



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**MODELO DE GESTIÓN FINANCIERA PARA MEJORAR LA
RENTABILIDAD DE LA DISTRIBUIDORA COMERCIAL
BASTIDAS VILLACIS BASVIMART CIA. LTDA. EN LA CIUDAD
DE RIOBAMBA.**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTORA: JOHANA ROSA PAREDES NANCHI

DIRECTOR: ING. ÁNGEL EDUARDO RODRÍGUEZ SOLARTE

Riobamba – Ecuador

2022

©2022, Johana Rosa Paredes Nanchi

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, JOHANA ROSA PAREDES NANCHI, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.




Riobamba, 14 de marzo de 2022.



Johana Rosa Paredes Nanchi
C.C: 060535070-1

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto de Investigación, **MODELO DE GESTIÓN FINANCIERA PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS VILLACIS BASVIMART CIA. LTDA. EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA.**, realizado por la señorita: **JOHANA ROSA PAREDES NANCHI**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 Firmado digitalmente por: JOSE GABRIEL PILAGUANO MENDOZA	2022-03-14
Ing. Ángel Eduardo Rodríguez Solarte DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	 Firmado digitalmente por: ANGEL EDUARDO RODRIGUEZ SOLARTE	2022-03-14
Ing. Pedro Pablo Bravo Molina MIEMBRO TRIBUNAL	 Firmado digitalmente por: PEDRO PABLO BRAVO MOLINA	2022-03-14

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación dedico principalmente a Dios por sostenerme, ser mi apoyo, mi amigo y Padre incondicional en mi vida, quien ha guiado cada uno de mis pasos con sabiduría, amor y paciencia que me ayudaron a formar como la persona que soy. A mi Madre quien ha sido un apoyo incondicional siendo mi fortaleza, mi roca, mi confidente en momentos de más aflicción, convirtiéndome en una mujer fuerte y sabia a mi Padre quien a pesar de no ser mi padre biológico el me cuido como un padre debe hacerlo teniéndome paciencia, amor, aconsejándome y no dejando que me derrumbe, pues ellos han sido mi inspiración de superación. A mi hijo Mateo, gracias por llegar a mi vida, me hizo entender que la vida es tan maravillosa y dichosa, su alegría, su inocencia me devolvió la vida.

Johana

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por ser nunca rendirse conmigo, por su infinito amor, por ser la calma en momentos de tempestad.

Agradezco a mis Padres por darme la educación, paciencia, amor, valores y principios de enseñarme a trabajar y de ver cada obstáculo como una oportunidad, ser perseverante y fuerte. A mis hermanos ya que esta meta cumplida también se las debo a ellos por no dejarme derrumbar ni agachar la cabeza ante los problemas. Agradezco a mi Hijo Mateo por darme todos los días una sonrisa y mucho amor, gracias por ser mi vida. Agradezco al Ing. Eduardo Rodríguez y al Ing. Pedro Bravo por ser persistentes en que termine este trabajo, por compartirme su conocimiento, sabiduría y por la confianza, dedicación. Agradezco a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por sus instalaciones en donde recibí los conocimientos necesarios para ejercer en la vida profesional.

Johana

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
RESUMEN.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. MARCO DE REFERENCIA.....	6
1.1. Marco teórico	6
1.1.1. Gestión.....	6
1.1.1.1. Importancia de la gestión.....	6
1.1.1.2. Etapas de gestión.....	6
1.1.2. Gestión del circulante	6
1.1.2.1. Objetivo de la gestión circulante.....	6
1.1.2.2. Gestión circulante de largo plazo.....	7
1.1.3. Gestión financiera	7
1.1.3.1. Importancia de la gestión financiera.....	8
1.1.3.2. Objetivos de la gestión financiera.....	8
1.1.3.3. Materias que se relacionan con la gestión financiera.....	8
1.1.4. Modelo de gestión	8
1.1.4.1. Factores que influyen al modelo de gestión	9
1.1.5. Decisiones financieras	9
1.1.6. Administración financiera.....	10
1.1.6.1. Función de la administración financiera	10
1.1.6.2. Función de administración del capital de trabajo.....	10
1.1.6.3. Función de inversión	10
1.1.6.4. Función de Financiamiento.....	10
1.1.6.5. Función de evaluación de proyectos de inversión.....	11
1.1.6.6. Importancia de la administración financiera.....	11
1.1.7. Análisis financiero	11

1.1.7.1.	<i>Función de diagnóstico financiero</i>	11
1.1.7.2.	<i>Objetivo del análisis financiero</i>	11
1.1.8.	<i>Estados financieros</i>	11
1.1.8.1.	<i>Partes de un estado financiero</i>	12
1.1.8.2.	<i>Importancia de los estados financieros</i>	12
1.1.8.3.	<i>Clasificación de los estados financieros</i>	12
1.1.8.4.	<i>Análisis vertical</i>	13
1.1.8.5.	<i>Análisis horizontal</i>	13
1.1.9.	<i>Ratios financieros</i>	13
1.1.10.	<i>Similitud y diferencia entre costo y gasto</i>	18
1.1.11.	<i>Principios económicos-financieros</i>	19
1.1.12.	<i>Políticas que influyen en el giro del negocio</i>	19
1.1.13.	<i>Función de los inventarios</i>	20
1.1.14.	<i>Rentabilidad</i>	21
1.1.14.1.	<i>Rentabilidad financiera</i>	21
1.1.14.2.	<i>Para aumentar la rentabilidad se debe</i>	21
1.1.14.3.	<i>Otros indicadores de rentabilidad</i>	21
1.1.14.4.	<i>Tipos de rentabilidad</i>	22
1.1.15.	<i>Riesgo</i>	23
1.1.16.	<i>FODA</i>	23
1.1.17.	<i>Matriz de evaluación MEFE</i>	24
1.1.18.	<i>Matriz evaluación MEFI</i>	24
1.2.	Marco conceptual	25

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	29
2.1.	Enfoque de la investigación	29
2.2.	Nivel de investigación	29
2.2.1.	<i>Investigación de campo</i>	29
2.3.	Diseño de investigación	29
2.3.1.	<i>Diseño no experimental</i>	29
2.4.	Tipo de estudio	30
2.5.	Población y muestra	30
2.5.1.	<i>Población</i>	30
2.5.2.	<i>Muestra</i>	30

2.6.	Método, técnicas e instrumento	31
2.6.1.	<i>Técnicas</i>	31
2.7.	Interrogante de estudio	31
2.7.1.	<i>Variable independiente</i>	31
2.7.2.	<i>Variable dependiente</i>	31
2.8.	Idea a defender	31

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	32
3.1.	Resultados	32
3.1.1.	<i>Resultado de la entrevista</i>	32
3.1.2.	<i>Encuesta al personal administrativo</i>	34
3.1.3.	<i>Encuesta clientes</i>	43
3.2.	Discusión de resultados	53
3.2.1.	<i>Verificación de la idea a defender</i>	53
3.2.2.	<i>Planteamiento de la idea a defender</i>	53
3.2.3.	<i>Variables de la idea defender</i>	53
3.2.4.	<i>Estimador estadístico</i>	53
3.2.5.	<i>Nivel de significación y reglas de decisión</i>	54
3.2.6.	<i>Cálculo de chi cuadrado X²</i>	54
3.2.7.	<i>Decisión</i>	55
3.3.	Propuesta	55
3.3.1.	<i>Objetivos de la propuesta</i>	55
3.4.	Generalidades del modelo de gestión financiera propuesto	55
3.4.1.	<i>Introducción</i>	55
3.4.2.	<i>Alcance de modelo de gestión financiera</i>	56
3.4.3.	<i>Beneficiarios</i>	56
3.4.4.	<i>Tiempo de ejecución</i>	56
3.4.5.	<i>Equipo técnico responsable</i>	56
3.4.6.	<i>Estructura del modelo propuesto</i>	57
3.5.	Información de la empresa	57
3.5.1.	<i>Reseña histórica</i>	57
3.5.2.	<i>Base legal</i>	58
3.5.2.	<i>Actividad económica</i>	58
3.5.3.	<i>Almacenes</i>	59

3.5.4.	<i>Logotipo</i>	59
3.2.3	<i>Localización</i>	59
3.2.4	<i>Manual de funciones propuesto</i>	60
3.6.	Evaluación financiera	71
3.6.1.	<i>Análisis vertical de balance general</i>	71
3.6.1.1.	<i>Interpretación de las cuentas de activos</i>	72
3.6.1.2.	<i>Interpretación de las cuentas del pasivo</i>	72
3.6.1.3.	<i>Interpretación de las cuentas del patrimonio</i>	73
3.6.2.	<i>Análisis vertical del estado de resultados</i>	76
3.6.3.	<i>Interpretación de análisis vertical del estado de resultados</i>	78
3.6.4.	<i>Análisis horizontal del balance general</i>	73
3.6.4.1.	<i>Interpretación de las cuentas del activo</i>	75
3.6.4.2.	<i>Interpretación de la cuenta de pasivos</i>	75
3.6.4.3.	<i>Interpretación de la cuenta del patrimonio</i>	76
3.6.5.	<i>Análisis horizontal del estado de resultados</i>	79
3.6.5.1.	<i>Interpretación de análisis horizontal del estado de resultados</i>	81
3.6.6.	<i>Estructura económica – financiera</i>	83
3.6.7.	<i>Cálculo de las necesidades operativas de fondo</i>	83
3.6.8.	<i>Igualación de cuentas: ventas = costo de ventas</i>	84
3.6.9.	<i>Resultados ventas = costo de ventas</i>	84
3.6.10.	<i>Razones financieras</i>	85
3.6.11.	<i>Método Dupont</i>	96
3.6.12.	<i>Sistema DU-PONT</i>	97
3.7.	Análisis interno y externo	97
3.7.1.	<i>Filosofía empresarial</i>	97
3.7.2.	<i>Organigrama estructural de la empresa</i>	98
3.7.3.	<i>Valores institucionales</i>	99
3.7.4.	<i>Macro entorno</i>	99
3.7.5.	<i>Micro entorno</i>	100
3.7.6.	<i>Matriz FODA</i>	101
3.7.7.	<i>Matriz de evaluación de los factores externos</i>	101
3.7.8.	<i>Matriz de evaluación de los factores internos</i>	102
3.8.	Determinación de estrategias	103
3.8.1.	<i>Plan operativo anual</i>	104
3.8.2.	<i>Políticas propuestas</i>	108
3.8.3.	<i>Procesos propuestos</i>	112

3.8.3.1.	<i>Sistema de facturación.....</i>	112
3.8.3.2.	<i>Evaluación del personal por día laborado.....</i>	113
3.8.3.3.	<i>Implementación del modelo.....</i>	114
3.8.4.	<i>Proyecciones</i>	115
3.8.4.1.	<i>Ratios financieros proyectados.....</i>	118
CONCLUSIONES.....		132
RECOMENDACIONES.....		133
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-1:	Matriz MEFE	24
Tabla 2-1:	Matriz MEFI	24
Tabla 1-3:	Conoce la misión y visión de la empresa	34
Tabla 2-3:	Existe un modelo de gestión financiera	35
Tabla 3-3:	Cree que aplicar un modelo de gestión financiera mejorara la rentabilidad	36
Tabla 4-3:	Cada que tiempo realizan los análisis de los estados financieros	37
Tabla 5-3:	Su trabajo lo realiza a través de metas	38
Tabla 6-3:	Existe estrategias de ventas.....	39
Tabla 7-3:	Cuál cree usted que ha sido el factor clave de éxito de la empresa	40
Tabla 8-3:	Cuál de estos factores intervienen en las ventas	41
Tabla 9-3:	Usted conoce si las ventas han aumentado o disminuido en este último año	42
Tabla 10-3:	Por qué medio conoció a la Distribuidora Comercial Bastidas.....	43
Tabla 11-3:	Factor que influye en sus compras	44
Tabla 12-3:	Frecuencia con la que realiza sus compras en la empresa	45
Tabla 13-3:	Calificación de la atención al cliente	46
Tabla 14-3:	Al comparar los precios con otras empresas ¿Cómo los considera?.....	47
Tabla 15-3:	Cual considera usted que es la fortaleza de la empresa	48
Tabla 16-3:	Cual considera usted que es la debilidad de la empresa.....	49
Tabla 17-3:	Indique la satisfacción de la variedad de productos.....	50
Tabla 18-3:	Cual cree usted que ha sido el factor clave de éxito	51
Tabla 19-3:	Recomendaría a la Distribuidora Comercial Bastidas	52
Tabla 20-3:	Frecuencias Observadas.....	54
Tabla 21-3:	Frecuencias Esperadas	54
Tabla 22-3:	Calculo del Chi-cuadrado	54
Tabla 23-3:	Información básica de la empresa.....	58
Tabla 24-3:	Matriz y sucursales	59
Tabla 25-3:	Funciones de la junta general de accionistas	60
Tabla 26-3:	Gerente financiero.....	61
Tabla 27-3:	Departamento administrativo.....	62
Tabla 28-3:	Contabilidad.....	63
Tabla 29-3:	Finanzas	64
Tabla 30-3:	Recursos humanos	65
Tabla 31-3:	Departamento comercial	66

Tabla 32-3:	Jefe de producción	67
Tabla 33-3:	Bodega	68
Tabla 34-3:	Empacado.....	69
Tabla 35-3:	Despacho.....	70
Tabla 36-3:	Análisis vertical del balance general.....	71
Tabla 37-3:	Resumen del análisis vertical de los principios grupos del balance general	76
Tabla 38-3:	Análisis del estado de resultado	77
Tabla 39-3:	Análisis horizontal del balance general	73
Tabla 40-3:	Análisis horizontal del estado de resultados	80
Tabla 41-3:	Estructura económica - financiera.....	83
Tabla 42-3:	NOF	83
Tabla 43-3:	Financiamiento NOF 2019.....	83
Tabla 44-3:	Balance financiero	84
Tabla 45-3:	Igualación ventas - costo de ventas.....	84
Tabla 46-3:	Liquidez corriente	85
Tabla 47-3:	Prueba acida.....	85
Tabla 48-3:	Capital de trabajo	86
Tabla 49-3:	Endeudamiento del activo	86
Tabla 50-3:	Endeudamiento patrimonial	87
Tabla 51-3:	Endeudamiento del activo fijo	87
Tabla 52-3:	Apalancamiento	88
Tabla 53-3:	Rotación de cartera	88
Tabla 54-3:	Número de días cartera en mano.....	89
Tabla 55-3:	Rotación de inventarios.....	89
Tabla 56-3:	Número de días Inventario en mano	90
Tabla 57-3:	Ciclo operacional	90
Tabla 58-3:	Rotación de activos fijos	91
Tabla 59-3:	Rotación ventas.....	91
Tabla 60-3:	Periodo medio cobranza.....	92
Tabla 61-3:	Periodo medio de pago.....	92
Tabla 62-3:	Impacto gastos administrativo y ventas	93
Tabla 63-3:	Impacto de carga financiera	93
Tabla 64-3:	Rentabilidad neta del activo (ROA).....	94
Tabla 65-3:	Margen bruto.....	94
Tabla 66-3:	Margen operacional	95
Tabla 67-3:	Rentabilidad neta de ventas	95

Tabla 68-3:	Rentabilidad Patrimonio (ROE).....	96
Tabla 69-3:	Factores clave del macro entorno.....	99
Tabla 70-3:	Factores clave micro entorno	100
Tabla 71-3:	Análisis FODA.....	101
Tabla 72-3:	Matriz MEFE	101
Tabla 73-3:	Análisis MEFI.....	102
Tabla 74-3:	Estrategias DAFO	103
Tabla 75-3:	Planificación operativo anual.....	104
Tabla 76-3:	Políticas financieras	108
Tabla 77-3:	Proyección del estado de resultados tomando como base el año 2020 al 2025....	115
Tabla 78-3:	Proyección del balance general tomado como base del año 2020 al 2025	116
Tabla 79-3:	Liquidez corriente	118
Tabla 80-3:	Prueba ácida.....	118
Tabla 81-3:	Capital de trabajo	119
Tabla 82-3:	Endeudamiento del activo	120
Tabla 83-3:	Endeudamiento patrimonial	121
Tabla 84-3:	Endeudamiento del activo fijo	122
Tabla 85-3:	Apalancamiento	122
Tabla 86-3:	Gestión	123
Tabla 87-3:	Rotación de activo fijo	124
Tabla 88-3:	Rotación de ventas	124
Tabla 89-3:	Periodo medio de cobranza	125
Tabla 90-3:	Periodo medio de pago.....	126
Tabla 91-3:	Impactos de gastos administración de ventas	127
Tabla 92-3:	Impacto de la carga financiera	128
Tabla 93-3:	Rentabilidad neta del activo	129
Tabla 94-3:	Margen bruto.....	130
Tabla 95-3:	Margen operacional	130
Tabla 96-3:	Rentabilidad neta de ventas	131
Tabla 97-3:	Rentabilidad operacional del patrimonio	131

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1-3:** Logotipo de la distribuidora comercial Bastidas Basvimart Cía. Ltda. 59
- Figura 2-3:** Ubicación de la distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. 59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-1:	Factores que influyen en el modelo de gestión	9
Gráfico 2-1:	Decisiones financieras	9
Gráfico 1-3:	Conoce la misión y visión de la empresa	34
Gráfico 2-3:	Existe un modelo de gestión financiera.....	35
Gráfico 3-3:	Cree que aplicar un modelo de gestión financiera mejorara la rentabilidad.....	36
Gráfico 4-3:	Cada que tiempo realizan los analisis de los estados financieros.....	37
Gráfico 5-3:	Su trabajo lo realiza a través de metas.....	38
Gráfico 6-3:	Su trabajo lo realiza a través de metas.....	39
Gráfico 7-3:	Su trabajo lo realiza a través de metas.....	40
Gráfico 8-3:	Cuál de estos factores intervienen en las ventas.....	41
Gráfico 9-3:	Su trabajo lo realiza a través de metas.....	42
Gráfico 10-3:	Medio publicitario de comercial Bastidas Villacis Basvimart Cia. Ltda.....	43
Gráfico 11-3:	Que factor influye al realizar sus compras en la empresa	44
Gráfico 12-3:	Con qué frecuencia realizan sus compras en la empresa.....	45
Gráfico 14-3:	Con qué frecuencia realizan sus compras en la empresa.....	46
Gráfico 14-3:	Al comparar los precios con otras empresas ¿Cómo los considera?	47
Gráfico 15-3:	Al comparar los precios con otras empresas ¿Cómo los considera?	48
Gráfico 16-3:	Cual considera usted que es la debilidad de la empresa.....	49
Gráfico 17-3:	Indique la satisfacción que tiene usted en cuanto a variedades de productos que ofrece la empresa.	50
Gráfico 18-3:	Cual cree usted que ha sido el factor clave de éxito de la empresa.....	51
Gráfico 19-3:	Recomendación a la distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. a otras personas para que realicen sus compras.	52
Gráfico 20-3:	Estructura modelo de gestión financiera	57
Gráfico 21-3:	Organigrama estructural propuesto	98

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: RUC DE LA EMPRESA

RESUMEN

El objetivo de este estudio de investigación fue diseñar un Modelo de Gestión Financiera para mejorar la rentabilidad de la Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en la ciudad de Riobamba, pudiendo contribuir así a mejorar la rentabilidad de la empresa por medio de la gestión en ventas. La investigación se realizó mediante un estudio de mercado por medio de la aplicación de encuestas a la población de la ciudad de Riobamba. El enfoque de la investigación fue mixto, es decir cuantitativa y cualitativa, se analizaron factores cuantitativos en relación al estudio financiero el cual permitió identificar los problemas existentes, y aspectos cualitativos se analizó el perfil, el Manual de funciones entre otros. El nivel fue descriptivo y de campo, que contribuyó al diagnóstico situacional de la empresa utilizando el análisis FODA. Entre los principales resultados obtenidos está el estudio técnico de los recursos y el esquema de modelo de gestión financiera, el cual está compuesto del rediseño del mapa y flujograma de procesos, un manual de funciones para cada área, un Plan Operativo Anual y una propuesta de políticas financieras ejecutadas y las proyecciones demostradas en la aplicación y análisis de las mismas. Se concluyó así, que el aplicar las políticas propuestas se puede mejorar la rentabilidad de la Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda., por lo cual se recomienda hacer uso de esta investigación en una aplicación total para el área financiera de la empresa.

Palabras clave: <MODELO>, <GESTIÓN>, <RENTABILIDAD>, <EMPRESARIAL>, <MANUAL>, <OPERATO>, <POLITICAS>, <PROYECCIONES>, <FINANCIERAS>



09-06-2022
1148-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

The objective of this research study was to design a Financial Management Model to improve the profitability of the Comercial Distributor Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda headquartered in Riobamba city to contribute to improving the profitability of the company through sales management. The research was carried out through a market study through the application of surveys to the population in Riobamba city. The research approach was mixed, that is, quantitative and qualitative, quantitative factors were analyzed in relation to the financial study, which allowed identifying the existing problems, and qualitative aspects, the profile, the Functions Manual, among others, were analyzed. The level was descriptive and field, which contributed to the situational diagnosis of the company using the SWOT analysis. Among the main results obtained is the technical study of the resources and the financial management model scheme, which is made up of the redesign of the process map and flowchart, a manual of functions for each area, an Annual Operational Plan and a proposal forexecuted financial policies and the projections demonstrated in the application and analysis of the same. It was concluded that applying the proposed policies can improve the profitability of the Comercial Distributor Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda., for which it is recommended to make use of this research in a total application for the financial area of the company.

Keywords: <MODEL>, <MANAGEMENT>, <PROFITABILITY>, <BUSINESS>, <MANUAL>, <OPERATO>, <POLICIES>, < FINANCIAL PROJECTIONS>

LUIS
FERNANDO
BARRIGA FRAY

Firmado digitalmente
por LUIS FERNANDO
BARRIGA FRAY

Fecha: 2022.06.22
12:49:06 -05'00'

Luis Fernando Barriga Fray
0603010612

INTRODUCCIÓN

La gestión financiera en la actualidad se ha convertido en una de las herramientas estratégicas más utilizada dentro de las empresas, la cual busca tener como objetivo la administración, planeación y control de los recursos económicos y financieros para maximizar los beneficios a corto o largo plazo, garantizando el crecimiento de la organización y optar a la inversión de las utilidades, generando así la sostenibilidad de la entidad en el tiempo.

A nivel de provincia, las medianas empresas representan el 1.55% quienes cuentan con un modelo de gestión financiera, esta herramienta es el pilar del éxito de las entidades ya que les ayuda a estar más organizadas en el ámbito económico y financiero, con ello gestionar las inversiones a futuro (Araque, 2020).

Como resultado del Covid-19 muchas compañías han respaldado sus estrategias y han redimensionado sus estructuras y recursos, pero muy pocas han avanzado al siguiente paso que es rediseñar el modelo de gestión y desempeño empresarial.

Un modelo de gestión financiera nace como una alternativa moderna a las técnicas tradicionales usadas para comparar los resultados alcanzados con los resultados esperados. La idea es compartir los objetivos estratégicos de la empresa con sus colaboradores, a través de mecanismos con el fin de cumplir con sus responsabilidades, por ello es fundamental plantear los objetivos estratégicos, define objetivos y metas a nivel del área, proceso y empleados, además de ofrecer las facilidades (ej.: herramientas e información) para que puedan trabajar de manera eficiente y fomentar el análisis de los resultados (Araque, 2020).

Planteamiento del problema

La distribuidora comercial “BASTIDAS” es una empresa que se encuentra en su auge de crecimiento por el cual se ha visto en la necesidad de implementar un modelo de gestión financiero que es un instrumento de trabajo, por el cual se puede obtener índices y relaciones cuantitativas ya que se toma en cuenta las variables que afectan directa e indirectamente a los procesos financieros de la empresa.

Se puede manifestar que una de las causas para que se presente el problema radica en la ausencia de un departamento financiero que se encargue de verificar si los datos obtenidos por las ratios implementados reflejan la verdadera situación actual de la empresa ya que al momento la que han manejado ha sido empírica descartando la posibilidad de que esto sea o no errónea impidiendo de

esta manera el cumplimiento de los objetivos planteados a la información y expansión de nuevos mercados.

Tras el COVID 19 la empresa tuvo que acoplarse a implementar una página web llamado grupo Bastidas, en donde se pueda realizar las compras en Línea tras la cuarentena la gente no podía salir de sus hogares entonces la opción de llegar a los clientes con los productos que ofrecía la empresa era por medio del servicio a domicilio.

Formulación del problema

¿De qué manera contribuye un Modelo de gestión financiera a mejorar la rentabilidad de la distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en la ciudad de Riobamba?

Sistematización del problema

¿Qué se va a lograr con la recopilación de información en base al modelo de gestión financiera de la Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en la ciudad de Riobamba?

¿Cuál es el diagnóstico situacional realizado a la empresa?

¿De qué, manera contribuye el modelo de gestión financiera a la empresa?

Objetivo General

Elaborar un modelo de gestión financiera para mejorar la rentabilidad de la distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda, en la ciudad de Riobamba.

Específicos

- Sustentar el marco teórico en temas de modelo de gestión financiera a través de fuentes bibliográficos.
- Realizar un análisis vertical, horizontal y ratios financieros para identificar que problemas tiene la empresa, mediante informes financieros de los periodos 2019 y 2020.
- Elaborar el modelo de gestión financiera para mejorar la rentabilidad de la empresa Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda.

Justificación teórica

El presente trabajo de investigación se basa en la obtención de información necesaria por medio de informes, documentos de planificación, datos de periódicos, libros, artículos científicos que mencionen como se están implementando el modelo de gestión financiera en las empresas.

De este modo se realiza el análisis respectivo para poder implementar el modelo de gestión financiero en la empresa.

Justificación metodológica

La metodología del trabajo de titulación es primordial para poder elaborar un modelo de gestión financiera, ya que depende de las herramientas aplicadas el poder conocer de manera cuantitativa y cualitativa como se encuentra la empresa y cuáles son los puntos críticos a solucionar y poder priorizarlas, por medio de una planificación, control y supervisión de que la información es verídica, con ello los métodos de investigación como el inductivo deductivo y sintético, técnicas e instrumentos tales como la entrevista y la encuesta que permita obtener información relevante al diagnóstico a realizar que ayuden a mejorar la rentabilidad de la empresa.

Justificación práctica

La práctica del trabajo de investigación es poder tener una visualización más profunda del estado de la empresa, bajo lineamientos que sirven para tomar decisiones de inversión, como está dividida las funciones para cada colaborador, cuáles son las estrategias planteadas para las ventas y como afectan las fluctuaciones en las cuentas de los estados financieros en sus ámbitos de liquidez, solvencia, gestión y rentabilidad.

El objetivo es mejorar la gestión administración y financiera así la empresa pueda ir creciendo como una compañía sólida, aplicando diferentes herramientas como el modelo de gestión financiera el cual permitirá obtener una información confiable y real, que ayudo a detectar deficiencias como también una visión de la situación de la empresa con ello se pudo definir nuevos objetivos como los Álamos que abrió sus puertas por el Norte, esto ha sido clave para visionar un nuevo objetivo en la empresa.

Antecedentes de la investigación

Al realizar diferentes investigaciones, se pudo evidenciar que existe trabajos de titulación con temas similares al planteado en este estudio, por lo cual, se los ha utilizado como un modelo y fuente bibliográfica:

Tema: “Modelo de gestión financiera para la Empresa Total Home, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, periodo 2020. (Paca, 2019)

Autor: Guzmán Paca Jonnathan Jeison

Universidad: ESPOCH

Según (Paca, 2019) en su trabajo de titulación, menciona lo siguiente: Un modelo de gestión financiera ha establecido una guía de indicadores de gestión mediante el cuadro de mando integral, por consiguiente, con su implementación de manera coherente entre todos los elementos, se conseguirá simplificar la gestión, priorizar lo importante, alinear la organización y promover el aprendizaje y su desarrollo.

El fin es controlar los recursos económicos y financieros de la empresa, para ello se desarrolla el trabajo de titulación recolectando la información indispensable y necesaria de la empresa. Para lo cual se realiza entrevistas al personal de la entidad.

Tema: “Modelo de gestión financiera para la toma de decisiones de inversión y financiamiento de la Empresa Electrodelgado en la ciudad de Riobamba en el periodo 2016 – 2018. (Duin, 2019)

Autora: Delgado Duin Myrian Alexandra

Universidad: ESPOCH

Según (Duin, 2019) en su trabajo de titulación menciona que su objetivo es diseñar un sistema de inventarios para mejorar la gestión financiera de la empresa. Para ello realizo una entrevista al gerente propietario, así como una encuesta a cinco empresas del mismo giro comercial.

Al ejecutar el análisis de la situación actual de la empresa se encontraron falencias en los procesos de ingreso y salida del inventario, titulación inadecuada de cada producto, carece de un profesional responsable del manejo de la bodega, no mantienen formatos adecuados modelo se procedió hacer el análisis financiero de los procesos de compra y venta del inventario, además se implementó el Sistema ABC que es un sistema que ayuda a tener una mejor visión de la empresa mejorando los procesos que deben seguir en el momento de la adquisición, el traslado a producción y de la distribución de inventario.

Título: “Modelo de gestión financiera para la Empresa PRODUALBA Cía. Ltda. cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.”

Autor: Peñafiel Gavilanes, Jessica Noemi

Universidad: ESPOCH

Según (Gavilanes, 2020) en su trabajo de titulación se aplicó instrumentos como las encuestas basándose en el registro oficial del INEC en cuanto a la población de Pallatanga haciendo referencia a los clientes de la empresa.

Se recomienda implementar todas las estrategias y actividades determinadas en el modelo de gestión financiera propuesto ya que las mismas ayudaran a maximizar la rentabilidad, además de tomar en cuenta la descripción de cargo planteado para esta empresa, así lograremos optimizar mano de obra y tiempos en los procesos de producción siendo este un aporte importante para cumplir objetivos institucionales.

CAPÍTULO I

1. MARCO DE REFERENCIA

1.1. Marco teórico

1.1.1. Gestión

“Es el conjunto de acciones establecidas para mejorar la entidad y alcanzar los objetivos de la empresa. (Conesa, 2018).

1.1.1.1. Importancia de la gestión

Sirve para mejorar la administración de la empresa, la toma de decisiones con sustento de planificaciones que van ejecutando en la empresa con el fin de cumplir sus objetivos. (Gallego, 2016)

1.1.1.2. Etapas de gestión

Las Etapas de la gestión se divide en cuatro:

- a) Planificación: trata de la planeación de los objetivos a corto y largo plazo en el cual se debe fijar las políticas y reglas que vamos ejecutar.
- b) Organización: trata del control de la planificación de los objetivos en donde se cumplan según las normas de la organización.
- c) Implementación: trata de ejecutar los procesos de la planificación de los objetivos establecidos en la planificación.
- d) Control: trata de medir los resultados que se haya obtenido de la implementación de la planificación. (Gallego, 2016)

1.1.2. Gestión del circulante

Trata del estudio y análisis de las políticas que a diario se producen en la empresa como son: compras, ventas, pagos y cobros, en el cual se diseñan procedimiento y modelos que permitan a la empresa un desarrollo y evolución sin que esto afecte a la liquidez o inventarios (Padilla, 2016).

1.1.2.1. Objetivo de la gestión circulante

En una empresa la rentabilidad puede medirse en valor absoluto y vendría dada por el valor en unidades monetarias del beneficio de la empresa, también puede ser una medida relativa cuando vienen dada por el cociente entre el beneficiario y los recursos empleados en su obtención (Arturo Haro de Rosario; Juana Fernanda Rosario, 2017).

Esto indica que desde una mira financiera la empresa busca la rentabilidad total de los fondos propios, el maximizar la riqueza de los propietarios ya sea por remuneración directa o indirecta, vía dividendos, o revalorización de los títulos en el mercado (Padilla, 2016).

1.1.2.2. Gestión circulante de largo plazo

La gestión del circulante de una empresa permite mantener unos niveles de liquidez en ella suficientes para mantener su actividad, evitando riesgos de crecimiento, de capacidad de pago o de solvencia financiera. (Padilla, 2016).

En cuanto a las empresas que manufacturan o son industriales, compran materiales para su transformación que, junto con otros gastos de fabricación como mano de obra, servicios básicos, publicidad, alquileres, seguros, gastos de gestión, gastos operativos, gasto de venta, entre otras. Todos estos afectan al proceso productivo del producto que más adelante se venderá y esto generará ingresos con los cuales se podrá invertir un nuevo capital para adquirir nuevos materiales de producción (Padilla, 2016).

Se le conoce también como las finanzas operativas y la de gestión financiera a corto plazo, las finanzas estructurales reciben la de gestión financiera a largo plazo.

1.1.3. Gestión financiera

Se adquiere, conserva y manipula dinero en sus diferentes modalidades o a través de sus diversas herramientas, ya que esta requiere de recursos financieros para cumplir las necesidades de obtener financiación hace uso de las tácticas financieras (Padilla, 2016).

La gestión financiera es la encargada de brindar la información verídica por el cual una empresa pueda tomar decisiones de inversión.

1.1.3.1. Importancia de la gestión financiera

La gestión financiera es eficiente y eficaz para tomar decisiones dando como resultado el manejo de la empresa y el crecimiento económico para las proyecciones de encaminar a la empresa a largo plazo. (Hernandez, 2016)

1.1.3.2. Objetivos de la gestión financiera

Según, (Padilla, 2016) menciona a los objetivos de la gestión financiera de la siguiente manera:

- Maximizar el capital de los accionistas
- Maximizar las Utilidades
- Maximizar la retribución de la administración
- Objetivos de comportamiento
- Responsabilidad Social

1.1.3.3. Materias que se relacionan con la gestión financiera

La Gestión financiera va íntimamente relacionada con las siguientes materias:

- Contabilidad
- Finanzas
- Administración
- Economía
- Matemáticas
- Derecho

Siendo estas materias las principales ramas de estudio en la cuales las subramas van también incorporadas con la gestión financiera para las prospectiva completa e integral, siendo esencial para identificar el propósito de cada disciplina. (Urbina & Marcelino, 2016)

1.1.4. Modelo de gestión

Modelo de gestión es la forma como se organizan y combinan los recursos con el propósito de cumplir las políticas, objetivos y regulaciones. Un modelo de gestión depende de la definición que se dé a las prioridades del sistema (Tobar, 2022).

1.1.4.1. Factores que influyen al modelo de gestión

Estos influyen diariamente en la operación de una empresa y el efecto de factores externos, las cuales son:

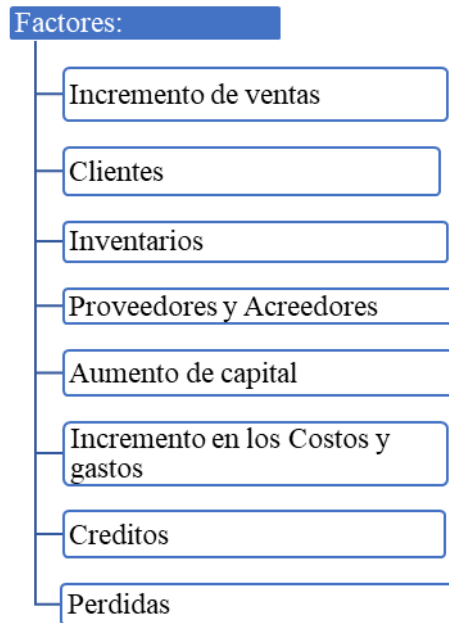


Gráfico 1-1. Factores que influyen en el modelo de gestión

Fuente: (Garayoa, 2018)

Realizado por: Paredes, J. 2021

1.1.5. Decisiones financieras

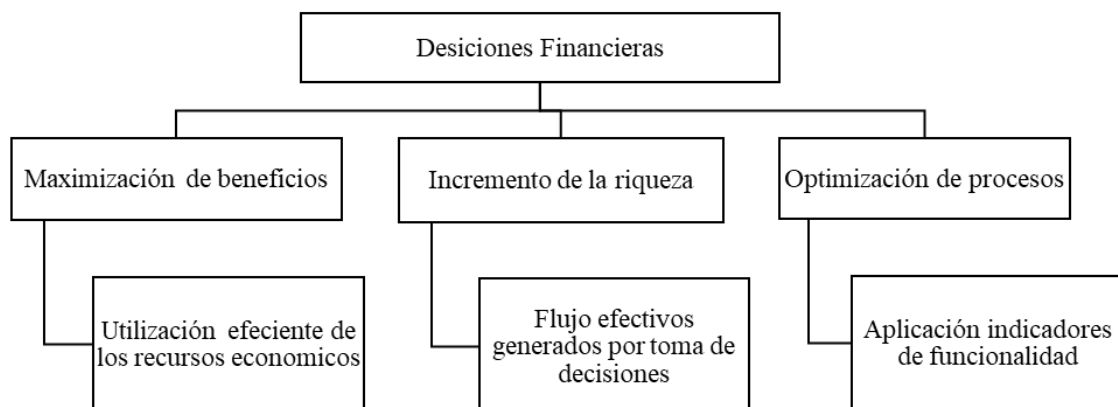


Gráfico 2-1. Decisiones financieras

Fuente: (Lavalle, 2017)

Realizado por: Paredes, J. 2021

1.1.6. Administración financiera

Es el control de los recursos económicos y financieros del efectivo de una empresa y también están involucrados el personal ya que se plantean objetivos hacia dónde va dirigida la entidad para ello se debe designar actividades, para el cumplimiento de las metas tomando decisiones oportunas. (Urbina & Marcelino, 2016)

1.1.6.1. Función de la administración financiera

Para tomar decisiones financieras se debe tomar en cuenta diversas funciones involucradas con la administración financiera, (Fernandez, 2020) tales como:

- Recursos financieros y económicos
- Control estricto en cada inversión
- Designar el Capital de Trabajo
- Realizar análisis a los resultados
- Analizar los resultados obtenidos
- Realizar la toma de decisiones adecuadas
- Incrementar las utilidades

1.1.6.2. Función de administración del capital de trabajo

La función principal de administrar el capital de trabajo es mantener el volumen de dinero que se invierte inicialmente para poder operar normalmente en la empresa sin necesidad de financiarse y poder cubrir sus obligaciones a corto plazo. (Lavallo, 2017).

