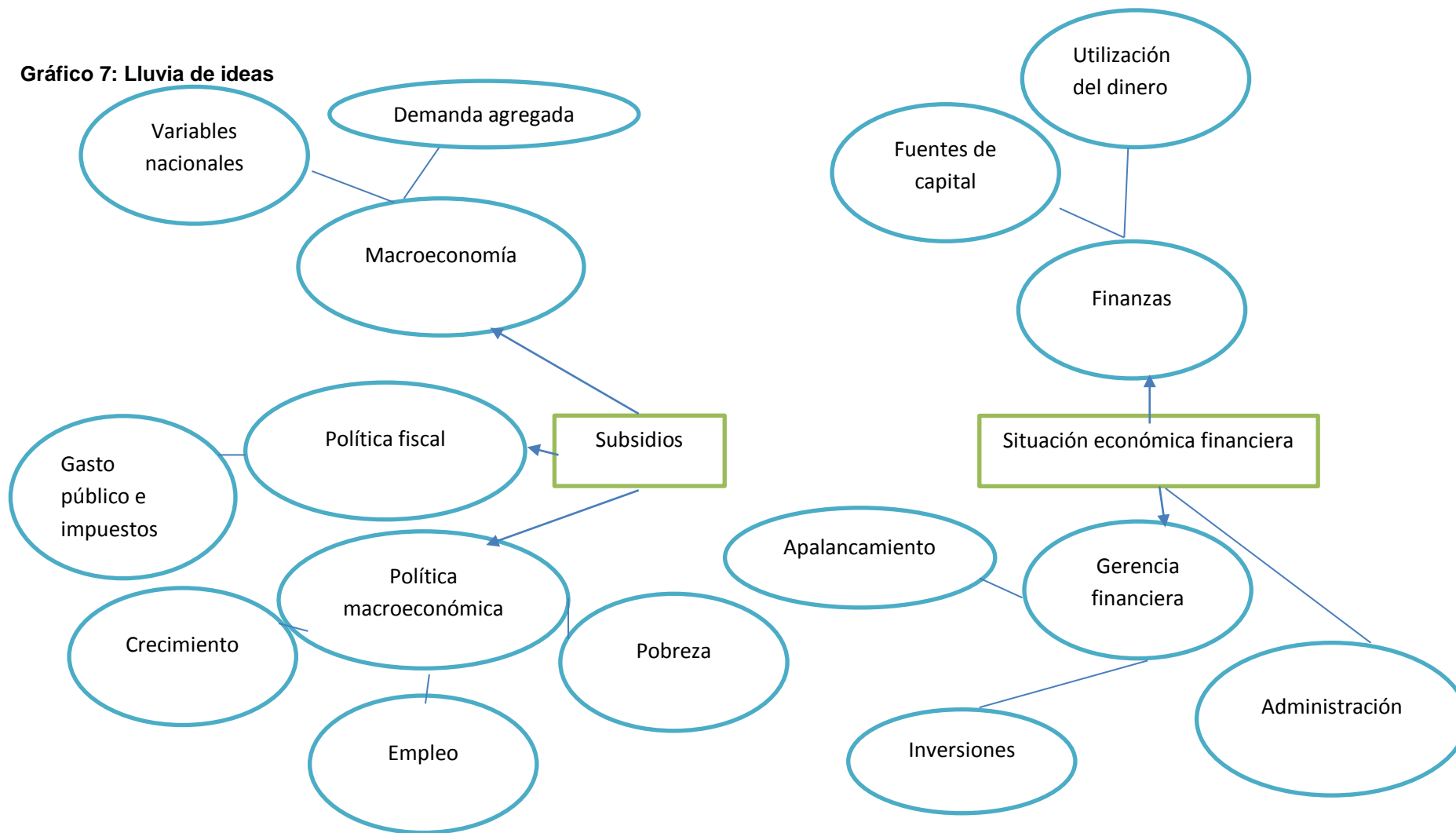
La solvencia exterioriza equilibrio entre el activo y el pasivo circulante. El análisis de la solvencia, tiene por objetivo fundamental y específico la estimación de la capacidad para cumplir los compromisos existentes a favor de terceros, sin embargo no quiere decir esto que necesite forzosamente ser sinónimo de liquidez; ya que la liquidez importa disponibilidad en efectivo o facilidad inmediata, mostrándonos la condición patrimonial a corto plazo.

Mientras tanto la estabilidad viene a ser la condición ideal de la empresa, pero sólo se llega a ella luego del penoso periodo de crecimiento, y aun cuando se ha nivelado todos los elementos; las circunstancias generales exigen una administración muy cuidados, para no caer en situación de inestabilidad; esto es siempre posible, pero no hay que confundir estabilidad con estancamiento y éste último se produce siempre, si la organización no marcha al ritmo de la época.

En tanto que la productividad se define como la relación entre los bienes y servicios elaborados y los recursos invertidos en su producción, de manera que pueda obtenerse la mayor cantidad posible de bienes al costo más bajo.



Gráfico 7: Lluvia de ideas



## **2.5 Hipótesis**

La eliminación del subsidio al gas licuado de petróleo incidirá en la situación económica financiera de las principales distribuidoras de la ciudad de Ambato.

## **2.6 Determinación de variables**

**Variable independiente:** Subsidio al GLP

**Variable dependiente:** Situación económica financiera

**Unidad de Observación:** Principales distribuidoras de GLP de la ciudad de Ambato

**Términos de relación:** Incidirá en la

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 Enfoque de la investigación

Para Hernández (1999) define al enfoque cualitativo como “un estudio que busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido al análisis”.

El enfoque cuantitativo *“utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población”* para (Cunha, Anton, & Aboites, 2003)

El enfoque cualitativo *“por lo común, se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. A veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones”* según (Cegarra Sanchez, 2006)

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo ya que, en este caso se utilizará técnicas de recolección de datos, a través de la aplicación de encuestas a los distribuidores de GLP en Ambato, con la finalidad de obtener información de manera directa y real, con el objetivo de investigar el problema y así dar la mejor solución al problema propuesto en la investigación, utilizando métodos estadísticos para la comprobación de las hipótesis planteadas.

A su vez se desarrolla en el paradigma crítico propositivo con un enfoque cuantitativo al encontrarse dentro de los rasgos esenciales de la investigación de campo describiendo e interpretando la realidad del problema, y a su vez proponer acciones que solucionen el problema identificado a través de los objetivos establecidos.

Por lo tanto la investigación está enmarcada en un enfoque cuali-cuantitativo ya que se basa en el estudio del problema y prueba de hipótesis a través del estudio demográfico de la población mediante la estadística.

### **3.2. Modalidad Básica de la Investigación**

#### **De campo**

Para Collins (2009, p. 36) la Investigación de Campo consiste en “la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variables alguna, los datos necesarios para llevar el desarrollo del trabajo, se han obtenidos directamente del sitio donde se realiza la investigación”

La investigación de campo “es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos”. (Baez Hurtado, p. 27)

La presente investigación tendrá la modalidad de campo ya que el investigador tendrá una intervención directa con las personas que serán participes, de las que obtendrá datos importantes para ser analizados y descubrir la relación existente entre las variables propuestas.

## **Bibliográfica – Documental**

La Investigación documental “es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas” Castañeda Jimenez (1998). Para llevar a cabo de manera satisfactoria la investigación se requiere la definición de los requerimientos por medio de una información documental, que permiten darle soporte y mayor veracidad al estudio realizado y obtener nuevos conocimientos para el análisis del mismo.

Para Avila Baray (2002) La investigación bibliográfica- documental es “un procedimiento científico, un proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema”.

En la investigación se aplicará la modalidad Bibliográfica – Documental, debido a que se requiere profundizar la información del proyecto con diferentes criterios y complementarla con testimonios obtenidos en otras investigaciones.

### **3.3 Nivel o Tipo de Investigación**

#### **Descriptivo**

Para Allisen (2003) la investigación descriptiva, “trata de obtener información acerca del fenómeno o proceso, para describir sus implicaciones”.

La investigación descriptiva “estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores”. (Hurtado de Barrera, 2005)

Este tipo de investigación, no se ocupa de la verificación de la hipótesis, sino de la descripción de hechos a partir de un criterio o modelo teórico definido previamente. En la investigación se realiza un estudio descriptivo que permite poner de manifiesto los conocimientos teóricos y metodológicos del autor para darle solución al problema a través de información obtenida.

### **Explicativo o causal**

Para Bernal (2009) la investigación explicativa “es aquella que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo. Existen diseños experimentales y NO experimentales”.

Sabino (1992) añade que “además de describir el fenómeno, tratan de buscar la explicación del comportamiento de las variables. Su metodología es básicamente y su fin último es el descubrimiento de las causas”.

Nuestra investigación en estudio será desarrollada mediante el método explicativo, debido a que se basa en la aclaración específica de nuestras variables de los hechos a través de leyes establecidas.

### **Técnicas**

#### **Encuesta**

La encuesta es “una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población” (Pessantes, 2002)

Para Davis (2001) una encuesta es “un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario pre diseñado, y no modificar el entorno ni controlar el proceso que está en observación”.

Los datos se obtendrán a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa en estudio, que es el cantón Ambato, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos

### **3.4 Población y Muestra**

#### **3.4.1 Población**

Para Balestrini (1998, p. 27) *“Una población o universo puede estar referido a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características o una de ellas y para el cual serán validadas las conclusiones obtenidas en la investigación”*

En el caso de la investigación en proceso, la población en estudio serán las distribuidoras de GLP, que en totalidad son 27.

#### **3.4.2 Muestra**

“Se llama muestra a una parte de la población a estudiar que sirve para representarla”. Spiegel (1991)

“La muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiarán, es un subconjunto de la población. Para que se puedan generalizar los resultados obtenidos, dicha muestra a de ser representativa de la población” (Icart Isern, Fuentelsaz Gallego, & Pulpón Segura, 2006, pág. 55).

La totalidad de distribuidores de GLP en Ambato son 27, por lo tanto éste valor representa el universo y muestra a ser aplicados.

**Tabla 1: Distribuidores de GLP en Ambato**

<b>GLP 2014</b>				
<b>No.</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>DIRECC</b>	<b>PARRO.</b>	<b>CANTÓN</b>
1	18GLP-CA0001	PANAMERICAN SUR KM 5 1/2 VIA A RIOBAMBA	HUACHI CHICO	AMBATO
2	18GLP-CA0002	VICTOR VALENCIA Y ANTONIO SOLIS	HUACHI CHICO	AMBATO
3	18GLP-CA0006	JOSE PERALTA VIA A GUARANDA	HUACHI CHICO	AMBATO
4	18GLP-D0090	RIO DE JANEIRO 4-28 Y PASTEUR	LA MERCED	AMBATO
5	18GLP-D0434	VIA PRINCIPAL A QUISAPINCHA A 300 M DEL CEMENTERIO DE PINLLOG	SAN BARTOLO DE PINLLOG	AMBATO
6	18GLP-D0259	MANUELA SAENS Y MIRAFLORES	LA MATRIZ	AMBATO
7	18GLP-D0270	MARACAIBO Y SANTIAGO DE CHILE	LA MERCED	AMBATO
8	18GLP-D0358	OLMEDO 933 Y JUAN BENIGNO VELA	LA MATRIZ	AMBATO
9	18GLP-D0419	JOSE MAUGERI S/N INTERSECCION ELOY ALFARO	SAN BARTOLOME DE PINLLOG	AMBATO
10	18GLP-D0421	CALLE 10 DE AGOSTO ENTRE MALDONADO Y BOLIVAR	QUISAPINCHA	AMBATO
11	18GLP-D0039	PANAMERICANA SUR VIA A RIOBAMBA KM 4	HUACHI CHICO	AMBATO



12	18GLP-D0089	PANAMERICANA SUR KM 7 ½ Y JERONIMO DE VELASCO	HUACHI CHICO	AMBATO
13	18GLP-D0100	PAN SUR VIA A RIOBAMBA A 1 CUADRA DE LA IGLESIA DE HUACHI GRANDE	HUACHI GRANDE	AMBATO
14	18GLP-D0171	JOSE PERALTA Y MANUELITA SAENZ	HUACHI CHICO	AMBATO
15	18GLP-D0092	VIA A TIGUA	PICAIHUA	AMBATO
16	18GLP-D0154	VIA A SAN JUAN A UNA CUADRA DEL PARQUE CENTRAL	PICAIHUA	AMBATO
17	18GLP-D0429	CALLE QUITO Y NEPTALI SANCHO	SANTA ROSA	AMBATO
18	18GLP-D0375	CALLES PERICOS Y CALANDIAS	PISHILATA	AMBATO
19	18GLP-D0044	JOSE PERALTA Y JESUS CALLE	HUACHI CHICO	AMBATO
20	18GLP-D0048	PSJE ALFONSO MOSCOSO Y AV ATAHUALPA	HUACHI LORETO	AMBATO
21	18GLP-D0091	CAMINO EL REY S/N Y JUNIN MIRALOMA	HUACHI LORETO	AMBATO
22	18GLP-D0107	CALLES EMILIA PARDO BAZAN S/N Y MARCOS MONTALVO	HUACHI CHICO	AMBATO
23	18GLP-D0431	CALLE BAMBU Y EBANO	AUGUSTO MARTINEZ	AMBATO

24	18GLP-D0349	CALLE CARLOS CANDO Y RUBINA INFANTE	HUACHI SAN FRANCISCO	AMBATO
25	18GLP-D0362	ATAHUALPA Y CALLE MOSCOSO	HUACHI LORETO	AMBATO
26	18GLP-D0417	CAMINO REAL S/N ENTRADA ALOBAMBA	MONTALVO	AMBATO
27	18GLP-D0381	CARLOS CANDO Y RUBI INFANTE A TRES CUADRAS DE LA IGLESIA DE HUACHI, CASA DE TRES PISOS, COLOR BLANCO	HUACHI CHICO	AMBATO

Fuente: Ministerio de Electricidad y Energía Renovable (2014)

### 3.5 Operacionalización de variables

Tabla 2: Subsidios

Conceptualización	Categorías/ Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas e Instrumentos
Se define como subsidio a: la cantidad de dinero que recibe una persona o entidad, de manera excepcional, como ayuda para satisfacer una necesidad determinada, especialmente la que reciben de un organismo oficial	Recursos Económicos	Gastos en subsidios	¿Cuál es el monto asumido por el Estado para subsidiar el gas licuado de petróleo?	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
		Consumo de GLP	¿Cuántos tanques de gas consume en su hogar?	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
		Distribución de GLP	¿Cuál es su cifra de distribución en su sector?	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
	Acciones gubernamentales	Políticas	¿Cómo califica las políticas ejecutadas por el gobierno para la eliminación del GLP?	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario

Realizado por: BURY, Jessica

**Tabla 3: Situación económica financiera**

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p><b>Situación económica financiera</b>                      Es una proyección hacia el futuro, de los servicios sujetos a valuación que habrán de rendirse (pasivo) y de los servicios sujetos a valuación que habrán de recibirse (activo) estos últimos, clasificados en dos grupos: los que por su valuación directa y automática, expresan en moneda el valor a recibir y los que, por su valuación indirecta y convencional expresan la estimación del valor a recibir a la luz de principios contables generalmente aceptados.</p>	Solvencia	Relación total activos frente a total pasivos	¿Cuál es la relación actual de activos frente a los pasivos de la organización? ¿Existe la solvencia adecuada?	Encuesta (Cuestionario).
	Estabilidad	Ritmo de crecimiento	¿El ritmo de crecimiento es congruente con los objetivos empresariales?	
	Productividad	Relación producción frente a recursos invertidos	¿Qué tanta es la eficiencia del costo de logística en la venta del GLP?	

Realizado por: BURY, Jessica

### 3.6 Recolección de datos

Del estudio se hará referencia a una variedad de métodos a fin de recopilar la mayor cantidad de datos sobre la realidad existente sobre la liquidez de los clientes, entre éstas optaremos por entrevistas, inspección de registros, observación. El Principal Método será la encuesta. Tomando en cuenta que cada una presenta ventajas y desventajas, pero complementarán una a otra y de ésta manera ayudarán a asegurar una investigación integral. Por otro lado al manejar datos sobre nuestros clientes, serán ellos mismos quienes nos facilitaran esta información a través de encuestas realizadas de manera personal, a nuestra muestra anteriormente calculada.

**Tabla 4. Plan de recolección de la información**

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Estudiar la eliminación del subsidio al GLP y su incidencia en la situación económica financiera
2. ¿De qué personas u objetos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 27 distribuidoras de GLP</li> </ul>
3. ¿Sobre qué aspectos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastos en subsidios</li> <li>• Consumo de GLP</li> <li>• Distribuidores de GLP</li> <li>• Relación total activos frente a total pasivos</li> <li>• Ritmo de crecimiento</li> <li>• Margen de eficiencia de productividad</li> </ul>
4. ¿Quién?	Jessica Bury
5. ¿Cuándo?	Segundo semestre de 2.014
6. ¿Dónde?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribuidoras de GLP</li> </ul>
7. ¿Cuántas veces?	1 vez

<b>8. ¿Qué técnicas de recolección?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>
<b>9. ¿Con qué?</b>	Cuestionario
<b>10. ¿En qué situación?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>

*Elaborado por: Bury, Jessica*

### **3.7 Procesamiento de la información**

La recolección de información primaria si bien es una fuente preferencial en ocasiones puede tener desfases por lo cual se ha planteado:

- Depurar los datos informativos en función de los objetivos prescritos.
- Tener herramientas de respaldo para sustentar el estudio en caso de no estar adecuadamente llevado el proceso

### **3.8 Análisis de los resultados**

- Crear una matriz de tabulación para las encuestas de manera que pueda estudiarse de una manera versátil la información
- Aplicando análisis de estadística descriptiva se crearán tablas descriptivas con frecuencias de datos.
- Establecer análisis e interpretación para cada tabla descriptiva con un respectivo gráfico de respaldo
- Finalmente con una tabla de contingencia se cruzarán preguntas relacionadas a las variables para comprobación de hipótesis.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1 Análisis e interpretación**

En el presente capítulo de forma individual las preguntas de la encuesta tendrán dos aspectos críticos: análisis e interpretación; el primero de ellos en función de los resultados obtenidos en las tablas estadísticas, mientras tanto el segundo explicará las razones por las cuales se dieron las respuestas y su relación con los objetivos planteados desde el inicio de la proceso investigativo.

La recolección de la información está basada en la cantidad de muestra producto de la estimación probabilística estratificada, además el proceso se lo planificó de manera tal que con preguntas objetivas se llegará a transmitir el mensaje al grupo focal.

El objeto de la investigación quedo muy claro para los encuestados, y supieron apreciar la importancia de desarrollar un proceso productivo de una manera más organizada, porque solamente teniendo un horizonte y una a seguirse, los anhelos de ésta gente emprendedora y luchadora podría cumplirse.

La composición de la herramienta de recolección informativa, se la diseño con palabras fáciles de entender y por supuesto con asesoría personalizada si se hacía necesario. Finalmente el tratamiento de la información se lo realizó tomando en cuenta la frecuencia absoluta, relativa y porcentual de las respuestas obtenidas para presentarlas de manera gráfica.

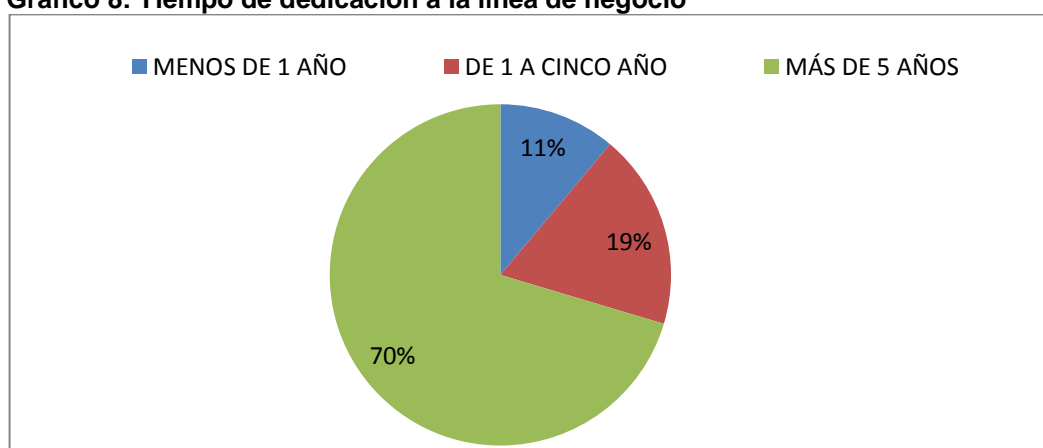
Pregunta 1. ¿Cuántos años se dedica a ésta(s) línea(s) de negocios

**Tabla 5: Tiempo de dedicación a la línea de negocio**

TIEMPO	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
MENOS DE 1 AÑO	3	11,11%
DE 1 A CINCO AÑO	5	18,52%
MÁS DE 5 AÑOS	19	70,37%
<b>Total general</b>	<b>27</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores de GLP; **Elaborado por:** BURY, Jessica

**Gráfico 8: Tiempo de dedicación a la línea de negocio**



**Fuente:** Ver Tabla 5; **Elaborado por:** BURY, Jessica

### **Análisis:**

Un 70% de los encuestados llevan a cabo la actividad por un periodo mayor a cinco años, así también 19% la ejercen ya de 1 a cinco años, y finalmente 11% de los distribuidores están dentro de éste mercado por menos de un año.

### **Interpretación:**

La experiencia dentro del desarrollo y crecimiento empresarial juega un rol sumamente importante, porque ayuda a la toma de decisiones más acertada al conocer las implicaciones de una medida en diferentes aspectos, y la mayor parte de los encuestados tienen al menos por el tiempo de vida de sus negocios bastante experiencia.



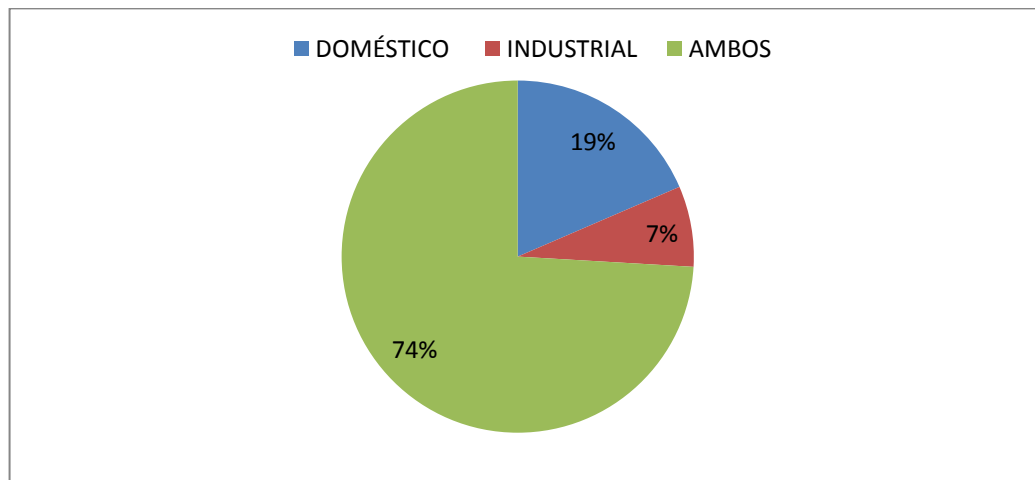
Pregunta 2. ¿Qué tipos de GLP distribuye?

