

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA**



“PLAN ESTRATÉGICO DE INVERSIÓN PARA PEQUEÑAS EMPRESAS
COMERCIALES DE COMPRA Y VENTA DE APARATOS ELECTRÓNICOS Y
ACCESORIOS DIVERSOS DE TECNOLOGÍA UBICADAS EN EL MUNICIPIO DE
SAN SALVADOR”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

FUENTES GALDAMEZ, DAVID ALFREDO

LÓPEZ ALVARENGA, ANA RUTH ABIGAIL

RIVAS HERNÁNDEZ, JUAN CARLOS

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO(A) EN CONTADURÍA PÚBLICA

ABRIL 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector	: Msc. Roger Armando Arias Alvarado
Secretario General	: Lic. Cristóbal Hernán Ríos Benítez
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas	: Lic. Nixon Rogelio Hernández Vásquez
Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas	: Licda. Vilma Marisol Mejía Trujillo
Directora de la Escuela de Contaduría Pública	: Licda. María Margarita De Jesús Mendoza de Hernández
Coordinador General de Seminario de Graduación	: Lic. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez
Coordinación de Seminario de Procesos de Graduación de la Escuela de Contaduría Pública	: Lic. Daniel Nehemías Reyes López
Docente Director	: Licda. Rosa Marjory Flores Aguirre
Jurado Evaluador	: Lic. Abraham de Jesús Ortega Chacón Lic. Jorge Luis Martínez Bonilla Licda. Rosa Marjory Flores Aguirre

Abril 2019

San Salvador, El Salvador, Centroamérica

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a DIOS por darme sabiduría, fortaleza para llegar a este punto de mi carrera profesional, a mis padres por ser mis más grandes apoyos en mi vida y una fuente de inspiración. A la vez, por apoyarme durante esta etapa. A mis demás familiares, amigos y compañeros por brindarme su comprensión y buenos consejos, por compartir los buenos y malos momentos en la carrera, a ustedes GRACIAS.

David Fuentes

Primeramente a Dios, por darme bendiciones, sabiduría, paciencia y protegerme durante mi carrera y ayudarme a solventar las dificultades presentadas. A mis padres, que siempre han sido mi ejemplo a seguir, mi sostén moral y quienes me apoyaron durante mis estudios. A mis compañeros apoyarme y brindarme su comprensión. Que nuestro padre celestial los bendiga a todos.

Abigail López

A Dios Todopoderoso, infinitas gracias por haberme dado la sabiduría y el entendimiento para poder llegar al final de mi carrera. A mi Padre por su apoyo, su dedicación y empeño por ayudarme a ser una persona mejor cada día. A mi madre, a pesar de los años de su ausencia, agradezco el ejemplo y la calidad de persona que fuiste y que anhelo ser. A mis compañeros por todo el tiempo compartido a lo largo de la carrera, por su comprensión y paciencia en momentos difíciles.

Juan Carlos Rivas

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	iii
CAPÍTULO I – PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Situación problemática	1
1.1.1 Antecedentes del problema.	1
1.1.2 Situación actual de las pequeñas empresas en El Salvador.	2
1.1.3 Impactos sociales que desestabilizan la inversión.	4
1.1.4 Clima de inversión y acceso a financiamiento.	5
1.2 Enunciado del problema	6
1.3 Justificación de la investigación	7
1.3.1 Novedoso.	7
1.3.2 Factibilidad.	7
1.3.3 Utilidad social.	8
1.4 Objetivos	9
1.4.1 Objetivo general.	9
1.4.2 Objetivos específicos.	9
1.5 Formulación de hipótesis	9
1.5.1 Hipótesis de trabajo.	9
1.5.2 Determinación de variables.	10
1.5.3 Operacionalización de variables.	10
CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO	11
2.1 Crecimiento del comercio tecnológico en la actualidad	11
2.2 Historia y evolución de los aparatos electrónicos en la última década	14
2.3 Marco conceptual	16

2.4	El Plan estratégico	23
2.4.1	Etapas de planificación estratégica.	24
2.4.2	Análisis de las fuerzas competitivas.	25
2.4.3	Análisis FODA.	26
2.4.4	Análisis de la cartera producto-mercado.	26
2.4.5	Estrategia financiera.	27
2.4.6	La creación de valor para el accionista como síntesis de la estrategia financiera.	28
2.4.7	El costo de capital como elemento de referencia.	29
2.5.8	El plan financiero a largo plazo.	31
2.5.9	Estudios a considerar en el proyecto de inversión.	32
2.5.10	Análisis por medio de razones a los estados financieros.	33
2.5.11	Concluir con las estrategias más factibles para el rubro.	34
2.6	Marco legal	34
2.7	Marco técnico y normativo	35
2.7.1	Enfoque de riesgos.	35
2.7.2	Evaluación de riesgos con enfoque en el crecimiento.	39
	CAPÍTULO III – METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	41
3.1	El enfoque y tipo de investigación	41
3.2	Delimitación espacial	41
3.3	Sujeto y objeto de estudio	42
3.4	Elementos básicos de la investigación	42
3.5	Cruce de variables.	46
3.5.1	Análisis de los resultados de la investigación.	46
3.5.2	Comprobación de la existencia de un problema.	47
3.5.3	Aplicación de cruce de variables.	47

CAPÍTULO IV – GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE INVERSIÓN PARA PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALES DE COMPRA Y VENTA DE APARATOS ELECTRÓNICOS Y ACCESORIOS DIVERSOS DE TECNOLOGÍA UBICADAS EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR	58
4.1 Descripción de la propuesta	58
4.2 Desarrollo del caso	59
4.3 Análisis financiero.	59
4.3.1 Estados financieros.	59
4.3.2 Análisis a los estados financieros.	62
4.3.3 Análisis vertical y horizontal de los estados financieros.	67
4.3.4 Razones financieras aplicadas a la información contable.	78
4.4 Elaboración de proyecto de inversión	87
4.4.1 Estudio técnico.	87
4.4.2 Estudio administrativo.	89
4.4.3 Plan financiero.	95
4.5 Análisis y administración del riesgo.	101
4.5.1 Riesgo país.	108
4.6 Evaluación económica.	109
4.6.1 Flujo de caja para proyecto de una nueva sucursal.	109
4.6.2 Análisis del período de recuperación.	113
4.6.3 Análisis hipotético de inversión inicial.	115
CONCLUSIONES	120
RECOMENDACIONES	121
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	122
ANEXOS	124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Leyes vigentes y aplicables en El Salvador.	35
Tabla 2. Marco técnico vigente aplicable en El Salvador.	36
Tabla 3. Factores generales de riesgo.	37
Tabla 4. Factores básicos a considerar en la oportunidad de invertir.	38
Tabla 5. Identificación y contenido de riesgo de acuerdo al componente de COSO.	38
Tabla 6. Análisis FODA.	91

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución de la Sucursal.	88
Figura 2. Estructura de la nueva sucursal en Metrocentro.	89
Figura 3. Matriz BGG.	92

RESUMEN EJECUTIVO

La elaboración de este trabajo de investigación, se ha efectuado para las pequeñas empresas dedicadas a la compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos de tecnología, con el fin de dar a conocer un plan estratégico de inversión que proporcione las respuestas adecuadas para determinar la factibilidad y viabilidad de ejecutar un proyecto de inversión, orientado al crecimiento de la participación en el mercado nacional. Un plan estratégico de inversión, es una descripción de una posibilidad de desarrollo de una empresa u organización que requiere de recursos humanos, técnicos y financieros.

De acuerdo con el objetivo general del presente trabajo de investigación, se elaboraron los pasos a implementar en la creación de un nuevo proyecto, con el fin de maximizar la participación en el mercado nacional, considerando aumentar la demanda de sus productos y ampliar la cartera de clientes, partiendo de la interrogante ¿en qué medida se ve afectada la participación en el mercado nacional, de las pequeñas empresas comerciales dedicadas a la compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos de tecnología, al no contar con un plan estratégico de inversión?

Para desarrollar el proceso de investigación de campo, se utilizó el instrumento de la encuesta desarrollando un cuestionario estructurado con veinticuatro preguntas cerradas, dirigido a los gerentes, propietarios, jefes de sucursal y contadores generales, según corresponda de las pequeñas empresas que pertenecen al sector en estudio. Además, se realizaron consultas en diferentes fuentes de información bibliográfica que contribuyeron en la preparación del trabajo de investigación.

Los principales resultados obtenidos en el análisis de la información y el cruce de variables, permitió efectuar un diagnóstico y poder conocer la opinión del sector sujeto de estudio, siendo negocios rentables por contar con más tres años de estar compitiendo en el mercado nacional; en conclusión se determinó que no existe planificación estratégica, al no implementar herramientas financieras esto ocasiona un estancamiento de inversión que no les permite a las pequeñas empresas obtener mayores oportunidades en la buena gestión y el desarrollo en el mercado nacional; por ello, se presentó el desarrollo de un caso práctico dirigido a la apertura de una nueva sucursal en un centro comercial en el municipio de San Salvador.

INTRODUCCIÓN

El creciente avance económico, ha generado que las pequeñas empresas que pertenecen al sector en estudio opten por crear nuevas estrategias que permitan mejorar su participación en el mercado tecnológico; es por ello, que buscan aprovechar las oportunidades para obtener mayores beneficios, identificando las diferentes opciones a invertir para el crecimiento de mercado y expansión territorial; por lo cual, es necesario que cuenten con un plan de acción que les permita evaluar la viabilidad de un nuevo proyecto.

Los puntos de partida de este estudio, son los atributos propios de cada proyecto de inversión y las directrices para lograr las metas propuestas por la dirección administrativa, los diversos planes de estudios que sean acorde al entorno financiero, técnico, mercado, económico y de riesgo, que determinaran la viabilidad que puedan presentar los proyectos de inversión y las oportunidades de capital que se puedan obtener, mediante financiamiento interno-capital propio o externo-préstamos bancarios.

Por ello, en la investigación se desarrolló un plan estratégico que incluye herramientas, métodos y directrices que permitan simplificar el desarrollo de una nueva inversión, permitiendo obtener mejores estrategias de negocios y resultados en sus utilidades e incentivando a este tipo de entidades a realizar más proyectos de inversión.

Por lo antes descrito en el capítulo I, el planteamiento del problema desarrolla su definición, resumiendo los antecedentes en una línea del tiempo, los objetivos que la investigación persiguió y el diseño de estrategias de inversión, a través de un plan que se pueda poner en práctica para mejorar la rentabilidad de las pequeñas empresas que pertenecen al sector en estudio.

