

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Análisis de Caso, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA.

Tema:

"Factores de éxito y fracaso que influyen en las ganancias operacionales de las empresas comercializadoras de material eléctrico y ferretería en la ciudad de Ambato, análisis de caso Pladimport Constructora Cía. Ltda.".

Autora: Ronquillo Santos, Norma Marlene

Tutora: Dra. Mg. Jiménez Estrella, Patricia Paola

Ambato – Ecuador

2018

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dra. Mg. Patricia Paola Jiménez Estrella, con cédula de ciudadanía No. 180293423-0 en mi calidad de Tutora del Análisis de Caso sobre el tema: **"FACTORES DE ÉXITO Y FRACASO QUE INFLUYEN EN LAS GANANCIAS OPERACIONALES DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE MATERIAL ELÉCTRICO Y FERRETERÍA EN LA CIUDAD DE AMBATO, DE LA EMPRESA PLADIMPORT CONSTRUCTORA CÍA. LTDA.",** desarrollado Norma Marlene Ronquillo Santos, 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, Octubre 2018

TUTORA



Dra. Mg. Patricia Paola Jiménez Estrella.

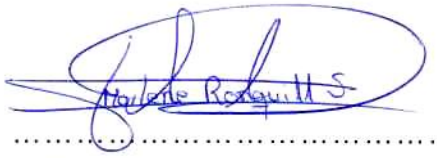
C.C. 180293423-0

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Norma Marlene Ronquillo Santos, con cédula de ciudadanía No. 180424142-8, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el Análisis de Caso, bajo el tema: **"FACTORES DE ÉXITO Y FRACASO QUE INFLUYEN EN LAS GANANCIAS OPERACIONALES DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE MATERIAL ELÉCTRICO Y FERRETERÍA EN LA CIUDAD DE AMBATO, ANÁLISIS DE CASO PLADIMPORT CONSTRUCTORA CÍA. LTDA.",** así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Análisis de Caso.

Ambato, Octubre 2018

AUTORA



Norma Marlene Ronquillo Santos

C.C. 180424142-8

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 discusión 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, Octubre 2018

AUTORA



Norma Marlene Ronquillo Santos

C.I. 180424142-8

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el análisis de caso sobre el tema: **"FACTORES DE ÉXITO Y FRACASO QUE INFLUYEN EN LAS GANANCIAS OPERACIONALES DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE MATERIAL ELÉCTRICO Y FERRETERÍA EN LA CIUDAD DE AMBATO, ANÁLISIS DE CASO PLADIMPORT CONSTRUCTORA CÍA. LTDA.",** elaborado por Norma Marlene Ronquillo Santos, 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, Octubre 2018

Eco. Mg. Diego Proaño
PRESIDENTE

Eco. Elsy Álvarez
MIEMBRO CALIFICADOR

Dr. Carlos Barreno
MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Esta tesis la dedico, a Dios quién ha sido la luz que guía mi camino, y es quien me da fuerzas para seguir adelante ante cualquier adversidad.

A mi madre Rosa Santos por su apoyo y amor incondicional.

A mi esposo quien me impulso a seguir adelante y no darme por vencida, gracias por ser el motor y el pilar fundamental de mi vida Patricio Tiviano.

De igual forma agradezco inmensamente a la Dra. Mg. Patricia Jiménez por su guía y apoyo incondicional hacia mí.

Norma Marlene Ronquillo Santos

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a Dios, a la Universidad Técnica de Ambato en especial a mi querida Faculta de Contabilidad y Auditoría por los conocimientos compartidos a mi persona.

A mi esposo Patricio Tiviano, gracias a su apoyo e insistencia constante pude culminar mi carrera.

Norma Marlene Ronquillo Santos

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

TEMA: "FACTORES DE ÉXITO Y FRACASO QUE INFLUYEN EN LAS GANANCIAS OPERACIONALES DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE MATERIAL ELÉCTRICO Y FERRETERÍA EN LA CIUDAD DE AMBATO, ANÁLISIS DE CASO PLADIMPORT CONSTRUCTORA CÍA. LTDA."

AUTORA: Norma Marlene Ronquillo Santos
TUTORA: Dra. Mg. Patricia Paola Jiménez Estrella
FECHA: Octubre 2018

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio de caso tiene como objetivo identificar los factores de éxito y fracaso que influyen en las ganancias operacionales de las empresas comercializadoras de material eléctrico y ferreterías en la ciudad de Ambato.

Es de vital importancia potencializar las ganancias operacionales a través de los factores de éxito, para Pladimport y para todas las empresas del sector, ya que esto les permitirá optimizar sus recursos, lograr los resultados propuestos y lo más importante la satisfacción del cliente.

En la investigación se determinó que la ausencia de indicadores de gestión afecta al momento de la toma de decisiones, ya que al aplicar estos, se obtiene información útil que ayude a la organización a mejorar sus procesos, el desempeño eficiente del negocio, mejores prácticas encaminadas a incrementar sus ganancias operacionales y lograr su permanencia a largo plazo en el mercado de manera competitiva.

PALABRAS DESCRIPTORAS: FACTORES DE ÉXITO, FACTORES DE FRACASO, GANANCIAS OPERACIONALES, INDICADORES DE GESTIÓN, RENTABILIDAD.

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

TOPIC: "SUCCESSFUL AND FAILURE FACTORS THAT INFLUENCE THE OPERATIONAL GAINS OF THE ELECTRICAL MATERIALS AND HARDWARE COMMERCIALIZATION COMPANIES IN THE CITY OF AMBATO, CASE ANALYSIS PLADIMPORT CONSTRUCTORA CÍA. LTDA.".

AUTHOR: Norma Marlene Ronquillo Santos
TUTOR: Dra. Mg. Patricia Paola Jiménez Estrella
DATE: October 2018

ABSTRACT

The objective of the case study is to identify the factors of success and failure that influence the operational profits of the companies that commercialize electrical equipment and hardware stores in the city of Ambato.

It is vitally important to maximize operational profits through the Success Factors, for Pladimport and for all companies in the sector, as this will allow them to optimize their resources, achieve the proposed results and, most importantly, customer satisfaction.

In the research it was determined that the absence of management indicators affects decision making at the moment, since by applying these, useful information is obtained that helps the organization to improve its processes, the efficient performance of the business, best practices aimed at increase their operational profits and achieve their long-term permanence in the market in a competitive manner.

KEYWORDS: SUCCESS FACTORS, FAILURE FACTORS, OPERATIONAL GAINS, MANAGEMENT INDICATORS, PROFITABILITY.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO **PÁGINA**

PÁGINA 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 viii
ABSTRACT ix
ÍNDICE GENERAL x
ÍNDICE DE TABLAS xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS xv

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I 2
1. FORMULACIÓN DEL ANÁLISIS DE CASO 2
1.1 Tema 2
1.2 Antecedentes 2
1.3 Justificación 9
1.4 Objetivos 10
1.4.1 Objetivo general 10
1.4.2 Objetivos específicos 11
1.5 Preguntas de reflexión 11

CAPÍTULO II 12
2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA 12
2.1 Categorías fundamentales 21
2.2 Supra ordinación de variable 21
2.3 Variable independiente 22
2.4 Variable dependiente 23
2.5 Marco conceptual variable independiente: factores de éxito y fracaso 24
2.6 Administración 24
2.7 Objetivos de la administración 25
2.8 Características principales de la administración 25
2.9 Gestión empresarial 25
2.10 Factores de éxito y fracaso 27
2.11 Características de los factores de éxito y fracaso 27
2.12 Fracaso empresarial 28
2.13 Factores de fracaso 29
2.14 Producto o servicio inadecuado 29
2.15 Errores de comercialización 30
2.16 Desconocimiento de los fundamentos de la gestión de un negocio 30
2.17 alta de planificación 30
2.18 Factores de éxito 30
2.19 Conocimiento del negocio 31
2.20 Diferenciación 31
2.21 Orientación al mercado 31
2.22 Planificación 31
2.23 Riesgos 31
2.24 Innovación 32
2.25 Estrategia de mercado 34
2.26 Contabilidad financiera 34
2.27 Índices o indicadores financieros 35
2.28 Rentabilidad 35
2.29 Indicadores de liquidez 36
2.30 Indicadores de rentabilidad 36
2.31 Ratios de rentabilidad de la inversión (roa) 36

2.32 Ratio de rentabilidad neta sobre ventas 36
2.33 Ganancias Operacionales 37

CAPÍTULO III 40
3. METODOLOGÍA 40
3.1. Metodología e instrumentos de recolección de información 40
3.1.1 Modalidad de la investigación 41
3.1.2 Investigación de campo 41
3.1.3 Investigación documental o bibliográfica 41
3.1.4 Nivel o tipo de investigación 41
3.1.5 Investigación exploratoria 41
3.1.6 Investigación descriptiva 42
3.1.7 Investigación correlacional 42
3.1.8 Población y muestra 42
3.1.9 Población 42
3.1.10 Muestra 43
3.1.11 Operacionalización de las variables 44
3.1.12 Operacionalización de la V. I: factores de éxito y fracaso 44
3.1.13 Operacionalización de la V. I: ganancias operacionales 45
3.2 Recolección de la información 38
3.2.1. Fuentes primarias 39
3.2.2 Fuentes secundarias 40
3.2.2.1 Procesamiento de la información 40
3.2.2.2. Plan de análisis e interpretación de resultados 41

CAPÍTULO IV 42
4. DESARROLLO DEL ANÁLISIS DE CASO 42
4.1 Análisis y categorización de la información. 42
4.1.1 Análisis y categorización análisis de factores de éxito y fracaso por medio del control interno 46
4.2 Aplicación de indicadores de gestión como herramientas de medición. 49
4.2.1 Análisis 50
4.2.2 Rentabilidad 50

4.2.3 Rotación de inventarios 50
4.2.4 Eficiencia 50
4.2.5 Eficacia 50
4.2.6 Efectividad 50
4.3 Análisis de ventas 51
4.3.1 Análisis al cliente 52
4.3.2 Fidelización de clientes 53
4.4 Narración del caso. 53

CAPÍTULO V 57
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 57
5.1 Conclusiones 57
5.2 Recomendaciones 58

BIBLIOGRAFÍA 59
ANEXOS 66

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO **PÁGINA**

Tabla No. 1 Principales Cuentas del Activo Corriente. 4
Tabla No. 2 Principales Cuentas del Pasivo Corriente 5
Tabla No. 3 Ratios de Liquidez..... 6
Tabla No. 4 Índice de Liquidez, Principales Empresas del Sector Ferretero..... 7
Tabla No. 5 Índice de Liquidez..... 7
Tabla No. 6 Población..... 43
Tabla No. 7 Operacionalización de la Variable Independiente..... 44
Tabla No. 8 Operacionalización de la Variable Independiente..... 45
Tabla No. 9 Plan de Recolección de Información..... 39
Tabla No. 10 Check List Factores de Éxito y Fracaso y las Ganancias..... 43
Tabla No. 11 Observación de Factores de Éxito y Fracaso, ... 44
Tabla No. 12 Matriz de Evaluación del Riesgo 45
Tabla No. 13 Análisis de Factores de Éxito y Fracaso 46
Tabla No. 14 Nivel de Confianza..... 48
Tabla No. 15 Análisis de los Principales Indicadores Financieros y de Gestión..... 49
Tabla No. 16 Evolución de Ventas..... 51
Tabla No. 17 Evolución de Ventas..... 51
Tabla No. 18 Incremento de Clientes..... 52
Tabla No. 19 Fidelización de Clientes 53

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO **PÁGINA**

Gráfico No. 1 Ranking del Tamaño del Sector de la Construcción. 3
Gráfico No. 2 Principales Cuentas del Activo Corriente. 4
Gráfico No. 3 Índice de Liquidez, Principales Empresas del Sector Ferretero..... 8
Gráfico No. 4 Categorías Fundamentales 21
Gráfico No. 5 Variable Independiente 22
Gráfico No. 6 Variable Dependiente..... 23
Gráfico No. 7 Evolución de las Ventas..... 51
Gráfico No. 8 Evolución de las Ventas..... 52
Gráfico No. 9 Evolución de las Ventas..... 53

INTRODUCCIÓN

El presente análisis de caso busca encontrar los factores de éxito y fracaso que influyen en las ganancias operacionales de las empresas comercializadoras de materiales eléctrico y ferretería en la ciudad de Ambato. Para el desarrollo de este trabajo se utilizó la investigación de campo y recolección de información, se tomó la información de seis empresas del sector de la actividad ferretera, siendo estas las más representativas durante el periodo 2016-2017, para determinar la liquidez financiera e identificar las empresas más eficientes y rentables del sector. Este análisis de caso cuenta con cinco capítulos que se detallan a continuación:

Capítulo I: Se plantea la identificación del caso a estudiar, además se ha planteado el objetivo general y los objetivos específicos que se pretende alcanzar en nuestro análisis de caso, planteando preguntas de reflexión, las mismas que se espera responder siendo de gran ayuda para la empresa.

Capítulo II: Describe el marco teórico en el mismo que presenta los antecedentes investigativos, en los que se detalla las investigaciones realizadas antes de llevar a cabo este estudio, la fundamentación científico-técnica en la que se establecen las categorías fundamentales de la variable dependiente e independiente.

Capítulo III: Contiene, la metodología que se ha utilizado para la recolección de la información mediante el desarrollo de la investigación, al mismo tiempo observando la población de estudio de la investigación y la operacionalización, de cada una de las variables.

Capítulo IV: Análisis e interpretación de los resultados obtenidos mediante las visitas realizadas a la empresa Pladimport Constructora Cía. Ltda., entrevistas, cket-list, control interno, y con la respectiva narración del caso.

Capítulo V: finalmente se concluye con las respectivas conclusiones y recomendaciones efectuadas al término de la investigación para que la empresa pueda identificar posibles soluciones futuras.

CAPÍTULO I

1. FORMULACIÓN DEL ANÁLISIS DE CASO

1.1 TEMA

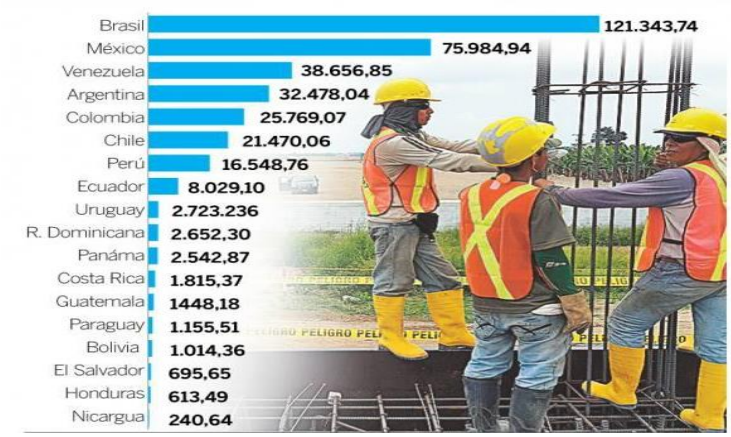
"Factores de éxito y fracaso que influyen en las ganancias operacionales de las empresas comercializadoras de material eléctrico y ferretería en la ciudad de Ambato, análisis de caso Pladimport Constructora Cía. Ltda.".

1.2 ANTECEDENTES

Los cambios continuos en el comportamiento de los mercados y una creciente competencia en los sectores económicos, hacen que los negocios dependientes de importaciones de países vecinos como: Colombia, Venezuela, Chile, China y Perú, entre otros; busquen alternativas de sostenibilidad de la distribución de suministros eléctricos, ferreteros, cielo raso, iluminación y sistemas de seguridad, de esta manera se pueda incentivar actúen el crecimiento décadas posteriores (Roumeliotis, 2011).

Actualmente la competitividad y las inversiones son factores que inciden de manera directa en la economía de un país en vías de desarrollo. La construcción es considerada a nivel mundial dentro de las actividades económicas más demandantes de mano de obra, ejerce un efecto multiplicador en la economía ya que es uno de los sectores productivos que más aportan al crecimiento de los países y regiones (Costruye, Revista Peru, 2015) como lo demuestra en el grafico 1 a continuación.

Gráfico No. 1 Ranking del tamaño del sector de la construcción.



Fuente: America Economica
Elaborado por: **El Universo**

Debido a la limitada producción nacional, las empresas comercializadoras se ven obligadas a importar materiales que hoy en día representan un vital soporte hacia el sector de la construcción y obra civil.

> La ciudad de Ambato provincia de Tungurahua al ser una zona comercial e industrial y con un crecimiento demandante en la construcción, la población tiende a utilizar materiales de calidad provisto por las diferentes ferreterías, en la década de los 90 aparecen las primeras ferreterias con visión de buscar otro canal de venta utilizando el espacio virtual como herramienta para la solicitud de productos directamente con el cliente y poder abastecer de manera rápida su necesidad. (Diario La Hora, 2013).

Pladimport Constructora Cía. Ltda. tiene como actividad económica la venta al por mayor de materiales de construcción, material eléctrico, comercialización, instalación, reparación y mantenimiento de edificios en la ciudad de Ambato, considerada como una empresa de alto prestigio por sus años de servicio y por la calidad de productos que comercializa al momento atraviesa inconvenientes de carácter financiero y deficiencias en el control contable, lo cual ha venido limitado su desenvolvimiento y desarrollo comercial, comprometiendo sus ganancias y crecimiento empresarial, por ello es importante estudiar los factores que influyen en la competitividad.