**Tabla 6: GLP Comercializado**

GLP COMERCIALIZADO	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
INDUSTRIAL	2	7,41%
DOMÉSTICO	5	18,52%
AMBOS	20	74,07%
<b>Total general</b>	<b>27</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores de GLP; **Elaborado por:** BURY, Jessica

Gráfico 9: GLP Comercializado



**Fuente:** Ver Tabla 6; **Elaborado por:** BURY, Jessica

### **Análisis:**

La comercialización para un 74% de los distribuidores mayores de GLP es tanto en volumen para consumo doméstico e industrial, un 19% solamente vende el primero de ellos, mientras un 7% solo tiene una línea segmentada a consumo de industriales.

### **Interpretación:**

La segmentación que una organización adopta es muy importante porque de ella dependerán los ingresos y por ende los flujos de cajas, así quienes están segmentados a la comercialización en la línea doméstica tienen vinculación directamente con los consumidores y pueden ostentar un buen margen de utilidad por elevar precios, mientras que a la línea industrial obtienen rentabilidad por volumen más que por precios.

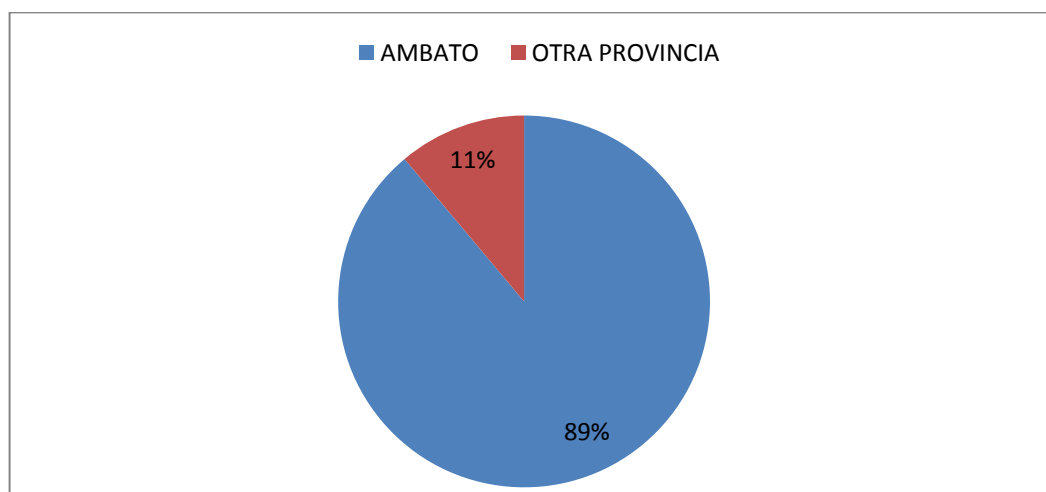
Pregunta 3. De qué lugar trae el GLP para comercializar

**Tabla 7: Procedencia del GLP**

Procedencia	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
AMBATO	24	88,89%
OTRA PROVINCIA	3	11,11%
<b>Total general</b>	<b>27</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores de GLP; **Elaborado por:** BURY, Jessica

Gráfico 10: Procedencia del GLP



**Fuente:** Ver Tabla 7; **Elaborado por:** BURY, Jessica

### **Análisis:**

Los canales de abastecimiento permiten que un 89% de distribuidores de GLP se aprovisionen de Ambato, un margen claramente de superioridad al restante 11% de negocios estudiados que traen sus productos de otras provincias.

### **Interpretación:**

El área logística de toda unidad empresarial juega un papel primordial en el establecimiento de canales de comercialización tanto el proceso aguas arriba con el abastecimiento de productos como lo que constituye aguas abajo con distribución.

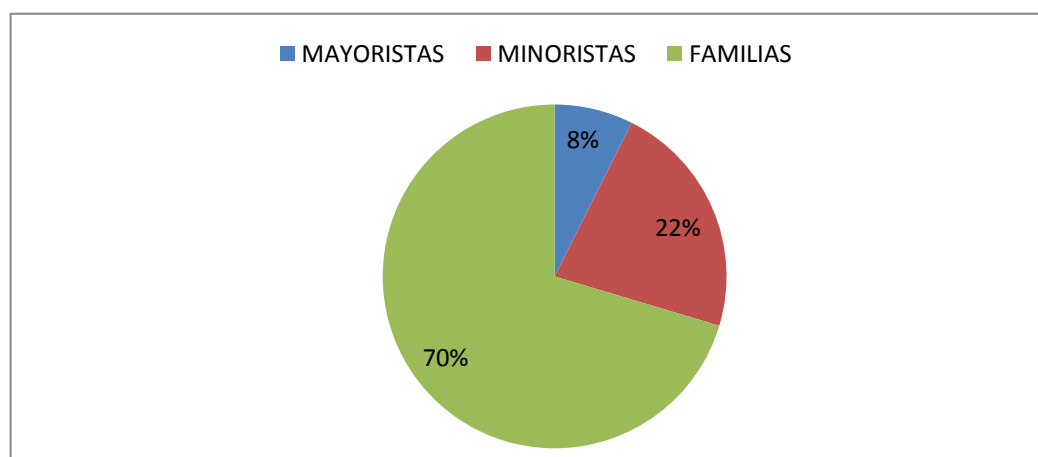
Pregunta 4. ¿Quiénes representan sus principales clientes?

**Tabla 8: Principal cliente**

Gráfico 11: Principal cliente

Principal cliente	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
MAYORISTAS	2	8%
MINORISTAS	6	22%
FAMILIAS	19	70%
<b>Total general</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores de GLP; **Elaborado por:** BURY, Jessica



**Fuente:** Ver Tabla 8; **Elaborado por:** BURY, Jessica

### **Análisis:**

El 70% de distribuidores de GLP, tienen direccionado su línea de comercialización hacia el segmento de familias, mientras que un 7% del global de población analizada tiene como principales clientes al grupo de minoristas, quienes tienen ésta segmentación representan el 22%, finalmente un 7% comercializa con mayoristas.

### **Interpretación:**

Las distribuidoras de GLP, con la finalidad de incrementar su rentabilidad aprovechan su fuerza de ventas, para vender sus productos a un precio referencial de mercado, evitando la minimización de ganancias que acarrearán los intermediarios.

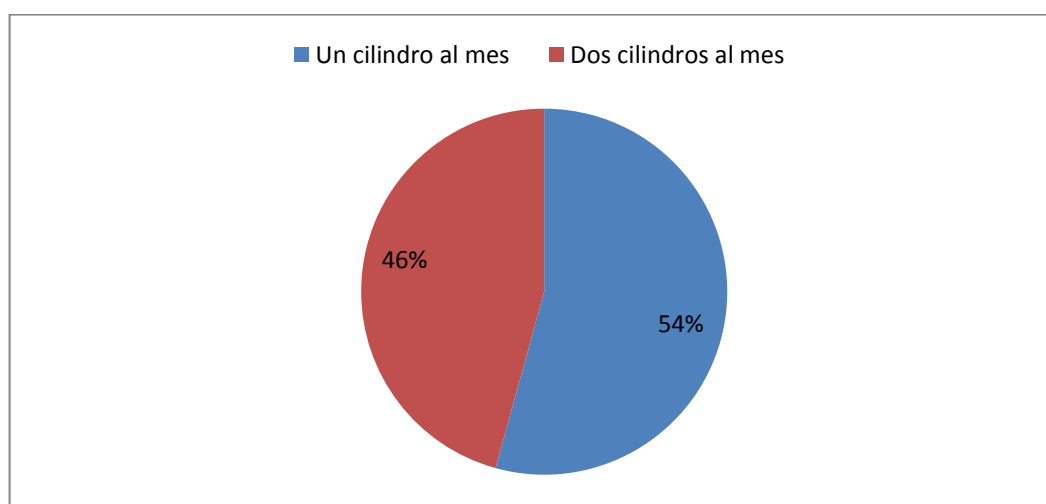
Pregunta 5. ¿Cuántos tanques de GLP distribuyen mayormente a una familia al mes?

**Tabla 9: Consumo mes por familia**

consumo mes por familia	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
Un cilindro al mes	19	54%
Dos cilindros al mes	16	46%
<b>Total general</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores de GLP; **Elaborado por:** BURY, Jessica

Gráfico 12: Consumo mes por familia



**Fuente:** Ver Tabla 9; **Elaborado por:** BURY, Jessica

### **Análisis:**

El 70% de distribuidores de GLP doméstico opina que el consumo promedio por vivienda de las distintas familias a quienes venden sus productos es de 1 cilindro al mes, mientras el 30% cree que éste consumo es de 2 cilindros mensuales.

### **Interpretación:**

La curva de demanda tiene una pendiente negativa bastante pronunciada en éste producto, es decir a menor precio buen consumo, también con una elasticidad precio de la demanda menor a 1, es decir es un producto inelástico, y con la medida de Gobierno, muy probablemente gane toda la demanda los productos sustitutos.

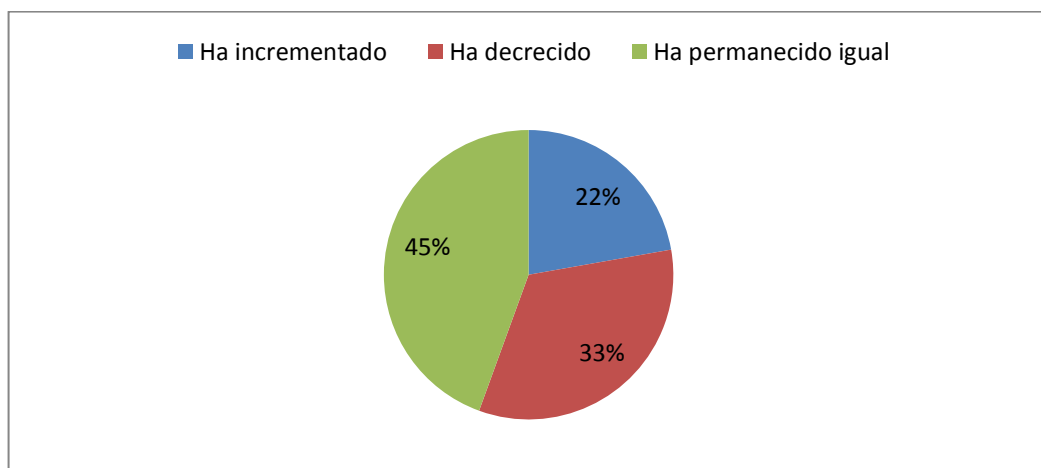
Pregunta 6. El nivel de ventas ha permanecido igual, ha decrecido o ha aumentado en el último semestre de actividades

**Tabla 10: Nivel de ventas**

Nivel de ventas	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
Ha incrementado	6	22%
Ha decrecido	9	33%
Ha permanecido igual	12	44%
<b>Total general</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores de GLP; **Elaborado por:** BURY, Jessica

Gráfico 13: Nivel de ventas



**Fuente:** Ver Tabla 10; **Elaborado por:** BURY, Jessica

### **Análisis:**

El nivel de ventas según un 44% de los encuestados ha permanecido dentro de los estándares de años anteriores, mientras un 33 % dice que han decrecido, y finalmente un 23% opina lo contrario que las ventas han incrementado.

### **Interpretación:**

El mercado opera por diversos factores, entre ellos las medidas políticas, y ésta al ser de carácter estructural afectará a la vida de todas las familias, sin embargo aún se está lejos de sentir los verdaderos impactos en la toma de decisión y costumbres de cada hogar.

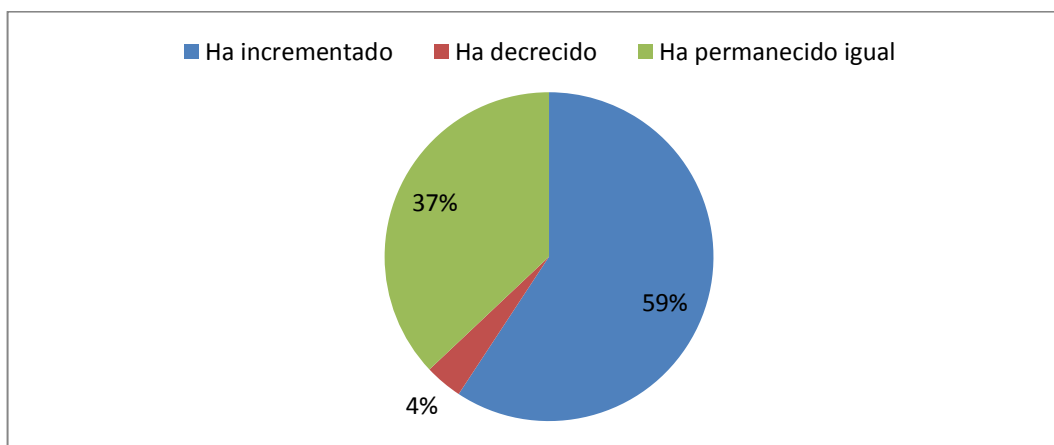
Pregunta 7. El nivel de inversión ha permanecido igual, ha decrecido o ha aumentado en el último semestre de actividades

**Tabla 11: Nivel de inversión**

Nivel de inversión	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
Ha incrementado	16	59%
Ha decrecido	1	4%
Ha permanecido igual	10	37%
<b>Total general</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores de GLP; **Elaborado por:** BURY, Jessica

Gráfico 14: Nivel de inversión



**Fuente:** Ver Tabla 11; **Elaborado por:** BURY, Jessica

### Análisis:

Los niveles de inversión han aumentado según un 59% de los distribuidores de GLP, aunque un 37% creen que esto no es verdad, sino han permanecido iguales, y un 4% dice que al contrario se viene dando un proceso de desinversión.

### Interpretación:

Es muy complejo entender la razón por la cual han invertido mayor capital que en años anteriores, esto puede deberse al mantenimiento de las actividades comerciales como tales, es decir a la inversión en las distintas áreas de la empresa.

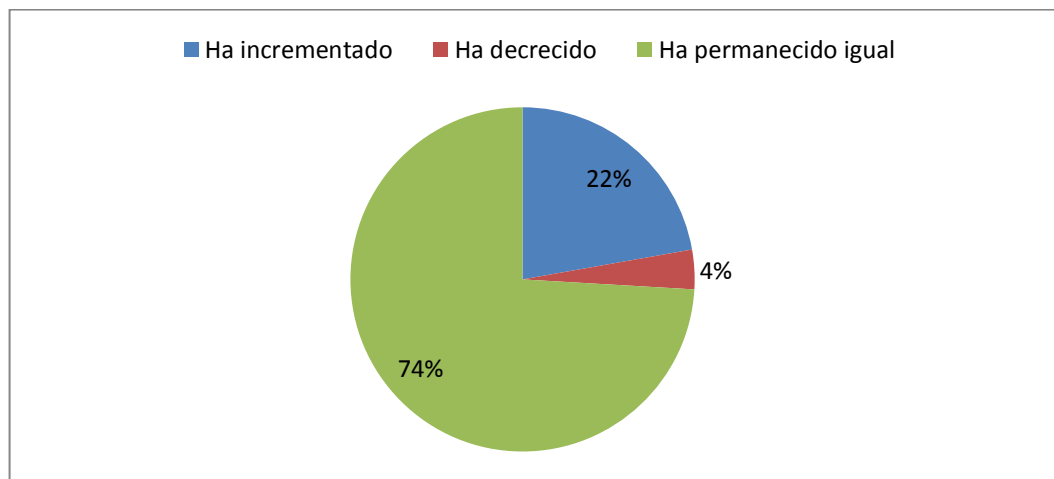
Pregunta 8. El nivel de liquidez ha permanecido igual, ha decrecido o ha aumentado en el último semestre de actividades

**Tabla 12: Nivel de liquidez**

Nivel de liquidez	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
Ha incrementado	6	22%
Ha decrecido	1	4%
Ha permanecido igual	20	74%
<b>Total general</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores de GLP; **Elaborado por:** BURY, Jessica

**Gráfico 15: Nivel de liquidez**



**Fuente:** Ver Tabla 12; **Elaborado por:** BURY, Jessica

**Análisis:**

El nivel de liquidez según el 74% de los encuestados permanece en estándares similares a los de años anteriores, en cambio un 22% expresa que ha aumentado y un 4% opinan que esto es todo lo opuesto que han disminuido.

**Interpretación:**

Si se relaciona ésta contestación con la de la pregunta anterior, puede hallarse una correlación, donde la liquidez existente se deba a una mayor inversión, y no precisamente a un incremento de ventas como sería lo deseable.

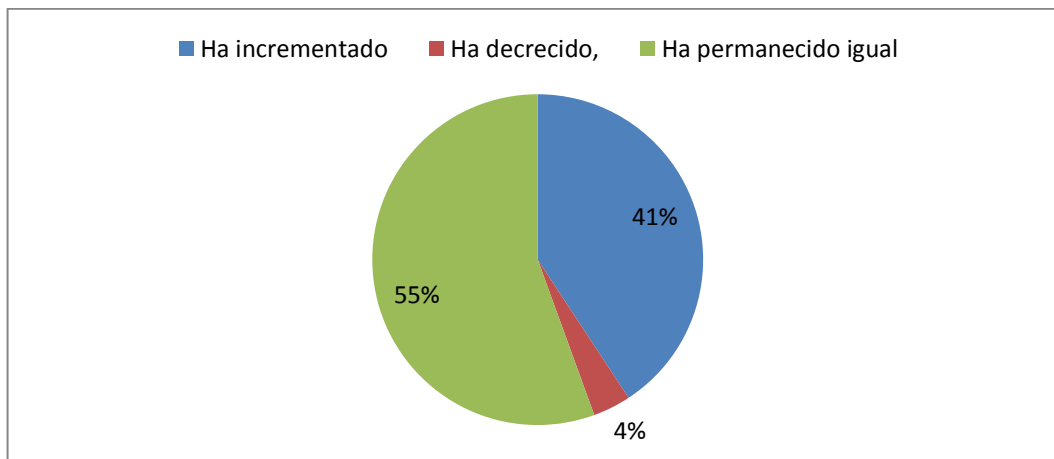
Pregunta 9. El nivel de solvencia ha permanecido igual, ha decrecido o ha aumentado en el último semestre de actividades

**Tabla 13: Nivel de solvencia**

Nivel de solvencia	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
Ha incrementado	11	41%
Ha decrecido,	1	4%
Ha permanecido igual	15	55%
<b>Total general</b>	<b>27</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores de GLP; **Elaborado por:** BURY, Jessica

Gráfico 16: Nivel de solvencia



**Fuente:** Ver Tabla 13; **Elaborado por:** BURY, Jessica

### **Análisis:**

La solvencia de las empresas observadas según un 56% ha permanecido en un nivel similar al que se ha venido viendo durante los últimos ejercicios contables, en tanto un 41% no está de acuerdo y manifiesta que han visto la consolidación de más activos, incrementando su solvencia.

### **Interpretación:**

Éste parámetro de contabilidad permite a los dueños de las empresas o negocios, saber en última instancia si tienen los recursos necesarios para efectivizar los pagos a todos sus pasivos, esto por la enajenación del activo.



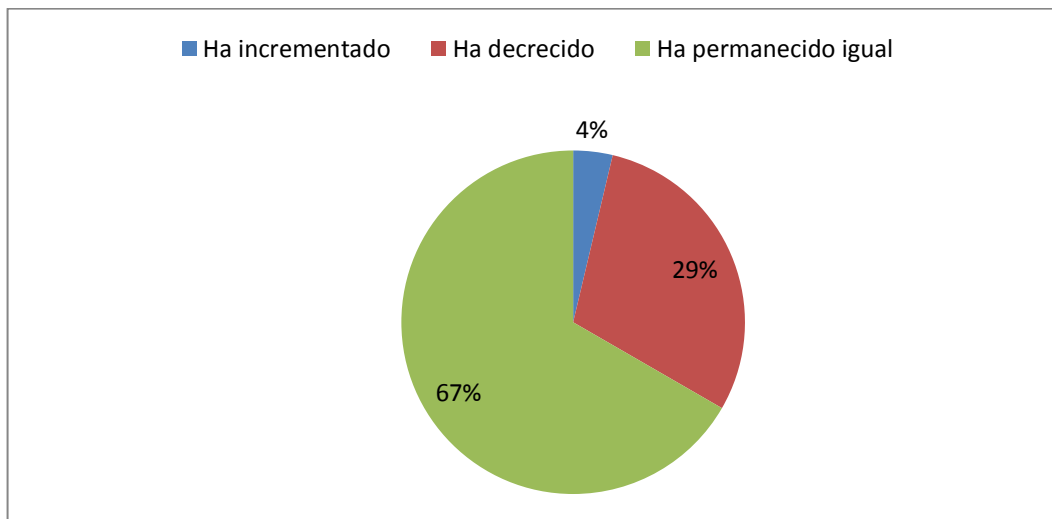
Pregunta 10. El nivel de empleados ha permanecido igual, ha decrecido o ha aumentado en el último semestre de actividades

**Tabla 14: Nivel de empleados**

Nivel de empleado	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
Ha incrementado	1	4%
Ha decrecido	8	29%
Ha permanecido igual	18	67%
<b>Total general</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores de GLP; **Elaborado por:** BURY, Jessica

**Gráfico 17: Nivel de empleados**



**Fuente:** Ver Tabla 14; **Elaborado por:** BURY, Jessica

### **Análisis:**

La cantidad de empleados de la empresa según el 67% de los encuestados no ha variado en relación al 2013, mientras que un 30% expresa que si han visto despidos progresivos, y finalmente un 3% de las empresas han contratado más personal.

### **Interpretación:**

Es importantísimo saber cuál es la tendencia de gestión empresarial a partir de las medidas ya conocidas, porque puede esto indicar que empresas ya ven otras opciones de líneas de negocio distintas, es decir hacia donde orientarán sus actividades futuras.