El capítulo II, consiste en el marco teórico, el cual describe los antecedentes históricos del objeto de estudio, al igual que la base teórica que expresa los conocimientos previos sobre la estructura de el plan estratégico de inversión desarrollado en la investigación, seguidamente se menciona un marco legal que detalla todas las leyes aplicables a este tipo de proyectos, un marco técnico y normativo donde se hace énfasis en un enfoque de riesgo en base a COSO.

En el capítulo III, se abordó la metodología de la investigación aplicada, en la cual, se especifica el enfoque, tipo de investigación, delimitación, sujetos y objetos de estudio, así como, la población, variables, indicadores, técnicas y procedimientos para: recopilar, procesar y analizar la información que permitan llevar a cabo el diagnóstico.

En el capítulo IV, se desarrolló la propuesta del caso práctico que permitió llevar a cabo la ejecución de un proyecto de inversión en el sector sujeto de estudio. Así mismo, se presentaron métodos de evaluación de proyecto como son: valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), período de recuperación de inversión (PRI), (WACC) tasa promedio ponderado. También se desarrolló la metodología, tabulación e interpretación de los datos. Además, contiene las conclusiones, recomendaciones, bibliografías y anexos que complementaron la investigación realizada.

CAPÍTULO I – PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Situación problemática

En todo tipo de empresa, la gestión financiera de los directivos se caracteriza por la búsqueda permanente de mecanismos que posibiliten la creación y mantenimiento del valor de los activos, mediante la asignación y uso eficiente de los recursos.

El diseño de un plan estratégico de inversión utilizado como apoyo a la operación gerencial, se ha convertido en instrumento indispensable en la toma de decisiones en temas de inversión, tanto para crear nuevas empresas como para modificar una existente.

Se describe como punto principal de la problemática que “las pequeñas empresas comerciales de compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos de tecnología ubicadas en el municipio de San Salvador”, no poseen un plan estratégico de inversión que les permita crear acciones concretas y claramente definidas para facilitar el crecimiento y competitividad en el mercado nacional; por ello se consideró necesario adoptar decisiones acertadas que posibiliten el crecimiento y expansión, entre ellas la apertura de nuevas sucursales.

1.1.1 Antecedentes del problema.

La década de los 90, se caracterizó por la crisis económica, política y social provocada entre otros factores como la confrontación bélica o social que obstaculizó el crecimiento económico del país ocasionando el desplazamiento de recursos humanos al exterior, la emigración de la población rural y la subutilización de la capacidad instalada de las empresas. La importación de maquinaria y nuevas tecnologías, cesó prácticamente en este período debido a la crisis social.

Posteriormente, la firma de los acuerdos de paz en el año 1992, la industria salvadoreña experimentó un sensible crecimiento económico con respecto a los años anteriores a la crisis, aumentando además la actividad de inversión extranjera en el país, dando paso a nuevos financiamientos e implementando procesos dinámicos que impulsaron a que el comercio tuviera una tendencia a crecer en los sectores económicos, como por ejemplo: alimentos, bebidas, textiles, fertilizantes, pesticidas y tecnología.

“Desde la década del 2002, se abrió una brecha mediante nuevos proyectos hoteleros, comerciales y turísticos, dando paso a nuevos sistemas de inversión y dejando atrás los estereotipos que bloqueaban este rubro” (Botella, 2016); es así como en la actualidad el país cuenta con una modernización de estructura física que se apega a los cambios globales, al mismo tiempo las pequeñas empresas que pertenecen al sector en estudio desean invertir y crear nuevas tendencias que vayan a la vanguardia con la tecnología.

Satisfacer las necesidades de los consumidores es indispensable; “en un principio las pequeñas empresas vendían productos de primera necesidad y artículos propios de sus marcas pero, según la invención tecnológica, fueron creciendo las tiendas o sucursales diversificando sus productos de acuerdo a la globalización” (Mark, 2014).

1.1.2 Situación actual de las pequeñas empresas en El Salvador.

En la actualidad una inversión inteligente requiere de un proyecto bien estructurado y evaluado, que indique la pauta a seguirse como la correcta asignación de recursos, igualar el valor adquisitivo del dinero en el tiempo y estar seguros de que la inversión será realmente rentable, decidir el ordenamiento de varios proyectos en función a su rentabilidad y tomar una decisión de aceptación o rechazo.

Las pequeñas empresas presentan deficiencia en la aplicación de un plan definido que les brinde posibles opciones de inversión, ya que los factores que inciden en ello pueden ser diversos, sin embargo, tener la noción de participar o ampliar sus empresas a nivel nacional es muy importante para ellos; el invertir sin ningún rumbo, solo con una idea imprevista les puede generar pérdidas y afectar incluso el crecimiento de las mismas; por tal razón, surge una fuerte necesidad de contar con un plan estratégico de inversión enfocado a la expansión, para lograr una cobertura y solución a la demanda que aún no se cubre, siempre que se tengan los recursos y herramientas que guíen el o los proyectos a implementar.

En muchas ocasiones en las empresas existe el capital para poder incursionar en nuevos proyectos, cuentan con líneas de producto que se pueden impulsar en el sector comercio, tienen una buena posición en relación a sus competencias y esto se puede aprovechar al máximo.

De acuerdo a FUSADES, el 72.3 % de las micro y pequeñas empresas del sector comercio y servicio, no cuentan con una herramienta que los ayude a impulsar un plan estratégico de inversión, simplemente se ha invertido sin una guía profesional, obteniendo como resultado pérdidas con pocas posibilidades de recuperar lo invertido, ya que carecen de herramientas tecnológicas y apoyo en cuanto a su desarrollo y preparación para competir en mercados locales e internacionales (FUSADES, Análisis de Coyuntura Económica, 2017).

Las pequeñas entidades desconocen los modelos actualizados que les podrían ayudar a su crecimiento, por falta de capacitación, preparación y legalización de sus empresas, las que también carecen de acceso a las fuentes de inversión (Chacón, 2009); por ello, se busca la implementación de un plan estratégico de inversión que diversifique el panorama y les permita aumentar sus ingresos en un plazo determinado, ya que los proyectos de inversión pueden tener ese factor

importante llamado tiempo de recuperación de la inversión y este determinará si es rentable en corto, mediano o largo plazo.

1.1.3 Impactos sociales que desestabilizan la inversión.

Existen diversos factores estructurales propios del país, como lo son el desempleo, subempleo y el sector informal, así como los desafíos de pobreza, la desigualdad social, que llevan como consecuencia a altos niveles de violencia e inseguridad, los cuales pueden afectar la expansión de las pequeñas empresas.

Según investigación realizada por CONAMYPE menciona que, dadas las difíciles condiciones sociales y de inseguridad, las empresas o negocios que fueron víctimas de algún hecho delincencial fue de 11%. En tal sentido, se obtuvo que 89% dijo no haber sido víctima de la delincuencia en ninguna de sus manifestaciones, 10% dijo haber sido víctima de la delincuencia y 1.2% no sabe o no responde.

Al analizar por tipo de delito el impacto de la delincuencia que sufren las personas empresarias de las MYPES, se determinó que el delito que más les afecta es la extorsión con el 8.2%, igualmente en segundo lugar manifestaron que el robo incidió en 7.1%; por otra parte, del hurto y la estafa fueron víctimas el 5.8%, y los que manifestaron haber sido afectados por otro tipo de delito representan 5.7% (CONAMYPE, Encuesta nacional de la micro y pequeña empresa, 2017).

Por tanto, la encuesta CONAMYPE contrasta con lo que se vive en la realidad ya que efectivamente la inseguridad y delincuencia que afecta al país incide en las inversiones, y este tipo de estadísticas influye al momento de tomar la decisión en la planificación de un nuevo proyecto,

pero en este caso para el sector en estudio la mayor parte de las pequeñas empresas que se encuentran en centros comerciales no se ven afectados de manera directa y lo ven como un fenómeno social que se debe de enfrentar día a día y no representa una limitante al momento de tomar una decisión de inversión ya consideran que existen excelentes proyectos de inversión a nivel nacional como se puede mencionar la construcción de nuevos centros comerciales donde las empresas que pertenecen al sector en estudio podrían expandirse.

1.1.4 Clima de inversión y acceso a financiamiento.

La inversión de las pequeñas empresas ha experimentado un crecimiento, el cual se generó debido a la globalización que brindó acceso a diversas formas de establecer la tradición de compra y venta de artículos, esto generó que personas empleadas renunciaran y formaran sus micro-negocios, partiendo de un sector informal hasta convertirse en micro y pequeñas empresas formales; según CONAMYPE para el año 2017, presentó que existían alrededor de 317,795 unidades económicas de las cuales el 33.92% son clasificados como emprendimientos, mientras que el 60.76% son microempresas y el 5.32% son pequeñas empresas. Entre los principales problemas prevalece la falta de fondos propios para invertir (capital de trabajo) (22.01%), baja rentabilidad del negocio en un 19.75%, otros el 19.80%, no tiene ningún problema el 15.93%, comercialización o falta de mercado para la venta de la producción (5.63%), falta de acceso a crédito flexible (4.81%) principalmente.

Al analizar las empresas que están ejecutando inversión se destacan los factores que favorecieron su decisión, se relacionó la demanda de sus productos (58%), capacidad para innovar (57%), y por la presión que ejerce la competencia (19%).

Las empresas que solicitaron financiamiento fueron 37% del total, resultando que 87% de estas realizó el trámite con bancos comerciales, seguido con empresas proveedoras (25%) y banca no residente (10%).

Se consideró para renovación de crédito (44%), línea de crédito (36%) y nuevo crédito (35%). Las principales razones por las que demandaron crédito se deben a: un crecimiento que experimentó su operación 37%, seguido de necesidades de liquidez 17% y por morosidad de los clientes 13%.

Cerca del 10% de los negocios que solicitaron crédito les fue negado y de acuerdo a los empresarios el motivo del no otorgamiento se debió a: situación económica del país 30%, la entidad bancaria cambió las políticas 20% y por mayor riesgo de la empresa 17%.

Por tanto, se puede resumir según el resultado de la encuesta tomada de referencia es que la mayor parte de las pequeñas empresas no cuentan con capital propio para poder invertir y solicitaron ya sea financiamiento, obtención de línea de crédito o renovación de crédito.

1.2 Enunciado del problema

El problema de la situación presentada es el desconocimiento que poseen las empresas que pertenecen al sector en estudio al no poseer un plan estratégico de inversión que les permita desarrollar una inversión con el menor riesgo posible; por tal razón, la pregunta general de la investigación fue la siguiente:

¿En qué medida se ve afectada la participación en el mercado nacional de las pequeñas empresas comerciales dedicadas a la compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos de tecnología, al no contar con un plan estratégico de inversión?