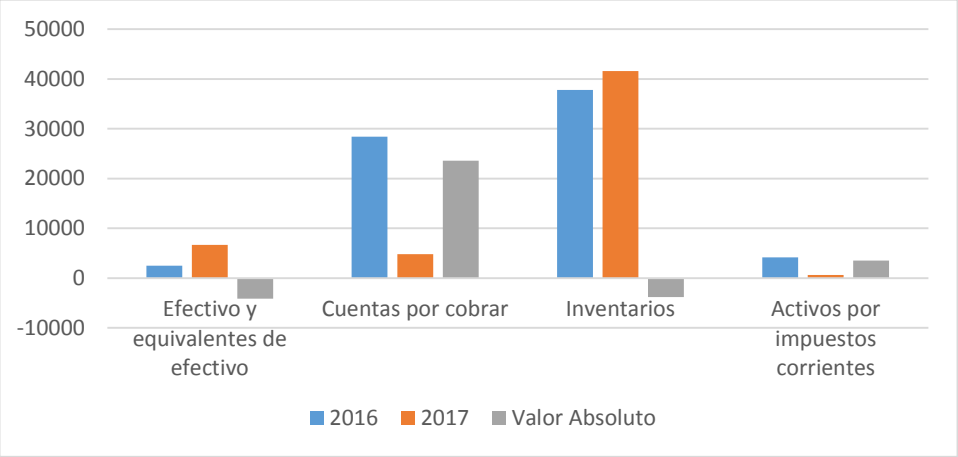
En un estudio preliminar, como se observa en las tablas a continuación descritas, se puede analizar la variación porcentual con respecto a los cambios que han sufrido los componentes principales del Balance de la empresa.

Tabla No. 1 Principales cuentas del activo corriente.

Principales cuentas del activo corriente	2016	2017	Valor Absoluto	Variación porcentual
Efectivo y equivalentes de efectivo	2.500	6.666,75	-4166,75	166,67%
Cuentas por cobrar	28.430,49	4.828,89	23601,6	-83,02%
Inventarios	37.795,87	41.598,5	-3802,63	10,06%
Activos por impuestos corrientes	4137,66	630,43	3507,23	-84,76%
Activos corrientes totales:	**72864,02**	**53724,57**	**19139,45**	**-26,27%**

Fuente: Pladimport Cía. Ltda. (2017)
Elaborado por: RONQUILLO Marlene. (2017)

Gráfico No. 2 Principales cuentas del activo corriente.



Fuente: Pladimport Cía. Ltda. (2017)
Elaborado por: RONQUILLO Marlene. (2017)

Se observa que la empresa disponía de un exceso de liquidez que se refleja en la fuerte participación de la cuenta del efectivo en relación a los activos de la organización. Esta cuenta reflejó un valor monetario promedio de 4.583,38 dólares, así mismo el efectivo fue el rubro que más creció durante los años 2016 y 2017. Este resultado se atribuiría a una disminución en los cobros pendientes a clientes reflejado en el valor monetario de cuentas por cobrar, por lo que la disponibilidad de recursos líquidos presentó un repunte en el año 2017 al crecer un 166,67% con respecto al año

anterior. Dando así un fondo representativo para la organización pudiendo hacer uso del mismo para adquirir más mercadería para su clientela.

Activos por impuestos es una de las cuentas que representa un promedio de 2384,04 dólares, dando un incremento de 84,76% que corresponde a los impuestos sobre el beneficio a recuperar en ejercicios futuros, mientras que cuentas por cobrar es la cuarta cuenta con un promedio de 16.629, 69 dólares que esta cuenta es de origen de las ventas realizadas a los clientes a crédito las mismas que se aplicaron acciones de cobro por parte de gerencia para lograr tener liquidez en el negocio, dando así un crecimiento de 83,02% para el 2017 con respecto al año anterior.

Índice de Rotación del Inventario (Costo mercancías vendidas/Promedio inventarios)

$$\$217.040,35 \;/\; \$78.040,88 = \mathbf{2,78}$$

La rotación del inventario durante el 2017 fue de 2.78 veces, o dicho de otra forma: los inventarios se vendieron o rotaron cada 6 meses (12/2.78). Las mercancías permanecieron 4 meses en el almacén antes de ser vendidas. La empresa concentra gran parte de sus activos en el inventario con una variación de alrededor del 10%, esta cuenta frente a los activos representa un bajo nivel de rotación de mercadería.

Tabla No. 2 Principales cuentas del pasivo corriente

Principales cuentas del pasivo corriente	**2016**	**2017**	**Valor Absoluto**	**Variación porcentual**
Otras obligaciones corrientes	119,3	7610,75	-7610,75	6279,51%
Porción corriente de obligaciones por beneficios a empleados	0,00	661,44	-661,44	66143900%
Principales cuentas del pasivo corriente Totales	119,301	8272,19	-8152,89	6833,88%

Fuente: Pladimport Cía. Ltda. (2017)
Elaborado por: RONQUILLO Marlene. (2017)

Según la tabla 2 los pasivos corrientes hacen referencia a los pasivos que la empresa debe pagar en un plazo igual o inferior a un año. Por ende la empresa cuenta con otras obligaciones corrientes haciendo uso de esta cuenta que se accedido a crédito

entre los socios, teniendo un incremento para el 2017 de 7.610,75 dólares, mientras que porción corriente de obligaciones por beneficio a empleados dado que anteriormente no se contaba con personal afiliados en la actualidad debe hacer frente a esta obligación teniendo un promedio de 661,74.

Tabla No. 3 Ratios de Liquidez

Formula: Activo corriente / Pasivo corriente

Indicador	2016	2017	Promedio	Variación porcentual
Ratio de liquidez corriente	24,02	2,90	13,46	-87,94%

Fuente: Pladimport Cía. Ltda. (2017)
Elaborado por: RONQUILLO Marlene. (2017)

Indicador de liquidez mide la capacidad que la empresa tiene para atender sus obligaciones en el corto plazo utilizando parte de sus activos, aquellos que rápidamente se puede convertir en disponible, por ende, la razón corriente de Pladimport Cía. Ltda., para el 2017 siendo 2,90 esta que por cada dólar que la empresa debe en el corto plazo tiene 2,90 para pagar o respaldar sus obligaciones de corto plazo, visto que la empresa presenta un nivel de solvencia aceptable para responder a sus deudas.

El índice de liquidez para Pladimport Cía. Ltda., tuvo un decrecimiento debido al aumento considerable del inventario ya que la compañía se quedó con un alto stok de mercadería que tiene poca rotación en el inventario poniendo en riesgo la disponibilidad de efectivo para cubrir sus obligaciones.

Ambato tiene una variedad de grandes y pequeñas empresas y aún más en lo que se refiere a la distribución y venta de artículos de ferretería, y accesorios eléctricos, las mismas que engloban problemas similares a las empresas que existen a nivel nacional. A continuación se tomó seis empresas del sector de la actividad ferretera, siendo estas las más representativas durante el periodo 2016- 2017, para determinar la liquidez financiera e identificar las empresas más eficientes y rentables del sector.

Tabla No. 4 Índice de Liquidez, principales empresas del Sector ferretero

Empresas	2016	2017	Variación
VECOVA CIA. LTDA.	2,02	0,27	-13,36%
ELECTRO PROVEEDORA PROVELEC CIA. LTDA.	1,49	1,93	31%
SUELECTRICA CIA. LTDA	1,38	1,98	43,56%
MEGAKONS S.A.	3,01	33,81	1123,28%
MEGAPROFER S.A.	1,47	0,02	-98,86%
FREVIUNO CIA LTDA	0,96	1,11	1%
PLADIMPORT CONSTRUCTORA CIA. LTDA.	24,02	2,90	-87,94%
Total, de Liquidez Corriente:	**4,91**	**6,00**	**-18,25%**

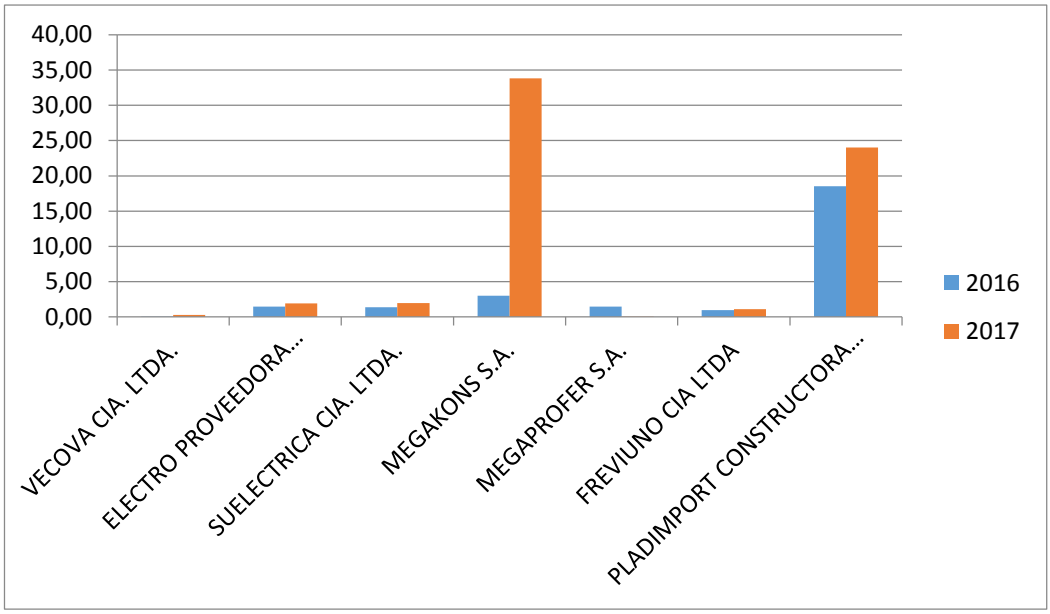
Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Ronquillo Marlene (2018)

Tabla No. 5 Índice de liquidez

ÍNDICE DE LIQUIDEZ DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR FERRETERO				
EMPRESA	**ACTIVO CORRIENTE**	**PASIVO CORRIENTE**	**2016**	**2017**
VECOVA CIA. LTDA.	$ 17.034,37	$ 62.676,51	2,02	0,27
ELECTRO PROVEEDORA PROVELEC CIA. LTDA.	$ 660.365,55	$ 342.906,59	1,49	1,93
SUELECTRICA CIA. LTDA.	$ 45.034,16	$ 22.719,17	1,38	1,98
MEGAKONS S.A.	$ 4.205.331,58	$ 124.377,34	3,01	33,81
MEGAPROFER S.A.	$ 353.427,47	$ 21.236.413,81	1,47	0,02
FREVIUNO CIA LTDA	$ 1.060.464,75	$ 956.023,82	0,96	1,11
PLADIMPORT CONSTRUCTORA CIA. LTDA.	$ 72.864,02	$ 3.033,19	18,53	24,02
	Total de Liquidez Corriente:		**4,12**	**9,02**

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Ronquillo Marlene (2018)

Gráfico No. 3 Índice de Liquidez, principales empresas del sector ferretero



Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Ronquillo Marlene (2018)

Para el análisis financiero comparativo se tomó seis empresas del sector de la actividad ferretera, se ha evaluado los estados financieros de las empresas durante el periodo 2016- 2017, para determinar la liquidez financiera e identificar las empresas más eficientes y rentables del sector, como son: Electro Proveedora Provelec Cía. Ltda., Suelectrica Cía. Ltda. Megakons S.A. Megaprofer S.A. Freviuno Cía. Ltda.

La empresa Megakons presenta un aumento de 1123,28% y Suelectrica Cía. Ltda. El 43,56% en la liquidez con respecto al año 2016 ya que aplicaron factores de éxito en sus políticas crediticias permitiendo, así incrementar el nivel de ventas de contado.

Electro Proveedora Provelec CIA. LTDA., tubo un considerable aumento de la liquidez con el 31% estas compañías poseen una notable capacidad para hacer frente a las obligaciones al corto plazo; sin embargo, los altos índices de liquidez de estas organizaciones reflejan la presencia de activos ociosos.

Las empresas Vecova Cía. Ltda., Megaprofer S.A y Pladimport Cía. Ltda., presentaron una disminución en la liquidez siendo para Vecova Cía. Ltda., perjudicial hasta obtener una pérdida económica en el año 2017, debido a la ineficiencia en sus factores de éxito como por ejemplo sus políticas crediticias, y de compra, elevando su índice de endeudamiento

1.3 JUSTIFICACIÓN

El análisis de caso resolverá un problema evidente en Pladimport Cía. Ltda., puesto que sirve para distinguir y precisar la eficiencia, eficacia y los beneficios alcanzados y sobre todo la importancia del conocimiento de los factores de éxito y fracaso y su impacto en las ganancias operativas de la empresa.(Montaño & Pintado , 2008). Razón por la cual el presente estudio reunirá información que ayude a dar soporte a los problemas que se han dado en el caso de estudio.

El crecimiento continuo de Pladimport Cía. Ltda., con respecto a sus clientes y sus exigencias obligan a la empresa a desarrollar nuevos métodos que le permita tener una eficiente y eficaz planificación de las actividades tanto internas como externas, con el objetivo de controlar sus procesos, por lo que es necesario realizar un estudio acerca de los factores empresariales que influyen sobre las ganancias operacionales y, por ende, facilite la comercialización de sus productos y además garantice una adecuada relación comercial con sus clientes, logrando una mayor rentabilidad a largo plazo y una ventaja competitiva frente a sus competidores.

Es importante aplicar un control contable para obtener información útil que ayude a la organización a mejorar sus procesos, permita mejorar el desempeño eficiente del negocio, mejores prácticas encaminadas a incrementar sus ganancias y mantener su permanencia a largo plazo en el mercado de manera competitiva en igualdad a las grandes empresas del sector, de gran trayectoria, lo que permita a Pladimport Constructora Cía. Ltda., a mejorar sus niveles de rentabilidad, control eficiente de sus inventarios y crecimiento competitivo a nivel local y nacional.

Las grandes empresas, que se dedican a la construcción y comercialización de material eléctrico han alcanzado una posición de liderazgo en el mercado, siendo

estas que utilizaron estrategias y mecanismos acordes a su necesidad, lo que no sucede con las pequeñas empresas que no han logrado establecer alternativas, políticas, procedimientos internos que les oriente a obtener una rentabilidad adecuada en función del dinero invertido en el negocio. Es por ello que el desconocimiento de los factores de éxito y fracaso, la inadecuada gestión de procesos, el ineficiente control de gastos y el manejo contable, ha generado que, en el transcurso de sus actividades, exista una limitada ganancia operacional haciendo que estos negocios se mantengan con lo mínimo capital y no alcancen una competitividad adecuada, no llegando al cumplimiento de objetivos fijados en el período económico, provocando también que las decisiones tomadas sean erróneas restringiendo el crecimiento económico empresarial.

Al implementar métodos, políticas y procedimientos que permita la adaptación de nuevas estrategias, la empresa podrá mejorar el nivel de ingresos por ventas y servicios, aumentar sus ganancias, mejorar sus procesos, e influir positivamente en la atención al cliente, socios y personal interno, además permitirá tener un apoyo real sobre el manejo adecuado de la misma, y poseer una perspectiva real de la situación financiera.

Por lo cual el estudio de caso está orientando a que la empresa busque o básicamente implemente nuevas estrategias de comercialización para segmentarse dentro del mercado a nivel local y nacional como una empresa competente y exitosa con fidelización de clientes potenciales.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Estudiar los factores de éxito y fracaso que influyen en las ganancias operacionales de las empresas comercializadoras de material eléctrico y ferretería en la ciudad de Ambato.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los factores de éxito y fracaso que intervienen actualmente en las ganancias operacionales de la empresa.

- Analiza a través de gestión, la rotación de inventarios, los niveles de rentabilidad, eficacia, eficiencia y efectividad, para determinar el estado de la empresa.

- Establecer conclusiones y recomendaciones sobre el caso investigado para le evolución y potencializarían de las ganancias

1.5 PREGUNTAS DE REFLEXIÓN

¿Cómo influye el desconocimiento de los factores de éxito y fracaso empresarial en las ganancias operacionales de las empresas comercializadoras de material eléctrico y ferretería en la ciudad de Ambato?

¿La empresa Pladimport Cía. Ltda., ha tomado acciones para incrementar la liquidez?

¿La empresa Ltda. Pladimport Cía. Ltda., tiene conocimiento sobre los factores de éxito y fracaso que influyen en las ganancias operacionales?

¿La empresa Pladimport Cia. Ltda., ha realizado un plan de acción que maximice sus ganancias operacionales?

¿La empresa Pladimport Cía. Ltda., dispone de un sistema de control contable?

¿Qué tipo de estrategias son más utilizadas en el mercado ferretero con la finalidad de lograr mayores ventajas competitivas?

¿Pladimport Cía. Ltda., Cuenta con una planificación financiera?

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA

Factores empresariales

En América Latina proliferan los negocios o empresas de bajo rendimiento y de tamaño pequeño. Esto requiere un análisis profundo de cuáles son los factores que determinan el rendimiento de las pequeñas empresas y de las compañías recientemente constituidas. El objetivo de (Arteaga & Lasio, 2009) es entender si existen empresas con alto dinamismo en el sector productivo del Ecuador, así como identificar qué factores delimitan las características competitivas de sus directivos y fundadores. Los estudios escasos dirigidos a medir la presencia de organizaciones productivas dinámicas en el contexto económico ecuatoriano es otra motivación del autor para plantearse el objetivo antes mencionado, además de que esta investigación busca establecer ciertos perfiles de los emprendedores relacionados al éxito empresarial.

En este estudio se aplicó una encuesta a una muestra de 150 empresarios en el Ecuador que reconoce una serie de indicadores que midan el dinamismo económico de las empresas e identifique los factores de éxito o fracaso de las mismas. Como método de análisis estadístico se empleó una regresión logística para explicar el dinamismo emprendedor en función a ciertas características gerenciales como: si los directivos poseen un plan de negocios, solicita consultorías o pide asesoramiento a profesionales de la rama.

