



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**Análisis de Caso, previo a la obtención del Título de Licenciado en Contabilidad
y Auditoría.**

Tema:

**“El efecto en la estructura financiera por la venta de camionetas Wingle de la
empresa Ambacar. Un análisis con proyecciones”**

Autor: Alarcón Andrade, Xavier Alexander

Tutor: Dr. Arias Pérez, Mauricio Giovanni

Ambato- Ecuador

2023

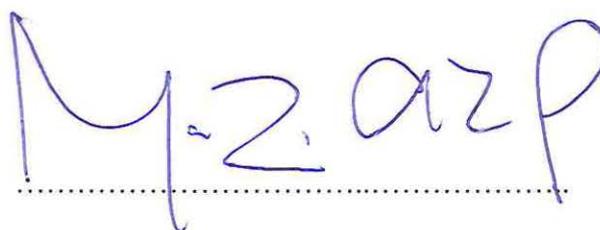
APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dr. Mauricio Giovanni Arias Pérez con cédula de ciudadanía No. 180276726-7, en mi calidad de Tutor del análisis de caso sobre el tema: **“EL EFECTO EN LA ESTRUCTURA FINANCIERA POR LA VENTA DE CAMIONETAS WINGLE DE LA EMPRESA AMBACAR. UN ANÁLISIS CON PROYECCIONES”**, desarrollado por Xavier Alexander Alarcón Andrade, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo 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 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 los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Agosto 2023

TUTOR



Dr. Mauricio Giovanni Arias Pérez

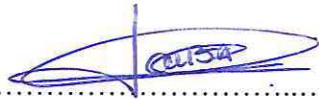
C.C. 180276726-7

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Xavier Alexander Alarcón Andrade con cédula de ciudadanía No. 185030511-7, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el análisis de caso, bajo el tema: **“EL EFECTO EN LA ESTRUCTURA FINANCIERA POR LA VENTA DE CAMIONETAS WINGLE DE LA EMPRESA AMBACAR. UN ANÁLISIS CON PROYECCIONES”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este análisis de caso.

Ambato, Agosto 2023

AUTOR



.....

Xavier Alexander Alarcón Andrade

C.C. 1850405117-7

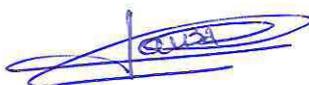
CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este análisis de caso, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi análisis de caso, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este análisis de caso, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Agosto 2023

AUTOR

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a vertical stroke, positioned above a horizontal dotted line.

Xavier Alexander Alarcón Andrade

C.C. 1850405117-7

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

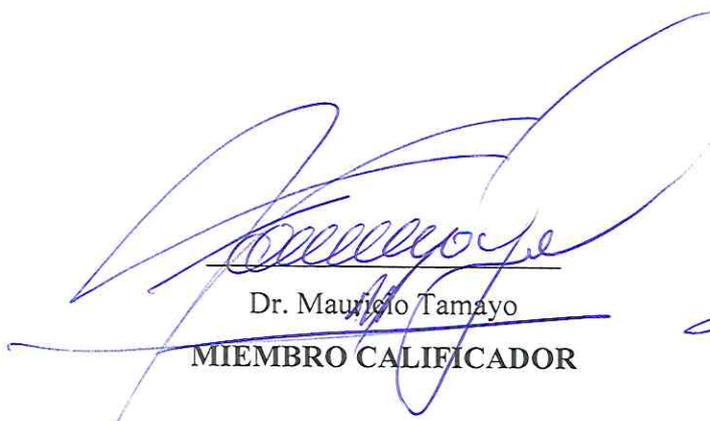
El Tribunal de Grado, aprueba el análisis de caso, sobre el tema: “EL EFECTO EN LA ESTRUCTURA FINANCIERA POR LA VENTA DE CAMIONETAS WINGLE DE LA EMPRESA AMBACAR. UN ANÁLISIS CON PROYECCIONES”, elaborado por Xavier Alexander Alarcón Andrade, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Agosto 2023



Dra. Tatiana Valle PhD

PRESIDENTE



Dr. Mauricio Tamayo

MIEMBRO CALIFICADOR



Ing. Ana Córdova

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

En primera instancia, dedico cada uno de mis logros a Dios. Siempre teniendo presente que el verdadero autor de estos ha sido su bendición constante sobre mí.

De igual forma, a mis padres Ale y Chris. Quienes han impulsado de manera inalcanzable mi formación académica en conjunto de mi bienestar. Además, de que me dieron todo el apoyo y herramientas para cumplir mis metas.

Mis hermanos Andy y Cris, quienes han figurado como mi inspiración e instrucción durante mis estudios. Así mismo, mi sobrinita Isa y mi abuelita Faby han sido importantes para batallar con el día a día de la demandante vida universitaria.

A mi hijo July, quien ha sido mi motivación y ha hecho que me esfuerce insaciablemente por un próspero futuro nuestro. Mostrándome con su ejemplo seguidamente la humildad y bondad que debo mantener.

Para mi pareja Majo, por ser mi compañía incondicional desde el inicio hasta el final de nuestras carreras. Sosteniéndome y aconsejándome con su amor, además de su constante apoyo tanto como dentro y afuera de la universidad. Adicionalmente, confió y está en los momentos más importantes de mi vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos mis familiares amigos, compañeros quienes han sido parte de esta gran aventura. Quienes han figurado cada uno de manera importante en cada etapa de esta carrera.

A la Universidad Técnica de Ambato, por todas las enseñanzas y oportunidades que se me brindó durante mi estadía.

Mi agradecimiento constante hacia Ambacar, que además de su apertura para la elaboración del presente trabajo, por su confianza plena sobre mis capacidades. Permitiendo mi inicio de mi carrera laboral.

Al Dr. Mauricio Arias por su dirección amable y profesional desde el inicio del análisis. Además del interés mostrado en todo momento.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA: “EL EFECTO EN LA ESTRUCTURA FINANCIERA POR LA VENTA DE CAMIONETAS WINGLE DE LA EMPRESA AMBACAR. UN ANÁLISIS CON PROYECCIONES”

AUTOR: Xavier Alexander Alarcón Andrade

TUTOR: Dr. Mauricio Giovanni Arias Pérez

FECHA: Agosto 2023

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo se concentró como unidad de análisis en Ambacar Cía. Ltda. Con el fin de evaluar el impacto en la estructura financiera debido a la decisión de introducir la marca Great Wall al país, así como la evolución del mercado desde el año 2008 al 2022. Esto por medio de la implementación de una evaluación general de las tendencias del sector, en conjunto de la aplicación del sistema Dupont. Además, de afirmar el posicionamiento de la marca por medio de una proyección de las ventas del modelo Wingle. Así mismo, se obtuvo un panorama más acertado y cercano por medio de la aplicación de entrevistas a personas estratégicamente seleccionadas del personal de Ambacar. Estos resultados mostraron en primera instancia la complejidad por la cual atravesó la empresa en los inicios del manejo de la marca Great Wall, hasta su consolidación año tras año en el segmento de camionetas. De igual forma, se vio reflejado en la fluctuación del rendimiento financiero, en donde fue proporcional la venta de estas camionetas en conjunto del beneficio obtenido por la entidad. De esta manera, se concluyó que gracias a que la marca se posicionó por encima de otras mundialmente conocidas y logró alcanzar niveles financieras más estables. Por ende, esto le ha permitido tener más libertad y facilidad en la ejecución de la toma de decisiones por encima de la competencia, como la implementación de la ensambladora local. Por último, se afirmó la influencia de Great Wall no solo en la empresa si no en el mercado ecuatoriano, dando paso a las marcas de origen chino.

PALABRAS DESCRIPTORAS: ESTRUCTURA, FINANZAS, DECISIONES, AUTOMOTRIZ, RENDIMIENTO

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING
ACCOUNTING AND AUDITING CAREER

TOPIC: “THE EFFECT ON THE FINANCIAL STRUCTURE OF THE SALE OF WINGLE TRUCKS OF THE AMBACAR COMPANY. AN ANALYSIS WITH PROJECTIONS”.

AUTHOR: Xavier Alexander Alarcón Andrade

TUTOR: Dr. Mauricio Giovanni Arias Pérez

DATE: August 2023

ABSTRACT

The present work was concentrated as a unit of analysis in Ambacar Ltd. In order to evaluate the impact on the financial structure due to the decision to introduce the Great Wall brand to the country, as well as the evolution of the market from 2008 to 2022. This through the implementation of a general evaluation of industry trends, together with the application of the Dupont system. In addition, to affirm the positioning of the brand through a projection of the sales of the Wingle model. Likewise, a more accurate and close panorama was obtained through the application of interviews with strategically selected people from the Ambacar staff. These results showed in the first instance the complexity that the company went through at the beginning of the management of the Great Wall brand, until its consolidation year after year in the pickup truck segment. Similarly, it was reflected in the fluctuation of financial performance, where the sale of these pickups was proportional to the profit obtained by the entity as a whole. In this way, it was concluded that thanks to the fact that the brand was positioned above other world-known ones and managed to reach more stable financial levels. Therefore, this has allowed it to have more freedom and ease in the execution of decision-making over the competition, such as the implementation of the local assembler. Finally, the influence of Great Wall was affirmed not only in the company but also in the Ecuadorian market, giving way to brands of Chinese origin.

KEYWORDS: STRUCTURE, FINANCE, DECISION, AUTOMOTIVE, PERFORMANCE

ÍNDICE GENERAL

| CONTENIDO | PÁGINA |
|--|----------|
| PÁGINAS PRELIMINARES | |
| PORTADA..... | i |
| APROBACIÓN DEL TUTOR..... | ii |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA..... | iii |
| CESIÓN DE DERECHOS..... | iv |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO..... | v |
| DEDICATORIA..... | vi |
| AGRADECIMIENTO..... | vii |
| RESUMEN EJECUTIVO..... | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| ÍNDICE GENERAL..... | ix |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | xiii |
| ÍNDICE DE ILUSTRACIONES..... | xv |
| CAPÍTULO I..... | 1 |
| FORMULACIÓN DEL ANÁLISIS DE CASO..... | 1 |
| 1.1. Tema..... | 1 |
| 1.2. Antecedentes..... | 1 |
| 1.2.1 Factores que influyen en la estructura financiera empresarial de las industrias a nivel mundial..... | 1 |
| 1.2.2. Tratamiento de la estructura financiera en empresas de América Latina..... | 2 |

| | |
|--|-----------|
| 1.2.3. Las empresas nacionales y sus consideraciones para la toma de decisiones referente a la estructura financiera | 6 |
| 1.3. Justificación | 7 |
| 1.4. Objetivos | 8 |
| 1.4.1. Objetivo general | 8 |
| 1.4.2. Objetivos específicos..... | 8 |
| 1.5. Preguntas de reflexión..... | 9 |
| CAPÍTULO II | 10 |
| FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA | 10 |
| 2.1. Teoría de la irrelevancia de la estructura financiera y la importancia en la toma de decisiones | 10 |
| 2.2. Teoría de Pecking Order y la preferencia de Ambacar en su preferencia de financiación | 10 |
| 2.3. Teoría del Trade-off, ¿Ambacar ha encontrado su propio modelo de estructura financiera?..... | 11 |
| 2.4. Fundamentos teóricos..... | 11 |
| 2.4.1. Estructura económica y financiera | 11 |
| 2.4.1.1. Factores de influencia sobre la estructura financiera..... | 12 |
| 2.4.2. Endeudamiento | 13 |
| 2.4.2.1. Índice de endeudamiento | 13 |
| 2.4.3. Equilibrio financiero..... | 14 |
| 2.4.3.1. Fondo de maniobra | 14 |
| 2.4.3.2. Tipos de equilibrio financiero..... | 15 |
| 2.4.4. Ciclos económicos en las empresas: corto y largo plazo | 16 |

| | |
|--|-----------|
| 2.4.4.1. Ciclo a corto plazo | 16 |
| 2.4.4.2. Ciclo a largo plazo | 17 |
| 2.4.5. Sistema Dupont | 18 |
| 2.4.6. Indicadores financieros..... | 18 |
| 2.4.6.1. Indicadores de liquidez | 18 |
| 2.4.6.2. Indicadores de rentabilidad..... | 19 |
| 2.4.7. Proyección financiera | 20 |
| 2.4.7.1 Pronóstico de ventas | 20 |
| CAPÍTULO III..... | 21 |
| METODOLOGÍA | 21 |
| 3.1. Metodología e instrumentos de recolección de información | 21 |
| 3.1.1. Unidad de análisis..... | 21 |
| 3.1.2. Fuentes y técnicas de recolección de información | 21 |
| 3.1.2.1. Fuentes de información primaria | 21 |
| 3.1.2.2. Fuentes de información secundaria | 24 |
| 3.2. Método de análisis de información | 26 |
| 3.2.1. Análisis de tendencias | 26 |
| 3.2.2. Aplicación del sistema Dupont..... | 26 |
| 3.2.3. Proyección de ventas por el método de mínimos cuadrados | 27 |
| 3.2.4. Interpretación y análisis de las entrevistas | 28 |
| CAPÍTULO IV | 29 |
| DESARROLLO DEL ANÁLISIS DE CASO..... | 29 |

| | |
|---|-----------|
| 4.1. Análisis y categorización de la información | 29 |
| 4.1.1. Análisis de tendencias | 29 |
| 4.1.2. Sistema Dupont | 33 |
| 4.1.2.1 Análisis Dupont del año 2008..... | 34 |
| 4.1.2.2. Análisis Dupont del año 2009..... | 35 |
| 4.1.2.3. Análisis Dupont del año 2010..... | 36 |
| 4.1.2.4. Análisis Dupont del año 2013..... | 37 |
| 4.1.2.5. Análisis Dupont del año 2014..... | 38 |
| 4.1.2.6. Análisis Dupont del año 2019..... | 39 |
| 4.1.2.7. Análisis Dupont del año 2021..... | 40 |
| 4.1.2.8. Análisis Dupont del año 2022..... | 41 |
| 4.1.2.9. Análisis general de los años investigados..... | 42 |
| 4.1.3. Proyección de ventas | 44 |
| 4.1.3.1. Proyección Ambacar 2023..... | 44 |
| 4.1.4. Análisis de entrevistas | 47 |
| 4.2. Narración del caso..... | 56 |
| CAPÍTULO V..... | 61 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 61 |
| 5.1. Conclusiones | 61 |
| 5.2. Recomendaciones..... | 63 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 64 |
| ANEXOS | 68 |

ÍNDICE DE TABLAS

| CONTENIDO | PÁGINA |
|--|--------|
| Tabla 1. Nivel de endeudamiento por tamaño y sector empresarial | 2 |
| Tabla 2. Variables en la estructura de capital por país..... | 3 |
| Tabla 3. Impacto de variables en las decisiones financieras por tamaño empresarial | 5 |
| Tabla 4. Estructura económica de las industrias ecuatorianas de muebles | 6 |
| Tabla 5. Índice de endeudamiento..... | 13 |
| Tabla 6. Tipos de equilibrio financiero | 16 |
| Tabla 7. Indicadores de liquidez | 19 |
| Tabla 8. Indicadores de rentabilidad | 19 |
| Tabla 9. Métodos para el pronóstico de ventas | 20 |
| Tabla 10. Personas entrevistadas..... | 22 |
| Tabla 11. Preguntas de la entrevista y sus categorías | 23 |
| Tabla 12. Ficha de observación 1- Aspecto financiero de Ambacar..... | 24 |
| Tabla 13: Ficha de observación 2- Ventas de camionetas por marcas del sector automotriz | 25 |
| Tabla 14. Ventas de camionetas por marcas del sector automotriz | 30 |
| Tabla 15. Indicadores del sector de comercio de vehículos | 33 |
| Tabla 16. Resumen de indicadores de rentabilidad de Ambacar | 43 |
| Tabla 17. Factores de la proyección..... | 44 |
| Tabla 18. Ventas estimadas para el periodo 2023..... | 45 |
| Tabla 19. Proyección de ventas en unidades Wingle 2023 | 46 |

Tabla 20. Ventas estimadas para el periodo 2023..... 47

Tabla 21. Análisis de respuestas por preguntas de las respuestas de entrevistas 49

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| CONTENIDO | PÁGINA |
|---|--------|
| Ilustración 1. Diferencia entre estructura económica y financiera | 12 |
| Ilustración 2. Factores que influyen en la estructura financiera | 12 |
| Ilustración 3. Características para el equilibrio financiero | 14 |
| Ilustración 4. Fondo de maniobra | 14 |
| Ilustración 5. Escenarios de resultados del Fondo de Maniobra | 15 |
| Ilustración 6. Ciclo económico a corto plazo de las empresas | 17 |
| Ilustración 7. Ciclo económico a largo plazo de las empresas | 18 |
| Ilustración 9. Método general del análisis de la información..... | 26 |
| Ilustración 10. Participación por modelo de venta de camionetas Great Wall en Ecuador (2008- 2022) | 29 |
| Ilustración 11. Histórico de ventas del segmento camionetas (2008-2022)..... | 31 |
| Ilustración 12. Participación porcentual segmento camionetas 2022..... | 32 |
| Ilustración 13. Análisis Dupont Ambacar 2008 | 34 |
| Ilustración 14. Análisis Dupont Ambacar 2009 | 35 |
| Ilustración 15. Análisis Dupont Ambacar 2010 | 36 |
| Ilustración 16. Análisis Dupont Ambacar 2013 | 37 |
| Ilustración 17. Análisis Dupont Ambacar 2014 | 38 |
| Ilustración 18. Análisis Dupont Ambacar 2019 | 39 |
| Ilustración 19. Análisis Dupont Ambacar 2021 | 40 |
| Ilustración 20. Análisis Dupont Ambacar 2022 | 41 |

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN DEL ANÁLISIS DE CASO

1.1. Tema

El efecto en la estructura financiera por la venta de camionetas Wingle de la empresa Ambacar. Un análisis con proyecciones.

1.2. Antecedentes

1.2.1 Factores que influyen en la estructura financiera empresarial de las industrias a nivel mundial

Dentro del estudio de la financiera uno de los temas con mayor complejidad a estudiar e interesantes debido a que no existe una teoría general que se pueda aplicar de manera práctica a las empresas es la estructura (Jiménez & Palacín, 2005). De acuerdo con Myers (2001) los principales protagonistas en este tópico son la deuda y capital, sin embargo no hay un modelo universal para la elección de estos y no hay la necesidad de esperar uno. Pero, existen varias teorías a considerar en ciertos escenarios que dan un mejor panorama a las organizaciones para seguir.

Beshenov & Rozmainsky (2015) por medio de la aplicación de su modelo *Interest Coverage Ratio*, determinó que la estructura financiera de las empresas estudiadas tienen un carácter de especulación por el declive de las ventas e incremento de los costos financieros, durante la crisis de 2008. Una empresa tiene más oportunidades de ser sustentable a paso de los años con una adecuada estrategia financiera (Gómez, 2002). Previamente de llegar a la determinación de esta se debe cumplir con ciertos análisis dentro de la entidad que contemplen la información financiera en conjunto a las metas trazadas como costos de producción, estados financieros presupuestados, entre otros.

Para López & Arias (2000) el tamaño tiene un efecto sobre la estrategia de la finanza de una empresa, en cuanto al sector a la que pertenece la entidad influencia directamente a las políticas financieras de esta. Así mismo, en la investigación de Jiménez y Palacín (2005) se evidencia la influencia del tamaño y sector perteneciente

de cada una de las empresas en cuanto a la composición de su estructura financiera. Por medio del estudio con una muestra de organizaciones que forman parte de la Comunidad Autónoma Andaluza en España y Portugal, concluyeron los siguientes resultados reflejados en la tabla 1 en cuanto a su incidencia.

Tabla 1. Nivel de endeudamiento por tamaño y sector empresarial

| Nivel de endeudamiento | Tamaño | Sector |
|-------------------------------|---------------|--------------------------|
| Alto | Pequeñas | Construcción y servicios |
| Medio | Grandes | Otros sectores |
| Bajo | Medianas | Agrícola y energético |

Fuente: Jiménez Naharro & Palacín Sánchez (2005)

Elaborado por: Alarcón (2023)

Las empresas que mayor nivel de endeudamiento adquieren son las pequeñas, debido a su necesidad de establecerse e impulsarse. Mientras que, las medianas mantienen un perfil conservador y las grandes necesitan en menor proporción la financiación externa para sus proyectos. Cabe recalcar que en todos los tamaños de las entidades la mayor parte de sus pasivos son a corto plazo.