1.3 Justificación de la investigación

1.3.1 Novedoso.

La problemática que enfrentan las pequeñas empresas que pertenecen al sector en estudio es la falta de un plan estratégico de inversión, debido a que desconocen los lineamientos adecuados para ejecutar un proyecto; se consideró novedoso, ya que no existe un estudio de factibilidad para este tipo de empresas.

1.3.2 Factibilidad.

Bibliográfica.

El trabajo de investigación fue factible debido a que se contó con diversidad de materiales respecto a un estudio de plan de inversión los cuales pertenecen a diferentes autores de nacionalidad salvadoreña e internacional, como son: tesis, libros, artículos, Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades, leyes, revistas, artículos en línea y foros sobre el tema.

Campo.

La investigación se realizó en pequeñas empresas dedicadas a compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos de tecnología que cumplieran con los registros formales según el Código de Comercio y que estén ubicadas en el municipio de San Salvador, en las cuales, se tuvo acceso para poder evaluar las necesidades de un plan estratégico de inversión.

Recursos financieros y materiales.

La investigación se financió con recursos propios, económicos y tecnológicos que fueron de utilidad en el desarrollo de la investigación.

Apoyo institucional.

Para el desarrollo de la investigación, la Universidad de El Salvador asignó a Docente Director y Asesores Expertos en el área de estudio y con ayuda de ellos se cumplieron las metas y objetivos del trabajo de investigación.

1.3.3 Utilidad social.

Con el desarrollo de la investigación, se espera brindar un aporte valioso a accionistas, personas naturales y pequeñas empresas que se dedican a la compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos de tecnología, con el objeto de crear una visión de crecimiento a través de un plan estratégico de inversión que servirá para lograr mayores rentabilidades a la compañía y por ende para aportar a la economía.

Asimismo, a los estudiantes de contaduría pública que necesiten estudiar un tema relacionado a proyectos de inversión, el cual, les servirá de apoyo y guía en el ámbito académico y laboral en que se desarrollen.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general.

Elaborar un plan estratégico de inversión que brinde los lineamientos y pasos a implementar en la creación de nuevos proyectos en pequeñas empresas que se dedican a la compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos de tecnología, ubicadas en el municipio de San Salvador, con el fin de maximizar la participación en el mercado nacional.

1.4.2 Objetivos específicos.

- Realizar un análisis de acuerdo a razones financieras de las pequeñas empresas que pertenecen al sector en estudio, para determinar la factibilidad de un proyecto inversión.
- Proyectar la rentabilidad de una nueva sucursal en un centro comercial ubicada en el municipio de San Salvador para un período de tres años.
- Estimar el tiempo de recuperación de un nuevo proyecto de inversión enfocado a la apertura de una nueva sucursal.

1.5 Formulación de hipótesis

1.5.1 Hipótesis de trabajo.

La implementación de un adecuado plan estratégico de inversión permitirá que las pequeñas empresas que se dedican a la compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos a la tecnología ubicadas en el municipio de San Salvador, maximicen su participación en el mercado.

1.5.2 Determinación de variables.

Variable Independiente:

Plan estratégico de inversión

Variable dependiente:

Maximizar la participación de las empresas en el mercado.

1.5.3 Operacionalización de variables.

Variable Independiente:

Medir los índices de rentabilidad que poseen las entidades.

Medir los índices de costos y gastos contra los ingresos.

Constatar si existe un plan estratégico de inversión en las entidades.

Evaluar cuidadosamente la cantidad mínima de dinero en la inversión inicial.

Variable dependiente:

Medir el número promedio de sucursales que poseen las pequeñas empresas del sector.

Medir el tiempo de permanencia que poseen las entidades en el mercado nacional.

Medir el volumen de ventas en el último período.

CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO

2.1 Crecimiento del comercio tecnológico en la actualidad

Es importante mencionar que debido al crecimiento y evolución tecnológica, ha fomentado cambios principales en la comunicación, información y aprendizaje de cada individuo, impactando en el estilo de vida de la población ocasionando un incremento de nuevas empresas en este rubro, que contribuyen la demanda de los aparatos electrónicos y accesorios diversos de tecnología.

En tal medida, lo anterior originó el surgimiento de pequeños puntos de ventas en los supermercados, en los centros comerciales, cerca de las universidades, en los colegios y lugares donde no existían, de tal manera se puede decir que ahora la tecnología está por todos lados al alcance de quien lo necesite.

El rubro de compra y venta de productos electrónicos se encuentra en un momento excepcional de posicionamiento, la creación de la necesidad en las personas debido al avance tecnológico, influye en un crecimiento acelerado en este sector de comercio y tiene muchos factores positivos que enmarcan su trayectoria, en los años 2013 al 2015, ha experimentado un desarrollo constante que se ve reflejado en el crecimiento de la demanda y especialización del sector (La pequeña empresa en El Salvador, 2015).

En El Salvador, las pequeñas empresas no se caracterizan por su dinámica y organización debido a que sus inicios operativos fueron muy distintos en comparación con la mediana y gran empresa, su dinámica empresarial, la forma de relacionarse con los agentes económicos y con sus proveedores han ido marcando un eje fundamental para el crecimiento de las mismas, a medida que el país cuenta con una gran diversidad de pequeñas empresas algunas formadas con capital

familiar u otras con distintas formas de financiamiento, son un fenómeno que a nivel nacional, está permitiendo generar fuentes de trabajos y de ingresos que contribuyen al crecimiento del producto interno bruto (MINEC-DIGESTIC, 2012-2013), cabe destacar que operan con métodos simples de comercialización, en su estructura básica no existen niveles de jerarquización y la comunicación es fluida, sus empleados cuentan con una gran capacidad para realizar varias funciones (León, 2012), esto y muchos aspectos más ha logrado que El Salvador posea un 87% de entidades dedicadas al comercio y servicios un 13% a la manufactura, en un informe de la Unidad de Financiamientos para las Mayorías del Banco Centroamericano Integración Económica, en 2014 el país en tema de emprendimiento económico se posiciona en tercer lugar a nivel regional con 23.10%; aun así existe un gran reto para estos nuevos empresarios para crear una cultura innovadora (Ruiz, 2013).

Los factores competitivos más importantes en los que se apoyan las pequeñas empresas para competir con éxito en el mercado son: el servicio al cliente, la reputación e imagen de la empresa y la calidad del producto o servicio. Las empresas consideran que los factores como el esfuerzo en investigación y desarrollo de un proceso centrado en tecnologías flexibles e innovadoras son menos importantes para alcanzar una buena posición competitiva. El porcentaje de empresas que realizan alianzas y acuerdos de cooperación es relativamente reducido (Zevallos, 2015).

Las pequeñas empresas han tenido muchos factores en su contra, principalmente fue el acceso al sistema financiero, ya que este estaba bloqueado para ellas pues existía una incertidumbre de esta nueva tendencia de negocio; a finales del 2008, el panorama fue revirtiéndose debido a que muchas cooperativas financieras dieron paso a pequeños créditos, logrando que las grandes instituciones financieras optaran por brindar oportunidades al sector y se crearan mecanismos de ayuda tanto en conocimiento como crediticio (Chorro, 2010).

Esto ha incentivado a muchos dueños de pequeñas empresas a crecer; se pudo observar que para el 2015 han utilizado su capital para expandirse y no solo contando con una tienda si no con muchas, dejando atrás la categoría de pequeña y pasando a mediana empresa, esto se ha logrado por una característica que todas tienen en común; impulsar el crecimiento económico del país (CONAMYPE, 2015).

La visión de crecimiento y lograr una mejor posición en el mercado, es lo que mueve la iniciativa de crear caminos para facilitar la rentabilidad de las mismas y por tal razón, es necesario realizar un estudio de las tendencias, que a lo largo de la historia humana han sido de gran utilidad para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Actualmente, los presupuestos de ingresos, gasto anual, el diagnóstico económico y financiero son las herramientas de gestión menos utilizadas en las empresas. Hay un escaso grado de implementación de la contabilidad de costos (Varajas, 2017), el principal factor es que muchas pequeñas empresas están dirigidas por personal que carecen de una preparación profesional, el mayor grado educacional que se tiene es bachillerato. Otro dato importante es que el 50% de la población encuentra en el sector de la micro y pequeña empresa la opción de subsistencia. Más de tres millones de salvadoreños pertenecen a familias que dependen de la micro y pequeña empresa. Se estima que las MYPES generan el 44.8% del empleo, generan 700 mil empleos directos. La micro y pequeña empresa proporcionaba empleo al 38.2 % de la PEA no agropecuaria y al 50 % de la PEA urbana (Granadino, 2017).

En cada período, invertir las utilidades obtenidas o buscar la alternativa para incrementar los ingresos son vitales en la toma de decisiones, el tema de inversión en las pequeñas empresas que pertenecen al sector en estudio presenta una disminución de participación en el mercado, debido a

que no cuentan con una dirección clara. Además, se deben enfrentar a algunos factores sociales como: la violencia y la delincuencia que enfrenta el país, los cuales son obstáculos, que pueden incidir a no realizar inversiones.

2.2 Historia y evolución de los aparatos electrónicos en la última década

Para comprender más sobre el crecimiento que ha tenido el sector dedicado a la compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos de tecnología, se puede mencionar un poco sobre la evolución y tendencias en el desarrollo de las computadoras.

Las computadoras de última generación cuentan con tecnología avanzada con cientos de microprocesadores vectoriales trabajando al mismo tiempo que permiten realizar un uso eficiente entre la comunicación y el desarrollo de actividades diarias; se han creado equipos informáticos capaces de realizar operaciones automatizadas, facilitando el trabajo del ser humano.

Por su parte es importante mencionar que las redes de área mundial (Wide Área Network, WAN) muestra un crecimiento acelerado, ya que utilizan medios de comunicación a través de fibras ópticas y satélites, con anchos de banda impresionantes.

Algunas categorías de la tecnología que se han desarrollado o están en proceso son: desarrollo de la robótica, sistemas visuales y reconocimiento de huellas dactilares y faciales; así como electrodomésticos operados de una red wifi.

Los inicios tecnológicos de la humanidad, han sido muy visibles puesto que a través de la historia se han considerado los avances que cada año simplifican las actividades diarias; la etapa de desarrollo tecnológico comienza desde la década de los 50 en adelante pero nunca había tenido una revolución industrial tecnológica como la que se inició en a mediados de los 90, donde

surgieron las ventas de celulares masivas en todo el mundo, dando vida a un gran número de empresas creadoras de celulares y de software para los mismos.