1.1.6.3. Función de inversión

Indagar las alternativas de inversiones en donde hay el potencial de rendimiento más conveniente para la empresa ya sea en maquinaria, implementos, administración, tomando un análisis económico y financiero que dé la mejor rentabilidad. (Fernandez, 2020).

1.1.6.4. Función de Financiamiento

Analiza las distintas fuentes, el costo financiero, los plazos de amortización conforme al flujo de caja proyectado y con el equilibrio entre las deudas a largo plazo y el patrimonio a fin de preservar la inversión de los propietarios (Fernandez, 2020).

1.1.6.5. Función de evaluación de proyectos de inversión

Permite establecer la viabilidad de nuevos planes, la medición de los riesgos y la búsqueda de los recursos para llevarlos a cabo (Garayoa, 2018).

1.1.6.6. Importancia de la administración financiera

La administración financiera está enfocada a la dirección y ejecución de los recursos económicos y financieros por medio de presupuestos destinados para cada departamento con el fin de mejorar el desempeño de las empresas (Gallego, 2016).

1.1.7. Análisis financiero

Se refiere a una evaluación de la viabilidad, estabilidad y rentabilidad de un negocio, esto indica cómo se encuentra actualmente la empresa y detectar los problemas primarios y secundarios del mismo, por ende, también nos ayuda a plantear las políticas, estrategias para mejorar el rendimiento (Fernandez, 2020).

1.1.7.1. Función de diagnóstico financiero

Establece la estructura del balance general y del estado de resultados, apoyada en el conocimiento de la estructura del balance general y del estado de resultados, su composición por grupos (Fernandez, 2020).

1.1.7.2. Objetivo del análisis financiero

Los objetivos del análisis financiero son:

- Analizar si la empresa mantiene el equilibrio financiero
- Analizar las fuentes de financiación
- Diagnosticar y proveer las dificultades de financiación
- Utilización de los ratios Liquidez, Solvencia, Gestión y Rentabilidad. (Solarte, 2017)

1.1.8. Estados financieros

Son información integrada que produce la contabilidad donde se registra, procesa y concentra para uso de la dirección y demás áreas que conforman la entidad, distintas dependencias y

gobierno, para verificar el correcto cumplimiento de sus contribuciones (Jose Guerrero; Jose Galindo, 2015).

1.1.8.1. Partes de un estado financiero

Según, (Rubio, 2015) indica que los partes de un estado financiero son los siguientes:

- **Activos:** son todos los bienes tangibles, maquinaria, equipos, edificios, etc. E intangibles: software de facturación, patentes, franquicias, etc. con los que cuenta una empresa, cuando los activos se pueden liquidar en un plazo no mayor de un año, se les conoce como activos corrientes.
- **Pasivo:** obligaciones contraídas por la empresa para la adquisición de los activos, cuando las obligaciones tiene un plazo de vencimiento no mayor de un año, se le llama pasivo a corto plazo.
- **Patrimonio:** aporte que realizan los propietarios de la empresa, para la adquisición de activos conforme la empresa desarrolla sus actividades y adquiere ganancias y se crean las reservas establecidas en los estatutos de la empresa y de acuerdo con las ganancias netas obtenidas, un porcentaje se destina a este fondo y es de carácter obligatorio.

1.1.8.2. Importancia de los estados financieros

Para tomar decisiones de carácter económico, financiero, laboral, social y tributario sobre la compañía, las conclusiones y observaciones sobre el correcto desempeño financiero, administrativo y fiscal de la entidad (Jose Guerrero; Jose Galindo, 2015).

1.1.8.3. Clasificación de los estados financieros

Existen 4 tipos de estados Financieros para evaluar la situación económica de la empresa son los siguientes:

- Estado de Situación Financiera
- Estado Resultados
- Estado de Cambios en el patrimonio neto
- Estado del Flujo del Efectivo (Fierro, 2016)

1.1.8.4. Análisis vertical

Consiste en expresar en porcentajes las cifras de un estado financieros, este análisis aplica al balance general y al Estado resultados, el aplicar el método se puede hacer también en otros estados financieros.

El análisis vertical toma como base el valor parcial dividido para el valor de la base, por el 100% y a las partes un porcentaje relativo, entonces se aplica al balance general a los activos totales se les asigna el 100% y si se aplica el estado de pérdidas y ganancias, a las ventas netas se les aplica el 100% de ahí partimos para aplicar la siguiente fórmula en cada partida del estado financiero objeto de estudio (Lavalle, 2017).

$$\text{Porcentaje Integral} = \frac{\text{Valor Parcial}}{\text{Valor Base}} * 100$$

1.1.8.5. Análisis horizontal

Es comparar y observar si los resultados financieros de una empresa han sido positivos o negativos y también identificar si los cambios que se han presentado merecen o no importancia para poder darles la atención pertinente (Lavalle, 2017).

El análisis debe llevarse a cabo comparando 2 periodos diferentes como mínimo, ya sean de estados financieros, anuales, trimestrales o mensuales y deben compararse siempre al menos tres periodos diferentes, con el fin de que nos sirva como pauta en la toma de decisiones para hacer predicciones del comportamiento financiero de una empresa (Lavalle, 2017).

$$\text{Porcentaje de Variación} = \frac{\text{Valor del año 2}}{\text{Valor del año 1}} * 100$$

1.1.9. Ratios financieros

Las ratios a aplicar en la investigación sirven para medir el desempeño de la organización de la gestión de sus recursos financieros, suministrando información, sobre la capacidad de la empresa para atender sus compromisos en el área (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

a) Liquidez

Es la capacidad que tiene la empresa de cumplir con sus obligaciones de pasivo corriente.

1. **Razón corriente.** – se denomina a la relación corriente y trata de verificar las disponibilidades de la empresa, para afrontar sus compromisos, a corto plazo (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$Razon\ Corriente = \frac{Activo\ Corriente}{Pasivo\ Corriente}$$

2. **Prueba Acida.** – mide la capacidad de pago inmediato de la empresa para cancelar sus deudas a corto plazo; es decir, la capacidad de activos líquidos que tiene la empresa para hacer frente a sus pasivos más exigibles (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$Prueba\ Acida = \frac{Activos\ Corriente - Inventario}{Pasivo\ Corriente}$$

b) Solvencia

Tiene por objeto medir en qué grado participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa, por ello se debe tener un endeudamiento bajo, una liquidez constante y una alta generación de utilidades (Fernandez, 2020).

1. **Endeudamiento Patrimonial.** – analiza la capacidad que tiene la empresa para contraer obligación dejando como respaldo el patrimonio total aportados por los acreedores y el nivel de apalancamiento financiero (Fernandez, 2020).

$$Endeudamiento\ Patrimonial = \frac{Pasivo\ Total}{Patrimonio}$$

2. **Endeudamiento del activo fijo.** – es la capacidad que tiene la empresa en garantizar el pago de la adquisición de activos fijos con respaldo del patrimonio para poder invertir y generar rentabilidad (Fernandez, 2020).

$$Endeudamiento\ del\ activo\ fijo = \frac{Patrimonio}{Activos\ fijo\ neto}$$

3. **Apalancamiento.** – es la capacidad que tiene la empresa para adquirir deuda con terceros para inversión. (Fernandez, 2020).

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

- a) **Número de días cartera a mano.** – mide el tiempo promedio concedido a los clientes, como plazo para pagar el crédito y se puede calcular así: (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$\text{Numero de dias cartera a mano} = \frac{\text{Cuentas por cobrar brutas} * 360}{\text{Ventas Netas}}$$

- b) **Rotación de cartera.** – se basa en el giro de los productos en que tiempo salen a la venta y cuando adquieren por pagar, son convertidas a efectivo durante el año. (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015)

$$\text{Rotacion de cartera} = \frac{360}{\text{Número de días cartera a mano}}$$

- c) **Número de días inventario a mano.** – es un estimativo de la duración del ciclo productivo de la empresa industrial (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$\text{número de días inventario a mano} = \frac{\text{Valor del inventario} * 360}{\text{Costo de mercadería vendida}}$$

- d) **Rotación de Inventarios.** – es el número de veces en un año, que la empresa logra vender el nivel de su inventario (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$\text{Rotación de Inventarios} = \frac{360}{\text{Número de días inventario a mano}}$$

- e) **Ciclo operacional.** – es la suma del número de días cartera a mano y el número de días inventario a mano (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$\text{Ciclo operacional} = \text{Núm. de días cartera a mano} + \text{Núm. de días inventario a mano}$$

- f) **Rotaciones activas operacionales.** – es el valor de las ventas realizadas frente a cada peso invertido en los activos operacionales, entendiéndose como una vinculación directa con el desarrollo del objetivo social y se incluye a las cuentas comerciales por cobrar, los inventarios y los activos fijos sin descontar la depreciación y las provisiones para cuentas comerciales por cobrar e inventarios (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$\text{Rotaciones activos operacionales} = \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activos operacionales brutos}}$$

- g) **Rotación de activos fijos.** – es el resultado de dividir las ventas netas sobre los activos fijos brutos, esto es, sin descontar la depreciación (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$\text{Rotacion de activos fijos} = \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activos fijo bruto}}$$

- h) **Rotación del activo total.** – se obtiene dividiendo las ventas netas, sobre el total de activos brutos, o sea, sin descontar las provisiones de deudores e inventarios y la depreciación (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$\text{Rotación del Activo Total} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales}}$$

- i) **Rotación de cobros.** – muestra el periodo en que la empresa se demora en ejecutar o efectivizar una cobranza.

$$\text{Rotacion de Cobros} = \frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\text{Ventas netas}}$$

- j) **Rotación de inventarios.** – permite analizar el número de veces que cambian los inventarios en cada año (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$\text{Rotación de Inventarios} = \frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Iventario Final}}$$

- k) **Rotación de Activo Total.** – se basa en las veces que circula las ventas, la variación de ellas, como incrementan y disminuyen.

$$\text{Rotación del activo total} = \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activos Totales}}$$

- l) **Costo de Ventas.** – es el valor que se debe tener en cuenta a la hora de adquirir la mercadería para la distribución de la misma. Sirve para tomar decisiones en relación con las políticas de ventas (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$\text{Costo Ventas} = \frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas Netas}}$$

m) **Gastos Financieros.** – para tener idea de la importancia relativa de los gastos financieros en los gastos totales (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$\text{Gastos Financieros} = \frac{\text{Gastos financieros}}{\text{Gastos Totales}}$$

n) **Rotación de Cajas Bancos.** – se basa en la circulación y ubicación del dinero de caja para poder cumplir sus obligaciones a corto plazo y también se pueda tener liquidez para invertir (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$\text{Rotacion de Cajas Bancos} = \frac{(\text{Caja y Bancos} + \text{Valores negociales}) * 360}{\text{Ventas Netas}}$$

c) **Rentabilidad**

Son las razones que permiten establecer el grado de rentabilidad para los accionistas y a su vez el retorno de la inversión a través de las utilidades generadas (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

1. **Rentabilidad del patrimonio.** – es el rendimiento obtenido frente al patrimonio bruto (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio Bruto}}$$

2. **Rentabilidad patrimonio neto tangible.** - Son ligeramente superiores a los cálculos anteriormente y se considera esta rentabilidad más ajustada, toda vez que las valoraciones o la cuenta de revaloración patrimonial, solo serán reales, en el momento que se venda los activos afectados por estas dos cuentas o se liquide la empresa (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$RpT = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio neto tangible}}$$

3. **Rentabilidad capital pagado.** – establece el grado de rendimiento del capital pagado, esto es, los recursos aportados por los socios: (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$\text{Rentabilidad capital pagado} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{capital pagado}}$$

4. **Margen bruto.** – cuanto se ha obtenido por cada peso vendido luego de descontar el costo de ventas. Va a variar según el riesgo y/o el tipo de empresa (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$\text{Utilidad Bruta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas netas}}$$

5. **Rentabilidad de ventas netas.** – muestra las utilidades de la empresa por cada unidad de venta (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$\text{Rentabilidad de ventas netas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas netas}}$$

6. **Gastos de administración y ventas a ventas.** – muestra los ingresos por ventas, han sido absorbidos por los gastos de operación o que parte de la utilidad bruta es absorbida por los gastos de ventas y administración, es de grandes utilidades, porque refleja la eficiencia y el control de los administradores, es todo lo relacionado con el manejo administrativo (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$\text{Gastos de administracion y ventas a ventas} = \frac{\text{Gastos administracion y ventas}}{\text{Ventas netas}}$$

7. **Margen operacional de utilidad.** – permite determinar la utilidad obtenida, una vez descontando el costo de ventas y los gastos de administración y ventas. También se conoce con el nombre de utilidad operacional (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015).

$$\text{Margen operacional de utilidad} = \frac{\text{utilidad operacional}}{\text{ventas netas}}$$

1.1.10. Similitud y diferencia entre costo y gasto

Son similares en el entendido de que ambos son salidas de dinero necesario.

Son diferentes en cuanto los costos tienen relación directa con los bienes y servicios, en tanto que los gastos no (Lavallo, 2017).

1.1.11. Principios económicos-financieros

Según (Suarez, 2016) existen 10 principios Económicos - Financieros:

1. **El dilema entre riesgo y beneficio.** Es preferible tener una cantidad de dinero ahorrado que la misma en futuro, es decir que el dueño de un recurso financiero debe recibir una contraprestación que presida, este en el caso del ahorrista es la tasa de interés y en el caso del inversionista, es la tasa de rendimiento o retorno.
2. **El valor del dinero en el tiempo.** Es decir que, al largo plazo, maximizar la utilidad neta; es decir, la función: ganancia neta = ingresos – gastos.
3. **Maximización de la riqueza del inversionista.** El principio de conformidad financiera establece que las inversiones a largo plazo se deben financiar con fondos de largo plazo, y de manera semejante, se deben financiar inversiones a corto plazo con fondos de corto plazo.
4. **Financiamiento apropiado.** El ser humano prefiere tener dinero en efectivo, pero sacrifica liquidez con la esperanza de ganar interés o utilidades.
5. **El dilema entre liquidez y la necesidad de invertir.** El inversionista prudente no debe esperar a que la economía siga siempre igual, ya que depende de las fuerzas económicas, sociales, regionales o mundiales.
6. **El ciclo de los negocios.** El buen empleo de fondos adquiridos por deuda sirve para aumentar las utilidades de una empresa inversionista.
7. **Apalancamiento o uso de deuda.** El inversionista prudente diversifica su inversión total, repartido sus recursos entre varias inversiones distintas, ya que diversificar es distribuir el riesgo y así reducir el riesgo total.
8. **Diversificación eficiente.** En una economía de libre mercado, cada recurso económico idealmente será empleado en el que más rendimiento promete sin obstáculo.
9. **El desplazamiento de recursos.** Es una situación en la que la capacidad de inversión de las empresas se reduce debido a la deuda pública, el desplazamiento se basa en dos dichos económicos fundamentales como es el consumo del dinero y la escasez de los recursos.
10. **Costo de oportunidad.** Es incurrir a la toma de decisiones y no otra, se mide por la rentabilidad esperada de los fondos invertidos en el proyecto o de la asignación de la inmovilización.

1.1.12. Políticas que influyen en el giro del negocio

Según (Padilla, 2016) menciona las políticas que influyen en el giro del negocio

- **Sobre compras.** - mejora las condiciones comerciales y crediticias con proveedores y entidades del crédito.
- **Sobre producción.** – incentivos en la productividad, racionalización de las tareas y mecanización y estandarización de producción esto generara la eficacia de las actividades de cada colaborador ya que estarán designadas las actividades laborales.
- **Sobre las ventas.** - el stock de los productos, las ventas especiales es decir que tengan promoción o descuentos, los métodos publicitarios son indispensables en el marketing de la empresa ya que si un producto no es bien promocionado por más que sea bueno no tendrá acogida en el mercado hay que apalancarse de marcas establecidas en un mercado potencial a donde esté dirigido la actividad de la empresa.
- **Sobre el cobro.** - esta parte es fundamental en toda empresa ya que esto decide como la empresa realiza los cobros a sus clientes, ya sea efectivo, cheque, transferencia, tarjetas de crédito, tarjeta de débito y esto también influye en que descuento se dará por pagar de cierta forma con ello si se desea mantener un flujo constante de dinero se pedirá que cancelen en efectivo, los anticipos a clientes hace más referencia a los sueldos de los colaboradores ya que ellos se convierten en clientes internos de la empresa, otra política que influye es la de ganar y ganar ya que este afecta a los convenios que mantiene dicha entidad con otra se conoce también como contratos de factoring o negociación de cuentas clientes.

1.1.13. Función de los inventarios

Según, (Padilla, 2016) Indica que son las siguientes:

- Identifican la fuente de aprovisionamiento en este caso son los proveedores que se relacionan con el proceso productivo o venta, si no existiera la fuente de aprovisionamiento debería suministrar materiales al ritmo que sean viables.
- Tienen capacidad reguladora que permite mantener el equilibrio entre los flujos reales de entrada y salida de productos, para facilitar la actividad de la empresa paralizada sus funciones.
- Cuando se cumplen los inventarios adecuadamente su función regula las entradas y salidas y reduce a la vez los riesgos de perdida en la empresa.
- Los elementos de especulación que permiten aprovechar las oportunidades que ofrece la coyuntura del mercado es decir que asimilan empíricamente a futuro que ese producto subirá de precio, por ende, generaría mayor rentabilidad hay casos en que si han tenido un golpe de suerte, pero hay veces que no ha sido así entonces comienzan a tener perdida o en el peor de los casos rematan los productos para lograr recuperar la inversión inicial.

1.1.14. Rentabilidad

Es la relación porcentual que nos indica cuanto se obtiene a través del tiempo por cada unidad de recurso invertido. Esto quiere decir que la rentabilidad es el cambio en el valor de un activo más la distribución en el efectivo, expresado como un porcentaje del valor inicial. Es la relación entre ingresos y gastos (Padilla, 2016).

1.1.14.1. Rentabilidad financiera

Mide la capacidad que tiene una empresa a la hora de remunerar a sus propietarios o accionistas. (Padilla, 2016)

a) Beneficio neto

Son los resultados obtenidos a lo largo de un ejercicio económico. El beneficio neto es lo que han ganado los propietarios de la empresa, una vez deducidos los intereses e impuestos correspondientes (Padilla, 2016).

b) Fondos propios

Se componen del capital y las reservas de la empresa que se emplean para la obtención de beneficios (Padilla, 2016).

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Fondos Propios}} * 100$$

1.1.14.2. Para aumentar la rentabilidad se debe:

- **Aumentar el margen:** elevando precios, potenciando la venta de aquellos productos que tengan más margen, reduciendo gastos o una combinación de las medidas anteriores.
- **Aumentar la rotación:** vendiendo más, reduciendo el activo o ambos.
- **Aumentar el apalancamiento:** esto significa aumentar la deuda para que la división entre activo y capitales propios sea mayor

1.1.14.3. Otros indicadores de rentabilidad

Según (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015), estos sirven para analizar determinadas áreas de negocio o aspectos concretos a la inversión:

- **Rentabilidad económica:** se usa para medir la eficiencia económica de una empresa en análisis fundamentales como los que hacen los fondos value, sirve para medir la capacidad de una compañía para generar beneficios a partir de los activos y del capital invertido sin tener en cuenta la estructura financiera.
- **EBITA:** mide la rentabilidad antes del impuesto, intereses y amortizaciones, se usa para ver el flujo neto de efectivo de la empresa.
- **VAN o Valor Actual Neto:** es una fórmula de evaluar las inversiones y su posible rentabilidad a futuro, consiste en actualizar los cobros y pagos llevándolos al presente y descontándolos a un tipo de interés determinado.
- **TIR o Tasa interna de Retorno:** mide la rentabilidad de una inversión para las cantidades que todavía no se han retirado y está muy relacionada con el VAN. De hecho, calcula el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero en una inversión.

1.1.14.4. Tipos de rentabilidad

Según, (Mario Uribe; Juan Reinoso, 2015) define los diferentes tipos de rentabilidad existentes y son las siguientes:

- **Rentabilidad Absoluta.** – es la rentabilidad acumulada hace referencia al rédito conseguido durante el periodo de vida de una inversión, el beneficio que ya se ha obtenido previamente gracias a esa misma inversión.
- **Rentabilidad económica ROI.** – es una forma de medir la capacidad de los activos de una empresa para generar ganancias, dicho de otra forma, su eficiencia económica.

Esta forma de ver inversiones rentables no tiene en cuenta a la estructura financiera de la empresa en cuestión, solo mide los beneficios que pueden ser generados por los activos bajo su posesión y su capital invertido.

- **Rentabilidad comercial.** – esta rentabilidad es calculada a través del cociente entre las ganancias procedentes de las ventas entre los recursos empleados en las propias ventas a lo largo de un plazo de tiempo de tiempo. La rentabilidad comercial, también denominada en numerosas ocasiones rentabilidad sobre ventas, se considera como una medida de evaluación de la calidad comercial de las organizaciones.

- **Rentabilidad del dinero.** – se obtiene de la inversión de una cantidad monetaria determinada, dentro de este apartado se emplaza la rentabilidad efectiva, que, con la Tasa Efectiva de rentabilidad, tiene en consideración a las reinversiones de capitales financieros que se dan a lo largo del periodo de una inversión.
- **Rentabilidad esperada.** - es la rentabilidad que una empresa tiene la confianza e obtener en el futuro de una inversión que haya acometido, una forma muy habitual de calcular la rentabilidad esperada es a través de la fórmula del Valor Actual Neto o Van, esta fórmula es de aplicación en casos en los que alguno de los datos relativos a la inversión se desconocen.
- **Rentabilidad garantizada.** – es un medio de cálculo de la rentabilidad, aplicable a instrumentos financieros como cuentas de ahorro y planes de pensiones, ambos garantizados, por tanto, la rentabilidad garantizada es aquella que se mantiene durante un determinado periodo de tiempo.
- **Rentabilidad geométrica.** – es de utilidad para aquellas situaciones en las que se tienen varias acciones u operaciones financieras y se quiere hallar la rentabilidad media de este conjunto de operaciones, también se puede usar en casos en los que la valoración de dichas acciones financieras es cambiante y acumulativa.
- **Rentabilidad de libre riesgo.** – es la rentabilidad calculada sobre aquellos contratos financieros libres de riesgo, entre los que el ejemplo más claro es el depósito bancario.
- **Rentabilidad nominal y real.** – es muy relevante diferenciar entre rentabilidad real, como consecuencia de los periodos inflacionistas por los que puede atravesar el dinero. La rentabilidad nominal no tiene en cuenta a la inflación en su cálculo, al contrario que la rentabilidad real, en la que si se considera a la inflación dentro de su obtención.

1.1.15. Riesgo

Según, (Padilla, 2016) Es la probabilidad de que los resultados reales difieran de los esperados o la posibilidad de que algún desfavorable ocurra y se puede calificar en tres niveles:

- **Riesgo operativo:** corresponde al riesgo de no estar en capacidad de cubrir los costos operativos.
- **Riesgo financiero:** es el riesgo de no estar en condiciones de cubrir los costos financieros.
- **Riesgo Total:** es la posibilidad de que la empresa no pueda cubrir los costos, tanto de operación como financieros.

1.1.16. FODA

Se trata de una herramienta básicamente analítica, que pone en marcha el pensamiento estratégico en virtud del cual, sea posible llevar a cabo un correcto análisis de la posición que ocupa la organización o el recurso, con relación a su entorno (Rosa Goig, José Quintanal, Maria Paz, 2021).

Es un análisis interno y externo de la empresa en el cual constituyen las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la entidad esto permitiendo encontrar soluciones oportunas para los inconvenientes presentes en la entidad (Rosa Goig, José Quintanal, Maria Paz, 2021).

1.1.17. Matriz de evaluación MEFE

Analiza aspectos externos como la política, económico, financiero, social, cultural, demográfico, tecnológico, ambiental, entre otros, los cuales deben ser identificados como oportunidades o amenazas (Min, 2018).

Tabla 1-1: Matriz MEFE

Factores clave de éxito	Peso	Calificación	Resultado Ponderado
OPORTUNIDADES			
SUBTOTAL OPORTUNIDADES			
AMENAZAS			
SUBTOTAL AMENAZAS			
TOTAL			
Oportunidad mayor = 4	Amenaza mayor =1		
Oportunidad menor = 3	Amenaza menor =2		

Fuente: (Min, 2018)

Realizado por: Paredes, J. (2020)

1.1.18. Matriz evaluación MEFI

Es una herramienta que se permite realizar una auditoría interna y así entender las fortalezas y debilidades de una empresa (Min, 2018).

Tabla 2-1: Matriz MEFI

Factores clave de éxito	Peso	Calificación	Resultado Ponderado
FORTALEZAS			
SUBTOTAL FORTALEZAS			
DEBILIDADES			
SUBTOTAL DEBILIDADES			
TOTAL			

Fortaleza mayor = 4	Debilidad mayor =1	
Fortaleza menor = 3	Debilidad menor =2	

Fuente: (Min, 2018)

Realizado por: Paredes J. (2021)

1.2. Marco conceptual

Activo

Es un recurso con valor que alguien posee con la intención de que genere un beneficio futuro, representa todos los bienes tangibles e intangibles (LLorente, 2015).

Costo

Es una gran erogación que una empresa hace y tiene que ver de manera directa con la producción de sus bienes o la presentación de sus servicios: ejemplo: materia prima, la mano de obra directa (Solarte, 2017).

Costo de Oportunidad

Es aquel valor o utilidad que se sacrifica por elegir al tomar una decisión y no otra, es decir se renuncia a la utilidad o beneficio que ofrece la decisión descartada (Fernandez, 2020).

Empresas

Es una organización de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad particular (Sanchez, 2015).

Entidades de crédito

Son aquellas empresas cuya cantidad consiste en recibir depósitos u otros fondos, con la finalidad de aplicarlos a la concesión de créditos, préstamos y otras operaciones (Garayoa, 2018).

Economía de mercado

Es aquella en la que las relaciones entre productores y consumidores se rige por las leyes de la oferta y la demanda (Sanchez, 2015).

Financiamiento

Es el conjunto de recursos financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas en deuda que complementan los recursos propios (Jose Guerrero; Jose Galindo, 2015).

Gasto

Es una erogación que una empresa hace que no tiene que ver de manera directa con la producción de sus bienes o la presentación de sus servicios ejemplo: arrendamientos, salarios de personal administrativo, seguros, gastos de venta (Suarez, 2016).

Ganancia

Incorporación de una utilidad a un patrimonio, después de que los ingresos se han restado de los costos (Sanchez, 2015).

Gestión de riesgos

Conjunto de actividades gerenciales destinadas a la administración (controlar y disminuir) las posibilidades de que ocurra algún siniestro (Jose Guerrero; Jose Galindo, 2015).

Instituciones Financieras

Son las autoridades y organismos que regulen el sistema financiero y supervisan el cumplimiento de la normativa (Garayoa, 2018).

Liquidez

Es la capacidad de un instrumento financiero para convertir en dinero efectivo con el menor coste posible (Garayoa, 2018).

Mercados financieros

Son el punto de encuentro entre quienes ofrecen instrumentos financieros y los inversores interesados en adquirirlos y es allí donde se fija cantidad, precio y condiciones para conseguirlos (Garayoa, 2018).

Planificación

Es una idea de cómo organizar una actividad, son procesos que difiere tanto la necesidad y decisión de planificar (López, 2018).

Planeación Estratégica

Proceso mediante el cual las empresas, dependencias y entidades del gobierno establece su misión, visión, definir sus propósitos y elegir las estrategias y tácticas para la consecución de sus objetivos (Padilla, 2016).

Plan de Mercadotecnia

Constituye el conjunto de estudios, acciones y medidas que desarrolla la empresa con vista asegurar o mejorar su posición en el mercado (López, 2018).

Proveedor

Es una persona o empresa que abastece a otras empresas con existencias, los cuales serán vendidos directamente o transformados para su posterior venta (Arturo Haro de Rosario; Juana Fernanda Rosario, 2017).

Riesgo

Es el conjunto de factores que pueden implicar una rentabilidad distinta a la esperada (Garayoa, 2018).

Sistema financiero

Es un conjunto de instituciones, intermediarios, mercados e instrumentos financieros que tienen como objetivo principal la canalización del ahorro desde los agentes económicos con excedentes financieros hacia aquellos con necesidades financieras (Garayoa, 2018).

Variable Financiera

Elemento de un modelo para toma de soluciones, construido con información, a donde los cimientos son las variables financieras como son: inflación (Arturo Haro de Rosario; Juana Fernanda Rosario, 2017).

Venta

Es el acto de entregar algo a cambio de un precio, cobrado en el momento o bajo promesa de pago. El que entrega el producto o servicio se llama vendedor o proveedor y el que recibe se llama comprador o cliente (Jose Guerrero; Jose Galindo, 2015).

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de la investigación

Es un proceso investigativo y las etapas y elementos que lo conforman, lo cual implica que cada enfoque tenga características particulares respecto a diversos aspectos de la investigación.

En el presente trabajo se utilizará un enfoque cualitativo y cuantitativo

- **Método Cuantitativo:** o investigación cuantitativa a que se vale de los números para examinar datos o información, con los que se puede investigar un fenómeno y obtener una conclusión numérica.
- **Método Cualitativo:** se va aplicar una entrevista a la gerencia de la empresa y encuestas a los trabajadores, con el fin de conocer la problemática existente en la empresa.

2.2. Nivel de investigación

2.2.1. *Investigación de campo*

Para el presente trabajo de titulación se realizó la investigación de campo debido a que se acudió a la empresa y se realizó las encuestas, entrevistas a los empresarios y trabajadores, mediante el cual se pudo conocer los problemas que existen dentro de la entidad.

2.3. Diseño de investigación

2.3.1. *Diseño no experimental*

Se realiza un diseño no experimental debido a que no se manipula ninguna variable; simplemente se analiza la situación de toda la empresa y se aplicara el modelo de gestión financiera.

2.4. Tipo de estudio

2.5. Población y muestra

2.5.1. Población

Es el grupo de todos los elementos que se proponen para obtener una medida característica (Rodríguez, 2015).

Clientes: 292000

Personal Administrativo: 8

2.5.2. Muestra

Es una parte que indica la calidad de un todo, siendo el objetivo seleccionar una parte que puede ser una porción. (Rodríguez, 2015)

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

z= nivel de confianza; utilizaremos un nivel de confianza de 1.96 esto de acuerdo a la tabla estadística de Z que corresponde al error muestral de 10%

e = error muestral

p= probabilidad de que el evento ocurra

q= probabilidad de que el evento ocurra

$$n = \frac{(292.000) * (1.96)^2 * (0.5)^2}{(292.000 - 1) * (0.05)^2 + (1.96^2) * (0.05)^2}$$

$$n = 384$$

2.6. Método, técnicas e instrumento

- **Inductivo – Deductivo:** es un método de diagnóstico previo, se caracterizó por la formulación y desarrollo de encuestas y por las observaciones de área, el planteamiento del problema se caracteriza por la solución al problema y la comprobación de los mismos.
- **Analítico – Sintético:** son correlativos y absolutamente inseparables, es la descomposición de un todo en sus partes por ser analítico, y a su vez la consolidación de esas partes a través de la síntesis.

2.6.1. Técnicas

- **Encuestas:** sirve para recabar información lo que permite contar con datos reales, para esto se utiliza el cuestionario a través del cual se puede conocer la opinión del sujeto encuestado.
- **Entrevista:** sirve para recopilar de información mediante una conversación profesional, con el propietario (gerente) por ser la persona que tiene relación directa con la administración de la empresa.

2.7. Interrogante de estudio

Modelo de gestión financiera contribuye en mejorar la rentabilidad

2.7.1. Variable independiente

Modelo de gestión financiera

2.7.2. Variable dependiente

Rentabilidad.

2.8. Idea a defender

El modelo de gestión financiera permitirá a la empresa mejorar la rentabilidad por medio de estrategias y políticas para fortalecer distintas áreas que están siendo afectadas por un mal manejo de la misma.

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. Resultados

3.1.1. Resultado de la entrevista

Entrevista al Gerente Financiero de la Distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en la ciudad de Riobamba.

Pregunta 1. ¿Existe un Modelo de Gestión Financiera para mejorar la rentabilidad de la empresa?

En la empresa no existe un modelo de gestión financiera.

Pregunta 2. ¿Usted cree, que al implementar el modelo de gestión financiera mejorara la rentabilidad de la empresa?

Si, porque mientras más herramientas existan para mejorar la rentabilidad, más por beneficio de nuestros colaboradores y de la empresa porque este negocio es un ganar-ganar, si hay más ventas hay más efectivo se cancela a tiempo los sueldos y se cumple con las obligaciones

Pregunta 3. ¿Qué método aplica, usted para mejorar la rentabilidad de la empresa?

Hemos dado una página de e-commerce que es una página web, que nos ayudó en el tiempo de la pandemia a mantener nuestras ventas normales y con ello cubrir nuestras obligaciones financieras y con nuestros colaboradores.

Pregunta 4. ¿Existen políticas de ventas, para incrementar la rentabilidad?

Si, por ejemplo, si comprar al por mayor reciben un descuento especial todo depende del monto que lleve por cliente frecuente, adicional también se gestionan promociones como 2*1.

Pregunta 5. ¿Cuáles son las estrategias de ventas, para incrementar la rentabilidad?

Son promociones, días especiales como en el Basvimart que se venden carnes, vegetales, y se establecen días como para incrementar los días que no hay mucha afluencia de gente, para mantener las ventas.

Pregunta 6. ¿Tienen metas de ventas?

Si tenemos metas de ventas, pero no fijas todas varían, dependen de muchos factores como que temporada estamos y el PIB, el valor de la canasta básica, por ejemplo, por esta subida de combustible también han subido algunos precios, con variaciones de 10 ctv. Pero por en montos grandes si representa para el consumidor.

Pregunta 7. ¿Cómo identifica que la empresa está atravesando algún inconveniente con la liquidez?

Se evidencia en los estados financieros, y también en los reportes de ventas diarias.

Pregunta 8. ¿Cree usted, que la rentabilidad va de la mano con el clima laboral?

Sí, eso es primordial ya que un buen ambiente laboral debe tener el respeto, el trato con dignidad de los colaboradores esto, impulsa a que los trabajadores traten de una manera espectacular a los clientes ya que esto impulsa a la publicidad boca a boca, con eso llegan más clientes a la empresa.

Pregunta 9. ¿Usted qué problemas a evidenciado en la empresa?

Bueno entre los problemas que se evidenció es que no se ha tenido un análisis puntual para saber cómo está creciendo la empresa, además también falta de compromiso con el trabajo en la empresa, para un empresario es bueno confiar en sus trabajadores, pero a veces la actitud de algunos trabajadores hace que el ambiente sea un poco tenso, pero se ha tratado de cambiar esa mentalidad.