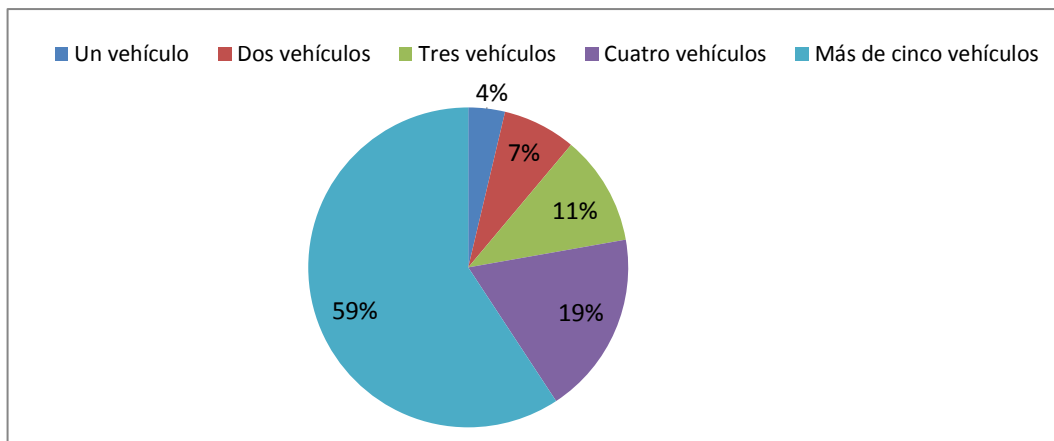
Pregunta 11. ¿Cuántos vehículos de distribución tiene en su empresa?

**Tabla 15: Vehículos para distribución**

Nivel de empleado	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
Un vehículo	1	4%
Dos vehículos	2	7%
Tres vehículos	3	11%
Cuatro vehículos	5	19%
Más de cinco vehículos	16	59%
<b>Total general</b>	<b>27</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores de GLP; **Elaborado por:** BURY, Jessica

Gráfico 18: Vehículos para distribución



**Fuente:** Ver Tabla 15; **Elaborado por:** BURY, Jessica

### **Análisis:**

El 59% de distribuidores de GLP tienen dentro de sus activos fijos más de cinco vehículos para la comercialización de sus productos, mientras que un 19% enumera a cuatro la cantidad de vehículos, y un 11% afirma tener 3 carros, estos son los más representativos.

### **Interpretación:**

Como anteriormente se constató la mayoría de distribuidores comercializan con las familias de Ambato sus productos, por tanto necesitan de una infraestructura bastante amplia, para así poder llegar a tiempo en las entregas, y causar el menor desagrado en el consumidor.

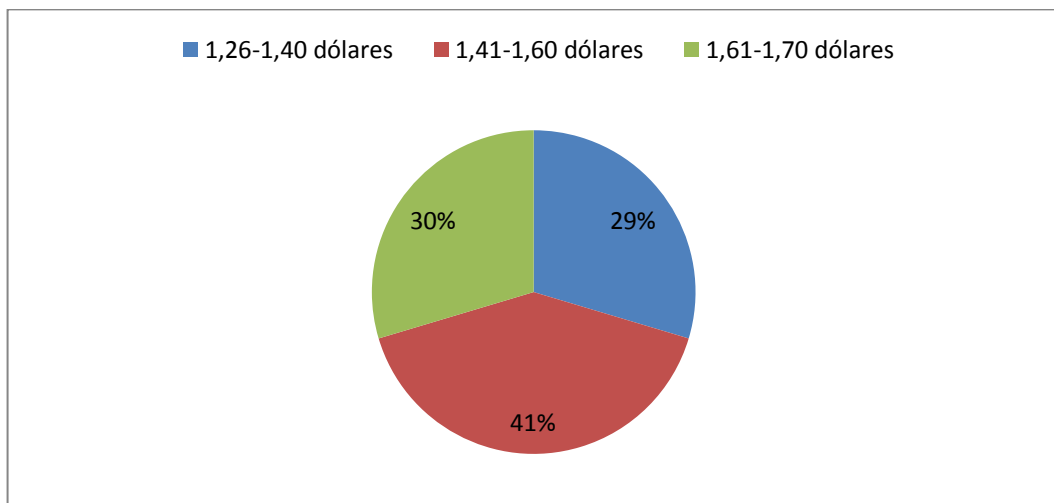
Pregunta 12. ¿Cuál fue el costo de ventas del producto en el último mes?

**Tabla 16: Costo unitario de GLP doméstico**

Costo de adquisición	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
1,26-1,40 dólares	8	30%
1,41-1,60 dólares	11	41%
1,61-1,70 dólares	8	30%
<b>Total general</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores de GLP; **Elaborado por:** BURY, Jessica

Gráfico 19: Costo unitario de GLP doméstico



**Fuente:** Ver Tabla 16; **Elaborado por:** BURY, Jessica

### **Análisis:**

El costo unitario, luego de haber cargado ciertas cuentas operacionales, especialmente las logísticas según el 85% de los encuestados bordea de \$1,41 a \$1,55, éste rango es el más relevante por tanto puede decirse que aquí se halla el costo más aproximado al real.

### **Interpretación:**

De la efectividad para administrar los costos logísticos, dependerán las utilidades a recibirse, no sí pues de gastos no operacionales como el pago de sueldos administrativos, porque ellos no influirán en el proceso de comercialización, es decir no lo agilizan para distribuir en menor tiempo.

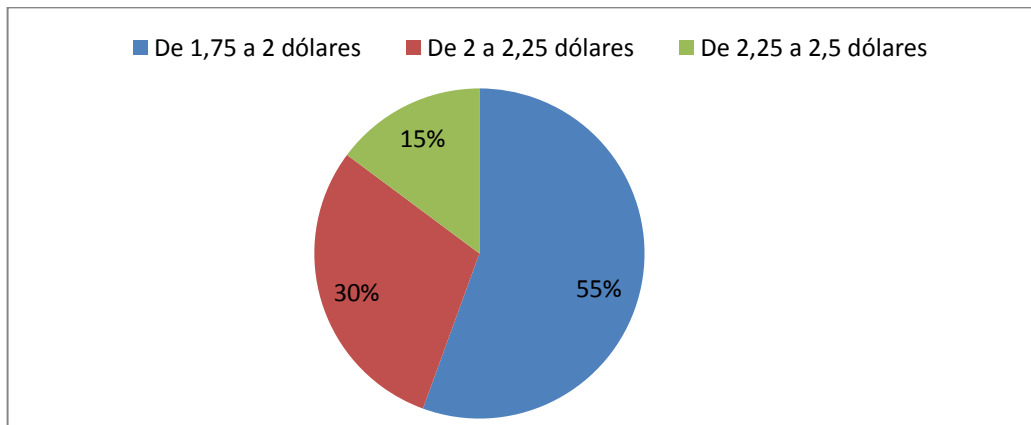
Pregunta 13. ¿Cuál es el precio unitario de venta de su producto?

**Tabla 17: Precio de venta al público de GLP doméstico**

Precio de venta	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
De 1,75 a 2 dólares	15	56%
De 2 a 2,25 dólares	8	30%
De 2,25 a 2,5 dólares	4	15%
<b>Total general</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores de GLP; **Elaborado por:** BURY, Jessica

Gráfico 20: Precio de venta al público de GLP doméstico



**Fuente:** Ver Tabla 17; **Elaborado por:** BURY, Jessica

### **Análisis:**

Un 37% de los distribuidores tiene un precio de venta al público ubicado en un rango de \$1,46 a \$1,75, mientras que el mismo porcentaje vende sus productos a un precio que supera los \$2,05, y finalmente un 26% lo comercializa entre \$1,76 a \$2,05.

### **Interpretación:**

En mercados tan homogéneos donde es muy complicado competir ya sea por precio o calidad de productos, la ventaja competitiva es obtenida a través de la diferenciación, es decir del valor agregado que la empresa ofrece a sus clientes y consumidores, así como también de la atención especializada en satisfacer una necesidad existente con quienes se

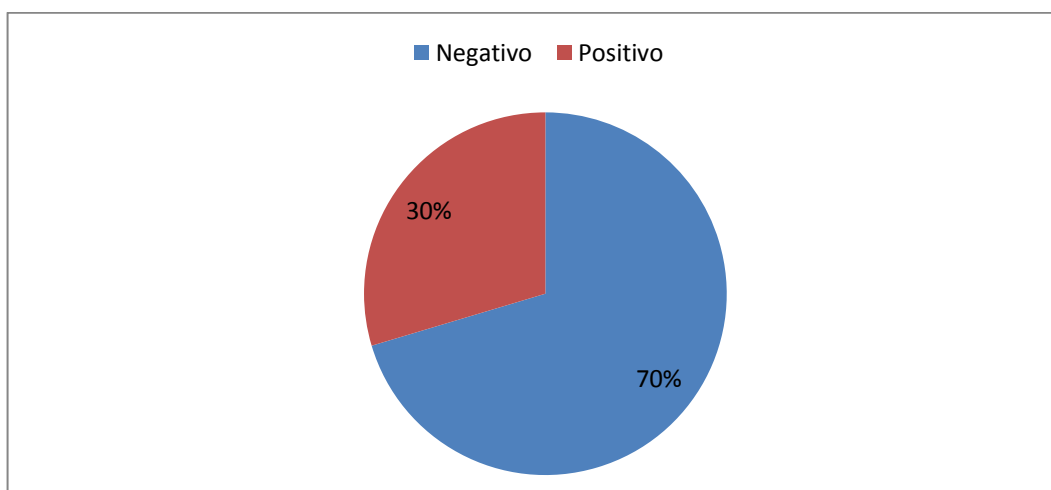
comercializa. De qué manera creen que la eliminación del subsidio al GLP incida en la economía de los ecuatorianos

**Tabla 18: Incidencia de la medida en la economía**

Impacto en la economía	frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Negativo	19	70,37%
Positivo	8	29,63%
<b>Total general</b>	<b>27</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores de GLP; **Elaborado por:** BURY, Jessica

Gráfico 21: Incidencia de la medida en la economía



**Fuente:** Ver Tabla 18; **Elaborado por:** BURY, Jessica

### **Análisis:**

La eliminación al subsidio al GLP, según un 70% de los distribuidores tendrá un impacto negativo en la economía de las familias ecuatorianas, mientras que un 30% opina que el impacto será positivo beneficiando a la economía de los hogares.

### **Interpretación:**

Aunque es difícil pronosticar una situación futura, lo que puede afirmarse en realidad únicamente es que la economía ecuatoriana tendrá cambios radicales de estructura, reflejada en la Balanza de Pagos, con márgenes positivos.

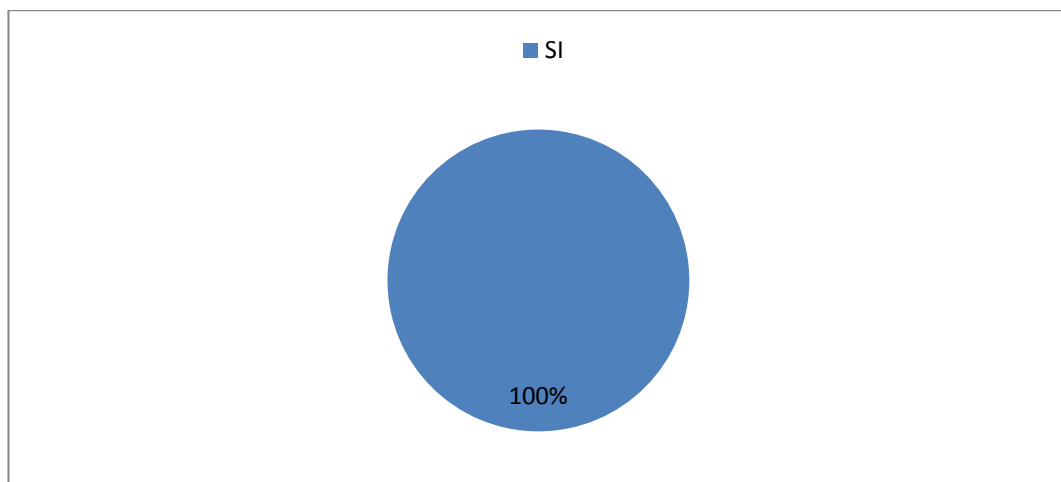
Pregunta 14. ¿Cree que se perjudicará su situación económica financiera de las empresas con la implementación de cocinas a inducción?

**Tabla 19: Percepción de situación financiera perjudicial a futuro**

Afectación negativa empresarial	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
SI	27	100%
NO	0	0%
<b>Total general</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores de GLP; **Elaborado por:** BURY, Jessica

Gráfico 22: Percepción de situación financiera perjudicial a futuro



**Fuente:** Ver Tabla 19; **Elaborado por:** BURY, Jessica

### **Análisis:**

Existe una uniformidad de criterios, representada por el 100% de los distribuidores, en cuanto a la percepción futura de la situación financiera de cada negocio, esperando resultados desfavorables en los indicadores económicos y financieros.

### **Interpretación:**

Por supuesto los distribuidores son uno de los grupos de mayor impacto por la medida, porque los precios se multiplicarán, tanto así que estarían por fuera del poder adquisitivo ecuatoriano para muchas familias, entonces tanto la demanda baja debido a la Ley de Mercado, al sustituir las cocinas de gas por las de inducción.

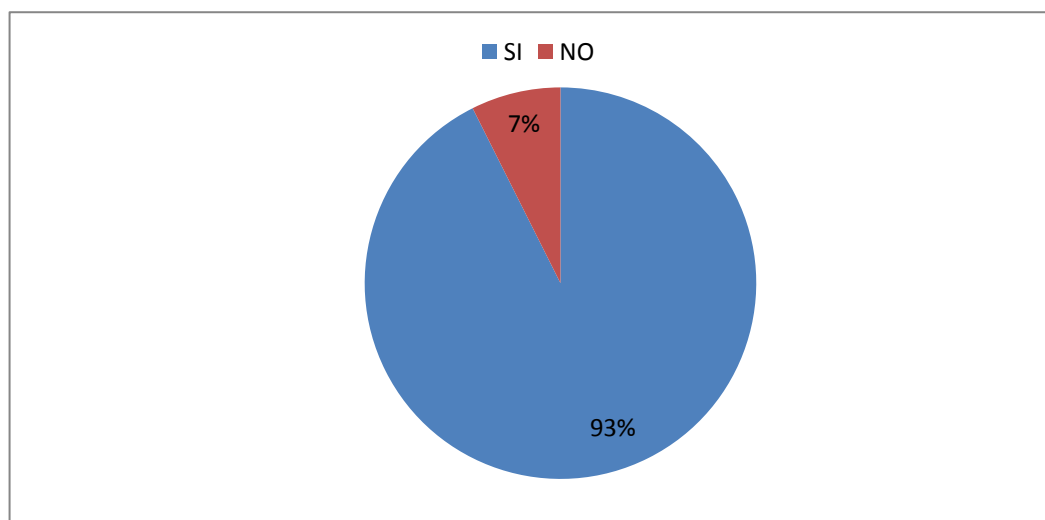
Pregunta 15. ¿Piensa que es necesario realizar una planificación económica-estratégica para sostener su actividad comercial?

**Tabla 20: Necesidad de planificación económica-estratégica**

Necesidad de planificar	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
SI	25	92,59%
NO	2	7,41%
<b>Total general</b>	<b>27</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores de GLP; **Elaborado por:** BURY, Jessica

Gráfico 23: Necesidad de planificación económica-estratégica



**Fuente:** Ver Tabla 20; **Elaborado por:** BURY, Jessica

### **Análisis:**

La planificación económica-estratégica, la ven muy necesaria un 93% de los encuestados, solamente un 7% no cree que sea muy importante hacerlo, lo que sí está muy claro es que la óptica orienta a pensar desde ya en alternativas para apalejar efectos adversos de la disposición.

### **Interpretación:**

Una toma de decisión adecuada y oportuna puede evitar el cierre de negocios, con el trazo de nuevos lineamientos, que pueden hasta determinar el cierre de la línea de negocio pero una inversión en un mercado creciente, representando una buena oportunidad para los empresarios hacer éste planificación propuesta.

## 4.2 Verificación de la hipótesis

### 4.2.1 Formulación de hipótesis

$H_0$ : La eliminación del subsidio al gas **NO INCIDE** en la rentabilidad financiera de los distribuidores de GLP en Ambato

$H_1$ : La eliminación del subsidio al gas **INCIDE** en la rentabilidad financiera de los distribuidores de GLP en Ambato

### 4.2.2 Modelo Matemático

$H_0 = H_1$

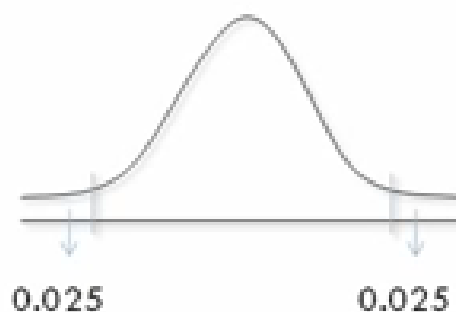
$H_0 \neq H_1$

### 4.2.3 Nivel de Significación

Para comprobación de la hipótesis se selecciona un nivel de significación del 5%, ( $\alpha=0,05$ ).

La región de rechazo se divide en dos colas de distribución. Por lo que se divide el 0,05 en dos partes iguales de 0,025 cada una.

Gráfico 24: Región de rechazo



Realizado por: BURY, Jessica (2.014)

### 4.2.4 Selección del estimador

La hipótesis se comprobará por medio de la distribución t y el estadístico de prueba T Student puesto que el tamaño de la muestra es menor a 30.



Se aplica la siguiente fórmula:

$$t = \frac{\bar{x} - \mu}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

Donde:

t : prueba T

$\bar{x}$  : media muestral

$\mu$ : media poblacional

s: desviación estándar

n: tamaño de la muestra

#### **4.2.5 Región de Aceptación y Rechazo**

Para determinar la región de aceptación y rechazo se calcula los grados de libertad:

El estadístico de prueba t sigue una distribución t que tiene n-1 grados de libertad.

n= 27

$$gl = n - 1$$

$$gl = 27 - 1$$

$$gl = 26$$

## Preguntas para la comprobación

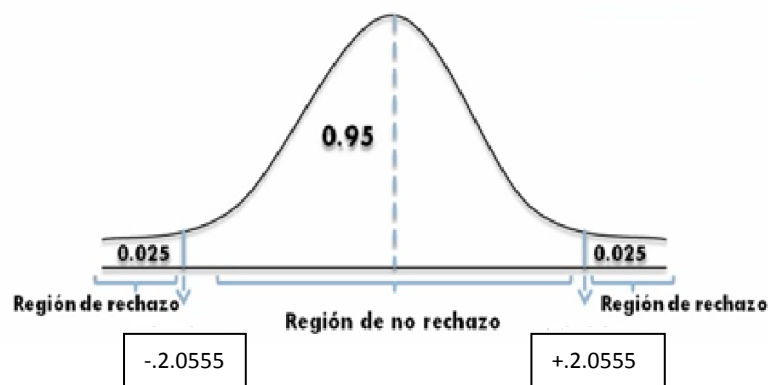
**Pregunta 6.** El nivel de ventas ha permanecido igual, ha decrecido o ha aumentado en el último semestre de actividades (rentabilidad)

**Pregunta 15.** ¿Cree que se perjudicará su situación económica financiera con la implementación de cocinas a inducción? (subsidio al glp)

Según la tabla T-student obtenemos que el valor crítico de prueba es - 2.0555 y +2.0555

A continuación determinamos los valores críticos que dividen las zonas de rechazo y no rechazo:

**Gráfico 25: Comprobación de hipótesis**



Análisis: BURY, Jessica

La región de rechazo es  $t < - 2.055$  o  $t > +2.0555$

La región de no rechazo es  $- 2.055 < t < +2.0555$

### **Cálculo del valor estadístico de prueba.**

$t_{\text{Obtenido}}$  = Cálculo a partir de los datos de la muestra.

$t_{\text{Crítico}}$  = Valor de tabla con  $n-1$  grados de libertad

**Tabla 21: Resultados de la tabulación**

No. de pregunta	Respuestas que <b>SI</b> verifican la hipótesis	Respuestas que <b>NO</b> verifican la hipótesis	Porcentajes de respuestas que <b>SI</b> verifican la hipótesis	Porcentajes de respuestas que <b>NO</b> verifican la hipótesis
1	0	27	0%	100%
2	0	27	0%	100%
3	0	27	0%	100%
4	0	27	0%	100%
5	27	0	100%	0%
6	9	18	33%	66%
7	16	11	59%	41%
8	6	21	22%	78%
9	16	11	60%	40%
10	8	19	30%	70%
11	0	27	0%	100%
12	23	4	85%	15%
13	20	7	74%	26%
14	19	8	70%	30%
15	27	0	100%	0%
16	25	2	93%	9%
<b>Totales /Promedios</b>	196	236	45%	55%
<b>Población</b>	27			

Análisis: BURY, Jessica

**Tabla 22: Resultados que respaldan la hipótesis nula y alternativa**

No. de pregunta	Descriptor (x)	Hipótesis nula	Hipótesis alternativa	$(X - \bar{X}_1)^2$
1	0	100%	0%	150,06
2	0	100%	0%	150,06
3	0	100%	0%	150,06
4	0	100%	0%	150,06
5	27	0%	100%	217,56
6	9	66%	33%	10,56
7	16	41%	59%	14,06
8	6	78%	22%	39,06
9	16	40%	60%	14,06
10	8	70%	30%	18,06
11	0	100%	0%	150,06
12	23	15%	85%	115,56
13	20	26%	74%	60,06
14	19	30%	70%	45,56
15	27	0%	100%	217,56
16	25	9%	93%	162,56
$\Sigma$	196			1665,00
Población (n)	27			

Análisis: BURY, Jessica

$$\bar{X}_1 = \frac{\Sigma X}{no.pregunta} = 196/16 = 12,25$$

$$S = \sqrt{\frac{\Sigma (X - \bar{X}_1)^2}{n-1}} \quad S = \sqrt{\frac{1665}{27-1}} \quad S = 8$$

$$\mu = 27$$

$$n = 27$$

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \mu}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

$$t = \frac{12,25 - 27}{\frac{8}{\sqrt{27}}}$$

$$t = -9,58$$

### DECISIÓN

Si  $|t_{\text{Obtenido}}| \geq |t_{\text{Crítico}}|$ , entonces se **rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ )**; y por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna  $H_1$ .

Teniendo que la región de no rechazo es  $-2,0555 < t < +2,0555$  y conociendo que  $t = -9,58$ ; por ello se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y se acepta la alterna, determinando que: “La eliminación del subsidio al gas **INCIDE** en la rentabilidad financiera de los distribuidores de GLP en Ambato”.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- La eliminación al subsidio al gas licuado de petróleo tiene incidencia en la situación económica-financiera de los principales distribuidores en la ciudad de Ambato, todo ello comprobado con la aplicación del estimador “t de Student”,
- Una percepción bastante negativa estiman un 70% de los distribuidores de GLP sucederá con la eliminación del subsidio al gas, tomando en cuenta que actualmente las familias consumen al mes mínimo 1 cilindro.
- El panorama esperado para la situación económica-financiera es muy desalentador, tanto que si bien los índices de solvencia y ventas desde agosto de 2.013 permanecen en los mismos niveles que en 2.012, ya los de liquidez tienen ciertas dificultades, debido al impacto social de la medida en los distribuidores, quienes optaron por transformar el activo líquido en fijo.
- El mercado atendido corresponde principalmente a familias, más que a mayoristas y minoristas, al menos ésta particularidad se cumple en un 70% de los distribuidores, por tanto la planificación deberá ir orientada a satisfacer las necesidades de éste segmento de mercado.
- Ante una eventual crisis financiera económica no existe como alternativa un plan de negocios que reconvierta las actividades comerciales de ALMOGAS Ltda., de la ciudad de Ambato Cía. Ltda.