En cuanto los sectores que más endeudamiento presentan son los de servicios y construcción siendo de corto tiempo estas obligaciones, probablemente debido a su requerimiento de entregar el servicio pronto así mismo como su retorno de efectivo. Al contrario, con las empresas de los sectores agrícolas y energéticos que a pesar de tener menos obligaciones con externos, estas son en mayoría de largo plazo.

1.2.2. Tratamiento de la estructura financiera en empresas de América Latina

Alrededor del año 2008 varios países en el mundo experimentaron la llamada crisis *subprime* la cual se extendió en Europa y México. Se dio debido al alza de las tasas de interés por parte de la Reserva Federal y la caída de los valores de las viviendas que se adquirirían en ese entonces (EDUCA Portal de Educación Financiera, 2023).

Uno de los factores a considerar que pueden intervenir para una diferenciación de variables en la estructura económica de las empresas es el país donde accionan sus labores (Sánchez & García, 2018). En la tabla 2 se resume por cada país iberoamericano.

Tabla 2. Variables en la estructura de capital por país

| País | Variables |
|-----------|--|
| Argentina | - Activos tangibles |
| | - Rentabilidad |
| | - Razón de mercado del patrimonio sobre valor del activo |
| Brasil | - Rentabilidad |
| | - Tamaño por los activos |
| | - Razón de mercado sobre activo |
| | - Tamaño por ventas |
| Chile | - Oportunidad de crecimiento en ventas |
| | - Activos tangibles |
| | - Tamaño por activos |
| | - Rentabilidad |
| Colombia | - Razón de mercado sobre activo |
| | - Tamaño por ventas |
| | - Tamaño por activos |
| | - Activos tangibles |
| España | - Razón de mercado sobre activo |
| | - Tamaño por ventas |
| | - Tamaño por activos |
| | - Rentabilidad |
| México | - Activos tangibles |
| | - Razón de mercado sobre activo |
| | - Rentabilidad |
| Perú | - Razón de mercado sobre activo |
| | - Tamaño por ventas |
| | - Tamaño por activos |
| | - Rentabilidad |

Fuente: Sánchez & García (2018)

Elaborado por: Alarcón (2023)

Se puede observar que de manera general se presenta una variable en todos los países presentados la cual es la *Razón de mercado del patrimonio sobre valor del activo*. En cuanto, a las demás no existen gran diferencias presentadas en cada nación, para conocer a fondo se requiere un estudio específico por muestra de países de cada región. En el mismo sentido la investigación aplicada por Peujio y Domínguez (2018) muestran las consecuencias que las grandes empresas mexicanas del sector manufacturero que pasaron debido a la crisis financiera *subprime*. De esta manera los resultados obtenidos demuestran que las industrias sintieron una mayor fragilidad financiera por medio del endeudamiento tanto como de corto y largo plazo obtenido. Sin embargo, con el estudio se constató que las empresas ya presentaban previamente una fragilidad financiera y la crisis la acentuó, también se volvieron desfavorables las condiciones de endeudamiento. De igual forma, como consecuencia de la caída de la actividad económica en el mercado de Estados Unidos los ingresos no financieros se vieron claramente disminuidos, afectando principalmente al estancamiento de nuevas inversiones, el ingreso de todas las partes de interés y el empleo.

De esta manera, determinando que las principales variables de la estructura en la inestabilidad financiera son las pasivos a corto y largo plazo contemplando sus términos que condicionan a las industrias. Sin embargo, el periodo anual posterior a la crisis, varias de las empresas lograron recuperarse pero las demás se encuentran en busca de su estabilidad. Por ello, estas entidades pueden optar por alternativas como ejecutar decisiones que promuevan la expansión y variación del mercado como sus ingresos y fortificar su mercado ya existente (Mulligan, Lirely, & Coffee, 2013). Sin dejar de lado la recomendación de establecer políticas gubernamentales con la finalidad de reducir el impacto de estos ciclos económicos en conjunto con las instituciones financieras (Agosin & Huaita, 2011).

Por otro lado Medina, Salinas, Ochoa y Molina (2012) en su trabajo aplicado sobre las empresas manufactureras colombianas determinan que las principales variables que intervienen en la estructura financiera son la rentabilidad, posibilidades de crecimiento y falta de financiación. Además, se debe considerar que las ventas y sus variaciones son un factor importante para la toma de decisiones financieras que conllevan a la conformación de la estructura. En la siguiente tabla 2 se resume las variables de acuerdo al tamaño de empresa y cómo estas intervienen o no tienen efecto en la

composición de estructura financiera considerada por los autores luego de la aplicación de métodos estadísticos.

Tabla 3. Impacto de variables en las decisiones financieras por tamaño empresarial

| Tamaño de empresa | Variables | |
|-------------------|-------------------------|------------------------------|
| | Mayor proporción | Menor proporción |
| Pequeña | Falta de financiación | Tangibilidad de activos |
| | Tamaño | Rentabilidad neta de activos |
| | Variación de ventas | Posibilidades de crecimiento |
| Mediana | Tangibilidad de activos | Rentabilidad neta de activos |
| | Falta de financiación | Posibilidades de crecimiento |
| | Variación de ventas | |
| Grande | | Tangibilidad de activos |
| | Falta de financiación | Rentabilidad neta de activos |
| | Variación de ventas | Posibilidades de crecimiento |
| | | Tamaño |

Fuente: Medina, Salinas, Ochoa, & Molina (2012)

Elaborado por: Alarcón (2023)

Se puede observar como para el nivel de endeudamiento se hace énfasis a diferenciar los activos tangibles de los intangibles, siendo los primeros que mayor peso tienen para considerarlo en la toma de decisiones. De la misma forma, los factores presentes en cuanto a los cambios del endeudamiento en todo tipo de empresa son la falta de financiación y la variación de las ventas. En cuanto más grande es la empresa esta posee activos que pueden figurar como garantías y también presentan más endeudamiento, pero que prefieren financiarse con fondos propios. Nuevamente con la variación de ventas, estas de igual forma son el principal punto para ver su posición dentro del sector y generar proyecciones que son la base para definir futuras inversiones.

1.2.3. Las empresas nacionales y sus consideraciones para la toma de decisiones referente a la estructura financiera

Las empresas tienden a preferir la financiación con deudas a corto plazo encima por encima que los pasivos no corrientes dado probablemente por la variación de las ventas que presentan y proyectan. Además, las entidades que muestran una mayor y menor solvencia financiera considerable usan este tipo de financiación (Gutiérrez, 2010). Según González, Duque y Espinoza (2021) en su investigación determina que en las empresas ecuatorianas existe un alto grado porcentual de endeudamiento a corto plazo. También se expone que la estructura financiera de las industrias analizadas se puede explicar por medio del ROA, costo de la deuda, liquidez e intensidad del capital que presentan. El estudio mencionado se enfoca en el periodo de 2012 a 2017, aquí se denota que en los primeros años el capital no tenía la mayor relevancia dentro de la conformación de la estructura. Sin embargo, en el último año el aporte de los socios hizo que se equilibrara la balanza frente a los pasivos. Cabe recalcar que las obligaciones a corto plazo en todo el periodo presentan más participación, como se muestra a continuación en la tabla 4.

Tabla 4. Estructura económica de las industrias ecuatorianas de muebles

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Pasivo Corriente | 43.08% | 42.79% | 40.55% | 38.96% | 37.14% | 32.07% |
| Pasivo No Corriente | 17.17% | 16.39% | 16.57% | 17.45% | 19.10% | 17.41% |
| Patrimonio | 39.75% | 40.82% | 42.88% | 43.59% | 43.76% | 50.52% |

Fuente: González, Duque y Espinoza (2021)

Elaborado por: Alarcón (2023)

Además del total de activos, el 72% son corrientes. En cuanto a la capacidad de solvencia de sus pasivos a corto plazo y en promedio el sector presenta un resultado del 1.64 lo que explica que no tengan problemas en asumir estas obligaciones. Se evidencia que las empresas en cuanto a la elección de sus inversiones prefieren realizarlo en activos fijos. De esta forma aprovechan a la depreciación en su parte fiscal para la disminución de pago de tributos. Las empresas de mayor tamaño financiero presentan también mayor nivel de endeudamiento como del costo de este, siendo por sus garantías en activos tangibles la oportunidad de estas formas de financiamiento.

Concluyendo que las industrias en todo su periodo buscan la manera de cubrir sus requerimientos para el cumplimiento de sus metas con obligaciones a terceros pero a un menor plazo. Su ideal es que de acuerdo a su crecimiento y capacidad de inversión interna o propia remplace a relaciones con externos.

Por otro lado el estudio aplicado a la empresas manufactureras del Ecuador entre el año 2011 y 2021 realizado por Salvatierra, Nole, Soto y Gutierrez (2022) expone como resultado que el principal objetivo y factor clave para la estructura financiera es el crecimiento de las entidades. Siendo una relación positiva en relación con el apalancamiento, mientras que el tamaño de la empresa, la rentabilidad y riesgo presentan una relación negativa. Además sugiere que a pesar de estudiar industrias del mismo sector no todas presentan de manera general las mismas variables determinantes en su composición financiera, considerando que tienen diferentes objetivos específicos y condiciones que presentan.

1.3. Justificación

Una de las problemáticas del día a día que enfrentan las empresas privadas sin importar el sector de donde pertenecen es la toma de decisiones financieras. Tomando en consideración el énfasis que se realiza a la aplicación de la mejor estructura financiera en combinación de los recursos disponibles para la obtención de una mayor productividad e incremento del beneficio esperado. Según Caro & Vela (2021) por medio de la estructura financiera se puede determinar el equilibrio adecuado entre rentabilidad y riesgo sobre la decisión de la inversión. Del mismo modo Pérez & Titelman (2018) expone que para poder predecir un posible fracaso un requerimiento indispensable es el estudio de la estructura financiera. Sin una estructura financiera adecuada y definida las empresas pueden tener escenarios de incertidumbre o inestables en su economía que no les permitan avanzar para alcanzar sus metas (Lozano, 2017).

El presente trabajo toma de gran importancia no solamente para Ambacar o industrias del sector automotriz propiamente, sino incluso para las demás empresas al considerar como referencia el ejemplo en el crecimiento. En cuanto a la introducción e implementación en el mercado de un producto estrella para la marca respectivamente

al manejo de la toma de decisiones financieras aplicadas. La empresa no solo conoce de manera empírica su recorrido con la marca Wingle, si no la organización y análisis de los registros figurarán como apoyo y punto de partida para futuras decisiones.

La aplicación del presente trabajo ha sido viable gracias a la obtención de información inmediata debido a la cooperación total y abierta de Ambacar. La empresa ha compartido su historia sobre el manejo y gestión en el sector automotriz, así mismo como los estados financieros. En cuanto a la información secundaria se cuenta con los boletines de la página oficial de la CINAIE (Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana) en donde se encuentra datos estadísticos de la industria automotriz de manera periódica. Adicionalmente se cuenta con el acceso del sistema Autoplus. Este sistema de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE) es una herramienta gerencial que cuenta con todo tipo de análisis e información del sector. Se logró el ingreso a esta data gracias a la entidad estudiada. Es importante recalcar que se contempla con la información de todos los datos de los distintos ámbitos de vehículos en sus distintas categorías. Lo cual permite el análisis comparativo de las empresas del sector a través de los años.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Explicar la incidencia en la estructura financiera y toma de decisiones de Ambacar por la venta de camionetas Wingle y evaluar el mercado histórico automotriz.

1.4.2. Objetivos específicos

- Comparar la evolución histórica de la participación de ventas en camionetas a nivel nacional, desde la introducción del modelo Wingle al sector automotriz.
- Evaluar la estructura financiera, de la empresa pre y post venta de las camionetas, calculando los niveles de rentabilidad y actividad de la empresa.
- Proyectar los niveles de venta de las camionetas y construir los posibles escenarios futuros.

1.5. Preguntas de reflexión

1.5.1 ¿Por qué se puede considerar un éxito en el caso del modelo Wingle dentro del sector automotriz nacional?

1.5.2. ¿Cuáles son los principales cambios en la estructura financiera actual con la de hace quince años en la empresa?

1.5.3. ¿Qué variables del sector se han considerado por Ambacar para la toma de decisiones de los últimos años?

1.5.4. ¿Qué teoría financiera se asemeja más a la toma de decisiones realizada por la empresa durante estos periodos, de acuerdo a la evolución de su estructura financiera?

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA

2.1. Teoría de la irrelevancia de la estructura financiera y la importancia en la toma de decisiones

La teoría de Modigliani y Miller (1958) hace referencia en un mercado perfecto y dejando a un lado los impuestos, el valor de las entidades no se ve reflejado por la composición de su estructura financiera. Lo que quiere decir que el valor de la empresa se enfoca por los activos y las oportunidades de inversión que presentan. Sin embargo, también considera que en la práctica real hay más factores los cuales intervienen para la valorización de las industrias. Lo que ocasiona que las empresas prefieran una estructura financiera específica que sobre otras.

Por otro lado, cuando se considera en un mercado con impuestos la empresa por medio de la aplicación de la deuda puede aumentar su valor. Esto debido al manejo puntual del beneficio fiscal por la deuda, por medio de la deducción del pago de los intereses generados. Al considerar lo expuesto, esta teoría permite analizar la influencia de la estructura financiera en la toma de decisiones dentro de Ambacar. De esta forma accediendo a validar si la empresa mantiene una estrecha relación entre su estructura financiera y valor.

2.2. Teoría de Pecking Order y la preferencia de Ambacar en su preferencia de financiación

La teoría de la jerarquía financiera propuesta por sostiene que las empresas prefieren financiar sus inversiones primero con sus recursos internos, luego con deuda y por último con emisión de acciones, en ese orden (Godoy, 2002). Esta teoría se basa en que los costos de emisión de acciones son más altos que los costos de la deuda, lo que lleva a las empresas a evitar la emisión de acciones, a menos que sea absolutamente necesario. Además, la teoría destaca que las empresas prefieren tener una estructura de capital conservadora, con una menor proporción de deuda, para minimizar los riesgos de quiebra y mantener una flexibilidad financiera adecuada. Con el presente

trabajo se contrasta la realidad estratégica y financiera de Ambacar conociendo si se siguió lo que sugiere la teoría.

2.3. Teoría del Trade-off, ¿Ambacar ha encontrado su propio modelo de estructura financiera?

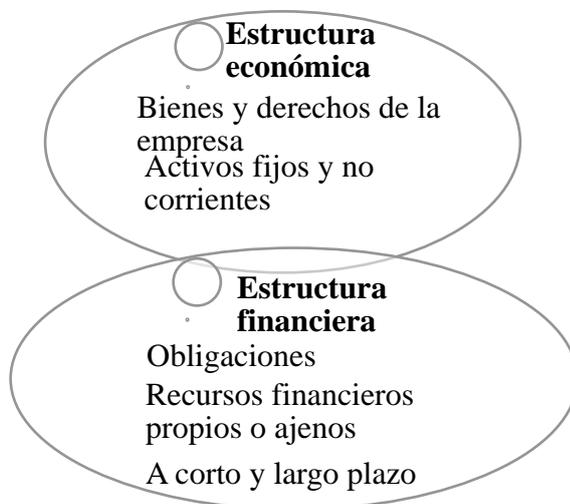
Según Godoy (2002) la presente teoría defiende que si hay una estructura financiera óptima que asegure el mejor rendimiento en el valor de la empresa. Esta hace hincapié en la proporción adecuada de la financiación propia y ajena. En cuanto al beneficio de adquirir deudas con terceros hace referencia en el beneficio fiscal adecuado que presente una consideración en combinación del capital propio. De igual forma, considera que cuando la empresa incrementa su endeudamiento va creciendo de igual forma los beneficios del apalancamiento financiero. Apoya como punto de estudio para determinar si Ambacar ha encontrado un modelo óptimo entre la financiación externa y la propia, considerando los beneficios fiscales ofrecidos en el país. Además de verificar si existen más factores los cuales han influenciado en las decisiones sobre la estructura de capital adecuado de la empresa.

2.4. Fundamentos teóricos

2.4.1. Estructura económica y financiera

En el aspecto financiero el activo refiere principalmente a los bienes en los cuales se ocupa los recursos financieros, inversiones y al capital que se encuentra en movimiento, lo cual compone a la estructura económica de una empresa. Por otro lado, la estructura financiera trata de qué forma la organización dispone de los recursos de financiación, notando la participación de terceros o a lo mejor propio (Diéz & Prado, 2009). En la siguiente ilustración 1 se resumen la composición de la estructura económica y financiera

Ilustración 1. Diferencia entre estructura económica y financiera



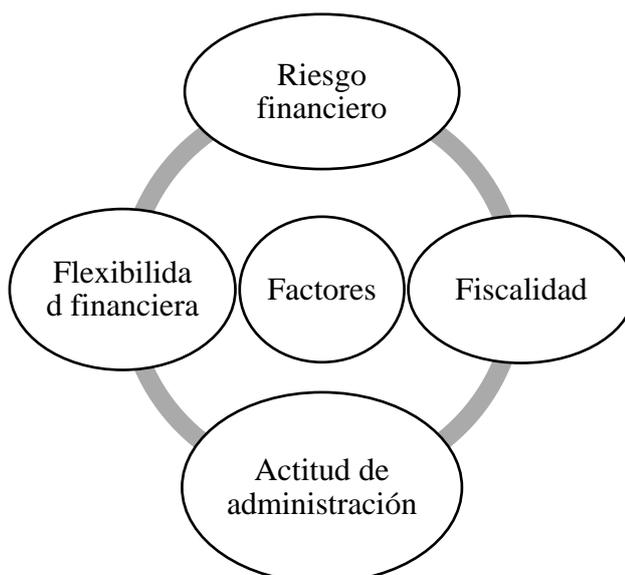
Fuente: Díez & Prado (2009)

Elaborado por: Alarcón (2023)

2.4.1.1. Factores de influencia sobre la estructura financiera

Para la toma de decisiones sobre la estructura financiera se tienen en consideración factores que influyen o caracterizan de manera general la gestión de esta, como se lo muestra en la siguiente ilustración 2.

Ilustración 2. Factores que influyen en la estructura financiera



Fuente: Centro Europeo de Postgrado (2023)

Elaborado por: Alarcón (2023)

La flexibilidad financiera se refiere a la capacidad que posee la empresa para la obtención de capital. En cuanto al riesgo, como su nombre da indicio hace alusión al peligro proporcional que se encuentran principalmente los accionistas de la entidad al adquirir financiamiento externo. En cambio, la fiscalidad es el beneficio que tienen al deducir por concepto de interés pagado las deudas contraídas, por lo que si esta tasa es baja se puede determinar que la deuda tiene ventaja. Y por último, la actitud ya sea conservadora o agresiva si influyen en la toma de decisiones (CEUPE, 2023).

2.4.2. Endeudamiento

De acuerdo al diccionario financiera económico y financiero de *iahorro* (2009) el endeudamiento es el conjunto de la obligaciones contraídas con terceros, refiriendo específicamente a la proporción del financiación externa frente a la propia.

2.4.2.1. Índice de endeudamiento

Se explica el índice de endeudamiento y todo lo referente según Díaz (2021) en la siguiente tabla.

Tabla 5. Índice de endeudamiento

| Definición | |
|--|---|
| Ratio el cual mide la proporción de deuda externa con su capital propio en cuanto a la financiación de los activos | |
| Fórmula | Interpretación |
| $\frac{\text{Financiación externa}}{\text{Patrimonio neto}}$ | Un valor superior o cercano a uno es un síntoma de un desequilibrio financiera, siendo un valor normal está entre 0.4 y 0.6 |

Fuente: Díaz (2021)

Elaborado por: Alarcón (2023)

En síntesis, la interpretación refleja que por cada unidad de capital de un socio la empresa tiene tal obligación. No se debe dejar a un lado el reconocimiento del contexto

que figura cada empresa, tanto en su sector industrial como ubicación geográfica y demás factores que influyan en el análisis del resultado del ratio.