En el siglo XX, el comportamiento tecnológico fue creciendo de manera acelerada, a tal grado que las computadoras, televisores y herramientas fueron innovándose hasta obtener mejores aparatos, accesorios y software; a fin de ganar mercado, muchas empresas implementaron estrategias que permitieron obtener mejores aparatos electrónicos, con sistemas inalámbricos, baterías de litio y muchos otros beneficios que hacen más llamativa la venta de ellos en un mercado mundial. A finales de los años 2010, ya se había logrado presentar las máximas expresiones en tecnologías y accesorios que permitieron dar paso a la post revolución del siglo XXI. A mediados del 2012, surgen los televisores pantalla plasma y 3 años más tarde los televisores led con sistemas avanzados presentado una nueva era digital y aperturando nuevos proyectos tecnológicos (La Tecnología Actual en Nuestra Sociedad, 2017).

En el año 2016, surgen los televisores led (diodo emisor de luz) y smart una nueva creación en conjunto con los celulares desarrollados con procesadores potentes y memorias RAM de gran capacidad. A finales del 2017, se vive con una tecnología global que encierra cámaras de alta definición, celulares y tabletas inteligentes, programadores de actividades vía wi-fi y muchos otros aspectos que benefician a la humanidad, tanto en salud, educación, recreación, comunicación entre otros.

Adicionalmente, se puede mencionar que el uso de la tecnología se ha vuelto necesario en el diario vivir de las personas, tanto en el estudio como en la realización de sus actividades de trabajo, por lo cual, conocer cada vez más sobre el funcionamiento de las nuevas tecnologías les obliga a acceder a estos productos tecnológicos que son indispensables en la actualidad.

La necesidad por parte de las personas y la tecnología de tener cada vez espacios de almacenamiento mayores, dieron paso a los dispositivos que hoy en día se conocen y que aún perduran en los sistemas modernos.

Las pequeñas empresas del sector en estudio son entidades dedicadas a compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios de tecnología (teclados, cámaras web, mouse, memorias internas, CPU, pantallas, audífonos) para comercializar al público en general (La Tecnología Actual en Nuestra Sociedad, 2017).

Estas empresas han ganado un amplio mercado en nuestro país debido al desarrollo tecnológico, la necesidad de acceso a internet y las computadoras, puesto que se vuelve fundamental para el desarrollo profesional y empresarial. Por esta razón, las empresas dedicadas al sector en estudio deben de estar a la vanguardia con los productos y accesorios tecnológicos, proporcionar mejores precios, llegar a un amplio mercado y poder competir en el mercado nacional.

2.3 Marco conceptual

Para el presente trabajo de investigación, se han utilizado las siguientes definiciones con el objetivo de mejorar comprensión del tema.

Aparato electrónico: consiste en una combinación de componentes electrónicos organizados en circuitos, destinados a controlar y aprovechar las señales eléctricas.

Accesorio: es aquello que es secundario, que depende de lo principal o que se le une por accidente. El término hace referencia a los utensilios auxiliares que se utilizan para realizar un cierto trabajo o que permiten un funcionamiento complementario de una máquina.

Inversión: es el desembolso de dinero para obtener bienes o valores con la finalidad de obtener ganancia u otro beneficio.

La inversión, es la colocación de capital para obtener una ganancia futura y un proyecto de inversión; por lo tanto, es la acción que a partir de utilizar recursos considera posible obtener una ganancia, ya sea corto, mediano o largo plazo.

Proyecto: es buscar una solución inteligente al planteamiento de un problema con el propósito de resolver una necesidad humana.

Proyecto de inversión: es el plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, producirá un bien o servicio, útil al ser humano o la sociedad (Urbina, Evaluacion de Proyectos, 2010).

Se puede decir que es un conjunto de actividades con objetivos, organizadas para la resolución de un problema donde se destinan recursos para producir productos, servicios o beneficios en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios.

Evaluación de un proyecto de inversión: son aquellas actividades encaminadas a la toma de decisiones acerca de invertir en un proyecto. Se puede definir las actividades de evaluación y tiene como objetivo conocer la rentabilidad económica y social de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente segura y rentable, solo así es posible asignar los recursos económicos a la mejor alternativa.

Métodos de proyección: los cambios futuros, no solo de la demanda, sino también de la oferta; se conocen con cierta exactitud, si se usan las técnicas estadísticas adecuadas para analizar

el presente proyecto y para ello se usan las series de tiempo, pues como lo que se desea observar es el fenómeno respecto al tiempo (Urbina, Evaluacion de Proyectos de Inversion, 2010).

Es la estimación o previsión de las ventas de un producto (bien o servicio) durante un período determinado; la demanda de mercado para un producto es el volumen total susceptible de ser comprado por un determinado grupo de consumidores, en un área geográfica concreta, para un determinado período.

Algunos de los métodos utilizados en la proyección son:

Las unidades móviles: se recomienda usarlo cuando la serie es muy irregular, el método consiste en suavizar las irregularidades de las tendencias.

Mínimos cuadrados: consiste en calcular la ecuación de la curva, para una serie de grupos dispersos sobre una gráfica; curva que se considera al mejor ajuste, el cual, se da cuando la suma algebraica de las desviaciones de los valores individuales respecto a la medida es cero y cuando la suma del cuadrado de las desviaciones de los puntos individuales respecto a la media es mínima.

Es una técnica de análisis numérico, enmarcada dentro de la optimización matemática, en la que dados un conjunto de pares ordenados: variable independiente y una familia de funciones, intenta encontrar la función continua, dentro de dicha familia que mejor se aproxime a los datos (Urbina, Evaluacion de Proyectos de Inversion, 2010).

Métodos de evaluación de los proyectos de inversión: la decisión de aceptar o rechazar un proyecto de inversión se realiza en base a la aplicación técnica de uno o varios métodos lo más comunes para la evaluación de proyectos de inversión son:

- **Período de recuperación:** este método, que también se conoce como PP por sus siglas en inglés (Payback Period), consiste en determinar el número de períodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de flujos de efectivos futuros que generara el proyecto (Urbina, Evaluacion de Proyectos de Inversion, 2010). Su objetivo es determinar el tiempo necesario para que el proyecto genere los recursos suficientes para recuperar la inversión realizada por el número de años que una empresa necesita su inversión original a partir de los flujos de efectivo.

Se calcula sumando los flujos netos de efectivo año con año hasta que resulte el monto de la inversión inicial. Si el período de recuperación se obtiene antes del tiempo estipulado y no muestra exactamente la inversión inicial, se divide el flujo neto de efectivo anterior entre la cantidad del flujo neto de efectivo que sobrepasa la cantidad (Veracruzana, 2013).

El cálculo del período de recuperación del proyecto se realizó a partir de la fórmula siguiente:

$$PR = \text{Año de la recuperación} + \frac{(\text{Desembolsos no recuperados en el año de la recuperación})}{\text{Flujo de efectivo del año de la recuperación}}$$

- **Período de recuperación descontado:** evalúa el número de años que la empresa necesita para recuperar su inversión original a diferencia del anterior éste toma los flujos futuros y los trae al presente con una tasa de descuento.
- **Método del valor presente neto (VPN):** es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados en el presente a la inversión inicial, equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero (Urbina, Evaluacion de Proyectos de Inversion, 2010).

Es decir, para llevar a cabo este método se obtiene el valor presente de los flujos netos de efectivo que se esperan de una inversión, descontados y se resta el costo inicial de desembolso del proyecto. Si el valor presente neto es positivo, el proyecto será rentable de lo contrario debe rechazarse.

- **Método de la Tasa Interna de Retorno (TIR):** es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero, es a tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, se llama tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad (Urbina, Evaluacion de Proyectos de Inversion, 2010).

Se define como el porcentaje de interés o rentabilidad que ofrece una inversión; es decir, el beneficio o pérdida que obtendrá para las cantidades que se estimen en un determinado proyecto. Es una herramienta de las más aceptadas en la evaluación de proyectos de inversión, es importante mencionar que está muy relacionada con el valor actual neto (VAN). También se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado.

La tasa interna de retorno (TIR) es una medida relativa de la rentabilidad, es decir, se expresa en tanto por ciento. El principal problema radica en su cálculo, ya que el número de períodos dará el orden de la ecuación a resolver.

Tipo de valoración de un proyecto de inversión:

No Financiero (estáticos): los que no tienen en cuenta la cronología de los flujos de caja y el valor del dinero en el tiempo; son cálculos sencillos y resultan de gran utilidad a la empresa.

Los métodos son:

- Tasa de rendimiento contable.
- Período de recuperación.
- Relación costo – beneficio.

Financieros (dinámicos): tienen en cuenta la cronología de los distintos flujos de caja y el valor del dinero en el tiempo mediante la actualización y descuento. Son muy utilizados pues homogenizan las cantidades de dinero recibidas en distintos momentos (Veracruzana, 2013).

Los productos estrella: Los productos estrella son aquellos que generan dinero (liquidez), pero que necesitan una inversión considerable para conseguir consolidar su posición en el mercado, además, son productos que están en un mercado en crecimiento y que se tiene una cuota de mercado considerable por lo que serían los productos líderes del mercado o con un gran potencial de crecimiento (Manez, 2018).

De lo anterior se pueden considerar como productos estrellas aquellos que están en el mercado, de crecimiento elevado y tiene cuota de mercado alta, estos se caracterizan por tener liquidez equilibrada.

Los productos interrogantes o niños:

Muchos de los productos que se lanzan al mercado suelen ser signos de interrogación de un mercado con rápido crecimiento, pero con baja participación por el momento; son productos que necesitan mucha inversión pero que además tienen poca cuota de mercado. Por lo que, dependiendo de cuál sea la inversión y la estrategia que se planifique podrán terminar convirtiéndose en productos estrella o en productos perro (Manez, 2018).

Por lo anterior se puede describir como aquellos que se lanzan al inicio, situados en mercados de gran crecimiento con reducidas cuotas de mercado relativas, lo que implica beneficios reducidos y la necesidad de grandes inversiones para mantener sus cuotas de mercado.

Los productos vaca lechera: Los productos vaca son también conocidos como los generadores de cajas, son aquellos que generan mucha liquidez y requieren relativamente pocas inversiones, estaríamos hablando por lo tanto de productos que ya están consolidados en un mercado con poco crecimiento, El objetivo es mantener la situación competitiva de estos productos porque son los que nos generan dinero para posteriormente invertirlos en otros (Manez, 2018).

Se definen como los generadores de liquidez, ya que al no necesitar grandes inversiones van a servir para financiar el crecimiento de otras unidades, la investigación y desarrollo, y retribuir al capital propio y ajeno.

Es necesario tener presente que las expectativas de crecimiento de estas “vacas lecheras” son nulas, que no precisan fondos adicionales y que más pronto o más tarde llegarán a su etapa de declive. Por tanto, las inversiones deben estar orientadas exclusivamente a mantener la cuota alcanzada, mientras se consigue la sustitución por “productos estrella”.