Pregunta 10. ¿Qué porcentaje de la rentabilidad es destinada para invertir en nuevos proyectos?

Todo esto depende de cómo nos está yendo en el periodo en curso, pero se destinan en su mayor parte el 10% de los dividendos a accionistas, con ello se ha dado apertura el market Álamo por el sector de los hornos andinos, que ha sido un sueño cumplido y esperamos seguir creciendo.

3.1.2. Encuesta al personal administrativo

Entrevista dirigida al personal del área Administrativo Distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en la ciudad de Riobamba

Pregunta 1. ¿Conoce usted la misión y visión de la empresa?

Tabla 3-3: Conoce la misión y visión de la empresa

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	0	0%
NO	8	100%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. 2021

Análisis: De las encuestas ejecutadas, 8 del personal administrativo mencionaron que si conocen la misión y visión de la Distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. representando el 100%.



Gráfico 3-3. Conoce la misión y visión de la empresa

Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas

Realizo por: Paredes J. (2021)

Interpretación: El personal administrativo tiene bien direccionado hacia dónde va la empresa y a dónde quiere llegar teniendo en cuenta que esto es indispensable para ser parte de la Distribuidora comercial Bastidas.

Pregunta 2. ¿Existe en la empresa un Modelo de Gestión Financiera que mejore la rentabilidad de la empresa?

Tabla 4-3: Existe un modelo de gestión financiera

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	0	0%
NO	8	100%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas
Realizado por: Paredes J. 2021

Análisis: De las encuestas ejecutadas, 8 del personal administrativo mencionaron que no existe un Modelo de gestión financiera que mejore la rentabilidad de la Distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. representando el 100%.



Gráfico 4-3. Existe un modelo de gestión financiera

Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas
Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación: El personal administrativo menciona que no existe un modelo de gestión financiera que mejore la rentabilidad, por lo tanto, es importante que pueda implementarse la propuesta en la empresa.

Pregunta 3. ¿Cree usted, que aplicar un modelo de gestión financiera mejora la rentabilidad en la empresa?

Tabla 5-3: Cree que aplicar un modelo de gestión financiera mejorara la rentabilidad

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	0	0%
NO	8	100%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas
Realizado por: Paredes J. 2021

Análisis: De las encuestas ejecutadas, 8 del personal administrativo mencionaron que no existe un Modelo de gestión financiera mejorara la rentabilidad de la Distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. representando el 100%.



Gráfico 5-3. Cree que aplicar un modelo de gestión financiera mejorara la rentabilidad
Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas
Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación: El personal administrativo menciona que de implementarse un modelo de gestión financiera en la empresa, se podrá alcanzar mejores niveles de rentabilidad.

Pregunta 4. ¿Cada que tiempo realiza los análisis de los estados financieros?

Tabla 6-3: Cada que tiempo realizan los análisis de los estados financieros

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Cada Mes	0	0%
Cada 6 Meses	8	100%
Cada 3 Meses	0	0%
Cada Año	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. 2021

Análisis: De las encuestas ejecutadas, 8 del personal administrativo mencionaron que cada 6 meses realizan análisis financieros de la Distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. representando el 100%.

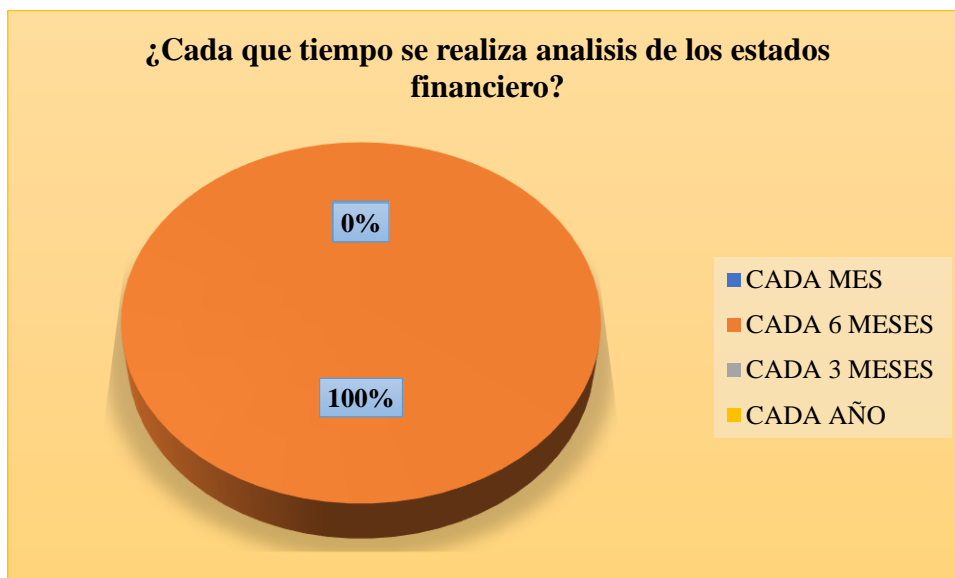


Gráfico 6-3: Cada que tiempo realizan los analisis de los estados financieros

Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación: El personal administrativo menciona que cada 6 meses se realiza un análisis de los estados financieros ya que esto es la manera más eficiente de detectar cuando están surgiendo imprevistos en la empresa y poder tomar decisiones oportunas.

Pregunta 5. ¿Su trabajo lo realiza a través de metas?

Tabla 7-3: Su trabajo lo realiza a través de metas

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	8	100%
NO	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. 2021

Análisis: De las encuestas ejecutadas, 8 del personal administrativo mencionaron que si trabajan a través de metas ya que eso es indispensable para cumplir las metas Distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. representando el 100%.

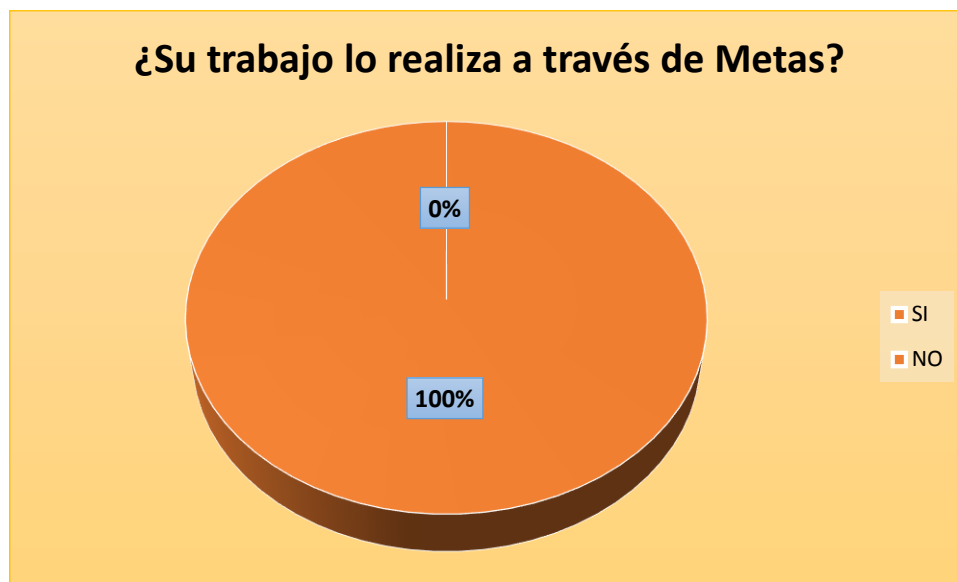


Gráfico 7-3. Su trabajo lo realiza a través de metas

Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación: El personal administrativo menciona que su trabajo está enfocado a través de metas ya que esto mantiene un ambiente enfocado de cuál es la dirección de la empresa y en qué tiempo cumplirlo.

Pregunta 6. ¿Existe estrategias de Ventas?

Tabla 8-3: Existe estrategias de ventas

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	0	0%
NO	8	100%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. 2021

Análisis: De las encuestas ejecutadas, el 100% del personal administrativo menciona que existen estrategias de Ventas en la Distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. representando el 100%.



Gráfico 8-3. Su trabajo lo realiza a través de metas

Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación: El personal administrativo menciona que, si existen estrategias de ventas, se entiende así que es una razón por las que han logrado posicionarse en el segmento comercial y logran una rotación de su inventario.

Pregunta 7. ¿Cuál cree usted que ha sido el factor clave éxito de la empresa?

Tabla 9-3: Cuál cree usted que ha sido el factor clave de éxito de la empresa

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Renovación de Imagen	0	0%
Estrategias de Ventas	5	63%
Inversión de Marketing	1	13%
Promoción	2	25%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. 2021

Análisis: De las encuestas ejecutadas, 5 del personal administrativo mencionaron que si existen estrategias de Ventas la cual representa al 63%. 2 personas mencionaron que existe promoción la cual representa al 25% y 1 persona menciona que existe promoción la misma que representa el 13% en la Distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. representando en su totalidad el 100%.

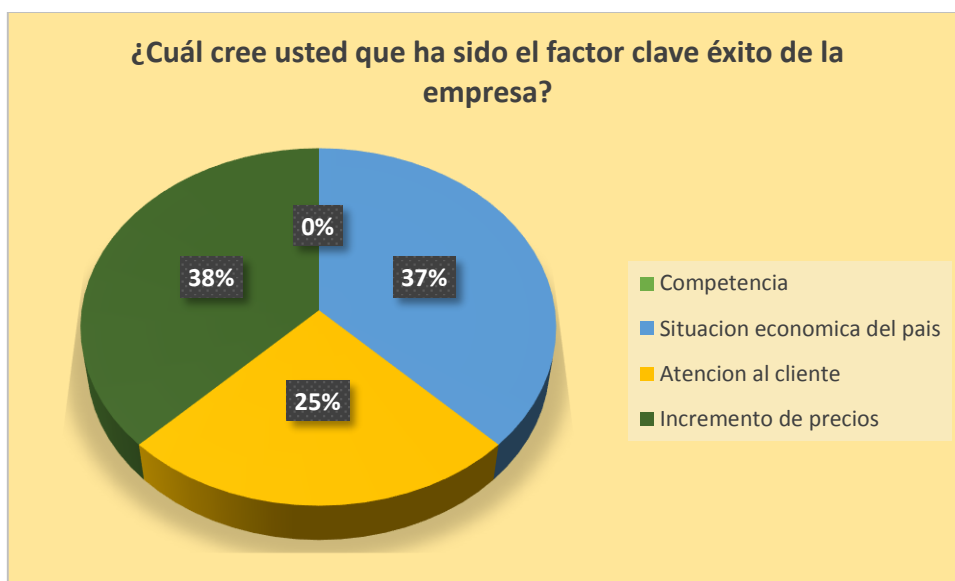


Gráfico 9-3. Su trabajo lo realiza a través de metas

Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación: El personal administrativo mencionaron existen 2 claves de éxito de la empresa siendo las estrategias de venta el 63% del total, creen que tener unas buenas promociones creara la fidelidad a la empresa y el otro factor es las promociones, indican que mientras más promociones existan en un solo lugar los clientes serán más fieles a la empresa.

Pregunta 8. ¿Cuál de estos factores intervienen en las ventas?

Tabla 10-3: Cuál de estos factores intervienen en las ventas

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Competencia	0	0%
Situación Económica del país	3	37,50%
Atención al cliente	2	25,00%
Incremento de precios	3	37,50%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. 2021

Análisis: De las encuestas ejecutadas, 3 del personal administrativo mencionaron que la situación económica interviene en las ventas, 2 menciono que la atención a los clientes también interviene y 3 menciono que el incremento de precios también incide en las ventas.

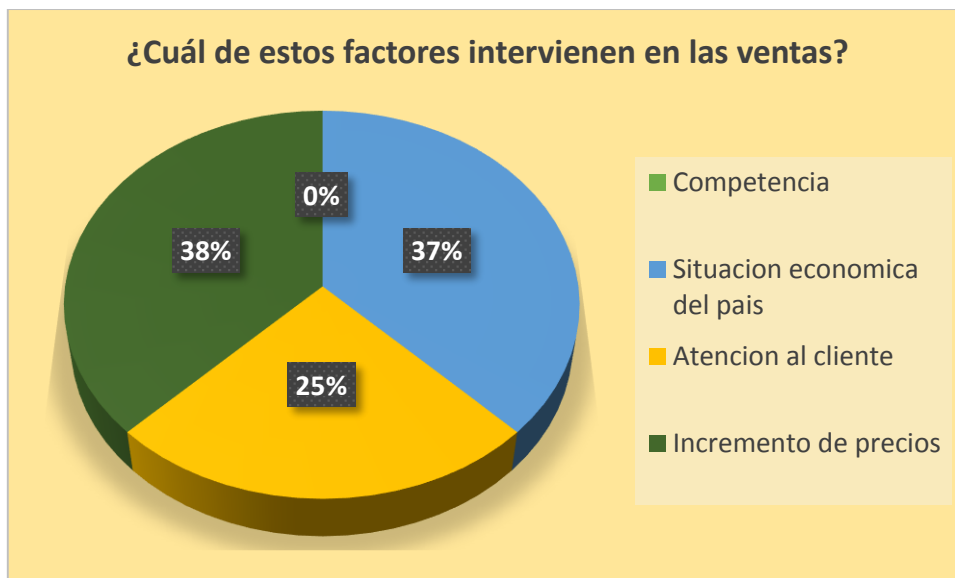


Gráfico 10-3. Cuál de estos factores intervienen en las ventas

Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas

Realizo por: Paredes J. (2021)

Interpretación: El personal administrativo mencionaron existen 3 factores claves que interviene en las ventas las cuales son la situación actual de empresa, la atención al cliente y el incremento de precios.

Pregunta 9. ¿Usted conoce si las ventas han aumentado o disminuyen en este último año?

Tabla 11-3: Usted conoce si las ventas han aumentado o disminuido en este último año

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	8	100%
NO	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. 2021

Análisis: De las encuestas ejecutadas, 8 del personal administrativo mencionaron que si han aumentado las ventas en la Distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. representando el 100%.

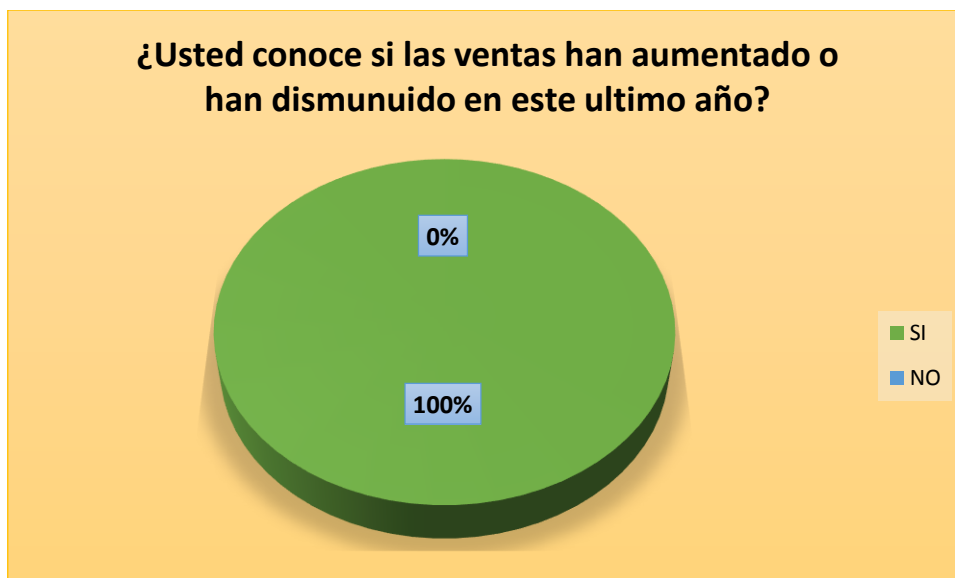


Gráfico 11-3. Su trabajo lo realiza a través de metas

Fuente: Encuesta al personal del área administrativo Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación: El personal administrativo mencionaron que las ventas han aumentado gracias a la implementación de una página web en el cual los clientes a raíz de esta pandemia pudieron realizar sus compras de forma eficiente, eficaz y segura, esta herramienta fue de suma importancia para que la empresa continuara con su giro normal del negocio.

3.1.3. Encuesta clientes

Encuesta dirigida a los clientes de la Distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en la ciudad de Riobamba.

Pregunta 1. ¿Por qué medios conoció usted, a la Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda.?

Tabla 12-3: Por qué medio conoció a la Distribuidora Comercial Bastidas

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Radios	13	3%
Prensa	0	0%
Redes Sociales	40	11%
Recomendación de amigos	331	86%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. 2021

Análisis: De las encuestas ejecutadas a 384 clientes, 13 personas manifestaron que conocieron a la distribuidora por medio de radios, 40 personas manifestaron que lo conoció por medio de las redes sociales, y 331 personas indicaron que lo conoce por recomendación de amigos.

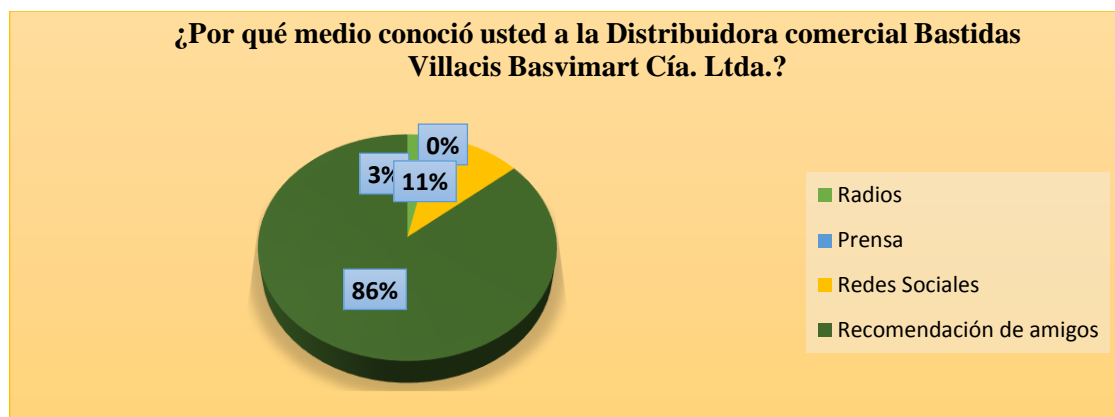


Gráfico 12-3. Medio publicitario de comercial Bastidas Villacis Basvimart Cia. Ltda.

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación: Los clientes indicaron que, el 3% lo conocen por medio de Radio, el 11% indicó que lo conoce por medio de redes sociales y el 86% manifestó que lo conocen por medio de recomendación de amigos, indicando que la mejor publicidad es la de boca a boca.

Pregunta 2. ¿Qué factor influye a realizar sus compras en la empresa?

Tabla 13-3: Factor que influye en sus compras

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Precio	119	31%
Fidelidad a la marca	1	0%
Atención al cliente	95	25%
Ubicación geográfica	169	44%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. 2021

Análisis: De las encuestas ejecutadas a 384 clientes, 119 personas manifestaron que uno de los factores sería el precio, 1 persona manifestó la fidelidad a la marca, 95 personas indicaron atención al cliente manifiesto y 169 personas señalaron que uno de los factores es la ubicación geográfica.

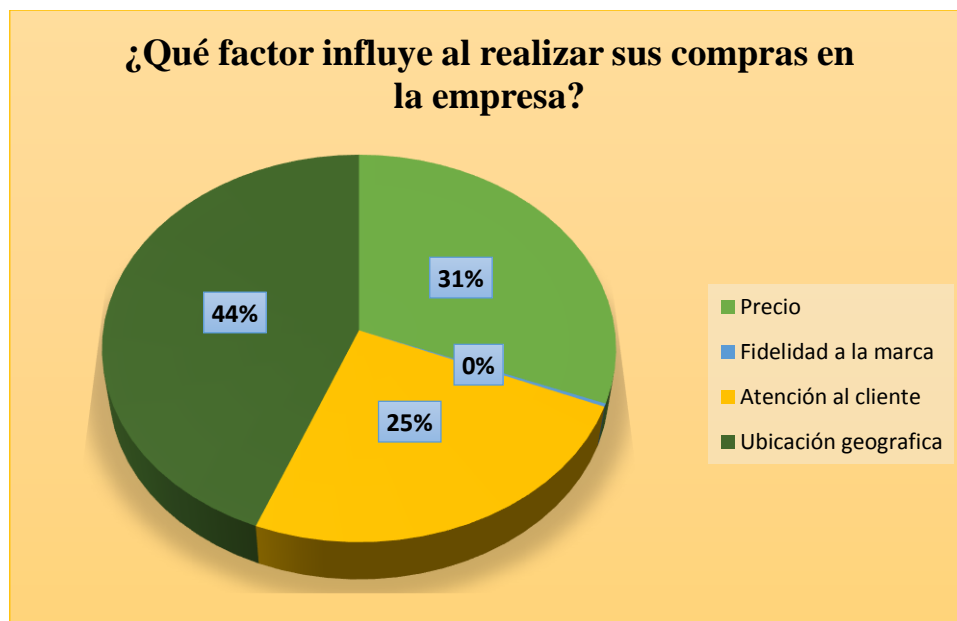


Gráfico 13-3. Que factor influye al realizar sus compras en la empresa

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación: Los clientes indicaron que, el 31% del factor que influye en sus compras es el precio, el 25% que la atención al cliente es primordial en una empresa, y el 44% indico que la ubicación geográfica es factor clave y que encuentran todo en un solo lugar.

Pregunta 3. ¿Con que frecuencia realiza sus compras en la empresa?

Tabla 14-3: Frecuencia con la que realiza sus compras en la empresa

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Diario	58	15%
Semanal	165	43%
Mensual	121	32%
Trimestral	40	10%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. 2021

Análisis: De las encuestas ejecutadas a 384 clientes, 58 personas manifestaron que realizan sus compras diario, las 165 personas manifestaron que realizan sus compras de manera semanal, 121 personas indicaron que lo realizan mensualmente y 40 personas señalaron que lo realizan trimestral.



Gráfico 14-3. Con qué frecuencia realizan sus compras en la empresa

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas

Elaborado por: Paredes J. (2021)

Interpretación: Los clientes indicaron que, el 15% realiza sus compras diario, el 43% lo realiza de manera semanal por el trabajo, el 32% indicó que lo realiza de manera mensual ya que para ellos es mejor un solo gasto y el 10% indica que lo realiza de manera trimestral por cuestiones de que a veces llegan o no a sus domicilios porque viajan, dando un total del 100%.

Pregunta 4. ¿Cómo calificaría la atención al cliente en la empresa?

Tabla 15-3: Calificación de la atención al cliente

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Sobresaliente	195	51%
Buena	33	9%
Muy buena	141	37%
Regular	15	4%
Mala	0	0%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. 2021

Análisis: De las encuestas ejecutadas a 384 clientes, 195 personas manifestaron que la atención es satisfactoria, las 33 personas manifestaron que es buena, 141 personas indicaron que es muy buena y 15 personas señalaron que es regular.

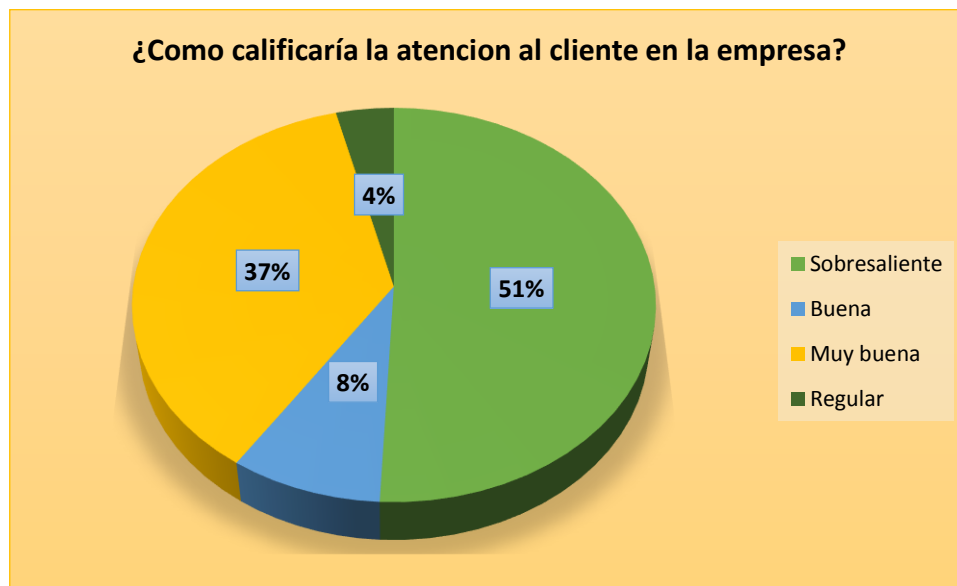


Gráfico 15: Con qué frecuencia realizan sus compras en la empresa

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. 2021

Interpretación: Los clientes indicaron que, el 51% la atención es satisfactoria, el 37% indicaron que la atención era muy buena, el 8% indicó la atención es buena y el 4% indicó que la atención es regular, por ello se recomienda realizar capacitaciones de atención al cliente ya que esto es fundamental en una empresa, dando un total del 100%.

Pregunta 5. Al comparar los precios con otras empresas ¿Cómo los considera?

Tabla 16-3: Al comparar los precios con otras empresas ¿Cómo los considera?

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Totalmente alto	0	0%
Moderadamente alto	52	14%
Igual	289	75%
Moderadamente bajo	43	11%
Totalmente bajo	0	0%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. 2021

Análisis: De las encuestas ejecutadas a 384 clientes, 52 personas manifestaron que los precios son moderadamente altos, las 289 personas manifestaron que es igual a las otras empresas, las 53 personas indicaron que es moderadamente alto.

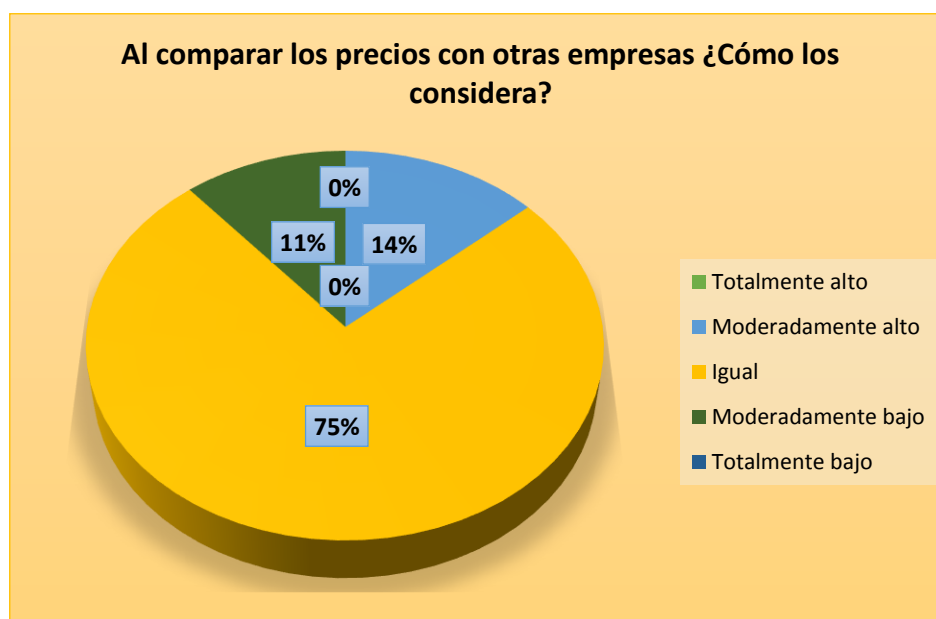


Gráfico 16-3: Al comparar los precios con otras empresas ¿Cómo los considera?

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas

Elaborado por: Paredes J. (2021)

Interpretación: Los clientes indicaron que, el 75% los considera que es igual a otras empresas la diferencia es que el almacén tiene mejor infraestructura, el 14% indicaron que los consideran moderadamente alto, y el 11% indicó que lo considera moderadamente bajo, existen productos que si tienen descuentos especiales y las promociones, dando un total del 100%.

Pregunta 6. ¿Cuál considera usted que es la fortaleza de la empresa?

Tabla 17-3: Cual considera usted que es la fortaleza de la empresa

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Precios	219	57%
Atención al cliente	91	24%
Trayectoria	53	14%
Calidad de los productos	21	5%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas
Realizado por: Paredes J. 2021

Análisis: De las encuestas ejecutadas a 384 clientes, 219 personas manifestaron que la fortaleza son los precios, las 91 personas manifestaron la atención al cliente, las 53 personas indicaron trayectoria y 21 indicaron la calidad de los productos.

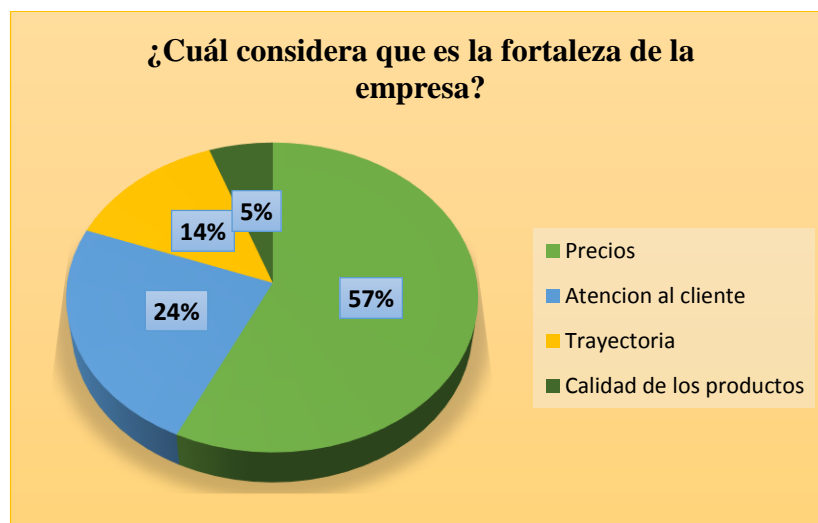


Gráfico 17-3. Al comparar los precios con otras empresas ¿Cómo los considera?

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas
Elaborado por: Paredes J. (2021)

Interpretación: Los clientes indicaron que, el 57% los precios son la fortaleza ya que encuentran productos muy convenientes, el 24% indicaron que la atención al cliente es primordial y han sabido tenerlo, y el 14% indicó que la trayectoria ha sido una fuente de confianza en la marca, y el 5% indicó que la calidad de los productos es mejor ya que tiene variedad para escoger y existen productos que no tienen en otras empresas., dando un total del 100%.

Pregunta 7. ¿Cuál considera usted que es la debilidad de la empresa?

Tabla 18-3: Cual considera usted que es la debilidad de la empresa

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Precios	42	11%
Atención al cliente	188	49%
Trayectoria	17	4%
Calidad de los productos	137	36%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. 2021

Análisis: De las encuestas ejecutadas a 384 clientes, 42 personas manifestaron que una debilidad son los precios, las 188 personas manifestaron que es la atención al cliente, las 17 personas indicaron trayectoria y 137 indicaron la calidad de los productos.

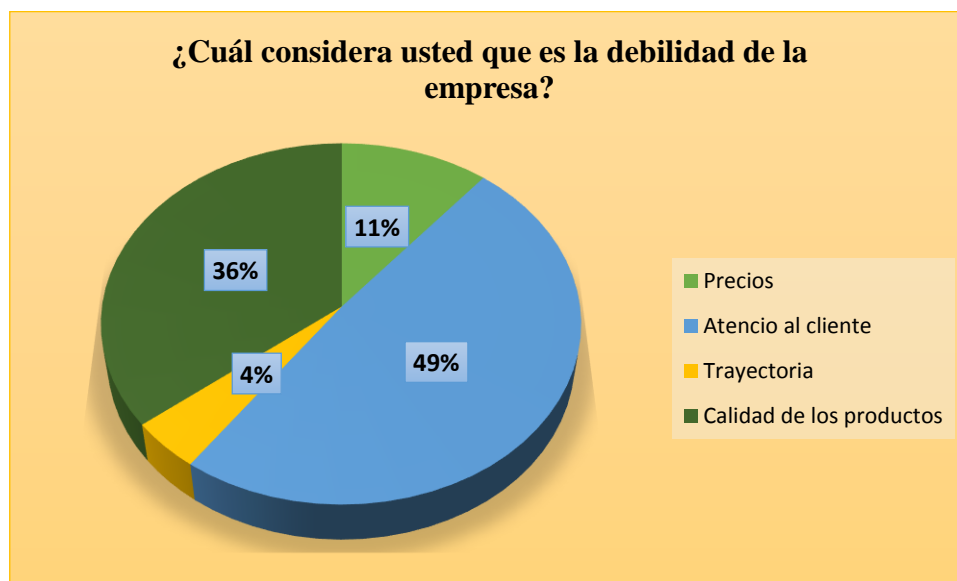


Gráfico 18-3: Cual considera usted que es la debilidad de la empresa

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas

Elaborado por: Paredes J. (2021)

Interpretación: Los clientes indicaron que, el 49% los precios son la debilidad ya que existen productos con elevación de precios, el 36% indicaron que la atención al cliente es primordial y hasta ahora no cubren esta inconveniente, y el 11% indico que la trayectoria, y el 4% indico que la calidad de los productos es común, dando un total del 100%.

Pregunta 8. ¿Indique la satisfacción que tiene usted en cuanto a variedades de productos que ofrece la empresa?

Tabla 19-3: Indique la satisfacción de la variedad de productos

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Satisfactorio	69	18%
Medio Satisfactorio	222	58%
Regular	83	22%
Insatisfactoriamente	10	3%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas
Realizado por: Paredes J. 2021

Análisis: De las encuestas ejecutadas a 384 clientes, 69 personas manifestaron que es satisfactorio, las 222 personas manifestaron que es medio satisfactorio, las 83 personas que es regular y 10 personas indicaron que es insatisfactorio.

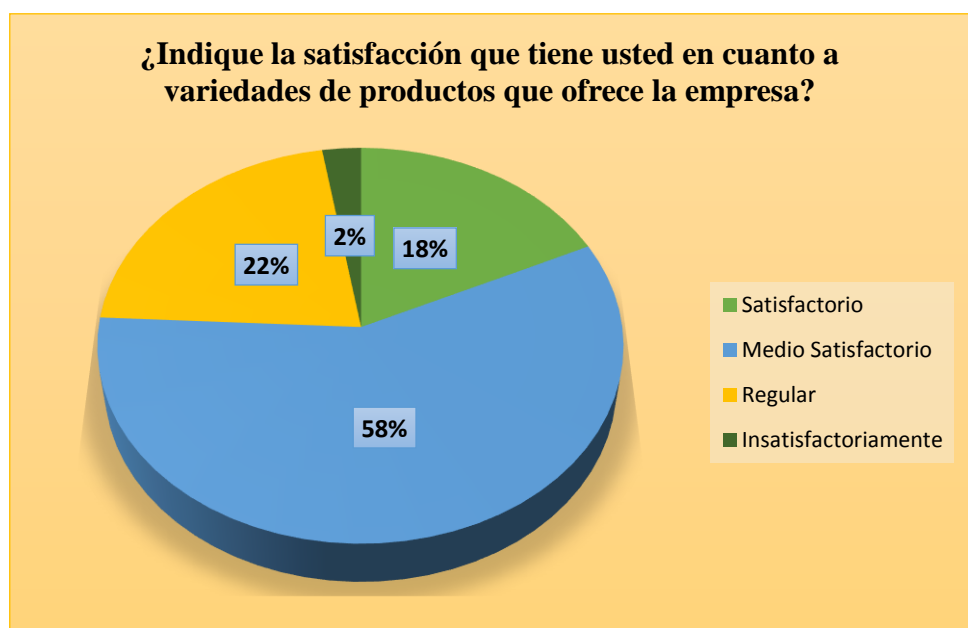


Gráfico 19-3. Indique la satisfacción que tiene usted en cuanto a variedades de productos que ofrece la empresa.

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas
Elaborado por: Paredes J. (2021)

Interpretación: Los clientes indicaron que, el 58% indica que es medio satisfactorio, el 22% indicaron que es regular, el 18% indicó que es satisfactorio, y el 2% indicó que es insatisfactorio, dando un total del 100%.

Pregunta 9. ¿Cuál cree usted que ha sido el factor clave de éxito de la empresa?

Tabla 20-3: Cual cree usted que ha sido el factor clave de éxito

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Renovación de imagen	30	8%
Estrategias de ventas	62	16%
Inversión de marketing	31	8%
Promociones	261	68%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Análisis: De las encuestas ejecutadas a 384 clientes, 30 personas manifestaron que la renovación de imagen, las 62 personas manifestaron que es estrategia de ventas, las 31 personas que es inversión en marketing y 261 personas indicaron que son las promociones.