2.4.3. Equilibrio financiero

Es la suficiencia de la empresa para la solvencia de sus obligaciones dentro del plazo acordado, manteniendo de esta manera una normalidad en sus operaciones y proyecciones. (MytripleA, 2018)

Ilustración 3. Características para el equilibrio financiero



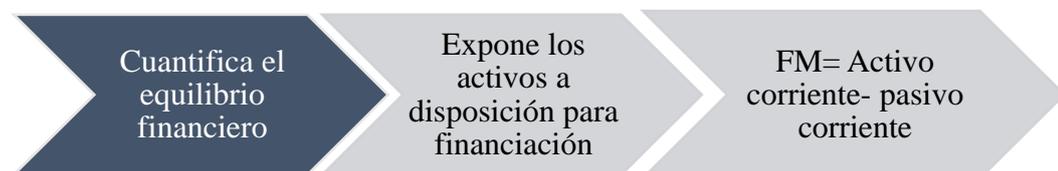
Fuente: MytripleA (2018)

Elaborado por: Alarcón (2023)

2.4.3.1. Fondo de maniobra

Este término hace referencia a la capacidad de solventar las obligaciones corrientes de una empresa, en conjunto de las compras o inversiones para la el fin de la entidad (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A., 2021).

Ilustración 4. Fondo de maniobra



Fuente: Finanzasidi (2018)

Elaborado por: Alarcón (2023)

Las situaciones que se pueden presentarse en el cálculo del equilibrio financiera por medio del fondo de maniobra son las siguientes expuestas en la ilustración 5.

Ilustración 5. Escenarios de resultados del Fondo de Maniobra

| Escenario 1 | |
|---------------------|---------------------|
| Activo no corriente | Patrimonio neto |
| | Pasivo no corriente |
| Activo corriente | Pasivo corriente |

| Escenario 2 | |
|---------------------|---------------------|
| Activo no corriente | Patrimonio neto |
| | Pasivo no corriente |
| Activo corriente | Pasivo corriente |

| Escenario 3 | |
|---------------------|---------------------|
| Activo no corriente | Patrimonio neto |
| | Pasivo no corriente |
| | Pasivo corriente |
| Activo corriente | |

Fuente: Equilibrio (2018)

Elaborado por: Alarcón (2023)

En el primer escenario donde el fondo maniobra es mayor a cero, con los activos corrientes se atiende a pasivos de corto y largo plazo. En cuanto el resultado es parcial se refleja que cada deuda corriente se solventa con activos igualmente corriente, lo que mantiene en aprietos en cuanto a la demora y atraso de liquidez. Por otro lado, cuando las obligaciones corrientes en parte se esperan cumplir con activos fijos, la entidad en un tiempo puede considerarse en insolvencia (Finanzasidi, 2018).

2.4.3.2. Tipos de equilibrio financiero

En la siguiente tabla se presenta los cuatro tipos de equilibrio financiero con respecto a la situación de la relación de las cuentas principales de su estado financiero

Tabla 6. Tipos de equilibrio financiero

| | |
|---|--|
| <p style="text-align: center;">Total</p> <p>Todo el activo se encuentra sustentado por el capital propio, lo que no presenta obligaciones a la empresa</p> | <p style="text-align: center;">Normal</p> <p>Cuando la deuda a corto plazo es menor al activo corriente, de esta forma perimiente que se pueda cubrir también los pasivos no corrientes</p> |
| <p style="text-align: center;">Inestabilidad a corto plazo</p> <p>El activo corriente frente al pasivo a corto plazo es menor</p> | <p style="text-align: center;">Desequilibrio financiero total</p> <p>La empresa presenta un patrimonio neto negativa, encontrándose en quiebra y liquidación.</p> |

Fuente: MytripleA (2018)

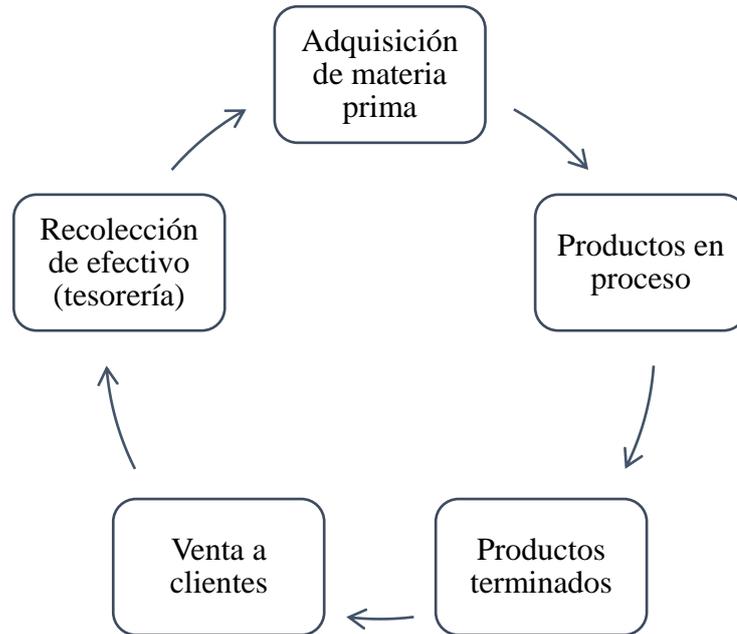
Elaborado por: Alarcón (2023)

2.4.4. Ciclos económicos en las empresas: corto y largo plazo

2.4.4.1. Ciclo a corto plazo

También conocido como ciclo de explotación, en el cual se concentra inicialmente en los activos corrientes. Una vez realizado el proceso productivo y obtenido de la materia prima los productos finales para la venta, se espera a la obtención del efectivo por parte de los clientes. De esta forma, comenzando el ciclo con la adquisición de nueva materia prima, ejemplificado en la ilustración 6 (Diéz & Prado, 2009).

Ilustración 6. Ciclo económico a corto plazo de las empresas



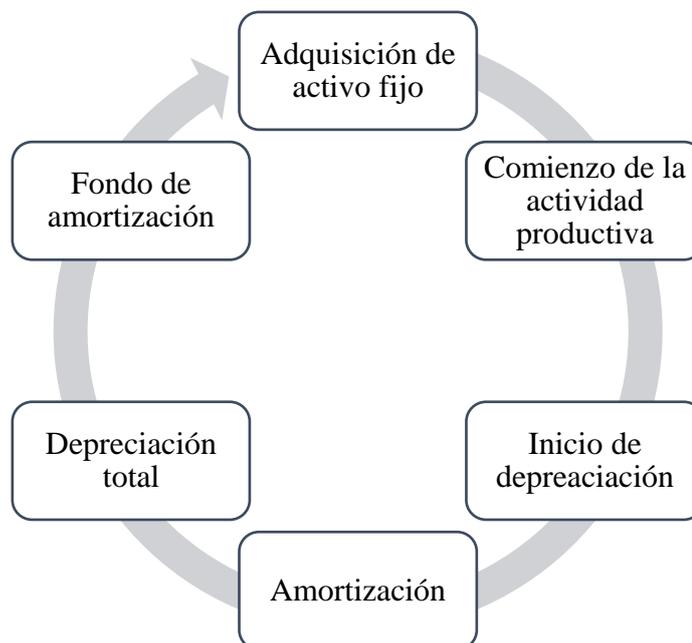
Fuente: Díez & Prado (2009)

Elaborado por: Alarcón (2023)

2.4.4.2. Ciclo a largo plazo

De acuerdo con Díez & Prado (2009) este ciclo dentro de las empresas se concentra en los activos no corrientes y su renovación después de un periodo de uso. De esta manera, se procura tener un adecuado rendimiento de los bienes que se dispone, considerando la obsolescencia, daños, desgaste, etc., de estos. Para ello, es importante considerar la amortización que servirá como referencia del valor cuantitativo de lo usado, representado el ciclo en la ilustración 7.

Ilustración 7. Ciclo económico a largo plazo de las empresas



Fuente: Diéz & Prado (2009)

Elaborado por: Alarcón (2023)

2.4.5. Sistema Dupont

El modelo Dupont permite analizar los estados financieros de una empresa evaluando la situación en la que se encuentra. Esto es posible por medio del Margen de Apalancamiento Financiero (MAF) y en conjunto Rendimiento sobre Activos (ROA) y Retorno sobre el patrimonio (ROE) (García, 2014).

2.4.6. Indicadores financieros

2.4.6.1. Indicadores de liquidez

Por medio de estos indicadores se puede constatar la capacidad de la empresa de obtener efectivo por medio de sus activos (BOLD, 2021). En la siguiente tabla 7 se presenta los más relevantes, así como su cálculo.

Tabla 7. Indicadores de liquidez

| Indicador | Fórmula | Interpretación |
|------------------|---|---|
| Razón corriente | $\frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivos corrientes}}$ | En cuanto el resultado sea mayor a 1, se considera que la empresa tiene alta liquidez para solventar sus obligaciones |
| Prueba ácida | $\frac{\text{Activos corrientes} - \text{Inventario}}{\text{Pasivos corrientes}}$ | Si es mayor a 1, indica que la entidad cuenta con recursos necesarios fuera de su inventario y sin perder ganancias para hacer frente a sus deudas. |

Fuente: BOLD (2021)

Elaborado por: Alarcón (2023)

2.4.6.2. Indicadores de rentabilidad

Son aquellos que demuestran los beneficios de la empresa y medir la gestión de los recursos al obtener el retorno (BOLD, 2021). La tabla 8 presenta estos indicadores así como su manera calcularlos.

Tabla 8. Indicadores de rentabilidad

| Indicador | Fórmula |
|----------------------------------|--|
| Rentabilidad sobre Activos (ROA) | $\frac{\text{Ingreso neto}}{\text{Activos totales promedio}}$ |
| Rentabilidad sobre Capital (ROE) | $\frac{\text{ROA}}{\text{Margen de Apalancamiento Financiero (MAF)}}$ |
| EBITDA | $\frac{\text{Margen de Contribución}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo de venta}}$ $\text{Beneficio bruto} + \text{gastos de depreciación} + \text{gastos de amortización}$ |

Fuente: BOLD (2021)

Elaborado por: Alarcón (2023)

2.4.7. Proyección financiera

La proyección financieras es un análisis por el cual se puede estimar cual será el desempeño de una entidad en un tiempo futuro establecido, por medio de cálculo gracias a información pasada (Maejo, 2023).

2.4.7.1 Pronóstico de ventas

De acuerdo con Florez & Torres (2011) es la valoración anticipada de una entidad en cuanto a sus ventas esperadas sobre sus bienes o productos en un periodo determinado. Esto permite a determinar en base a la situación actual lo que se venderá en un futuro.

Tabla 9. Métodos para el pronóstico de ventas

| | |
|--|---|
| Los autores enfocan su trabajo sobre las formas de pronosticar ventas. Estas a su vez la dividen en dos grupos de métodos: cuantitativos y cualitativas, siendo este último de consdieración subjetiva. | |
| Métodos cuantitativos: Se emplean por medio del tratamiento estadístico y matemático. Estos se basan en información histórica de la empresa y del mercado general. <ul style="list-style-type: none">- Análisis de ventas históricas y la tendencia- Encuestas- Análisis de los factores de mercado- Ventas de la competencia- Análisis de los factores de mercado | Métodos cualitativos: Este tipo de análisis no tiene una estructura definida para su evaluación. Es de utilidad si no existe información histórica. <ul style="list-style-type: none">- Encuesta de las intenciones del comprador- Juicio de los ejecutivos- Participación de la fuerza de las ventas |

Fuente: Florez & Torres (2011)

Elaborado por: Alarcón (2023)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Metodología e instrumentos de recolección de información

3.1.1. Unidad de análisis

La unidad de análisis del presente estudio fue la empresa Ambacar Cía. Ltda. Actualmente cuenta con 24 agencias a nivel nacional, siendo su matriz en Ambato. La entidad posee más de 50 años de experiencia en la comercialización de vehículos en el país. En 2009 Ambacar decide introducir la marca de origen chino Great Wall, siendo uno de sus productos estelares las camionetas Wingle. Debido al éxito alcanzado con la marca, se implementa la empresa hermana Ciauto para la producción nacional de estos vehículos.

El trabajo realizado se enfocó en la importancia de analizar la toma de decisiones aplicadas entorno a la introducción de la nueva marca. Esto dado por medio de la evaluación de la estructura financiera y la participación de mercado automotriz que ha tomado la empresa históricamente. La aplicación de la investigación dio paso a la determinación de los posibles factores. Además, funciona como ejemplo y base en toma de decisiones para las demás empresas fuera del sector perteneciente. De la misma manera, se realizó una proyección de las ventas sobre la marca en particular y total de unidades que comercializa Ambacar actualmente.

3.1.2. Fuentes y técnicas de recolección de información

3.1.2.1. Fuentes de información primaria

En el presente trabajo de análisis como fuente primaria se aplicó una entrevista dirigida a tres personas de la parte administrativa de Ambacar. Lo cual permitió entender de mejor manera el trasfondo de la toma de decisiones realizada por la empresa a lo largo de los últimos años.

Tabla 10. Personas entrevistadas

| Nombre | Cargo | Departamento |
|-----------------------|---|-------------------------------|
| Ana Carolina Vásconez | Gerente Financiera | Administrativo financiero |
| Daniel Darquea | Coordinador Administrativo | Administrativo |
| Juan Pablo Sandoval | Analista de importaciones- Logístico | Administrativo operacional |
| Sandra Moya | Jefe comercial de la zona centro | Jefe comercial |

Elaborado por: Alarcón (2023)

Entrevistas

Se aplicó las entrevistas semiestructuradas la segunda semana de junio de manera presencial dándole un tono de conversatorio entre el investigador y la persona entrevistada. Además, las entrevistas fueron grabadas para posteriormente transcribir totalmente las respuestas expuestas. Sin embargo, únicamente fueron anotados puntos importantes mencionados o expresiones receptadas en el momento de la aplicación de estas. El propósito de la entrevista principalmente fue para complementar y entender desde la perspectiva interna y experta de las decisiones que se han ejecutado entorno al trabajo con la marca de autos china.

Guion de entrevista

El guion de entrevista está compuesto por 8 preguntas y se respondió en un promedio de 45 minutos, siendo suficiente para comprender y ahondar en cada uno de los temas tratados.

Tabla 11. Preguntas de la entrevista y sus categorías

| Preguntas | Dimensión o categoría |
|---|---------------------------------------|
| 1. ¿Cómo ve usted el sector automotriz actualmente en Ecuador? | Aspecto general del sector |
| 2. ¿Cómo ve a las marcas de vehículos chinos en 10 años en nuestro país? | Aspecto general del sector |
| 3. ¿Qué piensa que ha sido la parte más difícil al introducir la marca Great Wall por primera vez en el mercado? | La marca en el país |
| 4. Desde su punto de vista, ¿cuáles han sido los principales factores para la creación de la planta de producción de Ciauto? | La marca en el país |
| 5. ¿Qué se obtiene al tener las empresas de producción y comercialización de manera independiente entre estas? | La empresa y su papel en la industria |
| 6. ¿Qué beneficio se tiene al sustituir la importación por la producción? | La empresa y su papel en la industria |
| 7. ¿Cuál es el principal cambio percibido en la estructura financiera de la empresa por la decisión de la producción de los modelos? | Estructura financiera |
| 8. ¿Se realiza un análisis periódico sobre la estructura financiera de la empresa? ¿Qué aspectos internos como externos se consideran? | Estructura financiera |
| 9. ¿De qué forma considera que la introducción de la marca Great Wall, específicamente las camionetas Wingle ha influido en la estructura financiera y toma de decisiones de Ambacar? | Estructura financiera |
| 10. ¿Qué aspectos se consideran para empezar con el ensamble de modelos seleccionados? | Toma de decisiones |
| 11. ¿Cuáles son y de qué forma se reafirman las principales fortalezas de Ambacar en la actualidad? | Toma de decisiones |

Elaborado por: Alarcón (2023)

3.1.2.2. Fuentes de información secundaria

Respecto a las fuentes secundarias, la información con la que se trabajó se obtuvo los estados financieros de la empresa presentados en el portal de información de la página de Supercias (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros). Así mismo, la página de la Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana se usó como fuente de información, recolectando los datos históricos sobre el sector automotriz. De igual manera, el sistema Autoplus proporciona este tipo de información pero de una forma más detallada y enfoque en las ventas de las empresas del mercado.

Observación

En la cuarta semana de mayo del año 2023 se recopiló la información cuantitativa de las páginas anteriormente descritas. En primera instancia como levantamiento de los datos se ordenó por dos fichas de observación, siendo la primera dedicada netamente a la empresa estudiada. También, se registra información por años de las principales marcas del sector automotriz entorno al segmento de las camionetas. Esto permitió el análisis del sector automotriz y aplicación del modelo para la evaluación de la estructura financiera de Ambacar.

Fichas de observación

Tabla 12. Ficha de observación 1- Aspecto financiero de Ambacar

| Año | Activo | | Pasivo | | Patrimonio | Ingresos | Utilidad neta |
|------|-----------|--------------|-------------|-------------|------------|----------|---------------|
| | Corriente | No corriente | Corto plazo | Largo plazo | | | |
| 2008 | | | | | | | |
| 2009 | | | | | | | |
| 2010 | | | | | | | |
| 2013 | | | | | | | |
| 2014 | | | | | | | |
| 2019 | | | | | | | |
| 2021 | | | | | | | |
| 2022 | | | | | | | |

Elaborado por: Alarcón (2023)

Tabla 13: Ficha de observación 2- Ventas de camionetas por marcas del sector automotriz

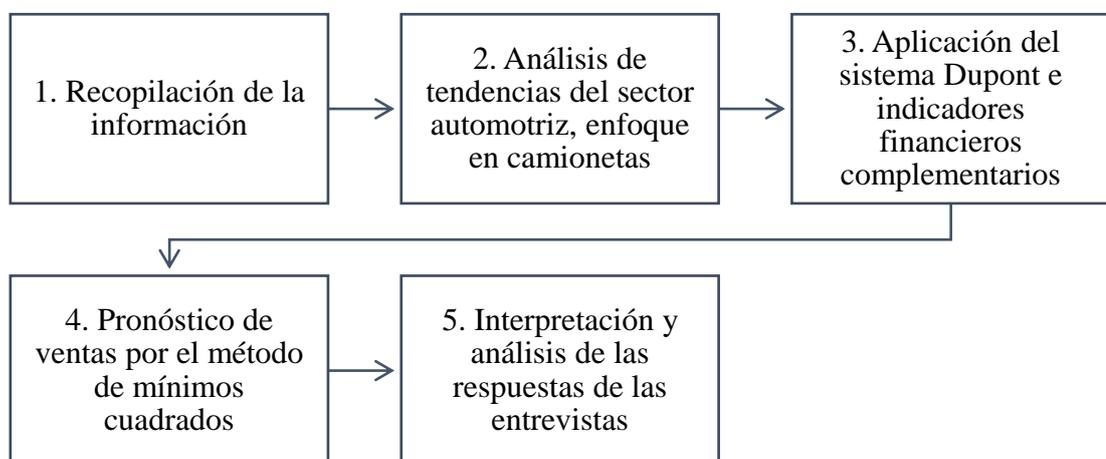
| Año | CHEVROLET | FORD | GREAT WALL | MAZDA | MITSUBISHI | TOYOTA | VOLKSWAGEN | OTROS | TOTAL |
|--------------|------------------|-------------|-------------------|--------------|-------------------|---------------|-------------------|--------------|--------------|
| 2008 | | | | | | | | | |
| 2009 | | | | | | | | | |
| 2010 | | | | | | | | | |
| 2011 | | | | | | | | | |
| 2012 | | | | | | | | | |
| 2013 | | | | | | | | | |
| 2014 | | | | | | | | | |
| 2015 | | | | | | | | | |
| 2016 | | | | | | | | | |
| 2017 | | | | | | | | | |
| 2018 | | | | | | | | | |
| 2019 | | | | | | | | | |
| 2020 | | | | | | | | | |
| 2021 | | | | | | | | | |
| 2022 | | | | | | | | | |
| TOTAL | | | | | | | | | |

Elaborado por: Alarcón (2023)

3.2. Método de análisis de información

De acuerdo con Sarduy (2007) una investigación obtiene más confiabilidad cuando contiene en su desarrollo la aplicación de análisis cualitativo y cuantitativo. Por ello, el presente estudio se ha realizado de la siguiente manera en rasgos generales, como se evidencia en la ilustración 9. De esta manera, cumpliendo con cada objetivo específico planteado al inicio y siendo estos relacionados para dar soporte a la narrativa del caso.