## 5.2 Recomendaciones

- Se recomienda tomar acciones para mitigar los efectos que la eliminación al subsidio al gas licuado de petróleo tendría sobre la situación económica-financiera de los principales distribuidores en la ciudad de Ambato.
- Es importante buscar nuevas fuentes de ingreso que apalanquen la pérdida de rentas de un aproximadamente 70% de los distribuidores de GLP que sucederá con la eliminación del subsidio al gas, tomando en cuenta que actualmente las familias consumen al mes mínimo 1 cilindro.
- La segmentación de mercado es sumamente importante delimitarla adecuadamente para así tener clientes fijos, partiendo de satisfacer las necesidades de éste segmento de mercado.
- Utilizar varios de los recursos actualmente disponibles para reconvertir las actividades y así no incurrir en mayores costos de inversión.
- Desarrollar de un plan de negocios que reconvierta las actividades comerciales de ALMOGAS Ltda., de la ciudad de Ambato Cía. Ltda.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1 Datos Informativos**

##### **6.1.1 Título**

Desarrollo de un proyecto que reconvierta las actividades comerciales de ALMOGAS Ltda., de la ciudad de Ambato Cía. Ltda.

##### **6.1.2 Organización ejecutora**

ALMOGAS LTDA.

##### **6.1.3 Beneficiarios**

Personal administrativo de ALMOGAS LTDA.

##### **6.1.4 Ubicación**

Ambato, Juan Benigno Vela y Mariano Eguez

##### **6.1.5 Tiempo estimado para la ejecución**

Seis meses

##### **6.1.6 Equipo técnico responsable**

Alta gerencia

### 6.1.7 Costos

Al costo aproximado que llevaría implementar la propuesta está conformado por el valor correspondiente a servicios profesionales del Economista, guiando y realizando los análisis correspondientes y la posterior difusión de los respectivos programas, detallados a continuación:

**Tabla 23: Costo para implementar la propuesta**

ID	DESCRIPTOR	UNIDAD	CANTIDAD	CU	COSTO TOTAL
1	Levantamiento de encuestas	ENCUESTA	250	\$ 0,80	\$ 200,00
2	Honorarios Economista	HORA	250	\$ 8,00	\$ 2.000,00
3	Talleres grupales	GLOBAL	150	\$ 1,00	\$ 150,00
4	Difusión a colaboradores	GLOBAL	150	\$ 1,00	\$ 150,00
					\$ 2.500,00

Elaborado por: BURY, Jessica

### 6.2 Antecedentes de la propuesta

La investigación permitió conocer que la eliminación al subsidio al gas licuado de petróleo tiene incidencia en la situación económica-financiera de los principales distribuidores en la ciudad de Ambato, todo ello comprobado con la aplicación del estimador “T de Student”, cumpliendo así el objetivo general investigativo.

Además existe una percepción bastante negativa, según expresan un 70% de los distribuidores de GLP sucederá con la eliminación del subsidio al gas, tomando en cuenta que actualmente las familias consumen al mes mínimo 1 cilindro.

Así mismo el panorama esperado para la situación económica-financiera, y en particular de ALMOGAS es muy desalentador, de acuerdo a lo que expresó el 100% de la muestra, tanto que si bien los índices de solvencia y ventas desde agosto de 2.013 permanecen en los mismos niveles que en 2.012, ya los de liquidez tienen ciertas dificultades, debido al impacto social de la medida en los distribuidores, quienes optaron por transformar el activo líquido en fijo.



En tanto el mercado atendido corresponde principalmente a familias, más que a mayoristas y minoristas, al menos ésta particularidad se cumple en un 70% de los distribuidores, por tanto la planificación deberá ir orientada a satisfacer las necesidades de éste segmento de mercado, demostrando tener una estructura organizacional bastante consolidada, gracias al largo tiempo en el mercado, contando con un patrimonio muy solvente.

### **6.3 Justificación**

Ante la elevada incertidumbre existente sobre el panorama futuro económico/financiero de las principales distribuidoras de gas licuado de petróleo (GLP), en Ambato y Ecuador, nace la creciente preocupación e interrogante, cuestionando y exigiendo soluciones anticipadas, para poder hacer frente a situaciones difíciles, tomando así decisiones acertadas a tiempo, minimizando los posibles efectos negativos.

Por tanta exigencia impuesta por las medidas gubernamentales, y en sí por factores propios de la globalización, se hace imperioso en la etapa de pre inversión, desarrollar una planificación integral, la cual parta desde la mentalización oportuna, articulando paralelamente los estudios técnicos y administrativos, con los análisis de mercado, para generar un producto idóneo a consumir.

Dentro de los componentes del análisis de mercado se halla la conformación de estrategias competitivas, con el propósito de potenciar las fortalezas/ ventajas de la organización, mientras simultáneamente éstas atenúan las debilidades/amenazas, esto logrado con la aplicación de herramientas concernientes a Gerencia Estratégica, prácticamente disminuyendo un riesgo de pérdida de competitividad.

Finalmente el componente de planeación económica provee una metodología comúnmente entendible, cuyo pilar y piedra angular de ejecución, es el presupuesto programado, de donde las actividades

nacen, desarrollan y se evalúan, por medio de la aplicación de indicadores apropiados y efectivos.

## **6.4 Objetivos**

### **6.4.1 Objetivo General**

Desarrollar un plan de negocios para reconvertir las actividades comerciales de ALMOGAS Ltda., de la ciudad de Ambato Cía. Ltda.

### **6.4.2 Objetivos Específicos**

- Determinar qué tipos de activos de los inventarios de ALMOGAS son reconvertibles para darle uso en una nueva actividad comercial.
- Realizar un estudio de mercado para segmentar y dimensionar el posible mercado hacia donde estarán re direccionadas las actividades comerciales de ALMOGAS Ltda.
- Establecer la estructura organizacional de ALMOGAS Ltda., para cumplir sus nuevas actividades comerciales.
- Proyectar el flujo de caja y analizar la viabilidad financiera del plan de negocios en un periodo de cinco años.

## **6.5 Análisis de Factibilidad**

### **6.5.1 Factibilidad política**

El proyecto planteado no atenta contra el sistema político regente en Ecuador, la economía del siglo XXI, por el contrario se alimenta de sus principios de libre mercado, donde la monopolización de mercados intenta ser detenida y opacada, dando libre ejercicio a la libertad de empresa y actividades laborales por ende.

### **6.5.2 Factibilidad tecnológica**

La planificación requiere de equipos de cómputo disponibles por la empresa, dada su naturaleza no exige de mayores requerimientos para

un adecuado análisis e implementación, siendo factible desde éste enfoque.

### **6.5.3 Factibilidad técnica**

Una vez hechos todos los estudios de carácter técnico, se ha procedido a determinar que la propuesta de solución a la problemática descrita, tiene total viabilidad, siendo altamente probable una ocurrencia exitosa, sin ningún inconveniente.

### **6.5.4 Factibilidad económica - financiera**

Existen los recursos suficientes monetarios en ALMOGAS Ltda., como para ejecutar la Planificación sin mayor inconveniente, y se tiene el visto bueno para proseguir con éste proyecto que es de gran interés para la Gerencia.

### **6.5.5 Factibilidad ambiental**

De ninguna manera con el proyecto presente se pone en riesgo al ecosistema o ambiente como tal, así se supera otra de las factibilidades necesarias para dar viabilidad al desarrollo normal y según lo programado en un inicio.

### **6.5.6 Factibilidad legal**

Se cumplen todas las normativas legales determinadas por los diferentes organismos descentralizados como Municipios, Consejos Provinciales y Gobierno Central, entonces existe factibilidad desde el punto de vista constitucional y sus respectivas leyes derivadas.

### **6.5.7 Factibilidad socio cultural**

El proyecto mentalizado y propuesto no trasgrede los derechos universales del ser humano como tal, siendo así la factibilidad socio/cultural está plenamente adquirida, sin ningún hecho que impida el desarrollo de los componentes de éste estudio.

## **6.6 Fundamentación científico técnica**

### **6.6.1 Plan de negocios**

Según Franklin Alava (2011) en su libro Diseño Organizacional, argumenta sobre la importancia de tener fijado con claridad los objetivos empresariales, porque para llegar a ellos se hace necesario, seleccionar las herramientas y estrategias, determinando acciones concretas para los distintos departamentos.

Al mencionar la urgencia de enfocar el plan de negocios en los objetivos de la empresa, viene dado porque de acuerdo al propósito deseable, podrá saberse el método adecuado, porque la interrelación de las variables como el tiempo en el cual se espera verse los resultados, debe ser razonable, así también deben ser espaciales, es decir en una zona delimitada de acción, como medibles, porque lo que no se mide, no evalúa y lo que no se evalúa, no se corrige.

MAPCAL (1997), desarrolla un modelo interesante de operación en un plan de negocios, el cual inicia con el establecimiento de la visión, para luego pasar a un diagnóstico situacional, es decir, conocer con qué se cuenta y en qué condiciones frente a los competidores se halla, ya pasada ésta fase se declara la misión, es decir la razón de ser de la organización, y se formula un abanico de opciones o alternativas estratégicas, para posteriormente seleccionar la más idónea, y fijar un plan de acción con responsables, delimitaciones temporales, e indicadores de verificación.

Además también se planea desarrollar paralelamente un estudio de mercado, cuyo preámbulo forma parte del diagnóstico, seguidamente enlazado con un análisis de demanda y oferta tal como lo explica la CFN, diseñando el tamaño de la organización futura, y estimando la viabilidad financiera que asegure la sustentabilidad y sostenibilidad de las labores.

(GOMEZ, 1944), p. 17-18. Establece que el plan estratégico es un documento formal en el que se intenta plasmar, por parte de los responsables de una compañía (directivos, gerentes, empresarios...) cual será la estrategia de la misma durante un período de tiempo, generalmente de 3 a 5 años.

El plan estratégico es cualitativo: establece los objetivos y la visión que debe alcanzar la compañía, describe el modo de conseguirlas, perfilando la estrategia a seguir, además indica los plazos de los que dispone la compañía para alcanzar lo planteado.

La planificación estratégica constituye un sistema gerencial que desplaza el énfasis en el "qué lograr" (objetivos) al "qué hacer" (estrategias). Con la planificación estratégica se busca concentrarse en aquellos objetivos factibles de lograr y en qué negocio o área competir, en correspondencia con las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno.

La esencia de la planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, los cuales combinados con otros datos importantes proporcionan la base para que una empresa tome mejores decisiones en el presente para explotar las oportunidades y evitar los peligros.

## **PASOS PARA LA PLANEACIÓN**

Según los enfoques (Harold, 1987) y de Stephen P. (Robbins, 1994), se puede deducir los siguientes pasos en el proceso de planeación:

- *El primer paso* para realizar el proceso de planeación es la identificación de la misión, de los objetivos, de las metas y de las estrategias actuales de la organización.

- *Análisis de los resultados.* Una vez definido lo que la empresa ha venido haciendo se procede a realizar un análisis de los resultados obtenidos hasta el momento, ya que así se puede identificar los problemas que existen dentro de la empresa.
- *El tercer paso* a realizar es la identificación de los recursos que la organización dispone ya que toda la organización está limitada por los recursos y habilidades, lo que se debe conocer es con que se cuenta para enfrentar a los problemas.
- *Revalorización de los objetivos y metas de la organización.* Con base a los problemas detectados y a los recursos disponibles, la administración reevaluará los objetivos y estrategias para ver si necesitan alguna modificación para el logro de la misión institucional. Una vez redefinidos los objetivos y metas o si éstos no necesitan cambios se prosigue a realizar la formulación de estrategias.
- *Formulación de estrategias.* Una vez precisados los problemas y las metas, el siguiente paso consiste en diseñar un procedimiento para encontrar posibles soluciones o caminos que la organización pueda seguir para obtener resultados favorables.
- *Elección e implementación de estrategias.* Dado que puede existir diversas estrategias el paso siguiente es escoger la o las mejores estrategias. Esta selección se la realiza mediante la formulación de escenarios previos y con los resultados se procede a la implementación de las estrategias.
- *Procedimientos de control.* A medida que las acciones tomadas se realizan es conveniente un control periódico para evaluar los resultados obtenidos y para corregir el rumbo en caso de existir desviaciones imprevistas.

## 6.1 Modelo operativo

FASE	DESCRIPTOR	COMPONENTE	RESULTADO
1	<b>Diagnóstico de la situación actual de la Empresa</b>	Estudiar el escenario actual de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis financiero de la empresa</li> <li>• Análisis de reconversión de activos</li> </ul>
2	<b>Análisis estratégico</b>	Dar nueva funcionalidad a activos existentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación de los factores internos y externos</li> <li>• Evaluación de los factores internos y externos</li> <li>• Generación de estrategias</li> <li>• Selección de estrategias</li> <li>• Establecimiento de la visión</li> <li>• Desarrollo de la misión</li> <li>• Especificación de objetivos</li> </ul>
3	<b>Estudio de mercado</b>	Estudio interno-externo de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño del producto</li> <li>• Determinación de la demanda</li> <li>• Análisis de la oferta</li> </ul>

4			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tamaño de la industria</li> </ul>
	<b>Estudio técnico</b>	Establecer el lugar apropiado de ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Macro y micro localización</li> </ul>
5	<b>Estudio administrativo</b>	Determinar cómo estará organizada la Empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organigrama funcional</li> </ul>
6	<b>Análisis financiero</b>	Determinar viabilidad financiera nuevo proyecto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estimación de ingresos</li> <li>• Estimación de costos y gastos</li> </ul>

Fuente: Tom Lambert



### **6.7.1 Fase 1: Diagnóstico de la situación actual de la Empresa**

#### **6.7.1.1 Análisis financiero de la situación actual de la empresa**

Lo esencial del análisis se encuentra, en determinar cuántos de las familias de la ciudad de Ambato tienen la intencionalidad de cambiar el uso de las cocinas de GLP por las de inducción, entonces aplicando un estudio de mercado a 381 representantes de hogares, en donde se supo que un 78%, está con éstos planes a futuro, mientras el 22% no le interesa hacerlo, por lo tanto a futuro un porcentaje similar serían clientes permanente de ALMOGAS, en caso de seguir prestando los servicios de comercialización de éste producto.

**Tabla 24: Posibilidad de cambio de GLP a Cocina de Inducción**

<b>Cambio de cilindro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Si	283	78%
No	82	22%
Total	365	100%

Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

En función de la cantidad de personas que contestaron estar dispuestos a cambiar su sistema de cocción a inducción, posteriormente se les interrogó, el plazo al que lo tenían pensado hacerlo, teniendo como respuesta, que la mayoría de ellos lo hará desde el año siguiente, y en escala gradual hasta llegar a un 18% en el 2.017, y más porque allí se termina el plazo del Gobierno para hacerlo con planes de financiamiento, que por deseo propiamente.

**Tabla 25: Re cambio de cilindro anual**

<b>Año de cambio</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
2.015	121	42%
2.016	112	40%
2.017	50	18%
Total	283	100%

Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

Tomando en cuenta tanto el porcentaje que no iban a cambiar el uso del cilindro de gas, y el porcentaje de progresividad con que lo harían

anualmente, se estima la cantidad potencial de usuarios, y se presenta los parámetros adicionalmente de precio unitario de venta del GLP y el consumo mensual:

**Tabla 26: Proyección de clientes a 2.017 de manera anual**

<b>Variable</b>	<b>Valor</b>
Precio de Venta del GLP residencial	\$ 3,00
Cantidad de clientes residenciales 2014	40.000
Cantidad de clientes residenciales 2015	26.664
Cantidad de clientes residenciales 2016	14.569
Cantidad de clientes residenciales 2017	8.986
Consumo mensual por cliente (cilindros)	1

Fuente: Información de ALMOGAS; Elaborado por: BURY, Jessica

Con dichos parámetros y considerando que en ALMOGAS, expresaron que el costo de adquisición unitario es de un 50%, costo de distribución 15%, gasto administrativo 10% y servicios básicos del 5% del precio de venta, se proyecta los resultados de utilidad mensual.

**Tabla 27: Estimación del flujo de caja mensual**

<b>Parámetro</b>	<b>Valor mensual</b>
Ingresos	\$ 120.000,00
Costos	\$ 78.000,00
Costo de Venta	\$ 60.000,00
Costo indirecto de venta	\$ 18.000,00
Gastos	\$ 18.000,00
Gasto Administrativo	\$ 12.000,00
Gasto servicios básicos	\$ 6.000,00
Utilidad Bruta	\$ 24.000,00

Fuente: Información de ALMOGAS; Elaborado por: BURY, Jessica

Conociendo la cantidad potencial de clientes para 2015, 2016 y 2017, y con los parámetros tanto para ingresos, costos y gastos, se proyecta un flujo financiero a éstos tres años, teniendo como resultado una utilidad en ritmo decreciente muy asentado, y esto además sin considerar re inversiones en automóviles que ya han cumplido su vida útil, siendo un resultado contundentemente desalentador, como para permanecer en el negocio, y sugiriendo mejor buscar un nuevo portafolio de productos.

**Tabla 28: Estimación del flujo de caja anual a 2.017**

<b>Año</b>	<b>2.014</b>	<b>2.015</b>	<b>2.016</b>	<b>2.017</b>
<b>Ingresos</b>	\$ 1.440.000,00	\$ 79.992,33	\$ 43.706,30	\$ 26.958,90
<b>Costos</b>	\$ 936.000,00	\$ 51.995,01	\$ 28.409,10	\$ 17.523,29
<b>Costo de Venta</b>	\$ 720.000,00	\$ 39.996,16	\$ 21.853,15	\$ 13.479,45
<b>Costo indirecto de venta</b>	\$ 216.000,00	\$ 11.998,85	\$ 6.555,95	\$ 4.043,84
<b>Gastos</b>	\$ 216.000,00	\$ 11.998,85	\$ 12.598,79	\$ 12.808,77
<b>Gasto Administrativo</b>	\$ 144.000,00	\$ 7.999,23	\$ 8.399,19	\$ 8.675,19
<b>Gasto servicios básicos</b>	\$ 72.000,00	\$ 3.999,62	\$ 4.199,60	\$ 4.409,58
<b>Utilidad Bruta</b>	\$ 288.000,00	\$ 15.998,47	\$ 2.698,41	(\$ 3.373,16)
<b>(-) 25% IR</b>	\$ 72.000,00	\$ 3.999,62	\$ 674,60	(\$ 843,29)
<b>Utilidad antes de participación trabajador</b>	\$ 216.000,00	\$ 11.998,85	\$ 2.023,81	(\$ 2.529,87)
<b>(-) 15% trabajadores</b>	\$ 32.400,00	\$ 1.799,83		
<b>Utilidad Neta</b>	\$ 183.600,00	\$ 10.199,02	\$ 2.023,81	(\$ 2.529,87)

Fuente: Información de ALMOGAS; Elaborado por: BURY, Jessica

### 6.7.1.2 Análisis de la reconversión de activos

Por medio de un levantamiento y constatación con los inventarios existentes de los activos pertenecientes a la empresa, se ha constatado su valor en libros, y conjuntamente los directivos de ella, se procedió a clasificarlos según su versatilidad, en pocas palabras, según la posibilidad que éstos tienen para ser utilizados en un negocio diferente.

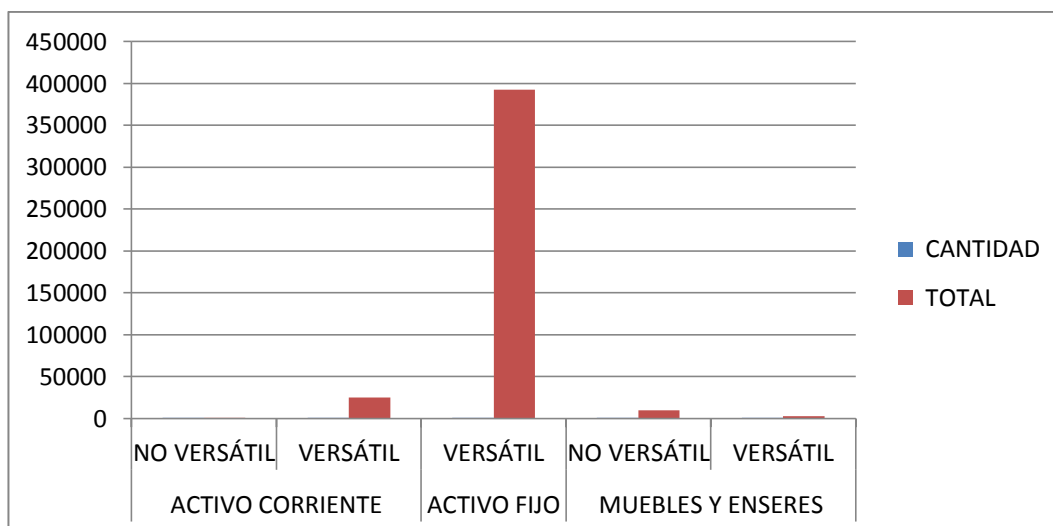
**Tabla 29: Clasificación de los activos existentes**

TIPO DE ACTIVO	VERSATILIDAD	CANTIDAD	TOTAL
ACTIVO CORRIENTE	NO VERSÁTIL	1	\$ 300,00
	VERSÁTIL	1	\$ 25.000,00
<b>Total ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>2</b>	<b>\$ 25.300,00</b>
ACTIVO FIJO	VERSÁTIL	4	\$ 392.500,00
<b>Total ACTIVO FIJO</b>		<b>4</b>	<b>\$ 392.500,00</b>
MUEBLES Y ENSERES	NO VERSÁTIL	1	\$ 10.000,00
	VERSÁTIL	4	\$ 2.960,00
<b>Total MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>5</b>	<b>\$ 12.960,00</b>
<b>Total general</b>		<b>11</b>	<b>\$ 430.760,00</b>

Fuente: Información de ALMOGAS; Elaborado por: BURY, Jessica

Como se observa la mayor parte de ellos, pueden ser utilizados en otra línea de negocio, un punto muy favorable, a tomar en cuenta dentro de la reestructuración del giro del negocio.