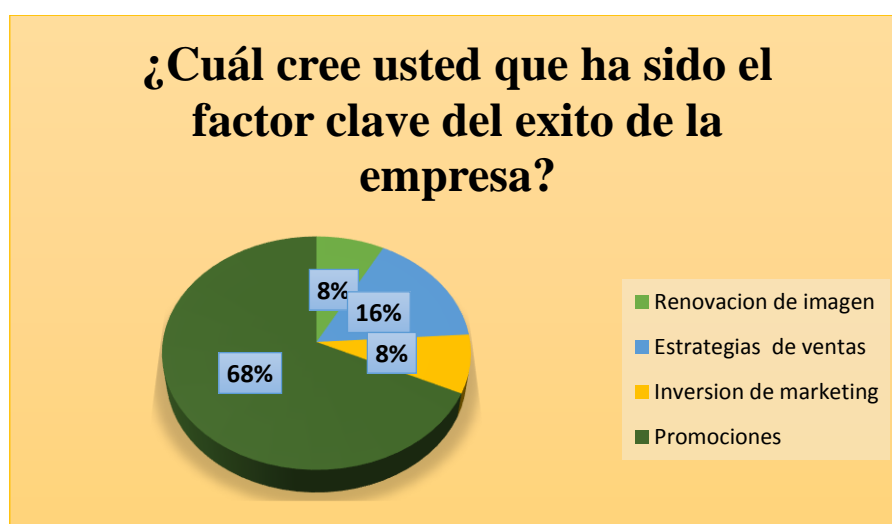


Gráfico 20-3: Cual cree usted que ha sido el factor clave de éxito de la empresa

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas

Elaborado por: Paredes J. (2021)

Interpretación: Los clientes indicaron que, el 68% indica que las promociones les encantan a los clientes mientras más promociones más clientes llegan a las empresas, el 16% indicaron que las estrategias de ventas en esta parte entran los colaboradores ya que ellos son los encargados de avisar a los clientes, el 8% indicó que es la inversión en marketing ya que una buena publicidad atrae más clientes, y el 8% indicó que la renovación de imagen, dando un total del 100%.

Pregunta 10. ¿Recomendaría a la Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. a otras personas para que realicen sus compras?

Tabla 21-3: Recomendaría a la Distribuidora Comercial Bastidas

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	352	92%
NO	32	8%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Análisis: De las encuestas ejecutadas a 384 clientes, 352 personas manifestaron que Si y 32 personas manifestaron que No.



Gráfico 21-3. Recomendación a la distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. a otras personas para que realicen sus compras.

Fuente: Encuesta a los clientes de la Distribuidora Bastidas

Elaborado por: Paredes J. (2021)

Interpretación: Los clientes indicaron que, el 92% Si recomendaría a la distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. y el 8% indicó que No recomendaría a la empresa, dando un total del 100%

3.2. Discusión de resultados

3.2.1. Verificación de la idea a defender

La verificación de la idea a defender se utilizará la fórmula de chi – cuadrado el cual permite establecer correspondencia entre valores observados y esperados, que a partir de la idea a defender se quiere comprobar.

Formula:

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Donde:

X² = Calculo Chi – Cuadrado

∑= sumatoria

O_i= Frecuencias observadas

E_i= Frecuencias esperadas

K= Número máximo de frecuencias

3.2.2. Planteamiento de la idea a defender

Un Modelo de Gestión Financiera para mejorar la rentabilidad de la Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en la ciudad de Riobamba.

3.2.3. Variables de la idea defender

VI = Modelo Gestión Financiera

VD = Mejorar la Rentabilidad

3.2.4. Estimador estadístico

Pregunta 1. ¿Existe en la empresa un Modelo de Gestión Financiera que mejore la rentabilidad de la empresa?

Pregunta 2. ¿Usted cree, que al implementar el modelo de gestión financiera mejorara la rentabilidad de la empresa?

Tabla 22-3: Frecuencias Observadas

Opciones			
	Si	No	Total
Pregunta 2	0	8	8
Pregunta 3	6	2	8
Total	6	10	16

Fuente: Encuestas al Personal Administrativo

Realizado por: Paredes J. (2021)

Tabla 23-3: Frecuencias Esperadas

Opciones			
	Si	No	Total
Pregunta 2	0	8	8
Pregunta 3	3	5	8
Total	3	13	16

Fuente: Encuestas al Personal Administrativo

Realizado por: Paredes J. (2021)

3.2.5. Nivel de significación y reglas de decisión

- El nivel de significancia escogido para la investigación fue del 5% =0.05
- Grados de Libertad = (Filas -1) * (Columna - 1)
- Grados de Libertad = (2-1) * (2-1)
- Grados de Libertad = (1) * (1)
- Grados de Libertad = 1

3.2.6. Cálculo de chi cuadrado X²

Tabla 24-3: Calculo del Chi-cuadrado

PREGUNTAS	O	E	(O-E)	(O-E) ²	(O-E) ² /E
P2. Si	0	0	0	0	0
P3. Si	6	3	3	9	3
P2. No	8	8	0	0	0
P3. No	2	5	-3	9	1.8
TOTAL	16				4.8

Fuente: Encuestas al Personal Administrativo

Realizado por: Paredes J. (2021)

De los datos obtenidos de la investigación se obtiene un resultado:

$$X^2 = 4.8$$

Con el nivel de significancia del 0.05 y el grado de libertad 1, según la tabla de valores críticos de las distribuciones del Chi – cuadrado se obtiene un valor de:

$$X^2_t = 1.8$$

3.2.7. Decisión

Al obtener $X^2 = 10.8$ mayor que $X^2_t =$ se determina que las dos variables no son independientes, es decir que la aplicación de un modelo de gestión financiera si incide en la optimización de recursos económicos y financiera de la Distribuidora Comercial Bastidas.

A un nivel de significancia de 0.05 se rechaza la idea a defender nula (H0) y se acepta la idea a defender alternativa (H1).

3.3. Propuesta

Modelo de Gestión Financiera para mejorar la rentabilidad de la Distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en la ciudad de Riobamba.

3.3.1. Objetivos de la propuesta

Objetivo General

Elaborar un modelo de gestión financiera para mejorar la rentabilidad de la distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda, en la ciudad de Riobamba.

Objetivos Específicos

- Sustentar el marco teórico en temas de modelo de gestión financiera a través de fuentes bibliográficos.
- Realizar un análisis vertical, horizontal y ratios financieros para identificar que problemas tiene la empresa, mediante informes financieros de los periodos 2019 y 2020.
- Elaborar el modelo de gestión financiera para mejorar la rentabilidad de la empresa Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda.

3.4. Generalidades del modelo de gestión financiera propuesto

3.4.1. Introducción

Una gestión financiera es clave de éxito para que una empresa en auge y desarrollo tengan planteado los objetivos a corto y largo plazo, que recursos se van a necesitar en que tiempo y cómo hacerlo y todo esto va de la mano con el giro del negocio su crecimiento se ha visto la

necesidad de implementar un modelo de gestión financiero siendo esta una herramienta para los administradores en la toma de decisiones de esta manera ir fortaleciendo la empresa con las políticas, estrategias, y reglamentos necesarios que garanticen el mejoramiento de la rentabilidad de la empresa.

El modelo de gestión financiera está compuesto de información verídica de la compañía, diseñado un organigrama estructural que permita definir cada una de las áreas de trabajo de cada colaborador, un reglamento interno que es indispensable en toda empresa, análisis de los estados financieros, análisis interno y externo de la compañía, la fijación de políticas, el control y seguimiento de cada uno de ellos, como van mejorando a la Distribuidora.

3.4.2. Alcance de modelo de gestión financiera

Conseguir que la Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. cuente con un instrumento de gestión financiera; con el fin de tener un control de los recursos económicos y financieros existentes, para poder incrementar ventas y por ende la rentabilidad.

3.4.3. Beneficiarios

- Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda.
- Gerente Financiero
- Departamento de Marketing
- Empleados
- Investigador

3.4.4. Tiempo de ejecución

La ejecución del modelo de gestión financiera tendrá un tiempo de 1 año, que iniciaría el 01 de enero al 31 de diciembre del 2021; la evaluación de los resultados se medirá semestralmente o dependiendo de la decisión del Gerente Financiero.

3.4.5. Equipo técnico responsable

- Gerente Financiero
- Personal Administrativo
- Departamento de Marketing

- Empleados
- Supervisor de almacén

3.4.6. Estructura del modelo propuesto

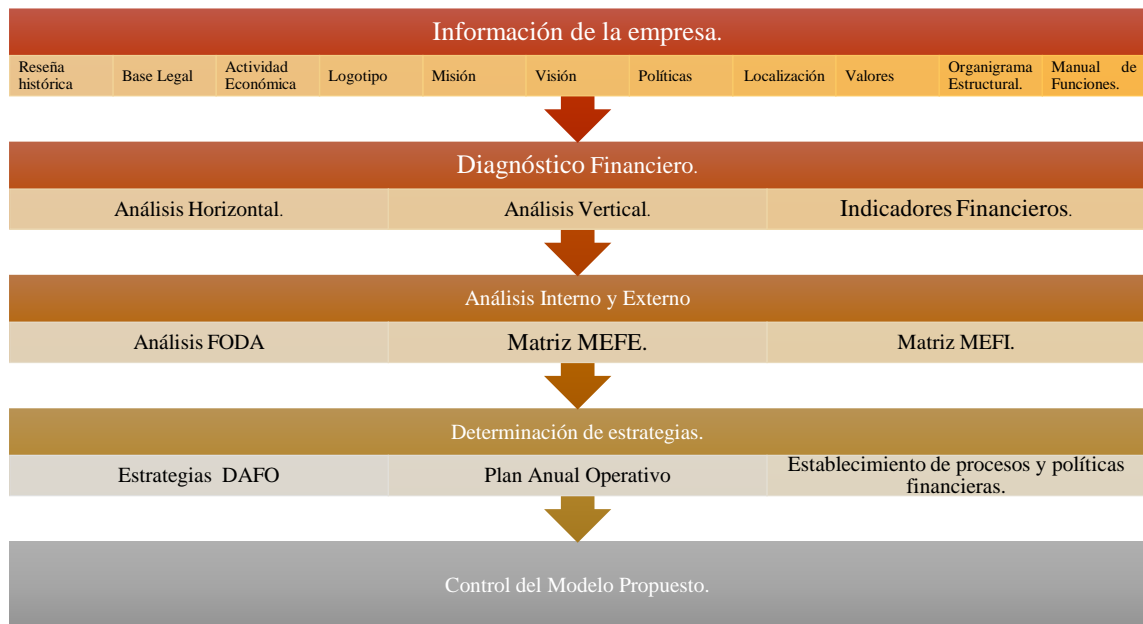


Gráfico 22-3. Estructura modelo de gestión financiera

Fuente: Estupiñán, (2012)

Elaborado por: Paredes J. (2021)

3.5. Información de la empresa

3.5.1. Reseña histórica

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis, es un negocio familiar dedicado a la adquisición y distribución de los productos de consumo masivo, plásticos y hogar; su historia comienza hace aproximadamente 38 años a inicios del año 1977, en el cual la visión de dos jóvenes emprendedores Rómulo Bastidas y Carmita Villacis, comenzaron a elaborar un sueño que ha perdurado en el transcurso del tiempo, se ha innovado en cada uno de los aspectos que demandan el mercado y de acorde a las necesidades de sus clientes, por ello es reconocida como una empresa de éxito y trayectoria.

La localización se encuentra en las calles 10 de Agosto y Benalcázar, en 1983 su negocio sigue en auge por la atención personalizada y variedad de productos que tuvo una acogida inmediata de clientes, en Enero del 2001 inicia la construcción de su propio edificio para poder tener una local donde el cliente tenga una experiencia de compra ya que cada uno de los detalles del almacén son

adecuados para sus clientes, en enero del 2003 se cambian al edificio donde actualmente funcionan las bodegas y oficinas de Comercial Bastidas, en Mayo 2016 se transforma en compañía y nace la Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. el cual está conformado por los propietarios e hijos de los mismos, en Agosto 2018 se inaugura Basvimart Supermercados encaminado a dar un mejor servicio a la ciudadanía de Riobamba el cual es un punto estratégico, adecuándolo con un almacén distinto por su adecuación, presentación y servicio.

En noviembre 2020 innovan su imagen y cambian el nombre a Álamo Supermercados, como punto clave para la atracción de nuevos clientes potenciales, finalmente en diciembre 2020 abren sus puertas de una nueva sucursal de Álamo Supermercados en el norte de Riobamba, donde cubren la demanda de los clientes de ese sector.

3.5.2. Base legal

La Distribuidora Comercial “Bastidas” Cía. Ltda. se sustenta en las leyes de:

- Ley de Compañías
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IEES)
- Ministerio de Relaciones Laborales (MRL)
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (GAD)
- Ley de Consumidor

3.2.2 Actividad económica

La actividad comercial se fundamenta en la compra venta de productos de consumo masivo, plásticos y hogar; su historia comienza hace aproximadamente 38 años a inicios del año 1977.

Tabla 25-3: Información básica de la empresa

Empresa: Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda.		
Gerente: Ing. Carlos Bastidas		Teléfono convencional / celular: 032940027 / 0991367928
RUC: 0691750922001	Provincia: Chimborazo	Cantón: Riobamba

Fuente: Entrevista al Gerente Financiero
Elaborado por: Paredes J. (2021)

3.5.3. Almacenes

Tabla 26-3: Matriz y sucursales

Local	Dirección	Teléfonos	E-mail
Matriz	10 de Agosto y Sebastián de Benalcázar	032940027	info@basvimart.com contabilidad@basvimart.com super@basvimart.com
Bastidas Mayorista Plásticos	10 de Agosto y Sebastián de Benalcázar	032946497	info@basvimart.com contabilidad@basvimart.com super@basvimart.com
Supermercado Basvimart (Álamo)	Cristóbal Colón y 10 de Agosto	032964326	info@basvimart.com contabilidad@basvimart.com super@basvimart.com
Supermercado Norte Álamo	Av. 11 de Noviembre y Demetrio Aguilera Malta	032946497	info@basvimart.com contabilidad@basvimart.com super@basvimart.com

Elaborado por: Paredes J. (2021)

3.5.4. Logotipo



Figura 1-3. Logotipo de la Distribuidora Comercial Bastidas Basvimart Cía. Ltda.

Elaborado por: Distribuidora Comercial Bastidas Cía. Ltda.

3.2.3 Localización

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. se encuentra ubicada en la provincia de Chimborazo en la ciudad de Riobamba, cuenta con un local propio ubicada en las calles 10 de Agosto y Sebastián de Benalcázar frente al mercado San Francisco que es el punto estratégico y clave para el éxito de su empresa.

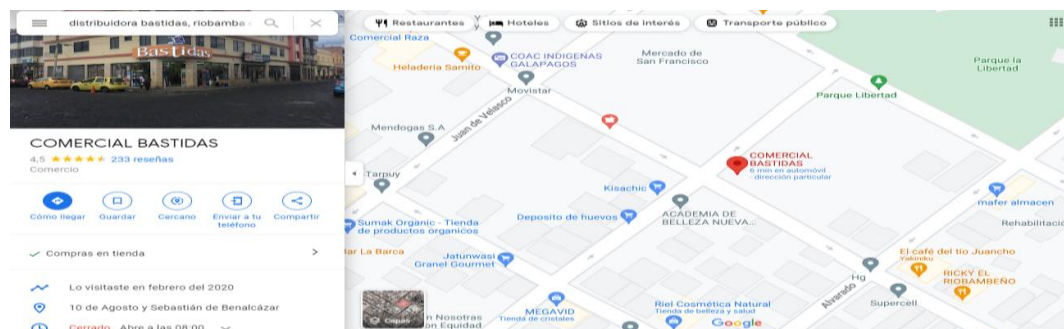


Figura 2-3. Ubicación de la distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda.

Fuente: Google Maps

3.2.4 Manual de funciones propuesto

Un manual de funciones es una herramienta de gestión basado en la estructura organizacional de la compañía en donde se detalla el objetivo y perfil de cada puesto asignado, sus funciones, habilidades y destrezas requeridas.


Tabla 27-3: Funciones de la Junta General de Socios

 <p>DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS VILLACIS BASVIMART</p>	<p>DESCRIPCIÓN DEL: ÓRGANO ADMINISTRATIVO</p>
<p>Junta General de Socios</p>	
<p>Supervisa:</p>	<p>Gerente Financiero</p>
<p>OBJETIVO</p>	
<p>Fiscalizar la toma de decisiones y evaluar acciones fundamentales para un rendimiento satisfactorio.</p>	
<p>FUNCIONES PRINCIPALES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ La aprobación de la gestión social. ➤ Conocer sobre los resultados de los estados financieros. ➤ La modificación de los estatutos sociales, que beneficien a los integrantes de la distribuidora. ➤ Acordar modificaciones en los reglamentos internos de la entidad. ➤ El nombramiento de los administradores, supervisores y auditores externos ➤ La transformación o fusión de la sociedad e incluso de posibles ampliaciones del capital con visión a una inversión. ➤ La aprobación de las cuentas anuales si se incrementa para el mejor desenvolvimiento de la empresa. ➤ La distribución de las utilidades a sus dividendos ➤ La disolución de la sociedad, si se presentara algún inconveniente que no sea posible arreglar. 	
<p>HABILIDADES Y DESTREZAS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad para trabajar en equipo. ➤ Capacidad de liderazgo y actitud empresarial. ➤ Capacidad de Tomar decisiones oportunas y eficientes. ➤ Capacidad de mediar problemas y solución inmediata. ➤ Conocimiento de ley del ministerio de trabajo. ➤ Conocimiento de la ley de compañías. ➤ Atención al cliente externo e interno. 	

Fuente: Superintendencia de compañías Valores y Seguros, (2018)

Realizado por: Paredes J. (2021)


Tabla 28-3: Gerente financiero

 <p>DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS VILLACIS BASVIMART</p>	<p>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</p>
<p>Nombre del cargo:</p>	<p>Gerente Financiero</p>
<p>Supervisa:</p>	<p>Junta General de Socios</p>
<p>OBJETIVO DEL PUESTO</p>	
<p>Gestionar el manejo eficiente de los recursos económicos y financieros de una organización.</p>	
<p>FUNCIONES PRINCIPALES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Obtención de Fondos sean propios de la empresa o externos. ➤ Conocer sobre los resultados de los estados financieros. ➤ Conocer la cartera de clientes. ➤ Emplear los fondos de manera adecuada y rentable ➤ Tomar decisiones de inversión. ➤ Medir el desempeño de la empresa ➤ Ejecutar, controlar y cumplir con las metas establecida en la empresa. ➤ Controlar los costos y gastos de la empresa. ➤ La distribución de las utilidades a sus dividendos, si se capitaliza o se reparte a los dividendos. 	
<p>PERFIL EMPRESARIAL</p>	
<p>FORMACIÓN ACADÉMICA:</p>	<p>Título de tercer Nivel</p>
<p>CARRERA A FIN:</p>	<p>Lic. Finanzas / Ingeniero Financiero, Lic. En Administración de Empresas / Administración de Empresa, Lic. Contabilidad / Ing. Contabilidad o carreras afines.</p>
<p>EXPERIENCIA:</p>	<p>Mínimo 1 año de experiencia</p>
<p>HABILIDADES Y DESTREZAS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de análisis ➤ Capacidad de trabajo bajo presión ➤ Capacidad para trabajar en equipo. ➤ Capacidad de liderazgo y actitud empresarial. ➤ Capacidad de tomar decisiones oportunas y eficientes. ➤ Capacidad de mediar problemas y solución inmediata. ➤ Atención al cliente externo e interno. 	

Fuente: Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda.

Realizado por: Paredes J. (2021)

Tabla 29-3: Departamento administrativo

 <p>DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS VILLACIS BASVIMART</p>	<p>DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO</p>
<p>Nombre del Cargo: Administrador</p>	
<p>Supervisa:</p>	<p>Gerente Financiero</p>
<p>OBJETIVO DEL PUESTO</p>	
<p>Planificar, organizar, direccionar y controlar de manera eficiente y eficaz las metas y propósitos de la empresa con innovación y competitividad.</p>	
<p>FUNCIONES PRINCIPALES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tomar decisiones que orienten eficientemente a la empresa. ➤ La competitividad y la generación del valor económico ➤ Redactar, archivar y revisar los documentos. ➤ Conocer sobre los resultados de los estados financieros. ➤ Conocer la cartera de clientes. ➤ Actualizar los procedimientos según las necesidades del cliente. ➤ Medir el desempeño de la empresa ➤ Gestionar la adquisición de los productos para la distribución de los mismos. ➤ Supervisar la tesorería, proyectos e inversión. ➤ Tramitar y actualizar los documentos necesarios de la empresa. ➤ Manejo del personal 	
<p>PERFIL EMPRESARIAL</p>	
<p>FORMACIÓN ACADÉMICA:</p>	<p>Título de tercer Nivel</p>
<p>CARRERA A FIN:</p>	<p>Lic. Finanzas / Ingeniero Financiero, Lic. En Administración de Empresas / Administración de Empresa, Lic. Contabilidad / Ing. Contabilidad o carreras afines.</p>
<p>EXPERIENCIA:</p>	<p>Mínimo 1 año de experiencia</p>
<p>HABILIDADES Y DESTREZAS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de análisis ➤ Capacidad de adaptación ➤ Capacidad de organización ➤ Conocimiento sobre finanzas ➤ Capacidad de trabajo bajo presión ➤ Capacidad para trabajar en equipo. ➤ Capacidad de usar herramientas informáticas y profesionales. ➤ Conocimientos y actitudes de liderazgo ➤ Capacidad de mediar problemas y solución inmediata. ➤ Atención al cliente externo e interno. 	

Fuente: Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda.

Realizado por: Paredes J. (2021)


Tabla 30-3: Contabilidad

 <p>DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS VILLACIS BASVIMART</p>	<p>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</p>
<p>Nombre del cargo: Contador</p>	
<p>Supervisa:</p>	<p>Director administrativo</p>
<p>OBJETIVO DEL PUESTO</p>	
<p>Elaborar los estados financieros y conocer los costos y gastos detallados de cada una de las inversiones que realiza la empresa.</p>	
<p>FUNCIONES PRINCIPALES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Obtener la información financiera y elaborar los estados financieros. ➤ Establecer cuáles son las obligaciones de corto y largo plazo. ➤ Redactar, archivar y revisar los documentos. ➤ Conocer sobre los resultados de los estados financieros. ➤ Conocer la cartera de clientes. ➤ Registrar los ingresos y gastos de la empresa. ➤ Registrar en el inventario el ingreso de nuevos productos. ➤ Registrar el pago de sueldos, salarios y vacaciones de los colaboradores. ➤ Medir el desempeño de la empresa ➤ Dar a conocer si existió pérdida o ganancia en el año en curso. 	
<p>PERFIL EMPRESARIAL</p>	
<p>FORMACIÓN ACADÉMICA:</p>	<p>Título de tercer Nivel</p>
<p>CARRERA A FIN:</p>	<p>Lic. Finanzas / Ingeniero Financiero, Lic. En Administración de Empresas / Administración de Empresa, Lic. Contabilidad / Ing. Contabilidad o carreras afines.</p>
<p>EXPERIENCIA:</p>	<p>Mínimo 1 año de experiencia</p>
<p>HABILIDADES Y DESTREZAS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Honestidad ➤ Capacidad de análisis ➤ Capacidad de adaptación ➤ Capacidad de organización ➤ Conocimiento sobre finanzas ➤ Capacidad de trabajo bajo presión ➤ Capacidad para trabajar en equipo. ➤ Capacidad de usa herramientas informáticas y profesionales. ➤ Empoderamiento de la empresa. ➤ Capacidad de mediar problemas y solución inmediata. ➤ Atención al cliente externo e interno. 	

Fuente: Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda.

Realizado por: Paredes J. (2021)

Tabla 31-3: Finanzas

 <p>DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS VILLACIS BASVIMART</p>	<p>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</p>
<p>Nombre del cargo: Analista financiero</p>	
<p>Supervisa:</p>	<p>Director Administrativo</p>
<p>OBJETIVO DEL PUESTO</p>	
<p>Desarrollar de manera eficiente las actividades de custodia, control, manejo y desempeño de los fondos y documentos negociables que administra la empresa.</p>	
<p>FUNCIONES PRINCIPALES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Controlar de manera eficiente y eficaz los recursos financieros. ➤ Análisis e interpretación de los periodos contables. ➤ Administrar y supervisar los ingresos de la empresa. ➤ Conocer sobre los resultados de los estados financieros ➤ Conocer la cartera de clientes. ➤ Manejar y controlar caja chica. ➤ Registrar en el inventario el ingreso de nuevos productos. ➤ Planifica el pago de sueldos, salarios y vacaciones de los colaboradores. ➤ Medir el desempeño de la empresa. ➤ Elabora proyecciones de ingresos y gastos. 	
<p>PERFIL EMPRESARIAL</p>	
<p>FORMACIÓN ACADÉMICA:</p>	<p>Título de tercer Nivel</p>
<p>CARRERA A FIN:</p>	<p>Lic. Finanzas / Ingeniero Financiero, Lic. En Administración de Empresas / Administración de Empresa, Lic. Contabilidad / Ing. Contabilidad o carreras afines.</p>
<p>EXPERIENCIA:</p>	<p>Mínimo 1 año de experiencia</p>
<p>HABILIDADES Y DESTREZAS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de análisis ➤ Capacidad de adaptación ➤ Capacidad de organización ➤ Conocimiento sobre finanzas ➤ Capacidad de trabajo bajo presión ➤ Capacidad para trabajar en equipo. ➤ Capacidad de usar herramientas informáticas y profesionales. ➤ Empoderamiento de la empresa. ➤ Capacidad de mediar problemas y solución inmediata. ➤ Atención al cliente externo e interno. 	

Fuente: Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda.

Realizado por: Paredes J. (2021)

Tabla 32-3: Recursos humanos

 <p>DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS VILLACIS BASVIMART</p>		<p>DESCRIPCIÓN DEL ÁREA</p>
Nombre del cargo:	Analista de Talento Humano	
Supervisa:	Director Administrativo	
OBJETIVO DEL PUESTO		
Impulsar el desempeño productivo y satisfactorio del equipo de trabajo el cual va de la mano con la misión y visión de la empresa.		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Selección y reclutamiento del personal necesario para la empresa. ➤ Controlar supervisar de manera eficiente y eficaz de los recursos humanos. ➤ Evaluar el desempeño del personal detectando las habilidades y destrezas de cada colaborador, facilitando la ubicación del personal. ➤ Administrar y supervisar la necesidad de capacitaciones al personal. ➤ Crear un ambiente laboral empoderado con la empresa. ➤ Motivar a los colaboradores. ➤ Garantizar la coordinación de las acciones. ➤ Implementar y aplicar políticas y normas al personal. ➤ Medir el desempeño del personal 		
PERFIL EMPRESARIAL		
FORMACIÓN ACADÉMICA:	Título de tercer Nivel	
CARRERA A FIN:	Licenciado en Administración de Empresas / Ingeniería Administración de Empresas, Licenciado en Finanzas / Ingeniero en Finanzas	
EXPERIENCIA:	Mínimo 1 año de experiencia	
HABILIDADES Y DESTREZAS		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Compromiso ➤ Capacidad de adaptación ➤ Capacidad de organización ➤ Capacidad de trabajo bajo presión ➤ Capacidad para trabajar en equipo. ➤ Capacidad de manejo del personal ➤ Empoderamiento de la empresa. ➤ Capacidad de mediar problemas y solución inmediata. ➤ Atención al cliente externo e interno. 		

Fuente: Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda.

Realizado por: Paredes J. (2021)

Tabla 33-3: Departamento comercial

 <p>DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS VILLACIS BASVIMART</p>		<p>DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO</p>
Nombre del cargo:	Director Comercial	
Supervisa:	Gerente	
OBJETIVO DEL PUESTO		
Realizar las proformas de pedidos de las diferentes líneas de productos, concretar y mantener las relaciones con clientes por medio de la planificación.		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Garantizar la satisfacción de los clientes. ➤ Analizar los hábitos y estudio del perfil de consumo ➤ Determinar que productos tienen mayor rotación ➤ Ofrecer la mejor experiencia de comprar ➤ Generar la fidelidad de compra, por medio de promociones. ➤ Tener los mejores precios con relación a la competencia. ➤ Realizar el estudio de mercado para posibles expansiones ➤ Diseño del proceso de ventas. ➤ Planificar estrategias de ventas. ➤ Crear un ambiente laboral empoderado con la empresa. ➤ Motivar a los colaboradores. ➤ Garantizar la coordinación de las acciones. ➤ Implementar y aplicar políticas y normas al personal. ➤ Medir el desempeño de la personal 		
PERFIL EMPRESARIAL		
FORMACIÓN ACADÉMICA:	Título de tercer Nivel	
CARRERA AFIN:	Lic. Finanzas / Ingeniero Financiero, Lic. En Administración de Empresas / Administración de Empresa, Lic. Contabilidad / Ing. Contabilidad o carreras afines.	
EXPERIENCIA:	Mínimo 1 año de experiencia	
HABILIDADES Y DESTREZAS		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Compromiso ➤ Capacidad de adaptación ➤ Capacidad de organización ➤ Capacidad de trabajo bajo presión ➤ Capacidad para trabajar en equipo. ➤ Capacidad de manejo del personal ➤ Empoderamiento de la empresa. ➤ Capacidad de mediar problemas y solución inmediata. ➤ Atención al cliente externo e interno. 		

Fuente: Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda.

Realizado por: Paredes J. (2021)

Tabla 34-3: Jefe de producción

 <p>DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS VILLACIS BASVIMART</p>	<p>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</p>
<p>Nombre del cargo:</p>	<p>Jefe de Producción</p>
<p>Supervisa:</p>	<p>Gerente</p>
<p>OBJETIVO DEL PUESTO</p>	
<p>Implementar los procesos, actividades y funciones coordinando y clasificando cada producto por fechas de llegada a la empresa.</p>	
<p>FUNCIONES PRINCIPALES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Clasificar cada producto por la calidad de los mismos. ➤ Verificación de caducidad de los productos. ➤ Revisar fecha de adquisición de los productos. ➤ Categorizar los productos para determinar su precio. ➤ Supervisar los precios asignados a cada producto. ➤ Mejorar constantemente cada uno de los procesos de producción de manera eficiente y eficaz. ➤ Proponer estrategias de producción ➤ Custodia de los productos. ➤ Monitorear cada parámetro de producción ➤ Crear un ambiente laboral empoderado con la empresa. ➤ Motivar a los colaboradores. ➤ Garantizar la coordinación de las acciones. ➤ Implementar y aplicar políticas y normas al personal. 	
<p>PERFIL EMPRESARIAL</p>	
<p>FORMACIÓN ACADÉMICA:</p>	<p>Título de tercer Nivel</p>
<p>CARRERA A FIN:</p>	<p>Lic. Finanzas / Ingeniero Financiero, Lic. En Administración de Empresas / Administración de Empresa, Lic. Contabilidad / Ing. Contabilidad o carreras afines.</p>
<p>EXPERIENCIA:</p>	<p>Mínimo 1 año de experiencia</p>
<p>HABILIDADES Y DESTREZAS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Compromiso ➤ Capacidad de adaptación ➤ Capacidad de organización ➤ Capacidad de trabajo bajo presión ➤ Capacidad para trabajar en equipo. ➤ Capacidad de manejo del personal ➤ Empoderamiento de la empresa. ➤ Capacidad de mediar problemas y solución inmediata. 	

Fuente: Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda.

Realizado por: Paredes J. (2021)

Tabla 35-3: Bodega

 <p>DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS VILLACIS BASVIMART</p>	<p>DESCRIPCIÓN DEL ÁREA</p>
<p>Nombre del área: Bodega</p>	
<p>Supervisa:</p>	<p>Jefe de bodega</p>
<p>OBJETIVO DEL PUESTO</p>	
<p>Registrar toda la entrada y salida de cada producto, la logística debe ser coordinada y supervisada para controlar la mercadería.</p>	
<p>FUNCIONES PRINCIPALES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Supervisar la Clasificación cada producto por la calidad de los mismos. ➤ Verificación de caducidad de los productos. ➤ Revisar fecha de adquisición de los productos. ➤ Categorizar los productos para determinar su precio. ➤ Supervisar los precios asignados a cada producto. ➤ Mejorar constantemente cada uno de los procesos de producción de manera eficiente y eficaz. ➤ Limpieza de cada área designada para la colocación de los productos. ➤ Protocolo de manejo y manipulación de los productos. ➤ Conteo físico espontaneo para verificar las existencias de los mismos. ➤ Mantener un proceso de manejo y manipulación de productos ➤ Crear un ambiente laboral empoderado con la empresa. ➤ Motivar a los colaboradores. ➤ Mantener un manual de prevención de riesgos ➤ Implementar y aplicar políticas y normas al personal. ➤ Verificar los canales de distribución ➤ Optimizar los espacios de distribución de los productos. 	
<p>PERFIL EMPRESARIAL</p>	
<p>FORMACIÓN ACADÉMICA:</p>	<p>Bachiller</p>
<p>CARRERA AFIN:</p>	<p>Administración de Bodega e inventarios</p>
<p>EXPERIENCIA:</p>	<p>Mínimo 1 año de experiencia</p>
<p>HABILIDADES Y DESTREZAS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Compromiso ➤ Capacidad de adaptación ➤ Capacidad de organización ➤ Capacidad de trabajo bajo presión ➤ Capacidad para trabajar en equipo. ➤ Capacidad de solucionar inconvenientes. ➤ Empoderamiento de la empresa. 	

Fuente: Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda.

Elaborado por: Paredes J. (2021)


Tabla 36-3: Empacado

 <p>DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS VILLACIS BASVIMART</p>		<p>DESCRIPCIÓN DEL ÁREA</p>
Nombre del área	Empacado	
Nombre del cargo:	Jefe de packaging	
OBJETIVO DEL PUESTO		
Ejecución del registro y control de los bienes materiales, herramientas, e instrumentos a cada área.		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Clasificar cada producto por la calidad de los mismos. ➤ Verificación de caducidad de los productos. ➤ Revisar fecha de adquisición de los productos. ➤ Supervisar los precios asignados a cada producto. ➤ Mejorar constantemente cada uno de los procesos de producción de manera eficiente y eficaz. ➤ Limpieza de cada área designada para la colocación de los productos. ➤ Protocolo de manejo y manipulación de los productos. ➤ Protocolo de manejo de montacargas y cargadores. ➤ Inventario de las herramientas de trabajo. ➤ Conteo físico espontaneo para verificar las existencias de los mismos. ➤ Mantener un proceso de manejo y manipulación de productos ➤ Crear un ambiente laboral empoderado con la empresa. ➤ Mantener un manual de prevención de riesgos ➤ Implementar y aplicar políticas y normas al personal. ➤ Verificar los canales de distribución ➤ Optimizar los espacios de distribución de los productos. 		
PERFIL EMPRESARIAL		
FORMACIÓN ACADÉMICA:	Bachiller	
CARRERA AFIN:	Manejo de Bodegas	
EXPERIENCIA:	Mínimo 1 año de experiencia	
HABILIDADES Y DESTREZAS		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Compromiso ➤ Capacidad de cargar ➤ Capacidad de organización ➤ Capacidad de trabajo bajo presión ➤ Capacidad para trabajar en equipo. ➤ Capacidad de solucionar inconvenientes. ➤ Empoderamiento de la empresa. 		

Fuente: Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda.