Los productos perros: Los productos perros (que también se conocen como productos desastres) son aquellos que generan poca liquidez y además tienen poca cuota de mercado. Es decir, productos con bajo crecimiento, por lo que se pueden obtener diferentes escenarios con este tipo de productos:

- Eliminarlos.
- Rebajar los costos al máximo para conseguir la máxima liquidez.
- Centrar el segmento que sea más rentable para la empresa.

Son aquellos que no generan liquidez, debido a su baja cuota de mercado, su rentabilidad es muy pequeña y es difícil que lleguen a ser una gran fuente de liquidez, por lo que están inmovilizando recursos de la empresa que podrían ser invertidos más adecuadamente en otros productos o áreas.

2.4 El Plan estratégico

¿Qué es y para qué sirve un plan estratégico?

Un plan estratégico consiste en fijar objetivos y plantear una estrategia para el logro de estos objetivos. Para las empresas, es importante alcanzar los objetivos, ya que estos muestran la dirección a seguir, implementando acciones que se tomarán en cuenta y que estén orientadas al cumplimiento, en este sentido la dirección estratégica facilita la metodología para conseguirlo.

Es una herramienta que permite enunciar en forma clara y precisa la visión del empresario, las oportunidades existentes en el entorno, los objetivos y las estrategias planteadas, los procesos para el desarrollo de las actividades programadas, los resultados económicos y financieros esperados y las expectativas de crecimiento de la empresa. Esta herramienta es muy útil tanto para nuevas empresas, como para empresas ya existentes que desean incorporar a su actividad nuevos negocios (Villaran, 2009).

Un plan estratégico mejora una empresa ya que se fomenta el compromiso de los empleados siempre y cuando estén informados e involucrados con las metas y objetivos de la empresa, que puedan de la misma manera poder identificar problemas y oportunidades. Tener claro y caminar en la misma dirección en la consecución de los mismos.

Para responder a estos cambios del entorno, la dirección estratégica juega un papel fundamental en la gestión empresarial, ya que se deben de tomar acciones y decisiones que respondan a los retos y barreras; por lo cual se debe tomar en cuenta la competencia, tecnología y condiciones del mercado financiero.

2.4.1 Etapas de planificación estratégica.

Define el rumbo de la compañía y sirve de guía en donde se establecen los criterios generales para definir objetivos y estrategias a seguir.

Etapa 1.

Definir objetivos estratégicos: en algunos casos conocidos como “líneas estratégicas de una entidad” se deben diseñar con el fin de alcanzar las metas propuestas para un período, en el marco de distintos escenarios puestos en marcha conforme lo establecido en la visión y misión, cabe mencionar que las metas son la declaración universal de lo que se pretende alcanzar en un futuro con el negocio y los objetivos son los pasos exactos en donde se plasman como se cumplirán las metas.

Etapa 2.

Planificación de la estrategia: se debe establecer las posibles estrategias para alcanzar los objetivos, evaluarlas y seleccionar la más idónea, al mismo tiempo, alinear la estructura de organización con la estrategia elegida.

Etapa 3.

Implementación de la estrategia: para que la estrategia se convierta en algo alcanzable, medible y controlable, es necesario concretar en un plan estratégico, y en un presupuesto anual, los objetivos concretos y los recursos necesarios.

Etapa 4.

Controlar la estrategia: establecer un modelo de control, que identifique los indicadores correspondientes a los objetivos, la información a manejar y su concreción en un “Cuadro de Mando” que permita el seguimiento del plan y del presupuesto.

2.4.2 Análisis de las fuerzas competitivas.

Toda competencia depende de las cinco fuerzas competitivas que se interaccionan en el mundo empresarial:

- Amenaza de nuevos competidores.
- Rivalidad entre competidores.
- Poder de negociación con los proveedores.
- Poder de negociación con los clientes.
- Amenaza de productos o servicios sustitutos.

Los beneficios obtenidos por las distintas empresas van a depender directamente de la intensa competencia entre las empresas (a mayor rivalidad, menor beneficio). La clave radica en sobresalir de estas fuerzas competitivas (OIM, 2012).

2.4.3 Análisis FODA.

Es la herramienta estratégica por excelencia, y el beneficio que se obtiene con su aplicación es acercarse a la situación real en la que se encuentra la empresa, así como los riesgos y oportunidades que le brinda el mercado.

Su nombre lo adquiere de sus iniciales FODA.

- F: fortalezas.
- O: oportunidades.
- D: debilidades.
- A: amenazas.

Las debilidades y fortalezas pertenecen al ámbito interno de la empresa, al realizar el análisis de los recursos y capacidades; este análisis debe considerar una gran diversidad de factores relativos a aspectos de producción, marketing, financiación, generales de organización.

Las amenazas y oportunidades pertenecen siempre al entorno externo de la empresa, debiendo ésta superarlas o aprovecharlas, anticipándose a las mismas. Aquí entra en juego la flexibilidad de la empresa (Ponce, 2008).

2.4.4 Análisis de la cartera producto-mercado.

El método más simple, cuantitativo y conocido de análisis de productos o centros de estrategia se materializa en la matriz de crecimiento-cuota de mercado. Este método es también conocido por Análisis BCG o Análisis Portfolio.

Este enfoque considera el beneficio y las amortizaciones como las variables más importantes a la hora de la toma de decisiones sobre la composición de la cartera de productos o centros de estrategia de una empresa y sobre cómo asignar los recursos.

A nivel operativo y con una adaptabilidad práctica, se puede utilizar la matriz BCG para analizar la gama de productos de la empresa, los de la competencia e incluso redes de franquicia. Una vez conocidas las variables que enmarca la matriz de crecimiento-cuota de mercado.

Se clasifica en 4 elementos:

- Productos estrella.
- Productos interrogantes.
- Productos vaca lechera.
- Productos perros.

2.4.5 Estrategia financiera.

El papel del gerente en la dirección estratégica.

Los gerentes desarrollan un rol importante en las empresas, ya que una de sus principales habilidades es elaborar un plan de negocios de manera integral, con objetivos, estrategias y presupuestos.

Para ello, es necesario realizar una investigación que permita tener una idea de los recursos necesarios del procedimiento que se va a seguir, de los obstáculos a vencer, de las metas a alcanzar, de las estrategias y tácticas para lograr los objetivos, para finalmente, luego de una evaluación financiera, determinar si el proyecto es viable en términos operativos, sociales, ambientales y lo suficientemente rentable en términos económicos o financieros.

La formulación del plan de negocios es una de las etapas más difíciles de la micro y pequeña empresa, porque el día a día no le permite enfocarse en la elaboración de este plan.

El empresario está más orientado a tomar decisiones y actuar antes que a escribir informes o planes. Sin embargo, es recomendable que le dedique el tiempo suficiente para tener su plan de negocios, porque gracias a él disminuirá el riesgo de su inversión y le permitirá prever algunas contingencias que pueden afectar el desarrollo y la rentabilidad de su negocio en el futuro cercano (Villaran, 2009).

2.4.6 La creación de valor para el accionista como síntesis de la estrategia financiera.

Es una medida popular que usan muchas empresas para determinar si una inversión contribuye positivamente a la riqueza de los propietarios; se calcula como la diferencia entre la utilidad operativa neta después de impuestos (NOPAT) de una inversión y el costo de los fondos utilizados para financiar la inversión, el cual se determina multiplicando el monto en dólares de los fondos utilizados para financiar la inversión por el costo de capital promedio ponderado (CCPP) de la empresa (Gitman, 2007),

En la práctica, el indicador de medición de la creación de valor más utilizado es el EVA (Economic Value Added) de Stern Stewart, vamos a utilizar el mismo como fórmula estratégica:

$$EVA = BN - ke \times FP$$

$$EVA = FP (RF - ke)$$

$$EVA = [Anx (RE - WACC)](1-t)$$

Dónde:

BN = beneficio neto

k_e = tasa de rentabilidad mínima exigida por el accionista

FP = valor contable de los fondos propios

RF = rentabilidad financiera (beneficio neto dividido por fondos propios)

AN = activo neto

RE = rentabilidad económica

WACC = costo medio ponderado del capital

t = tipo impositivo del impuesto de sociedades.

Tener beneficios contables no significa generar valor, sino cuando estos beneficios han sido corregidos con la rentabilidad mínima exigida por el accionista, como un costo más de la empresa: el del capital propio.

Parece obvio que, si éste es el objetivo estratégico fundamental de la empresa, la preparación de la estrategia financiera tenga como base su formulación, lo que nos lleva a entrar directamente en los componentes estratégicos financieros de primer nivel: Rentabilidad (económica y financiera) y Costo de capital.

2.4.7 El costo de capital como elemento de referencia.

Refleja el costo futuro promedio esperado de los fondos a largo plazo; se calcula ponderando el costo de cada tipo específico de capital por su proporción en la estructura de capital de la empresa y se suman los valores ponderados (Gitman, 2007).

Para estimarlo, es preciso hacer un promedio en el costo individual de las fuentes que componen el capital en base a su participación respectiva.

La fórmula que permite su cálculo es la siguiente:

$$WACC = k_e \times \left(\frac{FP}{FP + FA}\right) + k_d \times \left(\frac{FA}{FP + FA}\right) (1-t)$$

Dónde:

WACC = Weighted Average Cost of Capital (costo medio ponderado del capital)

k_e = tasa de costo o rentabilidad mínima exigida por el accionista

FP = fondos propios

FA = fondos ajenos

k_d = tasa de costo promedio de la deuda

t = tipo impositivo del impuesto de sociedades.

Su conocimiento explícito y su comunicación a todos los responsables de la empresa, es fundamental por ser el factor determinante de la mayor parte de las decisiones financieras:

- Aprobación de proyectos de inversión.
- Elemento de medida de la gestión del circulante (existencias, deudores y tesorería).
- Valoración de la empresa o partes de empresa.
- Selección de fuentes de financiación bajo el criterio del menor costo, especialmente en las nuevas decisiones a tomar (Horne, 2010).

2.5.8 El plan financiero a largo plazo.

Consiste en identificar una oportunidad y decidir explotarla, así como de elaborar una idea y proponer un modelo de negocio para luego formular un plan de negocios; el siguiente paso es buscar y conseguir los recursos necesarios para poner en marcha la actividad empresarial.

Se mostrará toda su capacidad para identificar las fuentes de suministro de los recursos y además su capacidad para negociar buenas condiciones para su adquisición,

El capital financiero es indispensable para la puesta en marcha de una empresa, pero pensar en el dinero como primera prioridad es un típico error del empresario de la micro y pequeña empresa (Horne, 2010).