Ilustración 8. Método general del análisis de la información



Elaborado por: Alarcón (2023)

3.2.1. Análisis de tendencias

Con la información recopilada de la industria automotriz desde el 2008 hasta el 2022, se optó por el análisis de tendencias para trazar y definir diferencias cuantitativas. De esta forma, se logró comparar de manera porcentual la evolución de la participación de cada una de las marcas representativas en la división de las camionetas. Además, por medio de la gráfica se puede evidenciar estas fluctuaciones por marca de manera histórica. Lo que permitió identificar de manera más precisa posibles factores que hayan interferido en las variaciones presentadas.

3.2.2. Aplicación del sistema Dupont

Para el análisis de la estructura financiera y su variación a través de los años debido a la toma de decisiones de la administración de la empresa se aplicó el sistema Dupont.

Según Lawrence & Zutter (2012) este sistema permite la evaluación del sistema financiero de la empresa, resumiendo los estados financieros. Además, relaciona el ROA y ROE.

Para ello se consideró las cuentas financieras de Ambacar desde el año 2008, año donde la empresa comercializaba otra marca distinta a la actual. Por otro lado, únicamente se trabajó con ocho años, después de un análisis circunstancial en la historia de la empresa hasta el 2022. Además, el sistema Dupont se complementa con el análisis de tendencias ya que de igual forma permite evaluar la repercusión de la toma de decisiones a través de los periodos.

De manera resumida el sistema Dupont cuenta con la fórmula:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos}} \times \frac{\text{Activos}}{\text{Recursos propios}}$$

3.2.3. Proyección de ventas por el método de mínimos cuadrados

En base a la información recolectada de años pasados en cuanto a las ventas realizadas por Ambacar, con el método de mínimos cuadrados permite utilizar esta data. De esta manera, tratar de definir las posibles estimaciones de las ventas para los dos cuatrimestres restantes del año 2023. El método se compone de varias fórmulas para su cometido.

Ajuste de la recta: $y = a + bx$

Siendo:

$$b = \frac{N \sum x y - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad a = \frac{\sum y - b \sum x}{N}$$

x = numeración de los años estudiados

y = cantidad de ventas por cada año correspondiente

Para el crecimiento:

$$c = \frac{b(n)}{\sum y}$$

3.2.4. Interpretación y análisis de las entrevistas

En cuanto al procesamiento de la información obtenida por las respuestas de las entrevistas aplicadas, se consideró al método de análisis de contenido. De acuerdo con Hernández (1996) esta técnica se puede aplicar a todo método de comunicación y permite el análisis en varios contextos. Por otro lado, Fernández (2002) expone que el fin de este método es determinar aquellos elementos dentro de la comunicación que permitan tener una idea y respuesta entorno de la problemática estudiada.

Para ello se ha establecido una matriz en la cual se identifica las afirmaciones que se han considerado que tienen más repercusión y significancia como resumen de respuesta de cada pregunta. Considerando aspectos como la forma, énfasis y relevancia a la pregunta. Posteriormente, se enfocó el análisis a detalle de cada afirmación contemplada y asemejándola a cada uno de los elementos tratados en la investigación apoyándolos de la información cuantitativa recolectada y desarrollada.

CAPÍTULO IV

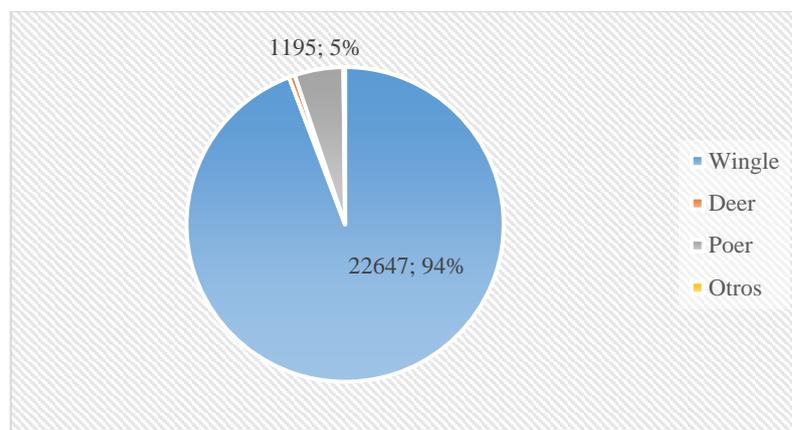
DESARROLLO DEL ANÁLISIS DE CASO

4.1. Análisis y categorización de la información

4.1.1. Análisis de tendencias

Es importante aclarar que para el análisis se consideró el total vendido por marca en sus diferentes modelos. En cuanto, Great Wall va representado por tres modelos principales desde el 2008 hasta la actualidad. Donde el modelo Wingle representa más del 94% del total de unidades vendidas de la marca en el periodo de estudio. Es por ello que se optó por considerar las ventas totales de la marca en comparación a las otras de manera general del mercado sin segregar por modelos.

Ilustración 9. Participación por modelo de venta de camionetas Great Wall en Ecuador (2008- 2022)



Fuente: AEADE (2023)

Elaborado por: Alarcón (2023)

El análisis de tendencias permite organizar y procesar la información con el fin de la toma de decisiones sobre el desarrollo de innovaciones. El método en realizarlo puede ser sencillo al disponer de la información adecuada (Castellanos, Fúquene, & Ramírez, 2011). Sin embargo, nos provee de una noción clara y puntual sobre la fluctuación de los datos. Esto nos permitió considerar los puntos claves durante el tiempo y enfocarnos en estos. Además de reconocer la variabilidad positiva en cuanto a las ventas de la marca justificando una vez más la influencia de las camionetas para Ambacar.

Tabla 14. Ventas de camionetas por marcas del sector automotriz

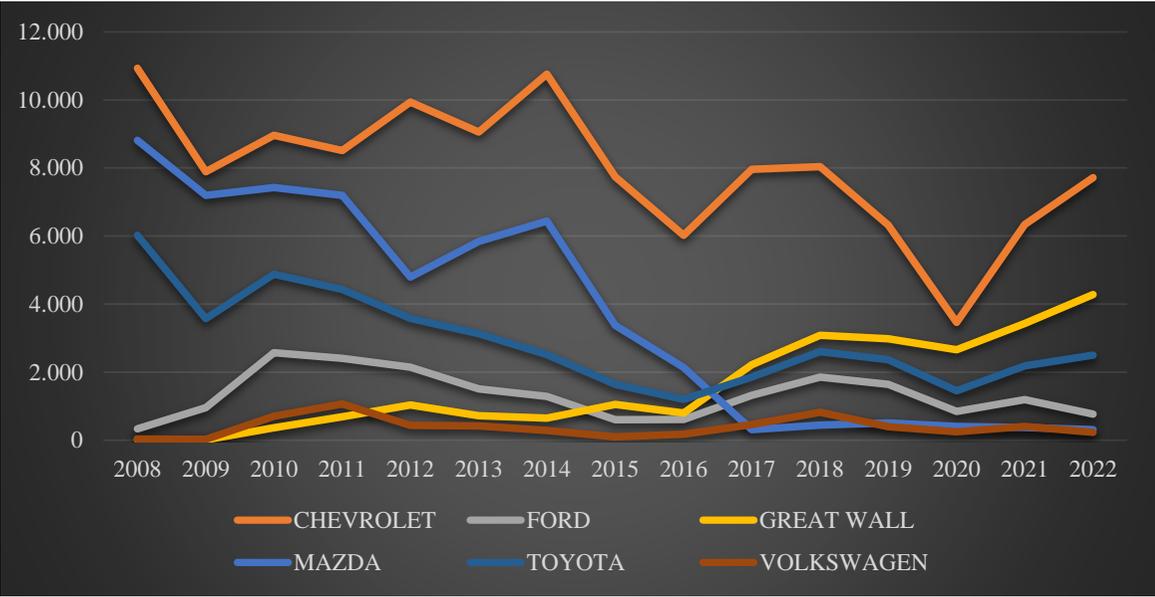
| Año | CHEVROLET | FORD | GREAT WALL | MAZDA | MITSUBISHI | TOYOTA | VOLKSWAGEN | OTROS | TOTAL |
|--------------|------------------|---------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|----------------|
| 2008 | 10.929 | 339 | 31 | 8.812 | 428 | 6.021 | 33 | 1.184 | 27.777 |
| 2009 | 7.891 | 957 | 12 | 7.197 | 476 | 3.575 | 32 | 1.186 | 21.326 |
| 2010 | 8.962 | 2.576 | 371 | 7.421 | 225 | 4.878 | 703 | 2.673 | 27.809 |
| 2011 | 8.513 | 2.411 | 692 | 7.195 | 208 | 4.429 | 1.065 | 2.983 | 27.496 |
| 2012 | 9.936 | 2.144 | 1.037 | 4.793 | 25 | 3.584 | 440 | 2.078 | 24.037 |
| 2013 | 9.052 | 1.509 | 726 | 5.839 | 67 | 3.131 | 421 | 1.332 | 22.077 |
| 2014 | 10.756 | 1.288 | 655 | 6.440 | 89 | 2.521 | 289 | 1.224 | 23.262 |
| 2015 | 7.743 | 604 | 1.054 | 3.375 | 37 | 1.642 | 99 | 534 | 15.088 |
| 2016 | 6.024 | 612 | 800 | 2.140 | 0 | 1.205 | 178 | 111 | 11.070 |
| 2017 | 7.964 | 1.318 | 2.215 | 311 | 268 | 1.858 | 464 | 795 | 15.193 |
| 2018 | 8.036 | 1.854 | 3.085 | 448 | 320 | 2.601 | 825 | 2.294 | 19.463 |
| 2019 | 6.325 | 1.645 | 2.979 | 507 | 549 | 2.370 | 403 | 3.628 | 18.406 |
| 2020 | 3.463 | 846 | 2.659 | 406 | 808 | 1.458 | 247 | 3.574 | 13.461 |
| 2021 | 6.336 | 1.198 | 3.435 | 377 | 699 | 2.188 | 407 | 5.846 | 20.486 |
| 2022 | 7.713 | 769 | 4.280 | 311 | 796 | 2.501 | 236 | 8.456 | 25.062 |
| TOTAL | 119.643 | 20.070 | 24.031 | 55.572 | 4.995 | 43.962 | 5.842 | 37.898 | 312.013 |

Fuente: AEADE (2023)

Elaborado por: Alarcón (2023)

Como se puede apreciar en el gráfico y es de conocimiento en este sector. La empresa Chevrolet siempre ha liderado no solo el segmento de camionetas, sino además el mercado como tal. Es interesante notar que Great Wall actualmente casi en su totalidad con su modelo Wingle ha tomado el segundo lugar de forma notoria. También se evidencia un pendiente creciente de la marca y que ha desplazado a otras marcas reconocidas e importantes no solo a nivel nacional sino internacional como lo son Ford, Toyota, Mazda y Volkswagen. Lo que se puede interpretar como no solo una buena acogida de la marca, si no la confianza hacia la empresa Ambacar sobre sus productos ofertados año tras años a pesar de su origen chino.

Ilustración 10. Histórico de ventas del segmento camionetas (2008-2022)

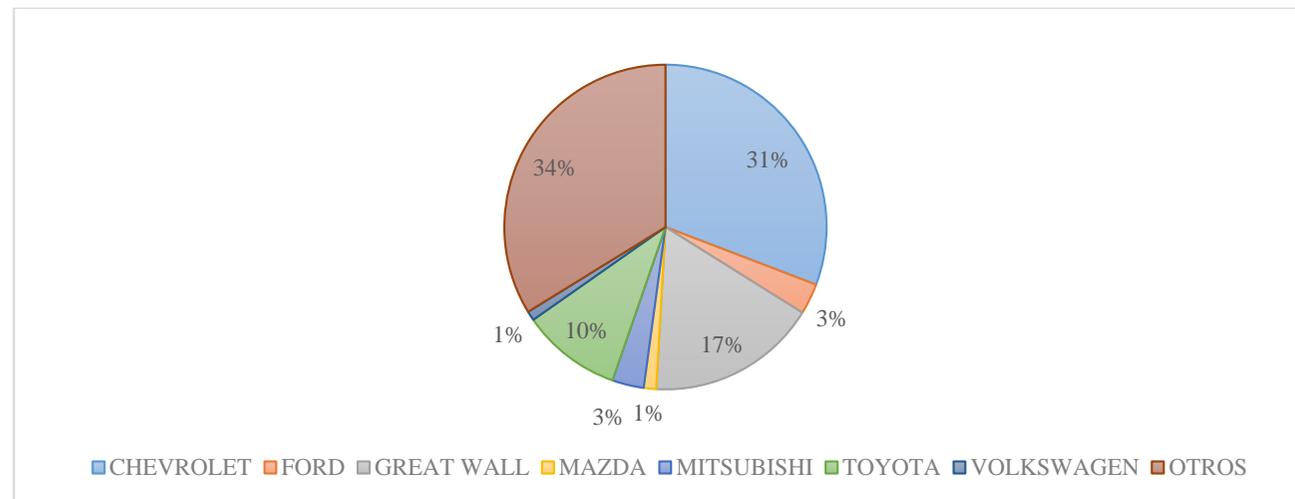


Fuente: AEADE (2023)

Elaborado por: Alarcón (2023)

A criterio personal el segmento de camionetas es uno de los más importantes para figurar y posicionarse en el sector. Por ello, como anteriormente se mencionaba la empresa ha forjado una buena posición considerando las condiciones del mercado nacional. Además, de tomar una ventaja considerable sobre marcas de vehículos que popularmente se consideran mejor posicionadas y con más confianza. Solamente atrás de Chevrolet, Ambacar se posiciona en el segundo lugar de participación en el segmento de camionetas con un 17%. Con el éxito en crecer la marca en años pasados y la confianza, no se duda que experimenten puntos porcentuales mayores en unos años cercanos. La parte del gráfico que señala a “otros” es cúmulo de unidades vendidas de más de veinte marcas que figuran en el mercado nacional actual.

Ilustración 11. Participación porcentual segmento camionetas 2022



Fuente: AEADE (2023)

Elaborado por: Alarcón (2023)

4.1.2. Sistema Dupont

Para el complemento del análisis del ROE y ROA por medio del sistema Dupont, es importante tener una referencia de estos resultados con la información del sector. Para ello, La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2023) en su portal de información presenta los indicadores financieros promedio correspondiente a cada sector. Esta información se recolectó y se presenta de manera resumida en la siguiente tabla. Hay que recalcar que el sector enfocado es la sub rama G45- comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas. Además, que el portal únicamente contiene esta información desde el año 2006 al 2020.

Posterior al análisis podemos concluir a rasgos generales que Ambacar optó por una postura arriesgada en cuanto a su toma de decisiones. El cual es uno de los factores que intervienen que influyen en la estructura financiera, respaldando así los cambios percibidos en la empresa (CEUPE, 2023).

Tabla 15. Indicadores del sector de comercio de vehículos

| Año | ROE | ROA | Apalancamiento |
|------------|------------|------------|-----------------------|
| 2008 | 11,70% | 1,98% | 3,13 |
| 2009 | 10,49% | 1,72% | 3,21 |
| 2010 | 18,74% | 3,36% | 3,44 |
| 2013 | 9,24% | 2,10% | 2,90 |
| 2014 | 15,99% | 3,68% | 2,82 |
| 2015 | 7,16% | 1,40% | 2,61 |
| 2016 | 3,74% | 0,94% | 2,47 |
| 2018 | 5,73% | 1,29% | 2,61 |
| 2019 | 3,07% | 0,66% | 2,56 |
| 2020 | 1,01% | 0,25% | 2,60 |

Fuente: Super Intendencia de Compañías, Valores y Seguros (2023)

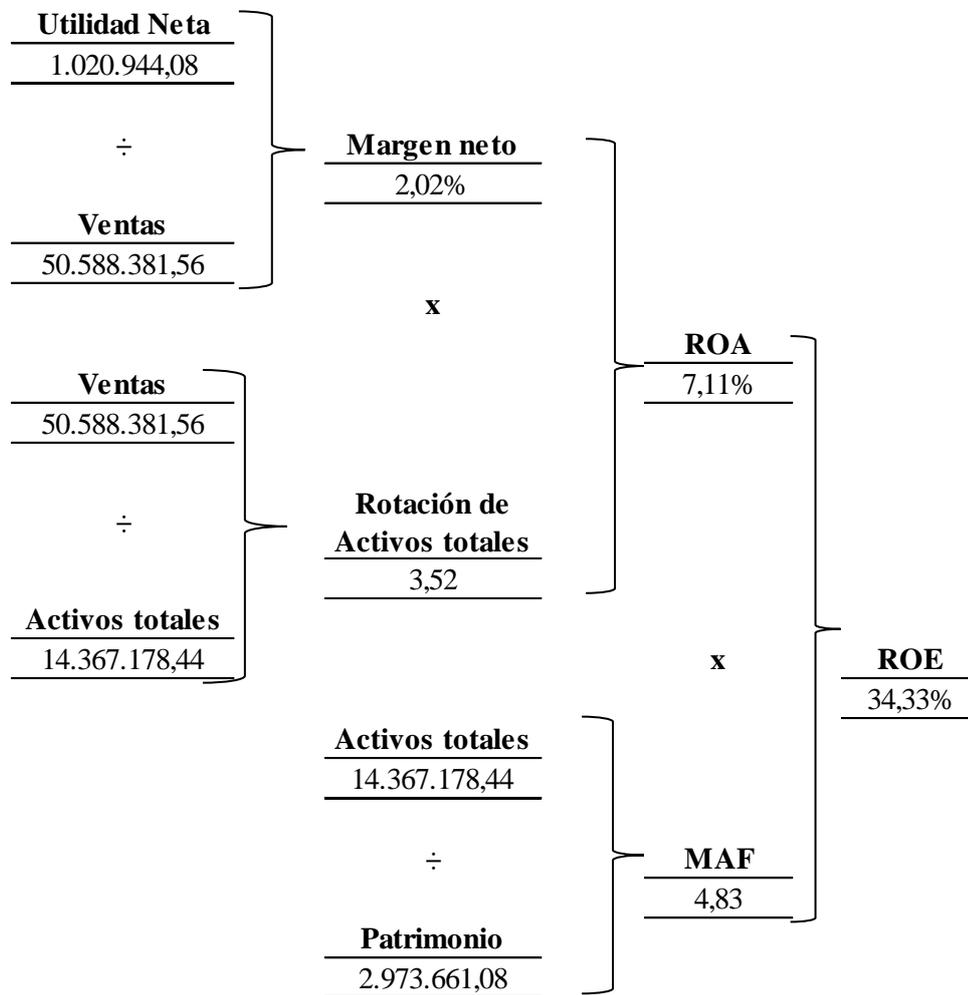
Elaborado por: Alarcón (2023)

Se consideró años adicionales a los cuales fueron aplicados el análisis, debido a que se evidenció una variación considerable en el ROA promedio del sector. De esta forma se puede notar año tras año sobre esta fluctuación.

4.1.2.1 Análisis Dupont del año 2008

Para el año 2008 la empresa muestra en sus indicadores de ROA y ROE altos valores que son buenos para su sector. Sobre todo su rendimiento del capital propio que representa el 34,33%. Sin embargo, hay que considerar el alto apalancamiento financiero con terceros que en este año experimentó Ambacar, siendo 4 veces mayor que su capital. Lo que provoca tener un considerable riesgo en la operatividad de la empresa.