Realizado por: Paredes J. (2021)

Tabla 37-3: Despacho

 <p>DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS VILLACIS BASVIMART</p>	<p>DESCRIPCIÓN DEL ÁREA</p>
<p>Nombre del área:</p>	<p>Despacho</p>
<p>Cargo:</p>	<p>Jefe de despacho</p>
<p>OBJETIVO DEL PUESTO</p>	
<p>Ejecución de logística hacia los clientes de la empresa, con respeto y cordialidad.</p>	
<p>FUNCIONES PRINCIPALES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Croquis de los clientes para la entrega. ➤ Documento de respaldo de entrega de los bienes. ➤ Documentos de coordinación de entrega. ➤ Revisar fecha de adquisición de los productos. ➤ Verificación de cada producto antes de la entrega. ➤ Mejorar constantemente cada uno de los procesos de entrega de manera eficiente y eficaz. ➤ Limpieza de cada área designada para la colocación de los productos. ➤ Protocolo de manejo y manipulación de los productos. ➤ Protocolo de manejo de montacargas y cargadores. ➤ Inventario de las herramientas de trabajo. ➤ Conteo físico espontáneo para verificar las existencias de los mismos. ➤ Mantener un proceso de manejo y manipulación de productos ➤ Crear un ambiente laboral empoderado con la empresa. ➤ Mantener un manual de prevención de riesgos ➤ Implementar y aplicar políticas y normas al personal. ➤ Verificar los canales de distribución ➤ Optimizar los espacios de distribución de los productos. 	
<p>PERFIL EMPRESARIAL</p>	
<p>FORMACIÓN ACADÉMICA:</p>	<p>Bachiller</p>
<p>CARRERA AFIN:</p>	<p>Auxiliar de bodega</p>
<p>EXPERIENCIA:</p>	<p>Mínimo 1 año de experiencia</p>
<p>HABILIDADES Y DESTREZAS</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Compromiso ➤ Capacidad de cargar ➤ Capacidad de organización ➤ Capacidad de trabajo bajo presión ➤ Capacidad para trabajar en equipo. ➤ Capacidad de solucionar inconvenientes. ➤ Empoderamiento de la empresa. 	

Fuente: Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda.

Realizado por: Paredes J. (2021)

3.6. Evaluación financiera

3.6.1. Análisis vertical de balance general

Un análisis vertical está basado en la recopilación de los datos del Balance General del año 2019 y 2020 de la Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. importante para la interpretación de los mismos.

Tabla 38-3. Análisis vertical del balance general

Distribuidora Comercial Bastidas Cía. Ltda.				
Balance General				
Del 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2019,2020				
Activo	2019	Análisis Vertical	2020	Análisis Vertical
Activos Corrientes				
Efectivo y Equivalentes del Efectivo	\$ 243,913.25	11.97%	\$ 145,831.17	5.13%
Cuentas y Documentos por cobrar	\$ 22,174.36	1.09%	\$ 26,175.25	0.92%
Otras Cuentas por Cobrar	\$ 25,015.73	1.23%	\$ 200.00	7.03%
Inventario	\$ 927,324.23	45.52%	\$1,261,662.27	44.35%
Otros Activos Financieros Corrientes	-	-	\$ 66,913.25	2.35%
Gastos Pagados por Anticipado	\$ 3,681.42	0.18%	\$ 3,683.28	0.13%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 1,222,108.99	59.99%	\$1,504,465.22	52.88%
ACTIVOS NO CORRIENTES				
Terrenos	\$ 234,060.00	11.93%	\$ 589,060.00	20.71%
Edificio y Otros Inmuebles	\$ 470,940.00	23.12%	\$ 549,253.78	19.31%
Maquinaria y Equipo	\$ 38,684.38	1.90%	\$ 105,957.24	3.72%
Plantas Productoras Agrícolas	\$ 148,243.53	7.28%	\$ 228,534.79	8.03%
(-) Depreciación Acumulada	\$ 83,429.90	4.10%	\$ 140,568.39	4.94%
Activos por Sujetos Diferidos	\$ 6,586.76	0.32%	-	-
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 815,082.77	40.01%	\$1,340,463.42	47.12%
TOTAL ACTIVOS	\$ 2,037,191.76	100%	\$2,844,928.62	100%
PASIVO				
PASIVO CORRIENTE				
Cuentas y Documentos por Pagar	\$ 764,242.64	37.51%	\$1,510,081.16	53.08%
Acciones y Derechos representativos por pagar	\$ 80,000.00	3.93%	\$ 310,000.00	10.90%
Dividendos Pagar	\$ 108,013.79	8.84%	\$ 168,013.79	5.91%
Otras Cuentas por Pagar	\$ 273,851.86	13.44%	\$ 43,601.77	1.53%
Obligaciones con Instituciones Financieras	\$ 114,866.23	5.64%	\$ 228,670.75	8.04%
Otros Pasivos Financieros imp. Renta	\$ 23,225.51	1.14%	\$ 26,344.61	0.93%
Pasivos Corrientes Beneficio empleados	\$ 51,940.98	2.55%	\$ 35,899.89	1.26%
Pasivos por Ingresos Diferidos	\$ 6,043.11	0.30%	-	-
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 1,234,170.33	60.58%	\$1,844,598.17	64.84%
PASIVOS NO CORRIENTES				
Obligaciones con Instit. Financieras	\$ 211,425.94	14.13%	\$ 352,741.32	15.60%
Otros Pasivos Financieros	\$ 30,160.20	2.02%	\$ 9,911.15	0.44%
Pasivos por Beneficio Empleados	\$ 20,116.00	1.34%	\$ 51,222.00	2.26%

Pasivos por Ingresos Diferidos	-	-	\$ 2,480.00	0.11%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 261,702.14	17.49%	\$ 416,954.47	18.44%
TOTAL PASIVO	\$ 1,495,872.47	100%	\$2,261,552.54	100%
PATRIMONIO				
Capital Suscrito	\$ 430,000.00	21.11%	\$ 510,141.00	17.93%
Reservas	\$ 31,179.09	1.53%	\$ 35,107.39	1.23%
Utilidad del Ejercicio año anterior	\$ 80,140.20	3.93%	\$ 36,637.59	1.29%
Ganancias y Pérdidas actuales acumuladas	-	-	\$ 3,490.00	0.12%
TOTAL PATRIMONIO	\$ 541,319.29	26.57%	\$ 583,375.98	20.51%
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 2,037,191.76	100%	\$2,844,928.62	100%

Fuente: Distribuidora Comercial "Bastidas"

Realizado por: Paredes J. 2021

3.6.1.1. Interpretación de las cuentas de activos

La Distribuidora Comercial Bastidas, tienen por actividad comercial la venta de productos de consumo masivo, en el año 2020 el activo corriente representa el 52.88% que es una parte del total de activos, en el cual este porcentaje está compuesto de efectivo y equivalente del efectivo con un 5.13% en el cual se puede evidenciar una disminución comparado al año anterior, por consiguiente las cuentas y documentos por cobrar con un 0.92%, seguido de otras cuentas por cobrar con un 7.03%, por otro lado, los inventarios representan la mayor parte del activo con un 44.35%, además se observa el incremento de gastos pagados por anticipado que representa el 0.13% que justifica la disminución en la cuenta efectivo equivalente ya que se asume que se cubrió con esta cuenta este gasto.

En este periodo contable los activos no corrientes figuran el 47.12% del total de activos siendo este mayor en el conjunto de activos ya que se evidencia un crecimiento a comparación del año anterior, el cual está integrado por los terrenos con un 20.71%, seguido de los edificios con un 19.31%, por otra parte maquinaria y equipo el 3.72% además las plantas productoras agrícola con un 8.03%, para mantener el estado de sus maquinarias y vehículos se deben realizar el cálculo de la depreciación acumulada 4.94% y también ya no se observa a la cuenta activos por sujetos diferidos ya es utilizada para este año fiscal.

3.6.1.2. Interpretación de las cuentas del pasivo

Los pasivos corrientes se evidencia un crecimiento de 64.84% comparado al año anterior, el cual está compuesto de cuentas y documentos por pagar de un 37.51%, las acciones y derechos por pagar de un 3.93%, los dividendos por pagar es el 8.84%, otras cuentas por pagar 13.44%, obligaciones con instituciones financieras de un 5.64%, también se observa una disminución, las obligaciones con instituciones financieras en un 5.64%, además otros pasivos financieros imp. Renta esta en un 1.14%, pero se observa que la cuenta otros pasivos corrientes beneficio

empleados en un 1.26% y desaparece en este periodo contable al igual que la cuenta pasivos por ingresos diferidos, los pasivos corrientes beneficio empleados son el 0.30% , el cual también presenta una disminución.

En el periodo contable los pasivos no corrientes representan el 18.44% del total de pasivos y está compuesto de obligaciones con instituciones financieras de un 15.60%, los otros pasivos financieros son el 0.44% este presenta disminución comparado al año anterior, los pasivos por beneficios empleados es el 2.26% quien presenta un incremento comparado al año anterior, además se incrementa una cuenta de pasivos por ingresos diferidos que es el 0.11%.

3.6.1.3. Interpretación de las cuentas del patrimonio

En el periodo contable del año 2019, el patrimonio representa el 26.51% del total de pasivo y patrimonio siendo este el conjunto de menor participación, se encuentra conformado de un capital suscrito del 21.11%, las reservas representan el 1.53%, y tiene una utilidad del periodo anterior del 3.93%.

Para el año 2020, la participación del patrimonio representa el 20.51% en el cual se presenta una disminución, se encuentra conformado por un capital suscrito que representa 17.93%, las utilidades del ejercicio anterior de 1.29%, y aparece la cuenta pérdida y ganancias actuales acumuladas que es el 0.12%.

3.6.2. *Análisis horizontal del balance general*

Un análisis horizontal está basado en la toma de datos del año 2019 y 2020 del Balance General de la Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. fundamental para la interpretación de los mismos.

Tabla 39-3: Análisis horizontal del balance general

Distribuidora Comercial Bastidas Cía. Ltda.				
Balance General				
Del 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2019,2020				
Activo	2019	2020	Análisis horizontal	
Activos Corrientes			Variación Absoluta	Variación Relativa
Efectivo y Equivalentes del Efectivo	\$ 243,913.25	\$ 145,831.17	\$ - 98,082.08	-40.22%
Cuentas y Documentos por cobrar	\$ 22,174.36	\$ 26,175.25	\$ 4,000.89	18.04%
Otras Cuentas por Cobrar	\$ 25,015.73	\$ 200.00	\$ - 24,815.73	-96.68%

Inventario	\$ 927,324.23	\$1,261,662.27	\$ 334,338.04	36.05%
Otros Activos Financieros Corrientes	-	\$ 66,913.25	\$ 66,913.25	0%
Gastos Pagados por Anticipado	\$ 3,681.42	\$ 3,683.28	\$ 1.86	0.05%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 1,222,108.99	\$1,504,465.22	\$ 282,356.23	23.10%
ACTIVOS NO CORRIENTES				
Terrenos	\$ 234,060.00	\$ 589,060.00	\$ 355,000.00	151.67%
Edificio y Otros Inmuebles	\$ 470,940.00	\$ 549,253.78	\$ 78,313.78	0.17%
Maquinaria y Equipo	\$ 38,684.38	\$ 105,957.24	\$ 67,272.86	173.89%
Plantas Productoras Agrícolas	\$ 148,243.53	\$ 228,534.79	\$ 80,291.26	54.16%
(-) Depreciación Acumulada	\$ 83,429.90	\$ 140,568.39	\$ 57,138.49	68.49%
Activos por Sujetos Diferidos	\$ 6,586.76	-	\$ 6,586.76	100%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 815,082.77	\$1,340,463.42	\$ 525,380.65	64.46%
TOTAL ACTIVOS	\$ 2,037,191.76	\$2,844,928.62	\$ 807,736.86	39.65%
PASIVO				
PASIVO CORRIENTE				
Cuentas y Documentos por Pagar	\$ 764,242.64	\$1,032,067.37	\$ 267,824.73	35.04%
Acciones y derecho representativo de capital	\$ 80,000.00	\$ 310,000.00	\$ 230,000.00	287.5%
Otras Cuentas por Pagar	\$ 273,851.86	\$ 43,601.77	\$ -230,250.09	-84.08%
Obligaciones con Instituciones Financieras	\$ 114,866.23	\$ 228,670.75	\$ 113,784.52	99.06%
Dividendos por Pagar	\$ 180,013.79	\$ 168,013.79	\$ -12,000.00	-6.66%
Otros Pasivos Financieros	\$ 23,225.51	\$ 26,344.61	\$ 3,119.10	13.43%
Pasivos Corrientes Beneficio empleados	\$ 51,940.98	\$ 35,899.89	\$ - 16,041.09	-30.88%
Pasivos por Ingresos Diferidos	\$ 6,043.11	-	\$ - 6,043.11	-100%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 1,234,170.33	\$1,844,598.17	\$ 610,427.84	49.46%
PASIVOS NO CORRIENTES				
Obligaciones con Instit. Financieras	\$ 211,425.94	\$ 352,741.32	\$ 141,315.38	66.84%
Otros Pasivos Financieros	\$ 30,160.20	\$ 9,911.15	\$ -20,249.05	-67.14%
Pasivos por Beneficio Empleados	\$ 20,116.00	\$ 51,222.00	\$ 31,106.00	154.63%
Pasivos por Ingresos Diferidos	-	\$ 2,480.00	\$ 2,480.00	0%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 261,702.14	\$ 416,954.47	\$ 155,252.33	59.32%
TOTAL PASIVO	\$ 1,495,872.47	\$2,261,552.54	\$ 765,680.07	51.19%
PATRIMONIO				
Capital Suscrito	\$ 430,000.00	\$ 510,141.00	\$ 80,141.00	18.64%
Reservas	\$ 31,179.09	\$ 35,107.39	\$ - 3,928.30	-12.60%
Utilidad del Ejercicio año anterior	\$ 80,140.20	\$ 36,637.59	\$ -43,502.61	-54.28%
Ganancias y Pérdidas actuales acumuladas	-	\$ 3,490.00	\$ 3,490.00	0%
TOTAL PATRIMONIO	\$ 541,319.29	\$ 583,375.98	\$ 42,056.69	7.76%

TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 2,037,191.76	\$2,844,928.62	\$ 807,736.86	39.65%
----------------------------------	------------------------	-----------------------	----------------------	---------------

Fuente: Distribuidora comercial Bastidas

Realizado por: Paredes, J. (2021)

3.6.2.1. Interpretación de las cuentas del activo

La Distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el total de Activos presenta un incremento del 39.65% en el transcurso del año 2019 al 2020 de los cuales el activo corriente aumento en un 23.10% se evidencia un crecimiento considerable en la cuenta Inventarios un 36.05%, seguido de la cuenta Cuentas y Documentos por Cobrar 18.04%, en las cuentas que se han presentado una evidente disminución es en la cuenta 40.22%, seguida de la cuenta otras cuentas por cobrar que es el 96.68% y otros gastos pagados por anticipado ha tenido una variación mínima del 0.05%. Con respecto a las cuentas no corrientes ha tenido un crecimiento de 64.46% en el cual podemos evidenciar que la cuenta terrenos ha incrementado a un 151.67%, seguida de la cuenta maquinaria y equipo que representa el 173.89%, por consiguiente, la cuenta depreciación acumulada un 68.49%, seguida de la cuenta planta productoras agrícolas de 54.16%, la cuenta edificio y otros inmuebles son el 0.71% y se cancela la cuenta activos por sujeto diferido.

Loa activos no corrientes representas el 64.46% del total de activos, compuesto por la cuenta maquinaria y equipo en el cual se evidencia el crecimiento de la cuenta a un 173.89%, seguida de la cuenta terrenos quien también ha incrementado a 151.67%, la cuenta depreciación acumulada también presenta un incremento a 68.49%, la cuenta planta y productos agrícolas presenta un crecimiento del 54.61%, y edificios también presenta un incremento del 0.17%, y se consolida la cuenta activos por sujetos diferidos.

3.6.2.2. Interpretación de la cuenta de pasivos

Las cuentas del pasivo corriente representan el 49.46% evidenciando que las cuentas Obligaciones con Instituciones financieras a incrementado a un 99.06%, seguida de las cuentas y documentos por pagar que es el 35.04%, por consiguiente, la cuenta otros pasivos financieros impuesto a la renta a un 13.43%, además se evidencia una disminución en la cuenta otras cuentas por pagar a un -84.08%, la cuenta pasivos corrientes beneficio a empleados 30.88% y se cancela la cuenta otros pasivos por pagar.

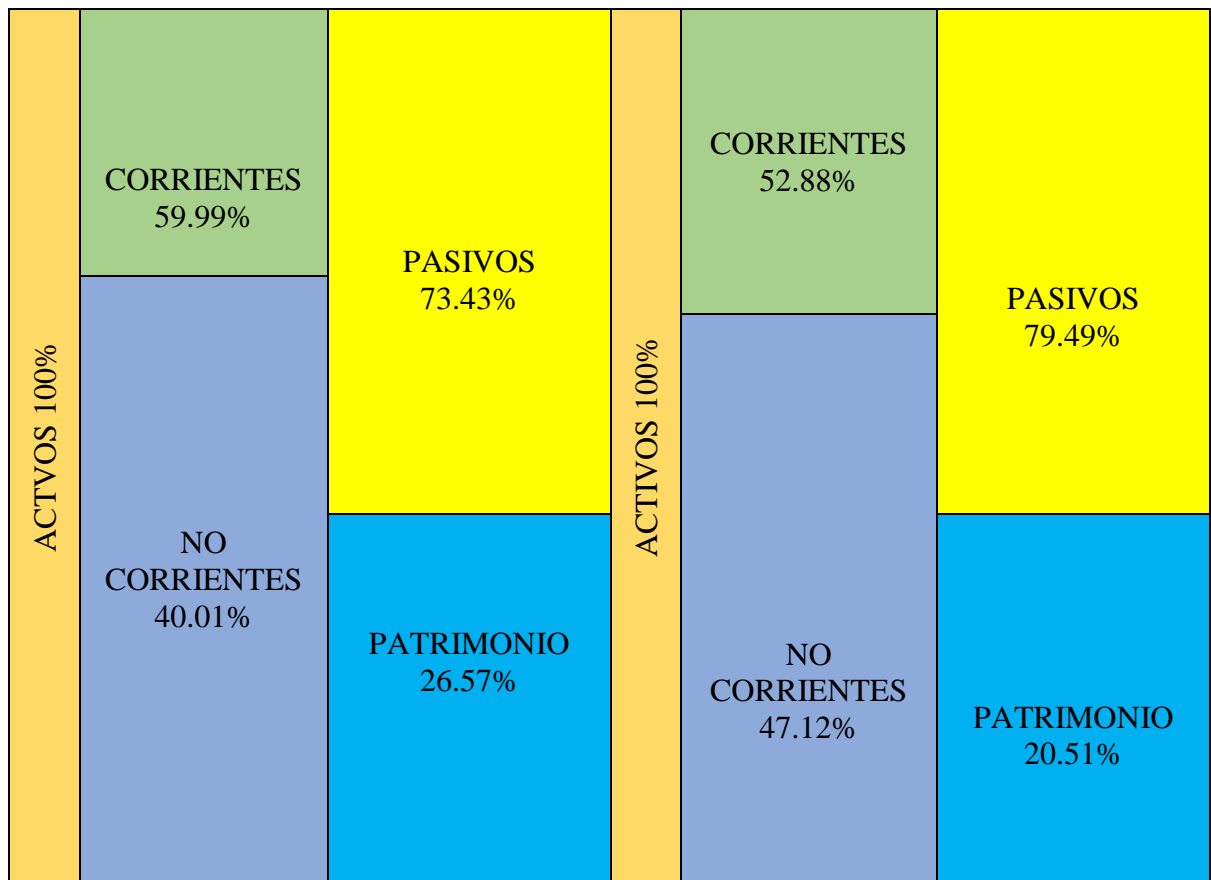
La cuenta otros pasivos no corrientes son el 59.32% del total de pasivos, compuesto por la cuenta pasivos por beneficios empleados a incrementado a un 154.63%, la cuenta obligaciones con instituciones financieras a incrementado a un 66.84%, seguida de la cuenta otros pasivos

financieros presentan un decrecimiento de 67.14% y se cancela la cuenta pasivos por ingresos diferidos.

3.6.2.3. Interpretación de la cuenta del patrimonio

La cuenta patrimonio representa el 7.76% compuesto de un capital suscrito de 18.64% y del cual se evidencia una disminución en la cuenta Utilidad del ejercicio anterior a un 54.28%, seguida de la cuenta reservas un 12.60%, finalmente se cancela la cuenta ganancias y pérdidas acumuladas.

Tabla 40-3: Resumen del análisis vertical de los principios grupos del balance general



Fuente: Tabla 20. Análisis del Balance General
Realizado por: Paredes J. (2021)

3.6.3. Análisis vertical del estado de resultados

Un análisis vertical está basado en la toma de datos del año 2019 y 2020 del Estado de Resultados de la Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. fundamental para la interpretación de los mismos.

Tabla 41-3: Análisis del estado de resultado

DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS				
ESTADO DE RESULTADOS				
DEL 01 ENERO AL 31 DICIEMBRE DEL 2019,2020				
	2019	Análisis Vertical	2020	Análisis Vertical
INGRESOS				
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS				
Ventas Locales de Bienes				
Gravadas con tarifa 0% IVA	\$6,061,386.99	61.33%	\$5,523,787.10	57.59%
Gravadas con tarifa 0% exentas IVA	\$3,778,050.22	38.22%	\$4,040,759.64	42.13%
TOTAL INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$9,839,437.21	99.56%	\$9,564,546.74	99.71%
Otros Ingresos				
Por Beneficios de Seguros	\$ 43,215.75	0.44%	\$ 26,668.95	0.28%
Intereses con instituciones financieras	\$ 122.00	0.02%	\$ 888.70	0.09%
Total Ingresos No Operacionales	\$ 43,337.75	0.44%	\$ 27,557.85	0.29%
TOTAL INGRESOS	\$9,882,774.96	100%	\$9,592,104.39	100%
EGRESOS				
COSTOS DE VENTAS				
Inversión Inicial bienes no prod. Sujeto pasivo	\$ 892,545.16	9.03%	\$ 927,324.23	9.67%
Compras netas locales no prod. Sujeto pasiv	\$8,801,545.32	89.06%	\$ 8,646,515.11	90.14%
(-) Invent. Final bienes no prod. Sujet. Pasi.	\$ 927,324.23	9.38%	\$ 1,261,662.25	13.15%
TOTAL, COSTOS DE VENTAS	\$ 8,766,766.25	88.71%	\$ 8,312,177.09	86.66%
GASTOS				
Sueldos, salarios y demás remuneraciones	\$ 442,916.40	4.48%	\$ 439,492.50	4.58%
Beneficios sociales, indemnizaciones IESS	\$ 58,195.69	0.59%	\$ 54,096.48	0.56%
Aporte a la segurid. Social (incluye F.Resv)	\$ 82,139.63	0.83%	\$ 83,401.87	0.87%
Honorarios profesionales y dietas	\$ 12,886.74	0.13%	\$ 15,579.60	0.16%
Jubilación Patronal	\$ 8,786.82	0.09%	\$ 12,519.00	0.13%
Desahucio	\$ 5,440.07	0.06%	\$ 4,334.00	0.05%
Otros gastos	\$ 7,263.26	0.07%	\$ 7,946.06	0.08%
Gastos por depreciaciones	\$ 43,731.31	0.44%	\$ 54,568.45	0.57%
Promociones y Publicidad	\$ 14,410.00	0.15%	\$ 24,779.43	0.26%
Consumo de combustible y lubricantes	\$ 161,16	0.02%	\$ 172.07	0.02%
Arrendamientos operativos	\$ 24,000.00	0.24%	\$ 24,080.00	0.30%
Suministros, herramientas, materiales	\$ 82,202,08	0.83%	\$ 187,318.36	1.95%
Mantenimiento y reparaciones	\$ 50,164.12	0.51%	\$ 24,142.76	0.25%
Seguros y Reaseguros	\$ 2,650.99	0.03%	\$ 4,476.10	0.05%

Impuestos, contribuciones y otros	\$ 10,273.45	0.10%	\$ 17,343.39	0.18%
Operaciones de recargas serv. Técnicos ad.	\$ 58,527.22	0.59%	\$ 167,530.16	1.75%
Gastos financieros	\$ 34,599.59	0.35%	\$ 44,523.69	0.46%
Interés con instituciones financieras	\$ 34,582.07	0.35%	\$ 37,258.24	0.39%
TOTAL GASTOS	\$ 972,930.70	9.84%	\$ 1,203,561.98	12.55%
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$9,739,696.95	98.55%	\$ 9,515,739.07	99.20%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 143,078.01	1.45%	\$ 76,365.32	0.80%
Perdida del ejercicio				
Cálculo de participación trabajadores	\$ 143,078.01	1.44%	\$ 76,365.32	0.80%
(-) Participación trabajadores	\$ 21,461.70	0.22%	\$ 11,454.80	0.12%
(-) otras rentas exentas e ingresos	\$ 517.39	0.24%	-	-
(-) Gastos no deducibles locales	\$ 27,933.83	0.28%	\$ 40,467.90	0.42%
UTILIDAD GRAVABLE	\$ 149,032.75	1.51%	\$ 105,378.42	1.10%
Total impuesto causado	\$ 37,258.19	0.38%	\$ 28,344.61	0.30%
(-) Retenciones en la fuente ejercicio fiscal	\$ 14,032.68	0.14%	\$ 22,212.89	0.23%
SUBTOTAL IMPUESTO POR PAGAR	\$ 23,225.51	0.24%	\$ 4,131.72	0.04%
IMPUESTO A LA RENTA A PAGAR	\$ 23,225.51	0.24%	\$ 4,131.72	0.04%
UTILIDAD DESPUES DEL IMP.RENTA	\$ 84,358.12	0.85%	\$ 38,565.91	0.40%
TOTAL IMPUESTO A PAGAR	\$ 23,225.51	0.24%	\$ 4,131.72	0.04%
TOTAL PAGADO	\$ 23,225.51	0.24%	\$ 4,131.72	0.04%

Fuente: Distribuidora comercial Bastidas

Elaborado por: Paredes, J. (2021)

3.6.4. Interpretación de análisis vertical del estado de resultados

En la Distribuidora Comercial “Bastidas”, en el año 2019 los costos de ventas son de 88.71% y los gastos representan el 9.84% del total de ingresos, la cuenta que presenta un mayor movimiento es la de Sueldos, salarios y demás remuneraciones del 4.48%, seguida de aporte a la seguridad social (Incluye fondo de reserva) 0.83% y Suministros, Herramientas, materiales 0.83%, los beneficios sociales, indemnizaciones IEES 0.59% además las operaciones de recargas serv. Técnicos 0.59%, el mantenimiento y reparaciones son el 0.51%, seguida de gastos por depreciaciones que es el 0.44%, los gastos financieros son el 0.35% e intereses con instituciones financieras es el 0.35% esta cuenta aparece por otras deudas anterior que tiene la empresa, los arrendamientos operativos son el 24%, las promociones y publicidad son el 0.15%, los honorarios profesionales y dietas 0.13%, los impuestos, contribuciones y otros son el 0.10%, la jubilación patronal son el 0.09%, otros gastos son el 0.07%, el desahucio es el 0.06%, los seguros y reaseguros son el 0.03%, el consumo de combustible y lubricantes con el 0.02% y finalmente la utilidad neta del periodo contable es del 1.45%.

Para el año 2020 se puede evidenciar una disminución en los costos de ventas al 86.66 % y el aumento de los gastos a un 12.55% es decir un 2.71% más a la del año anterior, el cual los sueldos y salarios son el 4.58% con un incremento del 0.10%, seguido de los suministros, herramientas, materiales son el 1.95% incrementando un 1.12% comparado a la del año anterior, seguida de las operaciones de recargas servicios técnicos 1.75% con un incremento del 1.16% comparado a la del año anterior, seguida de los aportes a la seguridad social (incluye fondo de reserva) 0.87% incrementa un 0.04%, gastos por depreciaciones tiene un 0.57% incrementa un 0.13% comparado al año anterior, los beneficios sociales e indemnizaciones 0.56% disminuye un 0.03%, los gastos financieros 0.46% incrementa un 0.11% comparado al año anterior, los interés con instituciones financieras son el 0.39% incrementa un 0.04% comparado al año anterior, los arrendamientos operativos son el 30% incremento un 0.04%, la publicidad y promociones 0.26% incrementa un 0.09%, el mantenimiento y reparaciones son el 0.25% se evidencia una disminución de 0.26%, los honorarios a profesionales y dietas son el 0.16% existe un incremento del 0.03%, la jubilación patronal es el 0.13% existe un incremento de 0.04%, otros gastos son el 0.08% existe un incremento del 0.01%, el desahucio es el 0.05% disminuye un 0.01%, los seguros y reaseguros son el 0.05% incrementa un 0.03%, el consumo de combustible y lubricantes son el 0.02% el cual se ha mantenido con el año anterior.

3.6.5. Análisis horizontal del estado de resultados

Un análisis horizontal está basado en la toma de datos del año 2019 y 2020 del Estado de Resultados de la Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. fundamental para la interpretación de los mismos.

Tabla 42-3: Análisis horizontal del estado de resultados

DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS				
ESTADO DE RESULTADOS				
DEL 01 ENERO AL 31 DICIEMBRE DEL 2019,2020				
	2019	2020	Variación Absoluta	Variación Relativa
INGRESOS				
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS				
Ventas Locales de Bienes				
Gravadas con tarifa 0% IVA	\$6,061,386.99	\$5,523,787.10	-600.614,91	-9.91%
Gravadas con tarifa 0% exentas IVA	\$3,778,050.22	\$4,040,759.64	262.709,42	6.95%
TOTAL INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$9,839,437.21	\$9,564,546.74	-274.890,47	2.79%
Otros Ingresos				
Por Beneficios de Seguros	\$ 43,215.75	\$ 26,668.95	-16546,80	-38.29%
Intereses con instituciones financieras	\$ 122.00	\$ 888.70	766.70	28.44%
Total Ingresos No Operacionales	\$ 43,337.75	\$ 27,557.85	-15,779,90	-36.41%
TOTAL INGRESOS	\$9,882,774.96	\$9,592,104.39	-290.670,57	2.94%
EGRESOS				
COSTOS DE VENTAS				
Inversión Inicial bienes no prod. Sujeto pasivo	\$ 892,545.16	\$ 927,324.23	34.779,07	3.90%
Compras netas locales no prod. Sujeto pasiv	\$8,801,545.32	\$8,646,515.11	-155.030,21	1.76%
(-) Invent. Final bienes no prod. Sujet. Pasi.	\$ 927,324.23	\$1,261,662.25	334.338,02	36.05%
TOTAL, COSTOS DE VENTAS	\$ 8,766,766.25	\$8,312,177.09	-454,589,16	5.18%
GASTOS				
Sueldos, salarios y demás remuneraciones	\$ 442,916.40	\$ 439,492.50	-3.423,90	0.77%
Beneficios sociales, indemnizaciones IESS	\$ 58,195.69	\$ 54,096.48	-4.099,21	7.04%
Aporte a la segurid. Social (incluye F.Resv)	\$ 82,139.63	\$ 83,401.87	1.262,24	1.54%
Honorarios profesionales y dietas	\$ 12,886.74	\$ 15,579.60	2.692,86	20.89%
Jubilación Patronal	\$ 8,786.82	\$ 12,519.00	3.732,18	42.47%
Desahucio	\$ 5,440.07	\$ 4,334.00	-1.106,07	20.33%
Otros gastos	\$ 7,263.26	\$ 7,946.06	682.80	9.46%
Gastos por depreciaciones	\$ 43,731.31	\$ 54,568.45	10.387,14	24.78%
Promociones y Publicidad	\$ 14,410.00	\$ 24,779.43	10.369,43	71.76%
Consumo de combustible y lubricantes	\$ 161,16	\$ 172.07	10.91	6.75%
Arrendamientos operativos	\$ 24,000.00	\$ 24,080.00	80.00	0.33%
Suministros, herramientas, materiales	\$ 82,202,08	\$ 187,318.36	105.116,28	127.88%
Mantenimiento y reparaciones	\$ 50,164.12	\$ 24,142.76	-26.021,36	51.87%
Seguros y Reaseguros	\$ 2,650.99	\$ 4,476.10	1.825,11	68.85%

Impuestos, contribuciones y otros	\$ 10,273.45	\$ 17,343.39	7.069,91	68.81%
Operaciones de recargas serv. Técnicos ad.	\$ 58,527.22	\$ 167,530.16	109.002,94	186.24%
Gastos financieros	\$ 34,599.59	\$ 44,523.69	9.924,10	28.68%
Interés con instituciones financieras	\$ 34,582.07	\$ 37,258.24	2.676,17	7.74%
TOTAL GASTOS	\$ 972,930.70	\$1,203,561.98	230.631,28	23.70%
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$9,739,696.95	\$9,515,739.07	-223.957,88	2.30%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 143,078.01	\$ 76,365.32	-66.712,69	46.63%
Perdida del ejercicio				
Cálculo de participación trabajadores	\$ 143,078.01	\$ 76,365.32	-66.712,69	46.63%
(-) Participación trabajadores	\$ 21,461.70	\$ 11,454.80	-10.006,90	-46.63%
(-) otras rentas exentas e ingresos	\$ 517.39	-	-517.39	100%
(-) Gastos no deducibles locales	\$ 27,933.83	\$ 40,467.90	12.534,07	44.87%
UTILIDAD GRAVABLE	\$ 149,032.75	\$ 105,378.42	-43.654,33	-29.29%
Total impuesto causado	\$ 37,258.19	\$ 28,344.61	-8.913,58	23.92%
(-) Retenciones en la fuente ejercicio fiscal	\$ 14,032.68	\$ 22,212.89	8.180,21	58.29%
SUBTOTAL IMPUESTO POR PAGAR	\$ 23,225.51	\$ 4,131.72	-19.093,79	-82.21%
IMPUESTO A LA RENTA A PAGAR	\$ 23,225.51	\$ 4,131.72	-19.093,79	-82.21%
UTILIDAD DESPUES DEL IMP.RENTA	\$ 84,358.12	\$ 38,565.91	-45.792,21	-54.28%
TOTAL IMPUESTO A PAGAR	\$ 23,225.51	\$ 4,131.72	-19.093,79	-82.21%
TOTAL PAGADO	\$ 23,225.51	\$ 4,131.72	-19.093,79	-82.21%

Fuente: Distribuidora comercial Bastidas

Elaborado por: Paredes, J. (2021)

3.6.5.1. Interpretación de análisis horizontal del estado de resultados

Los ingresos totales de la Distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart, en el año 2019 al 2020 presenta una disminución de \$ 274,890.17 que representa una variación relativa de 2.79%, debido a que disminuyeron las adquisiciones de productos para la venta, por la pandemia.

Los costos de venta presentan una disminución de \$ 454,589.16 que en porcentaje es el 5.18%, esto debido a que la cuenta Inventario Inicial bienes no producto de sujeto pasivo a incrementado en un \$34,779.07 que representa una variación relativa de 3.90%, en la cuenta compras netas locales ni producto sujeto pasivo ha disminuido es \$ 155,030.21 que representa una variación relativa de 1.76% y la cuenta Inventario final bienes no producto sujeto pasivo presenta un incremento de \$ 334,338.02 que representa una variación relativa de 36.05%.

Los gastos operativos presenta un crecimiento de \$ 230,631.28 que en una variación relativa representa el 23.70%, esto debido a que disminuyeron los contratos a \$ 3,423.90 que en variación porcentual es el 0.77%, la cuenta beneficios sociales e indemnizaciones IESS son disminuye a \$ 4,099.21 que en variación porcentual es el 7.04%, la cuenta aporte a la seguridad social (Fondos de Reserva) incrementan a \$1262.24 que en variación porcentual es el 1.54%, la cuenta honorarios

profesionales y dietas incrementan a \$ 2,692.86 que representa el 20.89%, la jubilación patronal incrementa a \$ 3,732.18 que en variación porcentual representa 42.47%, la cuenta desahucio presenta una disminución a \$ 1.106.07 que en varios porcentual representa el 20.33%, la cuenta otros gastos presenta un incremento de \$682.80 que en variación porcentual es el 9.46%, la cuenta gastos por depreciaciones presenta un incremento a \$ 10,369.43 que en variación porcentual representa un 24.78%, la cuenta promociones y publicidad presentan un crecimiento de \$ 10,369.43 que en variación porcentual es el 71.93%, la cuenta consumo de combustible y lubricantes es el \$ 10.91 que en variación porcentual es el 6.75%, la cuenta arriendos operativos representa un incremento de \$ 80.00 que en variación porcentual representa el 0.33%, la cuenta suministros, herramientas y materiales presentan un crecimiento de \$105,116.28 que en variación porcentual es el 127.88%, la cuenta mantenimiento y reparaciones presenta un decrecimiento en \$26,021.36 que en variación porcentual es el 51.87%, la cuenta seguros y reaseguros presentan un incremento de \$ 1,825.11 que en variación porcentual representa un 68.85%, la cuenta impuestos, contribuciones y otros presentan un incremento de \$ 7,069.91 que en variación porcentual representa un 68.81%, la cuenta operaciones de recargas servicios técnicos presentan un incremento en \$109,002.94 que en variación porcentual representa un 186.24%, la cuenta gastos financieros presentan un incremento de \$ 9,924.10 que en variación relativa representa un 28.68%, finalmente la cuenta interés con instituciones financieras presentan un incremento de \$ 2,676.71 que en variación porcentual representa un 7.74%.