Se ha determinado que el entorno del emprendedor y de las empresas ecuatorianas es similar al resto de Latinoamérica. Mismo en el que se ha podido identificar algunas debilidades, siendo una de las más graves el hecho de que las redes de apoyo no estén cumpliendo con su función de ofrecer al emprendedor las facilidades para dar resolución a sus problemas, como es la formación empresarial o el tener acceso a recursos financieros. Esto provoca que las empresas tomen el impulso de resolver por su propia cuenta dicho problema (2009).

Para (Lajara, García, & Quer, 2003) el fracaso de las empresas es consecuencia en parte de dificultades y situaciones que se escapan del alcance e influencia de los directivos. Los factores externos que son difíciles de controlar para la empresa son: los cambios tecnológicos, las preferencias y gustos del consumidor, el clima competitivo, la situación laboral, mismos que afectan al desempeño y al crecimiento empresarial. Otras posibles causas de fracaso que menciona Lajara, García, & Quer, (2003) son:

- La dificultad de dirigir y gestionar una alianza estratégica; en la que hay que controlar y coordinar los recursos, guiando y dando señales de un camino, así como poner en marcha lo planificado, gestionando la iniciativa a un proyecto con innovación y desarrollo.

- Los cambios tecnológicos; estos cambios aceleran los procesos en la gestión lo que hace que la empresa se vea obligada a adaptarse a las novedades tecnológicas y nuevas tecnologías afectando así al sector comercial.

- La situación económica; el desconocimiento de los directivos y la toma de decisiones aceleradas puede salir bien o mal después de haber tomado la decisión, ya que no se consideraron los procedimientos adecuados y al no tener consciencia de que el desconocimiento de la situación económica tendrá consecuencias desfavorables para el logro de los objetivos.

De acuerdo con (Hinostroza, 2011) el propósito de conocer los fundamentos del éxito de las empresas familiares indistintamente del nivel económico y social que puedan tener, así como aquellas que persiguen el sueño de formar una nueva, mediana y pequeña empresa o simplemente el deseo de mejorar su negocio.

Para esta investigación fueron tomadas un grupo de empresas exitosas, encuestas a diez ejecutivos representantes de cada una de las empresas, entrevistas y toma de testimonio que se aplicaron a las siguientes empresas como; Grupo Romero, grupo Brescia, Grupo Buenaventura, entre otros, estas empresas han aplicado pilares fundamentales que les ha permitido ser más competitivos y líderes en los diferentes segmentos del mercado, basados en la innovación de nuevos productos y servicios,

entusiasmo por la excelencia, orientación a los resultados, la ética, compromiso del equipo, grado de responsabilidad, tecnología de información y comunicaciones, la importancia de los recursos humanos, profesionalización, la destreza, creatividad, identificación, capacidad gerencial, como factores claves del éxito de las empresas familiares.

- Como objetivo fundamental de esta investigación es establecer los elementos del éxito que utilizaron las empresas familiares en Perú.
- Encontrar los factores que determina la expansión, afirmación y crecimiento de las empresas familiares.
- Hallar los mecanismos que fueron aplicados por las empresas para aumentar la eficiencia en la productividad del capital intelectual
- Fijar los factores aplicados por las empresas para adaptarse a la competencia externa e incrementar su competitividad
- Localizar los principales factores del entorno que afectan positivamente la competitividad de las empresas (2011).

Las organizaciones en el mundo actual, constituye una de los más fuertes fragmentos de los negocios. Como comentario adicionado por la Universidad de Harvard, citado por (Hinostroza, 2011) estas organizaciones representa mas del 60% de todas las organizaciones empresariales del mundo, que se identifican por estar bajo control de una o varias familias con el propósito de transferir la empresa a la siguiente generación.

En la actualidad las empresas son cada vez más competitivas; necesitan encontrar procesos y técnicas de dirección que les permita desarrollar una gestión más eficiente captando así mejores resultados. Para (Rubio & Aragon, 2002) el objetivo de identificar los factores sobre los que las empresas y aún más las pymes articulan su éxito, requiere conocer el desempeño competitivo, que va a depender de su capacidad para competir con otras organizaciones, conseguir una posición competitiva propicia, mantener y agrandar su posición en el mercado. De esta manera, la empresa obtendrá resultados óptimos; sin embargo, al no considerar los factores como ingredientes necesarios para el éxito, esto implicaría un desajuste empresarial afectando a todas las áreas de la organización.

Es necesario tomar en cuenta algunos factores internos para profundizar en el análisis de la competitividad de la empresa como la posición tecnológica, la innovación, la calidad del producto y servicio, así como la capacidad del personal. En esta investigación se utilizó una muestra de 473 pymes específicas, así como varias literaturas relativas a los factores explicativos del éxito, estudio que permite profundizar en el análisis de competitividad de la empresa lleve a identificar aquellos efectos, como la formación del personal, del gerente, y la posición tecnológica, la innovación, la eficacia de producto o servicio y las capacidades de comercialización.

El tamaño que posee la empresa no es un factor que exponga el éxito competitivo de las pequeñas y medianas empresa, ya sea medido por la rentabilidad económica o por indicadores globales, sino que viene de la mano de la estructura que esta cuente como políticas y procedimientos y puedan afrontar a los retos organizativos (2002).

Para March & Mora, (2007) considera que la tendencia es cada vez más creciente hacia la creación de nuevas, medianas y pequeñas empresas, que desarrollan diferentes funciones con alto valor añadido de conocimientos, distintas a las empresas habituales las mismas que están basadas en la innovación tecnológica, estas pymes representan una pequeña porción monetaria para él sector, generando empleo a muchos habitantes con potencialidad para contribuir la economía de un país. Las pymes apuntan que las tasas de crecimiento de las nuevas empresas innovadoras suelen ser mayores que las pymes tradicionales. Estas pequeñas y medianas empresas de alta tecnología juegan un papel importante en la contribución de empleo y la posibilidad de mostrar un mayor nivel de supervivencia respecto de las pymes que no están orientadas al conocimiento e innovación tecnológica.

Este estudio pone de manifiesto la diversidad de factores que pueden incidir en la creación de empresas basadas en la tecnología,

Para el estado Español en los últimos cinco años se ha vivido un grado significativo de aparición de las empresas de Inserción, estas empresas han crecido espontáneamente, y han dotado de un reconocimiento y subvenciones específicas. El objetivo de (Retolaza Á, Ruiz R, & Andrés, 2007) es identificar las variables estratégicas y de gestión que puedan influir en el éxito o fracaso de las empresas y en el rendimiento de las actividades económicas.

En base a un análisis un grupo de expertos ha identificado cinco tipos de factores que pueden incidir en el rendimiento de las empresas las cuales son:

- La comunidad autónoma; es la localización en la que está ubicado y que poseen la facultad de dirigir por sí misma, mediante sus propios representantes políticos, pero que estas dependen de la Administración del Estado.
- Efecto sector; es el sector donde se desarrolla la actividad económica.
- Características estructurales de la empresa; es una disposición intencional de roles, en que cada integrante asume un papel que se espera que cumpla con el mayor provecho posible.
- Las capacidades específicas de gestión,
- Activos intangibles de los cuales dispone

Las empresas son tan eficientes como sus procesos porque si se establece procesos eficientes las empresas van a poder cumplir con sus objetivos de forma eficiente y eficaz.

De acuerdo con (Gutierréz, 2009) es fundamental conocer los factores de éxito que interviene en las empresas sin depender de su tamaño o de la actividad económica a la que se dedican son las principales fuentes generadoras de empleo y de recursos económicos. Para esto se ha identificado algunos factores como comunicación, ya que es determinante en la dirección para el futuro de la organización, liderazgo en la organización, no es más que el que adquiere status al lograr que el grupo consiga las metas, motivación laboral, es importante mantener culturas y valores corporativos que conduzcan a un alto desempeño empresarial reconociendo la labor que desempeña el trabajador, el clima y la conducta organizacional, que esta ejercerá como influencia para el logro de los objetivos esperados de la empresa.

Es importante destacar la gerencia como instrumento fundamental para saber el grado de cumplimiento de la eficacia, eficiencia, efectividad y economía en las diferentes áreas de las empresas.

Para (Bermejo & López, 2014) en la actualida es notable los cambios que se esta realizando en la sociedad y aun mas en las empresas que comercializan bienes y servicios con consumidores profesionales,

Según (Rosales, 2009) los factores claves o críticos del éxito (FCE) forman parte del llamado modelo de negocio, con un esquema de operación que les permita su desempeño de una organización y a sus diferentes estratos en función de las estrategias y objetivos planteados, ya que los FCE son condiciones necesarias y suficientes para garantizar que un sistema dado, en su dinámica e interacción con el entorno, cumpla sus objetivos.

El fracaso de una empresa se da cuando esta presenta los recursos de capital, personal y tiempo son tan escasos, es vital que se les concentre en las áreas decisivas para el éxito de la empresa.

El crecimiento empresarial es primordial para la economía de un país siendo este el principal centro de desarrollo para los habitantes del sector, El objetivo de (Romero, 2013) es analizar los principales alcances y limitaciones de los modelos de predicción en el análisis del fracaso empresarial y su posible utilidad, dado que las empresas se encuentro en un entorno de incertidumbre económica, sociales esto obliga a las empresas a estudiar y controlar de forma constante su riesgo de crédito y liquidez. Buscando mecanismos centrado en encontrar el mejor modelo estadístico de predicción para proveer de un instrumento útil para la toma de decisiones a los distintos usuarios de la información contable, asimismo en lograr probar el contenido informativo de los datos contables ya que son la principal fuente de información acerca de la futura situación de la empresa.

El fracaso se puede distinguir de dos posibles tipos qué menciona (Romero, 2013) Romero, son:

- Fracaso económico: se da de manifiesto cuando la empresa pierde su valor dentro del mercado que se desenvuelve.
- fracaso contractual o financiero: cuando la empresa no es capaz de generar los flujos que cobran las obligaciones con sus accionistas, proveedores,

asimismo cuando los pasivos supera el total de los activos, es decir una pérdida de liquidez, o cierre del establecimiento.

Para este estudio se tomó una muestra de 9000 empresas, con la modelación Probit heteroscedástico presentando la identificación de los indicadores de utilidad antes de impuesto/ activo, obligaciones financieras/activos y disponible/ activos como razones financieras más importantes a la hora de medir la fragilidad empresarial (2013).

Según (Colmenares & Leopoldo, 2008) el contante crecimiento económico, tecnológico, hace que las empresas se vean obligadas a implementar sistemas de planeación de recursos empresariales (ERP), sin importar que estas entidades sean pequeñas o medianas empresas, los factores encontrados serán catalogados.

Ganancias operacionales

La utilidad operacional es también conocida como la utilidad antes de impuestos, Ramíres & Cagigas (2004) mencionan que las utilidades operacionales se generan estrictamente a partir de la actividad económica para la cual fue creada la empresa, y se calcula antes de deducir impuestos, por ejemplo en una librería las ganancias operacionales se generan a través de la venta de libros, papelería y materiales de oficina, las ganancias no operacionales serían a partir de venta de dulces, bebidas u otro tipo de productos que nada tienen que ver con la actividad central de la empresa

De acuerdo con (Fontalvo, Mendoza, & Morelos, 2011) es vital evaluar el impacto de los sistemas de gestión de calidad en la liquidez y rentabilidad de las empresas que permitirá garantizar la continuidad en el mercado, para esto es importante contar con herramientas acordes, implementando sistemas de gestión de calidad, que puedan estudiar los rubros esperados de los estados financieros, así también evaluar los impactos generados en las empresas con un mejoramiento de la utilidad operacional, prever de unas ganancias operacionales inadecuadas,

Para este estudio se tomó una muestra de 27 empresas, de aquellas que tienen registros de sus estados financieros en la Superintendencia de Sociedades las mismas que se encuentra ubicadas en el sector, de las cuales se han observado que los indicadores como el capital neto, margen bruto, margen neto, y utilidad operacional discriminan bien, mejorando de un periodo a otro.

Según (González, Correa, & Acosta, 2002) para las últimas décadas los indicadores financieros se han convertido como herramientas más habituales a la hora de medir el nivel de acierto o fracaso para la empresa, facilitando la evaluación, de los valores reales obtenidos, permitiendo una comparación sobre la posición competitiva de una organización en el medio socioeconómico.

Una rentabilidad apropiada permitirá retribuir el crecimiento de la organización la misma que será un factor esencial para la supervivencia de la empresa a largo plazo. para esta investigación se tomó una muestra de 258 pymes y microempresas, que permanecieron activas durante el ejercicio económico, estas empresas fueron procesadas por la base de datos, dando de manifiesto un resultado que alrededor de la cuarta parte de las empresas presentan una rentabilidad negativa.

La solvencia y la liquidez son las variables cuyo incremento produce un aumento más significativo para la empresa, para muchas de estas empresas no refleja estas variables ya que no cuenta con métodos acordes a la necesidad lo cual no ha permitido incrementar su rentabilidad y por ende no ha crecido como institución.

De acuerdo (Figueroa & Lopéz, 2004) el cambio en las empresas cada vez es más constante, sea para adecuarse a los cambios o para responder a las exigencias del mercado, por ende, es importante hacer un análisis que va desde la determinación de la liquidez, la rentabilidad y solvencia o sus niveles de operación, y los cambios que se generan en su estructura financiera, este análisis permitirá obtener los resultados que determine del riesgo o éxito que la empresa este atravesando.

Figueroa & Lopéz, (2004) hacen mención de otras posibles causas de variables de riesgo que permite evaluar la situacion, los resultados y el entorno de la empresa como son:

- Riesgo operativo, financiero y total: estos surgen de la actividad de la empresa y su entorno dando como resultado que la empresa no tenga como solventar los costos y los gastos fijos de operación con relación a su actividad económica.
- Riesgo sobre el comportamiento de la rentabilidad: la empresa puede en un determinado momento tener un riesgo alto y estar generando un alto rendimiento, es decir que su estructura financiera no cambie, pero si sus operaciones.
- Riesgo del entorno: la empresa puede tener riesgo estructural operativo y financiero, ya que puede estar en un ambiente adverso o económicamente riesgoso.

De acuerdo con (Acevedo, Rueda, & Rueda) la toma de decisiones en las empresas así como en universidades desde la contabilidad gerencial, se da por los cambios económicos, sociales y políticos que se asocian a derivaciones conflictuales interpretativitas de la dirección en el marco de la toma de decisiones emergentes desde la contabilidad.

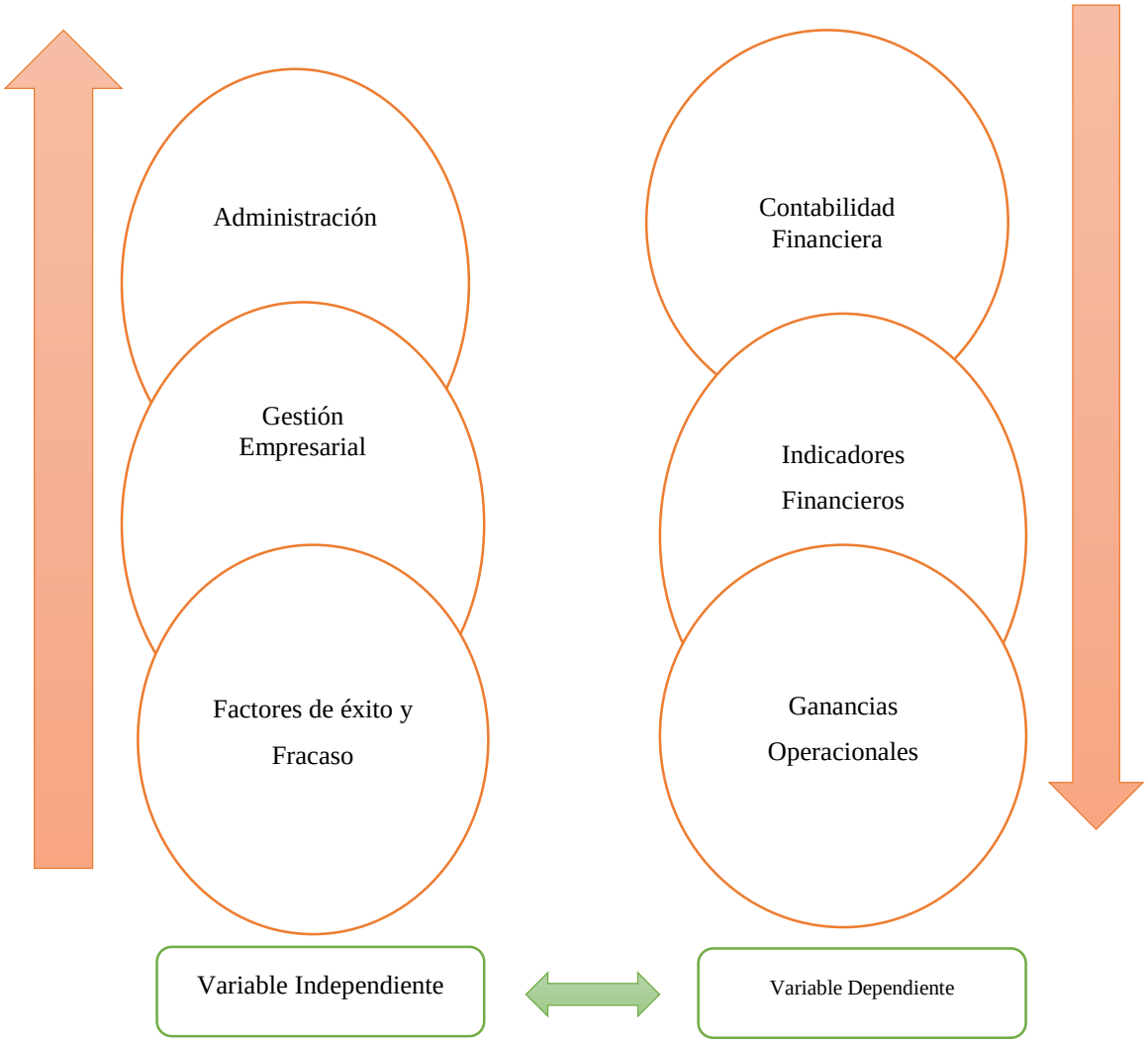
Por lo tanto los procesos de información contable, la contabilidad gerencial, desempeñan un papel importante en la efectividad de poseer información confiable, oportuna y cuantitativa, en la toma de decisiones emergentes en torno a la información derivada de la contabilidad gerencial, con visión de futuro éxito en las instituciones y entidades.