**Gráfico 26: Clasificación de los activos según su versatilidad**



Fuente: Información de ALMOGAS; Elaborado por: BURY, Jessica

**Tabla 30: Levantamiento de los activos existentes en ALMOGAS**

<b>ACTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PU</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TIPO DE ACTIVO</b>	<b>VERSÁTILIDAD</b>
VEHÍCULOS DE COMERCIALIZACIÓN	8	\$ 45.000,00	\$ 360.000,00	ACTIVO FIJO	VERSÁTIL
SILLAS	10	\$ 65,00	\$ 650,00	MUEBLES Y ENSERES	VERSÁTIL
MESAS	1	\$ 350,00	\$ 350,00	MUEBLES Y ENSERES	VERSÁTIL
ESCRITORIOS	2	\$ 180,00	\$ 360,00	MUEBLES Y ENSERES	VERSÁTIL
BODEGAS	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	ACTIVO FIJO	VERSÁTIL
EQUIPOS DE CÓMPUTO	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00	ACTIVO FIJO	VERSÁTIL
CILINDROS DE GLP	200	\$ 1,50	\$ 300,00	ACTIVO CORRIENTE	NO VERSÁTIL
TELÉFONOS CELULARES	8	\$ 200,00	\$ 1.600,00	MUEBLES Y ENSERES	VERSÁTIL
CAJA	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	ACTIVO CORRIENTE	VERSÁTIL
ANAQUELES DE METAL	10	\$ 150,00	\$ 1.500,00	ACTIVO FIJO	VERSÁTIL
BIENES DE CONTROL	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	MUEBLES Y ENSERES	NO VERSÁTIL
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 430.760,00</b>		

Fuente: Información de ALMOGAS; Elaborado por: BURY, Jessica

### **6.7.2 Fase 2: Análisis estratégico**

El análisis estratégico consiste en la identificación de los factores internos y externos influyentes en el proyecto, para posteriormente generar estrategias y finalmente seleccionar la más apropiada para así mayor una mayor probabilidad de éxito.

#### **6.7.2.1 Identificación de los factores internos y externos**

##### **Fortalezas**

- Gran solvencia en activos corrientes
- Gran solvencia en activos fijos
- Activos versátiles

##### **Debilidades**

- Bajo capital de trabajo o caja
- Inexistencia de personal técnico para dar un servicio diferenciado
- Estructura organizacional nueva

##### **Oportunidades**

- Mercado potencial desatendido
- Creciente sector de la construcción
- Impulsos gubernamentales a la construcción

##### **Amenazas**

- Competencia consolidada
- Salario real de las personas
- Preferencias de los consumidores

De la siguiente matriz se puede distinguir la clasificación de los factores tanto internos como externos, en éste caso son la mayoría económicos y sociales, es decir dependen en gran parte de los recursos financieros propios de la organización, pero también del desenvolvimiento del mercado, por lo tanto existe un aparente equilibrio.

**Tabla 31: Tipificación de los factores**

FACTOR	POLÍTICO	ECONÓMICO	SOCIAL	TECNOLÓGICO
<b>FORTALEZAS</b>				
• Gran solvencia en activos corrientes		X		
• Gran solvencia en activos fijos		X		
• Activos versátiles		X		
<b>DEBILIDADES</b>				
• Bajo capital de trabajo o caja		X		
• Inexistencia de personal técnico		X		
• Estructura organizacional nueva		X		X
<b>OPORTUNIDADES</b>				
• Mercado potencial desatendido			X	
• Creciente sector de la construcción			X	X
• Impulsos gubernamentales a la construcción	X			X
<b>AMENAZAS</b>				
• Competencia consolidada		X	X	
• Salario real de las personas		X	X	
• Preferencias de los consumidores			X	

Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica



### 6.7.2.2 Evaluación de los factores internos y externos

Como se vio la mayor parte de factores son tanto de índole económico y social, pudiendo el segundo depender del primero.

**Tabla 32: Aplicación MEFI**

FACTOR	PESO	CALIF.	PONDERADO
<b>FORTALEZAS</b>			
• Gran solvencia en activos corrientes	0,15	3	0,45
• Gran solvencia en activos fijos	0,30	3	0,90
• Activos versátiles	0,10	3	0,30
<b>DEBILIDADES</b>			
• Bajo capital de trabajo o caja	0,20	1	0,60
• Inexistencia de personal técnico para dar un servicio diferenciado	0,15	1	0,15
• Estructura organizacional nueva	0,10	1	0,10
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,50</b>

Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

Los factores internos actualmente no tienen las mejores condiciones, esto se debe al bajo capital de trabajo, lo cual gracias a la existencia de activos fijos, que pueden hacerse líquidos.

**Tabla 33: Aplicación MEFE**

FACTOR	PESO	CALIF.	PONDERADO
<b>OPORTUNIDADES</b>			
• Mercado potencial desatendido	0,10	2	0,20
• Creciente sector de la construcción	0,15	1	0,15
• Impulsos gubernamentales a la construcción	0,10	3	0,30
<b>AMENAZAS</b>			
• Competencia consolidada	0,10	2	0,20
• Salario real de las personas	0,15	3	0,45
• Preferencias de los consumidores	0,05	4	0,20
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,10</b>

Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

En tanto el análisis de los factores externos determina una gran existencia de factores que pueden ser desfavorables, en la competencia, además también porque existen altas barreras de entrada, sin embargo tiene muy buenas oportunidades ofrecidas por el mercado que pueden ser aprovechadas en favor de los intereses organizacionales.

Dentro del análisis situacional, también es aconsejable examinar la situación de las principales marcas del mercado, para luego con éste estudio tener un mejor panorama al momento de seleccionar una estrategia. La nueva marca en proyecto, es aún bastante débil ante las de mayor posicionamiento, en factores de lealtad de clientes y posición financiera, no así en precios ni calidad del producto porque las barreras de entrada han homogenizado estos parámetros para todos los competidores.

**Tabla 34: Matriz del Perfil Competitivo**

Factores críticos para el éxito	Peso	MPC					
		"El Buen Amigo"		Kiwi		El Constructor	
		CALIF.	POND	CALIF.	POND	CALIF.	POND
Competitividad precios	0,25	3	0,75	3	0,75	3	0,75
Calidad del producto	0,18	3	0,54	3	0,54	3	0,54
Lealtad del cliente	0,25	2	0,50	4	1,00	3	0,75
Tecnología	0,12	2	0,24	3	0,36	3	0,36
Posición financiera	0,20	2	0,40	3	0,60	3	0,60
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>2,43</b>		<b>3,25</b>		<b>3,00</b>

Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

### 6.7.2.3 Generación de estrategias

Tabla 35: Matriz estratégica FODA

<p><b>FACTORES INTERNOS/ FACTORES EXTERNOS</b></p>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran solvencia en activos corrientes</li> <li>• Gran solvencia en activos fijos</li> <li>• Activos versátiles</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajo capital de trabajo o caja</li> <li>• Inexistencia de personal técnico para dar un servicio diferenciado</li> <li>• Estructura organizacional nueva</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado potencial desatendido</li> <li>• Creciente sector de la construcción</li> <li>• Impulsos gubernamentales a la construcción</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS FO (DESARROLLO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enajenar los excesivos activos fijos en vehículos para atender al creciente sector de la construcción</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS DO (MANTENIMIENTO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar un estudio de mercado para aprovechar el mercado potencial desatendido</li> </ul>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia consolidada</li> <li>• Salario real de las personas</li> <li>• Preferencias de los consumidores</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS FA (CRECIMIENTO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Averiguar las principales marcas de preferencias de los consumidores por su prestancia</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS DA (RETIRADA)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar los resultados de la nueva estructura organizacional periódicamente y re estructurarla si es necesario</li> </ul>

Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

Ahora por medio de la matriz PEYEA se evalúa a la comunidad como empresa y su posición frente a los factores claves, tomando en cuenta aspectos financieros, industriales, su ventaja competitiva y la estabilidad del ambiente.

**Tabla 36: Matriz de Posición Estratégica Y Evaluación de la Acción**

<b>MATRIZ PEYEA</b>		
<b>FACTOR EVALUADO</b>	<b>CALIF.</b>	<b>PROMEDIO</b>
<b>FACTOR FINANCIERO</b>		
Liquidez	2	
Retorno de capital	1	
Rentabilidad	1	
Margen de utilidad/costo	1	
		<b>1.25</b>
<b>FACTOR INDUSTRIAL</b>		
Crecimiento en el mercado	1	
Posición geográfica de la empresa	3	
Tecnología del medio	2	
Aprovechamiento de los recursos	2	
		<b>2.00</b>
<b>VENTAJA COMPETITIVA</b>		
Presentación del producto	-4	
Calidad del producto	-2	
Participación del mercado	-6	
Fidelidad del cliente	-2	
		<b>-3.50</b>
<b>ESTABILIDAD DEL AMBIENTE</b>		
Precios homogéneos	-3	
Demanda variable	-4	
Conocimiento tecnológico	-5	
Incentivos a la construcción	-6	
		<b>-4.50</b>

Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

El origen de los datos tanto del factor financiero como de la ventaja competitiva es de la Auditoría Interna; mientras que los datos del factor industrial y la estabilidad del ambiente son de la Auditoría Externa o propios del mercado. La evaluación corresponde a la preparación que la empresa tiene al afrontar el factor. Se evalúa de 1 a 6 (menor a mayor

preparación) los factores financieros e industriales. Se evalúa de -1 a -6 (mayor a menor preparación) la ventaja competitiva y la estabilidad del ambiente.

### Cálculo de la Coordenada Estratégica Sumatoria del eje Y:

**F. F.-E.A.:** 1.25 - 4.5

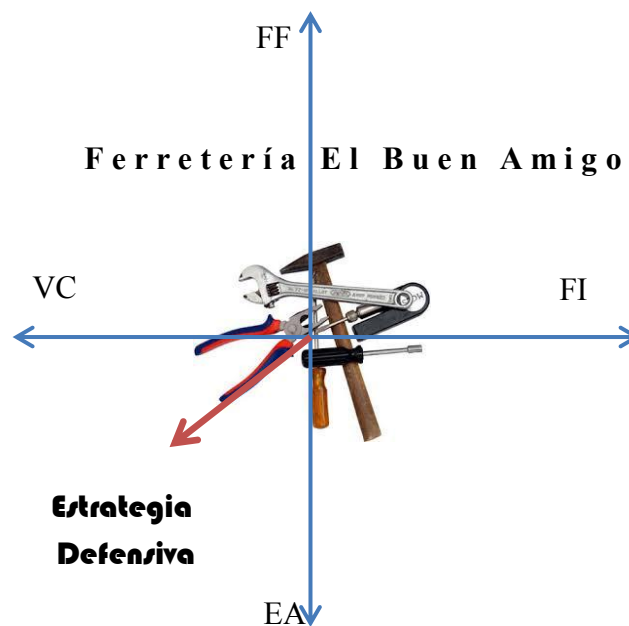
-3.25

### Sumatoria del eje X:

**F. I. V. C.:** 2 - 3.5

-1.5

### Gráfico 27: Matriz PEYEA



Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

De acuerdo al estudio, para la comercialización de artículos de ferretería se debería aplicar estrategias defensivas tales como la diversificación del producto o la agrupación horizontal.

Los productos a examinar son:

- Varillas
- Cemento
- Clavos

**Tabla 37: Evaluación de Factores Internos**

<b>MEFI</b>									
Factor Crítico	Varillas			Cemento			Clavos		
	Peso	Calif.	Pond.	Peso	Calif.	Pond.	Peso	Calif.	Pond.
Calidad	0.45	3	1.35	0.60	4	2.40	0.55	4	2.20
Tecnología	0.35	2	0.70	0.25	2	0.50	0.25	2	0.50
Publicidad	0.20	1	0.20	0.15	1	0.15	0.20	1	0.20
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>2.25</b>	<b>1.00</b>		<b>3.05</b>	<b>1.00</b>		<b>2.90</b>

Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

**Tabla 38: Evaluación de Factores Externos**

<b>MEFE</b>									
Factor Crítico	Varillas			Cemento			Clavos		
	Peso	Calif.	Pond.	Peso	Calif.	Pond.	Peso	Calif.	Pond.
Inestabilidad de precios	0.60	2	1.20	0.15	4	0.60	0.20	3	0.60
Capacitaciones	0.20	1	0.20	0.35	1	0.35	0.40	1	0.40
Preferencia del cliente	0.20	1	0.20	0.50	1	0.50	0.40	1	0.40
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>1.60</b>	<b>1.00</b>		<b>1.45</b>	<b>1.00</b>		<b>1.40</b>

Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

Con los ponderados de cada producto, ubicamos en una matriz estratégica, para conocer la alternativa de posicionamiento más apropiada, siendo así para el clavo y cemento una estrategia de

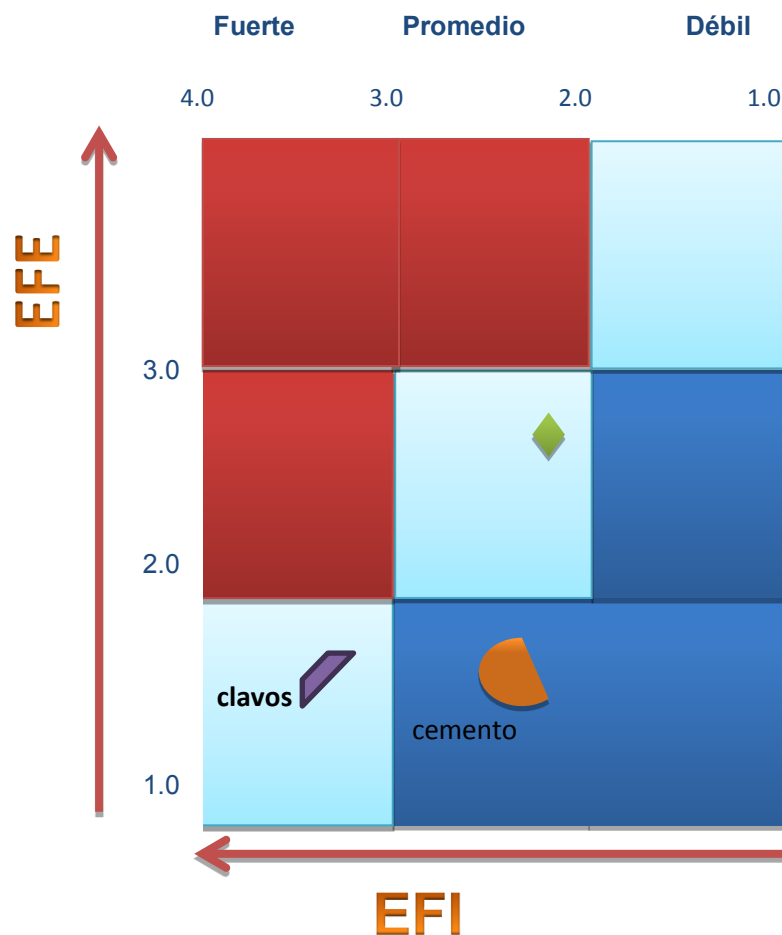
desarrollo del producto e incursión en nuevos mercados, mientras que para la varilla es recomendable buscar desarrollar el producto, buscar convenios con empresas constructoras de planes habitacionales.

**Tabla 39: Coordinada estratégica**

TIPO DE PRODUCTO	COORDENADA	
	X	Y
• Varillas	2.25	2.60
• Cemento	3.05	1.45
• Clavos	2.90	1.40

Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

**Gráfico 28: Matriz Interna y Externa**



Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

### 6.7.2.4 Selección de estrategias

<b>MCPE</b>					
<b>FACTOR CLAVE</b>	<b>Valor</b>	<b>DIVERSIFICACIÓN</b>		<b>INCURSIÓN</b>	
		<b>PA</b>	<b>PTA</b>	<b>PA</b>	<b>PTA</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>					
• Mercado potencial desatendido	0.15	3	0.45	1	0.15
• Creciente sector de la construcción	0.08	3	0.24	3	0.24
• Impulsos gubernamentales a la construcción	0.07	3	0.21	3	0.21
<b>AMENAZAS</b>					
• Competencia consolidada	0.10	1	0.20	2	0.20
• Salario real de las personas	0.08	2	0.16	3	0.24
• Preferencias de los consumidores	0.04	3	0.12	2	0.08
<b>FORTALEZAS</b>					
• Gran solvencia en activos corrientes	0.02	3	0.06	1	0.02
• Gran solvencia en activos fijos	0.10	3	0.30	4	0.40
• Activos versátiles	0.03	2	0.06	2	0.06
<b>DEBILIDADES</b>					
• Bajo capital de trabajo o caja	0.05	1	0.05	2	0.10
• Inexistencia de personal técnico para dar un servicio diferenciado	0.08	2	0.16	2	0.16
• Estructura organizacional nueva	0.07	2	0.14	2	0.14
<b>STPA</b>	<b>1.00</b>		<b>2.51</b>		<b>2.36</b>

Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica



### 6.7.2.5 Establecimiento de la visión

La visión constituye el propósito a largo plazo a dónde la organización apuntala, y debe ser muy concisa, redactada a futuro, además describiendo los recursos con los que se cuenta, todo esto explicado en parámetros temporales, medibles y espaciales. A continuación por medio de interrogantes se formula este lineamiento.

<b>PREGUNTAS</b>	<b>APLICACIÓN A EMPRESA</b>
<b>¿Cómo será el proyecto cuando haya alcanzado su madurez en unos años?</b>	La ferretería “El Buen Amigo”, a un tiempo de 5 años tendrá un reconocimiento de calidad en marca y servicio en la región centro.
<b>¿Cuáles serán los principales productos y servicios que se ofrezca?</b>	Artículos para la construcción y reparación
<b>¿Quiénes conformarán?</b>	Grupo de empresarios ambateños
<b>¿Cuáles serán los valores, actitudes y políticas claves de la organización?</b>	Proactividad, honradez y solidaridad
<b>¿Cómo hablarán de la organización los clientes?</b>	Una empresa comprometida con brindar una atención oportuna a las necesidades

Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

Quedando la visión de la siguiente manera:

*Mantener un sólido posicionamiento y liderazgo comercial en cuanto a la venta de materiales de construcción y ferretería en general, superando las perspectivas de calidad y servicio de nuestros clientes, gracias al apoyo incondicional de un comprometido equipo de trabajo, permitiéndonos así sostener un alto grado de responsabilidad social y comercial que nos garantice solidez financiera y crecimiento sostenible.*

### 6.7.2.6 Desarrollo de la misión

En ésta fase corresponde indicar cuál será el campo de acción de la organización, para lo mismo existe una matriz donde por medio de cuestionamientos fundamentales, se sintetiza la misión, indicando su giro de negocio, políticas y objetivo:

**Tabla 40: Matriz estratégica de la misión**

PREGUNTA	CONSIDERACIÓN	APLICACIÓN A LA EMPRESA
¿A qué se dedica la organización?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Giro del negocio</li> <li>• Sector</li> <li>• Mercados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artículos de ferretería</li> </ul>
¿Para quién trabaja?	Grupos de interés <ul style="list-style-type: none"> <li>• Familias</li> <li>• Cadenas de expendio</li> <li>• Intermediarios individuales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familias</li> <li>• Sector de la construcción</li> </ul>
¿Cómo se encuentra organizado el grupo?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de producir a bajo costo</li> <li>• Capacidad de operaciones</li> <li>• Método de distribución y ventas</li> <li>• Utilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Versátil</li> </ul>

<b>¿Por qué lo hace?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rentabilidad</li> <li>• Responsabilidad social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rentabilidad</li> </ul>
--------------------------	--	--

Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

Ante lo cual la misión será:

*La ferretería “El Buen Amigo” comercializa sus productos a familias y al sector de la construcción, además tiene gran versatilidad en sus operaciones, pretendiendo dar un buen servicio y generar rentabilidad.*

### **6.7.2.7 Especificación de objetivos**

La formulación de objetivos, debe tomar en consideración que los mismos serán temporales, es decir en un plazo específico; medibles, que puedan ser evaluables; realizables, plenamente ejecutables de acuerdo a las condiciones y capacidades; y espaciales, en un lugar.

- Mejorar la liquidez de la organización, en los dos primeros años de funcionamiento
- Tomar un posicionamiento del 5% de la demanda en Ambato
- Generar rentabilidad para los propietarios de la organización
- Segmentar la clientela por grupos de clientes fijos, especiales y eventuales
- Obtener fidelidad de los clientes mediante ofrecimiento de un servicio diferenciado
- Establecer convenios estratégicos con el sector de la construcción en Ambato

### **6.7.3 Fase 3: Estudio de mercado**

#### **6.7.3.1 Estudio de la competencia**

##### **Almacenes Kiwi**



Comercial Kywi S.A. es una empresa líder en la comercialización de productos de ferretería, hogar, acabados y materiales de construcción en el mercado ecuatoriano. Ofrece a sus clientes una experiencia de compra diferente, fundamentada en el servicio, variedad, garantía y calidad.

El gran prestigio y posicionamiento logrado en el público desde la creación de la empresa en el año de 1943 se vio fortalecido desde que a finales del 2005 pasó a formar parte de Corporación Favorita, primera cadena detallista del país. El trabajo en conjunto e incesante en estos últimos años se ha enfocado, principalmente en lo referente al servicio, buscando llegar a todos los rincones del país con la mayor oferta de productos para el mejoramiento del hogar.

Actualmente Kywi tiene almacenes estratégicamente ubicados en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Ibarra, Ambato, Portoviejo, Latacunga, Riobamba, Esmeraldas y Machala los mismos que cuentan

con grandes superficies de exhibición y ventas, adecuadas a los intereses de los clientes. Además cabe recalcar que en el año 2010, se iniciaron las operaciones en un nuevo Centro de Distribución y Logística, ubicado en la parroquia de Cotogchoa, cantón Rumiñahui. Cuenta con más de 25 mil metros cuadrados de bodegas y facilidades para almacenamiento, carga y descarga de mercaderías.

### **Grupo ferretero El Constructor**



Ferretería El Constructor. fue fundada por Doña Fabiola Ponce de Galarza (+) y Don Carlos H. Galarza Infante en 1986 como una empresa familiar dedicada a la venta de artículos de ferretería en general, teniendo su sede principal ubicada en la Av Cevallos 06-41 y Vargas Torres, en el Barrio La Amistad de la Parroquia la Merced en la ciudad de Ambato. Con el paso del tiempo rápidamente se fue consolidando como el lugar preferido de compra para profesionales de la construcción, metalmecánicos, carroceros, cerrajeros, albañiles y el público en general, los cuales demandaron se complemente una amplia línea de productos de ferretería, construcción, terminados y metalmecánica. Actualmente GalaBusinessCia. Ltda con su nombre comercial Grupo Ferretero El Constructor es una Compañía con administración familiar, la cual mantiene con el paso de los años los valores empresariales inculcados por sus fundadores.

Grupo Ferretero El Constructor cuenta con tres sucursales ubicadas en sitios estratégicos con varias líneas de productos y más de 8.000 ítems a su disposición para brindarle un mejor servicio a sus clientes. Nuestra experiencia tú mejor garantía...

### 6.7.3.2 Determinación de la demanda

El sector ferretero tiene una demanda algo compleja de atender, dado que los productos comercializados son de consumo variable y poco frecuente, por lo cual no tienen consumidores fijos, sino que quienes demandan de estos son especialmente constructoras y distribuidores, entonces tomando en cuenta éste supuesto, se procedió a investigar el volumen utilizado y distribuido, en ciertos casos por los constructores, en un periodo contable, de un año calendario.