Para los bancos o cualquier otra institución financiera, si la idea de negocio es buena, el modelo de negocio es viable y el equipo empresarial fundador confiable, honesto e íntegro, otorgar un préstamo en esas circunstancias es totalmente válido.

Es fundamental que se decida cuál es la estrategia más adecuada para ingresar al mercado y competir con las empresas que ya se encuentran posicionadas. La elección será entre la estrategia de liderazgo en costos, diferenciación o enfoque. Este es un aspecto crítico, que podría marcar la diferencia entre el éxito o el fracaso de la iniciativa empresarial.

En la puesta en marcha del plan estratégico se verificará lo más apegado, si la empresa se está desarrollando de acuerdo con los planes establecidos y que los objetivos se estén cumpliendo con el adecuado uso de los recursos. La puesta en marcha de un plan de negocios pone en juego la capacidad gerencial, quien deberá controlar que las actividades se desarrollen de acuerdo con lo planificado, que la estructura organizacional y los procesos sean los adecuados, que la calidad y disponibilidad de los recursos humanos, materiales y financieros sean óptimas.

Cuando los planes estratégicos contienen diversas alteraciones posibles (opciones estratégicas), los planes financieros ligados a cada una de ellas proporcionan un elemento de evaluación para seleccionar la más conveniente.

Las previsiones del plan financiero obligan por consiguiente a la estimación de balances y cuentas de resultados futuros, por lo que, en ocasiones se denomina plan financiero al conjunto de los siguientes estados proyectados:

- Estados de origen y aplicación de fondos, o plan financiero propiamente dicho.
- Estados de situación financiera proyectados.
- Estados de resultados proyectadas.

2.5.9 Estudios a considerar en el proyecto de inversión.

Administrativo, es la etapa de previsión donde se elabora un diagnóstico del medio ambiente donde operara la organización para identificar los factores que limitan y permiten el desarrollo de la empresa; el objetivo es establecer los planes o manera en que la organización deba desarrollar sus actividades.

Financiero, son los documentos contables que se elaboran con la finalidad de conocer sobre la información de la entidad a una fecha determinada, los resultados de operación y cambios, su posición para los ejercicios contables de manera fehaciente, veraz y oportuna. Para efectuar el análisis y evaluación de los proyectos de inversión es necesario hacer un ejercicio de simulación, cuya base serán las operaciones que se pretenden llevar a cabo en proyecciones que se concentran en estados financieros pro forma (Espinoza, 2010).

Mercado, en la realización de este estudio se permite demostrar la existencia de la necesidad de un servicio considerando los elementos de juicio necesario, tomando en consideración los siguientes objetivos:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que ofrecen los productos existentes.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.

Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.

2.5.10 Análisis por medio de razones a los estados financieros.

Existen técnicas que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y que no se relacionan en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica sino con la evaluación financiera de la empresa, el análisis de las razones financieras es el método que no toma en cuenta el valor de dinero en tiempo, esto es válido ya que los datos que toma para su análisis son tomados del balance general a diferencia de la TIR y VPN cuyos datos están tomados del estado financiero proyectado.

Para realizar las mediciones correspondientes de rentabilidad y toma de decisiones financieras; es necesario utilizar herramientas tales como: liquidez, actividad, deuda, rentabilidad y de mercado, las cuales serán aplicadas sobre los rubros que componen los estados financieros, determinando los resultados que se han obtenido, evaluar el comportamiento en el tiempo sugerido de 3 años y así mismo aplicar dicho análisis a los estados financieros proyectados (Horne, 2010).

2.5.11 Concluir con las estrategias más factibles para el rubro.

Para las empresas sujetas de estudio se ha estimado tres posibles estrategias de inversión:

- Apertura de una nueva sucursal en un centro comercial.
- Ventas en línea.
- Expansión en otro rubro.

Para esta investigación se enfocó en la apertura de una nueva sucursal en un centro comercial.

2.6 Marco legal

Toda entidad debe estar constituida bajo un contexto legal para operar en el país, por lo que debe guiarse por estatutos, reglamentos y normas vigentes; es por ello, que se mencionan las leyes que rigen a las pequeñas empresas que pertenecen al sector en estudio.

Ningún proyecto, por muy rentable se podrá llevarse a cabo si no cumple con el marco legal de referencia en el que se encuentran incorporadas las disposiciones particulares que establecen lo que legalmente esta aceptado por la sociedad, es decir, lo que se manda, prohíbe o permite al respecto. La base legal está dada por las leyes vigentes y aplicables en El Salvador de acuerdo a tabla 1.

Tabla 1. *Leyes vigentes y aplicables en El Salvador.*

Normativa aplicable	Referencia	Art./Comentario
Ley de Arrendamiento Financiero	Aplicación de la ley en base a arrendamiento en la instalación de sucursales en centros comerciales y/o puntos de Ventas estratégicos.	Art. 5 al 28
Ley de Inversiones	Obligaciones de inversiones en general y las inversiones extranjeras en particular, para contribuir al desarrollo económico y social del país, incrementando la productividad, la generación de empleo, la exportación de bienes y servicios y la diversificación de la producción	Art. 5 al 28
Ley de fomento, protección y desarrollo para la Micro y Pequeñas empresas	Cumplimiento de obligaciones y derechos formales de las pequeñas empresas: Persona natural o jurídica que opera en los diversos sectores de la economía, a través de una unidad económica con un nivel de ventas brutas anuales mayores a 482 y hasta 4,817 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía y con un máximo de 50 trabajadores.	Art. 2 al Art. 67

Fuente: elaboración propia

2.7 Marco técnico y normativo

Toda empresa o negocio debe de cumplir con el marco técnico vigente aplicable en El Salvador, el cual está detallado de acuerdo a tabla 2.

2.7.1 Enfoque de riesgos.

COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) se define como un proceso efectuado por la dirección y el resto del personal de una entidad, diseñado con el objeto de proporcionar un grado de seguridad razonable en cuanto a la consecución de los objetivos de la empresa, para el plan de inversión se consideró cuál es el riesgo que enfrentan las pequeñas empresas del sector en estudio al invertir los cuales se clasifican en la tabla 3.

Tabla 2. Marco técnico vigente aplicable en El Salvador.

Normativa	Referencia	Descripción	Comentario
NIF para PYMES Sección 13	Inventarios	Medición	Una entidad medirá los inventarios al importe menor entre el costo y el precio de venta estimado menos los costos de terminación y venta.
NIF para PYMES Sección 17	Propiedad planta y equipo	Reconocimiento párrafo 17.4	La entidad reconocerá el costo de una partida de propiedades, planta y equipo como un activo si, y solo si: Es probable que la entidad obtenga los beneficios económicos futuros asociados con la partida, y El costo de la partida puede medirse con fiabilidad.
	Propiedad planta y equipo	Medición en el momento del reconocimiento (P. 17.9 al 17.14) Depreciación (párrafos 17.16 al 17.21)	Una entidad medirá una partida de propiedades, planta y equipo por su costo en el momento del reconocimiento inicial. Una entidad distribuirá el costo inicial del activo entre sus componentes principales y depreciará cada uno de estos componentes por separado a lo largo de su vida útil.
NIF para PYMES Sección 17	Propiedad planta y equipo	Método de depreciación (párrafos 17.22 al 17.23)	Una entidad seleccionará un método de depreciación que refleje el patrón con arreglo al cual espera consumir los beneficios económicos futuros del activo. Los métodos posibles de depreciación incluyen el método lineal, el método de depreciación decreciente y los métodos basados en el uso, como por ejemplo el método de las unidades de producción.
NIF para PYMES Sección 20	Arrendamientos	Reconocimiento	Un arrendatario reconocerá sus derechos de uso y obligaciones bajo el arrendamiento financiero como activos y pasivos en su estado de situación financiera por el importe igual al valor razonable del bien arrendado, o al valor presente de los pagos mínimos por el arrendamiento, si éste fuera menor, determinados al inicio del arrendamiento.

Fuente: elaboración propia

Tabla 3. *Factores generales de riesgo.*

Factores del riesgo	
Objetivos	
Amenaza	Factor interno inherente o externo
Vulnerabilidad	Punto débil que podría hacer que una amenaza impida el logro de los objetivos
Riesgo	

Fuente: COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission), 2013

Luego de analizar el tipo de riesgo especificados en la tabla 4, se ha determinado en base a factores básicos a considerar en la oportunidad de invertir.

Se presenta un análisis de riesgo detallados en la tabla 5, el cual consiste en disminuir la probabilidad de eventos que puedan afectar la inversión, implementando metodologías para descubrir y planificar las medidas necesarias para mantener los riesgos bajo control clasificándose en cuatro categorías que generan impacto para el proyecto.

Tabla 4. Factores básicos a considerar en la oportunidad de invertir.

Factor	Tipo	Explicación
El riesgo del proyecto	Riesgo	Determinar la volatilidad o variabilidad de los flujos de caja reales respecto a los flujos estimados, mientras mayor sea la viabilidad de estos flujos mayor será el riesgo a que se encontrará sometido el proyecto de inversión.
Evaluación del proyecto	Rentabilidad	En este proceso de evaluación se determinará si el proyecto puede tener éxito o no
Estudio de factibilidad para la toma de decisiones	Participación en mercado	Esto se realizará por medio de una investigación que recopila toda la información posible, para luego analizarlas a través de herramientas financieras y métodos de evaluación y así guiarlos a la decisión óptima o con menos posibilidades de fracaso.
Sostenibilidad a largo plazo	Crecimiento sostenible	Asegurar que la demanda que se enfrente pueda ser satisfecha a largo plazo y así lograr el crecimiento de la empresa, además se estima el monto de la inversión a incurrir, determinando si la empresa es capaz de cubrir las inversiones con recursos propios o si es posible encontrar fuentes de financiamiento que permita

Fuente: elaboración propia

Tabla 5. Identificación y contenido de riesgo de acuerdo al componente de COSO.

Componente	Tipo Riesgo	Contenido
Evaluación de riesgos	Rotación de inventario	<ul style="list-style-type: none"> - La obsolescencia - El deterioro - Pérdidas de productos
Evaluación de riesgos	Mercado	<ul style="list-style-type: none"> - El aumento del nivel de inflación en el país. - Poca demanda de productos. - La competencia agresiva
Evaluación de riesgos	Financiero	<ul style="list-style-type: none"> - El incremento de las tasas de interés por financiamientos - La necesidad de nuevo financiamiento. - La Rentabilidad Social del Proyecto
Evaluación de riesgos	Social y económico	<ul style="list-style-type: none"> - Inseguridad Social por delincuencia - Costos excesivos no previstos - Daños por Eventos naturales (terremoto, inundación, etc.)