La utilidad neta presenta una disminución de \$ 45,792.21 que en variación porcentual representa un 55.60% esto es debido a que la cuenta base para el cálculo participación trabajadores ha disminuido en un \$ 66712.69 que en variación porcentual representa un 46.63%, la cuenta diferencias permanentes participación trabajadores presenta una disminución de \$ 10,006.90 que en variación porcentual representa a 46.93%, la cuenta otras rentas exentas e ingresos se cancela, la cuenta gastos no deducibles locales presenta una un crecimiento de \$ 12,534.07 que en variación porcentual es el 44.87%, la cuenta impuesto causado presenta un crecimiento de \$8,913.58 que en variación porcentual representa el 23.92%, finalmente la cuenta retenciones en la fuente del ejercicio fiscal presenta un crecimiento de \$ 8,180.21 que en variación porcentual representa el 58.29%.

3.6.6. Estructura económica – financiera

Tabla 43-3: Estructura económica - financiera

	Estructura Económica		Valores 2019	%	Valores 2020	%		Estructura Financiera		Valores 2019	%	Valores 2020	%
	Activos	Activos Corrientes		\$1.222.108,99	59.99%	\$1.504.465,22		52.88%	Pasivos	Pasivos Corrientes		\$1.234.170,33	60.58%
Activos No Corrientes			\$ 815.082,77	40.01%	\$1.340.463,42	47.12%	Pasivos no Corrientes			\$261.702,14	12.84%	\$416.954,47	14.65%
Total Activos			\$2.037.191,76	100%	\$2.844.928,62	100%	Patrimonio			\$541.319,29	26.57%	\$583.375,98	20.51%
							Total Pasivo y Patrimonio			\$2.038.191,76	100%	\$2844928.62	100%

Fuente: Distribuidora Comercial Bastidas Cía. Ltda.

Realizado por: Paredes J. (2021)

3.6.7. Cálculo de las necesidades operativas de fondo

Tabla 44-3: NOF

Período	2019	2020
Activos Operativos	1.193.411,84	1.738.751,91
Pasivos Operativos	879.108,87	1.296.630,01
NOF	314.302,97	442.121,90
Fondo de Maniobra	-12.061,34	-340.132,95
Porción real de Liquidez	302.241,63	101.988,95

Fuente: Estados Financieros Distribuidora Comercial Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Tabla 45-3: Financiamiento NOF 2019

Inversión		%	Financiamiento		%
NOF	314.302,97	100%	FM	-12.061,34	83.98%
Excedente del Activo	28.697,15	1.41%	Deudas C/P	355.061,46	17.43%
NOF	343.000,12	101.41%	Total	343.000,12	101.41%

Fuente: Estados Financieros Distribuidora Comercial Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Tabla 46-3: Balance financiero

Balance Financiero			
Distribuidora Comercial Bastidas Basvimart Cía. Ltda.			
1 de Enero al 31 de Diciembre 2019			
Activos		Pasivos	
NOF	314.302,97	Deudas C/P	355.061,46
Excedente del Activo	28.697,15	Deudas L/P	261.702,14
Activos no Corrientes	815.082,77	Patrimonio	541.319,29
Total Activos	1.158.082,89	Total Pasivo + Patrimonio	1.158.082,89

Fuente: Estados Financieros Distribuidora Comercial Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021).

3.6.8. Igualación de cuentas: ventas = costo de ventas

Tabla 47-3: Igualación ventas - costo de ventas

	2019	2020	V.A.	V.R. %
Ingresos	\$ 9.839.437,21	\$9.592.104,39	\$ 247.332,82	2,79%
Costo de Venta	\$ 8.766.766,25	\$8.312.177,09	\$ _454.589,16	5,18%

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Formula y cálculo

$$C(1+i)^n = C(1+i)^n$$

2020

$$9.592.140,39(1 + 0.0279)^n = 8.312.177,09(1 + 0.0518)^n$$

$$\log 9.592.140,39 + n \log(1.0279) = \log 8.312.177,09 + n \log(1.0518)$$

$$n(\log(1.0279) - \log(1.0518)) = \log 8.312.177,09 - \log 9.592.140,39$$

$$n = \frac{\log 8.312.177,09 - \log 9.592.140,39}{\log(1.0279) - \log(1.0518)}$$

$$n = 6.2828 \text{ años}$$

$$n = 0.2828 * 12$$

$$n = 3.39 \text{ meses}$$

3.6.9. Resultados ventas = costo de ventas

El cálculo de la igualación de las ventas con el costo de venta tiene como fin el saber en qué tiempo estas cuentas podrían llegar a hacer iguales, dado como consecuencia a la empresa de presentar utilidades en cero y por ende este reflejará pérdidas, por lo tanto la Distribuidora en el año 2020 refleja que en 6 años y 3 meses de no implementar estrategias y tomar acciones oportunas la empresa no será factible de operación con normalidad ya que estos inconvenientes lo conllevará a solicitar crédito, para mantener el giro normal del negocio, por tal motivo se debe

reducir los costos de ventas y aumentar las ventas, además se debe revisar los precios de los proveedores y buscar nuevas opciones con la finalidad de que las cuentas de ventas y costo de ventas no se igualen.

3.6.10. Razones financieras

Liquidez

Tabla 48-3: Liquidez corriente

Liquidez (2019)	Liquidez (2020)
Activo Corriente	Activo Corriente
Pasivo Corriente	Pasivo Corriente
1,222.108.99	1,504.465.22
1,234.170.33	1.844.598,17
0.99	0.82

Fuente: Estados Financieros Distribuidora Comercial Bastidas
Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 presenta una liquidez de 0.99 veces por cada dólar que posee en el pasivo corriente, en el año 2020 presenta un crecimiento de liquidez de 0.82 veces por cada dólar que posee en el pasivo corriente, esto indica que no tendría ningún inconveniente en hacer frente a sus obligaciones de corto plazo, cumpliendo la relación de 2 a 1, por lo cual se deduce que la liquidez de la empresa está en crecimiento indicando que las inversiones están teniendo rendimiento en la empresa.

Prueba Acida

Tabla 49-3: Prueba acida

Prueba Acida (2019)	Prueba Acida (2020)
(Activo Corriente-Inventarios)	(Activo Corriente-Inventarios)
Pasivos Corrientes	Pasivos Corrientes
(1,222.108.99 – 927,324.23)	(1,504.465.22 – 1,261.662.27)
1,234.170.33	1,844.598.91
0.24	0.13

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas Villacis
Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 tiene una capacidad de pago de 0.24 veces, esto indica que tiene 0.24 centavos de dólar en los activos corrientes para afrontar a sus pasivos más exigibles, en el año 2020 esta capacidad disminuye ya que tiene 0.13 veces, esto indica que tiene 0.13 centavos de dólar para afrontar las deudas de corto plazo.

Capital de Trabajo

Tabla 50-3: Capital de trabajo

Capital de Trabajo (2019)	Capital de Trabajo (2020)
(Activo Corriente – Pasivo Corriente)	(Activo Corriente – Pasivo Corriente)
(1,222.108.99 - 1,234.170.33)	(1501465.22 – 610.427.84)
-12.061.34	891,097.38

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas
Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 presenta un desfase de \$12,061.34 en el cual se puede deducir que la empresa presentaba problemas en este periodo esto indica que para afrontar las deudas de corto plazo tuvo que pedir otro préstamo. En cuanto al año 2020 el capital de trabajo mejora a \$ 891,097.38 indicando que en este año no tuvo complicaciones para hacer frente a sus obligaciones de corto plazo, siendo este los recursos que tiene la Distribuidora para operar normalmente.

Solvencia

Tabla 51-3: Endeudamiento del activo

Endeudamiento del Activo (2019)	Endeudamiento del Activo (2020)
Pasivo Total	Pasivo Total
Activo Total	Activo Total
1,495.872.47	2,261.552.54
2,037.191.76	2,844.928.62
0.73	0.79

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas
Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 cuenta con un endeudamiento del 0.73% y en el año 2020 es de 0.79% siendo superior indicando esto que la empresa para cumplir con sus obligaciones está siendo financiada por terceros.

Tabla 52-3: Endeudamiento patrimonial

Endeudamiento Patrimonial (2019)	Endeudamiento Patrimonial (2020)
Pasivo Total	Pasivo Total
Patrimonio	Patrimonio
1,495.872.47	2,261.552.54
541.319.29	583.375.98
2.76%	3.88%

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 el endeudamiento es del 2.76% y en el año 2020 es de 3.88% siendo superior indicando que el patrimonio está comprendido para cumplir sus obligaciones con tercero.

Tabla 53-3: Endeudamiento del activo fijo

Endeudamiento del Activo Fijo (2019)	Endeudamiento del Activo Fijo (2020)
Patrimonio	Patrimonio
Activo Fijo Neto	Activo Fijo Neto
541.319,29	583.375,98
815.082,77	1,340.463.42
0.66%	0.44%

Fuente: Estados Financieros Distribuidora Comercial Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 el endeudamiento del activo es de 0.66% y para el año 2020 es de 0.44% siendo menor indicando que la totalidad de los activos fijos son financiados por terceros ya que el indicador del coeficiente es menor a 1.

Tabla 54-3: Apalancamiento

Apalancamiento (2019)	Apalancamiento (2020)
Activo Total	Activo Total
Patrimonio	Patrimonio
2,037.191.76	2,844.928.62
541.319,29	583.375,98
3.76%	4.88%

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 presenta 3.76 unidades monetarias de activos que se han conseguido por cada unidad monetaria del patrimonio. En el año 2020 presenta 4.88 unidades monetarias de activos que se han conseguido por cada unidad monetaria del patrimonio.

Gestión

Tabla 55-3: Rotación de cartera

Rotación de Cartera (2019)	Rotación de Cartera (2020)
Ventas	Ventas
Cuentas por Cobrar	Cuentas por Cobrar
9,839.437.21	9,564.546.74
22.174,36	26.175,25
443.73	365.40

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 las cuentas por cobrar giran 443.73 veces y para el año 2020 ésta disminuye a 365.40 veces que las cuentas por cobrar giran 365.40 veces.

Tabla 56-3: Número de días cartera en mano

Número de días cartera en mano (2019)	Número de días Cartera en mano (2020)
Cuentas por cobrar *360 ventas	Cuentas por cobrar *360 ventas
22.174,36*360	26.175,25*360
9,839.437.21	9,564.546.74
0.81	0.99

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas
Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 en el año 2019 es de 0.81 días que se demoran en cobrar la cartera de crédito a sus clientes y para el año 2020 aumenta a 0.99 días esto indica que para cobrar a sus clientes es en menos de 1 día.

Tabla 57-3: Rotación de inventarios

Número de días Inventario mano (2019)	Numero de Inventario en mano (2020)
Costo de Ventas Inventarios	Costo de Ventas Inventarios
8,766.766.25	8,312.177.09
927.342,23	1,264.662.27
9.45	6.57

Fuente: Estados Financiero de la Distribuidora Comercial Bastidas Villacis
Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 presenta el 9.45 veces que cambio la mercadería y en el año 2020 este disminuye a 6.57 veces indicando que ha existido mayor rotación de inventarios

Tabla 58-3: Número de días Inventario en mano

Número de días Inventario mano (2019)	Numero de Inventario en mano (2020)
Inventarios *360	Inventario*360
Costo de Ventas	Costo de Ventas
927.342,23*360	1,264.662.27*360
8,766.766.25	8,312.177.09
38.08	54.77

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 tiene la mercadería 38.08 días y para el año 2020 incrementa a 54.77 días, indicando que sus costos de venta han ido incrementando ya que han ido adquiriendo mercadería y la tienen en bodega esto se puede deducir que la empresa adquirió más mercadería por promociones que les ofrecieron los proveedores por tal razón ha aumentado los días en que rotara la mercadería.

Tabla 59-3: Ciclo operacional

Ciclo Operacional (2019)
Números de días cartera en mano + Número de Inventario a mano
$0.81 + 38.08 = 38.89$
Ciclo Operacional (2020)
Números de días cartera en mano + Número de Inventario a mano
$0.99 + 54.77 = 55.76$

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Cía. Ltda. en el año 2019 presenta 38.89 días y para el año 2020 aumenta a 55.76 días, indicando que la empresa a más de financiarse con instituciones financieras los proveedores les proveen crédito.

Tabla 60-3: Rotación de activos fijos

Rotación de Activos Fijos (2019)	Rotación de Activos Fijos (2020)
Ventas Netas	Ventas Netas
Activos Fijos	Activos Fijos
9,839.437.21	9,564.546.74
815.082,77	1,340.463.42
12.07	7.13

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 presenta el 12.07 unidades monetarias vendidas por cada unidad monetaria invertida en activos inmovilizados.

En el año 2020 presenta disminuye a 7.14 unidades monetarias vendida por cada unidad monetaria invertida en activos inmovilizados.

Tabla 61-3: Rotación ventas

Rotación Ventas (2019)	Rotación Ventas (2020)
Ventas Netas	Ventas Netas
Activo Total	Activo Total
9,839.437.21	9,564.546.74
2,037.191.76	2,844.928.62
4.83	3.36

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Cía. Ltda. en el año 2019 presenta 4.83 veces que se utiliza los activos en determinado nivel de ventas y para el año 2020 este disminuye a 3.36 veces indicando que este mide la eficiencia con que la entidad maneja sus activos para generar sus ingresos.

Tabla 62-3: Periodo medio cobranza

Periodo medio Cobro (2019)	Periodo medio de Cobro (2020)
Cuentas y Documentos por cobrar *360	Cuentas y Documentos por Cobrar *360
Ventas	Ventas
22.174,36	26.175,25
9,839.437.21	9,564.546.74
0.81	0.98

Fuente: Estados Financiero de la Distribuidora Comercial Bastidas
Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Cía. Ltda. en el año 2019 tarda 0.81 días en recuperar la cartera de créditos, para el año 2020 este aumenta y tardan 0.98 días en recuperar las cuentas por cobrar.

Tabla 63-3: Periodo medio de pago

Periodo medio Cobro (2019)	Periodo medio de Cobro (2020)
Cuentas y Documentos por cobrar *360	Cuentas y Documentos por Cobrar *360
Inventario	Inventario
22.174,36	26.175,25
927.342,23	1,264.662.27
0.02	0.02

Fuente: Estado Financiero de la Distribuidora Comercial Bastidas
Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 presenta 0.02 días que se demora la empresa en cubrir sus obligaciones y para el año 2020 se ha mantenido en el 0.02 días indicando que la empresa se encuentra con una liquidez eficiente y no tiene dificultades para cubrir sus obligaciones con terceros.

Tabla 64-3: Impacto gastos administrativo y ventas

Gastos Administrativo y Ventas	Rentabilidad del Patrimonio (2020)
Gastos Administrativos y de Ventas	Gastos Administrativos y Ventas
Ventas	Ventas
643,645.35	633,503.45
9,837.437.21	9,564.546.74
0.07	0.07

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas
Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 es de 0.07 veces por venta y para el año 2020 es de 0.07 es decir que los gastos administrativos se mantienen fijos y no existieron variantes en estos años.

Tabla 65-3: Impacto de carga financiera

Gastos Financieros (2019)	Gastos Financieros (2020)
Gastos Financieros	Gastos Financieros
Ventas	Ventas
69,181.66	87,178.93
9,837.437.21	9,564.546.74
0.70%	0.91%

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas
Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 los gastos financieros son de 0.70 veces deben venderse los productos es decir 0.70 dólares por cada venta y para el año 2020 es de 0.91 veces deben venderse los productos es decir 0.91 dólares por cada venta indicando que este debe ser el nivel de ventas para afrontar sus obligaciones con entidades financieras.

Rentabilidad

Tabla 66-3: Rentabilidad neta del activo (ROA)

Rentabilidad del Patrimonio (2019)	Rentabilidad del Patrimonio (2020)
(Utilidad Neta/Ventas)*(Ventas/Activo Total)	(Utilidad Neta/Ventas)*(Ventas/Activo Total)
(149.032,75/9.839.437,21)*(9.839.437,21/2.037.191,76)	(105.378.42/9.564.546,74)*(9.564.546,74/2.844.928,62)
0.02*4.83	0.01*3.36
0.10	0.03

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas
Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 presenta un 0.10% y para el año 2020 este disminuye a 0.03% indicando que la capacidad que tiene el total de activos para generar utilidades.

Tabla 67-3: Margen bruto

Margen Bruto (2019)	Margen Bruto (2020)
$\frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}}$	$\frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}}$
$\frac{9,837.437.21 - 8,766.766.25}{9,837.437.21}$	$\frac{9,564.546.74 - 8,312.177.09}{9,564.546.74}$
0.11%	0.13%

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas
Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 es de 0.11% y para el año 2020 este aumenta a 0.13% esto indica que por la cantidad de ventas también aumenta el costo de ventas.

Tabla 68-3: Margen operacional

Margen Operacional (2019)	Margen Bruto (2020)
Utilidad Operacional	Utilidad Operacional
Ventas	Ventas
143.078,01	76.365,32
9,837.437.21	9,564.546.74
0.01	0.00%

Fuente: Estados Financiero Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 es de 0.01% y para el año 2020 este aumenta a 0.00% esto indica que la utilidad operacional está teniendo inconvenientes para seguir con el giro normal de la empresa

Tabla 69-3: Rentabilidad neta de ventas

Rentabilidad Netas de Ventas (2019)	Rentabilidad Neta de Ventas (2020)
Utilidad Neta	Utilidad Neta
Ventas	Ventas
84.358,12	38.565,91
9,837.437.21	9,564.546.74
0.86%	0.40%

Fuente: Estados Financiero Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 se evidencia que existe el 0.86% indicando que tienen un rendimiento eficiente y para el año 2020 es de 0.40% indicando que para este año disminuyó por la crisis sanitaria.

Tabla 70-3: Rentabilidad Patrimonio (ROE)

Rentabilidad del Patrimonio (2019)		Rentabilidad del Patrimonio (2020)	
Utilidad Operacional		Utilidad Operacional	
Patrimonio		Patrimonio	
143.078,01		76.365,32	
541.319,29		583.375,98	
0.26%		0.13%	

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas

Elaborado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 obtuvo una rentabilidad operacional del 0.26%; mientras que para el año 2020 obtuvo un 0.13%, observándose así que el año de la pandemia fue decisiva para cumplimiento de metas rentables óptimas según sus operaciones.

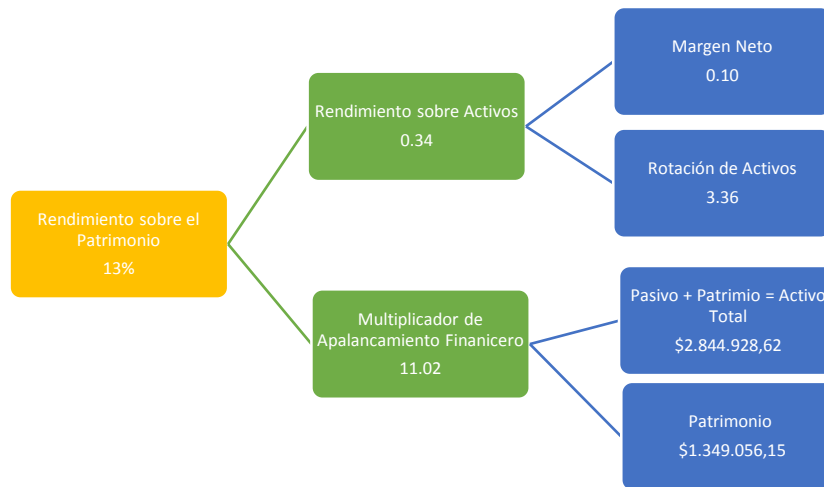
3.6.11. Método Dupont

ROS	=	Utilidad Neta		=	0.14			
		Ventas						
2019	=	20,155.12	=	=	0.14			
		142,980.00						
2020	=	23,713.80	=	=	0.10			
		234,885.44						
ROA	=	Utilidad Neta		=	0.10			
		Activo Total						
2019	=	149,032,75	=	=	0.10			
		2,844,928,62/						
2020	=	105,378.42	=	=	0.3			
		2,844,928.62						
MAF	=	Activo Total		=	0.015			
		Patrimonio Total						
2019	=	2,037,191.76	=	=	0.015			
2020	=	2,844,928,62	=	=	11.02			
Rentabilidad Financiera (ROE)	=	(Utilidad neta/ventas) * (ventas/activo total) * (Multiplicador del capital)						
2019	=	0.26	*	0.67	*	1.3	=	26%
2020	=	0.13	*	0.71	*	1.4	=	13%

Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas

Realizado por: Paredes J. (2021)

3.6.12. Sistema DU-PONT



Fuente: Estados Financieros de la Distribuidora Comercial Bastidas
Realizado por: Paredes J. (2021)

Análisis de los resultados obtenidos a través del Sistema DU-PONT

Partiendo de la información del modelo DuPont, es posible diseñar una estrategia para maximizar la rentabilidad de una empresa. En el caso de que la empresa elija una estrategia de margen, normalmente le apuntará a vender caro y en pocas cantidades (alto margen y baja rotación), es decir, que pueden llegar a ser muy rentables sin necesidad de vender altos volúmenes de productos o servicios. Este modelo de negocio generalmente es de nichos y no requiere una altísima eficiencia en el uso de los activos, sin embargo, los productos que se vende en Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Cía. son parte de la canasta básica de las familias, por lo que, imponer precios altos sería complicado y es más factible mover un gran volumen de productos ya que será este rubro lo que contribuye de forma importante a la generación de riqueza, puesto que el rendimiento sobre el patrimonio alcanza un 13% que comparado a una tasa pasiva del mercado es mucho más alta y puede superar las expectativas de sus inversionistas.

3.7. Análisis interno y externo

3.7.1. Filosofía empresarial

Misión

Somos una empresa orgullosamente ecuatoriana enfocada en la distribución y comercialización de productos de consumo masivo, plásticos y hogar, brindado una atención personalizada con personal calificado, cordial y eficiente.

Visión

Ser el mayor referente en la distribución y comercialización de productos de alta calidad y a los mejores precios, a nivel provincial y con proyección de alcanzar mercados a nivel nacional.

3.7.2. Organigrama estructural de la empresa

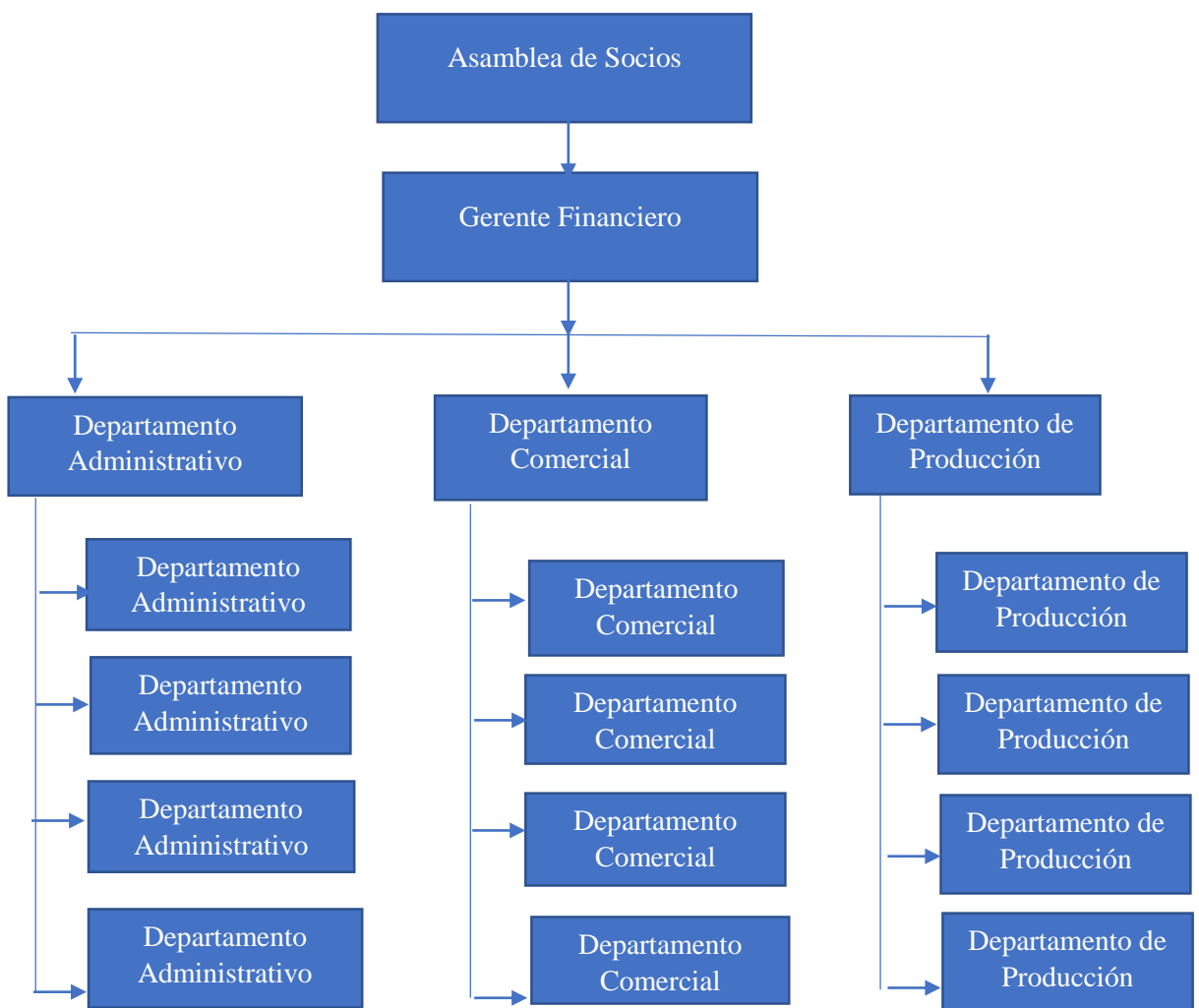


Gráfico 23-3. Organigrama estructural propuesto

Fuente: Empresa

Realizado por: Paredes, J. (2021)

3.7.3. Valores institucionales

- **Trabajo en Equipo:** “Todos juntos llegamos a la Meta” somos una empresa que logra sueños y resultados de manera organizada, planificada y coordinada, gracias a la calidad del personal humano.
- **Integridad:** “Somos gente con principios morales” somos una empresa que cuenta con gente honesta, honrada, ética, leal, responsable, justa, correcta, confiable, pulcra, disciplinada y respetuosa.
- **Compromiso:** “Somos y cumplimos lo que ofrecemos” somos una empresa comprometida con el desarrollo, la innovación y la satisfacción de nuestros clientes.
- **Dedicación:** “Nos apasiona lo que hacemos” no existe noche, día, lluvia ni calor cuando te apasiona tu trabajo.
- **Empoderamiento:** “Creemos y confiamos en nosotros” Somos una empresa que cree en la capacidad de gestión y decisión de nuestra gente, La empresa cree en nosotros y nosotros en ella.

3.7.4. Macro entorno

Tabla 71-3: Factores clave del macro entorno

Factores y Dimensiones	Nivel de impacto	Comportamiento	Fuente
Desempleo Creciente	Alto	La tasa de empleo en septiembre del 2020 es del 6.2% para septiembre 2021 de 4.9%. La tasa de subempleo en septiembre del 2020 24.4% y en septiembre del 2021 del 22.7%. Finalmente, la tasa de empleo no remunerado en el 2020 es del 11.8% y para el 2021 es del 10.8%.	Instituto nacional de Estadísticas y Censos (INEC) Según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU). (2020;2021).
Mercado Local Creciente	Alto	En Chimborazo la población es de 458.581 habitantes entre hombres y mujeres la ubicación de los almacenes son puntos estratégicos ya que abastecen a los diferentes puntos estratégicos permitiendo esto el crecimiento de la Distribuidora.	(INEC,2010) Entrevista con el Gerente Financiero de la Distribuidora.
Crecimiento Estructural y Económico	Alto	El crecimiento de las ventas y la actividad comercial a permitido ir renovando la estructura organizacional y además el poder adquirir nuevos productos para los clientes y brindar un mejor servicio.	Entrevista al departamento administrativo de la Distribuidora.
Tecnología adecuada	Medio	Una de las innovaciones de la empresa son el sistema de control interno que ayudan administrar apropiadamente la información	Entrevista al Departamento Administrativo de la Distribuidora.

		empresarial y financiera de la Distribuidora con el fin de poder toar soluciones oportunas.	
Diversos Proveedores	Alto	Existen buenos proveedores que ofrecen los productos más demandantes en el mercado para no tener complicaciones de Venta como, por ejemplo: La Ibérica, La Coca Cola, Summesa, Elif, La Sazón, entre otros.	Entrevista al director Financiero de la empresa.

Realizado por: Paredes J. (2021)

3.7.5. *Micro entorno*

Tabla 72-3: Factores clave micro entorno

Factores y Dimensiones	Nivel de impacto	Comportamiento	Fuente
Ubicación Geográfica en el Mercado.	Alto	En los años 2019 y 2020 la empresa ha tenido un crecimiento en ventas, también variaciones e irregularidades tato políticas gubernamentales, sanitarias en cuanto al confinamiento, a pesar de estas estadísticas la empresa mantuvo su nivel de ventas dando como resultado la apertura de un nuevo local en los Alamos.	Entrevista con el Gerente Financiero.
Cultura Organizacional	Medio	La empresa posee herramientas de gestión empresarial que son proporcionadas a sus colaboradores para que puedan ejecutar sus labores con normalidad.	Entrevista al departamento administrativo.
Comunicación adecuada	Media	La comunicación está dispersa por eso se debe mejorar ir mejorando en este aspecto.	Entrevista al departamento administrativo.
Diversidad de Productos	Alto	La variación de productos se convierte en el mejor atrayente para los clientes ya que es mejor encontrar todo en un solo lugar a los mejores precios.	Entrevista al Gerente Financiero.
Adecuado ambiente laboral	Medio	Los colaboradores manifiestan que existe un buen ambiente ya que el respecto es primordial para estas empresas y pueden desenvolverse con normalidad.	Entrevista al personal administrativo.
Crecimiento en Ventas	Alto	Estos 2 últimos años las ventas han ido creciendo considerablemente y esto ha sido un estimulante para ir invirtiendo en nuevos proyectos.	Resultados de los estados financieros de la empresa.
Incremento del financiamiento de Corto Plazo	Alto	Los pasivos crecen considerablemente durante el último año, pero la ventaja es que los intereses de los créditos son favorables ya que los intereses son más bajos.	Informe Financiero

Realizado por: Paredes J. (2021)

3.7.6. Matriz FODA

Tabla 73-3: Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Empresa mediana ➤ Infraestructura propia ➤ Ubicación geográfica de los locales ➤ Innovación de imagen corporativa ➤ Atención al cliente ➤ Capitalización de la rentabilidad para inversión en nuevos proyectos. ➤ Posición en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Expansión comercial ➤ Nuevos clientes ➤ Apalancamiento financiero ➤ Calidad de los productos ➤ Proveedores ➤ Ecommerce (página web de compras) ➤ Incremento de la demanda de los canales de distribución
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Manual de Funciones inexistente ➤ Políticas de venta escasas y no documentadas ➤ No cuentan con un plan de capacitación de los trabajadores. ➤ Baja rentabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Grandes Cadenas comerciales ➤ Crisis Económica y Sanitaria ➤ Escases de productos ➤ Preferencia del cliente por negocios locales ➤ Entrada de Nuevos competidores

Fuente: Distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda.

Realizado por: Paredes J. (2021)

3.7.7. Matriz de evaluación de los factores externos

Tabla 74-3: Matriz MEFE

Factores Externos Clave		Peso	Calificación	Resultado Ponderado
Oportunidad				
O1	Expansión Comercial	0.10	4	0.40
O2	Nuevos Clientes	0.10	4	0.40
O3	Apalancamiento Financiero	0.09	3	0.27
O4	Proveedores	0.08	3	0.24
O5	Ecommerce (Pagina web de compras)	0.10	4	0.40
O6	Incremento de la demanda de los canales de distribución	0.10	4	0.40
Subtotal		0.57		2.11
Amenazas				
A1	Grandes Cadenas comerciales	0.10	1	0.10
A2	Crisis Económica y Sanitaria	0.10	1	0.10
A3	Escases de Productos	0.06	2	0.12
A4	Preferencia del cliente por negocios locales	0.07	2	0.14
A5	Entrada de nuevos competidores	0.10	1	0.10
Subtotal		0.33		0.56
Total		1		2.67
Oportunidad Mayor = 4 Oportunidad Menor = 3		Amenaza Mayor = 1 Amenaza Menor = 2		

Fuente: Tabla 59: Análisis FODA

Realizado por: Paredes J. (2021)

El resultado total del análisis MEFE presenta un valor de 2.67 del cual las oportunidades son el 2.11 lo que indica que la compañía tiene grandes oportunidades la cual hay que ir desempeñando con mayor eficiencia para su crecimiento efectivo y las amenazas son el 0.56 indicando que el nivel de amenaza es controlable.

3.7.8. Matriz de evaluación de los factores internos

Tabla 75-3: Análisis MEFI

Factores Externos Clave		Peso	Calificación	Resultado Ponderado
Fortalezas				
F1	Empresa Mediana	0.10	4	0.40
F2	Propiedades Propias	0.10	4	0.40
F3	Sistema de facturación	0.09	3	0.27
F4	Ubicación geográfica de los locales	0.08	3	0.24
F5	Innovación de la Imagen Corporativa	0.10	4	0.40
F6	Atención al cliente	0.10	4	0.40
F7	Capitalización de la rentabilidad para inversión en nuevos proyectos	0.08	3	0.24
F8	La empresa es familiar	0.09	3	0.27
Subtotal		0.65		2.35
Debilidades				
D1	No cuentan con Manual de Funciones	0.10	1	0.10
D2	No tiene estructurado las políticas de ventas	0.09	1	0.09
D3	No cuentan con un plan de capacitaciones a los trabajadores	0.06	2	0.12
D4	Baja Rentabilidad	0.10	1	0.10
Subtotal		0.35		0.41
Total		1		2.76
Oportunidad Mayor = 4 Oportunidad Menor = 3		Amenaza Mayor = 1 Amenaza Menor = 2		

Fuente: Tabla 59 Análisis FODA

Realizado por: Paredes J. (2021)

El resultado total del análisis MIFI presenta un valor de 2.76 del cual las fortalezas son el 2.35 que indica que están bien definidas y toda la empresa está bien encaminada y con respecto a las debilidades son el 0.41 es decir que no se están tomando soluciones eficientes al respecto de las debilidades.

3.8. Determinación de estrategias

Tabla 76-3: Estrategias DAFO

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		<h1>DAFO</h1>	<p>F1: Empresa mediana</p> <p>F2: Propiedades propias</p> <p>F3: Sistema de facturación</p> <p>F4: Ubicación geográfica de los locales</p> <p>F5: Innovación Imagen corporativa</p> <p>F6: Atención al cliente</p> <p>F7: Capitalización de la rentabilidad para inversión en nuevos proyectos.</p> <p>F8: La empresa es familiar</p>
OPORTUNIDADES	<p>O1: Expansión comercial</p> <p>O2: Nuevos clientes</p> <p>O3: Apalancamiento financiero</p> <p>O4: Calidad de los productos</p> <p>O5: Proveedores</p> <p>O6: Ecommerce (página web de compras)</p> <p>O7: Incremento de la demanda de los canales de distribución</p>	<p>F3, F4, F5, F7, F8, O1, O5</p> <p>Mejorar el sistema de facturación, el cual permitirá que en donde estén ubicados los supermercados puedan ofrecer una calidad de servicio</p>	<p>D3, D4, O1, O2, O7</p> <p>Mejorar el plan de capacitación de trabajadores sobre el proceso de ventas con ello se analiza la expansión comercial y se obtiene nuevos clientes, cubriendo la demanda de los canales de distribución de los posibles clientes.</p>
	<p>D1, D2, O3, O4, O5, O6</p> <p>Mejorar el manual de funciones para cubrir la demanda de los canales de distribución, con el apalancamiento financiero adquirir la mercadería, para definir los procesos de ventas, conversar con los proveedores sobre el tiempo de pago y poder promocionar la página del ecommerce por las promociones y por el servicio de puerta a puerta.</p>		
Amenazas	<p>A1: Grandes Cadenas</p> <p>A2: Crisis Económica y Sanitaria</p>	<p>F1, F2, F8, A3, A2</p> <p>Mejorar la estructura la estructura administrativa financiera de la empresa con el fin de mejorar sus procesos comerciales; identificando nuevas líneas</p>	<p>D1, D2, D3, A1, A2, A6</p> <p>Diseñar un manual de funciones, estructurar las políticas de ventas y crear programas de capacitación para los empleados, procurando el bienestar de</p>

	A3: Escases de productos A5: Preferencia del cliente por negocios locales. A6: Entrada de Nuevos competidores	de inversión y expandiendo su posicionamiento en el mercado.	sus clientes internos y externos.
		F3, F4, F5, F6, F7, A1, A5, A6 Mejorar la imagen corporativa a través de la atención de calidad diferenciada para sus clientes con el fin de captar su fidelidad y preferencia sobre las cadenas nacionales.	D4, A2, A5 Diseñar alternativas para mejorar la gestión de las falencias dentro de la Distribuidora con el fin de mejorar la rentabilidad.