Ilustración 12. Análisis Dupont Ambacar 2008

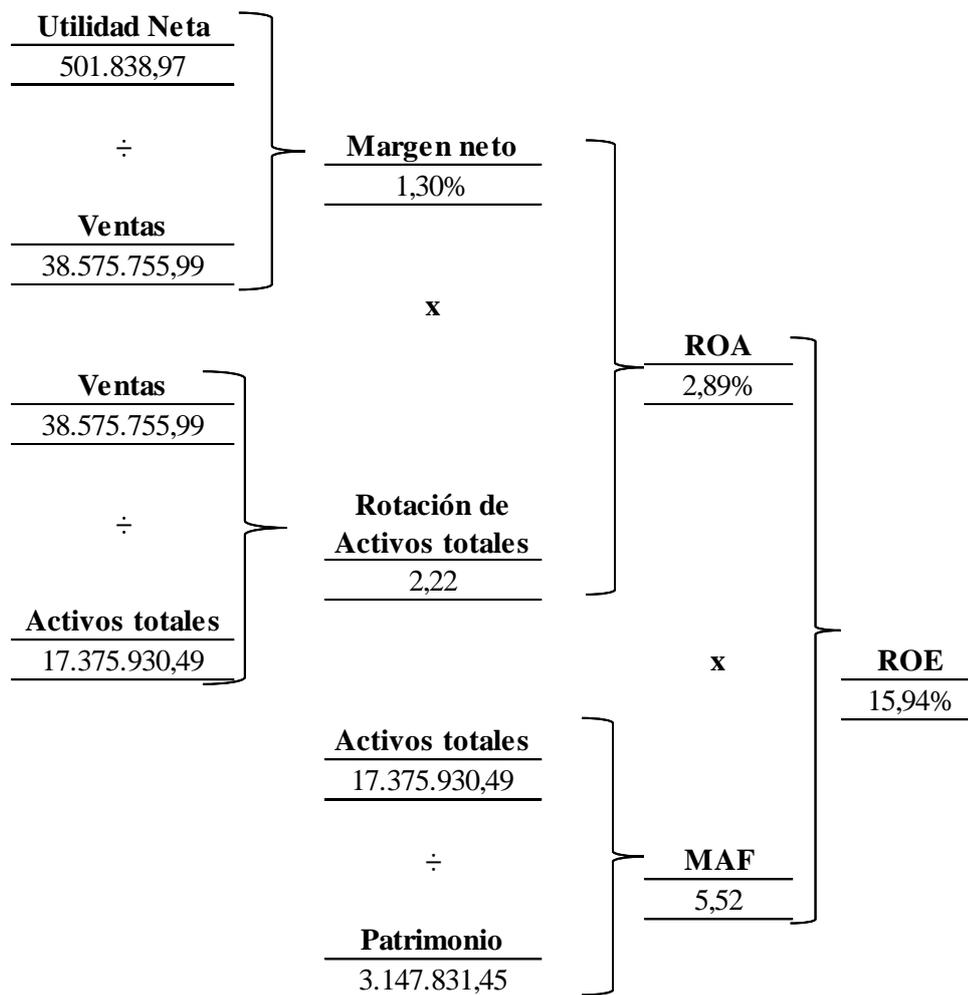


Elaborado por: Alarcón (2023)

4.1.2.3. Análisis Dupont del año 2010

En el periodo la empresa empezó nuevamente ascender su ROE con 2,58 puntos porcentuales respecto al año anterior. El ROA se mantiene alrededor de su nivel de 2,89%. Aunque, el apalancamiento asciende hasta los 5,52. El riesgo notablemente crece y no hay buenos indicios de mejora con la marca china. Esto podría desembocar en una incertidumbre del beneficio de sus decisiones.

Ilustración 14. Análisis Dupont Ambacar 2010



Elaborado por: Alarcón (2023)

4.1.2.4. Análisis Dupont del año 2013

La característica a destacar en el ROA aumentó a 4,92%. También, el MAF baja hasta los 3,10 puntos. Sin embargo, el ROE se mantiene en un rango parecido al del año 2010, alrededor de 15%. Por primera vez se empieza a verificar el levantamiento del éxito de la marca, su margen de beneficio es mayor y el riesgo bajo. Se empieza a constatar una mejor aceptación de Great Wall en el mercado.

Ilustración 15. Análisis Dupont Ambacar 2013

| | | | | | | |
|------------------------|---|------------------------------------|---|------------|---|------------|
| Utilidad Neta | } | Margen neto | } | ROA | } | ROE |
| 1.584.200,28 | | | | | | |
| ÷ | | | | | | |
| Ventas | } | x | } | | } | |
| 49.907.095,62 | | | | | | |
| Ventas | } | Rotación de Activos totales | } | ROA | } | ROE |
| 49.907.095,62 | | | | | | |
| ÷ | | | | | | |
| Activos totales | } | x | } | | } | |
| 32.188.380,86 | | | | | | |
| Activos totales | } | MAF | } | ROE | } | ROE |
| 32.188.380,86 | | | | | | |
| ÷ | | | | | | |
| Patrimonio | } | ÷ | } | | } | |
| 10.378.586,64 | | | | | | |

Elaborado por: Alarcón (2023)

4.1.2.6. Análisis Dupont del año 2019

El 2019 probablemente fue uno de los mejores años en cuanto a la parte financiera para Ambacar. Esto debido a que como lo muestra el sistema aplicado el ROE aumentó considerablemente a 23,65%. El ROA se mantiene a nivel superior al 10% y el MAF se mantiene en 2,33. La empresa en este tiempo logró con esto a mejorar su margen de beneficio en cuanto a costos y gastos en sus productos. Dando así un balance entre autos ensamblados e importados en su totalidad.

Ilustración 17. Análisis Dupont Ambacar 2019

| | | | | | | | | | |
|------------------------|---|------------------------------------|---|------------------------|---|------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Utilidad Neta | } | Margen neto | } | ROA | } | ROE | | | |
| 6.404.206,61 | | | | | | | 3,78% | 10,15% | 23,65% |
| ÷ | | | | | | | x | x | x |
| Ventas | } | Rotación de Activos totales | } | MAF | } | Patrimonio | | | |
| 169.562.771,00 | | | | | | | 2,69 | 2,33 | 27.074.015,80 |
| ÷ | | | | | | | ÷ | ÷ | ÷ |
| Ventas | } | Activos totales | } | Activos totales | } | Activos totales | | | |
| 169.562.771,00 | | | | | | | 63.096.228,40 | 63.096.228,40 | 63.096.228,40 |
| ÷ | | | | | | | ÷ | ÷ | ÷ |
| Activos totales | } | Patrimonio | } | Patrimonio | } | Patrimonio | | | |
| 63.096.228,40 | | | | | | | 27.074.015,80 | 27.074.015,80 | 27.074.015,80 |
| ÷ | | | | | | | ÷ | ÷ | ÷ |

Elaborado por: Alarcón (2023)

4.1.2.7. Análisis Dupont del año 2021

A pesar de que el ROA desciende a 6,23% el ROE se mantiene en un nivel considerable, siendo este el 20,61%. El apalancamiento de endeudamiento asciende a los 3,31 puntos, considerando que este año fue el primer periodo post inicio de pandemia. Lo que para el sector y situación es verdaderamente aceptable, dando una buena señal de gestión después de la incertidumbre y estancamiento. Donde se confirma la confianza creada en la marca.

Ilustración 18. Análisis Dupont Ambacar 2021

| | | | | | | | | | |
|------------------------|---|------------------------------------|---|------------|---|------------|---------------|-------|--------|
| Utilidad Neta | } | Margen neto | } | ROA | } | ROE | | | |
| 5.470.686,79 | | | | | | | 3,16% | 6,23% | 20,61% |
| ÷ | | | | | | | x | x | |
| Ventas | } | Rotación de Activos totales | } | MAF | } | ROE | | | |
| 173.289.523,00 | | | | | | | 1,97 | 3,31 | 20,61% |
| ÷ | | | | | | | x | x | |
| Activos totales | } | Activos totales | } | MAF | } | ROE | | | |
| 87.818.607,00 | | | | | | | 87.818.607,00 | 3,31 | 20,61% |
| ÷ | | | | | | | ÷ | x | |
| Patrimonio | } | Patrimonio | } | MAF | } | ROE | | | |
| 26.543.318,50 | | | | | | | 26.543.318,50 | 3,31 | 20,61% |
| ÷ | | | | | | | ÷ | x | |

Elaborado por: Alarcón (2023)

4.1.2.9. Análisis general de los años investigados

Adicional a lo ya acotado anteriormente en cada interpretación por año en el sistema Dupont. Es importante realizar un análisis general comparando los cambios año tras años financieramente en la empresa. De igual forma, se debe considerar que Ambacar en los años evaluados tuvo sus indicadores de rendimiento acorde a los del sector y en caso superiores.

Para un mejor análisis de los resultados arrojados por la aplicación del sistema, es importante tener presente el apalancamiento de endeudamiento que presenta. Esta variable es directamente proporcional al ROE y mientras mayor sea este mejor. Sin embargo, un alto índice de apalancamiento financiero con terceros. Al ser este alto aumenta considerablemente el riesgo y volatilidad financiera de la entidad. Lo que puede dejar a la deriva al no poder responder con todas sus obligaciones en una emergencia. Por lo que tendría que comprometer casi en su totalidad sus activos y perdiendo sus buenos índices de rendimiento.

En la actualidad Ambacar presenta unos indicadores de rendimiento considerables, además de estables de acuerdo al apalancamiento mostrado. Por lo que se puede deducir que el cúmulo de decisiones financieras entorno a la marca Great Wall ha permitido buenos resultados para la empresa. Además, se aprecia que después de pandemia contra todo pronóstico la industria automotriz ha tomado mayor fuerza incluso a periodos anteriores a la tragedia. Siendo Ambacar uno de los principales que figuran como ejemplo del aprovechamiento de oportunidades de la mano con las decisiones aplicadas. Esto en cuanto a lo financiera en conjunto de sus marcas comercializadas.

Tabla 16. Resumen de indicadores de rentabilidad de Ambacar

| AÑO | ROE | ROA | MAF |
|------------|------------|------------|------------|
| 2008 | 34,33% | 7,11% | 4,83 |
| 2009 | 13,36% | 2,88% | 4,64 |
| 2010 | 15,94% | 2,89% | 5,52 |
| 2013 | 15,26% | 4,92% | 3,10 |
| 2014 | 14,69% | 6,43% | 2,29 |
| 2019 | 23,65% | 10,15% | 2,33 |
| 2021 | 20,61% | 6,23% | 3,31 |
| 2022 | 26,82% | 12,66% | 2,12 |

Elaborado por: Alarcón (2023)

4.1.3. Proyección de ventas

Al realizarse el presente estudio durante el transcurso del año 2023. Se consideró la proyección de ventas de las unidades de modelo Wingle en base a la información histórica de los pasados siete años. Con el objetivo de prever la tendencia y rectificar su acogida en el país. Así, de acuerdo con Maejo (2023), se medirá el desempeño, en este caso de la marca dentro del periodo actual y estimando si lo logrará. De igual forma, dicha proyección se la aplicó en los ingresos esperados para el periodo y con este dato se calcularon los demás rubros de los estados financieros.

4.1.3.1. Proyección Ambacar 2023

De acuerdo a la información recolectada en el sistema mencionado anteriormente Autoplus. Se aplica la proyección de ventas de las unidades, resumiendo estos datos y factores necesarios en la siguiente tabla presentada.

Tabla 17. Factores de la proyección

| | Periodo | Unidades vendidas | | Factores | |
|--------------|----------------|------------------------------|----------------------|----------------------|---------------|
| Año | x | y | x² | y² | xy |
| 2016 | 1 | 800 | 1 | 640.000 | 800 |
| 2017 | 2 | 2.215 | 4 | 4.906.225 | 4.430 |
| 2018 | 3 | 3.085 | 9 | 9.517.225 | 9.255 |
| 2019 | 4 | 2.979 | 16 | 8.874.441 | 11.916 |
| 2020 | 5 | 2.659 | 25 | 7.070.281 | 13.295 |
| 2021 | 6 | 3.435 | 36 | 11.799.225 | 20.610 |
| 2022 | 7 | 4.280 | 49 | 18.318.400 | 29.960 |
| TOTAL | 28 | 19.453 | 140 | 61.125.797 | 90.266 |

Fuente: AEADE (2023)

Elaborado por: Alarcón (2023)

El resumen de cálculo sobre las variables a considerar en la recta del modelo se detalla a continuación.

$$b = \frac{87.178}{196} \quad b = 444,79$$

$$a = \frac{6.999}{7} \quad a = 999,86$$

De acuerdo a la aplicación del modelo se estima que la empresa experimente un crecimiento alrededor 2,29% en el año 2023 en sus ventas.

$$c = \frac{b(n)}{\sum y} \quad c = \frac{445}{19.453} \quad c = 2,29\%$$

Por lo tanto, se obtiene que la estimación de unidades del modelo Wingle a vender en el periodo es 4.558,14.

$$y = a + b x$$

$$y = 999,86 + 444,79 x$$

$$y = 4.558,14$$

De acuerdo al resultado arrojado de la fórmula de la recta, se considera las unidades estimadas en comparación a la información de años pasados.

Tabla 18. Ventas estimadas para el periodo 2023

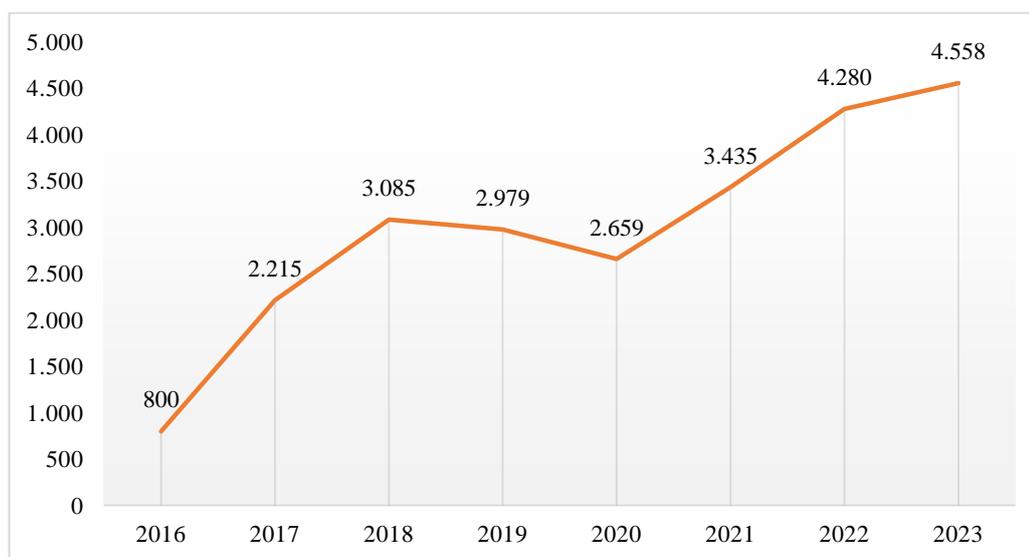
| Periodo Proyección | | |
|--------------------|---|-------|
| Año | x | y |
| 2016 | 1 | 800 |
| 2017 | 2 | 2.215 |
| 2018 | 3 | 3.085 |
| 2019 | 4 | 2.979 |
| 2020 | 5 | 2.659 |
| 2021 | 6 | 3.435 |
| 2022 | 7 | 4.280 |
| 2023 | 8 | 4.558 |

Elaborado por: Alarcón (2023)

Ahora, reflejado esta proyección monetariamente equivale 118.086.302,81 dólares. Siendo así que representa más de la mitad del total de ingresos esperados para el mismo año. Esto considerando un precio promedio entre todas las variantes del modelo de 25.906,67 dólares por vehículo.

De esta manera, con el resumen de la información de la tabla anterior se obtiene el gráfico del desarrollo de ventas en conjunto con la proyección.

Tabla 19. Proyección de ventas en unidades Wingle 2023



Elaborado por: Alarcón (2023)

Además, es importante considerar y cruzar las unidades vendidas en el periodo hasta el momento. De esta manera, evaluando el rendimiento y logro del objetivo de lo proyectado. Hasta el mes de mayo de 2023, se registra 1.030 unidades vendidas de la familia Wingle. A primera vista se puede percibir que no alcanzará su objetivo, pero hay que acotar que de acuerdo a los registros estadísticos de CINA E. El segundo semestre de los últimos años ha sido donde se ha evidenciado una mayor y constante venta en el sector automotriz. También. Se debe considerar que uno de los principales consumidores de este modelo, es el sector público. El cual en los primeros meses de este año, sus Gobiernos Autónomos han sufrido cambios en sus dirigentes y demás cargos. Por lo cual se espera una vez establecidos, empiecen a invertir en el equipamiento vehicular para sus departamentos. De esta forma, obteniendo un impacto considerable de ventas del modelo. Lo que permitiría cumplir con lo proyectado e incluso superándolo.

Bajo el mismo método se calcula la proyección de los ingresos como base para prever los valores de las cuentas para el periodo trabajado.

Tabla 20. Ventas estimadas para el periodo 2023

| | Periodo | Proyección |
|------|---------|-------------|
| Año | x | y |
| 2018 | 1 | 182.668.641 |
| 2019 | 2 | 169.562.771 |
| 2020 | 3 | 112.690.497 |
| 2021 | 4 | 173.289.523 |
| 2022 | 5 | 206.378.164 |
| 2023 | 6 | 184.261.659 |

Elaborado por: Alarcón (2023)

De acuerdo al resultado obtenido, la tendencia en alza que se ha experimentado en las ventas mensuales en lo que va del año y considerando que para el 2020 en todos los mercados se experimentó una temporada fuera de lo esperado por la pandemia ya conocida. Así, se realizó un ajuste en los ingresos esperado para el 2023. Por medio de la información pública del SRI de las ventas de vehículos nuevos reportados, con el filtro de las ventas de modelos de Ambacar y su valor de referencia se obtuvo que hasta julio del presente año, se estima que la empresa ha tenido ingresos por un total de 138.121.574 dólares. De esa forma, creyendo unas ventas estables en ese nivel, al finalizar el año la empresa alcanzaría más de 230 millones en ingresos. Al promediar el valor esperado y el proyectado se obtiene el valor monetario con el que se trabajará, siendo de 210.520.750.

Los demás cuentas se obtuvieron realizando un promedio entre los porcentajes de cada una de estas en la participación de los datos de los dos periodos antecesores. Con el propósito de analizar el rendimiento y movimiento de Ambacar para el 2023, con tendencia de lo sucedido en los años recientes.

4.1.4. Análisis de entrevistas

En la investigación una de las herramientas más importantes a considerar al igual que los cálculos cuantitativos de datos son las respuestas de las entrevistas aplicadas. Esto

debido a que de primera mano se obtiene la perspectiva de las personas netamente involucradas en el suceso del análisis estudiado.

Por medio la entrevista se consigue recopilar información más detallada y profunda que aclare el panorama de los demás datos. Además, que permite contextualizar y categorizar la información de una manera general acorde a la historia relatada (Díaz L. , 2013). Para ello, se considera las respuestas de las personas entrevistadas pregunta por pregunta y se asemeja cada una de estas. De esta manera, se concluye y se obtiene una interpretación consolidada con fundamentos de sucesos reales durante el proceso. Así se consiguió relacionar con la literatura recogida y datos procesados, dando un mejor soporte para las conclusiones elaboradas.