Fuente: elaboración propia

2.7.2 Evaluación de riesgos con enfoque en el crecimiento.

Para las pequeñas empresas del sector en estudio, el alcanzar un crecimiento saludable significa aumentar los ingresos y expandir la actuación de la empresa sin que el margen de ganancias y rentabilidad se vean afectados. En algunos casos es complicado por lo que es necesario medir los aspectos favorables y desfavorables, calcular los riesgos y organizar las finanzas.

Es por ello que, en el presente trabajo de investigación, se separaron algunos criterios que deben ser considerados antes de invertir en la expansión. Esto porque el éxito del emprendimiento depende principalmente de la capacidad de administrar la empresa en su conjunto y de realizar un análisis de mercado consistente.

Con los objetivos definidos, es posible mencionar los riesgos que envuelven el crecimiento; sin una planificación sólida y una ejecución eficiente, la idea de expandir para la empresa puede significar pérdidas, haciendo insostenible la supervivencia de esta.

Entre los problemas que pueden surgir, se destacan:

- Falta de espacio: si se llega a realizar un error en cálculo del espacio de la empresa puede quedar pequeña, limitando la actuación del equipo.
- Falta de dinero: es preciso ponderar varios aspectos a fin de garantizar que habrá dinero para la expansión y sus inevitables consecuencias financieras.
- Falta de suministro: antes de expandir la empresa, se garantiza que el abastecimiento de insumos acompañará el crecimiento.

- Falta de preparación: al dar un paso mayor que el recomendado, se corre el riesgo de sobrecargar a los empleados, en especial los que actúan en cargos de supervisión.
- Caída en la calidad: otro riesgo son los productos o servicios que pueden decaer en calidad por falta de planificación.
- Mercados desconocidos: expandir la empresa puede significar actuar en nuevos mercados, tratar con un perfil diferente y desconocido de consumidores.
- Legislación e impuestos diferentes: al invertir en la expansión de la empresa, es posible que la categoría de impuestos sufra alteraciones. En algunos casos, es necesario consultar un abogado o un contador antes de actuar.

Luego de conocer los posibles beneficios y los probables riesgos de ampliar las empresas del sector en estudio, es posible analizar cada criterio individualmente, haciendo proyecciones y calculando la viabilidad de la expansión.

CAPÍTULO III – METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo describe la metodología que se empleó en la investigación que incluyen las diferentes etapas que la constituyeron y los procedimientos utilizados, así como la aplicación del instrumento para alcanzar los objetivos definidos.

Para dar soporte a los hallazgos obtenidos en la investigación, se utilizó un método que permitió el desarrollo ordenado y cronológico de los hechos y la sucesión de los mismos. Además, se realizó una investigación de campo, con el propósito de definir una propuesta sobre la elaboración de un plan estratégico para pequeñas empresas pertenecientes al sector en estudio.

3.1 El enfoque y tipo de investigación

El tipo de investigación fue basado en el enfoque cuantitativo debido al desarrollo de análisis de datos numéricos a través de la estadística, para dar solución a preguntas obtenidas en la investigación y verificar sus hipótesis. De las preguntas se determinaron las variables las cuales se analizaron para establecer las conclusiones de las hipótesis.

3.2 Delimitación espacial

La investigación se realizó en pequeñas empresas dedicadas a la compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos a la tecnología ubicada en el municipio de San Salvador, de las cuales solo se incluyeron las registradas en la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTIC) de donde se obtuvo acceso a dicha información.

La delimitación se desarrolló en base a 56 empresas sujetas a estudio mediante muestreo aleatorio simple de las cuales se seleccionaron 26; en cuatro no se obtuvo información deseada debido a cierre de operaciones; por lo tanto, éstas se sustituyeron dentro de la población finita.

3.3 Sujeto y objeto de estudio

Los sujetos de investigación fueron las pequeñas empresas que se dedican a la compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos de tecnología ubicada en el municipio de San Salvador.

La investigación se desarrolló con planes de inversión que fortalezcan las actividades financieras y el crecimiento de las pequeñas empresas, cumpliendo con los aspectos legales y técnicos, así también, con los objetivos que se desean alcanzar.

3.4 Elementos básicos de la investigación

Tipo de estudio.

El método de estudio utilizado fue el hipotético deductivo, ya que a través de éste se pudo observar el problema en estudio, operar hipótesis y sus variables, deducir las causas y medir sus efectos, lo que se tomará como base para realizar un plan de inversión, diseño de estrategia de expansión que sirva como base para las pequeñas empresas comerciales de compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos de tecnología ubicadas en el municipio de San Salvador.

Unidad de análisis.

Las unidades de análisis considerados en la investigación fueron los gerentes, propietarios, jefes de sucursales y contadores generales de pequeñas empresas que se dedican a compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos de tecnología ubicadas en el municipio de San Salvador.

Universo.

El presente trabajo de investigación fue clasificado con universo finito, ya que el total de entidades poseen elementos que presentan características en común, de las cuales estuvo formada por 53 unidades que según el registro de solvencias de la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTIC) están clasificadas como pequeñas empresas formales con el giro “venta por mayor y menor de equipo (computadoras), accesorios y materiales de uso informático y similares” ubicadas en el municipio de San Salvador.

Muestra.

Para el presente trabajo de investigación se utilizó el tipo de muestra probabilística, debido a que todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtuvo definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis.

Cálculo del tamaño de la muestra.

Para la determinación de la muestra se utilizó la fórmula estadística para poblaciones finitas, según se muestra a continuación:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

Z = Coeficiente de confianza

p = Probabilidad de éxito de que la problemática exista

q = Probabilidad de fracaso

e = Margen de error

Se consideró un nivel de confianza 90%, debido a que está dentro del rango más común utilizado representado la probabilidad de que el parámetro a estimar se encuentre en el intervalo de confianza seleccionado indicando que de cada 100 respuestas obtenidas se espera que 90 estén dentro de las expectativas de la investigación.

El margen de error aceptado fue del 10%, es decir la cantidad de error de muestreo aleatorio resultado de la elaboración del instrumento fue del 10%.

Sustituyendo: n =?

N = 53 pequeñas empresas comerciales de productos electrónicos y accesorios tecnológicos.

Z = 1.645 nivel de confianza 90%

p = 75% (probabilidad de éxito)

q = 25% (probabilidad de fracaso)

e = 10% nivel de error

$$n = \frac{53 \times 1.645 \times 0.75 \times 0.25}{0.10^2 \cdot 0.1 (53-1) + 1.645^2 \times 0.75 \times 0.25}$$

$$n = \frac{26.8911234375}{0.52 + 0.5073796875}$$

$$n = \frac{26.8911234375}{1.0273796875}$$

$$n = 26.1744745050743$$

La muestra fue de 26 pequeñas empresas comerciales de compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos de tecnología que estén ubicadas en el área municipio de San Salvador.

Técnicas e instrumentos utilizados en la investigación.

La técnica utilizada en la investigación de campo fue la encuesta, la cual se diseñó sobre aspectos relacionados con la problemática investigada y el instrumento que se utilizó para la recolección de información fue el cuestionario dirigido al gerente, propietario, jefe de sucursal y contador general asignado en pequeñas empresas que se dedican a compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos de tecnología ubicadas en el municipio de San Salvador, las cuales están formulados con una serie de preguntas cerradas para identificar los factores que inciden en la problemática y diseñar un modelo de inversión a través de un plan estratégico que brinden los lineamientos necesarios y estratégicos con enfoque de expansión en pequeñas empresas pertenecientes al sector en estudio.

Procesamiento de la información.

La información obtenida del instrumento de investigación fue procesada en el programa de Microsoft Office Excel, ya que fue la herramienta que se utilizó para el diseño de figuras, estadísticas, análisis e interpretación de los datos.

Análisis e interpretación de los datos procesados.

El análisis de los datos se realizó interpretando las variables de los resultados y respuestas obtenidas, con el fin de determinar la factibilidad del nuevo proyecto a implementar; la tabulación de los datos se realizó con sus respectivos figuras, con la intención de medir porcentualmente si la problemática estipulada existe, y si hay herramientas y métodos que permiten inversión a través de planificación que brinden los lineamientos necesarios el crecimiento y estrategias de expansión de pequeñas empresas pertenecientes al sector en estudio.

3.5 Cruce de variables.

Se exponen los resultados que se obtuvieron del trabajo de investigación, el análisis de los datos cuantitativos de la estadística descriptiva e inferencial de cada variable. A la vez, se muestran los resultados de la correlación entre variables.

3.5.1 Análisis de los resultados de la investigación.

La información recopilada determinó que 73% de empresas, no cuentan con un plan estratégico para proyectos de inversión, se considera importante mencionar que 61.54% utiliza diferentes tipos de presupuestos como lo son de compras, operaciones, importaciones, financieros y ventas, obteniendo el último como el más utilizado por las empresas con 84.62%, se comprobó

que 46.15% solo cuentan con una sucursal por lo que proponen en sus objetivos a corto y mediano plazo la expansión por medio de la apertura de nuevas sucursales, según los datos 65.38% implementa análisis de rentabilidad sobre ventas y se considera el de mayor importancia para analizar el comportamiento de crecimiento, 54.17% opinó que realizan análisis de razones financieras, pero solo 4.17% aplica análisis horizontal y ninguna de ellas realiza análisis vertical de los estados financieros para medir el comportamiento económico de un período contable.

3.5.2 Comprobación de la existencia de un problema.

Los resultados obtenidos evidencian la problemática del sector en estudio, se analizó que no existe un conocimiento idóneo sobre los proyectos de inversión, los propietarios pueden acceder a un capital de trabajo o acceso a financiamiento, pero al no tener una herramienta financiera no se atreven a expandir su visión de crecimiento, invertir el capital y generar así mayor rentabilidad a las empresas. La mayor parte que fue encuestada proporcionaron su opinión a través de dicho instrumento (cuestionario), donde el factor común es no poseer un plan estratégico de inversión, que les permita realizar paso a paso este u otro tipo de proyectos relacionados a inversión.

3.5.3 Aplicación de cruce de variables.

Se identificó la relación que existe entre las variables y se analizaron 9 preguntas de la información a través de cuadros que muestran los siguientes resultados:

1. Obtener el nivel de permanencia en el mercado para determinar el grado de expansión territorial que posean a través de apertura de nuevas sucursales.