Siendo así el primer año de análisis, de donde se parte éste estudio de demanda, es el 2.011, y a continuación se muestra las cantidades transferidas de los principales productos, por estos constructores-distribuidores, o para el caso clientes potenciales:

**Tabla 41: Demanda de constructores en 2.011**

Artículo	Pladeco	COIMSA	INMOANDINA	Total
Tornillos	14.496 Quintales	8.588 Quintales	1.206 Quintales	24.290 Quintales
Tuercas	5.904 Quintales	3.466 Quintales	474 Quintales	9.844 Quintales
Desarmadores	253.363 Unidades	150.127 Unidades	20.695 Unidades	424.185 Unidades
Cemento	5.114.169 Quintales	2.920.647 Quintales	421.632 Quintales	8.456.448 Quintales

Fuente: Estudio de mercado (principales constructores)

La información proporcionada de sitios webs oficiales de construcción, muestran las cantidades también del 2.012:

**Tabla 42: Demanda de constructores en 2.012**

Artículo	Pladeco	COIMSA	INMOANDINA	Total
Tornillos	16.120 Quintales	9.662 Quintales	1.343 Quintales	27.125 Quintales
Tuercas	6.566 Quintales	4.107 Quintales	547 Quintales	11.220 Quintales
Desarmadores	281.740 Unidades	171.957 Unidades	23.478 Unidades	477.175 Unidades
Cemento	5.686.956 Quintales	3.469.565 Quintales	473.913 Quintales	9.630.434 Quintales

Fuente: Estudio de mercado (principales constructores)

Finalmente se expone los consumos en 2.013:

**Tabla 43: Demanda de constructores en 2.013**

Artículo	Pladeco	COIMSA	INMOANDINA	Total
Tornillos	18.878 Quintales	10.814 Quintales	1.587 Quintales	31.279 Quintales
Tuercas	7.619 Quintales	4.405 Quintales	675 Quintales	12.699 Quintales
Desarmadores	330.000 Unidades	189.000 Unidades	28.250 Unidades	547.250 Unidades
Cemento	6.420.000 Quintales	3.815.000 Quintales	570.000 Quintales	10.805.000 Quintales

Fuente: Estudio de mercado (principales constructores)

El consumo de los productos ferreteros tiene una tendencia de crecimiento con pendiente positiva, debido a planes de vivienda propuestos por el Gobierno Central, que han sido vistos como una oportunidad de mercado, dejando una tasa de crecimiento promedio igual a 13,49%.

**Tabla 44: Comportamiento de la demanda 2.011-2013**

Artículo	2011	2012	2013	TC 12	TC 13	TC Promedio
Tornillos	24.290 Quintales	27.125 Quintales	31.279 Quintales	11,67%	15,31%	13,49%
Tuercas	9.844 Quintales	11.220 Quintales	12.699 Quintales	13,98%	13,18%	13,58%
Desarmadores	424.185 Unidades	477.175 Unidades	547.250 Unidades	12,49%	14,69%	13,59%
Cemento	8.456.448 Quintales	9.630.434 Quintales	10.805.000 Quintales	13,88%	12,20%	13,04%

Fuente: Estudio de mercado (principales constructores)

### 6.7.3.3 Análisis de la oferta

De la misma manera, se estudia a los principales distribuidores ferreteros en Ambato, analizando su evolución en ventas anualmente, para poder hacerlo de manera comparativa con la demanda en los mismos años:

**Tabla 45: Oferta en 2.011**

Artículo	Kiwi	Brichetto	Ulloa	Total
Tornillos	13.299 Quintales	7.737 Quintales	1.096 Quintales	22.132 Quintales
Tuercas	5.319 Quintales	3.095 Quintales	439 Quintales	8.853 Quintales
Desarmadores	234.595 Unidades	136.479 Unidades	19.341 Unidades	390.415 Unidades
Cemento	4.691.898 Quintales	2.729.577 Quintales	386.818 Quintales	7.808.293 Quintales

Fuente: Estudio de mercado (principales competidores)

Los volúmenes comercializados en 2.012, son los siguientes:

**Tabla 46: Oferta en 2.012**

Artículo	Kiwi	Brichetto	Ulloa	Total
Tornillos	14.789 Quintales	8.627 Quintales	1.232 Quintales	24.648 Quintales
Tuercas	5.915 Quintales	3.451 Quintales	493 Quintales	9.859 Quintales
Desarmadores	260.870 Unidades	152.174 Unidades	21.739 Unidades	434.783 Unidades
Cemento	5.217.391 Quintales	3.043.478 Quintales	434.783 Quintales	8.695.652 Quintales

Fuente: Estudio de mercado (principales competidores)

Y ahora las ventas de los principales competidores en el último año registrado:

**Tabla 47: Oferta en 2.013**

Artículo	Kiwi	Brichetto	Ulloa	Total
Tornillos	17.007 Quintales	9.921 Quintales	1.417 Quintales	28.345 Quintales
Tuercas	6.803 Quintales	3.968 Quintales	567 Quintales	11.338 Quintales
Desarmadores	300.000 Unidades	175.000 Unidades	25.000 Unidades	500.000 Unidades
Cemento	6.000.000 Quintales	3.500.000 Quintales	500.000 Quintales	10.000.000 Quintales

Fuente: Estudio de mercado (principales competidores)

La tasa de crecimiento promedio de las ventas de los principales competidores de 2.011 a 2.013, es de 12,72%, demostrando una tendencia a la alza para los demás años.

**Tabla 48: Comportamiento de la oferta 2.011-2.013**

Artículo	2011	2012	2013	TC 12	TC 13	TC Promedio
Tornillos	22.132 Quintales	24.648 Quintales	28.345 Quintales	11,37%	15,00%	13,18%
Tuercas	8.853 Quintales	9.859 Quintales	11.338 Quintales	11,36%	15,00%	13,18%
Desarmadores	390.415 Unidades	434.783 Unidades	500.000 Unidades	11,36%	15,00%	13,18%
Cemento	7.808.293 Quintales	8.695.652 Quintales	10.000.000 Quintales	11,36%	15,00%	13,18%

Fuente: Estudio de mercado (principales competidores)

#### **6.7.3.4 Demanda insatisfecha y tamaño de la industria**

En las empresas de construcción del Ecuador se observa la necesidad de implementar un sistema de Control Interno, a fin de mantener un registro adecuado de los recursos y de esta manera promover la eficiencia y eficacia de las operaciones con el objetivo de obtener los mejores resultados. Actualmente, el sistema económico y administrativo de las empresas han sufrido cambios socioculturales, políticos y económicos, los mismos que pueden convertirse en fortalezas o debilidades en la gestión empresarial, dependiendo de las estrategias que se planteen frente a los objetivos, misión y visión a corto, mediano y largo plazo.

Según los datos estadísticos proporcionados por el INEC, en el país existe un déficit de vivienda del 40%, tomando como referencia el número de habitantes, así:



Número de habitantes según censo del 2010:	14.483.499
Viviendas construidas:	4.654.054
Déficit de viviendas:	1.861.621

Por lo tanto, para las Compañías Constructoras del país este déficit representa una oportunidad para poder planificar las ofertas de vivienda, direccionándolas hacia todos los niveles socio-económicos. Al mismo tiempo, representa, un reto desde el punto de vista organizacional, especialmente en el ámbito de gestión, surge la necesidad de implementar sistemas de control interno, que faciliten el registro y el control pormenorizado de los gastos, sean estos directos o indirectos que afectarán al presupuesto de la construcción y en base a ello se determinará el costo real y definitivo a considerarse en los planes de vivienda.

Un tema muy importante concierne a saber si la idea de negocio planteada tendrá éxito, y para ello el único medio existente, es retroalimentándose de la evolución tanto de oferta y demanda, para avizorar un prominente cumplimiento de objetivo empresarial:

**Tabla 49: Evolución de la demanda y oferta**

Artículo	OFERTA 2011	DEMANDA 2011	OFERTA 2012	DEMANDA 2012	OFERTA 2013	DEMANDA 2013
Tornillos	22.132 Quintales	24.290 Quintales	24.648 Quintales	27.125 Quintales	28.345 Quintales	31.279 Quintales
Tuercas	8.853 Quintales	9.844 Quintales	9.859 Quintales	11.220 Quintales	11.338 Quintales	12.699 Quintales
Desarmadores	390.415 Unidades	424.185 Unidades	434.783 Unidades	477.175 Unidades	500.000 Unidades	547.250 Unidades
Cemento	7.808.293 Quintales	8.456.448 Quintales	8.695.652 Quintales	9.630.434 Quintales	10.000.000 Quintales	10.805.000 Quintales

Elaborado por: BURY, Jessica

Entonces para avizorar el éxito del negocio, se calcula la posible demanda insatisfecha, es decir qué cantidad de los principales productos demandados no han sido satisfechos por la oferta, finalmente se observa que existe una tendencia de crecimiento en falta de cobertura, del 16,69%, aproximadamente:

**Tabla 50: Estimación anual de la demanda insatisfecha del sector**

Artículo	2011	2012	2013	TC 2012	TC 2013	TC PROMEDIO
Tornillos	2.158 Quintales	2.477 Quintales	2.934 Quintales	14,8%	18,4%	16,6%
Tuercas	991 Quintales	1.361 Quintales	1.361 Quintales	37,3%	0,0%	18,7%
Desarmadores	33.770 Unidades	42.392 Unidades	47.250 Unidades	25,5%	11,5%	18,5%
Cemento	648.155 Quintales	934.782 Quintales	805.000 Quintales	44,2%	-13,9%	15,2%

Elaborado por: BURY, Jessica

Tomando en cuenta la tasa de crecimiento por producto, se proyecta la demanda insatisfecha a cinco años, esto se lo ha realizado para homogenizar con el periodo de análisis posterior de sensibilidad del proyecto:

**Tabla 51: Demanda insatisfecha proyectada a 5 años**

Artículo	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Tornillos	3.990 Quintales	4.653 Quintales	5.426 Quintales	6.328 Quintales	7.379 Quintales	8.605 Quintales
Tuercas	1.917 Quintales	2.274 Quintales	2.699 Quintales	3.203 Quintales	3.801 Quintales	4.510 Quintales
Desarmadores	66.345 Unidades	78.616 Unidades	93.156 Unidades	110.386 Unidades	130.802 Unidades	154.995 Unidades
Cemento	1.067.747 Quintales	1.229.715 Quintales	1.416.252 Quintales	1.631.086 Quintales	1.878.508 Quintales	2.163.462 Quintales

Elaborado por: BURY, Jessica

De la totalidad de demanda insatisfecha, se considera que aparecerán nuevos competidores, alertas de ésta oportunidad de negocio, e intentarán cubrir ciertas cuotas por producto:

**Tabla 52: Mercado potencial para nuevos competidores**

Artículo	Cobertura nuevos competencia	D.I. 2015	Nueva Competencia
Tornillos	100%	3.990 Quintales	3.990 Quintales
Tuercas	60%	1.917 Quintales	1.150 Quintales
Desarmadores	10%	66.345 Unidades	6.635 Unidades
Cemento	0,5%	1.067.747 Quintales	5.339 Quintales

Elaborado por: BURY, Jessica

De ésta nueva cobertura, la ferretería “El Buen Amigo”, se espera cubra las siguientes cuotas por producto, para el año de inicio de comercialización.

**Tabla 53: Mercado potencial para nuevo proyecto “El Buen Amigo”**

Artículo	Cobertura Proyecto	Nueva Competencia	Proyecto
Tornillos	10%	3.990 Quintales	399 Quintales
Tuercas	10%	1.150 Quintales	115 Quintales
Desarmadores	10%	6.635 Unidades	664 Unidades
Cemento	10%	5.339 Quintales	534 Quintales

Análisis: Jessica Bury

### **6.7.3.5 Estrategias de mercado**

#### **Producto:**

El giro del negocio corresponde a la comercialización de productos de ferretería, los cuales tienen características homogéneas, sin mayor diferenciación entre los comercializados por los distintos proveedores, entre los de mayor rotación se encuentran los siguientes:

- Grupos menores de complementos: tuercas, tornillos, clavos, pernos, lijas, entre otros.
- Grupos relacionados a la construcción: varillas, cemento, palas, carretillas.
- Grupos relacionados al hogar: martillos, desarmadores, alicates, alambre galvanizado.

#### **Precio:**

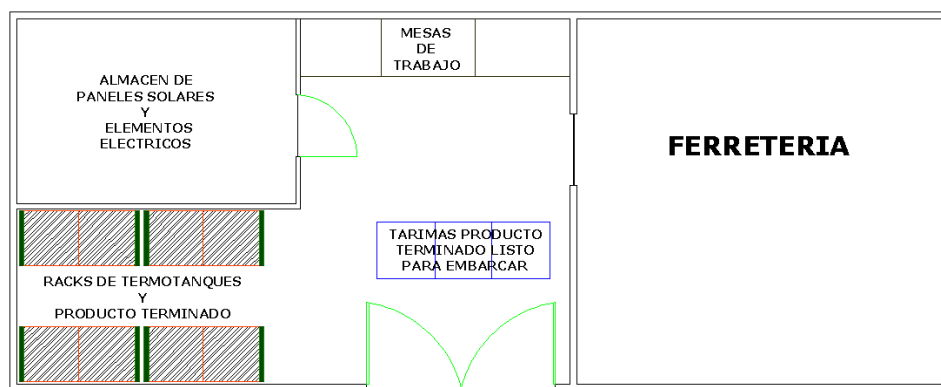
El mercado ferretero es imperfecto, dada la existencia de oligopolios, es decir pocos proveedores y muchos clientes, entonces al ser así, el precio no se fija en función del cruce hipotético de oferta y demanda, sino solamente por la competencia existente entre los vendedores. Los distribuidores con mayor presencia a nivel nacional son:

- Disferr
- Disensa
- Ferrimundo

#### **Plaza:**

La creciente oferta inmobiliaria en la zona centro del país, brinda la oportunidad de crecimiento a los agentes proveedores de insumos para la construcción, es por ello que se ha seleccionado a Tungurahua como provincia donde se comercializará los productos de la ferretería “Buen Amigo”, además dentro del análisis individual por cantones de la misma, se ha notado un crecimiento importante tanto en obras civiles públicas como privadas en el cantón Ambato y se ha optado por escogerla como lugar óptimo de ventas.

Dentro de la ciudad de Ambato, en el sector de Huachi Solis, se cuenta con un terreno de una extensión de 200 mts<sup>2</sup>, aquí se realizarán los trabajos de obra civil necesarios tanto para el almacén de ventas como para la bodega.



Elaborado por: BURY, Jessica

### **Promoción:**

Al competir en un mercado imperfecto con productos totalmente homogéneos, para lograr fidelizar a los clientes es necesario ofrecer promociones especiales, focalizadas en quienes pueden convertirse en clientes frecuentes o fijos, como son las compañías inmobiliarias y de construcción.

### **Post venta:**

Los clientes de éste mercado buscan un valor agregado a la compra, por lo tanto el servicio post venta consiste en brindarles indicadores de

productividad y maximización de sus ganancias utilizando nuestros servicios.

## 6.7.4 Fase 4: Estudio técnico

### 6.7.4.1 Tamaño del proyecto

En función del estudio de mercado se proyecta la cantidad aproximada de ventas por producto al primer año de operaciones:

**Tabla 54: Mercado potencial para nuevo proyecto “El Buen Amigo”**

Artículo	Cobertura Proyecto	Nueva Competencia	Proyecto
Tornillos	10%	3.990 Quintales	399 Quintales
Tuercas	10%	1.150 Quintales	115 Quintales
Desarmadores	10%	6.635 Unidades	664 Unidades
Cemento	10%	5.339 Quintales	534 Quintales

Elaborado por: BURY, Jessica

**Tabla 55: Suministros**

 <p><b>TORNILLOS</b></p>	 <p><b>DESARMADORES</b></p>
 <p><b>VARILLAS</b></p>	 <p><b>CEMENTO</b></p>

Fuente: Google/imágenes

### 6.7.4.2 Financiamiento

Tabla 56: Monto de la inversión

Descripción	Valor
Monto a invertir	\$ 156.247,54

Fuente: Estudio de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

Tabla 57: Capital propio

Descripción	Valor
Vehículo	\$ 35.000,00

Fuente: Estudio de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

Tabla 58: Capital ajeno

Descripción	Valor
Edificios, mercadería, equipos	\$ 121.247,54

Fuente: Estudio de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

Tabla 59: Composición de la inversión

Descripción	Valor	%
Capital propio	\$ 35.000,00	22%
Capital ajeno	\$ 121.247,54	78%
TOTAL		100,00%

Fuente: Estudio de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

### 6.7.4.3 Ingeniería del proyecto

#### Características

- Grupos menores de complementos: tuercas, tornillos, clavos, pernos, lijas, entre otros.

Estos productos tienen la característica de tener una gran demanda en el mercado, tienen extensa duración.

- Grupos relacionados a la construcción: varillas, cemento, palas, carretillas.

La mayor parte de los ingresos de un local ferretero provienen de éstos productos, y son los de mayor demanda en valor monetario.

Grupos relacionados al hogar: martillos, desarmadores, alicates, alambre galvanizado.

Tienen una demanda esporádica, dada su larga duración, y que pueden ser considerados como herramientas.

### **Usos**

- Grupos menores de complementos: tuercas, tornillos, clavos, pernos, lijas, entre otros.

Los usos de este grupo de productos van desde los arreglos en los hogares, hasta en obras civiles, teniendo gran diversidad de consumidores, factor favorable para su demanda.

- Grupos relacionados a la construcción: varillas, cemento, palas, carretillas.

El uso de estos productos se da exclusivamente en obras civiles.

- Grupos relacionados al hogar: martillos, desarmadores, alicates, alambre galvanizado.

Los clientes de éstos productos por lo general realizan una sola compra, la cual puede tener una frecuencia hasta de diez años, sin embargo su presencia en los inventarios permite fidelizar clientes al ofrecer una mayor diversidad de opciones para satisfacer las distintas necesidades.



## **Productos sustitutos**

Como se mencionó inicialmente estos productos pertenecen a un mercado de competencia imperfecta, donde la ventaja competitiva se obtiene con la diferenciación en el servicio post venta o la dotación de un valor agregado al cliente. Además los productos sustitutos no existen como tales porque las características de los bienes ferreteros no lo permiten, y la sustitución se da en función de la calidad y precio.

## **Presentación**

La presentación con la cual se comercializa estos productos depende de la fuerza de ventas de cada competidor, especialmente los grandes comercializadores, ofrecen un plus al cliente, así con stands de mayor lucimiento, de manera similar a supermercados. Sin embargo, los costos que esto implica y dado el direccionamiento solo a la zona central de Tungurahua, no representaría una necesidad para invertir gran capital en éste ámbito.

### ***6.7.4.4 Estudio del proceso***

Los procesos a llevarse dentro de la organización consisten básicamente en abastecimiento y comercialización. Propiamente se dividen en éstas dos fases porque su actividad es meramente comercial y no productiva, donde el layout es más complejo, al contener una cadena de valor con labores primarias, transformación de materias primas en productos terminados, y también secundarias, las de soporte, de índole administrativo y organizacional, empero al no haber transformación se reducen muchas tareas.

## **Abastecimiento**

### **Negociación con proveedores**

En la etapa de pre fase se ha establecido un pre acuerdo con DISENSA para tener una garantía de cumplimiento justo a tiempo cuando la demanda lo requiera, más allá de obtener un precio reducido, ya que como se mencionó los precios en éstos mercados son fijados por el vendedor, se asegura calidad y aprovisionamiento adecuados y oportunos.

### **Registro en línea**

Todas las cuentas de inventarios se administrarán bajo un sistema contable que permita conocer el volumen y rotación de inventarios mediante el método promedio. La persona encargada de realizar la constatación de registros y existencias será el bodeguero, quien cargará al sistema la entrada y salida de productos, además también informará al contador la inexistencia de productos y emitirá la solicitud de aprovisionamiento.

### **Constatación de entrada de pedido**

Al momento de la entrada de pedido por parte del proveedor se realizará la constatación física de las órdenes, mediante la verificación visual tanto física como del estado de los productos, a cargo del bodeguero, quien emitirá una certificación favorable o una nota desfavorable en caso de hallarse anormalidades.

### **Comercialización**

#### **Atención al cliente**

El vendedor tiene la responsabilidad de orientar al cliente a una mejor compra, que satisfaga su necesidad, una vez hecho el pedido y constatada la existencia con bodega emitirá una orden de venta, la cual se transformará en una orden de salida de la mercancía aprobada por el contador.

## **Despacho del producto**

Una vez realizada la orden de salida de mercancía, el sistema registra éste proceso en inventarios, y contablemente sale el costo de ventas e ingresa la venta.

### **6.7.5 Fase 5: Estudio administrativo y Legal**

#### **6.7.5.1 Tipo organización**

La microempresa “es la organización económica de hecho, administrada por dos o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los US\$ 809.475 y el número de trabajadores no sobrepasa los 13.”

Éste negocio según su actividad es:

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen del comercio una razón social.

Según su escala Corresponde a una microempresa, debido a que se utiliza un capital que no sobrepasa los \$69.340,00 y los 13 trabajadores.

El Marco Jurídico “es una compañía limitada debido a que se requiere de un contrato, que se rige en la ley del Código de Comercio y por el convenio entre las partes y por las disposiciones del Código Civil”.

Requisitos para la constitución de la Compañía Limitada “El Buen Amigo”  
Toda actividad económica puede desarrollar su actividad como Compañía Limitada, para lo cual se necesita lo siguiente:

Acta de Compañía Limitada

Aquí se redacta las socias, el desglose detallado del capital, grado de responsabilidad, derechos en la toma de decisiones, delegaciones de la directiva administrativa, firmas de las socias.