Por otro lado, para atender la vigilancia informativa, no solamente se tomaron en cuenta las categorías y subcategorías que sostienen la convergencia temática y aquellos elementos conceptuales, que permitió visualizar el sentido en la toma de decisión desde la perspectiva de la contabilidad gerencial. Como en el caso de costos y bienes tangibles e intangibles, la efectividad en el ingreso se pudiera contabilizar con el modo de ver una realidad complementaria de beneficios (2014).

2.1 Categorías Fundamentales

2.2 Supra ordinación de variable

Gráfico No. 4 Categorías Fundamentales



Fuente: Información de campo
Elaborado por: Ronquillo Marlene (2018)

2.3 Variable Independiente

Gráfico No. 5 Variable Independiente

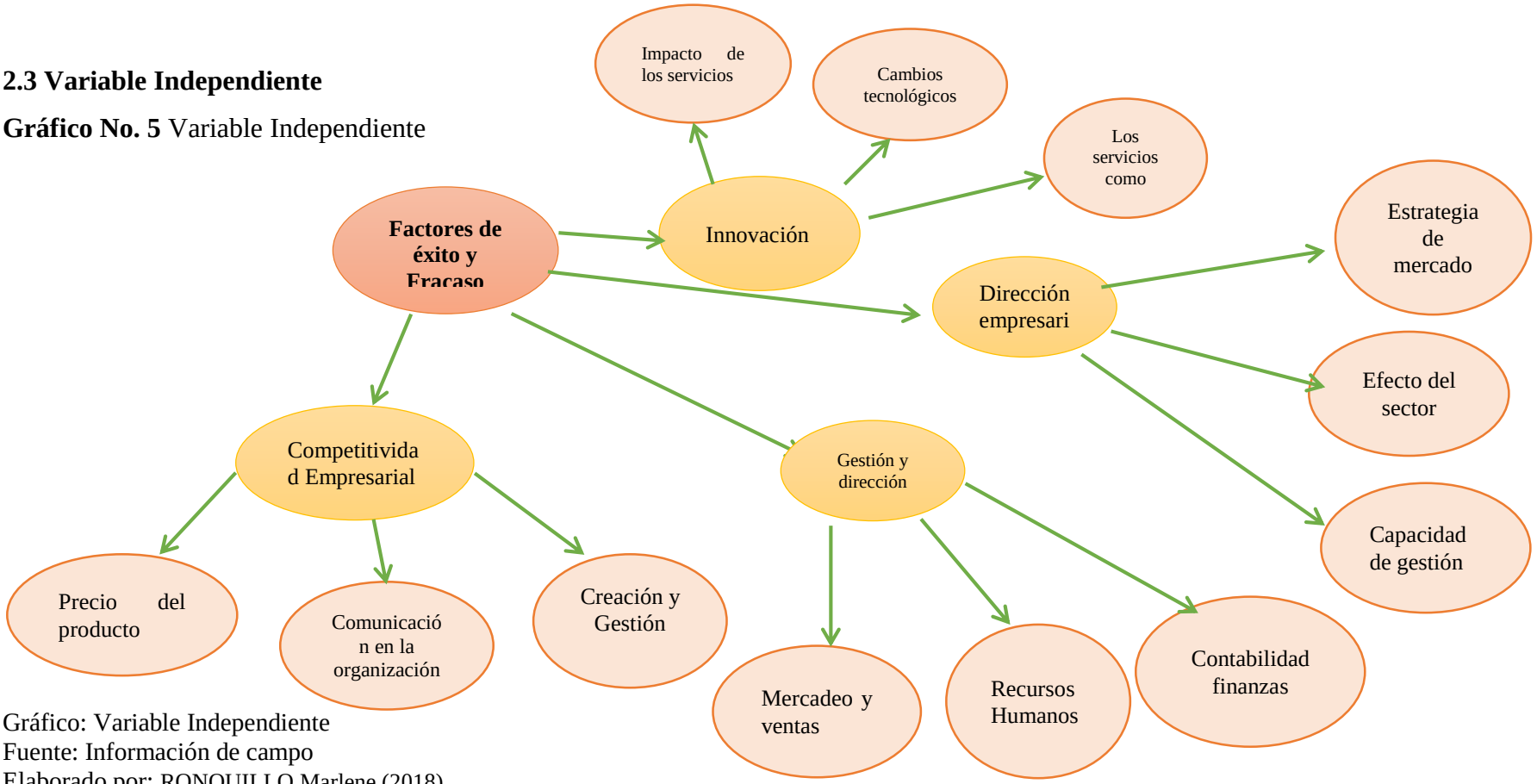


Gráfico: Variable Independiente
Fuente: Información de campo
Elaborado por: RONQUILLO Marlene (2018)

2.4 Variable Dependiente

Gráfico No. 6 Variable dependiente

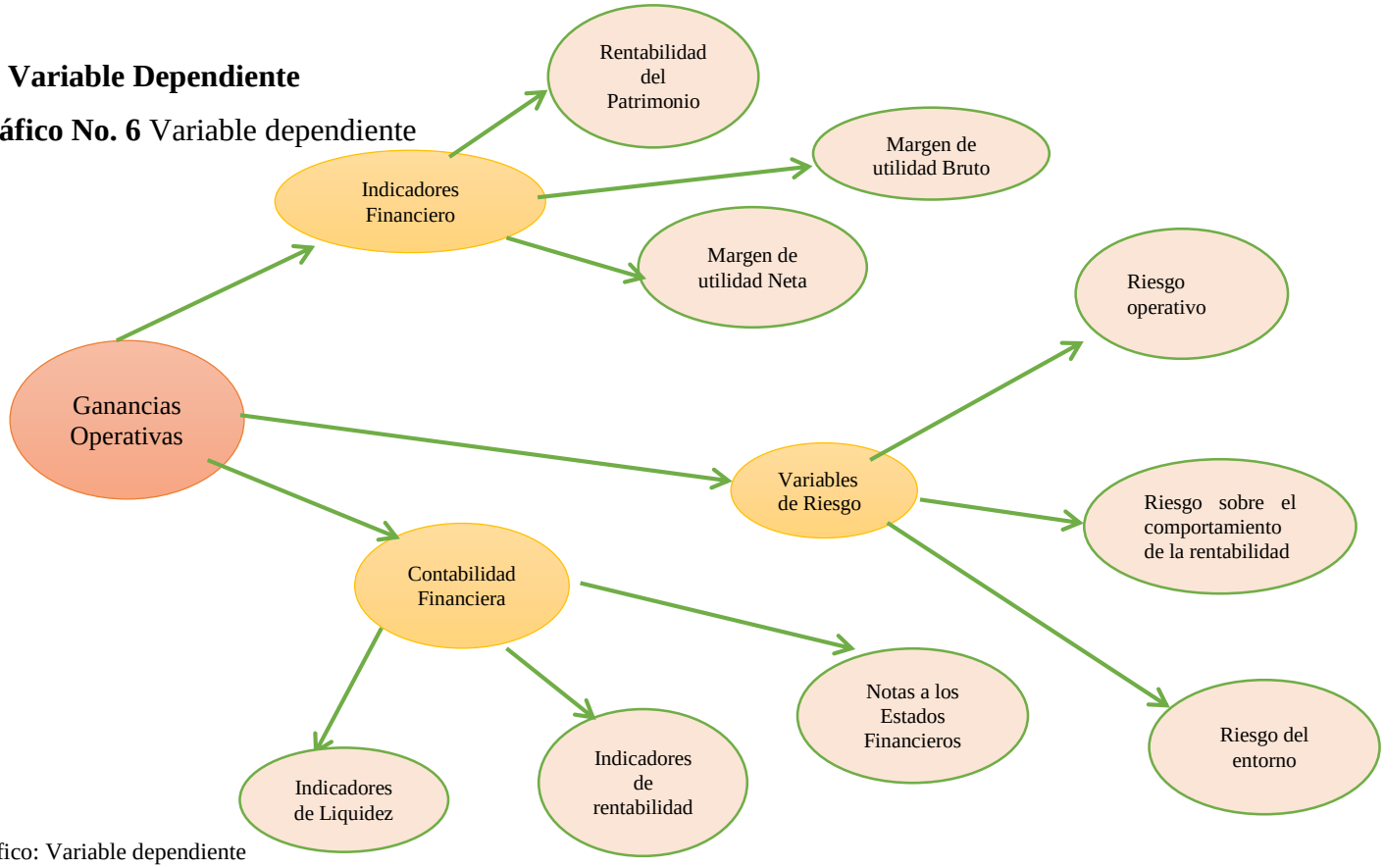


Gráfico: Variable dependiente
Fuente: Información de campo
Elaborado por: RONQUILLO Marlene (2018)

2.5 Marco conceptual variable independiente: Factores de éxito y fracaso

2.6 Administración

Según (Correa, 2009) Administración es el órgano específico encargado de hacer que los recursos sean productivos, así como estar bajo el mando del otro, prestar un servicio, ya que es la técnica que busca obtener resultados de máxima eficiencia, por medio procesos, coordinación, de las personas, cosas y sistemas que forman una entidad u organización.

> "Es un dispositivo que organiza y realiza la transformación ordenada de la información, recibe la información del objetivo de dirección, la procesa y la transmite bajo la forma necesaria para la gestión, realizando este proceso continuamente" (pág. 6)

Considera otras posibles definiciones que deberían ser aplicadas Correa, (2009)

- La administración se aplica a todo tipo de organizaciones o entidades.
- Se aplica a administradores de todos los niveles organizacionales
- La intención de todos los administradores es la misma generar un superávit.
- La administración persigue la productividad, lo que implica la eficacia y eficiencia.

Según (Robbins & Coulter, 2005) La administración es la coordinación de las actividades de un trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas, coordinar el trabajo de otros es lo que distingue una posición gerencial de las demás, ya que administración requiere la culminación de las actividades laborales de la organización cumpliendo con las metas propuestas.

Según mi criterio personal Administración es un proceso de lograr que las cosas realicen por medio de la planeación, organización, dirección, y delegación de funciones, integración, de personal con la orientación e inspección de terceras personas, introduciendo un ambiente seguro en el cual la persona se pueda

desempeñar de manera satisfactoria en conjunto con su equipo de trabajo sacando a relucir su potencial, eficacia y eficiencia y lograr así fines determinados.

2.7 Objetivos de la Administración

Para que exista un sentido de satisfacción debe existir un objetivo, que son los propósitos, metas, que prescriben o establecen criterios y señalan dirección a los esfuerzos del administrador, los mismos que deben estar identificados de tal forma que pueda determinarse el éxito o fracaso final, visto que es la esencia de la administración, la coordinación de todos los elementos de la empresa. (Trujillo, Espino, & Barrientos, 2009, pág. 15)

2.8 Características principales de la administración

La administración es la disciplina que se encarga de la conducción y distribución de los recursos, tanto humanos como materiales. Dado que la administración se extendió a todos los ámbitos geográficos y por su característica universal, lo encontramos presentes en todas partes, siendo esencial en la actualidad, para cualquier organismo social, sea este gubernamental, institucional, educativo, militar, político, religioso, comercial, etc. Siendo ejercida por personas con cargos con atribuciones. (Internet, 2018)

- Establecimiento conjunto de objetivos entre el ejecutivo y superior.
- Establecimiento de objetivos para cada puesto o posición.
- Interrelación de planes tácticos y planes operacionales con énfasis medición y control.
- Continúa evaluación, revisión, y reciclaje de planes.
- Participación activa de la dirección.

2.9 Gestión empresarial

Según (Escuela Europea de Management, 2016) se conoce como el proceso de planear, organizar, integrar, dirigir, coordinar, direccionar y controlar los recursos, sean estos recursos humanos como financieros de una entidad, con el objetivo de

obtener el máximo beneficio, de manera eficiente y eficaz, teniendo a los clientes satisfechos sobretodo se encarga de aprovechar al máximo los recursos con los que cuenta la empresa, para maximizar sus ganancias y reducir costos, siendo esto los cuatro principales pilares, para la gestión empresarial

- Planificar: radica en la fijación y programación de los objetivos de la entidad a nivel estratégico, así como establecimiento de los recursos humanos y técnicos para llevar a cabo la misión prevista de la forma más eficaz.
- Organizar: es la asignación y coordinación de los diferentes labores, definiendo quien, como y cuando se van a elaborar.
- Dirigir: consiste en motivar, promover y cohesionar a los distintos órganos de las entidades para que desarrollen las funciones encomendadas.
- Controlar: consiste en la inspección del trabajo, examinando las fortalezas debilidades de la entidad, con el objetivo de corregir los defectos que puedan surgir durante el proceso de gestión empresarial.

La gestión permite administrar los recursos disponibles de la empresa, la misma que es realizada por personas que actúan y piensan según la cultura de la entidad, lo que lleva a pensar que la gestión es cambiante y se adapta a cada organización.

Según (Hernández, 2011) la gestión empresarial ha evolucionado cada vez más en el mundo de los negocios, tiene un desenvolvimiento de ideas a nivel culturales en oriente y occidente, a medida que el hombre ha avanzado en la obtención de nuevas tecnologías y relaciones para el mejoramiento de nuevos productos y servicios, en la satisfacción de un mercado cada día en crecimiento y confuso, dando lugar a nuevas filosofía de gestión, como organización, formación, dirección y control, permitiendo la permanecía en el mercado y proporcionando satisfacción a clientes del sector.

Los efectos más relevantes que han evolucionado la toma decisiones analizando sus cuatro funciones siendo claves para el desarrollo de mando a nivel empresarial, como lo son; planificación, organizar, dirigir y controlar, siendo esto una dinámica

en el mundo empresarial en el desenvolvimiento de un ambiente y sector competitivo y productivo a una escala mundial.

La gestión empresarial se basa en la información más relevante para la gestión de la institución, organizaciones y empresas. Para existir y prosperar toda entidad tendrá que convertirse en un agente de cambio y tecnología siendo esto el principal agente para el cambio económico de un sector o del país.

2.10 Factores de Éxito y Fracaso

Según (Davi, David, & Toledano Garrido Nuria, 2008)La complejidad e incertidumbre que rodea al mundo de los negocios, hace que sea imposible realizar una lista exhaustiva de los factores que garantizan la supervivencia, el crecimiento y la consolidación de los nuevos proyectos empresariales. Las expectativas vividas por cada emprendedor o las victimas del éxito podrían ser diferentes en cada situación.

A pesar de esta compleja evidencia, en el presente apartado nos planteamos algunas cuestiones que nos permitirán comprender mejor dicha realidad. Específicamente, nuestros interrogantes se centran en tratar de conocer que es lo que proporciona a algunos proyectos y empresas esa ventaja competitiva que les permite el crecimiento rápido y la consolidación (pág. 171).

2.11 Características de los factores de Éxito y Fracaso

Para identificar los factores claves de éxito se debe mirar hacia adentro del negocio, saber cuáles son los procesos o características que distinguen su producto o servicio y cuáles son los que debe dominar a plenitud para crear la ventaja competitiva. Esta identificación suele ser fácil en la mayoría de los casos en que el producto o servicio es innovador pero no lo es tanto cuando se entra a un mercado muy competido en el cual la similitud de los procesos, productos y servicios es alta.

Si el emprendimiento es una comercializadora de X producto la clave del éxito del negocio podría encontrarse en la ubicación del mismo dentro de la cadena de distribución, si es un restaurante la clave podría estar en la localización geográfica, si

es una agencia de viajes la clave podría estar en la capacidad de ofrecer planes económicos. Cada iniciativa tiene diferentes puntos claves que llevarán al éxito económico y comercial.

Ventajas. Los factores claves de éxito deben traducirse en ventajas competitivas fundamentales que le permitan al proyecto alcanzar los objetivos propuestos.

Importancia

La actitud del empresario y/o equipo fundador constituye un buen punto de partida para entender del por que del éxito empresarial. De hecho, en la practica se ha demostrado, que los proyectos que culminan con éxito y las empresas que mas exitosas estan dirigidas por personas que demuestran una actitud de entrega y un gran espiritu emprendedor (Lopez Carlos, 2012)

La actitud de entrega que demuestran los empresarios exitosos, disponer de los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para que el proyecto empresarial salga adelante, constituyen factores sustanciales de cara a aumentar las posibilidades de éxito de la nueva empresa (Davi, David, & Toledano Garrido Nuria, 2008).

Una herramienta que facilita el proceso de mirar hacia adentro de la empresa o proyecto es la matriz DOFA, FODA o SWOT (por sus siglas en inglés) que consiste en un análisis tanto interno como externo de la organización o iniciativa y que permite establecer, en el ámbito interno, sus Fortalezas y Debilidades y las Oportunidades y Amenazas del entorno en que se desenvuelve o desenvolverá.