Tabla 21. Análisis de respuestas por preguntas de las respuestas de entrevistas

| Preguntas | Ana Carolina Vásquez | Daniel Darquea | Juan Pablo Sandoval | Sandra Moya |
|--|--|--|---|---|
| 1. ¿Cómo ve usted el sector automotriz actualmente en Ecuador? | El sector automotriz ecuatoriano está en constante crecimiento y evolución, después de la pandemia ha tenido una tendencia sostenida de crecimiento. | Hemos visto la introducción de muchas unidades y de muchos modelos, en básicamente la gran mayoría de las marcas. Modelos híbridos o modelos eléctricos. | En constante crecimiento y con varias marcas, incluso de ensambladas en Ecuador. | El sector automotriz actualmente en Ecuador es un mercado abierto muy competitivo en cuanto a precios, con varios autores. Por supuesto siendo las marcas chinas las que ocupan un gran espacio en el sector actualmente que va en crecimiento. |
| | Análisis de respuestas | | | |
| | El sector a pesar de la pandemia se encuentra en un crecimiento considerable, contando con diversas marcas especialmente chinas. Esto con mayor participación en segmento de SUV's con propuestas interesantes de vehículos híbridos y eléctricos. | | | |
| 2. ¿Cómo ve a las marcas de vehículos chinos en 10 años en nuestro país? | Son las marcas de mayor crecimiento y evolución con nuevos productos y nuevas tecnologías, el gran desarrollo de la tecnología de vehículos eléctricos está en china. | Se ha presenciado la introducción de muchas unidades y de muchos modelos, en básicamente la gran mayoría de las marcas. Como varios modelos híbridos o modelos | Actualmente las marcas chinas en el país están en crecimiento, de aquí en diez años posiblemente sean marcas que retomen una fuerza reemplazando productos tradicionales. | Nosotros como pioneros de marcas chinas, llevando ya más de doce años en el mercado. |

| | | | | |
|--|---|---|---|--|
| | | eléctricos que han sido innovadores. | | |
| Análisis de respuestas | | | | |
| Se espera que en diez años los vehículos de origen chino tomarán el protagonismo dentro del país. Además, de más propuestas innovadoras por parte de estas marcas y seguramente con Ambacar y su portafolio liderando. | | | | |
| 3. ¿Qué piensa que ha sido la parte más difícil al introducir la marca Great Wall por primera vez en el mercado? | Great Wall fue la primera marca china en introducir con éxito en el mercado ecuatoriano sus productos, lo más complicado fue romper el paradigma del producto chino y demostrar que son productos de calidad. | Creo que lo más difícil en este tema fue realmente ganas la confianza de las personas solamente en cuanto a los vehículos chinos. | Quizás como cultura es un país que ha venido teniendo una perspectiva de compra de marcas tradicionales como Ford, Mazda, Chevrolet y Toyota. | Pues romper esa mala atención y mal servicio si tomó varios años, trabajando con confianza y transparencia. |
| | Análisis de respuestas | | | |
| | Sin duda la parte más difícil ha sido generar confianza sobre la calidad de los vehículos chinos en general. Todo esto por el paradigma que existe aún en general en la población de que las cosas con origen chino son baratos pero nada buenos. Ha sido difícil pero no imposible, gracias a la gran calidad de Great Wall quien marcó la banderita para la generación de la confianza. | | | |
| 4. Desde su punto de vista, ¿cuáles han sido los principales factores para la creación de la planta de producción de Ciauto? | La motivación para poner la ensambladora fue la creación de empleo, producir vehículos con excelente calidad y sobre todo mejorar la disponibilidad de producto | Primero dar mayor confianza a las personas de que su vehículo al ser ensamblado acá en Ecuador primero no era un proyectito | Ciauto ha fortalecido muchísimo el apalancar la comercialización de esta marca. Debido al ser una industria local, una de las | Ciauto que además figura como socio estratégico para lograr y trabajar un producto más de cerca con entre inmediata al cliente |

| | | | | |
|--|---|---|---|--|
| | para entrega inmediata a nuestros clientes. | de probemos qué tal está la marca. | estrategias del grupo era llevar y conocer la planta y el respaldo. | |
| Análisis de respuestas | | | | |
| La planta de ensamblaje se pensó para generar confianza de la calidad de los productos. Además, de crear alianzas estratégicas dentro y fuera del país. Así mismo, la disponibilidad inmediata de los modelos más solicitados por el mercado, jugando con variantes de modelos y colores de acuerdo a la demanda. De esta forma, creando una ventaja competitiva general la cual es de mucho peso. | | | | |
| 5. ¿Qué se obtiene al tener las empresas de producción y comercialización de manera independientemente entre estas? | Esta separación permite tener equipos especializados, transparencia total e independencia de la información financiera. | Ciauto se dedica al ensamblaje y Ambacar se dedica a la importación y comercialización. | Sin duda nos permite tener ese respaldo en el cual Ciauto como tal para poder cumplir el proceso de ensamblaje debe agregar componentes locales. De la misma manera, pues generando estrategias financieras para cumplir y posicionarse como Ambacar. | La adecuada organización y manejo independiente que también va en conjunto cuando se requiere para las proyecciones. |
| Análisis de respuestas | | | | |
| De manera general de los beneficios de venta directa y participación con el sector público con Ciauto. Uno de los mayores beneficios es el orden y transparencia que se genera en cada una de la empresa. Así, teniendo gente especializada para la comercialización y producción, cada una en sus áreas involucradas. | | | | |

| | | | | |
|--|--|--|---|---|
| <p>6. ¿Qué beneficio se tiene al sustituir la importación por la producción?</p> | <p>Los beneficios están en la generación de empleo, ensamblaje de alta calidad, disponibilidad inmediata de producto.</p> | <p>Mayor confianza también para el consumidor, la gente realmente le gusta tanto los vehículos ensamblados dentro del país, tienen una muy buena reputación.</p> | <p>Contar con un stock de modelos de portafolio completo y con disponibilidad inmediata.</p> | <p>Pues que beneficio hay por la producción es que demuestra que siendo “pequeños” podemos hacer cosas grandes como ensamblar vehículos con la misma calidad que son realizados en cualquier parte del mundo.</p> |
| <p>Análisis de respuestas</p> | | | | |
| <p>En primera instancia se tiene un catálogo de productos basto con el cual se puede tomar mejores decisiones de acuerdo al mercado. Además, se da un mejora y control de los costos que conlleva de la mano de la confianza en repuestos y calidad de los productos. De manera indirecta, los grandes beneficios se da en la plaza de empleo tanto de los colabores directos de Ciauto y Ambacar como de proveedores en todos los procesos.</p> | | | | |
| <p>7. ¿Cuál es el principal cambio percibido en la estructura financiera de la empresa por la decisión de la producción de los modelos?</p> | <p>Para decidir producir un modelo se analiza la inversión que debe haber, tiempo en el que se podrá recuperar y volumen de ventas proyectado.</p> | <p>Ambacar y la ensambladora que es Ciauto. Entonces no se ve una afectación financiera. Cada una tiene su giro de negocio.</p> | <p>A mi parecer creo que la estructura financiero obviamente ha sido variada dentro de estos últimos años, debido al crecimiento y necesidades que el mercado lo han demandado.</p> | <p>El grupo Ambacar principalmente está conformado únicamente como grupo familiar que en base a sus estrategias y decisiones administrativas para crecimiento nacional e internacional adoptan diferentes vías para alcanzar.</p> |
| | | | | |

| Análisis de respuestas | | | | |
|---|---|---|--|--|
| | No existe un cambio tal cual en la estructura financiera debido a la producción. Esto debido a que Ambacar sigue importando vehículos por su lado. Pero, si se ha notado una estabilidad en esta. | | | |
| 8. ¿Se realiza un análisis periódico sobre la estructura financiera de la empresa? ¿Qué aspectos internos como externos se consideran? | La alta dirección revisa los estados financieros e indicadores de manera mensual para poder tener una visión clara de los resultados y marcar los objetivos normalmente a diario. | Claro, normalmente ese análisis no solamente es mes a mes ni año a año ese análisis va día a día para ir tomando decisiones. | Claro que se realiza un análisis periódico, día a día se está pendiente de la variabilidad del mercado, de la situación social, política del país. | El análisis financiero de la compañía está basado en un presupuesto de ventas a nivel nacional. |
| | Análisis de respuestas | | | |
| | Periódicamente se genera un registro y consolidado de la información por parte del personal de cada área. Así mismo, esta data es evaluada de manera mensual por la alta directiva para tener un panorama claro del estado de los procesos. Por otro lado, día a día se evalúa las tendencias del mercado y sucesos que influyen dentro y fuera del país. | | | |
| 9. ¿De qué forma considera que la introducción de la marca Great Wall, específicamente las camionetas Wingle ha influido en la estructura financiera y toma de decisiones de Ambacar? | La marca Great Wall ha sido nuestro principal aliado y nuestro puntal en ventas, el desarrollo de esta marca nos ha permitido crecer a nivel nacional. | Realmente la Wingle fue y ha venido siendo las camionetas han venido siendo el líder de esta conquista del mercado. Tanto de Ambacar, Great Wall y de las marcas chinas. Creo que la banderita siempre la ha llevado las camionetas Wingle. | El modelo Wingle dentro de la marca Great Wall financieramente consideró que es un modelo que ha impulsado y ha permitido crecer a la marca de una manera fuerte | Pues figuró y funcionó como la pionera en mostrar la calidad de nuestros productos y generar la confianza con su camioneta que fue puesta a prueba al ser un vehículo de trabajo y todo terreno. |
| | | | | |

| | | | | |
|--|---|---|--|---|
| Análisis de respuestas | | | | |
| La marca Great Wall ha sido nuestro principal aliado y nuestro puntal en ventas, el desarrollo de esta marca nos ha permitido crecer a nivel nacional. Como Wingle al ser un vehículo que generó la confianza sobre la marca y empresa, sobre este se ha tomado varias de las más importantes decisiones. En donde se debe considerar que hasta la actualidad se trabaja con dicha camioneta y es una de las que mayor venta tiene dentro del mercado. | | | | |
| 10. ¿Qué aspectos se consideran para empezar con el ensamble de modelos seleccionados? | La proyección de ventas, los competidores, la inversión, los proveedores locales que se necesitan y el tiempo estimado de duración del proyecto. | Disponibilidad de partes, demanda del sector y maquinaria adecuada. | Los aspectos que se consideran para poder ensamblar vehículos ya de producción nacional lógicamente van a estar a lo que el mercado actualmente demanda tiene mucho enfoque en la adquisición de componente y ser modelos competitivos a relación de otras marcas. | Para un nuevo modelo ensamblado en el país primero se realiza la investigación y especialización en origen para conocer la viabilidad y requerimiento de calidad que se debe adecuar en Ciauto. |
| | Análisis de respuestas | | | |
| | En rasgos generales, con anticipación de tiempo se considera el costo y viabilidad del proyecto para lograr ensamblar el modelo. Además de la competencia y más importante la demanda que genera, sin dejar de lado la disponibilidad del proveedor de origen de los componentes como de los complementarios locales. | | | |

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
| 11. ¿Cuáles son y de qué forma se reafirman las principales fortalezas de Ambacar en la actualidad? | Una fortaleza es su personal altamente capacitado y multifuncional. Otra fortaleza es su conocimiento del mercado y presencia a nivel nacional. El excelente servicio post venta y disponibilidad de repuestos y por su puesto su portafolio de productos y disponibilidad | Las principales fortalezas de Ambacar creo que es la confianza que hemos dado nuestros clientes en todo sentido. Excelente calidad y servicio post venta al cien por ciento. | Ser competitivos en la actualidad muy atada los valores como la honestidad, la transparencia, la responsabilidad, la justicia, democracia, pasión por lo que se hace y el trabajo en equipo. | La confianza construida en el tiempo por el servicio, transparencia y por los productos ofrecidos con bajo precio y excelente calidad. |
| | Análisis de respuestas | | | |
| | Sus productos de calidad y disponibilidad, siendo un portafolio completo. El personal específico en cada área de trabajo el cual es altamente capacitado satisfaciendo las necesidades de los consumidores. Además, de la concentración en el buen servicios post venta, en conjunto de la gran presencia a nivel nacional. | | | |

Elaborado por: Alarcón (2023)

4.2. Narración del caso

¿Por qué se puede considerar un éxito en el caso del modelo Wingle dentro del sector automotriz nacional?

Para medir el rendimiento y calidad de una marca automotriz, se lo puede poner a prueba en los segmentos que más demanden el esfuerzo de los vehículos. Como es el caso de las camionetas, que dentro de nuestro país gracias a sus condiciones y diversos factores se lo puede comprobar. De esta forma, se parte de esta primicia en la cual se atribuye el éxito en su acogida a la marca china Great Wall a través principalmente de su modelo de camioneta Wingle.

Un indicador con el cual podemos comprobar la importancia las camionetas para que la gente evalúe. Es la edad promedio de los vehículos circulantes hasta diciembre de 2022 presentado por la CINAIE. En donde la clase de las camionetas, es el segmento de vehículos no pesados que mayor duración en edad presenta. Presentándose este casi con diecisiete años, por encima de los automóviles y SUV's, siendo 13,85 años y 10,06 respectivamente.

Así mismo, es reconocible el aumento de la confianza en los vehículos chinos desde la introducción al mercado de Great Wall. En el 2008 apenas el 3% de las ventas totales presentaban los automotores con origen chino. En la actualidad este país se lleva en nuestro mercado el 35% de las ventas totales, de acuerdo a los datos del sistema Autoplus. Además, hay que reconocer que varios modelos provenientes de marcas chinas actualmente se ensamblan en Ecuador. En donde, Ciauto en diciembre de 2022 alcanzó a representar más del 40% en los vehículos ensamblados en el territorio. Esto con las marcas de Great Wall, KYC y Shineray comercializadas netamente en Ambacar.

Siendo esta última marca del grupo la actualmente en general está teniendo la batuta por su tasa de crecimiento notable del 27,9% con su modelo G01. Hasta el momento es el SUV más vendido del 2023 hasta los registros de CINAIE en mayo, representándose por 1.163. Sin dejar de lado que en cuanto el la clase de camionetas para Ambacar sigue siendo representado por el portafolio de Great Wall únicamente.

¿Cuáles son los principales cambios en la estructura financiera actual con la de hace quince años en la empresa?

Ambacar al ser una empresa con más de cincuenta años de historia, ha experimentado distintas maneras de comercializar vehículos y con varias marcas. Desde Chevrolet, pasando por Toyota, Honda, entre otros. Para finalmente en el año 2008 la empresa trabajaba con la marca Mazda, año en el que la presente investigación empieza. En este periodo la empresa se encontró en un periodo de transición radical, pasando de una marca reconocida con la cual le fue excelente. Llegó ser el concesionario número 1 de Ecuador. El éxito es verificable en su rendimiento del capital evaluado en el análisis Dupont, alcanzando un 34,33%, en donde el patrimonio se representaba por 2.973.661,08. Es importante recalcar que el nivel de apalancamiento es igualmente alto, incrementando el riesgo de la actividad con 4,83 puntos. Esto significa que para los activos adquiridos para el fin del negocio se ha necesitado más de cuatro veces se ha apoyado en deuda con terceros. Además, el rendimiento sobre el activo para este año se presentaba en un poco más de los 7 puntos porcentuales.

Después de trabajar y desarrollar la marca Great Wall por Ambacar en el país, tras varias complicaciones y altos reflejados en sus indicadores de rentabilidad. Para el 2022, Ambacar alcanzó unos indicadores históricos por varios motivos. En primera instancia, la creciente de sus números tras la crisis de la pandemia. En su ROA su nivel está por encima de los 12 puntos porcentuales, siendo el más alto en los años estudiados. Si bien es cierto en su rendimiento del capital aún está un poco por debajo del nivel alcanzado en 2008, es de gran reconocimiento el logro en la situación actual que se presencia. Además, el riesgo se disminuyó a más de la mitad con el que se trabajó con la marca Mazda.

En cuanto al crecimiento de su capital es notable su crecimiento en estos quince años, siendo doce veces mayor. Mientras que, su pasivo con el que se maneja año tras años ha crecido únicamente alrededor de tres veces. La introducción de Great Wall y principalmente gracias a su gran acogida por la camioneta Wingle. Han permitido que Ambacar refleje estabilidad y un posicionamiento serio en el sector automotriz. Año tras años estando por encima de los indicadores financieros del sector y siendo pionero en innovación en varios de sus procesos. Los cuales se ven reflejados en firmeza

económica con carácter ascendente. Al mismo tiempo, se evidencia el gran trabajo de los bienes que posee, buscando la manera de sacar el mejor rendimiento de estos.

¿Qué variables del sector se han considerado por Ambacar para la toma de decisiones de los últimos años?

De forma general, Ambacar siempre está pendiente de factores externos e internos que son tradicionales en cada sector para desempeñar mejor su toma de decisiones. En cuanto a la industria automotriz, podemos numerar superficialmente: ventas de vehículos por clase, modelo, etc. La tendencia de los consumidores de acuerdo a la temporada del año, el rango de precios impuestos en el sector, nuevas tecnologías, propuestas y sin fin de variables importantes. Esto con el objetivo usarlas como herramientas a favor y tratar de inclinar la balanza de la comercialización de vehículos hacia la empresa.

Como lo mencionado anteriormente, el gran alcance de la participación de vehículos con origen chino y seguidamente de los ensamblados localmente. Donde Ambacar hoy por hoy maneja las dos líneas. Hay que recalcar que posee una ventaja competitiva al poder contar con varios modelos en los cuales los mismos pueden ser nacionales e importados. De esta manera, jugando con su disponibilidad y capacidad de producción para la demanda que va generando el mercado. Además de la ya conocida tendencia de vehículos eléctricos en el mundo, al igual que los híbridos. Estos últimos con más fuerza en el país. De acuerdo a los datos que presenta la CINAIE, la tendencia en alza es clara. Ya que, para los primeros meses del año 2019 las unidades vendidas en esta clase de automotores fue alrededor de 100. Para 2023, en su primer trimestre presenta un promedio de 800 híbridos comercializados por mes.

Es importante mencionar las políticas nacionales que afectan al mercado directamente. Una de las principales resolución 66 emitido a través del Comité de Comercio Exterior (COMEX), donde se redacta la imposición sobre límite de cupos de importación de vehículos. Esto es claramente un condicionante vital para las empresas del sector, viéndose limitados y necesitados de nuevas estrategias para el desarrollo de su comercio. Una de las noticias más cruciales, ha sido del acuerdo comercial entre China y Ecuador. Donde los vehículos se ven involucrado, en el cual en resumen en el lapso

de quince a veinte años los aranceles irán disminuyendo casi en su totalidad, dependiendo del modelo. No solo es importante para Ambacar si no para el sector automotriz en general, tratando de que todas las empresas esta herramienta política del país lo convierta en una fortaleza.

¿Qué teoría financiera se asemeja más a la toma de decisiones realizada por la empresa durante estos periodos, de acuerdo a la evolución de su estructura financiera?

En cuanto a las teorías financieras considerar para responder y analizar la pregunta presente. Se tomará como referencia lo expuesto en el marco teórico con la teoría de Modigliani y Miller, Pecking Order y la teoría del Trade-off.

Con un análisis mediante observación acompañado de comprobaciones cuantitativas. En cuanto a la primera teoría donde se destaca que el valor de una empresa está dado más allá de su estructura financiera en un mercado perfecto, en donde claramente no lo podemos considerar. Sobre el uso de específicamente de los impuestos para aumentar su valor no lo podemos de igual forma considerar. Ya que, con una rápida inspección de la composición del pasivo, se nota que no se apoya su mayor parte en obligaciones financieras y menos a largo plazo. En la composición de obligaciones está dividido generalmente en el año 2022 entre las deudas con instituciones financieras y proveedores, con alrededor del 30% cada uno. Lo demás se ve repartido en otras obligaciones entre las cuales está con la administración tributaria, cuentas por pagar tanto con partes no y si relacionadas, entre otros.

Se ha notado un cambio en la participación del patrimonio del total del activo, desde el 2008 donde apenas representaba el 21%. Para el 2022 asciende a 47%, lo que quiere decir que cada vez se requiere de las obligaciones con terceros para llevar a cabo sus actividades. Así mismo, esto ayuda a reducir el riesgo como se evidenció en el análisis Dupont aplicado. En este mismo deducimos que en el presente Ambacar presenta resultados interesantes y estables al respecto a su rendimiento. Se puede considerar esta teoría se asemeja a lo aplicado por la empresa, ya que Ambacar ha optado por mejorar sus recursos internos. Al ser una compañía limitada con contados socios y

siendo estos de la familia Vásconez. No consideran la emisión o apertura de las acciones como método de financiamiento.

Sin embargo, considero que Ambacar ha encontrado un balance en su estructura financiera. Ascendiendo escaladamente su ROA y ROE, a la mano del mantenimiento del nivel de apalancamiento alrededor de dos puntos. Por lo que permite un mejor resultado en el rendimiento de capital pero a la vez dando mayor estabilidad ya mencionada en cuando a su liquidez. Por lo que, gracias a las decisiones y manejo de las herramientas financieras de los distintas fuentes. Como manejo de cartera por vender a cancelar, uso de estrategias de acuerdo a lo financieramente disponible y sus prioridades. La empresa de acuerdo al escenario del día a día va tomando decisiones financieras para mover de acuerdo lo requerido, proyectado y disponible sus obligaciones. De esta forma, validando lo esta forma, validando lo resumido para la teoría del Trade off. Sobre el equilibrio adecuado a las condiciones y necesidades entre la financiación ajena y propia. Sin dejar de lado, las condiciones del sector y factores que pueden influir únicamente a cada empresa. Como la relación y negociación con proveedores y condiciones. En donde Ambacar una vez más tiene una ventaja competitiva al ser la única empresa en el país que maneja las marcas ofertadas en su portafolio. Adicional, de que cuenta con más de 24 agencias propias en todo el grupo y no concesionarios. Lo que quiere decir que no se ata a condiciones de cupos exigidos directamente por modelo, sino más bien de acuerdo a lo que el mercado lo demande.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Desde el 2008 hasta la actualidad la empresa ha trabajado con varios modelos de origen chino. Pero, es el modelo Wingle únicamente el que ha permanecido y se ha consolidado en este periodo. Dando así, el respaldo e importancia de la marca y la camioneta para Ambacar. Además, que ha respondido positivamente a los clientes más demandantes del sector automotriz en nuestro país. Esto, reconociendo que las camionetas se las utiliza para todo tipo de trabajo y especialmente pesado. Donde, se determina y se juzga por parte de los usuarios el rendimiento y calidad de las marcas. Todo esto ha sido gracias al apoyo y ejecución de estrategias que han dado su lugar reconocido a la empresa. Como aprovechar los acuerdos por parte del Estado para facilidad de la obtención de camionetas con su programa “camioneta popular”. También, realizando alianzas con el sector público y empresas importantes. Esto ha permitido dotar a las entidades con este modelo para sus fines pertinentes.