Realizado por: Paredes J. (2021)

3.8.1. Plan operativo anual

Tabla 77-3: Planificación operativo anual

Objetivos	Responsable	Actividades	Estrategias	Periodo	Metas
Incrementar la rentabilidad de la Distribuidora mejorando la gestión financiera durante los próximos cinco años.	Gerente Financiero	Diseñar los procesos de ventas	Desarrollar procesos de ventas	Enero – Diciembre 2025	- Incrementar la rentabilidad en Ventas a un 10% hacia el año 2021 y para los siguientes años 5 % más a la del año anterior. - Dar seguimiento a los programas de capacitación de ventas cada 20 días.
		Diseñar programas de capacitación de ventas	Desarrollar programas de capacitación de ventas al personal	Enero – Diciembre 2025	
		Diseñar el presupuesto de gastos	Determinar el presupuesto gastos	Enero – Diciembre 2025	- Los gastos de la empresa deben disminuir un 3% ya que esto debe ir de la mano con las ventas a mayor ventas mayor gasto
		Diseñar las promociones que se realizan cada mes	Desarrollar las promociones que se realizaran cada mes	Enero – Diciembre 2025	- Incrementar la publicidad en un 4% ya que a mayores publicidades mayor índices de venta.

		Implementar estrategias de ventas que sean diferentes a la de las sucursales para llamar la atención a los clientes.	Impulsar la página del Ecommerce con el catálogo de ellos productos por seguridad de los clientes	Enero – Diciembre 2025	- Se pretende destinar una persona para que conteste a cada cliente y cierre las ventas por la página web de compras.
		Implementar un sistema de rotación de inventarios.	Incrementar la rotación de inventarios	Enero – Diciembre 2025	- La rotación de inventario debe ser 5 veces cada año.
		Implementar políticas de pronto pago.	Reducir el apalancamiento	Enero – Diciembre 2025	- Reducir un 0.1% anual del apalancamiento

Objetivos	Responsable	Actividades	Estrategias	Periodo	Metas
Desarrollar políticas de compras y ventas	Gerente Financiero/ Departamento Comercial	Definir los tipos de pagos de los clientes. Mínimo 4	Determinar los tipos de pagos de los clientes en la empresa.	Enero – Diciembre 2025	- Si los pagos son con transferencia, efectivo, T/C, T/D, etc. de pendiendo el almacén.
		Establecer los links de pagos según las tarjetas de créditos.	Desarrollar el link de pagos si es con tarjeta de crédito.	Enero – Diciembre 2025	- Si el cliente compra por la página del ecommerce de debe tener una base de datos para pagos. Mínimo 1000
		Establecer una cta. Cte. Para verificar los pagos de los clientes.	Desarrollar una cuenta corriente en donde los clientes puedan realizar las trasferencias por las compras.	Enero – Diciembre 2025	- Existen clientes que realizan pagos por transferencia para ello y no confundirse con otras cuentas, realizar una destinada a ello.
		Diseñar los programas de capacitación de servicio al cliente.	Desarrollar las capacitaciones de servicio al cliente.	Enero – Diciembre 2020	- Capacitar a los clientes cada mes, por 6 meses y luego hacerlo cada 3 meses.
		Diseñar los programas de capacitación de lenguaje corporal.	Desarrollar las capacitaciones en lenguaje corporal de clientes.	Enero – Diciembre 2020	- Capacitar a los clientes cada mes, por 6 meses y luego hacerlo cada 3 meses.

		Diseñar el descuento por forma de pago.	Determinar los descuentos si es tarjeta de crédito 2% y si es efectivo/transferencia 5%, dando más descuento en efectivo para fomentar la liquidez de la empresa.	Enero – Diciembre 2023	- El efectivo anual de la empresa aumente en un 10% para ello los descuentos en efectivo dando más fomentaran la liquidez.
		Diseñar nuevos acuerdos con proveedores para solicitar mejores descuentos.	Reducir los costos de ventas	Enero – Diciembre 2023	- Los costos de ventas deben reducir en un 2% anual

Objetivos	Responsable	Actividades	Estrategias	Periodo	Metas
Desarrollar Manual de funciones, en base al cargo que desempeñan basándose al reglamento interno de la empresa.	Gerente Financiero/ Departamento Comercial	Diseñar el manual de funciones	Determinar el cargo de cada personal y establecer sus obligaciones	Enero – Diciembre 2020	- Delegar a los colaboradores cada una de sus funciones y supervisarlo cada día.
		Diseñar el reglamento interno	Desarrollar el reglamento interno.	Enero – Diciembre 2020	- Elaborar el reglamento interno en 2 meses.
Renegociar las deudas de corto plazo a largo plazo para tener liquidez en la empresa.	Gerente Financiero/ Departamento Administrativo	Diseñar acuerdos de renegociación de las deudas.	Reducir la deuda de corto plazo e incrementar la deuda de largo plazo.	Enero – Diciembre 2020	- Reducir el activo de corto plazo en un 1% para mejorar la liquidez
					- Incrementar la deuda de largo plazo para mejorar la liquidez
Establecer convenios con las empresas para los bonos de compras y si realizan compras tengas descuentos especiales.	Gerente Financiero/ Departamento Comercial/ Departamento administrativo	Establecer convenios con 5 empresas que tengan un mínimo de 10 colaboradores en la empresa generando fidelidad de los colaboradores de dichas entidades.	Establecer reuniones con los gerentes de las empresas para proponer dicho bono generando motivación con los colaboradores y el empoderamiento de la misma.	Enero – Diciembre 2020	Diseñar convenios con el cual los colaboradores de las empresas puedan acceder a los bonos de manera voluntaria.

Realizado por: Paredes J. (2021)

3.8.2. Políticas propuestas

Tabla 78-3: Políticas financieras

N°	Políticas
1	Las Ventas crecerán 10% en el año 2021, los siguientes años crecerán un 5% más al del año anterior.
2	Los gastos de la empresa deben disminuir un 3% ya que esto debe ir de la mano con las ventas, a mayor ventas mayor gasto.
3	Disminuir la publicidad en un 4% ya que la publicidad debe enfocarse en redes sociales y esto no influye mayores gastos.
4	La rotación de inventario debe ser 10 veces cada año.
5	Las Cuentas por cobrar deben disminuir en un 5% cada año.
5	El efectivo anual de la empresa aumente en un 10% para ello los descuentos en efectivo deben ser mayor.
6	Los costos de ventas deben subir en un 3% anual en lo que son compras y en inventario final debe bajar un 10% ya que es mercadería que está sin rotación.
7	Reducir las cuentas de los pasivos corrientes en un 1% para mejorar la liquidez.
8	Incrementar las cuentas de los pasivos no corrientes en un 1% para mejorar la liquidez, pero la cuenta por pasivos por ingresos diferidos se mantiene, no incrementa.
9	Liquidar las cuentas de Jubilación Patronal en un 5%, ya que esta cuenta está generando un gasto exuberante. Se recomienda revisar la Nómina de los Trabajadores, ya que las personas que llevan más de 25 años laborando en la empresa son colaboradores que después se tiene que cancelar jubilación, en tal caso se debe jubilar alternativamente es decir mínimo 2 años con ello esto no afectara a la liquidez de la empresa.
10	Liquidar la cuenta de Desahucio en un 5% en esta cuenta indica que tuvieron inconvenientes con el personal por tal razón se debe tener los memos que respalda el Ministerio de Trabajo el cual indica que 3 memos se le separa de la empresa.

Realizado por: Paredes J. (2021)

Nota: para proyectar las políticas financieras, para el año 2021, se tomará como base los resultados obtenidos durante el periodo 2020, tanto del balance general como del estado de resultados, los próximos años dependerán de las políticas planteadas, para las nuevas proyecciones.

Tabla 79: Seguimiento y control mediante semaforización

Objetivos	Estrategias	Metas	Indicador	Semaforización		
				Aceptable	Con riesgo	Critico
Incrementar la rentabilidad de la Distribuidora mejorando la gestión financiera durante los próximos cinco años.	Desarrollar procesos de ventas	- Incrementar la rentabilidad a un 5% hacia el año 2021 y para los siguientes años 5 % más a la del año anterior.	$\frac{\text{Ventas año 2} - \text{Ventas año 1}}{\text{Ventas año 1}}$	>10%	= 10%	<10%
	Desarrollar programas de capacitación de ventas al personal	- Dar seguimiento a los programas de capacitación de ventas cada 20 días.				
	Determinar el presupuesto gastos	- Los gastos de la empresa deben disminuir un 3% ya que esto debe ir de la mano con las ventas a mayor ventas mayor gasto	$\frac{\text{Gastos año 2} - \text{Gastos año 1}}{\text{Gastos año 1}}$	>3%	= 3%	<3%
	Desarrollar las promociones que se realizaran cada mes	- Incrementar la publicidad en un 4% ya que a mayores publicidades mayor índice de venta.	$\frac{\text{Gasto de venta año 1} - \text{Gast. V. 2}}{\text{Gastos año 1}}$	>4%	= 4%	<4%
	Impulsar la página del Ecommerce con el catálogo de ellos productos por seguridad de los clientes	- Se pretende destinar una persona para que conteste a cada cliente y cierre las ventas por la página web de compras.	$\frac{\text{Ecommerce año 2} - \text{Ecommerce 1}}{\text{Ecommerce 1}}$	<1	= 1	<1
	Incrementar la rotación de inventarios	- La rotación de inventario debe ser 5 veces cada año.	$RI = \frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Inventario}}$	>5	= 5	<5

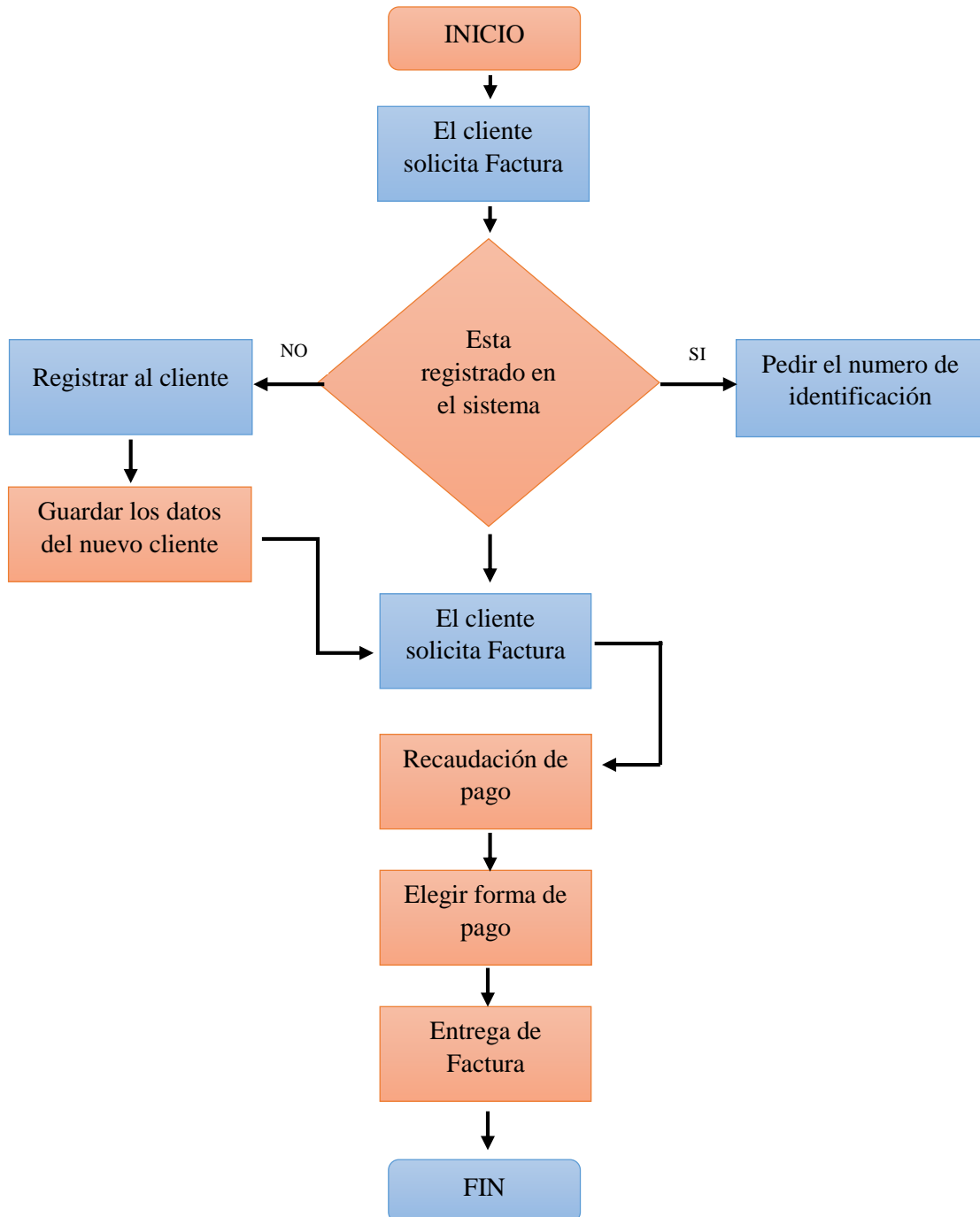
Objetivos	Estrategias	Metas	Indicador	Semaforización		
				Acceptable	Con riesgo	Critico
Desarrollar políticas de compras y ventas	Definir los tipos de pagos de los clientes.	Si los pagos son con transferencia, efectivo, T/C, T/D, etc. de pendiendo el almacén.	$\frac{\text{Tipos de pago año 2} - \text{Tipos de Pago año 1}}{\text{Tipo de pago año 1}}$	>4	= 4	<4
	Establecer los links de pagos según las tarjetas de créditos.	- Si el cliente compra por la página del ecommerce de debe tener una base de datos para pagos. Mínimo 1000	$\frac{\text{Link de pagos año 2} - \text{link de pagos año 1}}{\text{Link de pagos año 1}}$	>1000	=1000	<1000
	Establecer una cta. Cte. Para verificar los pagos de los clientes.	- Existen clientes que realizan pagos por transferencia para ello y no confundirse con otras cuentas, realizar una destinada a ello.	$\frac{\text{Cta. Cte. año 2} - \text{Cta. Cte.1}}{\text{Cta. Cte. año 1}}$	>1	=1	<1
	Diseñar los programas de capacitación de servicio al cliente.	- Capacitar a los clientes cada mes, por 6 meses y luego ir hacerlo cada 3 meses.	$\text{Eficiencia} = \frac{\text{P eficiencia} + \text{P eficacia}}{2}$ Máximo P P= puntaje	>6	= 6	<6
	Diseñar los programas de capacitación de lenguaje corporal.	- Capacitar a los clientes cada mes, por 6 meses y luego ir hacerlo cada 3 meses.	$\text{Eficiencia} = \frac{\text{P eficiencia} + \text{P eficacia}}{2}$ Máximo P P= puntaje	<1	= 1	<1
	Diseñar el descuento por forma de pago.	- El efectivo anual de la empresa aumente en un 10% para ello los descuentos en efectivo dando más fomentaran la liquidez.	$\frac{\text{Efectivo año 2} - \text{Efectivo año 1}}{\text{Efectivo año 1}}$	>10%	=10%	<10%
	Diseñar nuevos acuerdos con proveedores para solicitar mejores descuentos.	- Los costos de ventas deben reducir en un 6% anual	$\frac{\text{Costo de Ventas año 1} - \text{Costo de ventas 1}}{\text{Costo de Ventas 1}}$	>2%	= 2%	<2%
Objetivos	Estrategias	Metas	Indicador	Semaforización		

				Acceptable	Con riesgo	Critico
Desarrollar Manual de funciones, en base al cargo que desempeñan basándose al reglamento interno de la empresa.	Determinar el cargo de cada personal y establecer sus obligaciones	- Delegar a los colaboradores cada una de sus funciones y supervisarlo cada día.	$\frac{\text{N}^\circ \text{ funciones año 2} - \text{N}^\circ \text{ Funciones año 1}}{\text{N}^\circ \text{ funciones año 1}}$	>4	= 4	<4
	Desarrollar el reglamento interno.	- Elaborar el reglamento interno en 2 meses.	$\frac{\text{Reglamento año 2} - \text{Reglamento año 1}}{\text{Reglamento año 1}}$	>2	=2	<2
	Reducir la deuda de corto plazo y incrementar la deuda de largo plazo.	- Reducir el pasivo de corto plazo en un 1% para mejorar la liquidez	$\frac{\text{Pasivo corto plazo 2} - \text{Pasivo Corto plazo 1}}{\text{Pasivo Corto Plazo año 1}}$	>1%	=1%	<1%
		- Incrementar la deuda de largo en 1% plazo para mejorar la liquidez	$\frac{\text{Pasivo largo plazo 2} - \text{Pasivo Largo plazo 1}}{\text{Pasivo largo plazo año 1}}$	>1%	=1%	<1%
Renegociar las deudas de corto plazo a largo plazo para poder liquidez en la empresa.	Establecer reuniones con los gerentes de las empresas para proponer dicho bono generando motivación con los colaboradores y el empoderamiento de la misma.	- Diseñar 5 convenios con empresas en el cual tengan un mínimo de 10 colaboradores de las empresas puedan acceder a los bonos de manera voluntaria	$\frac{\text{Convenios año 2} - \text{convenios año 1}}{\text{Convenios año 1}}$	>5	= 5	<5

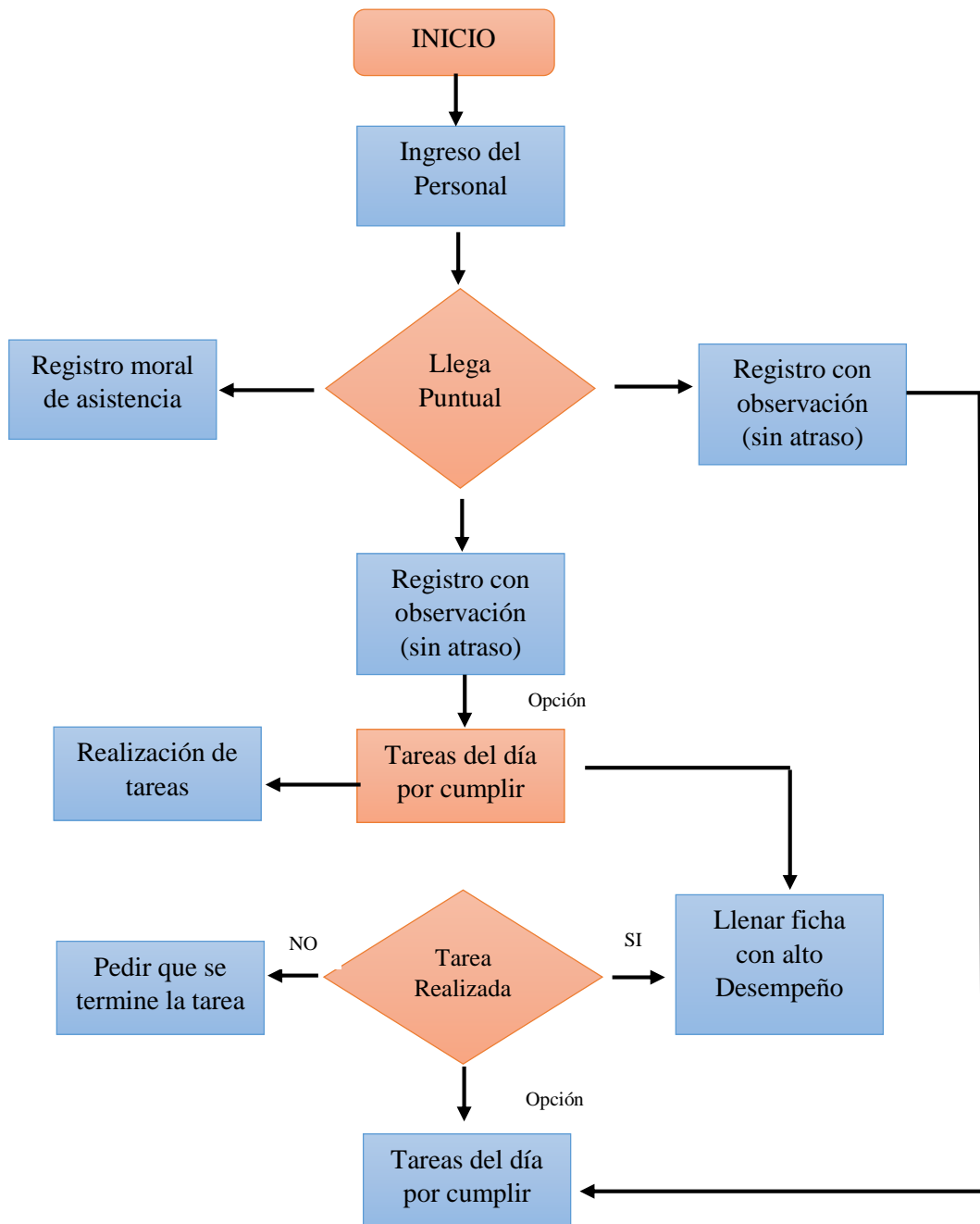
Realizado por: Paredes J. (2021)

3.8.3. Procesos propuestos

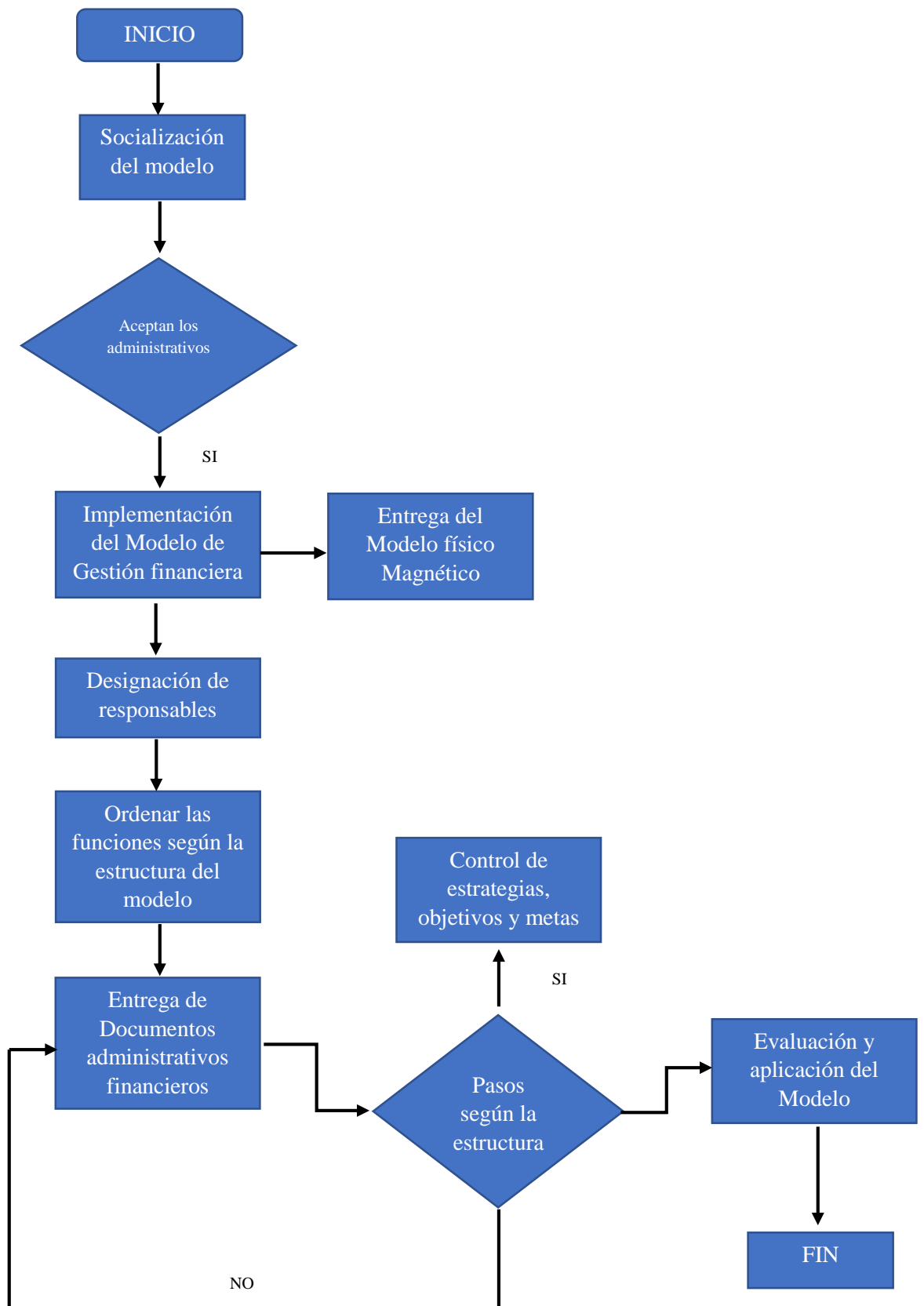
3.8.3.1. Sistema de facturación



3.8.3.2. Evaluación del personal por día laborado



3.8.3.3. Implementación del modelo



3.8.4. Proyecciones

Tabla 80-3: Proyección del estado de resultados tomando como base el año 2020 al 2025

DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS						
ESTADO DE RESULTADOS						
DEL 01 ENERO AL 31 DICIEMBRE DEL 2019,2020						
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS						
INGRESOS ACTIVIDADES ORDINARIAS						
Ventas Locales de Bienes						
Gravadas con tarifa 0% IVA	5.523.787,10	6.076.165,81	6.987.590,68	8.035.729,28	9.241.088,68	10.627.251,98
Gravadas con tarifa 0% exentas IVA	4.040.759,64	4.444.835,60	5.111.560,94	5.878.295,09	6.760.039,35	7.774.045,25
TOTAL INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	9,564,546.74	10.521.001,41	12.099.151,62	13.914.024,38	16.001.128,03	18.401.297,23
Otros Ingresos						
Por Beneficios de Seguros	26,668.95	26.668,95	26.668,95	26.668,95	26.668,95	26.668,95
Intereses con instituciones financieras	888.70	888.70	888.70	888.70	888.70	888.70
Total Ingresos No Operacionales	27,557.85	27,557.85	27,557.85	27,557.85	27,557.85	27,557.85
TOTAL INGRESOS	9,592,104.39	10.548.559,26	12.126.709,47	13.941.582,23	16.028.685,88	18.428.855,08
EGRESOS						
COSTOS DE VENTAS						
Inversión Inicial bienes no productos Sujeto pasivo	927,324.23	1.261.662,25	1.135.496,03	1.021.946,43	919.751,78	827.776,60
Compras netas locales no por. Sujeto pasivos	8,646,515.11	8.905.910,56	9.173.087,88	9.448.280,51	9.731.728,93	10.023.680,80
(-) Inventario Final bienes no por. Sujeto Pasivo	1,261,662.25	1.135.496,03	1.021.946,43	919.751,78	827.776,60	744.998,94
TOTAL, COSTOS DE VENTAS	8,312,177.09	9.032.076,78	9.286.638,48	9.550.475,16	9.823.704,11	10.106.458,46
GASTOS						
Sueldos, salarios y demás remuneraciones	439,492.50	426.307,73	413.518,49	401.112,94	389.079,55	377.407,16
Beneficios sociales, indemnizaciones IESS	54,096.48	52.473,59	50.899,38	49.372,40	47.891,22	46.454,49
Aporte a la segurid. Social (incluye F.Resv)	83,401.87	80.899,81	78.472,82	76.118,63	73.835,08	71.620,03
Honorarios profesionales y dietas	15,579.60	15.112,21	14.658,85	14.219,08	13.792,51	13.378,73
Jubilación Patronal	12,519.00	11.893,05	11.298,40	10.733,48	10.196,80	9.686,96
Desahucio	4,334.00	4.117,30	3.911,44	3.715,86	3.530,07	3.353,57
Otros gastos	7,946.06	7.707,68	7.476,45	7.252,15	7.034,59	6.823,55
Gastos por depreciaciones	54,568.45	52.931,40	51.343,45	49.803,15	48.309,06	46.859,78
Promociones y Publicidad	24,779.43	23.788,25	22.836,72	21.921,33	21.044,48	20.202,70
Consumo de combustible y lubricantes	172.07	172.07	172.07	172.07	172.07	172.07
Arrendamientos operativos	24,080.00	24.080,00	24.080,00	24.080,00	24.080,00	24.080,00
Suministros, herramientas, materiales	187,318.36	181.698,81	176.247,85	170.960,41	165.831,60	160.856,65
Mantenimiento y reparaciones	24,142.76	24.142,76	24.142,76	24.142,76	24.142,76	24.142,76
Seguros y Reaseguros	4,476.10	4.476,10	4.476,10	4.476,10	4.476,10	4.476,10
Impuestos, contribuciones y otros	17,343.39	17.343,39	17.343,39	17.343,39	17.343,39	17.343,39
Operaciones de recargas serv. Técnicos ad.	167,530.16	162.504,26	157.629,13	152.900,26	148.313,25	143.863,85
Gastos financieros	44,523.69	44.523,69	44.523,69	44.523,69	44.523,69	44.523,69
Interés con instituciones financieras	37,258.24	37.258,24	37.258,24	37.258,24	37.258,24	37.258,24
TOTAL GASTOS	1,203,561.98	1.181.520,30	1.140.289,23	1,110.105,94	1,080.854,46	1.052.513,72
TOTAL COSTOS Y GASTOS	9,515,739.07	10.213.597,08	10.426.927,71	10.660.581,10	10.904.558,57	11.158.972,18

UTILIDAD DEL EJERCICIO	76,365.32	334.962,18	1.699.781,76	3.281.001,13	5.124.127,31	7.269.882,90
Base Cálculo de participación trabajadores	76,365.32	334.962,18	1.669.781,76	3.281.001,13	5.124.127,31	7.269.882,90
(-) Diferencias permanentes de Participación trabajadores	11,454.80	50.244,33	250.467,26	492.150,17	768.619,10	1.090.482,43
(+) Gastos no deducibles locales	40,467.90	39.253,86	38.076,25	36.933,96	35.825,94	34.751,16
UTILIDAD GRAVABLE	105,378.42	323.971,71	1.457.390,75	2.825.784,92	4.394.334,15	6.214.151,63

Fuente: Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart cía. Ltda.

Realizado por: Paredes J. (2021)

Tabla 81-3: Proyección del balance general tomado como base del año 2020 al 2025

DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS						
BALANCE GENERAL						
DEL 01 ENERO AL 31 DICIEMBRE DEL 2019,2020						
Activo	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Activos Corrientes						
Efectivo y Equivalentes del Efectivo	145,831.17	250.419,90	301.569,16	352.322,56	398.883,09	442.854,96
Cuentas y Documentos por cobrar	26,175.25	24.866.49	23.623.16	22.442.00	21.319.90	20.253.91
Otras Cuentas por Cobrar	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
Activos por Impuestos Corrientes						
Crédito Tributario a favor del sujeto pasivo IVA	44.700.36	44.700.36	44.700.36	44.700.36	44.700.36	44.700.36
Crédito Tributario Impuesto a la renta sujeto pasivo	22.212.89	22.212.89	22.212.89	22.212.89	22.212.89	22.212.89
Inventario	1,261.662.27	1,198.579.16	1,138.650.20	1,081.717.69	1,027.631.80	976.250.21
Gastos Pagados por Anticipado	3,683.28	-	-	-	-	-
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	1,504,465.22	1,540.978,80	1,530.955,77	1,523.595.50	1,514.948,84	1,506.472,33
ACTIVOS NO CORRIENTES						
Terrenos	589,060.00	589.060.00	589.060.00	589.060.00	589.060.00	589.060.00
Edificio y Otros Inmuebles	549,253.78	549,253.78	549,253.78	549,253.78	549,253.78	549,253.78
Maquinaria y Equipo	105,957.24	105,957.24	105,957.24	105,957.24	105,957.24	105,957.24
Plantas Productoras Agrícolas	228,534.79	228,534.79	228,534.79	228,534.79	228,534.79	228,534.79
(-) Depreciación Acumulada	140,568.39	382.968,21	382.968,21	382.968,21	382.968,21	382.968,21
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	1,340,463.42	1,089.837.60	1,089.837.60	1,089.837.60	1,089.837.60	1,089.837.60
TOTAL ACTIVOS	2,844,928.62	2.630.816,40	2.620.793,37	2.613.433,10	2.604.786,44	2.596.309,93
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
Cuentas y Documentos por Pagar	1,032,067.37	1,021.746.70	1,011.529.23	1,001.413.94	991.399.80	981.485.80
Acciones y Derecho representativo de capital	310.000.00	310.000.00	310.000.00	310.000.00	310.000.00	310.000.00

Dividendos por pagar	168.013.79	-	-	-	-	-
Otras Cuentas por Pagar	43,601.77	43.165.75	42.734.09	42.306.75	41.883.69	41.464.85
Obligaciones con Instituciones Financieras	228,670.75	226.384.04	224.120.20	221.879.00	219.660.21	217.463.61
Otros Pasivos Financieros	26,344.61	26.081.16	25.820.35	25.562.15	25.306.53	25.053.46
Pasivos Corrientes Beneficio empleados	35,899.89	-	-	-	-	-
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	1,844,598.17	1.627.377,65	1.614.203,87	1.601.161,84	1.588.250,23	1.575.467,72
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones con Instituciones Financieras	352,741.32	356.268.73	359.831.42	363.429.73	367.064.03	370.734.67
Otros Pasivos Financieros	9,911.15	10.010.26	10.110.36	10.211.47	10.313.58	10.416.72
Pasivos por Beneficio Empleados	51,822.00	51.303.78	50.790.74	52.774.08	53.301.82	53.834.84
Pasivos por Ingresos Diferidos	2,480.00	2.480.00	2.480.00	2.480.00	2.480.00	2.480.00
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	416,954.47	420.062.77	423.212.52	428.895.28	433.159.43	437.466.23
TOTAL PASIVO	2,261,552.54	2.047.440,42	2.037.416,39	2.030.057,12	2.021.409,66	2.012.933,95
PATRIMONIO						
Capital Suscrito	510,141.00	510,141.00	510,141.00	510,141.00	510,141.00	510,141.00
Reservas	35,107.39	35,107.39	35,107.39	35,107.39	35,107.39	35,107.39
Utilidad del Ejercicio año anterior	36,637.59	36,637.59	36,637.59	36,637.59	36,637.59	36,637.59
Ganancias y Pérdidas actuales acumuladas	3,490.00	-	-	-	-	-
TOTAL PATRIMONIO	583,375.98	583,375.98	583,375.98	583,375.98	583,375.98	583,375.98
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	2,844,928.62	2,630.816,40	2.620.792,37	2.613.433,10	2,604.785,64	2.596.309,93

Fuente: Estados Financieros Distribuidora Comercial Bastidas
Realizado por: Paredes J. (2021)

3.8.5. Ratios financieras proyectados

Liquidez

Tabla 82-3: Liquidez corriente

Liquidez (2020)	Liquidez (2021)	Liquidez (2022)	Liquidez (2023)	Liquidez (2024)	Liquidez (2025)
Activo Corriente	Activo Corriente	Activo Corriente	Activo Corriente	Activo Corriente	Activo Corriente
Pasivo Corriente	Pasivo Corriente	Pasivo Corriente	Pasivo Corriente	Pasivo Corriente	Pasivo Corriente
1.504.465,22	1.540.978,80	1.530.955,77	1.523.595,50	1.514.948,84	1.506.472,33
1.844.598,17	1.627.377,65	1.614.203,87	1.601.161,84	1.588.250,23	1.575.467,72
0.82	0.95	0.95	0,95	0.95	0.95

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación:

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2019 presenta una liquidez de 0.82 veces por cada dólar que posee en el pasivo corriente, en el año 2021 presenta un crecimiento de liquidez de 0.95 veces por cada dólar y se mantiene constante hasta el año 2025 esta variación que posee en el pasivo corriente, esto indica que no tendría ningún inconveniente en hacer frente a sus obligaciones de corto plazo, cumpliendo la relación de 2 a 1, por lo cual se deduce que la liquidez de la empresa está en crecimiento indicando que las inversiones están teniendo rendimiento en la empresa.