2.12 Fracaso empresarial

> Fracaso empresarial es un término que proviene del (latin frangere) que significa romper estrellarse que este concepto está ligado a término crisis, momento decisivo de un negocio grave y de consecuencias importantes, situación dificultosa o complicada. (Romero, 2013)

> Según (Díaz Martínez Zuleyka, 2000) El fracaso de una empresa puede corresponder a un amplio abanico de situaciones que comprenden desde la falta de rentabilidad de la firma hasta la insolvencia definitiva de la misma.
>
> Tradicionalmente se ha asociado la idea de insolvencia a la insuficiencia patrimonial, distinguiéndose entre insolvencia e iliquidez. Por insolvencia se ha entendido la situación de déficit patrimonial (pasivo superior al activo) mientras que la liquidez presupone la suficiencia patrimonial acompañada de la falta de medios dinerarios para atender las obligaciones (pág. 64).

El Fracaso de una empresa se da debido a varios factores, sean estos la ineficiente administración, el déficit de dinero o la baja rentabilidad, conllevando al cierre parcial o permanente de una entidad.

2.13 Factores de Fracaso

- Desconocimiento del mercado
- Producto o servicio inadecuado
- Errores de comercialización
- Desconocimiento de los fundamentos de la gestión de un negocio
- Falta de Planificación
- Desconocimiento del mercado

Según (Chauvin Silvia, 2017)Resulta absurdo embarcarse en una aventura en un mercado que desconocemos. Pero también es peligroso creer que conocemos un mercado por el mero hecho de haber trabajado en él varios años. Hay que hacer todos los esfuerzos necesarios para comprender en qué mercado está nuestro negocio y cómo funciona.

2.14 Producto o servicio inadecuado

Es muy probable que te enamores de tu producto o servicio y no comprendas que es lo que el mercado está pidiendo. Si el producto no cumple con lo que el mercado pide, el producto es inadecuado. Debemos plantearnos continuamente si el producto que ofrecemos satisface las expectativas de los clientes.

2.15 Errores de comercialización

No todos los emprendedores son buenos comerciales, ni conocen las técnicas necesarias para la correcta comercialización de su producto. Conviene estar muy atento a este aspecto, pues de nada sirve un excelente negocio sin clientes.

2.16 Desconocimiento de los fundamentos de la gestión de un negocio

Aunque no sea necesario hacer un MBA para llevar un negocio, sí es bueno conocer los fundamentos de gestión de todas las áreas del negocio, como mínimo para entenderse con los expertos a los que en algún momento recurrimos por ayuda.

2.17 alta de Planificación

Montar una empresa no es ir de picnic; no basta con cargar todos los bártulos en el coche y esperar que haga buen tiempo. Para sobrevivir hoy en día en el mundo de los negocios hay que tener claro dónde quieres ir y cómo vas a llegar, independientemente incluso de que eso se consiga al final tal como habías previsto.

2.18 Factores de Éxito

- Claridad de objetivos
- Conocimiento del negocio
- Diferenciación
- Orientación al mercado
- Planificación
- Claridad de objetivos

Tener claro a qué se dedica el negocio y a donde se quiere llegar con él es fundamental para el éxito de una nueva empresa. No importa lo ambicioso o lo modesto de los objetivos, lo importante es que los tengas bien definidos y trabajas para cumplirlos.

2.19 Conocimiento del negocio

Bastantes problemas vas a encontrar al ponerte en marcha como para tener que aprender por el camino los secretos de otro negocio. Adentrarse en un negocio desconocido y pretender desarrollar una empresa a la vez es una apuesta arriesgada que no suele garantizar el éxito de la aventura.

2.20 Diferenciación

Montar un negocio para hacer lo mismo que hacen los demás de la misma manera es la mejor forma de hundirse en la mediocridad. Hay que tender desde el primer momento a diferenciarse del resto de los competidores.

2.21 Orientación al mercado

Un emprendedor nuevo-y uno viejo también- deben tener constantemente los ojos bien abiertos para detectar necesidades o cambios en el mercado en el que trabaja. Vivir de espaldas al mercado es sencillamente ilógico y un suicidio comercial.

2.22 Planificación

La planificación del negocio es importante, y no tanto por disponer de unos planes que luego resulten más o menos reales y exactos, sino por todo el proceso sistemático de reflexión sobre el negocio que se realiza.

2.23 Riesgos

Todo el mundo está de acuerdo en que emprender un nuevo negocio implica asumir unos determinados riesgos. Sin embargo no todo el mundo tiene claro cuáles son esos riesgos. A continuación hay una lista de grupos de riegos para ayudar a reflexionar sobre el negocio que tienes en mente:

1. Riesgos Comerciales

Es posible que no exista mercado suficiente para mantener ese negocio, o que el mercado ni siquiera exista todavía, o que esté en declive.

2. Riesgos Tecnológicos

Es probable que el producto o servicio no se pueda "fabricar" en las condiciones previstas, al ritmo deseado, o con la calidad deseada al precio prometido, etc.

3. Riesgos Financieros

Es probable que no tengas suficiente dinero para poner en marcha en negocio, o para crecer al ritmo que marca el mercado, o para superar una época de recesión, etc.

4. Riesgos Sociales

Siempre existe la posibilidad de que uno no sirva para empresario o que no estés dispuesta/o a hacer ciertos sacrificios, o que no consigas construir un buen equipo de trabajo, o que tu familia no entienda porqué dedicar tantas horas al negocio, etc.

5. Riesgos Legales

Es probable que no sea legal fabricar ese producto, o que los permisos lleguen demasiado tarde, o que la idea esté patentada, o que nos roben la idea, etc. (2017).

2.24 Innovación

Hace algún tiempo la innovación ha recobrado relevancia por el énfasis que están poniendo diferentes organismos nacionales e internacionales en la necesidad de la implementación de la innovación como promotor de la competitividad de las empresas, así como de las naciones.

El secreto reside en ser excelentes en las capacidades claves, siendo esta la estrategia de innovación deben de estar alineadas con las correspondientes en la estrategia de

negocio, es decir ambas estrategias deben ser coherentes. (Bermejo & López, 2014, pág. 11)

La innovación es un proceso empresarial que debe ser gestionado en empresas industriales, comerciales, independiente del sector de actividad que la empresa realice, existe una tendencia, cada vez más generalizada entre empresas de servicios, que han demostrado que tienen mayor grado de flexibilidad a la hora de proporcionar a medida de cada cliente suelen ser más innovadores.

Se puede adoptarse tres estrategias genéricas de innovación, para ser aplicadas en una empresa. Bermejo & López,(2014, pág. 12)

- **Buscadores de necesidades**: es la empresa que se involucra directa y activamente con los clientes actuales y potenciales, en la búsqueda de nuevos productos y servicios, satisfaciendo así las necesidades de los consumidores, basando su éxito en un profundo conocimiento de las necesidades de los usuarios finales y en sus capacidades para ser las primeras en salir al mercado con una oferta que las satisfagan.

- **Intérpretes del mercado**: son estrategias que son utilizadas por empresas que conoce lo que buscan los consumidores en los productos que compran, con el objetivo de desarrollar alternativas diferentes a lo tradicional, intentando crear valor a través de innovaciones incrementales y capitalizado las tendencias de mercado consolidados, asegurándose de que poner en el mercado los productos adecuados en el momento adecuado.

- **Líderes tecnológicos :** las empresas siguen la dirección marcada por sus capacidades tecnológicos, las mismas que deben utilizar procesos de innovación abierta para capturar el máximo número de ideas, equilibrando su inversión para liderar tanto innovaciones radicales como incrementales, buscando frecuentemente resolver a través de nuevas tecnologías necesidades de los consumidores que estén todavía poco articuladas.

2.25 Estrategia de mercado

Inicia con el análisis del entorno de negocio, de manera interna como externamente, con el objetivo de que la empresa o entidad de negocio se ha propuesto alcanzar en su mercado meta, identificando y priorizando aquellos productos que tenga mayor potencial y rentabilidad, seleccionando al público al que se va a dirigir, definir el posicionamiento de marca que se desea conseguir en la mente de los cliente. (Espinosa, 2015)

- Producto: packaging, marca, imagen, garantía, servicios posventa
- Precio: modificación de precios, escalas de descuentos, condiciones de pago.
- Distribución: embalaje, almacenamiento, gestión de pedidos, control de inventarios, localización de puntos de venta y transporte.
- Comunicación: publicidad, relaciones públicas (RRPP) y marketing directo y promoción de ventas.

2.26 Contabilidad Financiera

Contabilidad financiera es la rama de la contabilidad que se encarga de recolectar, clasificar, registrar, resumir e informar sobre las operaciones valorables en dinero realizadas por un ente económico. Su función principal es llevar en forma histórica la vida económica de una empresa. También se conoce como contabilidad externa o general y, en conjunto con la contabilidad administrativa y la contabilidad de costos, compone la estructura contable típica de toda organización (2002) .

Según (Alcarria, 2009, pág. 16) señala que la contabilidad financiera es un sistema de información contable destinada a los usuarios externos, que esta proporcionara información a terceras personas que estén relacionadas con la actividad empresarial.

Prepara información para el entendimiento de externos, le permite dar a conocer a futuro los cambios en el patrimonio, expresa la diferencia entre cada ejercicio económico.

2.27 Índices o Indicadores Financieros

La información financiera permite elaborar un diagnóstico de la realidad económica y financiera de la entidad, así como de elaborar informes de valoración de empresas, se puede utilizar para analizar las tendencias y comparar los estados financieros de la empresa con los de otras entidades, así como comparaciones entre los diferentes periodos contables o económicos para conocer cuál ha sido el comportamiento del periodo, pudiendo algunos casos hacer una análisis que se pueda predecir quiebra a futuro de las organizaciones, o pudiendo hacer proyecciones a corto, mediano y largo plazo. (Córdova, 2014, pág. 249)

2.28 Rentabilidad

Para (Ramiréz, 2006) la utilidad, muchas veces no es suficiente para poder determinar si la entidad es o no rentable, es decir que es necesario hacer una comparación de la utilidad de las empresas con otras empresas que tengan relación en su actividad económica, como lo puede ser el capital, los activos, y las ventas.

Según (Economipedia, 2015) la rentabilidad hace referencia a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión, sea esto en el ámbito de las inversiones como en el ámbito empresarial es importante ya que es un indicador del desarrollo de una inversión y de la capacidad de la empresa para remunerar los recursos financieros utilizados.

Es decir la rentabilidad es el rendimiento que produce una serie de capitales en un determinado periodo de tiempo, siendo esta una forma de comparar los medios que se han utilizado para una determinada acción, y la renta que se ha generado fruto de esa acción.

2.29 Indicadores de Liquidez

Razón Corriente

Este indicador muestra la capacidad de la empresa para responder a sus obligaciones sean está a corto plazo con sus activos circulantes, mide el número de veces que los activos circulantes del negocio cubre sus pasivos a corto plazo, y la necesidad de caja para responderlas deudas a corto plazo (Córdova, 2014, pág. 256)

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

2.30 Indicadores de Rentabilidad

Existe gran cantidad de indicadores de rentabilidad y cada uno proporciona información distinta. Para saber que indicadores hay que utilizar es importante entender bien qué tipo de rentabilidad se está buscando

2.31 Ratios de rentabilidad de la inversión (roa)

Es el ratio más representativo de la empresa, ya que permite apreciar su capacidad para obtener utilidades en el uso del total activo.

Utilidad neta / activos

2.32 Ratio de rentabilidad neta sobre ventas

Llamado también margen bruto sobre ventas, muestra el margen o beneficio de la empresa respecto a sus ventas Es un ratio concreto ya que usa el beneficio neto de deducir los costos, gastos e impuestos.

$$\text{Rentabilidad Neta Sobre Ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

Es un ratio concreto ya que usa el beneficio neto de luego de deducir los costos, gastos e impuestos.

$$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}} \text{ X100}$$

2.33 Ganancias Operacionales

Utilidad operacional o ganancia operacional se refiere únicamente exclusivamente a los ingresos y gastos operacionales, dejando de lado los gastos e ingresos no operacionales, ya que es el resultado de tomar los ingresos operacionales y restarle los costos y gastos operacionales, siendo que los ingresos, costos y gastos operacionales, son aquellos relacionados directamente con el objeto social de la empresa, con su actividad principal. (Gerencie.com, 2018)

Entender el concepto de utilidad operacional parece representar alguna complejidad para algunos estudiantes que apenas inician el estudio de la contabilidad, la utilidad operacional es diferente de la utilidad neta o líquida, puesto que la utilidad operacional no toma en cuenta todos los conceptos de un estado de resultados (Guia Laboral Gerencie.Com, 2018).

> Lo primero a tener en cuenta es que la Utilidad operacional no tiene en cuenta todos los conceptos que aparecen en un estado de resultados.
>
> Se centra exclusivamente en los ingresos y gastos operacionales, que son los que están relacionados directamente con la actividad principal de la empresa (Rakia, 2015).

Las ganancias operacionales, son los ingresos que obtiene una empresa, sin deducir intereses e impuestos.

Según (Sy Corvo Teofilo, 2018) La utilidad operacional puede calcularse usando la siguiente fórmula:

Utilidad operacional = ingresos operacionales (ventas) – costo de la mercancía vendida – gastos operacionales – depreciación – amortización.

Dada la fórmula existente para la utilidad bruta: ventas – costo de la mercancía vendida, entonces la fórmula para la utilidad operacional con frecuencia se simplifica como: utilidad bruta – gastos operacionales – depreciación – amortización.

Están incluidos todos los gastos que son necesarios para mantener el negocio en funcionamiento, razón por la cual la utilidad operacional tiene en cuenta la depreciación y amortización relacionadas con los activos, que son herramientas contables que resultan de las operaciones de una empresa.

La utilidad operacional también es conocida como ganancia operativa, y también como ganancia antes de intereses e impuestos (EBIT). Sin embargo, esta última puede incluir a veces ingresos no operativos, que no forman parte de la utilidad operacional.

Importancia

La utilidad operacional sirve como un indicador de la rentabilidad potencial del negocio, eliminando del cálculo todos los factores externos a la operación en sí de la

empresa. Cuanto mayor sea la utilidad operacional, más rentable será la actividad principal de una empresa.

Las empresas pueden optar por presentar su cifra de utilidad operacional en lugar de su cifra de utilidad neta, ya que la utilidad neta de una empresa contiene los efectos de los pagos de intereses y de impuestos.

En los casos en los que una empresa tenga una carga de deuda especialmente alta, la utilidad operacional puede presentar la situación financiera de la compañía de una manera más positiva de lo que va a reflejar la utilidad neta.

Características

En el ingreso operacional no está incluido el ingreso por inversión generado por una participación parcial en otra compañía, incluso aunque el ingreso de inversión en cuestión esté directamente relacionado con las operaciones comerciales centrales de la segunda compañía.

Los ingresos generados por la venta de activos tales como bienes raíces o maquinaria de producción que sean diferentes a aquellos activos creados con el propósito de ser vendidos como parte del negocio principal, no se incluyen en la figura de la utilidad operacional.

Adicionalmente, no están incluidos los intereses ganados a través de mecanismos tales como cuentas corrientes o del mercado monetario (2018).

El cálculo tampoco toma en cuenta ninguna obligación de deuda que se deba pagar, aunque esas obligaciones estén directamente vinculadas a la capacidad de la compañía para mantener normalmente sus operaciones de negocio.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Metodología e instrumentos de Recolección de Información

El siguiente análisis de caso se basa en el enfoque mixto, investigación cuantitativa y cualitativa "El enfoque mixto utiliza la integración de métodos a través de un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cualitativos y cuantitativos en un mismo estudio o investigación" (GIRALDEZ, 2010, pág. 137) .

El enfoque cuantitativo y cualitativo como lo expresa el autor (María Eumelia Galeano, 2003, pág. 25):

> *Los estudios de corte cuantitativo pretenden la explicación y la predicción de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva su intencionalidad es la búsqueda de la exactitud, de la medición de dimensiones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias. Trabajan fundamentalmente con el número, el dato cuantificable.*

> *Los estudios de orden cualitativo tienden a comprender la realidad social como fruto de un proceso histórico de construcción visto a partir de las multitudes lógicas presentes en los diversos y heterogéneos actores sociales, y por tanto desde sus aspectos de ser, ideas, sentimientos y motivos internos de los protagonistas. Trabaja con la palabra, el argumento, el consenso.*

3.1.1 Modalidad de la investigación

Se basa en la investigación directa o de campo, y la bibliográfica o documental las que permitirán dar sustento y aceptación al desarrollo de la investigación y el cumplimiento de los objetivos trazados.

3.1.2 Investigación de campo

Según el autor (Carlos Muñoz Razo, 1998, pág. 93):

> En la ejecución de los trabajos de este tipo, tanto el levantamiento de la información como el análisis, comprobaciones, aplicaciones prácticas, conocimientos y métodos utilizados para obtener conclusiones, se realizan en el medio en el que se desenvuelve el fenómeno o hecho de estudio.
>
> La presentación de resultados se completa con un breve análisis documental en estas investigaciones, el trabajo se efectúa directamente en el campo y solo se utiliza un estudio de carácter documental para avalar o completar los resultados.