### 6.7.5.2 Cuadro de aportaciones

Los Accionistas de la Empresa deciden financiar el 22% de la Inversión Inicial del Proyecto. Así su forma de aportación se divide de la siguiente manera:

**Tabla 60: Capital de socios**

Socio	Tipo de aporte	Valor Nominal
<b>Mosquera, Flia.</b>	Activo propiedad, planta y equipo (vehículo)	35.000,00
<b>Total</b>		<b>35.000,00</b>

Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

Este dinero considerado como propio servirá como capital de trabajo, y la inversión antes señalada será proveniente del endeudamiento, quedando la estructura financiera conformada de la siguiente manera:

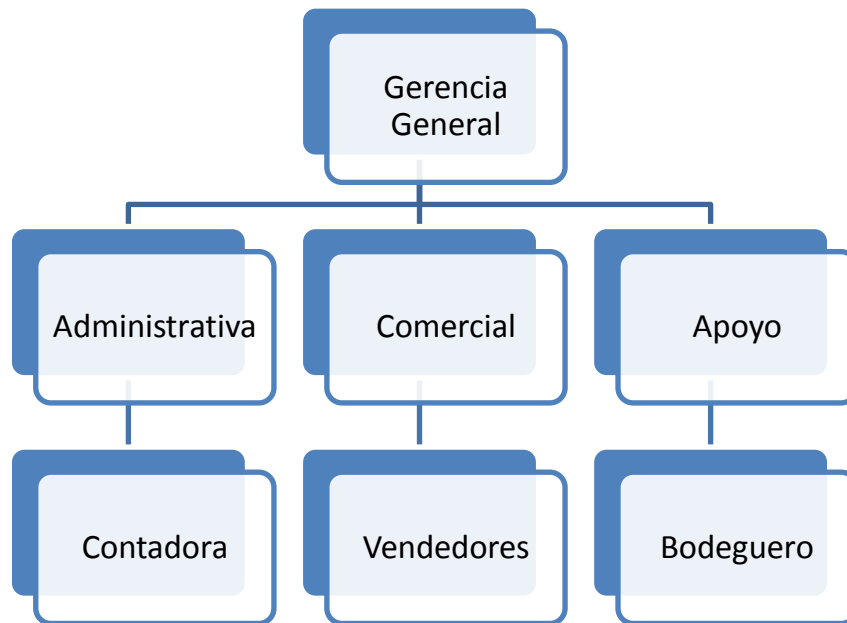
**Tabla 61: Conformación del capital**

Socio	Valor	Valor Nominal
<b>Propio</b>	35.000,00	22%
<b>Ajeno</b>	121.247,54	78%
	<b>156.247,54</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

### 6.7.5.3 Organigrama estructural

Ilustración 1: Organigrama



Elaborado por: BURY, Jessica

### 6.7.5.4 Descripción de funciones

Descripción de Funciones - Perfil del puesto

**CARGO: Gerente**

#### **Función Básica:**

Planear, dirigir, controlar todas las funciones y actividades que desempeñan los departamentos, con el objetivo de tener mejor desarrollo organizacional y cumplimiento de metas.

#### **Funciones específica**

Identificar y solucionar problemas de los diferentes departamentos.

- Motivar al personal-
- Analizar políticas de empresa.

- Evaluar el rendimiento del empleado en base a lo establecido.
- Contratar y despedir al personal.
- Realizar las compras ante los proveedores.
- Aprobar los estados financieros, registros contables, informes, control de asistencia de personal.
- Realizar pagos a proveedores.
- Elaborar y evaluar las políticas de la empresa.

### **Perfil del cargo**

- Edad: Entre los 28 a 35 años
- Género: Indistinto.
- Estado civil: Indistinto

Competencia Técnica Educación: Título universitario de tercer nivel de administración de empresas o carreras afines. Experiencia: 2 años en cargos similares.

### **CARGO: CONTADOR**

#### **Función Básica**

Presentar los registros del diario, mayor, inventario, cuentas de bancos, estados financieros a presentar o indicadores financieros.

#### **Funciones específicas**

- Efectuar pago de impuestos y trámites legales.
- Planear inversiones y relaciones con instituciones financieras.

- Realizar comparaciones con periodos anteriores y realizar proyecciones financieras.
- Planear y controlar todas las actividades contables y financieras de la empresa.
- Asesorar en la toma de decisiones económicas.
- Determinar el flujo de efectivo para operaciones de producción.
- Determinar gastos variables y fijos.
- Realizar nómina de los trabajadores.
- Realizar rol de pago.

Perfil del cargo Edad: Entre los 22 y 30 años Género: Indistinto. Estado civil: Indistinto Competencias técnicas. Educación: estudios superiores de CPA Experiencia: 1 año. Cursos de especialización Seminario de tributación fiscal. Contabilidad de costos. Contabilidad financiera.

### **CARGO: VENDEDOR**

#### **Función Básica**

Comercializar el producto con un buen servicio al cliente

#### **Funciones específicas**

- Verificar la calidad del producto.
- Establecer que el producto tenga la aprobación del cliente
- Despachar la mercadería

**Perfil del cargo Edad:** 22 a 30 años

#### **Competencias conductuales**

- Calidad de trabajo
- Credibilidad técnica

- Liderazgo
- Profundidad en el conocimiento del producto
- Aprendizaje continuo.
- Trabajo en equipo.

### **Competencias técnicas**

- Educación: titulación universitaria superior, preferible en ingeniería de administración de empresas o afines.
- Experiencia: tener dos años en ventas
- Similares a las del puesto en cuestión imprescindible.
- Debe tener predisposición para aprender, debe ser ágil, rápido, proactivo y responsable de todas las tareas que se le encomiendan
- Conocimientos básicos de rotación de inventarios
- Habilidad y buen manejo de personal.
- Debe manejar un léxico técnico sobre los productos

### **CARGO: BODEGUERO**

#### **Funciones específicas**

- Revisar la recepción de la mercadería
- Despachar la mercadería

Competencias técnicas Educación: titulación de bachillerato



## 6.7.6 Fase 6: Estudio económico y financiero

### 6.7.6.1 Inversiones

Clasificando los requerimientos previstos, de acuerdo a su función dentro de la organización, y además también calculando un capital de trabajo, en caso de no darse ventas, se proyecta la siguiente inversión:

**Tabla 62: Plan de inversiones**

CUENTA	FASE PREOPERATIVA
<b>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>	
Edificios (local)	\$ 37.500,00
Equipo de cómputo	\$ 650,00
Muebles y enseres (anaqueles)	\$ 2.500,00
<b>ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>	
Bodega	\$ 37.500,00
Muebles y enseres (anaqueles)	\$ 5.000,00
Equipo de oficina	\$ 850,00
Vehículo (camion)	\$ 35.000,00
Inventarios (Mercadería)	\$ 11.849,40
<b>SUBTOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 130.849,40</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de constitución	\$ 1.200,00
Intereses financieros	\$ 21.933,16
Imprevistos (5% de Activos Diferidos)	\$ 2.296,66
<b>SUBTOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>\$ 23.133,16</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Capital de trabajo operativo (1 mes)	\$ 953,91
Capital de trabajo de administración y ventas (1 mes)	\$ 1.311,07
<b>SUBTOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 2.264,98</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>\$ 156.247,54</b>

Elaborado por: Jessica Bury

**Tabla 63: Flujo mínimo de caja para operar**

Cuenta	Valor
<b>Inventarios</b>	11.849,40
<b>Capital operativo mensual</b>	953,91
	12.803,31

Elaborado por: Jessica Bury

Este proyecto será financiado con un 22% de capital propio proveniente de los recursos de los accionistas y un 78% por capital ajeno vía endeudamiento con una tasa efectiva anual de 11,33% obtenida del segmento corporativo proporcionada por el Banco Central del Ecuador al mes de diciembre de 2.014.

### 6.7.6.2 Detalle de inversiones

Tabla 64: Políticas de cobros, pagos y existencias

	DÍAS
Crédito a clientes	5
Crédito de proveedores	7
Inventario de mercadería	40
Factor de caja	47

Elaborado por: Jessica Bury

En base a la segmentación derivada del análisis de demanda insatisfecha, y basándose en los costos de adquisición para distribuidores, se estima el valor de los inventarios:

Tabla 65: Inventarios de mercadería

Artículo	Cantidad	CU	CT
Tornillos	399 Quintales	15,00	5.985,00
Tuercas	115 Quintales	18,00	2.070,00
Desarmadores	664 Unidades	1,05	697,20
Cemento	534 Quintales	5,80	3.097,20
<b>Total</b>			<b>11.849,40</b>

Elaborado por: Jessica Bury

El proyecto solamente requiere de un computador, para llevar al día los procesos contables y financieros:

Tabla 66: Equipo de cómputo

Equipo	Cantidad	PU	Valor
Equipo de cómputo	1	650,00	650,00
<b>Total</b>			<b>650,00</b>

Elaborado por: Jessica Bury

Entre los equipos de oficina, se necesita de un escritorio donde estará colocado el computador con su respectiva silla giratoria, y además una silla de espera para los clientes:

**Tabla 67: Equipo de oficina**

Equipo	Cantidad	PU	P total
Escritorio	1	350,00	350,00
Silla giratoria	1	150,00	150,00
Sillas de espera	1	350,00	350,00
<b>Total</b>			<b>850,00</b>

Elaborado por: Jessica Bury

Está prevista la compra de 15 anaqueles, para ubicar los distintos productos de venta, 5 en el local para la exhibición y 10 en las bodegas:

**Tabla 68: Muebles y enseres**

Equipo	Cantidad	PU	P total
Anaqueles	15	500,00	7.500,00
<b>Total</b>			<b>7.500,00</b>

Elaborado por: Jessica Bury

Por el tipo de procesos llevados dentro de la organización, es necesaria la construcción de un local para dar atención a los clientes, éste de corta dimensión, mientras que para la bodega si algo bastante más amplio:

**Tabla 69: Edificios**

Edificio	Cantidad	PU	PT
Local	25	300,00	7.500,00
Bodega	125	300,00	37.500,00
<b>Total</b>			<b>45.000,00</b>

Elaborado por: Jessica Bury

Para las operaciones de abastecimiento y comercialización se utilizará el vehículo existente, pero de igual manera se lo considera como inversión:

**Tabla 70: Vehículos**

Vehículo	Cantidad	PU	PT
Camioneta	1	35.000,00	35.000,00
<b>Total</b>			<b>35.000,00</b>

Elaborado por: Jessica Bury

Y los gastos en mano de obra estarán en función de los beneficios de ley obligatorios, estimados por función y temporalidad.

### 6.7.6.3 Financiamiento

Teniendo en cuenta que no toda la inversión entrará vía financiamiento externo, se describe el pago de las cuotas con periodicidad anual, bajo el método sobre saldos, con una tasa activa de 11,33%, referencial para el crédito productivo corporativo, que en cinco años tiene un costo financiero de 6,8%, es decir menor a la tasa efectiva por el efecto de la amortización.

**Tabla 71: Amortización a 5 años sobre saldos**

INVERSIÓN	\$ 156.247,54	T. INTERÉS	11,33%	AÑOS	5
ENDEUDAMIENTO	\$ 121.247,54	C. FINAN.	6,80%		
#	SALDO 0	ABONO CAPI	INTERÉS	CUOTA	SALDO F
1	121.247,54	24.249,51	13.737,35	37.986,85	96.998,03
2	96.998,03	24.249,51	10.989,88	35.239,38	72.748,52
3	72.748,52	24.249,51	8.242,41	32.491,92	48.499,02
4	48.499,02	24.249,51	5.494,94	29.744,45	24.249,51
5	24.249,51	24.249,51	2.747,47	26.996,98	0,00

Elaborado por: Jessica Bury

La conformación del activo diferido viene dada así:

**Tabla 72: Activos diferidos**

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de constitución	\$ 1.200,00
Intereses financieros	\$ 21.933,16
Imprevistos (5% de Activos Diferidos)	\$ 2.296,66
<b>SUBTOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>\$ 23.133,16</b>

Fuente: Encuestas de mercado; Elaborado por: BURY, Jessica

### 6.7.6.4 Estimación de ingresos y costos

Las variables para la generación de los flujos de efectivo se detallan a continuación, tanto para los volúmenes de ventas e ingresos, como para calcular los costos futuros, para remuneraciones del personal, incremento en el costo de adquisición de productos, pago de servicios básicos:

**Tabla 73: Parámetros para cálculo de proyecciones de costos y gastos**

PARÁMETRO	VALOR
MÁRGEN DE UTILIDAD	25,00%
POSIBLE VENTA AÑO 0	0,00%
POSIBLE VENTA AÑO 1	60,00%
TASA DE INCREMENTO EN VENTAS	13,17%
TASA DE INCREMENTO EN RMU	3,00%
TASA DE INCREMENTO IPP	0,03%
TASA DE INFLACIÓN SUNTUARIOS ANUAL (10.2014)	1,30%

Elaborado por: Jessica Bury

La proyección se realizó por el método geométrico o lineal, partiendo de los costos en las variables ya estimados anteriormente, y dependiendo el año de análisis. Para la estimación de ingresos, ha sido retomada la tasa de crecimiento promediada de ventas de los constructores, y revisando el programa de inversión, solamente existirían transacciones de entrada en el segundo semestre, donde inicia la operación, y también considerando 1 mes de ventas nulas, se estima un volumen de comercialización sobre el 30% del stock inicial:

**Tabla 74: Proyección de volúmenes de venta e ingresos para II semestre de año cero**

Artículo	Unidad	Stock	Ventas	CV	Ingresos
Tornillos	Onza	20.000	12.000	184.062	230.078
Tuercas	Onza	8.000	4.800	88.025	110.031
Desarmadores	Unidad	500	300	417	521
Cemento	Quintal	10.000	6.000	36.831	46.039
<b>Total</b>					<b>386.668</b>

Elaborado por: Jessica Bury

A partir del primer año en adelante, se trabaja con un movimiento del 70% de inventarios:

**Tabla 75: Proyección de volúmenes de venta e ingresos para año uno**

Artículo	Unidad	Stock	Ventas	CV	Ingresos
Tornillos	Onza	20.000	17.000	260.755	325.943
Tuercas	Onza	8.000	6.800	124.702	155.877
Desarmadores	Unidad	500	425	590	738
Cemento	Quintal	10.000	8.500	52.177	65.222
<b>Total</b>				<b>438224,164</b>	<b>547.780</b>

Elaborado por: Jessica Bury

Desde el segundo año, se proyecta el volumen de ventas con la tasa de crecimiento de 13,17% referencial del sector:

**Tabla 76: Proyección de volúmenes de venta y costos totales de venta para años dos**

Artículo	Ventas	CV	CVT
Tornillos	21.778	15,35	334.202
Tuercas	7.214	18,35	132.362
Desarmadores	425	1,39	591
Cemento	8.722	6,14	53.570
<b>Total</b>			<b>520.724</b>

Elaborado por: Jessica Bury

De igual manera se aplica al tercer, cuarto y quinto años:

**Tabla 77: Proyección de volúmenes de venta y costos totales de venta para años tres**

Artículo	Ventas	CV	CVT
Tornillos	24.648	15,35	378.447
Tuercas	7.431	18,36	136.401
Desarmadores	425	1,39	591
Cemento	8.836	6,14	54.293
<b>Total</b>			<b>569.733</b>

Elaborado por: Jessica Bury

**Tabla 78: Proyección de venta y costos totales de venta para año cuatro**

Artículo	Ventas	CV	CVT
Tornillos	27.898	15,35	428.337
Tuercas	7.653	18,36	140.493
Desarmadores	425	1,39	591
Cemento	8.951	6,14	54.999
<b>Total</b>			<b>624.420</b>

Elaborado por: Jessica Bury

**Tabla 79: Proyección de venta y costos totales de venta para año cinco**

Artículo	Ventas	CV	CVT
Tornillos	31.575	15,36	484.924
Tuercas	7.883	18,36	144.744
Desarmadore	426	1,39	592
Cemento	9.067	6,15	55.728
<b>Total</b>			<b>685.988</b>

Elaborado por: Jessica Bury

En tanto las remuneraciones del personal de la empresa con los beneficios de ley previstos, están conformados de la siguiente manera:

**Tabla 80: Remuneraciones mensuales del personal**

ROL DE PAGOS	Gerente General	Contador	Agente Ventas	Chofer/bodeguero	UNITARIO	TOTAL
RMU	500,00	360,00	400,00	380,00	1.640,00	19.680,00
XIII	553,81	406,68	448,72	427,70	1.836,91	1.836,91
XIV	340,00	340,00	340,00	340,00	1.360,00	1.360,00
11,15% IESS	55,75	40,14	44,60	42,37	182,86	2.194,32
VACACIONES	250,00	180,00	200,00	190,00	820,00	820,00
PROMEDIO MES/ANUAL	599,96	440,57	486,11	463,34	1.989,98	25.891,23

Elaborado por: Jessica Bury

Para el pago de servicios básicos se establecen los siguientes valores mensuales y anuales respectivamente.

**Tabla 81: Servicios básicos**

Servicios básicos	Mensual	Anual
Energía eléctrica	250,00	3.000,00
Agua	150,00	1.800,00
Teléfono	50,00	600,00
Internet	25,00	300,00
<b>Total</b>	<b>475,00</b>	<b>5.700,00</b>

Elaborado por: Jessica Bury

Es necesario contratar el servicio de seguros para salvaguardar el patrimonio, y también otro valor adicional para darles un mantenimiento anual:

**Tabla 82: Estimación de mantenimientos y seguros**

CUENTA	VALOR	VIDA ÚTIL	MTTO.	SEGURO
<b>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>				
Edificios (local)	37.500,00	20	750,00	375,00
Equipo de cómputo	650,00	3	13,00	6,50
Muebles y enseres (anaqueles)	2.500,00	10	50,00	25,00
<b>ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>				
Bodega	37.500,00	20	750,00	375,00
Muebles y enseres (anaqueles)	5.000,00	10	100,00	50,00
Equipo de oficina	850,00	10	17,00	8,50
Vehículo (camion)	35.000,00	5	700,00	350,00
Inventarios (Mercadería)	11.849,40	10	236,99	118,49
	<b>MTTO</b>		2%	
	<b>SEGURO</b>		1%	

Elaborado por: BURY, Jessica

La depreciación, o pérdida del valor contable de los activos, se realizado por el método lineal, en base a la vida útil estimada por la naturaleza de cada uno de ellos:

**Tabla 83: Cálculo de la depreciación de los activos fijos**

CUENTA	VALOR	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
<b>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>			
Edificios (local)	37.500,00	20	1.875,00
Equipo de cómputo	650,00	3	216,67
Muebles y enseres (anaqueles)	2.500,00	10	250,00
<b>ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>			
Bodega	37.500,00	20	1.875,00
Muebles y enseres (anaqueles)	5.000,00	10	500,00
Equipo de oficina	850,00	10	85,00
Vehículo (camion)	35.000,00	5	7.000,00
Inventarios (Mercadería)	11.849,40	10	1.184,94

Elaborado por: Jessica Bury

## Otros gastos

**Tabla 84: Otros gastos**

PERIODO	USD			
	1	2	3	4
Porcentaje de imprevistos 1%				
<b>OTROS COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN</b>				
Asesoría Técnica				
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	80%			
% depreciación imputado				
Gastos de oficina (luz, agua)	5100	5100	5100	5100
Movilización y viáticos				
Otros (internet)	600	600	600	600
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	% 20%			
depreciación imputado				
Movilización y viáticos				
Fletes				
Subtotal	5700	5700	5700	5700

Elaborado por: BURY, Jessica



Y los activos diferidos

**Tabla 85: Diferidos**

GASTOS ADMINISTRATIVOS REALES		Primer Periodo (Año 1)	
Remuneraciones		12486,24	
Gastos de Oficina		5100	
Movilización y viáticos			
Otros		600	
Mantenimiento y seguros		2705,98	
Imprevistos	1%	208,9222	
Parcial		\$	20.892,22
<b>Gastos pre operativos</b>			
<b>21.101</b>			

Elaborado por: BURY, Jessica

**Tabla 86: Costos directos**

Costos directos de venta	1	2	3	4	5
Costo de venta	438.224,16	520.724,42	569.733,07	624.420,25	685.987,52
Vendedores	6.555,74	6.752,42	6.954,99	7.163,64	7.378,55

Elaborado por: BURY, Jessica

**Tabla 87: Costos indirectos**

Costo indirecto de ventas	1	2	3	4	5
Bodeguero	6.246,93	6.434,33	6.627,36	6.826,18	7.030,97

Elaborado por: BURY, Jessica

Entonces los gastos de administración serían:

**Tabla 88: Gastos de administración**

PERIODO	1	2	3	4	5
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Gastos que representan desembolsos:					
Remuneraciones	20.284,87	20.893,41	21.520,22	22.165,82	22.830,80
Gastos de Oficina	5.100,00	5.100,00	5.100,00	5.100,00	5.100,00
Movilización y viáticos					
Otros	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Mantenimiento y seguros	2.705,98	2.705,98	2.705,98	2.705,98	2.705,98
Imprevistos 1%	208,92	208,92	208,92	208,92	208,92
Parcial	28.690,85	29.299,39	29.926,20	30.571,80	31.236,78
Gastos que no representan desembolso:					
Depreciaciones	10.389,29	10.389,29	10.389,29	10.389,29	10.389,29
Amortización	13.737,35	10.989,88	8.242,41	5.494,94	2.747,47
<b>Subtotal</b>	<b>53.026,40</b>	<b>50.887,48</b>	<b>48.766,81</b>	<b>46.664,95</b>	<b>44.582,45</b>

Elaborado por: BURY, Jessica

Tomando en cuenta las remuneraciones anuales del vendedor, un porcentaje de imprevistos y la imputación del 20% de depreciación, el gasto en ventas aproximadamente será:

**Tabla 89: Gastos de ventas**

GASTOS DE VENTAS	1	2	3	4	5
<b>Gastos que representan desembolso:</b>					
Remuneraciones	6.555,74	6.752,42	6.954,99	7.163,64	7.378,55
Movilización y viáticos					
Fletes					
Imprevistos 1%	65,56	67,52	69,55	71,64	73,79
Parcial	<b>6.621,30</b>	<b>6.819,94</b>	<b>7.024,54</b>	<b>7.235,27</b>	<b>7.452,33</b>
<b>Gastos que no representan desembolso:</b>					
Depreciaciones	2.597,32	2.597,32	2.597,32	2.597,32	2.597,32
<b>Subtotal</b>	<b>9.218,62</b>	<b>9.417,26</b>	<b>9.621,86</b>	<b>9.832,60</b>	<b>10.049,65</b>

Elaborado por: BURY, Jessica

Y los gastos financieros:

**Tabla 90: Gastos financieros**

SALDO 0	ABONO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA
121.247,54	24.249,51	13.737,35	37.986,85
96.998,03	24.249,51	10.989,88	35.239,38
72.748,52	24.249,51	8.242,41	32.491,92
48.499,02	24.249,51	5.494,94	29.744,45
24.249,51	24.249,51	2.747,47	26.996,98

Elaborado por: BURY, Jessica

Por lo tanto la sumatoria de costos directos, indirectos, de administración, de ventas y financieros, dará como resultado el costo y gasto total:

**Tabla 91: Costos y gastos totales**

Costos y gastos totales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos directos	444.779,91	527.476,83	576.688,05	631.583,89	693.366,07
Costos indirectos	6.246,93	6.434,33	6.627,36	6.826,18	7.030,97
Gastos de administración	53.026,40	50.887,48	48.766,81	46.664,95	44.582,45
Gastos de ventas	9.218,62	9.417,26	9.621,86	9.832,60	10.049,65
Gastos financieros	13.737,35	10.989,88	8.242,41	5.494,94	2.747,47
<b>Total</b>	<b>527.009,20</b>	<b>605.205,78</b>	<b>649.946,50</b>	<b>700.402,56</b>	<b>757.776,62</b>

Elaborado por: BURY, Jessica

### 6.7.6.5 Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Tabla 92: Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Operación	Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)	Ventas Netas	0,00	547.780,21	619.991,86	701.722,89	794.228,19	898.928,09
	Ingresos	0,00	547.780,21	619.991,86	701.722,89	794.228,19	898.928,09
(-)	Costo de Ventas	5.833,32	444.779,91	527.476,83	576.688,05	631.583,89	693.366,07
	Mercadería	0,00	438.224,16	520.724,42	569.733,07	624.420,25	685.987,52
	Vendedores	5.833,32	6.555,74	6.752,42	6.954,99	7.163,64	7.378,55
(-)	Gastos	40.658,53	56.708,40	54.644,54	52.599,92	50.575,08	48.570,61
	Remuneraciones	18.046,44	20.284,87	20.893,41	21.520,22	22.165,82	22.830,80
	Gerente	7.199,52	8.099,83	8.342,83	8.593,11	8.850,91	9.116,43
	Contador	5.286,84	5.938,11	6.116,25	6.299,74	6.488,73	6.683,39
	Bodeguero	5.560,08	6.246,93	6.434,33	6.627,36	6.826,18	7.030,97
	Servicios Básicos	5.700,00	5.774,10	5.849,16	5.925,20	6.002,23	6.080,26
	Diferidos	16.912,09	30.649,43	27.901,97	25.154,50	22.407,03	19.659,56
	Depreciaciones	12.986,61	12.986,61	12.986,61	12.986,61	12.986,61	12.986,61
	Intereses	0,00	13.737,35	10.989,88	8.242,41	5.494,94	2.747,47
	Seguros	1.308,49	1.308,49	1.308,49	1.308,49	1.308,49	1.308,49
	Mantenimiento	2.616,99	2.616,99	2.616,99	2.616,99	2.616,99	2.616,99
(=)	Utilidad Bruta	-46.491,85	46.291,89	37.870,49	72.434,92	112.069,22	156.991,40
(-)	15% Trabajadores	0,00	6.943,78	5.680,57	10.865,24	16.810,38	23.548,71
(=)	Utilidad antes IR	-46.491,85	39.348,11	32.189,91	61.569,68	95.258,83	133.442,69
(-)	25% IR	0,00	9.837,03	8.047,48	15.392,42	23.814,71	33.360,67
(=)	Utilidad Neta	-46.491,85	29.511,08	24.142,43	46.177,26	71.444,13	100.082,02

Elaborado por: BURY, Jessica

### 6.7.6.6 Estados financieros proyectados

Se procede a proyectar las diferentes cuentas principales que en conjunto forman el valor total de los activos.