Tabla 83-3: Prueba ácida

Prueba Ácida (2020)	Prueba Ácida (2021)	Prueba Ácida (2022)
(Activo Corriente-Inventarios) Pasivos Corrientes	(Activo Corriente-Inventarios) Pasivos Corrientes	(Activo Corriente-Inventarios) Pasivos Corrientes
(1,504.465.22 – 1,261.662.27) 1,844.598.91	(1.540.978,80 – 1,198.579,16) 1.627.377,65	(1.530.955,77 – 1,138.650.20) 1.614.203,87
0.13	0.21	0.24
Prueba Ácida (2023)	Prueba Ácida (2024)	Prueba Ácida (2025)
(Activo Corriente-Inventarios) Pasivos Corrientes	(Activo Corriente-Inventarios) Pasivos Corrientes	(Activo Corriente-Inventarios) Pasivos Corrientes
(1,523.595.50 – 1,081.717.69) 1,601.161,84	(1,514.948.84 – 1,027.631,80) 1,588.250,23	(1.506.472,33 – 976.250,51) 1,575.467,72
0.28	0.31	0.34

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación:

La distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2020 tiene una capacidad de pago de 0.13 veces, esto indica que tiene 0.13 centavos de dólar en los activos corrientes para afrontar a sus pasivos más exigibles, en el año 2021 esta capacidad incrementa ya que tiene 0.21 veces, esto indica que tiene 0.13 centavos de dólar para afrontar las deudas de corto plazo, para el año 2022 esta capacidad incrementa en un 0.3% dando un total de 0.24 veces es decir que tiene 0.24 centavos de dólar para afrontar a sus deudas, para el año 2023 este incrementa en un 0.4% dando un total de 0.28 veces es decir que tiene 0.28 centavos de dólar para afrontar a sus deudas, para el año 2024 incrementa en un 0.03% dando un total de 0.31 veces, esto indica que tiene 0.31 centavos de dólar para afrontar sus deudas, para el año 2025 este se incrementa en un 0.03% dando un total de 0.31 veces, esto indica que tiene 0.31 centavos de dólar para afrontar sus deudas de corto plazo.

Tabla 84-3: Capital de trabajo

Capital de Trabajo (2020)	Capital de Trabajo (2021)	Capital de Trabajo (2022)
(Activo C – Pasivo C.) (1.504.465,22 – 1.844.598,17) -340.132,95	(Activo C -Pasivo C.) (1.540.978,80 – 1.627.377,65) -86.398,85	(Activo C. – Pasivo C.) (1.530.955,77 – 1.614.203,87) -83.248,10
Capital de Trabajo (2023)	Capital de Trabajo (2024)	Capital de Trabajo (2025)
(Activo C – Pasivo C.) (1.523.595,50 – 1.601.161,84) -77.566,34	(Activo C.-Pasivo C.) (1.514.947,84 – 1.588.250,23) -73.302,39	(Activo C –Pasivo C.) (1.506.472,33 – 1.575.467,72) -68.995,39

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación:

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2020 presenta un desfase de \$340.132,95 en el cual se puede deducir que la empresa presentaba problemas en este periodo esto indica que para afrontar las deudas de corto plazo tuvo que pedir otro préstamo, el año 2021 presenta una disminución a \$86.398,85, para el año 2022 presenta una disminución de \$83.248,10, para el año 2023 presenta una disminución de \$77.566,34, para el año 2024 también presenta una disminución de \$73.302,39 y finalmente para el año 2025 también presenta una disminución de \$68.995,39.

Solvencia

Tabla 85-3: Endeudamiento del activo

Endeudamiento Activo (2020)	Endeudamiento Activo (2021)	Endeudamiento Activo (2022)
3.8.5.1.	3.8.5.3.	3.8.5.5.
3.8.5.2. <i>Pasivo Total</i>	3.8.5.4. <i>Pasivo Total</i>	3.8.5.6. <i>Pasivo Total</i>
Activo Total	Activo Total	Activo Total
2.261.552,54	2.047.440,42	2.037.416,39
<hr/> 2.844.928,62	<hr/> 2.630.816,40	<hr/> 2.620.793,37
3.8.5.7. 0.79	3.8.5.8. 0.78	0.78
Endeudamiento Activo (2023)	Endeudamiento Activo (2024)	Endeudamiento Activo (2025)
3.8.5.9.	3.8.5.11.	3.8.5.13.
3.8.5.10. <i>Pasivo Total</i>	3.8.5.12. <i>Pasivo Total</i>	3.8.5.14. <i>Pasivo Total</i>
Activo Total	Activo Total	Activo Total
2.030.057,12	2.021.409,66	2.012.993,95
<hr/> 2.613433,10	<hr/> 2.604.786,44	<hr/> 2.596.309,93
0.78	0.78	0.78

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación:

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2020 cuenta con un endeudamiento del 0.79% sobre el total de activo, para el año 2021 hasta el año 2025 este se mantiene en un 0.78% indicando esto que la empresa para cumplir con sus obligaciones está siendo financiada por terceros y por tal razón es constante.

Tabla 86-3: Endeudamiento patrimonial

Endeudamiento Activo (2020)	Endeudamiento Activo (2021)	Endeudamiento Activo (2022)
3.8.5.15. 3.8.5.16. <i>Pasivo Total</i>	3.8.5.17. 3.8.5.18. <i>Pasivo Total</i>	3.8.5.19. 3.8.5.20. <i>Pasivo Total</i>
Patrimonio 2.261.552,54 <hr/> 583.375,98	Patrimonio 2.047.440,42 <hr/> 583.375,98	Patrimonio 2.037.416,39 <hr/> 583.375,98
3.8.5.21. 3.88	3.8.5.22. 3.51	3.49
Endeudamiento Activo (2023)	Endeudamiento Activo (2024)	Endeudamiento Activo (2025)
3.8.5.23. 3.8.5.24. <i>Pasivo Total</i>	3.8.5.25. 3.8.5.26. <i>Pasivo Total</i>	3.8.5.27. 3.8.5.28. <i>Pasivo Total</i>
Patrimonio 2.030.057,12 <hr/> 583.375,98	Patrimonio 2.021.409,66 <hr/> 583.375,98	Patrimonio 2.012.993,95 <hr/> 583.375,98
3.48	3.47	3.45

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación:

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2020 el endeudamiento es del 3.88% del total del patrimonio indicando que tienen comprometido al patrimonio para respaldar sus deudas, para el año 2021 este disminuye a es de 3.51%, para el año 2022 disminuye en un 3.49%, para el año 2023 disminuye en un 3.48%, para el 2024 disminuye a un 3.47%, y finalmente para el año 2025 disminuye en un 3.45% indicando que el patrimonio está comprendido para cumplir sus obligaciones con terceros.

Tabla 87-3: Endeudamiento del activo fijo

Endeudamiento Activo Fijo (2020)	Endeudamiento Activo Fijo (2021)	Endeudamiento Activo Fijo (2022)
Patrimonio	Patrimonio	Patrimonio
Activo fijo neto	Activo fijo neto	Activo fijo neto
583.375,98/1.340.463,42	583.375,98/1.089.837,60	583.375,98/1.089.837,60
0.44	0.54	0.54
Endeudamiento Activo Fijo (2023)	Endeudamiento Activo Fijo (2024)	Endeudamiento Activo Fijo (2025)
Patrimonio	Patrimonio	Patrimonio
Activo fijo neto	Activo fijo neto	Activo fijo neto
583.375,98/1.089.837,60	583.375,98/1.089.837,60	583.375,98/1.089.837,60
0.54	0.54	0.54

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación:

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2020 es de 0.44% y para el año 2021 hasta el 2025 se mantiene 0.54% indicando que el patrimonio es el 0.54% de los activos fijos, indicando que se realizó una inversión reciente para incrementar sus activos intangibles.

Tabla 88-3: Apalancamiento

Apalancamiento (2020)	Apalancamiento (2021)	Apalancamiento (2022)
Activo Total	Activo Total	Activo Total
Patrimonio	Patrimonio	Patrimonio
2.844.928,62/ 583.375,98	2.630.816,40/ 583.375,98	2.620.792,37/ 583.375,98
4.88	4.51	4.49
Apalancamiento (2023)	Apalancamiento (2024)	Apalancamiento (2025)
<i>Activo Total</i>	<i>Activo Total</i>	<i>Activo Total</i>
Patrimonio	Patrimonio	Patrimonio
2.613.433,10/ 583.375,98	2.604.786,44/ 583.375,98	2.596.309,93/ 583.375,98

4.48	4.47	4.45
------	------	------

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación:

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2020 presenta un 4.88 unidades monetarias de activos que se han conseguido por cada unidad monetaria del patrimonio, para el año 2021 presenta 4.51 unidades, para el año 2022 presenta 4.49 unidades, para el año 2023 presenta 4.48 unidades, para el año 2024 presenta 4.47 unidades y finalmente para el año 2025 presenta 4.45 unidades monetarias de activos que se han conseguido por cada unidad monetaria del patrimonio.

Tabla 89-3: Gestión

Rotación de Cartera (2020)	Rotación de Cartera (2021)	Rotación de Cartera (2022)
Ventas	Ventas	Ventas
Cuentas por Cobrar	Cuentas por Cobrar	Cuentas por Cobrar
9.564.546,74	10.521.001,41	12.099.151,62
26.175,25	24.866,49	23.623,16
365.40	423.10	512.17
Rotación de Cartera (2023)	Rotación de Cartera (2024)	Rotación de Cartera (2025)
Ventas	Ventas	Ventas
Cuentas por Cobrar	Cuentas por Cobrar	Cuentas por Cobrar
13.914.024,38	16.001.128,03	18.401.297,23
22.442,00	21.319,90	20.253,91
619.99	750.53	908.53

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación:

La distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2020 las cuentas por cobrar giran 365.40 veces, para el año 2021 esta aumenta a 423.10 veces que las cuentas por cobrar, para el año 2022 aumenta a 512.17 veces, para el año 2023 aumenta a 619.99 veces, para el año 2024 aumenta a 750.53 veces, finalmente para el año 2025 la rotación de cartera es de 908.53 veces, indicando que la gestión de cobranza es eficiente y eficaz.

Tabla 90-3: Rotación de activo fijo

Rotación Activo Fijo (2020)	Rotación Activo Fijo (2021)	Rotación Activo Fijo (2022)	Rotación Activo Fijo (2023)	Rotación Activo Fijo (2024)	Rotación Activo Fijo (2025)
Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas
Activo Fijo	Activo Fijo	Activo Fijo	Activo Fijo	Activo Fijo	Activo Fijo
9.564.546,74	10.521.001,41	12.099.151,62	13.914.024,38	16.001.128,03	18.401.297,23
1.340.463,42	1.089.837,60	1.089.837,60	1.089.837,60	1.089.837,60	1.089.837,60
7.14	9.15	11.10	12.77	14.68	16.88

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación:

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en el año 2020 presenta 7.14 unidades monetarias, para el año 2021 es de 9.15, para el año 2022 es de 11.10 unidades, para el año 2023 es de 12.77 unidades, para el año 2024 es de 14.68 unidades y finalmente para el año 2025 es de 16.88 unidades monetarias por cada unidad monetaria invertida en activos inmovilizados.

Tabla 91-3: Rotación de ventas

Rotación Ventas (2020)	Rotación Ventas (2021)	Rotación Ventas (2022)	Rotación Ventas (2023)	Rotación Ventas (2024)	Rotación Ventas (2025)
Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas
Activo Total	Activo Total	Activo Total	Activo Total	Activo Total	Activo Total
9.564.546,74	10.521.001,41	12.099.151,62	13.914.024,38	16.001.128,03	18.401.297,23
2.844.928,62	2.630.816,40	2.620.793,37	2.613.433,10	2.604.786,44	2.596.309,63
3.36	4.00	4.62	5.32	6.14	7.09

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. para el año 2020 el nivel de ventas es de 3.36 veces sobre el activo total, para el año 2021 este aumenta a 4.00 veces sobre el activo total, para el año 2022 es de 4.62 veces sobre el total de activos, para el año 2023 es de

5.32 veces sobre el total de activos, para el año 2024 es de 6.14 veces sobre el total de activos y finalmente para el año 2025 es de 7.09 veces sobre el total de activos, indicando la efectividad de la administración de la empresa.

Tabla 92-3: Periodo medio de cobranza

Periodo medio de Cobranza (2020)	Periodo medio de Cobranza (2021)	Periodo medio de Cobranza (2022)
Cuentas.y Doc.x cobrar*365	Cuentas.y Doc.x cobrar*365	Cuentas.y Doc.x cobrar*365
Ventas	Ventas	Ventas
26.175,25*365	24.866,49*365	23.623,16*365
9.564.546,74	10.521.001,41	12.099.151,12
9.553.966,25	9.076.268,85	8.622.453,40
9.564.546,74	10.521.001,41	12.099.151,12
1	0.86	0.71
Periodo medio de Cobranza (2023)	Periodo medio de Cobranza (2024)	Periodo medio de Cobranza (2025)
Cuentas.y Doc.x cobrar*365	Cuentas.y Doc.x cobrar*365	Cuentas.y Doc.x cobrar*365
Ventas	Ventas	Ventas
22.442,00*365	21.319,90*365	20.253,91*365
13.914.024,38	16.001.128,03	18.401.297,23
8.191.330	7.781.763,50	7.392.677,15
13.914.024,38	16.001.128,03	18.401.297,23
0.59	0.49	0.40

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Cía. Ltda. en el año 2020 el índice de recuperación de cartera es de 1 día, para el año 2021 el índice es de 0.86 que es menor a 1 día, para el año 2022 es de 0.71 que es menor a 1 día, para el año 2023 es de 0.59 que es menor a 1 día, para el año 2024 es de 0.49 que es menor a 1 día, para el año 2025 es de 0.40 que es menor a 1 día, indicando que la gestión de cobro es eficiente y por ende se puede apreciar el grado de liquidez.

Tabla 93-3: Periodo medio de pago

Periodo medio de Pago (2020)	Periodo medio de Pago (2021)	Periodo medio de Pago (2022)
Cta.y Doc.x pagar*365	Cta.y Doc.x pagar*365	Cta.y Doc.x pagar*365
Inventarios	Inventario	Inventario
1.032.067,37*365	1.021.746,70*365	1.011.529,23*365
1.261.662,27	1.198.579,16	1.138.650,20
376.704.590,05	372.937.545,50	369.208.168,95
1.261.662,27	1.198.579,16	1.138.650,20
298,57	311,15	324,25
Periodo medio de Pago (2023)	Periodo medio de Pago (2024)	Periodo medio de Pago (2025)
Cta.y Doc.x pagar*365	Cta.y Doc.x pagar*365	Cta.y Doc.x pagar*365
Inventario	Inventario	Inventario
1.001.413,94*365	991.399,80*365	981.485,80*365
1.081.717,69	1.027.631,80	976.250,21
365.516.088,10	361.860.927,00	359.337,317
1.081.717,69	1.027.631,80	976.250,21
337,90	352,13	368,08

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación:

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Cía. Ltda. en el año 2020 el índice de eficacia es de 1 día, para el año 2021 el índice es de 0.86 que es menor a 1 día, para el año 2022 es de 0.71 que es menor a 1 día, para el año 2023 es de 0.59 que es menor a 1 día, para el año 2024 es de 0.49 que es menor a 1 día, para el año 2025 es de 0.40 que es menor a 1 día, indicando que la gestión de pago es eficiente y por ende se puede apreciar el grado de responsabilidad con sus obligaciones.

Tabla 94-3: Impactos de gastos administración de ventas

Gastos Administración y ventas (2020)	Gastos Administración y ventas (2021)	Gastos Administración y ventas (2022)
Gastos Administración y Ventas	Gastos Administración y Ventas	Gastos Administración y Ventas
Ventas	Ventas	Ventas
675.033,62	656.229,30	637.989,10
9.564.546,74	10.521.001,41	12.099.151,62
0.07	0.06	0.05
Gastos Administración y ventas (2023)	Gastos Administración y ventas (2024)	Gastos Administración y ventas (2025)
Gastos Administración y Ventas	Gastos Administración y Ventas	Gastos Administración y Ventas
Ventas	Ventas	Ventas
620.296,11	603.133,91	586.486,57
13.914.024,38	16.001.128,03	18.401.297,23
0.04	0.04	0.03

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación:

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Cía. Ltda. en el año 2020 el índice de eficacia es de 1 día, para el año 2021 el índice es de 0.86 que es menor a 1 día, para el año 2022 es de 0.71 que es menor a 1 día, para el año 2023 es de 0.59 que es menor a 1 día, para el año 2024 es de 0.49 que es menor a 1 día, para el año 2025 es de 0.40 que es menor a 1 día, indicando que la gestión de pago es eficiente y por ende se puede apreciar el grado de responsabilidad con sus obligaciones.

Tabla 95-3: Impacto de la carga financiera

Impacto de la Carga Financiera (2020)	Impacto de la Carga Financiera (2021)	Impacto de la Carga Financiera (2022)
Gasto Financiero	Gasto Financiero	Gasto Financiero
Ventas	Ventas	Ventas
675.033,62	656.229,30	637.989,10
9.564.546,74	10.521.001,41	12.099.151,62
0.07	0.06	0.05
Impacto de la Carga Financiera (2023)	Impacto de la Carga Financiera (2024)	Impacto de la Carga Financiera (2025)
Gasto Financiero	Gasto Financiero	Gasto Financiero
Ventas	Ventas	Ventas
620.296,11	603.133,91	586.486,57
13.914.024,38	16.001.128,03	18.401.297,23
0.04	0.04	0.03

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

En otras palabras, nos referimos a la cuantía a la que tiene que hacer frente la empresa para devolver el principal y los intereses de las obligaciones adquiridas. La carga financiera, desde otra perspectiva, es el porcentaje de los ingresos corrientes que la empresa deberá destinar al pago de los gastos financieros, para el 2020 fue de 0.07 mientras que para el 2021 baja al 0.06, delimitándose también a una baja en ventas.

Relacionado directamente con la carga financiera que se impone por hacer uso del dinero, obtener un determinado rendimiento para la empresa es un reto, sin embargo, la empresa ha logrado superar índices promedios, logrando que disminuyan según las proyecciones realizadas.

Rentabilidad

Tabla 96-3: Rentabilidad neta del activo

Rentabilidad Neta del Activo (2020)	Rentabilidad Neta del Activo (2021)
(Utilidad Neta/Ventas) *(ventas/Activo total) $(38.565,91/9.564.546,74) *$ $(9.564.546,74/2.844.928,62)$ 0.01	(Utilidad Neta/Ventas) *(ventas/Activo total) $(142.547,55/10.521.001,41) *$ $(10.521.001,41/2.630.816,40)$ 0.05
Rentabilidad Neta del Activo (2022)	Rentabilidad Neta del Activo (2023)
(Utilidad Neta/Ventas) *(ventas/Activo total) $(597.530,21/12.099.151,62)$ $*(12.099.151,62/2.620.793,37)$ 0.23	(Utilidad Neta/Ventas) *(ventas/Activo total) $(1.243.346,36/13.914.021,38)$ $*(13.914.021,38/2.613.433,10)$ 0.48
Rentabilidad Neta del Activo (2024)	Rentabilidad Neta del Activo (2025)
(Utilidad Neta/Ventas) *(ventas/Activo total) $(2.077.937,05/16.001.128,03)*(16.001.128,03/2.604.786,44)$ 0.80	(Utilidad Neta/Ventas) *(ventas/Activo total) $(2.734.226,71/18.401.297,23)*(18.401.297,23/2.596.309,93)$ 1.00

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Cía. Ltda. en el año 2020 el índice de rentabilidad es de 0.01, para el año 2021 el índice es de 0.05, para el año 2022 es de 0.23, para el año 2023 es de 0.48, para el año 2024 es de 0.80, para el año 2025 es de 1.00, indicando que la rentabilidad de Ventas la rotación de activos total está teniendo un desempeño eficiente.

Tabla 97-3: Margen bruto

Margen Bruto (2020)	Margen Bruto (2021)	Margen Bruto (2022)	Margen Bruto (2023)	Margen Bruto (2024)	Margen Bruto (2025)
Ventas – Costo de Ventas	Ventas – Costo de Ventas	Ventas – Costo de Ventas	Ventas – Costo de Ventas	Ventas – Costo de Ventas	Ventas – Costo de Ventas
Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas
9.564.546,74 - 8.312.177,09	10.521.001,41 –	12.099.151,12 –	13.914.024,38 –	16.001.128,03 –	18.401.297,23 –
<u>9.564.546,74</u>	<u>9.032.076,78</u>	<u>9.286.638,48</u>	<u>9.550.475,16</u>	<u>9.823.704,11</u>	<u>10.106.458,46</u>
	10.521.001,41	12.099.151,62	13.914.024,38	16.001.128,03	18.401.297,23
0.13	0.14	0.23	0.31	0.38	0.45

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Cía. Ltda. en el año 2020 el índice de Margen Bruto es de 0.13, para el año 2021 el índice es de 0.14, para el año 2022 el índice es de 0.23, para el año 2023 el índice es de 0.31, para el año 2024 el índice es de 0.38, para el año 2025 es de 0.45, indicando que la rentabilidad de Ventas frente al costo de ventas tiene la capacidad de cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos.

Tabla 98-3: Margen operacional

Margen Operacional (2020)	Margen Operacional (2021)	Margen Operacional (2022)	Margen Operacional (2023)	Margen Operacional (2024)	Margen Operacional (2025)
Utilidad Operacional	Utilidad Operacional	Utilidad Operacional	Utilidad Operacional	Utilidad Operacional	Utilidad Operacional
Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas
187.160,35	407.753,64	1.539.172,68	2.907.566,85	4.476.115,08	6.295.933,56
<u>9.564.546,74</u>	<u>10.521.001,41</u>	<u>12.099.151,62</u>	<u>13.914.024,38</u>	<u>16.001.128,03</u>	<u>18.401.297,23</u>
0.02	0.03	0.13	0.21	0.28	0.34

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Cía. Ltda. en el año 2020 el índice de Margen Operacional es de 0.02, para el año 2021 el índice es de 0.03, para el año 2022 el índice es de 0.13, para el año 2023 el índice es de 0.21, para el año 2024 el índice es de 0.28, para el año 2025 es de 0.34, indicando que la rentabilidad de Ventas frente al costo de ventas tiene la capacidad de cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos.

Tabla 99-3: Rentabilidad neta de ventas

Margen Neto (2020)	Margen Neto (2021)	Margen Neto (2022)	Margen Neto (2023)	Margen Neto (2024)	Margen Neto (2025)
Utilidad Neta	Utilidad Neta	Utilidad Neta	Utilidad Neta	Utilidad Neta	Utilidad Neta
Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas
38.565,91	142.547,55	597.530,21	1.243.346,36	2.077.937,05	2.734.226,71
9.564.546,74	10.521.001,41	12.099.151,62	13.914.024,38	16.001.128,03	18.401.297,23
0.00	0.01	0.05	0.09	0.13	0.15

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Cía. Ltda. en el año 2020 el índice de Margen Neto es de 0.00, para el año 2021 el índice es de 0.0, para el año 2022 el índice es de 0.05, para el año 2023 el índice es de 0.09, para el año 2024 el índice es de 0.13, para el año 2025 es de 0.15, indicando que la rentabilidad de Ventas frente al costo de ventas tiene la capacidad de cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos.

Tabla 100-3: Rentabilidad operacional del patrimonio

Margen Neto (2020)	Margen Neto (2021)	Margen Neto (2022)	Margen Neto (2023)	Margen Neto (2024)	Margen Neto (2025)
Utilidad Operacional	Utilidad Operacional	Utilidad Operacional	Utilidad Operacional	Utilidad Operacional	Utilidad Operacional
Patrimonio	Patrimonio	Patrimonio	Patrimonio	Patrimonio	Patrimonio
105.378,42	323.971,71	1.457.390,75	2.825.784,92	4.394.334,15	6.214.151,63
583.375,98	583.375,98	583.375,98	583.375,98	583.375,98	583.375,98
0.18	0.56	2.50	4.84	7.53	10.65

Realizado por: Paredes J. (2021)

Interpretación

La Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Cía. Ltda. en el año 2020 el índice de Margen Neto es de 0.18, para el año 2021 el índice es de 0.56, para el año 2022 el índice es de 2.50, para el año 2023 el índice es de 4.84, para el año 2024 el índice es de 7.53, para el año 2025 es de 10.65, indicando que la rentabilidad de Ventas frente al costo de ventas tiene la capacidad de cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos.

CONCLUSIONES

La investigación realizada se sustentó con base teórica, legal y técnica identificando la información necesaria para el desarrollo del trabajo acogiéndose a las normas APA, con el fin de conseguir la documentación más relevante, para guiarnos en la elaboración del modelo de Gestión Financiera para la Distribuidora comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en la ciudad de Riobamba.

Una vez recolectada la información de los Estados Financieros de la Distribuidora se procede a realizar los análisis financieros dando a conocer que la empresa no cuenta con un modelo de gestión financiera que mejore la rentabilidad, optimizando los recursos económicos y financieros por lo cual se identificó que estuvieron creciendo las cuentas por pagar a corto plazo afectando a la liquidez, crecimiento de inventario final es decir que no había una adecuada rotación de inventario, los gastos tenían un crecimiento descomunal, para sustentar el capital de trabajo tenían realizado un préstamo para cubrir sus obligaciones con proveedores, la rentabilidad de la empresa era mínima, por consiguiente se realizó una Matriz FODA conociendo la situación actual de la empresa, permitiendo poder establecer estrategias para mejorar la rentabilidad.

Finalmente se procedió a elaborar el modelo de gestión financiera para la Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Cía. Ltda. proyectándolo para 5 años tomando como referencia el año 2020 en el cual se rediseñó el organigrama estructural, se creó el POA para establecer las estrategias a aplicar, el seguimiento y control de los mismos, se planteó las políticas de mejora las cuales fueron aplicadas y comprobadas se desempeñó en los estados y razones financieras indicando que son apropiadas y viables para que la empresa siga en auge de crecimiento.

RECOMENDACIONES

La recomendación del presente modelo de gestión financiera realizada para la Distribuidora Comercial Bastidas Villacis Basvimart Cía. Ltda. en la ciudad de Riobamba debe ser ejecutado en el año 2021 de acuerdo a lo establecido y sustento teórico, legal y técnico para mejorar la rentabilidad de la empresa, por otra parte, es importante ya que el presente estudio se considera un documento de orden técnico y formal.

Se recomienda elaborar semestralmente la evaluación financiera y un diagnóstico situacional, para conocer la situación de la distribuidora y poder ir identificando los inconvenientes que se presenten e ir contribuyendo a un mejor manejo administrativo y financiera de acuerdo a la evaluación financiera se sugiere ir optimizando las cuentas por pagar a corto plazo, ir liquidando las cuentas de desahucio y jubilación de los trabajadores, implementar el control de inventarios que son primeras en entrar últimas en salir para poder dar una rotación efectiva en los productos, tener un control de los gastos separando lo primordial con lo secundario, el pago a proveedores debe ser cubierto con el rendimiento de la empresa y no con más deuda, se debe ir mejorando la rentabilidad y esto va de la mano con las estrategias establecidas para la mejora, calcular las NOF para conocer si habido algún excedente del efectivo para poder destinarlo a inversiones.

Es imprescindible se realice la implementación del Manual de Funciones para el personal administrativo, financiero y Comercial y trabajadores, además de la implementación de todas las estrategias determinadas en el modelo de gestión financiera, para mejorar la rentabilidad y por ende el manejo de los recursos económicos, dando así cumplimiento al POA establecido en los objetivos y metas de la Distribuidora.




BIBLIOGRAFÍA

- Araque, F. (16 de 10 de 2020). *Modelo de gestión y desempeño empresarial*. Obtenido de: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/por-que-redisenar-el-modelo-de-gestion-y-desempeno-empresarial>
- Conesa, E. (2018). *Iniciación en la economía y gestión de empresas*. Cartagena: Universidad Politécnica de Cartagena.
- Duin, M. (15 de 07 de 2019). *Modelo de gestión financiera para la toma de decisiones de inversión y financiamiento de la Empresa Electrodelgado en la ciudad de Riobamba en el periodo 2016-2018*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Obtenido de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/13641>
- Fernandez, J. (2020). *Administrador financiero*. Bogotá: Ediciones USTA.
- Fierro, A. (2016). *Estados financieros consolidados*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Gallego, T. (2016). *Gestión integral*. México: Publicaciones de la Universidad de Jaume.
- Garayoa, P. (2018). *Gestión financiera*. España: Macmillan Iberica S.A.
- Gavilanes, J. (06 de 01 de 2020). *Modelo de gestión financiera para la Empresa Produalba Cía. Ltda, cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Obtenido de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/13678>
- Hernandez, L. (2016). *Técnicas para la gestión financiera en logística*. España: MARGE BOOKS.
- Lavalle, A. (2017). *Análisis financiero*. México: Digital UNID.
- LLorente, J. (20 de 11 de 2015). *Activo*. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/activo.html>
- López, G. (2018). *Planificación de empresas*. Ecuador: Universo Sur.
- Mata, L. (07 de 05 de 2019). *El enfoque de Investigación, la naturaleza del estudio*. Obtenido de: <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-de-investigacion-la-naturaleza-del-estudio/>
- Min, S. (08 de 06 de 2018). *Matriz de evaluación de factores externos (Matriz EFE Y MEFFE)*. Obtenido de: <https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-externos-matriz-efe-mefe/>
- Paca, J. (15 de 11 de 2019). *Modelo de gestión financiera para la Empresa Total Home, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, periodo 2020*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Obtenido de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/13652>
- Padilla, M. (2016). *Gestión financiera*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Rodriguez, J. (2015). *Muestreo y preparación de la muestra*. España: Cano Pina.

- Rubio, M. (2015). *El ROI de las decisiones del marketing: un enfoque de rentabilidad*. Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Sanchez, J. (02 de 12 de 2015). *Empresa*. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>
- Solarte, A. (2017). *Planeación financiera*. España: Grupo Editorial Patria.
- Suarez, A. (2016). *Decisiones optimas de inversión y financiamiento*. España: Piramide.
- Urbina, G., & Marcelino, M. (2016). *Ingeniería financiera*. México: Grupo Editorial Patria.

ANEXOS

ANEXO A: RUC DE LA EMPRESA

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES			
	NÚMERO RUC:	0691750922001	
	RAZÓN SOCIAL:	DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS VILLACIS BASVIMART CIA LTDA	
	NOMBRE COMERCIAL:		
	REPRESENTANTE LEGAL:	VILLACIS TRUJILLO CARMITA ELIZABETH	
	CONTADOR:	MARCHAN PAREDES INES DANIELA	
	CLASE CONTRIBUYENTE:	OTROS	OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: SI
	CALIFICACIÓN ARTESANAL:	S/N	NÚMERO: S/N
	FEC. NACIMIENTO:		FEC. INICIO ACTIVIDADES: 16/05/2016
	FEC. INSCRIPCIÓN: 16/05/2016		FEC. ACTUALIZACIÓN: 28/01/2020
	FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:		FEC. REINICIO ACTIVIDADES:
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL			
VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS DIVERSOS PARA EL CONSUMIDOR.			
DOMICILIO TRIBUTARIO			
Provincia: CHIMBORAZO Canton: RIOBAMBA Parroquia: VELOZ Calle: BENALCAZAR Numero: 17-52 Interseccion: 10 DE AGOSTO Referencia ubicacion: FRENTE AL MERCADO SAN FRANCISCO CASA DE TRES PISOS COLOR TOMATE CON TAXO Email: info@comercialbastidas.com Telefono Trabajo: 032964326 Celular: 0995242912 Web: WWW.COMERCIALBASTIDAS.COM			
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS			
<ul style="list-style-type: none">* ANEXO ACCIONISTAS, PARTÍCIPES, SOCIOS, MIEMBROS DEL DIRECTORIO Y ADMINISTRADORES* ANEXO DE DIVIDENDOS, UTILIDADES O BENEFICIOS - ADI* ANEXO RELACION DEPENDENCIA* ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO* DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES* DECLARACIÓN DE IVA* DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE			
<p><i>Son derechos de los contribuyentes: Derechos de trato y confidencialidad, Derechos de asistencia o colaboración, Derechos económicos, Derechos de información, Derechos procedimentales; para mayor información consulte en www.sri.gob.ec.</i></p> <p><i>Las personas naturales cuyo capital, ingresos anuales o costos y gastos anuales sean superiores a los límites establecidos en el Reglamento para la aplicación de la ley de régimen tributario interno están obligados a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE) y sus declaraciones de IVA deberán ser presentadas de manera mensual.</i></p> <p><i>Recuerde que sus declaraciones de IVA podrán presentarse de manera semestral siempre y cuando no se encuentre obligado a llevar contabilidad, transfiera bienes o preste servicios únicamente con tarifa 0% de IVA y/o sus ventas con tarifa diferente de 0% sean objeto de retención del 100% de IVA.</i></p>			
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS			
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS	3	ABIERTOS	3
JURISDICCIÓN	\ ZONA 3\ CHIMBORAZO	CERRADOS	0
			
Código: RIMRUC2020000422622			
Fecha: 12/02/2020 10:32:11 AM			



REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES



NÚMERO RUC:
RAZÓN SOCIAL:

0691750922001
DISTRIBUIDORA COMERCIAL BASTIDAS VILLACIS BASVIMART CIA LTDA

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

No. ESTABLECIMIENTO: 001 **Estado:** ABIERTO - MATRIZ **FEC. INICIO ACT.:** 27/04/2016
NOMBRE COMERCIAL: **FEC. CIERRE:** **FEC. REINICIO:**
ACTIVIDAD ECONÓMICA:
VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS DIVERSOS PARA EL CONSUMIDOR.
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:
Provincia: CHIMBORAZO Canton: RIOBAMBA Parroquia: VELOZ Calle: BENALCAZAR Numero: 17-52 Interseccion: 10 DE AGOSTO Referencia: FRENTE AL MERCADO SAN FRANCISCO CASA DE TRES PISOS COLOR TOMATE CON TAXO Email: info@comercialbastidas.com Telefono Trabajo: 032964326 Celular: 0995242912 Web: WWW.COMERCIALBASTIDAS.COM Email principal: carlos.bastidas@basvimart.com

No. ESTABLECIMIENTO: 002 **Estado:** ABIERTO - LOCAL COMERCIAL **FEC. INICIO ACT.:** 16/05/2016
NOMBRE COMERCIAL: **FEC. CIERRE:** **FEC. REINICIO:**
ACTIVIDAD ECONÓMICA:
VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS DIVERSOS PARA EL CONSUMIDOR.
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:
Provincia: CHIMBORAZO Canton: RIOBAMBA Parroquia: VELOZ Calle: BENALCAZAR Numero: 21-78 Interseccion: 10 DE AGOSTO Referencia: DIAGONAL AL MERCADO SAN FRANCISCO CASA DE TRES PISOS COLOR TOMATE CON TAXO Telefono Trabajo: 032946497 Celular: 0995242912 Email: info@comercialbastidas.com Web: WWW.COMERCIALBASTIDAS.COM Email principal: carlos.bastidas@basvimart.com

No. ESTABLECIMIENTO: 003 **Estado:** ABIERTO - LOCAL COMERCIAL **FEC. INICIO ACT.:** 06/03/2018
NOMBRE COMERCIAL: BASVIMART SUPERMERCADO **FEC. CIERRE:** **FEC. REINICIO:**
ACTIVIDAD ECONÓMICA:
VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:
Provincia: CHIMBORAZO Canton: RIOBAMBA Parroquia: VELASCO Calle: COLON Numero: 2253 Interseccion: PRIMERA CONSTITUYENTE Referencia: DIAGONAL AL SEGURO DE SALUD CASA DE DOS PISOS COLOR BLANCO Email: info@comercialbastidas.com Celular: 0995242912 Email principal: carlos.bastidas@basvimart.com



Código: RIMRUC2020000422622

Fecha: 12/02/2020 10:32:11 AM