3.1.3 Investigación documental o bibliográfica

La investigación documental según (María Guadalupe Moreno Bayardo, 1987, pág. 41):

> La investigación documental, reúne la información necesaria recurriendo fundamentalmente a fuente de datos en los que la información ya se encuentra registrada, tales como libros, revistas especializadas, películas, archivos, videocasetes, estadísticas, informes de investigaciones ya realizadas, etc. Aunque en toda la información se recurre en

3.1.4 Nivel o tipo de investigación

El nivel de la investigación que se va aplicar en el presente análisis de caso será la investigación exploratoria, descriptiva y correlacional, los cuales se detallan a continuación:

3.1.5 Investigación Exploratoria

Para el autor (STRACUZZI & PESTAN, 2O12, pág. 56) la investigación exploratoria:

> Se realiza cuando no se tiene una idea precisa de lo que se desea estudiar o cuando el problema es poco conocido por el investigador. Su objetivo es ayudar al planteamiento del problema de investigación, formular hipótesis de trabajo o seleccionar la metodología a utilizar en una investigación de mayor rigor científico.

3.1.6 Investigación Descriptiva

Según (STRACUZZI & PESTAN, 2O12, págs. 56, 57): la investigación descriptiva: "Detalla las características más importantes del problema en estudio, en lo que respecta a su origen y desarrollo. Su objetivo es describir un problema en una circunstancia temporo-espacial, es decir, detallar cómo es y cómo se manifiesta".

3.1.7 Investigación Correlacional

Según el autor (STRACUZZI & PESTAN, 2O12, pág. 57) menciona que la investigación correlacional:

> La investigación correlacional tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables. De acuerdo con este autor, unos de los puntos importantes respectos de la investigación correlacional es examinar relaciones entre variables o sus resultados, pero en ningún momento explica que sea la causes de la otra. En otras palabras, la correlación examina asociaciones pero no relaciones causales, donde un cambio en un factor influye directamente en un cambio en otro.

3.1.8 Población y Muestra

3.1.9 Población

Según (Gallego, Isern, & Anna M. Pulpón Segura) menciona que:

> Es el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades que son las que desean estudiar cuando se conoce el número de individuos que la componen, se habla de población finita y cuando no se conoce su número, se habla de población infinita. Esta diferencia es importante cuando se estudia una parte y no toda la población, pues la fórmula para calcular el número de individuos de la muestra con la que se variara en función de estos dos tipos de población representativa, se han de definir muy bien los criterios de inclusión y exclusión y sobre todo, se han de utilizar las técnicas de muestreo apropiadas.

Tabla No. 6 Población

Pladimport Constructora Cía. Ltda.	
POBLACIÓN	**NÚMERO**
Gerente General	1
Contadora	1
Bodega	1
TOTAL	**3**

Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Ronquillo Marlene (2018)

3.1.10 Muestra

> Ya se ha comentado la imposibilidad de estudiar toda la población y lo que hace estudiar una parte la muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiaran, es un subconjunto de la población para que se puedan generalizar los resultados obtenidos, dicha muestra ha de ser representativa de la población (Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina, 2006, pág. 55).

En el caso de la empresa la población y la muestra es la misma, ya que el número de involucrados es pequeño.

3.1.11 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.1.12 Operacionalización de la Variable Independiente: Factores de Éxito y Fracaso

Tabla No. 7 Operacionalización de la Variable Independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Encontramos factores que se repiten a la hora de explicar un éxito empresarial. Del mismo modo, entre la multitud de causas que originan los fracasos empresariales, hay algunos elementos que permanecen constantes en cualquiera de ellos (Urbano & David Urbano Pulido & Nuria Toledano Garrido, 2008).	Factores de Fracaso	Desconocimiento de Mercado	¿Conoce el mercado de sus productos y cómo funciona?	Técnica: Check list a los factores de éxito y fracaso
		Producto Inadecuado	¿Los productos que comercializa cumplen las expectativas de los clientes?	
		Error de Comercialización	¿Aplica técnicas correctas para la comercialización de sus productos?	
		Error de Comercialización	¿Mantiene productos que tiene poca rotación en el inventario?	
		Falta de Planificación	¿Planifica las compras y gastos que va a tener en el mes?	
		Falta de Planificación	¿Proyecta las ventas mensuales?	
			¿Define los objetivos y estrategias para ser alcanzados?	
	Factores de Éxito	Diferenciación	¿Cuenta con productos o servicios que se diferencien de los que tiene la competencia?	
			¿Brinda asesoría a sus clientes sobre el producto que adquieren?	
		Orientación al mercado	¿Está sujeto a los cambios de tendencias del mercado?	
			¿Se han analizado los riesgos que tienen en el mercado sus productos?	

Fuente: Marco Teórico
Elaborado por: RONQUILLO Marlene (2018)

3.1.13 Operacionalización de la Variable Independiente: Ganancias Operacionales

Tabla No. 8 Operacionalización de la Variable Independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
La utilidad operacional es también conocida como la utilidad antes de impuestos, Ramíres & Cagigas (2004) mencionan que las utilidades operacionales se generan estrictamente a partir de la actividad económica para la cual fue creada la empresa, y se calcula antes de deducir impuestos.	Ganancias Operacionales	Mercado	¿Ha realizado campañas de ventas para potencializar sus productos?	Técnica: Check list a las Ganancias Operacionales.
			¿Se ha evaluado la satisfacción del cliente sobre los productos?	
			¿El margen de utilidad está dentro de un rango normal?	
			¿Tiene un plan de marketing detallado, preparado y actualizado?	
			¿Cuenta con clientes regulares y fijos?	
		Gestión Operativa	¿Tiene estrategias de ventas para contrastar a la competencia?	
			¿El producto se almacena en un lugar que proteja de daños?	
			¿Se cuida que no exista demasiada mercadería en desuso?	
			¿Se mantiene proveedores fijos?	
			¿Se analiza los precios y beneficios para escoger un proveedor?	
			¿Se mantiene un buen registro de pagos a proveedores, así como también del cobro de los clientes?	

Fuente: Marco Teórico
Elaborado por: RONQUILLO Marlene (2018)

3.2 Recolección de la información

Plan de recolección de información

Ayuda a la recolección de la información, para ser verificada mediante los instrumentos o métodos con la finalidad de que se cumplan los objetivos trazados en la investigación.

Según el autor (María Eumelia Galeano M., 2004)exponen que:

> El plan de recolección de información señala cuales son las estrategias de recolección de datos más adecuadas de acuerdo a las personas interpeladas, el grado de familiaridad con la realidad analizada, la disponibilidad de tiempo del investigador, el nivel de madurez del proceso investigativo y las condiciones del contexto que se analiza.
>
> El plan de recolección de información tiene dos componentes básicos: definición de estrategias de muestreo y selección de los participantes. Estos dos componentes se guían por los criterios de pertinencia, entendida como identificación y logro del recurso de los participantes para aportar la información que se requiere, y adecuación, es decir, contar con los datos suficientes y disponibles.

Tabla No. 9 Plan de recolección de información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Para alcanzar el objetivo general de la investigación que es el siguiente: Estudiar los factores de éxito y fracaso que influyen en las ganancias operacionales de las empresas comercializadoras de material eléctrico y ferretería en la ciudad de Ambato para el mejoramiento de las acciones que lleven el éxito empresarial.
2. ¿De qué personas u objetos?	La recolección de datos se va a realizar en la Empresa Comercializadoras de Material Eléctrico y Ferretería en la Ciudad de Ambato, Análisis De Caso Pladimport Constructora Cía. Ltda.
3. ¿Quién? ¿Quiénes?	La responsable de la investigación es: Marlene Ronquillo
4. ¿Sobre qué aspectos?	Los datos recolectados serán acerca de Factores de Éxito y Fracaso y las Ganancias Operacionales.
5. ¿Cuándo?	La investigación se realizará en el año 2018
6. ¿Dónde?	En la empresa Comercializadoras de Material Eléctrico y Ferretería en la Ciudad de Ambato, Análisis De Caso Pladimport Constructora Cía. Ltda. Ubicada en la ciudad de Ambato
7. ¿Cuántas veces?	Ese análisis de caso se va a realizar una sola vez para poder comprobar la veracidad de la información obtenida en la investigación.
8. ¿Con qué?	Mediante la utilización preguntas para el check list
9. ¿Qué técnicas de recolección?	Con Check list aplicado a la muestra
10. ¿En qué situación?	Durante la realización de sus labores normales

Fuente: Marco Teórico
Elaborado por: RONQUILLO Marlene (2018)

3.2.1. Fuentes primarias

Según las fuentes primarias son:

Las fuentes primarias de datos históricos son objetos, documentos, entrevistas y registros de testigos oculares, historias orales, diarios y expedientes escolares originales.

Las fuentes primarias son los resultados directos de un suceso o una experiencia y que se registran sin que el historiador necesariamente tenga la intención de utilizar posteriormente la referencia.

3.2.2 Fuentes secundarias

El autor (Neil Salkid, 1999) expresa que las fuentes secundarias:

"Son de segunda mano o al menos están alejadas un paso del suceso original, como un resumen de estadísticas importantes".

3.2.2.1 Procesamiento de la información

Plan de procesamiento de la información

Según el autor (Rojas, 1985):

> "Es el proceso mediante el cual los datos contenidos en los documentos fuente (cuestionarios, guías de observación) se organizan de acuerdo a determinados lineamientos o hipótesis, a fin de alcanzar los objetivos planteados por la investigación. "Para este proceso es importante recalcar que "Los datos brutos recopilados en el trabajo de campo se ordenan y concentra de tal forma que pueden manipularse estadísticamente con el objetivo de facilitar el análisis de la información empírica".

El plan de procesamiento de la información contiene los siguientes procedimientos de acuerdo a los autores (Herrera & Medina & Naranjo, 2004):

- Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
- Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis: cuadros de una sola variable, cuadro con cruce de variables, etc.
- Manejo de información (reajuste de cuadros con casillas vacías o con datos tan reducidos cuantitativamente, que no influyen significativamente en los análisis).
- Estudio estadístico de datos para presentación de resultados.

3.2.2.2. Plan de análisis e interpretación de resultados

Una vez obtenida la información mediante el empleo del Check List a la Empresa Comercializadoras de Material Eléctrico y Ferretería de la Ciudad de Ambato, se elabora los resultados estadísticos para establecer conclusiones y recomendación a la empresa, determinando que la relación que existe entre las variables de estudio.

CAPÍTULO IV

4. DESARROLLO DEL ANÁLISIS DE CASO

4.1 Análisis y categorización de la información.

Se analiza la problemática identificada para asociar la relación de las variables: Factores de éxito y fracaso y las Ganancias operacionales, permitiendo tener una pauta para establecer alternativas como propuesta que contribuya al mejoramiento de las actividades internas de las empresas involucradas en el sector analizado para lograr una competitividad eficiente e incremento en sus ganancias enfocados en los objetivos trazados en la parte inicial del Análisis de Caso.

El resultado obtenido a través de un estudio de datos e información tanto cualitativo como cuantitativo con la aplicación de instrumentos de análisis, han permitido identificar un correlación de las variables de estudio permitiendo llegar a cumplir con el propósito del estudio.

Las variables son evaluadas y comprobadas con la análisis de un cuestionario estructurado Check List, evaluación de información contable a través de índices financieros análisis e interpretación, elaborando un cuadro resumen de la situación actual de la entidad objeto de estudio como se presenta a continuación:

Tabla No. 10 Check List Factores de éxito y fracaso y las ganancias operacionales de la empresa Pladimport Constructora Cía. Ltda.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO				
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA				
CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORIA				
	FACTORES DE ÉXITO Y FRACASO	**ENTREVISTADO**		
	CUESTIONARIO	**SI**	**NO**	OBSERVACION
1	¿Conoce el mercado de sus productos y cómo funciona?	**X**		
2	¿Los productos que comercializa cumplen las expectativas de los clientes?	**X**		
3	¿Aplica técnicas correctas para la comercialización de sus productos?		**X**	La empresa se enfoca en lo que se vende, y no aporta sobre la necesidad del cliente o la marca.
4	¿Mantiene productos que tiene poca rotación en el inventario?		**X**	No se analiza el movimiento que presenta cada producto.
5	¿Planifica las compras y gastos que va a tener en el mes?	**X**		
6	¿Proyecta las ventas mensuales?	**X**		
7	¿Define los objetivos y estrategias para ser alcanzados?	**X**		
8	¿Cuenta con productos o servicios que se diferencien de los que tiene la competencia?	**X**		
9	¿Brinda asesoría a sus clientes sobre el producto que adquieren?	**X**		
10	¿Está sujeto a los cambios de tendencias del mercado?		**X**	Se enfoca en realizar compras, y no se fijan en las nuevas tendencias del mercado.
11	¿Se han analizado los riesgos que tienen en el mercado sus productos?		**X**	Falta de análisis enfocado al mercado, a los clientes y a las marcas.
	TOTAL	**7**	**4**	

	GANANCIAS OPERACIONALES			
1	¿Ha realizado campañas de ventas para potencializar sus productos?		**X**	Carece de iniciativas para maximizar el volumen de ventas.
2	¿Se ha evaluado la satisfacción del cliente sobre los productos?		**X**	No se toma en cuenta la aceptación del producto por parte del cliente
3	¿El margen de utilidad está dentro de un rango normal?	**X**		
4	¿Tiene un plan de marketing detallado, preparado y actualizado?		**X**	No existe planificación para alcanzar los objetivos de ventas.
5	¿Cuenta con clientes regulares y fijos?	**X**		
6	¿Tiene estrategias de ventas para contrastar a la competencia?		**X**	No se emplean estrategias que ayuden a elevar en índice de ventas.
7	¿El producto se almacena en un lugar que proteja de daños?	**X**		
8	¿Se cuida que no exista demasiada mercadería en desuso?	**X**		
9	¿Se mantiene proveedores fijos?	**X**		
10	¿Se analiza los precios y beneficios para escoger un proveedor?	**X**		
11	¿Se mantiene un buen registro de pagos a proveedores, así como también del cobro de los clientes?	**X**		
	TOTAL	**7**	**4**	

Elaborado por: RONQUILLO Marlene. (2018)
Fuente: Pladimport Constructora Cía. Ltda.

Tabla No. 11 Observación de Factores de Éxito y Fracaso, Ganancias Operacionales

	OBSERVACIONES FACTORES DE ÉXITO Y FRACASO:	OBSERVACIONES GANANCIAS OPERACIONALES:
1	La empresa se enfoca en lo que se vende, y no aporta sobre la necesidad del cliente o la marca.	Carece de iniciativas para maximizar el volumen de ventas.
2	No se analiza el movimiento que presenta cada producto.	No se toma en cuenta la aceptación del producto por parte del cliente
3	Se enfoca en realizar compras, y no se fijan en las nuevas tendencias del mercado.	No existe planificación para alcanzar los objetivos de ventas.

4	Falta de análisis enfocado al mercado, a los clientes y a las marcas.	No se emplean estrategias que ayuden a elevar en índice de ventas.

Elaborado por: RONQUILLO Marlene. (2018)
Fuente: Pladimport Constructora Cía. Ltda.

Tabla No. 12 Matriz de Evaluación del Riesgo

TOTAL CALIFICACION	**14**
PONDERACION TOTAL	22
NIVEL DE CONFIANZA	63,64
NIVEL DE RIESGO INHERENTE	36,36

Elaborado por: RONQUILLO Marlene. (2018)
Fuente: Pladimport Constructora Cía. Ltda.

Dónde:

NC = Nivel de Confianza

CT = Calificación Total

PT = Ponderación Total

RC = Riesgo de Control

Con el resultado obtenido de acuerdo a la matriz de calificación del Nivel de Confianza y Riesgo, se determinó que el Nivel de Confianza es del 63.64% y por la diferencia el Nivel de Riesgo es del 36.36%, calificándose como BAJO.

Una vez aplicado el Check List, el siguiente resultado de acuerdo a la información obtenida de la empresa para estar en competencia al mercado.

Es importante que tenga una planificación estratégica Pladimport Constructora Cía. Ltda. se determinó que de las 22 preguntas asociadas a cada una de las variables como son: Los factores de éxito y fracaso, Las ganancias operacionales, nos despliega un resultado de 14 respuestas positivas y 8 negativas, dando a notar que la empresa debe tomar en cuenta los factores que no está cumpliendo para optimizar las ganancias de la misma.

La empresa debe tener en cuenta la necesidad del cliente al momento de realizar sus compras, para suplir las necesidades del mismo, adaptarse a las nuevas tendencias, para plantear y alcanzar objetivos en base a las ventas.