En resumen del análisis, con la ejecución del primer objetivo sobre el mercado automotriz en el segmento de camionetas, se concluye que Ambacar ha logrado consolidar su camioneta Wingle como una referencia en la clase. De esta forma, siendo la empresa que en los últimos años mejor ha logrado demostrar su crecimiento y posicionamiento. Así, colocando a la marca por encima de varias mundialmente reconocidas. Esto debido a dos factores que caracterizan a los modelos. Primero su precio mayormente asequible que la competencia, en conjunto de la gran calidad ofrecida. A pesar que en la actualidad la camioneta no es el principal modelo más vendido por la empresa, este es una gran herramienta que se ha mantenido desde la incursión con vehículos chinos y se mantendrá por muchos años más. Esto debido al respaldo de confianza y visibilidad segura que obtiene Ambacar por parte de los clientes.

Al respecto a lo evaluado en el segundo objetivo con relación a la estructura financiera, se pudo comprobar que Ambacar gozó en todos sus periodos analizados de un

rendimiento por encima del promedio en su sector. Además, antes de trabajar con la marca Great Wall su indicador de beneficio triplicaba mayormente a los de la competencia. Por lo que, con este trabajo se pudo deducir la razón de despojarse y arriesgarse con otra marca totalmente nueva. Esta toma de decisiones le ha permitido a la empresa tener un mayor control y firmeza en su estructura financiera. Así, logrando tener una mayor alcance en el país y fuera de este. Siendo la propia organización la encargada de implementar sus propias estrategias en todos sus puntos de venta. De igual forma, hay que destacar que en cuanto a su rendimiento se evidencia que ha recuperado su nivel anteriormente alcanzado. Al igual, que logró reducir su riesgo financiero considerablemente. Esto le permite a la entidad considerar y ejecutar más estrategias para continuar con el crecimiento de sus ventas. Por último, relacionar a los resultados con las teorías anteriormente mencionadas. Dado que apenas la mayor parte del balance se encuentra concentrado en el pasivo, se concluiría que mayormente se financiera externamente la empresa. Pero, si somos específicos en cuenta por cuenta de esta, vemos que casi en su totalidad son pasivos corrientes siendo los más representativos las obligaciones con instituciones financieras y los apartados de proveedores tanto relacionados como los que no. De esta forma, se determina que la administración empresarial prefiere el financiamiento propio y ha encontrado una forma de apalancamiento financiero importante en sus proveedores a corto plazo. Por lo cual de acuerdo con la teoría Pecking Order, Ambacar sigue la línea de preferencia en su financiación. Es importante mencionar los resultados que ha tenido con la estabilidad de sus rendimientos, por medio de las alianzas e implementación de estrategias, le ha permitido establecer y mantener buenos resultados constantes en los últimos años a la empresa. Así, relacionándolo con lo expuesto en la teoría de Trade off.

En relación al tercer objetivo y lo expuesto anteriormente, se puede concluir con lo siguiente. Desde su inicio Great Wall ha presentado una tendencia potencialmente creciente en todo el sector automotriz. En el año 2017 la marca ha tomado su puesto como la segunda con mayor participación de camionetas vendidas. Desde entonces, su crecimiento se ha estabilizado por lo que con la proyección realizada se prevé que la empresa siga fortaleciendo su participación en el sector. Este liderazgo se ve reflejado en las unidades utilizadas por parte del sector público, flotas de empresas, en el sector

agrícola, entre otras. La gestión en cuanto al movimiento dentro de estas alianzas son de gran importancia para determinar su posición dentro de la clase. Por ello, son importantes las ventajas y factores internos como externos a favor que pueda presentar en sus propuestas. Ambacar por medio de este modelo.

5.2. Recomendaciones

Se recomienda a la empresa mantener la camioneta Wingle como una referencia en todo momento. Es decir, realizar estrategias alrededor del modelo que le permitan tener una mayor visibilidad y reconocimiento del que ya tiene. Por lo que hay que recalcar que una gran parte de los ecuatorianos, no reconoce este modelo de camionetas. Por esto, es importante el apoyo y concentración del marketing sobre el modelo.

Se propone siempre ofrecer una variedad de opciones en este modelo a los clientes como se lo ha venido haciendo. Al igual que en lo posible conservar precios más atractivos a diferencia de la competencia. El cual pueda ser puente para implementar más alianzas de potenciales clientes, tratando de abarcar las necesidades y posibilidades de los distintos consumidores.

Por último, se sugiere que Ambacar maneje únicamente en clase de camionetas con la marca Great Wall en sus distintos modelos. De esta manera, se sigue teniendo y certificando la calidad de los productos ofrecidos por la empresa. Además, de seguir impulsando y fortaleciendo el crecimiento en la participación del mercado. Para tratar de lograr alcanzar el primer puesto en este importante segmento.

Consideró que la empresa debe mantener los niveles de rendimiento de su activo y capital sin elevar el riesgo, esto por medio de estrategias que figuren alrededor del catálogo de productos actuales y futuros. De esta manera, se seguirá confirmando la estabilidad para la ejecución de la toma de decisiones de manera más segura y confiables, teniendo el respaldo de la acogida de estos modelos por parte de los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agosin, M., & Huaita, F. (2011). Capital flows to emerging economies: Minsky in the tropics. *Cambridge Journal of Economics*, 663-683.
- Asociación de empresas automotrices del Ecuador (AEADE). (2 de Febrero de 2023). *Autoplus*. Recuperado el 1 de Junio de 2023, de Autoplus: https://autoplus.ec/internal_forms_authentication/?targetId=a3217fbc-d4c5-495d-8fa0-274eab121088
- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A. (4 de Febrero de 2021). *BBVA*. Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.es/finanzas-vistazo/ef/empresas/click-and-pay-la-liquidez-que-necesitas-para-tus-pagos.html>
- Banco Interamericano de desarrollo. (2004). *Una Guía Práctica para la Elaboración de Estudios de Caso sobre prácticas en gerencia social*. Washington D.C.: Banco Interamericano de desarrollo.
- Beshenov, S., & Rozmainsky, I. (2015). Hyman Minsky's financial instability hypothesis and the Greek debt crisis. *Russian Journal of Economics*, 419-438.
- BOLD. (9 de Julio de 2021). *BOLD*. Recuperado el 30 de Abril de 2023, de BOLD: https://bold.com.ec/indicadores-financieros/#Razon_corriente
- Caro Anchay, A., & Vela Zavala, S. (2021). *Herramientas financieras en la evaluación de portafolios de inversión*. Callao: Universidad Nacional del Callao.
- Castellanos, O., Fúquene, A., & Ramírez, D. (2011). *Análisis de tendencias: de la información hacia la innovación*. Bogotá: Contacto Gráfico Ltda.- Universidad Nacional de Colombia.
- CEUPE. (27 de Abril de 2023). *CEUPE magazine*. Obtenido de CEUPE magazine: <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-estructura-financiera-de-la-empresa.html>
- Comité de Comercio Exterior. (2012). *Resolución No. 66*. Quito: Resoluciones del Pleno del COMEX.
- Díaz, L. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica, II(7)*, 162-167.

- Díaz, N. (1 de Febrero de 2021). *Economipedia*. Recuperado el 27 de Abril de 2023, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/indice-de-endeudamiento.html>
- Diéz, F., & Prado, C. (2009). *Análisis de la estructura económica y financiera de la empresa en situaciones de crisis*. Madrid: Fundación Madrid por la Excelencia. Comunidad de Madrid- Cátedra Madrid Excelente.
- EDUCA Portal de Educación Financiera. (13 de Abril de 2023). *EDUCA*. Obtenido de cmfchile: <https://www.cmfchile.cl/educa/621/w3-article-27142.html#:~:text=La%20crisis%20comenz%C3%B3%20a%20desatarse,valor%20de%20las%20viviendas%20adquiridas.>
- Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Revista de Ciencias Sociales Universidad de Costa Rica, II*(96).
- Finanzasidi. (23 de Noviembre de 2018). *Finanzas I+D+i*. Recuperado el 28 de Abril de 2023, de Finanzas I+D+i: <https://finanzasidi.com/servicios/asesoria-empresarial/equilibrio-financiero-de-la-empresa/#:~:text=El%20equilibrio%20financiero%20determina%20la,distintos%20ratios%20e%20indicadores%20financieros.>
- Florez, R., & Torres, L. (2011). *Pronóstico de ventas exitoso: ¿cuantitativos o cualitativos?* Cartagena de Indias: Universidad Tecnológica de Bolívar.
- García, O. (2014). Fórmula Du Pont y su rentabilidad, vista desde la óptica administrativa. *Inquietud empresarial- Tecnológico de Estudios Superiores Oriente del Estado de México, XIV*(2), 89-113.
- Godoy, J. (2002). Teoría sobre la estructura capital. *Revista del Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial, 84*, 188-206.
- Gómez, M. (2002). *La importancia de una estructura financiera en las empresas para la toma de decisiones*. Nuevo León: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- González, K., Duque, G., & Espinoza, O. (2021). Factores determinantes de la estructura de capital en las empresas ecuatorianas. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración, VIII*(2), 238-249.
- Gutiérrez, L. (2010). Determinantes de la Concentración de Deuda en el Corto Plazo para Empresas del Sector Real de Colombia: Análisis de Datos Panel Basado en

- Información Pública. *Revista Ensayos Sobre Política Económica (ESPE)*, XXVIII(62), 148-195.
- Hernández, G. (1996). El discurso del pacto Figueres-Calderón. *Revista de Ciencias Sociales*, 29-43.
- iahorro. (20 de Febrero de 2009). Recuperado el 27 de Abril de 2023, de iahorro.: <https://www.iahorro.com/diccionario/e/endeudamiento#>
- Jiménez, F., & Palacín, M. (2005). La estructura financiera de las empresas. Un análisis descriptivo. *Revista Electrónica de Ciencia Administrativa (RECADM)*, IV.
- Lawrence, G., & Zutter, C. (2012). *Principios de administración financiera* (12 ed.). Estado de México: Pearson.
- López, G., & Arias, A. (2000). An empirical approach to the financial behaviour of small and medium sized companies. *Small Business Economics*, XIV, 55-63.
- Lozano, M. (2017). *Gestión Financiera*. Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina.
- Maejo, R. (23 de Febrero de 2023). NUBOX. Recuperado el 5 de Mayo de 2023, de NUBOX: <https://blog.nubox.com/empresas/como-hacer-proyecciones-financieras>
- Medina, A., Salinas, J., Ochoa, L., & Molina, C. (2012). La estructura financiera de las empresas manufactureras colombianas , una mirada econométrica, macroeconómica y financiera. *Perfil de Coyuntura Económica*, XX, 1-28.
- Modigliani, F., & Miller, M. (1958). The cost of capital, corporation finance and the theory of investment. *The American Economic Review*, XLVIII, 261- 297.
- Mulligan, R., Lirely, R., & Coffee, D. (2013). An Empirical Examination of Minsky's Financial Instability Hypothesis: From Market Process to Austrian Business Cycle. *Journal des Économistes et des Études Humaines*, XX(1), 1-17.
- Myers, S. (2001). Capital Structure. *Journal of Economic Perspectives*, XV, 81-102.
- MytripleA. (14 de Noviembre de 2018). MytripleA. Recuperado el 27 de Abril de 2023, de MytripleA: <https://mytriplea.com/diccionario-financiero/equilibrio-financiero/>
- Pérez, E., & Titelman, D. (2018). *La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca de desarrollo*. Santiago: CEPAL.

- Peujio, F., & Domínguez, C. (2018). La estructura financiera de las grandes empresas manufactureras mexicanas en el contexto de la crisis financiera subprime, 2000-2015. *Estudios económicos- Universidad Nacional del Sur*, XXXVI(72), 63-90.
- Salvatierra, J., Nole, J., Soto, C., & Gutierrez, D. (2022). Trascendencia de la estructura de capital dentro del sector manufacturero del Ecuador. *Revista Publicando*, IX(36), 50-71.
- Sánchez, S., & García, J. (2018). Estructuraciones de capital de las empresas iberoamericanas y sus extensiones. *Universidad Espiritu Santo - UEES*, 71-84.
- Sarduy, Y. (2007). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *Revista Cubana de Salud Pública*, XXXIII(3).
- Super Intendencia de Compañías, Valores y Seguros. (6 de Junio de 2023). *Supercia*.
Obtenido de Supercia:
<https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/PortalInformacion/index.html>
- Tapia, E. (21 de junio de 2023). Hasta 20 años tomará reducción del arancel para vehículos chinos. *Primicias*.

ANEXOS

Anexo 1.- Análisis Estados de Situación Financiera (2008, 2021 y 2022)

| CUENTA | Dólares | | | Variación 2008-2021 | | Variación 2021-2022 | | ANALISIS VERTICAL | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------------|-------------|--------------------------------------|-------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2008 | 2021 | 2022 | USD. | % | USD. | % | 2008 % | 2021 % | 2022 % |
| TOTAL ACTIVO | 14.367.178,4 4 | 87.818.607,0 4 | 76.890.558,6 3 | 73.451.428,6 0 | 511% | - 10.928.048,4 1 | -12% | 100,0 % | 100,0 % | 100,0 % |
| ACTIVO CORRIENTE | 11.743.170,7 8 | 70.554.793,4 3 | 59.785.290,1 2 | 58.811.622,6 5 | 501% | - 10.769.503,3 1 | -15% | 81,7% | 80,3% | 77,8% |
| EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO | 272.817,42 | 1.044.787,91 | 996.585,13 | 771.970,49 | 283% | -48.202,78 | -5% | 1,9% | 1,2% | 1,3% |
| ACTIVOS FINANCIEROS | 3.381.994,67 | 9.689.664,78 | 10.108.452,5 4 | 6.307.670,11 | 187% | 418.787,76 | 4% | 23,5% | 11,0% | 13,1% |
| INVENTARIOS | 6.295.418,11 | 59.617.089,8 2 | 48.557.357,6 1 | 53.321.671,7 1 | 847% | - 11.059.732,2 1 | -19% | 43,8% | 67,9% | 63,2% |
| SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS | 1.188.110,29 | 80.807,31 | 122.894,84 | - 1.107.302,98 | -93% | 42.087,53 | 52% | 8,3% | 0,1% | 0,2% |
| ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES | 604.830,29 | 122.443,61 | 0,00 | -482.386,68 | -80% | -122.443,61 | -100% | 4,2% | 0,1% | 0,0% |
| ACTIVOS CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA Y OPERACIONES DISCONTINUADAS | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | - | 0,00 | - | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

| | | | | | | | | | | |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-------------|-----------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|
| OTROS ACTIVOS CORRIENTES | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | - | 0,00 | - | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| ACTIVOS NO CORRIENTES | 2.624.007,66 | 17.263.813,61 | 17.105.268,51 | 14.639.805,95 | 558% | -158.545,10 | -1% | 18,3% | 19,7% | 22,2% |
| PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO | 765.198,24 | 12.588.229,61 | 12.794.613,88 | 11.823.031,37 | 1545% | 206.384,27 | 2% | 5,3% | 14,3% | 16,6% |
| PROPIEDADES DE INVERSIÓN | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | - | 0,00 | - | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR RELACIONADOS | 0,00 | 830.235,29 | 667.000,00 | 830.235,29 | - | -163.235,29 | -20% | 0,0% | 0,9% | 0,9% |
| ACTIVO INTANGIBLE | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | - | 0,00 | - | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| ACTIVOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS | 0,00 | 239.574,16 | 383.140,79 | 239.574,16 | - | 143.566,63 | 60% | 0,0% | 0,3% | 0,5% |
| ACTIVOS FINANCIEROS NO CORRIENTES | 1.240.571,14 | 3.605.774,55 | 0,00 | 2.365.203,41 | 191% | -3.605.774,55 | -100% | 8,6% | 4,1% | 0,0% |
| DERECHO DE USO POR ACTIVOS ARRENDADOS | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | - | 0,00 | - | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES | 618.238,28 | 0,00 | 3.089.774,55 | -618.238,28 | -100% | 3.089.774,55 | - | 4,3% | 0,0% | 4,0% |
| DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR NO RELACIONADOS | 0,00 | 0,00 | 170.739,29 | 0,00 | - | 170.739,29 | - | 0,0% | 0,0% | 0,2% |
| TOTAL PASIVO | 11.393.517,36 | 61.275.288,54 | 40.592.260,51 | 49.881.771,18 | 438% | -20.683.028,03 | -34% | 79,3% | 69,8% | 52,8% |
| PASIVO CORRIENTE | 8.342.190,54 | 53.135.583,23 | 37.141.061,76 | 44.793.392,69 | 537% | -15.994.521,47 | -30% | 58,1% | 60,5% | 48,3% |
| PASIVOS POR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | - | 0,00 | - | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR | 6.229.423,16 | 35.329.839,55 | 1.498.254,19 | 29.100.416,39 | 467% | -33.831.585,36 | -96% | 43,4% | 40,2% | 1,9% |

| | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------------|----------------------|-------------|--------------|-------------|-------------|
| OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS | 1.265.024,57 | 12.615.686,40 | 12.654.940,02 | 11.350.661,83 | 897% | 39.253,62 | 0% | 8,8% | 14,4% | 16,5% |
| PROVISIONES | 9.940,05 | 125.008,58 | 119.531,36 | 115.068,53 | 1158% | -5.477,22 | -4% | 0,1% | 0,1% | 0,2% |
| PORCIÓN CORRIENTE DE VALORES EMITIDOS | 0,00 | 0,00 | 99.705,00 | 0,00 | - | 99.705,00 | - | 0,0% | 0,0% | 0,1% |
| OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES | 595.547,53 | 4.632,25 | 10.169.628,80 | -590.915,28 | -99% | 10.164.996,55 | 219440% | 4,1% | 0,0% | 13,2% |
| CUENTAS POR PAGAR A RELACIONADAS | 0,00 | 0,00 | 11.376.948,70 | 0,00 | - | 11.376.948,70 | - | 0,0% | 0,0% | 14,8% |
| ANTICIPOS | 0,00 | 1.852.536,99 | 1.222.053,69 | 1.852.536,99 | - | -630.483,30 | -34% | 0,0% | 2,1% | 1,6% |
| PORCIÓN CORRIENTE DE PROVISIONES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS | 242.255,23 | 3.207.879,46 | 0,00 | 2.965.624,23 | 1224% | -3.207.879,46 | -100% | 1,7% | 3,7% | 0,0% |
| PASIVO NO CORRIENTE | 3.051.326,82 | 8.139.705,31 | 3.451.198,75 | 5.088.378,49 | 167% | -4.688.506,56 | -58% | 21,2% | 9,3% | 4,5% |
| PASIVOS POR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | - | 0,00 | - | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR | 0,00 | 1.071.000,00 | 305.000,00 | | | | | 0,0% | 1,2% | 0,4% |
| OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS | 3.006.459,28 | 4.989.568,43 | 0,00 | 1.983.109,15 | 66% | -4.989.568,43 | -100% | 20,9% | 5,7% | 0,0% |
| CUENTAS POR PAGAR A RELACIONADAS | 0,00 | 0,00 | 754.000,00 | 0,00 | - | 754.000,00 | - | 0,0% | 0,0% | 1,0% |
| PORCIÓN NO CORRIENTE DE VALORES EMITIDOS | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | - | 0,00 | - | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| ANTICIPOS | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | - | 0,00 | - | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| PROVISIONES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS | 44.867,54 | 2.079.136,88 | 2.392.198,75 | 2.034.269,34 | 4534% | 313.061,87 | 15% | 0,3% | 2,4% | 3,1% |
| OTRAS PROVISIONES | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | - | 0,00 | - | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| PASIVO DIFERIDO | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | - | 0,00 | - | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

| | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-------------|---------------------|------------|--------------|--------------|--------------|
| OTROS PASIVOS NO CORRIENTES | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | - | 0,00 | - | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL PATRIMONIO NETO | 2.973.661,08 | 26.543.318,59 | 36.298.298,12 | 23.569.657,51 | 793% | 9.754.979,53 | 37% | 20,7% | 30,2% | 47,2% |
| PATRIMONIO | 1.700.000,00 | 1.700.000,00 | 36.298.298,12 | 0,00 | 0% | 34.598.298,12 | 2035% | 11,8% | 1,9% | 47,2% |
| RESERVAS | 277.164,39 | 3.081.704,14 | 2.053.399,43 | 2.804.539,75 | 1012% | - 1.028.304,71 | -33% | 1,9% | 3,5% | 2,7% |
| RESULTADOS ACUMULADOS | 996.496,69 | 21.749.113,98 | 34.212.591,42 | 20.752.617,29 | 2083% | 12.463.477,44 | 57% | 6,9% | 24,8% | 44,5% |
| OTROS RESULTADOS INTEGRALES ACUMULADOS | 0,00 | 12.500,47 | 32.307,27 | 12.500,47 | - | 19.806,80 | 158% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO PATRIMONIO | 1.020.944,08 | 5.470.686,79 | 9.735.172,78 | 4.449.742,71 | 436% | 4.264.485,99 | 78% | 7,1% | 6,2% | 12,7% |