**Tabla 93: Activo corriente**

ACTIVO CORRIENTE	1	2	3	4	5
Caja y Bancos	29.511,08	24.142,43	46.177,26	71.444,13	100.082,02
Inversiones temporales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inventarios	131.467,25	156.217,32	170.919,92	187.326,08	205.796,26

Elaborado por: BURY, Jessica

**Tabla 94: Activo fijo**

CUENTA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>					
Edificios (local)	37.500,00	37.500,00	37.500,00	37.500,00	37.500,00
Equipo de cómputo	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00
Muebles y enseres (anaqueles)	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
<b>ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>					
Bodega	37.500,00	37.500,00	37.500,00	37.500,00	37.500,00
Muebles y enseres (anaqueles)	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Equipo de oficina	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00
Vehículo (camion)	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00
Mercadería	438224,164	520724,416	569733,066	624420,254	685987,524
Depreciación	12.986,61	12.986,61	12.986,61	12.986,61	12.986,61
<b>Total</b>	<b>544.237,56</b>	<b>626.737,81</b>	<b>675.746,46</b>	<b>730.433,65</b>	<b>792.000,92</b>

Elaborado por: BURY, Jessica

**Tabla 95: Activo diferido**

Activo diferido	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Seguro</b>	1.308,49	1.308,49	1.308,49	1.308,49	1.308,49
<b>Mantenimiento</b>	2.616,99	2.616,99	2.616,99	2.616,99	2.616,99
<b>Total</b>	<b>3.925,48</b>	<b>3.925,48</b>	<b>3.925,48</b>	<b>3.925,48</b>	<b>3.925,48</b>

Elaborado por: BURY, Jessica

Conformando así el activo total:

**Tabla 96: Activo total**

Activo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Corriente	160.978,33	180.359,76	217.097,18	258.770,20	305.878,28
Fijo	544.237,56	626.737,81	675.746,46	730.433,65	792.000,92
Diferido	3.925,48	3.925,48	3.925,48	3.925,48	3.925,48
<b>Total</b>	<b>709.141,37</b>	<b>811.023,05</b>	<b>896.769,12</b>	<b>993.129,33</b>	<b>1.101.804,68</b>

Elaborado por: BURY, Jessica

Ahora en cambio se estima el pasivo a futuro:

**Tabla 97: Pasivo**

<b>Pasivo</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Corriente	464.283,13	547.466,99	597.178,48	652.588,31	714.898,58
Remuneraciones	20.284,87	20.893,41	21.520,22	22.165,82	22.830,80
Servicios Básicos	5.774,10	5.849,16	5.925,20	6.002,23	6.080,26
Proveedores	438.224,16	520.724,42	569.733,07	624.420,25	685.987,52
A largo plazo	13.737,35	10.989,88	8.242,41	5.494,94	2.747,47
Deuda	13.737,35	10.989,88	8.242,41	5.494,94	2.747,47
<b>Total</b>	<b>478.020,48</b>	<b>558.456,87</b>	<b>605.420,89</b>	<b>658.083,25</b>	<b>717.646,05</b>

Elaborado por: BURY, Jessica

Mientras que el patrimonio:

**Tabla 98: Patrimonio**

<b>Patrimonio</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Capital inicial	201.609,81	198.912,66	191.517,45	163.771,18	112.801,70
Utilidad acumulada	0,00	29.511,08	53.653,52	99.830,78	171.274,90
Utilidad/pérdida	29.511,08	24.142,43	46.177,26	71.444,13	100.082,02
<b>Total</b>	<b>231.120,89</b>	<b>252.566,18</b>	<b>291.348,23</b>	<b>335.046,09</b>	<b>384.158,63</b>

Elaborado por: BURY, Jessica

Y la igualación de activo con pasivo y patrimonio:

**Tabla 99: Activo, pasivo y patrimonio**

<b>Situación</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Activos	709.141,37	811.023,05	896.769,12	993.129,33	1.101.804,68
Pasivos	478.020,48	558.456,87	605.420,89	658.083,25	717.646,05
Patrimonio	231.120,89	252.566,18	291.348,23	335.046,09	384.158,63
<b>Diferencia</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>

Elaborado por: BURY, Jessica

**Tabla 100: Flujo de caja proyectado**

Operación	Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)	Ventas Netas	207.943,07	415.886,13	468.133,41	529.807,27	599.606,30	678.600,96
	Ingresos	207.943,07	415.886,13	468.133,41	529.807,27	599.606,30	678.600,96
(-)	Costo de Ventas	172.187,77	339.264,65	397.251,09	431.785,33	470.286,69	513.615,45
	Mercadería	166.354,45	332.708,90	390.498,68	424.830,34	463.123,05	506.236,90
	Vendedores	5.833,32	6.555,74	6.752,42	6.954,99	7.163,64	7.378,55
(-)	Gastos	42.069,92	56.735,26	54.948,30	53.180,58	51.432,66	49.705,10
	Remuneraciones	18.046,44	20.284,87	20.893,41	21.520,22	22.165,82	22.830,80
	Gerente	7.199,52	8.099,83	8.342,83	8.593,11	8.850,91	9.116,43
	Contador	5.286,84	5.938,11	6.116,25	6.299,74	6.488,73	6.683,39
	Bodeguero	5.560,08	6.246,93	6.434,33	6.627,36	6.826,18	7.030,97
	Servicios Básicos	5.700,00	5.774,10	5.849,16	5.925,20	6.002,23	6.080,26
	Diferidos	18.323,48	30.676,29	28.205,73	25.735,16	23.264,60	20.794,04
	Depreciaciones	14.764,60	14.764,60	14.764,60	14.764,60	14.764,60	14.764,60
	Interés	0,00	12.352,81	9.882,25	7.411,69	4.941,12	2.470,56
	Seguros	1.186,29	1.186,29	1.186,29	1.186,29	1.186,29	1.186,29
	Mantenimiento	2.372,59	2.372,59	2.372,59	2.372,59	2.372,59	2.372,59
(=)	Utilidad Bruta	-6.314,63	19.886,22	15.934,01	44.841,35	77.886,96	115.280,41
(-)	15% Trabajadores	0,00	2.982,93	2.390,10	6.726,20	11.683,04	17.292,06
(=)	Utilidad antes IR	-6.314,63	16.903,29	13.543,91	38.115,15	66.203,92	97.988,35
(-)	25% IR	0,00	4.225,82	3.385,98	9.528,79	16.550,98	24.497,09
(=)	Utilidad Neta	-6.314,63	12.677,47	10.157,93	28.586,36	49.652,94	73.491,26
(+)	Depreciaciones	14.764,60	14.764,60	14.764,60	14.764,60	14.764,60	14.764,60
(-)	Inversiones	144.027,46					
<b>Flujo de Caja</b>		<b>-135.577,49</b>	<b>27.442,07</b>	<b>24.922,53</b>	<b>43.350,96</b>	<b>64.417,54</b>	<b>88.255,86</b>

Elaborado por: Jessica Bury

### 6.7.6.7 Evaluación financiera

Ya descontados los flujos de efectivo el VAN de éste escenario es aproximadamente la tercera parte de lo calculado en el optimista, por lo tanto éste tiene mayores probabilidades de cumplimiento, y al tener un signo positivo, indica que existirán ganancias:

**Tabla 101: Estimación del VAN**

AÑO	T. DCTO.	FLUJO ESTIMADO	FLUJO DESCONTADO
0	12,72%	-135.577,49	-135.577,49
1	12,72%	27.442,07	24.344,86
2	12,72%	24.922,53	19.614,31
3	12,72%	43.350,96	30.267,04
4	12,72%	64.417,54	39.899,34
5	12,72%	88.255,86	48.494,84
<b>VAN</b>			<b>27.042,90</b>

Elaborado por: Jessica Bury

Asimismo al comparar la TIR con la tasa de descuento, la primera es mayor, por lo tanto el proyecto ofrece un mejor rendimiento que el que ofrece el mercado por un monto similar de inversión. En tanto el tiempo de retorno incrementó, ahora es al tercer año y quinto mes

**Tabla 102: TIR y periodo de recuperación**

Indicador	Valor
T. DCTO	12,72%
TIR	18,98%
FLUJO MEDIO ANUAL	32.524,08
INVERSIÓN	144.027,46
PERIODO DE RECUPERACIÓN	4,43 Años
	4 Años
	4 Meses

Elaborado por: Jessica Bury

Se aplica la misma metodología de actualizar los ingresos y costos:

**Tabla 103: Ingresos y costos descontados**

Año	T. DCTO.	Ingresos Estimados	Costos Estimados	Ingresos descontados	Costos descontados
0	12,72%	12.986,61	202.739,39	12.986,61	202.739,39
1	12,72%	560.766,81	518.269,12	497.476,65	459.775,40
2	12,72%	632.978,47	595.849,43	498.161,01	468.940,04
3	12,72%	714.709,50	655.545,63	499.000,23	457.692,84
4	12,72%	807.214,80	722.784,06	499.977,78	447.682,54
5	12,72%	911.914,70	798.846,07	501.079,00	438.950,04

Elaborado por: Jessica Bury

En éste caso el proyecto como ya se vio sigue siendo rentable, pero con un margen de utilidad por cada dólar de tres centavos:

**Tabla 104: Relación beneficio-costo**

Variable	Valor
Σ Ingresos descontados	2.508.681,27
Σ Costos descontados	2.475.780,25
<b>Relación Beneficio/Costo</b>	<b>1,01</b>

Elaborado por: Jessica Bury

#### **6.7.6.8 Determinación del costo unitario de ventas**

Para estimar el costo unitario de ventas por producto, se ha considerado aquellas variables que directamente inciden con la comercialización, siendo estos el costo de adquisición y la remuneración unificada anual del agente vendedor, entonces se procedió a asignar una carga homogénea para cada bien, la cual sumada al valor de compra, da como resultado el parámetro buscado, adicionalmente se asigna un margen de utilidad del 25%:

**Tabla 105: Costo unitario y precio de venta de los productos**

Artículo	Unidad	Cantidad	Carga	CU	CUV	Utilidad	PVP
Tornillos	Onza	20.000,00	0,34	15,00	15,34	3,83	19,17
Tuercas	Onza	8.000,00	0,34	18,00	18,34	4,58	22,92
Desarmadores	Unidad	500,00	0,34	1,05	1,39	0,35	1,74
Cemento	Quintal	10.000,00	0,34	5,80	6,14	1,53	7,67
<b>Total</b>		<b>38.500</b>					

Elaborado por: Jessica Bury



## 6.8 Plan de monitoreo y evaluación de la propuesta

N°	ÍTEMS	ACTIVIDAD
1	¿Qué evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los resultados financieros</li> <li>• Los procesos de la cadena de valor</li> <li>• El crecimiento en el mercado</li> </ul>
2	¿Por qué evaluar?	Porque existe deficiencias en el proceso de comercialización y distribución del producto.
3	¿Para qué evaluamos?	Verificar el cumplimiento del plan estratégico
4	¿Con qué criterios?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eficiencia</li> <li>• Eficacia</li> <li>• Efectividad</li> <li>• Meta</li> <li>• Factos crítico de éxito</li> <li>• Economía</li> </ul>
5	<b>Indicadores</b>	Cuantitativos y cualitativos, a fin de alcanzar el 15% de cobertura.
6	¿Quién evalúa?	Gerente General
7	¿Cuándo evaluar?	En forma cuatrimestral, se establecerán ventajas o desventajas de la propuesta
8	¿Con qué evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas dirigidas a clientes y socios estratégicos</li> <li>• Fichas e informes económicos</li> </ul>

Elaborado por: BURY, Jessica

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Spiegel , M. R. (1991). *Investigacion*. ECS.
- Allisen, C. (2003). *Metodologia de la investigacion cientifica*. Peru: Delco.
- Andrade Herrera, S. I. (2011). *El gas licuado de petroleo en el Ecuador*. Guayaquil.
- Avila Baray, H. L. (2002). *Introduccion a la metodolgia de la investigacion*. Delco.
- Baez Hurtado, Y. (s.f.). *Tecnicas de investigacion de Campo por Competencias*. 2000: Grupo Editorial nndos.
- Balestrini, J. (1998). *Investigacion*. FLARSO.
- Bernal, C. A. (2009). *Metodos investigativos*. FLARSON.
- Caepia, J. C. (1999). *Ontologias: Fundamentos, Métodos de desarrollo y Aplicaciones*. Yacambu: Universidad de Venezuela.
- Castaneda Jimenez, J. (1998). *Metodos de Investigacion*. Mc Grow Hill.
- Cegarra Sanchez, J. (2006). *Investigacion Cientifica*. Diaz Santos.
- Collins, J. (2009). *Tecnicas de investigacion de Campo*. Alec.
- CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL. (s.f.). Obtenido de [file:///C:/Users/HOME/Downloads/PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20inc.%20%20PI%20FC%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HOME/Downloads/PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20inc.%20%20PI%20FC%20(1).pdf)
- Cunha, L. A., Anton, M., & Aboites, H. (2003). *Investigacion Cientifica*. Hebe Vessuri.
- Davis, J. a. (2001). *Analisis elemental de encuestas*. Trillas.
- DEFINICIÓN ABC . (2007). *Negocios*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/negocios/administracion.php#ixzz318wuXiJq>
- Di Pelino, A., Vianco, G., Iglesias, F., Katz, P., & Daniele, M. (2002). *Informe sobre la situación actual del gas licuado de petróleo*. Buenos Aires: Instituto Argentino de la Energía "General Mosconi".
- DIRECCIÓN NACIONAL DE ASESORÍA JURÍDICA DE LA PGE. (2011). *LEY DE HIDROCARBUROS*.
- Durkheim, E. (1994). *PARADIGMAS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO*. RPJ.
- ECO FINANZAS. (s.f.). *Diccionario de economía*. Obtenido de <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/S/SUBSIDIO.htm>

- El Telégrafo. (6 de Agosto de 2013). El 88% del GLP de consumo interno es importado. *El Telégrafo*.
- ENCICLOPEDIA FINANCIERA. (s.f.). Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/teoriaeconomica/macroeconomia/politicafiscal.htm>
- FERNÁNDEZ, J. (2013). *EXPANSIÓN*. Recuperado el 2013 de SEPTIEMBRE de 2013, de DICCIONARIO ECONÓMICO: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/rentabilidad.html>
- Flores Agreda, R. (2006). Gas Licuado de Petróleo en Ecuador.
- FRANKLIN, E. (2011). *Diseño Organizacional*. México: Pearson.
- Gallardo, N. (2011). *Fundamentacion Ontologica y Epistemologica de la Investigación*. Kant.
- Gallardo, N. (2011). *Fundamentacion Ontologica y Epistemologica de la Investigación*. Kant.
- GERENCIE. (2010). *Economía y finanzas*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/concepto-de-finanzas.html>
- GÓMEZ, O. (2009). *BLIGOO*. Obtenido de <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/537587/Que-es-la-gerencia-financiera.html>
- GOMEZ, S. H. (1944). *PLANEACIÓN Y GESTION ESTRATÉGICA*. BOGOTA: LEGIS EDITORES.
- Harold, B. (1987). *Planeación Financiera Estratégica*. Mexico: CECSA.
- Hernandez, Y. p. (1999). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa* (Primera ed.). Medellín, Colombia: Universidad EAFIT.
- Hidalgo Capitán, A. L. (1998). *El Pensamieto Económico Sobre Desarrollo*. Huelva: Universidad de Huelva.
- Hurtado de Barrera, J. (2005). *Metodos de investigacion*. CIEA SYPAL.
- Icart Isern, M., Fuentelsaz Gallego, C., & Pulpón Segura, A. M. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina* (Edicions Universitat Barcelona ed., Vol. 1). Barcelona.
- IDE BUISNESS SCHOOL. (sin año). *Perspectiva*. Obtenido de <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/component/content/article/114-marzo2008/625-las-cifras-del-gas-en-ecuador>

- Iturralde Duran, C. A. (2013). *"MATRIZ ENERGETICA ECUATORIANA DIAGNOSTICO Y ALTERNATIVAS"*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- KOKEMULLER, N. (2012). *Pequeña y mediana empresa*. Obtenido de Definición de planificación táctica en negocios: <http://pyme.lavoztx.com/definicion-de-planificacin-tctica-en-los-negocios-5511.html>
- KOMIYA, A. (2008). *CRECE NEGOCIOS*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/definicion-de-rentabilidad/>
- Manjon Ruiz, J. (2007). *La axiología y su relacion con la educacion*. Universidad de Sevilla.
- MAPCAL. (1997). *La Ventaja Competitiva*. Madrid: Diaz de Santos.
- Organización Internacional del Trabajo. (1996). *Política macroeconómica*. Obtenido de <http://ilo.org/empelm/areas/macroeconomic-policies/lang-es/index.htm>
- PARRA MURILLO, L. E. (2005). *"EPISTEMOLOGÍA DE LAS CIENCIAS"*. Bogota: Universidad INCCA.
- Pazmiño Aviles, C. (2003-2004). *Subsidios en el Ecuador*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Pesantes Monserrate, L. X. (2006). *"OPTIMIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN GAS LICUADO DE PETRÓLEO (GLP) PARA USO DOMÉSTICO"*. Guayaquil: Escuela Superior Politecnica Del Litoral.
- Pessantes, V. N. (2002). *Analisis de encuestas*. ESC.
- Pozo Crespo, M. (14 de Mayo de 2010). Los subsidios en el Ecuador. *Coloquio económico*.
- RADIO Y TELEVISIÓN DE ECUADOR. (2.013). *Enlace Ciudadano 333*. La Maná: RTV. Recuperado el 29 de 04 de 2014, de [https://www.youtube.com/watch?v=K\\_s308MF-sc](https://www.youtube.com/watch?v=K_s308MF-sc)
- Rasner, J. (2009). *Introducción a las problemáticas*. Quito: Universidad de las Americas.
- Reyes Mendoza., L. S., Riveron Morales., F., & Palma Cardona., J. (2005). *Fundamentación Axiológica de la Extensión Universitaria*. CIVE.
- Robbins, S. P. (1994). *Administración Teoría y Práctica*. México: Prentice- Hall.
- Romero Herrera, J. A. (1889). *"FUNDAMENTO ONTOLOGICO DE LA COMPRESION"*. Brisgovia: Universidad de Friburgo.

- Sabino, C. C. (1992). *Proceso de la investigación*. Caracas: McGrawHill.
- Stick, M. (2010). *"Apologetica e investigación"*. Ministerio de apologetica e investigación.
- STIGLITZ, J. (1994). *Economía*. Barcelona: Ariel.
- Vianco, G. (2002). *Informe sobre la situación actual del gas licuado de petróleo*. Buenos Aires: Instituto Argentino de la Energía "General Mosconi".
- VILLAVICENCIO, F. (11 de 2.013). *PLAN V*. Obtenido de <http://www.planv.com.ec/investigacion/investigacion/subsidios-se-les-acaba-el-combustible?nopaging=1>
- WORD PRES. (s.f.). *Significados y definiciones*. Obtenido de <http://definicion.de/subsidio/>
- Yanez, H. (2012). *Los subsidios del GLP*. Quito: RISPGRAF C.A.

# ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE ECONOMÍA



ENCUESTA DIRIGIDA A DISTRIBUIDORES DE GLP EN AMBATO

Empresa: ..... Fecha: .....

Objetivo:

Estudiar la eliminación del subsidio al gas licuado de petróleo y su incidencia en la situación económica financiera de las principales distribuidoras de la ciudad de Ambato.

Desarrollo:

1. ¿Cuáles son sus líneas de negocio?

DISTRIBUIDOR GLP	DISTRIBUIDOR GLP Y OTROS

2. ¿Qué tipos de GLP distribuye?

DOMÉSTICO	INDUSTRIAL

3. ¿Cuál es su volumen de ventas actual en unidades?

--

4. ¿Quiénes representan sus principales clientes?

Familias	Minoristas

5. ¿Cuántas personas trabajan en su negocio?

--

6. ¿Cuál es el precio unitario de su producto?

--

7. ¿Qué perspectiva tiene sobre la eliminación del subsidio al GLP en Ecuador?

Acertada	Desacertada

8. A partir de la exposición de la medida en agosto de 2.013, ¿cuál ha sido el comportamiento de sus ventas?

Han disminuido	Son Iguales	Han aumentado

9. ¿Cree que disminuirá su situación económica financiera con la implementación de cocinas a inducción?

SI	No

10. ¿Piensa que es necesario realizar una planificación económica-estratégica para sostener su actividad comercial?

SI	No