4.1.1 Análisis y categorización Análisis de factores de éxito y fracaso por medio del Control Interno

Tabla No. 13 Análisis de Factores de Éxito y Fracaso

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO					
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA					
CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORIA					
CUESTIONARIO DE CONTROL INTERNO					
FACTORES DE ÉXITO AUTONOMO		ENTREVISTADO			
	CUESTIONARIO	SI	NO	OBSERVACION	PROCEDIMIENTO A SEGUIR
1	¿Considera que tiene habilidades directivas para la administración correcta de la ferretería?	X			
2	¿Se capacita constantemente para desempeñar un cargo gerencial?		X	No se realizan capacitaciones	Se debe capacitar al personal de manera continua, para que se desempeñen mejor en sus labores diarias.
3	¿Conoce el sector y la demanda que este tiene?	X			
FACTORES DE ÉXITO ESTRATEGICOS					
4	¿Está definido los objetivos, estrategias, visón de la empresa?		X		Es necesario contar con un enfoque estratégico, que ayuda a paramétrica y dirigir las actividades a realizarse, para obtener resultados óptimos.
5	¿Cuenta la empresa con una planificación estratégica?		X		La planificación estratégica ayuda a definir y organizar a la empresa, para tener una visión clara de lo que se desea alcanzar
6	¿Tiene un sistema de información y comunicación adecuado?		X		Es imprescindible este factor, ya que dé él depende que las relaciones lleguen a un buen término, se permitan hacer alianzas favorables.
7	¿Planifica el crecimiento que debería tener ferretería?		X		Debe ser fundamental en las empresas trazar metas a cumplir, contestando las interrogantes: Como hacer? Quién va hacer? Cuánto va a obtener? En qué tiempo lo voy hacer?
8	¿A implementado un plan de contingencia ante la competencia?		X		Se debe contar con un plan de contingencia ante las posibles reacciones de la competencia por ganar el mercado.
FACTORES DE GESTION					

COMERCIAL					
9	¿Conoce al cliente y al mercado?	X			
10	¿Cuenta con un plan de marketing mix?		X		Este factor es muy importante para potencializar, el producto, precio, plaza y promoción.
11	¿Considera ud que ha logrado la fidelización del cliente?		X	No compran constantemente los clientes	Se debe atraer al cliente brindándole un producto de calidad, buen precio, asesoría comercial, que cumpla con las expectativas del cliente.
12	¿Posee técnicas de comercialización para atraer al cliente?		X		Implementar publicidad, radial, televisiva, o por medio de afiches, que llamen la atención del cliente, y maximicen el producto y servicio que presta la ferretería
13	¿Se acopla pronto a los cambios de tendencia en el mercado?		X	Se mantiene un stock obsoleto y desactualizado.	La empresa debe tener nuevas tendencias en el producto, ofrecer algo adicional y mantenerse siempre innovado
FACTORES DE ÉXITO DE GESTION FINANCIERA					
14	¿Cuenta con una buena liquidez?	X			
15	¿Mantiene un endeudamiento controlable?		X	Existe sobre endeudamiento	Es importante controlar en nivel de endeudamiento de la empresa, ya que disminuye la liquidez y puede afectar el crecimiento económico.
16	¿La cartera de clientes es excesiva?		X	Hay mucha morosidad por parte de los clientes	Es preciso controlar continuamente el plazo y el valor de crédito otorgado al cliente, parame trizar la capacidad de pago del cliente, antes de otorgar un crédito.
FACTORES DE ÉXITO EN LACOMERCIALIZACION					
17	¿Mantiene productos de calidad en su inventario?	X			
18	¿Exhibe su mercadería de manera adecuada?		X		Debe exhibir de manera llamativa los productos, para que el cliente pueda apreciar sus beneficios.
19	¿En su stock tiene productos desactualizados?	X			
20	¿Sus proveedores le ofrecen precios competitivos?	X			
FACTORES DE ÉXITO DE TALENTO HUMANO					
21	¿Tiene al personal capacitado e idóneo para las tareas asignadas?		X	No se cuenta con personal Administrativo, una sola persona se encarga de todo	S debe contar con el personal adecuado para cada sección. Es importante que un profesional capacitado se encargue de cumplir sus funciones.
22	¿Se destina tareas de acuerdo al perfil de cada empleado?		X	El mismo empleado, almacena, despacha y factura la mercadería.	Es importante segregar las funciones de cada empleado, para que se mejore el control y desempeño en las actividades.
23	¿El personal que labora es	X			

	estable?				
24	¿Se cuenta con colaboradores externos?	X			
	TOTAL	**10**	**14**		
CALIFICACIÓN TOTAL= CT					**10**
PONDERACIÓN TOTAL= PT					**24**
NIVEL DE CONFIANZA: NC=CT/PT *100					**41,7**
NIVEL DE RIESGO DE CONTROL: RC= 100% - NC					**58,3**
		Fecha:		24/08/2018	
		Firma:			
		Hora:		14:30	

Elaborado por: RONQUILLO Marlene. (2018)
Fuente: Pladimport Constructora Cía. Ltda.

COMENTARIO
Con los resultados se puede observar que el nivel de confianza encontrado en la empresa es del 41.70% y por diferencia, el riesgo inherente global es del 58.30% y se califica como BAJO. Este resultado preliminar nos indica que el enfoque inicial debe ser sustantivo.

Para determinar los niveles de confianza se utilizaron los siguientes parámetros

Tabla No. 14 Nivel de Confianza

NIVEL DE CONFIANZA		
BAJO	**MODERADO**	**ALTO**
15% - 50%	51% - 75%	76% - 95%
85% - 50%	49% - 25%	24% - 5%
ALTO	**MODERADO**	**BAJO**
NIVEL DE RIESGO INHERENTE (100-NC)		
ANÁLISIS		
NIVEL DE CONFIANZA	**ENFOQUE**	
ALTO	CUMPLIMIENTO	
MODERADO	CUMPLIMIENTO Y SUSTANTIVAS	
BAJO	SUSTANTIVO	

NC= CT/PT * 100
NC= Nivel de confianza, inversamente proporcional a nivel de riesgo (NR)
CT= Calificación total, que es la suma de respuestas positivas resultantes de la aplicación de cuestionario de control interno.
PT= Es la ponderación total o número total de pruebas aplicadas, en función del cuestionario diseñado y de las operaciones iniciales evaluadas

4.2 Aplicación de Indicadores de Gestión como herramientas de medición.

Toda empresa debe aplicar indicadores, para tener una visión clara y ayuden a medir de manera más clara los resultados obtenidos en el curso de las operaciones, el mundo competitivo en el que ahora vivimos, nos motiva a buscar el crecimiento y aceptación en el mercado.

Para los cual se aplica un tablero, que ayudan a medir la situación de la empresa, para poder tomar medidas correctivas.

Tabla No. 15 Análisis de los principales Indicadores Financieros y de Gestión

TABLERO DE INDICADORES 2017		
RENTABILIDAD	Resultado del Ejercicio/ Patrimonio	3,94%
ROTACION DE INVENTARIOS	Coste mercancías vendidas/Promedio inventarios	2,78%
EFICIENCIA	(Resultado alcanzado/costo real)*Tiempo invertido)/((Resultado previsto/costo previsto) *Tiempo previsto)	1,78%
EFICACIA	(Resultado alcanzado*100)/(Resultado previsto)	3%
EFECTIVIDAD	Puntaje de eficiencia + Puntaje de eficacia)/2)/(Máximo puntaje	0,03%

Elaborado por: RONQUILLO Marlene. (2018)
Fuente: Pladimport Constructora Cía. Ltda.

4.2.1 Análisis

4.2.2 Rentabilidad

La empresa Pladimport presenta 3.94% de rentabilidad en el año 2017, claramente se define que la capacidad de generar beneficios de la empresa es muy bajo, debido a que no se toman en cuenta factores de éxito que han alcanzado otras empresas del mismo sector, como lo es Megkons S.A que el mismo año obtiene el 17% de rentabilidad.

4.2.3 Rotación de Inventarios

El inventario de la empresa se ha renovado dos veces por año, dando a conocer que los productos que se están distribuyendo tienen poca acogida para los clientes, se deben implementar políticas que ayuden mejorar la rotación de inventarios, para así maximizar los recursos disponibles.

4.2.4 Eficiencia

La eficiencia obtenida en la comercialización de los productos alcanza el 1.78% dando a conocer como ineficiente, es decir que no potencializa las características del producto que oferta.

4.2.5 Eficacia

El grado de cumplimiento de las metas trazadas para Pladimport se enmarca en el rango de 3 que equivale al 71.68% de lo propuesto, la empresa debe adoptar medidas que ayuden a incrementar la eficacia en las acciones de la misma.

4.2.6 Efectividad

El porcentaje alcanzado es de 0.03%, refleja una información clara para poder reajustar los parámetros en las actividades relacionadas con la comercialización de los productos,

podemos determinar que necesita tomar medidas correctivas, para escalar posiciones dentro del sector ferretero.

4.3 Análisis de Ventas

Tabla No. 16 Evolución de Ventas

EVOLUCION DE VENTAS				
PLADIMPORT				
VENTAS ANUALES	2014	2015	2016	2017
TOTAL	$ 44.766,06	$ 35.058,64	$ 31.392,36	$ 40.692,68

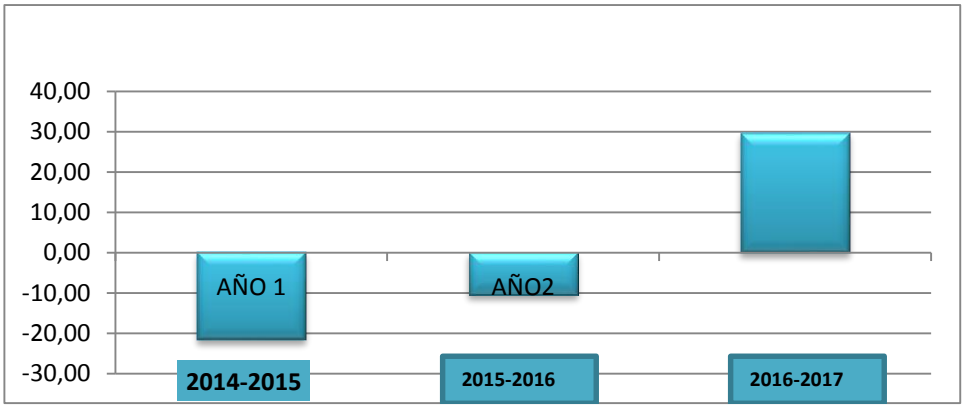
Elaborado por: RONQUILLO Marlene. (2018)
Fuente: Pladimport Constructora Cía. Ltda.

Tabla No. 17 Evolución de Ventas

AÑO 1	AÑO2	VARIACION
2014	2015	-21,68
2015	2016	-10,46
2016	2017	29,63

Elaborado por: RONQUILLO Marlene. (2018)
Fuente: Pladimport Constructora Cía. Ltda.

Gráfico No. 7 Evolución de las Ventas



Elaborado por: RONQUILLO Marlene. (2018)
Fuente: Pladimport Constructora Cía. Ltda.

Se observa que las ventas del año 2014 al 2015 presenta una disminución del 21.68% debido a las salvaguardas a las importaciones entre 5% al 45% que el país implemento, provocando que la economía en el sector ferretero tenga un impacto negativo.

En el año 2016 presenta un decremento del 10.46% como consecuencia de lo antes mencionado, y tomando en cuenta que la empresa mantiene una gran cantidad de inventario que tiene poca rotación.

El no identificar los factores de éxito y fracaso en la empresa, influye y refleja en las ganancias operacionales, debido a que no se toman medidas preventivas y correctivas para mejorar los niveles de ventas.

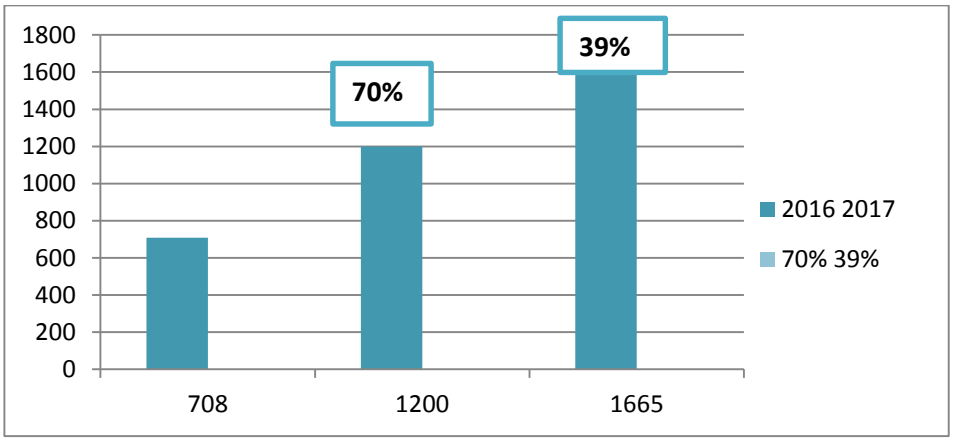
4.3.1 Análisis al Cliente

Tabla No. 18 Incremento de Clientes

INCREMENTOS DE CLIENTES		
2015	708	
2016	1200	70%
2017	1665	39%

Elaborado por: RONQUILLO Marlene. (2018)
Fuente: Pladimport Constructora Cía. Ltda.

Gráfico No. 8 Evolución de las Ventas



Elaborado por: RONQUILLO Marlene. (2018)
Fuente: Pladimport Constructora Cía. Ltda.

En el año 2015 la empresa contaba con 708 clientes, para el año 2016 incrementa el 70% y para el año 2017 asciende en 39% dando un total de 1665. . El número reflejado muestra que la atención recibida por parte de la empresa es buena, sin embargo no refleja esto es el porcentaje de ganancias, como se demuestra a continuación.

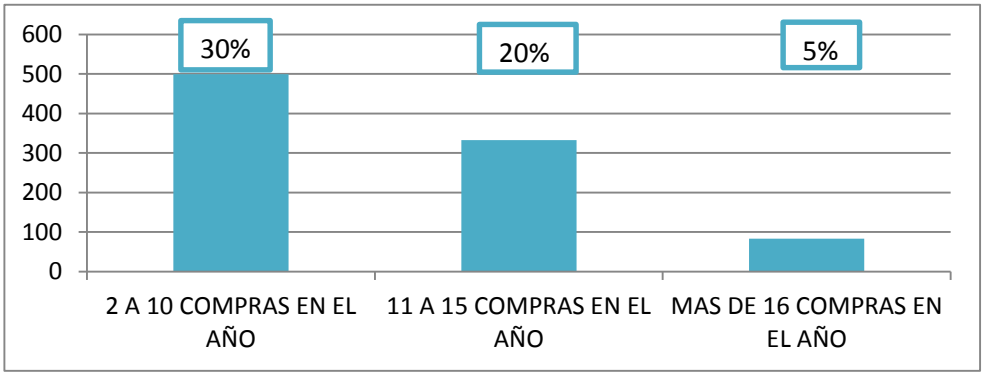
4.3.2 Fidelización de Clientes

Tabla No. 19 Fidelización de Clientes

FIDELIZACIÓN DE CLIENTES		
FRECUENCIA	**CLIENTES**	**VALOR PORCENTUAL**
2 A 10 COMPRAS EN EL AÑO	500	30%
11 A 15 COMPRAS EN EL AÑO	333	20%
MAS DE 16 COMPRAS EN EL AÑO	83	5%

Elaborado por: RONQUILLO Marlene. (2018)
Fuente: Pladimport Constructora Cía. Ltda.

Gráfico No. 9 Evolución de las Ventas



Elaborado por: RONQUILLO Marlene. (2018)
Fuente: Pladimport Constructora Cía. Ltda.

La fidelización de clientes es un tema muy difícil de tratar en el sector ferretero, debido a que esto, no depende solo de costos en el producto que ofrece, sino también de su ubicación; dentro del análisis realizado se determinó que los clientes que más número de compras tienen en el año representan el 5%, entre estos clientes están mueblerías, construcciones y carpinterías carpinterías que están cerca a la empresa.

4.4 Narración del Caso.

La empresa Pladimport Constructora Cía. Ltda**.**, se encuentra ubicada en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua, sector la Presidencial en la Av. Víctor Hugo y Ernesto Albán, dedicada a la comercialización y distribución de materiales eléctricos y ferreteros.

Se realizó un análisis de los factores de éxito y fracaso que influyen en las ganancias operacionales de la empresa, comparadas con seis empresas del mismo sector, tomadas en cuenta por sus activos, pasivos y nivel de rentabilidad, donde se pudo evidenciar que la empresa no cuenta con una adecuada asesoría contable, administrativa y financiera, al momento de planificar, implementar y ejecutar políticas, objetivos y metas, tanto para la parte comercial como contable.

Dentro de los factores que llevan al éxito a dichas empresa, están: Claridad de objetivos, Conocimiento del negocio, Diferenciación, Orientación al mercado y Planificación, estas estrategias han permitido potencializar sus productos; factores que en Pladimport no se ha encontrado al momento de realizar el análisis, dando como consecuencia una dificultad para comercializar sus items, y obtener una posición en el mercado.

Por medio del check list realizado se evidencio que:

Mantiene productos de poca rotación en el inventario, que no cumplen las expectativas del consumidor, provocando una disminución en los ingresos de Pladimport Constructora Cía. Ltda.

Día a día aparecen nuevas tendencias en los productos, la empresa debe tener en cuenta y adaptarse a los cambios que se presentan, ya que este es el motor fundamental del negocio, el que llegará al consumidor para satisfacer sus necesidades y esta se convertirá en una estrategia positiva que atraerá más compradores, si este no cumple con las exigencias del cliente, no obtendrá un retorno positivo de la inversión.

En cuanto a las ganancias operacionales de la empresa, es importante recalcar que se debe a la aceptación de los clientes al producto, de acuerdo a la aplicación del check list de esta variable se determinó que no se pone énfasis en maximizar el nivel de ventas

para así obtener mayores ganancias, porque sus productos tiene poca acogida, no se busca la satisfacción del cliente, y no se crean estrategias de comercialización basadas en los factores de éxito que tiene otras empresas para alcanzar un alto nivel en sus ventas.

En el análisis preliminar de la empresa se pudo determinar que la empresa no cuenta con un tablero de indicadores, que le permita medir y evaluar a la misma, antes de la toma de decisiones.

Una vez determinado los indicadores de gestión se puede acotar que la **Rentabilidad** de Pladimport es de 3.94% comparado con la rentabilidad de años anteriores y con las empresas antes analizadas, que mantiene su rentabilidad entre 10% y 13%; es bajo; lo que denota que la gestión empresarial es débil, poniendo en riesgo el retorno de la inversión, la empresa no genera perdida, pero no permite obtener una ganancia más rentable.

Por otro lado la rotación de inventarios es de 2.78% es decir que el inventario se convierte en dinero 2 veces por año, demostrando que no se está realizando un trabajo eficiente para incrementar el nivel de ganancias de la empresa.

Otros factores importantes de medición son la **Eficacia, Eficiencia y Efectividad**, donde se obtuvo 3% , 1.78% y el 0.03 respectivamente, valores que se son muy inferiores a los que debería alcanzar, porque la empresa no se enmarca en la operacionalización, es decir el planteamiento de metas, estrategias y todo lo que sume a los factores que llevan al éxito.