Anexo 2.- Análisis Estados de Resultados (2008, 2021 y 2022)

| CUENTA | VALORES EN DOLARES | | | ANALISIS VERTICAL | | | VARIACIÓN ANUAL | VARIACIÓN ANUAL |
|---|----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|---------------|----------------|-----------------|-----------------|
| | 2008 USD. | 2021 USD. | 2022 USD. | 2008 % | 2021 % | 2022 % | 2008 - 2021 | 2021 - 2022 |
| TOTAL INGRESOS | 50.760.798,72 | 173.685.750,05 | 206.885.988,22 | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 242,2% | 19,1% |
| INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS | 50.588.381,56 | 173.289.523,29 | 206.378.164,33 | 99,7% | 99,8% | 0,997545 | 242,5% | 19,1% |
| OTROS INGRESOS | 172.417,16 | 396.226,76 | 507.823,89 | 0,3% | 0,2% | 0,002455 | 129,8% | 28,2% |
| TOTAL COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN | 45.531.787,45 | 139.174.506,73 | 167.120.416,05 | 89,7% | 80,1% | 0,80779 | 205,7% | 20,1% |
| TOTAL GASTOS | 3.623.110,46 | 24.867.571,52 | 23.932.799,57 | 7,1% | 14,3% | 0,11568 | 586,4% | -3,8% |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 3.095.526,17 | 21.435.041,90 | 21.866.493,80 | 6,1% | 12,3% | 0,105693 | 592,5% | 2,0% |
| GASTOS FINANCIEROS | 499.372,26 | 1.387.670,00 | 2.066.305,77 | 1,0% | 0,8% | 0,009988 | 177,9% | 48,9% |
| OTROS GASTOS | 28.212,03 | 2.044.859,62 | 0,00 | 0,1% | 1,2% | 0 | 7148,2% | -100,0% |
| GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE 15% A TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA | 1.605.900,81 | 9.643.671,80 | 15.832.772,60 | 3,2% | 5,6% | 7,7% | 500,5% | 64,2% |
| RESULTADO DEL EJERCICIO | 994.717,26 | 5.407.348,38 | 9.754.979,58 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | 443,6% | 80,4% |

Anexo 3.- Índices financieros 2008 y 2021

| | | | VARIACION 2008-2021 | | |
|---|----------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|-------|
| | | | Valores | % | |
| ANÁLISIS GERENCIAL | Total Activos | 2008 14.367.178,44 | 2021 87.818.607,04 | 73.451.428,60 | 511 % |
| | Activo Corriente | 11.743.170,78 | 70.554.793,43 | 58.811.622,65 | 501 % |
| | Inventarios | 6.295.418,11 | 59.617.089,82 | 53.321.671,71 | 847 % |
| | Total Pasivos | 11.393.517,36 | 61.275.288,54 | 49.881.771,18 | 438 % |
| | Pasivo Corriente | 8.342.190,54 | 53.135.583,23 | 44.793.392,69 | 537 % |
| | Patrimonio | 2.973.661,08 | 26.543.318,59 | 23.569.657,51 | 793 % |
| | Ventas Totales | 50.760.798,72 | 173.685.750,05 | 122.924.951,33 | 242 % |
| | Costo de Ventas | 45.531.787,45 | 139.174.506,73 | 93.642.719,28 | 206 % |
| | Total Gastos | 3.623.110,46 | 24.867.571,52 | 21.244.461,06 | 586 % |
| | Gastos Administrativos | 3.095.526,17 | 21.435.041,90 | 18.339.515,73 | 592 % |
| | Gastos Financieros | 499.372,26 | 1.387.670,00 | 888.297,74 | 178 % |
| | Otros Gastos | 28.212,03 | 2.044.859,62 | | |
| | Total Costos y Gastos | 49.154.897,91 | 164.042.078,25 | 114.887.180,34 | 234 % |
| | Resultado del ejercicio | 994.717,26 | 5.407.348,38 | 4.412.631,12 | 444 % |
| | ÍNDICES FINANCIEROS | Índice de Liquidez | 1,41 | 1,33 | -0,08 |
| Prueba Acida | | 0,65 | 0,21 | -0,45 | -68% |
| Rotación de la Cartera | | 15,01 | 17,92 | 2,92 | 19% |
| Días en Cartera | | 27 días | 25 días | -2 días | -6% |
| Rotación del Inventario | | 7,23 | 2,33 | -4,90 | -68% |
| Días en Inventario | | 50 días | 154 días | 104 días | 210 % |
| Días en Proveedores | | 49 días | 91 días | 42 días | 86% |
| Ciclo Financiero (Días Cartera + Inv. - Proveed.) | | 27 días | 88 días | 61 días | 222 % |
| Capital de Trabajo | | \$ 3.400.980 | \$ 17.419.210 | \$ 14.018.230 | 412 % |
| Capital de Trabajo / Ventas | | 7% | 10% | 3% | 50% |
| Endeudamiento (Total Pasivos / Activo Total) | | 79% | 70% | -10% | -12% |
| Deuda Corto Plazo / Total Pasivos | 73% | 87% | 13% | 18% | |

| | | | | |
|---|-------|-------|-------|-------|
| Deuda Inst. Financieras / Total Pasivos | 11,1% | 20,6% | 9,5% | 85% |
| Apalancamiento (Total Pasivos / Patrimonio) | 383% | 231% | -152% | -40% |
| Costo de Ventas / Ventas Totales | 90% | 80% | -10% | -11% |
| Utilidad Bruta Ventas | 10% | 20% | 10% | 93% |
| Total Gastos / Ventas | 7% | 14% | 7% | 101% |
| Gastos de Administración / Ventas Totales | 6% | 12% | 6% | 102% |
| Gastos Financieros / Ventas Totales | 1% | 1% | 0% | -19% |
| Otros Gastos / Ventas Totales | 0% | 1% | 1% | 2018% |
| Total Costos y Gastos / Ventas Totales | 97% | 94% | -2% | -2% |
| Resultado del Período / Ventas Totales (ROS) | 2% | 3% | 1% | 59% |
| ROA (Retorno antes participación trabajadores sobre Activo) | 7% | 6% | -1% | -11% |
| ROE (Retorno antes participación trabajadores sobre Patrimonio) | 33% | 20% | -13% | -39% |

Anexo 4.- Índices financieros 2008 y 2021

| | | | VARIACION 2022-2023 | | |
|---------------------|---|----------------|---------------------|----------------|-------|
| | | | Valores | % | |
| ANÁLISIS GERENCIAL | Total Activos | 2022 | 2023 | 10.558.254,19 | 14% |
| | Activo Corriente | 59.785.290,12 | 69.126.211,75 | 9.340.921,63 | 16% |
| | Inventarios | 48.557.357,61 | 57.295.538,65 | 8.738.181,04 | 18% |
| | Total Pasivos | 40.592.260,51 | 53.591.733,16 | 12.999.472,65 | 32% |
| | Pasivo Corriente | 37.141.061,76 | 47.576.467,53 | 10.435.405,77 | 28% |
| | Patrimonio | 36.298.298,12 | 33.857.079,71 | -2.441.218,41 | -7% |
| | Ventas Totales | 206.885.988,22 | 211.020.435,07 | 4.134.446,85 | 2% |
| | Costo de Ventas | 167.120.416,05 | 169.775.497,58 | 2.655.081,53 | 2% |
| | Total Gastos | 23.932.799,57 | 27.312.033,28 | 3.379.233,71 | 14% |
| | Gastos Administrativos | 21.866.493,80 | 24.173.048,53 | 2.306.554,73 | 11% |
| | Gastos Financieros | 2.066.305,77 | 1.896.778,16 | -169.527,61 | -8% |
| | Otros Gastos | 0,00 | 1.242.206,59 | | |
| | Total Costos y Gastos | 191.053.215,62 | 197.087.530,85 | 6.034.315,23 | 3% |
| | Resultado del ejercicio | 9.754.979,58 | 13.932.904,22 | 4.177.924,64 | 43% |
| INDICES FINANCIEROS | Índice de Liquidez | 1,61 | 1,45 | -0,16 | -10% |
| | Prueba Acida | 0,30 | 0,25 | -0,05 | -18% |
| | Rotación de la Cartera | 20,47 | 19,96 | -0,51 | -2% |
| | Días en Cartera | 22 días | 22 días | 1 días | 3% |
| | Rotación del Inventario | 3,44 | 2,96 | -0,48 | -14% |
| | Días en Inventario | 105 días | 121 días | 17 días | 16% |
| | Días en Proveedores | 3 días | 39 días | 36 días | 1112% |
| | Ciclo Financiero (Días Cartera + Inv. - Proveed.) | 123 días | 105 días | -18 días | -15% |
| | Capital de Trabajo | \$ 22.644.228 | \$ 21.549.744 | \$ - 1.094.484 | -5% |
| | Capital de Trabajo / Ventas | 11% | 10% | -1% | -7% |
| | Endeudamiento (Total Pasivos / Activo Total) | 53% | 61% | 8% | 16% |
| | Deuda Corto Plazo / Total Pasivos | 91% | 89% | -3% | -3% |
| | Deuda Inst. Financieras / Total Pasivos | 31,2% | 25,1% | -6,0% | -19% |
| | Apalancamiento (Total Pasivos / Patrimonio) | 112% | 158% | 46% | 42% |
| | Costo de Ventas / Ventas Totales | 81% | 80% | 0% | 0% |
| | Utilidad Bruta Ventas | 19% | 20% | 0% | 2% |
| | Total Gastos / Ventas | 12% | 13% | 1% | 12% |
| | Gastos de Administración / Ventas Totales | 11% | 11% | 1% | 8% |

| | | | | |
|---|-----|-----|-----|------|
| Gastos Financieros / Ventas Totales | 1% | 1% | 0% | -10% |
| Otros Gastos / Ventas Totales | 0% | 1% | 1% | - |
| Total Costos y Gastos / Ventas Totales | 92% | 93% | 1% | 1% |
| Resultado del Período / Ventas Totales (ROS) | 5% | 7% | 2% | 40% |
| ROA (Retorno antes participación trabajadores sobre Activo) | 13% | 16% | 3% | 26% |
| ROE (Retorno antes participación trabajadores sobre Patrimonio) | 27% | 41% | 14% | 53% |

Anexo 5.- Estado de Situación Financiera proyectado 2023

| CUENTA | 2023 % | 2023 USD. |
|--|---------------|---------------------|
| TOTAL ACTIVO | 100,0% | \$87.448.813 |
| ACTIVO CORRIENTE | 79,0% | \$69.126.212 |
| EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO | 1,2% | \$1.086.910 |
| ACTIVOS FINANCIEROS | 12,1% | \$10.572.680 |
| INVENTARIOS | 65,5% | \$57.295.539 |
| SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS | 0,1% | \$110.119 |
| ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES | 0,1% | \$60.964 |
| ACTIVOS CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA Y OPERACIONES DISCONTINUADAS | 0,0% | \$0 |
| OTROS ACTIVOS CORRIENTES | 0,0% | \$0 |
| ACTIVOS NO CORRIENTES | 21,0% | \$18.322.601 |
| PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO | 15,5% | \$13.543.366 |
| PROPIEDADES DE INVERSIÓN | 0,0% | \$0 |
| DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR RELACIONADOS | 0,9% | \$792.664 |
| ACTIVO INTANGIBLE | 0,0% | \$0 |
| ACTIVOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS | 0,4% | \$337.159 |
| ACTIVOS FINANCIEROS NO CORRIENTES | 2,1% | \$1.795.296 |
| DERECHO DE USO POR ACTIVOS ARRENDADOS | 0,0% | \$0 |
| OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES | 2,0% | \$1.757.024 |
| DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR NO RELACIONADOS | 0,1% | \$97.092 |
| TOTAL PASIVO | 61,3% | \$53.591.733 |
| PASIVO CORRIENTE | 54,4% | \$47.576.468 |
| PASIVOS POR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO | 0,0% | \$0 |
| CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR | 21,1% | \$18.442.529 |
| OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS | 15,4% | \$13.477.610 |
| PROVISIONES | 0,1% | \$130.214 |
| PORCIÓN CORRIENTE DE VALORES EMITIDOS | 0,1% | \$56.698 |
| OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES | 6,6% | \$5.785.344 |
| CUENTAS POR PAGAR A RELACIONADAS | 7,4% | \$6.469.589 |
| ANTICIPOS | 1,8% | \$1.617.298 |

| | | |
|---|--------------|---------------------|
| PORCION CORRIENTE DE PROVISIONES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS | 1,8% | \$1.597.186 |
| PASIVO NO CORRIENTE | 6,9% | \$6.015.266 |
| PASIVOS POR CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO | 0,0% | \$0 |
| CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR | 0,8% | \$706.686 |
| OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS | 2,8% | \$2.484.279 |
| CUENTAS POR PAGAR A RELACIONADAS | 0,5% | \$428.768 |
| PORCIÓN NO CORRIENTE DE VALORES EMITIDOS | 0,0% | \$0 |
| ANTICIPOS | 0,0% | \$0 |
| PROVISIONES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS | 2,7% | \$2.395.533 |
| OTRAS PROVISIONES | 0,0% | \$0 |
| PASIVO DIFERIDO | 0,0% | \$0 |
| OTROS PASIVOS NO CORRIENTES | 0,0% | \$0 |
| TOTAL PATRIMONIO NETO | 38,7% | \$33.857.080 |
| PATRIMONIO | 24,6% | \$21.487.727 |
| RESERVAS | 3,1% | \$2.702.045 |
| RESULTADOS ACUMULADOS | 34,6% | \$30.284.018 |
| OTROS RESULTADOS INTEGRALES ACUMULADOS | 0,0% | \$24.596 |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO PATRIMONIO | 9,4% | \$8.259.806 |

Anexo 6.- Estado de Resultados proyectado 2023

| CUENTA | 2023 % | 2023 USD. |
|---|----------------|-----------------------|
| TOTAL INGRESOS | 100,00% | \$ 211.020.435 |
| INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS | 99,76% | \$ 210.520.750 |
| OTROS INGRESOS | 0,24% | \$ 499.685 |
| TOTAL COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN | 80,45% | \$ 169.775.498 |
| TOTAL GASTOS | 12,94% | \$ 27.312.033 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 11,46% | \$ 24.173.049 |
| GASTOS FINANCIEROS | 0,90% | \$ 1.896.778 |
| OTROS GASTOS | 0,59% | \$ 1.242.207 |
| GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE 15% A TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA | 6,60% | \$ 13.932.904 |
| RESULTADO DEL EJERCICIO | 3,91% | \$ 8.259.806 |

Anexo 7.- Índices financieros 2023

| | | | VARIACION 2022-2023 | | | |
|---------------------|---|----------------|---------------------|---------------|---------|---|
| | | | 2022 | 2023 | Valores | % |
| ANÁLISIS GERENCIAL | Total Activos | 76.890.558,63 | 87.448.812,82 | 10.558.254,19 | 14% | |
| | Activo Corriente | 59.785.290,12 | 69.126.211,75 | 9.340.921,63 | 16% | |
| | Inventarios | 48.557.357,61 | 57.295.538,65 | 8.738.181,04 | 18% | |
| | Total Pasivos | 40.592.260,51 | 53.591.733,16 | 12.999.472,65 | 32% | |
| | Pasivo Corriente | 37.141.061,76 | 47.576.467,53 | 10.435.405,77 | 28% | |
| | Patrimonio | 36.298.298,12 | 33.857.079,71 | -2.441.218,41 | -7% | |
| | Ventas Totales | 206.885.988,22 | 211.020.435,07 | 4.134.446,85 | 2% | |
| | Costo de Ventas | 167.120.416,05 | 169.775.497,58 | 2.655.081,53 | 2% | |
| | Total Gastos | 23.932.799,57 | 27.312.033,28 | 3.379.233,71 | 14% | |
| | Gastos Administrativos | 21.866.493,80 | 24.173.048,53 | 2.306.554,73 | 11% | |
| | Gastos Financieros | 2.066.305,77 | 1.896.778,16 | -169.527,61 | -8% | |
| | Otros Gastos | 0,00 | 1.242.206,59 | | | |
| | Total Costos y Gastos | 191.053.215,62 | 197.087.530,85 | 6.034.315,23 | 3% | |
| | Resultado del ejercicio | 9.754.979,58 | 13.932.904,22 | 4.177.924,64 | 43% | |
| ÍNDICES FINANCIEROS | Índice de Liquidez | 1,61 | 1,45 | -0,16 | -10% | |
| | Prueba Acida | 0,30 | 0,25 | -0,05 | -18% | |
| | Rotación de la Cartera | 20,47 | 19,96 | -0,51 | -2% | |
| | Días en Cartera | 22 días | 22 días | 1 días | 3% | |
| | Rotación del Inventario | 3,44 | 2,96 | -0,48 | -14% | |
| | Días en Inventario | 105 días | 121 días | 17 días | 16% | |
| | Días en Proveedores | 3 días | 39 días | 36 días | 1112 % | |
| | Ciclo Financiero (Días Cartera + Inv. - Proveed.) | 123 días | 105 días | -18 días | -15% | |
| | Capital de Trabajo | \$ 22.644.228 | \$ 21.549.744 | \$ -1.094.484 | -5% | |
| | Capital de Trabajo / Ventas | 11% | 10% | -1% | -7% | |
| | Endeudamiento (Total Pasivos / Activo Total) | 53% | 61% | 8% | 16% | |
| | Deuda Corto Plazo / Total Pasivos | 91% | 89% | -3% | -3% | |
| | Deuda Inst. Financieras / Total Pasivos | 31,2% | 25,1% | -6,0% | -19% | |
| | Apalancamiento (Total Pasivos / Patrimonio) | 112% | 158% | 46% | 42% | |
| | Costo de Ventas / Ventas Totales | 81% | 80% | 0% | 0% | |
| | Utilidad Bruta Ventas | 19% | 20% | 0% | 2% | |
| | Total Gastos / Ventas | 12% | 13% | 1% | 12% | |
| | Gastos de Administración / Ventas Totales | 11% | 11% | 1% | 8% | |
| | Gastos Financieros / Ventas Totales | 1% | 1% | 0% | -10% | |
| | Otros Gastos / Ventas Totales | 0% | 1% | 1% | - | |

| | | | | |
|---|-----|-----|-----|-----|
| Total Costos y Gastos / Ventas Totales | 92% | 93% | 1% | 1% |
| Resultado del Período / Ventas Totales (ROS) | 5% | 7% | 2% | 40% |
| ROA (Retorno antes participación trabajadores sobre Activo) | 13% | 16% | 3% | 26% |
| ROE (Retorno antes participación trabajadores sobre Patrimonio) | 27% | 41% | 14% | 53% |