Es importante para toda empresa el estimar los indicadores, ya que ellos son una herramienta de vital importancia para detectar el estado de una organización, aclarar la situación real y poder tomar decisiones correctas que ayudaran alcanzar éxito empresarial.

En el análisis de ventas realizado se demostró que en el año 2015 la empresa tiene una disminución en las ventas, debido a las salvaguardias implementadas en el país, las

mismas que afectaron significativamente al sector ferretero, ya que los artículos de expendio son importados, al subir el arancel provocó la caída de mucho negocias a nivel nacional, las empresas cerraron y se perdió la inversión en el país.

Por otro lado se analizó al cliente, tanto su crecimiento como su fidelidad, llegando a determinar que la empresa tiene un incremento en el 2016 del 70% en el número de clientes; en el 2017 un incremento de 39%; del total de clientes solo el 5% ha realizado más de 15 compras anuales, debido a que son clientes que mantienen sus talleres, negocios y construcciones cerca de la empresa. Dando a notar que es muy difícil para el sector ferretero lograr mayor fidelización de los clientes, el mercado es competitivo, los costos son similares, producto se encuentra en cualquier ferretería, razón por la que se debe implementar un adicional para que los clientes los prefieran.

Los Factores de Éxito y Fracaso son muy importantes para que una entidad pueda lograr el desarrollo y crecimiento, ya que con ellos se podrán tomar medidas más acertadas para contribuir al desarrollo empresarial y así alcanzar el posicionamiento y reconocimiento en el mercado, que es todo lo que las empresas anhelan.

Si la empresa pusiera en marcha los factores de éxito y tomara en cuenta los factores de fracaso, podría mejorar sus ganancias operacionales, como las otras empresas del sector.

Durante la elaboración del presente análisis de caso, que fue realizada en la empresa Pladimport Constructora Cía. Ltda**.**, no se presentó ninguna dificultad para la recolección de información, el desarrollo de esta investigación se logró gracias a la colaboración y disposición del Gerente, Contador y del resto del personal de la empresa en cada una de las visitas a la entidad.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Según el objetivo 1: Identificar los factores de éxito y fracaso que intervienen actualmente en las ganancias operacionales de la empresa.

- Se aplicó un Check List basado en los factores de éxito y fracaso para las ganancias operacionales, en el que se pudo concluir que se debe potencializar el producto y establecer estrategias para alcanzar el éxito deseado.

Según el objetivo 2: Analiza a través de indicadores de gestión, la rotación de inventarios, los niveles de rentabilidad, eficacia, eficiencia, y efectividad, para determinar el estado de la empresa.

- De acuerdo a la utilización de índices de gestión como herramientas de medición, la empresa presenta una rentabilidad de 3.94% que es baja en comparación a otras empresas del sector; demostrando que la capacidad de generar el retorno de la inversión es muy baja, y esto se debe a que no se toman en cuenta los factores de éxito y fracaso, para hacer frente a los cambios que se presenten.

Según el objetivo 3: Establecer conclusiones y Recomendaciones.

Luego de hacer los análisis necesarios se llega a la conclusión que se debe determinar los factores que llevan al éxito y fracaso y la influencia que estos tienen en las ganancias operacionales en la empresa, para implementar medidas correctivas y preventivas, que ayudaran a mejorar su gestión administrativa, financiera y contable, permitiendo así obtener una mejor rentabilidad.

5.2 Recomendaciones

- La empresa debe evaluar los factores de éxito y fracaso basados en las ganancias operacionales, para establecer estrategias que permitan alcanzar posición en el mercado.

- Se debe evaluar a la empresa con la utilización de herramientas de medición como lo son los indicadores de gestión, que permiten conocer la situación real, permitiendo el cumplimiento de metas y objetivos para así mejorar las ganancias operacionales y la toma de decisión.

- Es necesario potencializar las ganancias de Pladimport Cía. Ltda. mediante la identificación de los factores de éxito y fracaso, ya que estos ayudaran contar con estrategias que para incrementar las ganancias operacionales.

Bibliografía

(s.f.).

Acevedo, R., Rueda, J., & Rueda, N. (2014). Contabilidad gerencial y toma de decisiones emergentes en la Universidad Politécnica Territorial Andrés Eloy Blanco de Barquisimento. *Vision Gerencial* , 7-26.

Alcarria, J. (2009). *Contabilidad Financiera.*

Andes. (07 de Diciembre de 2017). *Andes*. Obtenido de Ecuador estima crecimiento del PIB del 1,5% para 2017: https://www.andes.info.ec/es/noticias/economia/1/ecuador-estima-crecimiento-del-pib-del-1-5-para-2017

Ardaya, G., & Custode, L. (1994). *Racionalidades democráticas en la construcción* (Primera ed.). La Paz, Bolivia: ILDIS.

ARIAS, F. G. (2012). EL PROYECTO DE INVESTIGACION . En F. G. ARIAS, *EL PROYECTO DE INVESTIGACION Introducción a la metodología científica.* Caracas - República Bolivariana de Venezuela: EPISTEME, C.A.

Arteaga, M. E., & Virginia, L. (2009). Empresas Dinamicas en Ecuador: Factores de Exito y Competencias de sus Fundadores. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion* , 1-19.

Arteaga, M., & Lasio, V. (2009). Empresas dinàmicas en Ecuador Factores de èxito y competencias de sus fundadores. *Latinoamericana de Administracion*, 1-19.

Arteaga, M., & Lasio, V. (2009). Empresas dinámicas en Ecuador: factores de éxito y competencias de sus fundadores. *Revista Latinoamericana de Administración*(42), 1-19.

Bermejo, R. J., & López, E. M. (2014). La innovación continua en el éxito empresarial. En R. J. Bermejo, & E. M. López. Madrid.

Carlos, L. (11 de 04 de 2012). *Los factores claves del éxito*. Recuperado el 03 de 10 de 2018, de https://www.gestiopolis.com/factores-claves-exito/

Carreño, F. (1 de Julio de 2013). *Metodológia del Trabajo* . Obtenido de http://mtu-pnp.blogspot.com/2013/07/la-investigacion-bibliografica.html

Chauvin Silvia. (2017). *Mujeres de Empresa*. Recuperado el 02 de 10 de 2018, de http://www.mujeresdeempresa.com/factores-de-exito-y-de-fracaso-de-una-idea-de-negocio/

Colmenares, G., & Leopoldo, E. (2008). Factores críticos de éxito para implantar sistemas empresariales en pequeñas y medianas empresas en Venezuela.

Constructor. (8 de Marzo de 2018). Obtenido de http://www.mundoconstructor.com.ec/index.php/noticias/826-zoom-al-sector-de-la-construcci%C3%B3n-en-el-2016

Córdova, P. M. (2014). *Análisis Financiero.* Bogotá: Andrea Sierra.

Correa, F. (2009). Administración. En F. Correa, *Administración* (pág. 28).

Costructor, M. (30 de Marzo de 2017). *Panorama del sector de la construcción en el 2017*. Obtenido de http://www.mundoconstructor.com.ec/noticias/846-panorama-del-sector-de-la-construcción-en-el-2017.html

Costruye, Revista Peru. (23 de Febrero de 2015). *Revista Peru Costruye*. Obtenido de Revista Peru Costruye: http://www.peruconstruye.net/peru-y-ecuador-se-ubican-en-el-septimo-y-octavo-puesto-en-sector-construccion-en-latinoamerica/

Davi, U., David, U. P., & Toledano Garrido Nuria. (2008). *Invitación al emprendimiento* (Vol. Volume 118 of Economía y empresa). Barcelona, 8497887751, 9788497887755, España: Editorial UOC, 2008.

Diario La Hora. (17 de Mayo de 2013). *La Hora*. Obtenido de La Hora: https://lahora.com.ec/noticia/1101507993/una-distribuidora-completa

Díaz Martínez Zuleyka. (2000). *Predicción de crisis empresariales en seguros no vida mediante árboles de decisión y reglas de clasificación.* Madrid, España: Editorial Complutense, 2000.

Economipedia. (2015). *Haciendo Facil la Ecónomia*. Recuperado el 03 de 10 de 2018, de http://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html

Escuela Europea de Management. (8 de Julio de 2016). *Qué es gestión empresarial y cuáles son sus funciones*. Recuperado el 4 de Junio de 2018, de Qué es gestión empresarial y cuáles son sus funciones: http://www.escuelamanagement.eu/direccion-general-2/que-es-gestion-empresarial-y-cuales-son-sus-funciones

Espinosa, R. (16 de Enero de 2015). Recuperado el 29 de Junio de 2018, de http://robertoespinosa.es/2015/01/16/estrategias-de-marketing-concepto-tipos/

Figueroa, C. R., & Lopéz, P. M. (2004). Como determinar su riesgo empresarial. *Escuela de Administracion de Negocio* , 69-75.

Fontalvo, H. T., Mendoza, M. A., & Morelos, G. J. (2011). Evaluación del impacto de los sistemas de gestión de la calidad en la liquidez y rentabilidad de las empresas la Zona Industrial de Mamonal. *Universidad Católica del Norte*, 314-341.

Garamendi, L. R. (2011). LOS FUNDAMENTOS DEL ÉXITO DE LAS EMPRESAS FAMILIARES EN EL PERU. *Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas*, 28.

Gerencie.com. (1 de Mayo de 2018). Recuperado el 29 de Junio de 2018, de https://www.gerencie.com/utilidad-operacional.html

GestioPolis. (14 de 09 de 2002). *GestioPolis*. Recuperado el 02 de 10 de 2018, de https://www.gestiopolis.com/que-es-contabilidad-financiera/

González, P. A., Correa, R. A., & Acosta, M. M. (2002). Factores determinantes de la rentabilidad financiera de las pymes. *Española de Financiacíon y Contabilidad*, 395-429.

Guia Laboral Gerencie.Com. (01 de 05 de 2018). *Gerencie.com*. Recuperado el 02 de 10 de 2018, de https://www.gerencie.com/utilidad-operacional.html

Gutierréz, R. J. (2009). Factores que intervien en el éxito empresarial. En R. J. Gutierréz. Apuntes.

Hernández, P. G. (2011). La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías, administrativas científica, funcional, burocrática y de relaciónes humanas. 38-51.

Hinostroza, L. R. (2011). LOS FUNDAMENTOS DEL ÉXITO DE LAS EMPRESAS FAMILIARES EN EL PERU. *Investigación de la Facultad. de Ciencias Administrativas UNMSM*, 28.

Internet. (2018). *Ejemplode. com*. Recuperado el Jueves de Junio de 2018, de http://www.ejemplode.com/58-administracion/3373-caracteristicas_de_la_administracion.html

La, H. (22 de Febrero de 2016). *Tungurahua entre las provincias que mas empresas concentran*. Obtenido de https://lahora.com.ec/noticia/1101917714/tungurahua-entre-las-provincias--que-mc3a1s-empresas-concentran-

Lajara, B., García, F., & Quer, D. (2003). Factores de éxito y fracaso de la cooperación entre empresas: un enfoque organizativo y estratégico. *Departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Alicante*, 14-169.

Lopez Carlos. (11 de 04 de 2012). *Los factores claves de éxito*. Recuperado el 02 de 10 de 2018, de https://www.gestiopolis.com/factores-claves-exito/

March, I., & Mora, R. (2007). Creación de empresas de base tecnológica factores de éxito y fracaso. *Contabilidad y Dirección*, 97-120.

María Eumelia Galeano M. (2004). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa.* Fondo Universitario Profit.

Ministerio, Comercio, Exterior e Inversiones. (2015). *Ministerio, Comercio, Exterior e Inversiones*. Obtenido de Ministerio, Comercio, Exterior e Inversiones: http://www.comercioexterior.gob.ec/ecuador-aplica-salvaguardia-cambiaria-en-favor-de-la-economia-nacional/

Ministerio, Comercio, Exterior e Inversiones. (29 de Mayo de 2015). *Ministerio, Comercio, Exterior e Inversiones*. Obtenido de Ministerio, Comercio, Exterior e Inversiones: http://www.comercioexterior.gob.ec/ecuador-aplica-salvaguardia-cambiaria-en-favor-de-la-economia-nacional/

Montaño, A., & Pintado , D. (2008). *Sistema de contabilidad comercial para la empresa.* Zamora: UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA.

Neil Salkid. (1999). *METODOS DE INVESTIGACION*.

Pinta, A. P. (10 de Diciembre de 2012). *Analisis y Redaccion Economica*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoconomia/info10.pdf

Rakia. (29 de 04 de 2015). Recuperado el 02 de 10 de 2018, de https://www.rankia.mx/blog/analisis-ipc/2766281-que-utilidad-neta-bruta-operacional

Ramiréz, H. B. (2006). Indicadores Financieros. En H. B. Ramiréz, *Indicadores Financieros* (págs. 26-105). Mexico: Umbral S.A.

Retolaza Á, J. L., Ruiz R, M., & Andrés, A. d. (2007). Factores estratégicos de éxito de las empresas de inserción. *CIRIEC*, 1-61.

Retolaza, J., Ruiz, M., & Araujo, A. (2007). Factores estratégicos de éxito de las empresas de inserción. *Centre International de Recherches et d'Information sur l'Economie Publique, Sociale et Coopérative*, 61-89.

Robbins, S., & Coulter, M. (2005). Administración . En S. Robbins, & M. Coulter, *Administración* (pág. 640). Mexico.

Romero, E. F. (2013). Alcances y limitaciones de los modelos de capacidad predictiva el analisis del fracaso empresarial . 1-27.

Rosales, B. H. (2009). Factores claves del éxito. En B. H. Rosales.

Roumeliotis, G. (3 de Marzo de 2011). *Reuters*. Obtenido de https://lta.reuters.com/article/businessNews/idLTASIE7220JK20110303

Rubio, A., & Aragon, A. (2002). Factores explicativos del éxito competitivo. Un estudio empírico en la pyme. *Cuadernos de Gestión, 2*, 1-63.

Sy Corvo Teofilo. (2018). *ifeder.com*. Recuperado el 02 de 10 de 2018, de https://www.lifeder.com/author/teofilo-sy/

Trujillo, C. D., Espino, E., & Barrientos, M. (2009). Administración por objertivos. En C. D. Trujillo, E. Espino, & M. Barrientos, *Administración por objertivos* (págs. 1-24).

Universo, E. (23 de Febrero de 2015). *Ecuador Movio $8.029 millones en Construcion Segun Gremio Latinoamericano*. Obtenido de https://www.eluniverso.com/noticias/2015/02/23/nota/4582091/ecuador-movio-8029-millones-construccion-segun-gremio

Urbano, D., & David Urbano Pulido & Nuria Toledano Garrido. (2008). *Invitación al emprendimiento.* Barcelona , España: Editorial UOC, 2008 - 202 pages.

ANEXOS

RUC DE LA EMPRESA PLADIMPORT

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES

NUMERO RUC: 1891748589001

RAZON SOCIAL: PLADIMPORT CONSTRUCTORA CIA. LTDA.

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS

REPRESENTANTE LEGAL: TIVIANO POAQUIZA GERMAN PATRICIO

CONTADOR: SORIA LOPEZ CARLA MAROLA

FEC. INICIO ACTIVIDADES:	13/09/2012	**FEC. CONSTITUCION:**	30/05/2012
FEC. INSCRIPCION:	13/09/2012	**FECHA DE ACTUALIZACIÓN:**	10/07/2014

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MATERIAL ELECTRICO

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: HUACHI CHICO Calle: AV. VICTOR HUGO Número: S/N Intersección: ERNESTO ALBAN Referencia ubicación: A TRES CUADRAS DEL MALL DE LOS ANDES Celular: 0984649932 Email: pladimport@live.com

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- ANEXO ACCIONISTAS, PARTÍCIPES, SOCIOS, MIEMBROS DEL DIRECTORIO Y ADMINISTRADORES
- ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA_SOCIEDADES
- DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 001	**ABIERTOS:**	1
JURISDICCION:	\ REGIONAL CENTRO I\ TUNGURAHUA	**CERRADOS:**	0

Se verificó que los documentos de identidad y certificado de votación originales presentados, pertenecen al contribuyente

10 JUL 2014

Firma del Servidor Responsable

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: MAVS011006 **Lugar de emisión:** AMBATO/BOLIVAR 1560 **Fecha y hora:** 10/07/2014 10:58:10

Página 1 de 2

SRi.gob.ec

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES

NUMERO RUC: 1891748589001

RAZON SOCIAL: PLADIMPORT CONSTRUCTORA CIA. LTDA.

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001 **ESTADO** ABIERTO MATRIZ **FEC. INICIO ACT.** 30/05/2012

NOMBRE COMERCIAL: **FEC. CIERRE:**

FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ARTICULOS DE FERRETERIA
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MATERIAL ELECTRICO
INSTALACION, MANTENIMIENTO Y REPARACION DE SISTEMAS ELECTRICOS PARA EDIFICIOS Y OBRAS DE CONSTRUCCION

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: HUACHI CHICO Calle: AV. VICTOR HUGO Número: S/N Intersección: ERNESTO ALBAN Referencia: A TRES CUADRAS DEL MALL DE LOS ANDES Celular: 0984649932 Email: pladimport@live.com

SRI Se verificó que los documentos de identidad y certificado de votación originales presentados, pertenecen al contribuyente.

10 JUL 2014

Firma del funcionario responsable

Usuario MAVS011008

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: MAVS011008 **Lugar de emisión:** AMBATO/BOLIVAR 1560 **Fecha y hora:** 10/07/2014 10:58:00

SRi.gob.ec