Literal	Pregunta N° 2: "De acuerdo a los siguientes rangos de períodos indique ¿Cuántos años de permanencia en el mercado posee la entidad?"	Pregunta N° 5: "¿Cuántas sucursales posee la empresa en el municipio de San Salvador?"				Total
		1 a 2	3 a 5	6 a 10	Más de 10	
A	1 a 3 años	3 11.54%	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%	3 11.54%
B	3 a 5 años	6 23.08%	1 3.85%	0 0.00%	0 0.00%	7 26.93%
C	5 a 10 años	5 19.23%	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%	5 19.23%
D	10 a 15 años	2 7.69%	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%	2 7.69%
E	Más de 15 años	8 30.76%	1 3.85%	0 0.00%	0 0.00%	9 34.61%
Total		24 92.30%	2 7.70%	0 0.00%	0 0.00%	26 100.00%

Análisis:

Se puede observar que la mayoría representada por 24 de empresas poseen de una a dos sucursales aperturadas; solamente dos empresas representadas por 7.70% posee entre 3 a 5 sucursales. Al evaluar las empresas que posee más de 15 años de permanencia en el mercado del sector en estudio se observa que 8 empresas no han logrado expandirse territorialmente indicando que solamente poseen entre una a dos sucursales; por lo tanto, se puede visualizar la ausencia de oportunidad en crecimiento a través de la utilización de un plan de inversión enfocada en la apertura de sucursales.

2. Nivel de conocimiento de la administración sobre un plan estratégico de inversión.

Literal	Pregunta N° 6: "¿Cuál de los siguientes objetivos a corto plazo se ha propuesto lograr la empresa? Puede seleccionar más de una opción."	Pregunta N° 1: "Según su criterio ¿La entidad posee un plan estratégico para proyectos de inversión?"		Total
		Si	No	
A	Apertura de nuevas sucursales	4 9.76%	8 19.50%	12 29.26%
B	Incrementar clientes	3 7.32%	6 14.63%	9 21.95%
C	Mejorar el posicionamiento en el mercado	5 12.20%	7 17.07%	12 29.27%
D	Diversificar sus productos	3 7.32%	5 12.20%	8 19.52%
E	Ninguna de los anteriores	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%
Total		15 36.60%	26 63.40%	41 100.00%

Análisis:

El 63.40% de pequeñas empresas no cuentan con un plan estratégico de inversión que les ayude a implementar proyectos para su uso, es decir, que existe necesidad que las empresas utilicen una guía que les permita conocer las directrices de un plan de inversión enfocado en la apertura de sucursales; a la vez, 15 empresas consideran que en sus objetivos a corto plazo se proponen aperturar una nueva sucursal y mejorar el posicionamiento en el mercado aunque no cuenten en este momento con un plan de inversión.

3. Determinar la ejecución de proyectos de inversión a corto, mediano y largo plazo.

Literal	Pregunta N° 11: "De acuerdo a la situación actual de la empresa ¿A qué plazo tiene planeado ejecutar nuevos proyectos?"	Pregunta N° 1: "Según su criterio ¿La entidad posee un plan estratégico para proyectos de inversión?"		Total
		Si	No	
A	Corto	5 19.23%	1 3.85%	6 23.08%
B	Mediano	1 3.85%	9 34.61%	10 38.46%
C	Largo	0 0.00%	1 3.85%	1 3.85%
D	No definido	1 3.85%	8 30.76%	9 34.61%
Total		7 26.93%	19 73.07%	26 100.00%

Análisis:

La mayoría de pequeñas empresas que se dedican la compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos de tecnología representado por 19 empresas, no poseen planes de inversión; al consultar si poseen plazos definidos para ejecutar nuevos proyectos, 3.85% los considera a corto plazo, en comparación a 34.61% indica que planean ejecutarlos a mediano plazo y 30.76% no tiene plazo definido.

4. Delimitar el tipo de estudio que las empresas necesiten en el plan de inversión.

Literal	Pregunta N° 13: "De acuerdo a su criterio ¿Qué tipos de estudio considera apropiados utilizar al momento de expandirse al mercado?"	Pregunta N° 12: "¿La empresa tiene planes de expandir sus operaciones comerciales en el municipio de San Salvador?"		Total
		Si	No	
A	Oferta y demanda	13 29.55%	5 11.36%	18 40.91%
B	Factibilidad de ubicación	9 20.45%	3 6.82%	12 27.27%
C	Estudio económico	5 11.36%	2 4.55%	7 15.91%
D	Seguridad territorial	3 6.82%	2 4.55%	5 11.37%
E	Ninguno	1 2.27%	1 2.27%	2 4.54%
Total		31 70.45%	13 29.55%	44 100.00%

Análisis:

El 70.45% poseen planes de expandir sus operaciones a través de apertura de nuevas sucursales en el municipio de San Salvador; esto muestra interés en implementar planes estratégicos de inversión de los cuales 29.55% indican que el estudio a considerar dentro del plan es la oferta y demanda, comparado con 20.45% que indican la factibilidad en la ubicación mostrando estos dos tipos de estudio la mayoría de las empresas consideradas en este análisis.

5. Determinar los factores que limitan la ejecución de proyectos de inversión enfocados en la apertura de nuevas sucursales.

Literal	Pregunta N° 14: "¿Cuál de los siguientes factores considera que pueden representar una limitante para poder llevar a cabo el desarrollo de nuevos proyectos de inversión?"	Pregunta N° 17: "¿Considera importante contar con una guía financiera para proyectos de inversión enfocada en la apertura de sucursales?"			Total
		Mucho	Poco	Nada	
A	Políticos	4 13.33%	0 0.00%	1 3.33%	5 16.66%
B	Acceso al financiamiento	5 16.68%	0 0.00%	0 0.00%	5 16.68%
C	Económico y financiero	2 6.67%	1 3.33%	0 0.00%	3 10.00%
D	Entorno social	6 20.00%	0 0.00%	1 3.33%	7 23.33%
E	Todas las anteriores	9 30.00%	1 3.33%	0 0.00%	10 33.33%
Total		26 86.68%	2 6.66%	2 6.66%	30 100.00%

Análisis:

Los datos obtenidos muestran que 83.68% les parece importante contar con una guía para proyectos de inversión enfocadas en la apertura de nuevas sucursales en comparación a 13.32% que no les parece atractivo. Del 83.68% de las empresas que consideran importante el plan de inversión, 16.68% indican que puede representar limitante en la ejecución del proyecto el acceso al financiamiento igualmente los que indicaron que puede impactar el entorno social con 20%; 30% manifiestan que los beneficios que se lograrían obtener de la inversión a realizar se verían impactados por los todos factores descritos; es por ello que estas consideraciones han sido evaluadas en el análisis y evaluación de los riesgos para que las empresas puedan tomar la mejor opción para ejecutar nuevos proyectos de inversión enfocadas en la apertura de sucursales.

6. Medir el nivel de aceptación que las empresas le darían al poseer un plan estratégico de inversión enfocado en la apertura de sucursales.

Literal	Pregunta N° 17: "¿Considera importante contar con una guía financiera para proyectos de inversión enfocada en la apertura de sucursales?"	Pregunta N° 16: "¿La empresa cuenta con una guía sobre planes de inversión enfocada a la apertura de sucursales?"		Total
		Si	No	
A	Mucho	3 11.54%	19 73.07%	22 84.61%
B	Poco	1 3.85%	1 3.85%	2 7.70%
C	Nada	0 0.00%	2 7.69%	2 7.69%
Total		4 15.39%	22 84.61%	26 100.00%

Análisis:

En relación a la utilización de una guía sobre planes de inversión enfocadas a la apertura de sucursales, 22 de 26 pequeñas empresas pertenecientes al sector en estudio no cuentan con un plan que le proporcione los pasos a seguir en un proyecto de expansión en el mercado; de igual manera consideran importante el uso de una guía que les permita incrementar la rentabilidad económica financiera, de manera que resuelva las necesidades de invertir en forma eficiente. La minoría representada por 7.69% no lo considera importante debido a la falta de conocimiento. A partir de este análisis, se puede observar que las pequeñas empresas poseen necesidad de una guía que les permita implementar un plan estratégico de inversión enfocada en la apertura de sucursales.

7. Medir el comportamiento de la rentabilidad alcanzada en el año 2017 implementando un análisis económico en las pequeñas empresas que pertenecen al sector en estudio.

Literal	Pregunta N° 19: "¿Cuál ha sido la evolución de la rentabilidad de su empresa en el año 2017, en comparación con el ejercicio económico 2016?"	Pregunta N° 9: "De acuerdo a su criterio ¿Qué tipo de análisis utiliza la entidad para medir el rendimiento de un período contable?"				Total
		Análisis de rentabilidad	Análisis de punto de equilibrio	Análisis costo beneficio	No se realiza	
A	0 a 10%	4 16.00%	1 4.00%	0 0.00%	2 8.00%	7 28.00%
B	10 al 20%	2 8.00%	1 4.00%	2 8.00%	3 12.00%	8 32.00%
C	20%	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%
D	Se mantiene línea recta	4 16.00%	1 4.00%	1 4.00%	2 8.00%	8 32.00%
E	Ha disminuido	0 0.00%	1 4.00%	0 0.00%	1 4.00%	2 8.00%
Total		10 40.00%	4 16.00%	3 12.00%	8 32.00%	25 100.00%

Análisis:

Los datos obtenidos muestran que 60% de las empresas obtuvieron incremento en su rentabilidad en el año 2017 en comparación al período anterior 2016; del 60% existe 24% que utilizan razones financieras a través de análisis de rentabilidad, 16% utilizan análisis de punto de equilibrio y costo beneficio y 20% indica que no utiliza ningún análisis, es decir que para los que no la utilizan pueden correr riesgo de no ser rentables en el lapso del tiempo, ya que al no contar con un análisis no se pueden tomar medidas para lograr la tendencia al crecimiento. 32% indica una tendencia en línea recta, a pesar que 24% utiliza análisis financieros mientras que 8% no las utiliza. 8% de las empresas ha mostrado una tendencia de rentabilidad decreciente, cada empresa tendrá que adoptar la mejor estrategia para su negocio.

8. Nivel de endeudamiento y fuentes de financiamiento utilizados por las pequeñas empresas pertenecientes al sector en estudio.

Literal	Pregunta N° 22: "¿Qué fuentes de financiamiento ha utilizado la empresa para costear y apoyar los proyectos de inversión?"	Pregunta N° 21: "¿Qué evolución ha experimentado el nivel de endeudamiento de la empresa en los últimos tres años?"			Total
		Mucho	Poco	Nada	
A	Bancos	4 13.79%	10 34.49%	1 3.45%	15 51.73%
B	Entidades del exterior	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%
C	Autofinanciación - reinversión de utilidades	0 0.00%	4 13.79%	2 6.90%	6 20.69%
D	Proveedores	0 0.00%	3 10.34%	3 10.34%	6 20.68%
E	No posee ninguna	0 0.00%	2 6.90%	0 0.00%	2 6.90%
Total		4 13.79%	19 65.52%	6 20.69%	29 100.00%

Análisis:

La mayor parte de empresas pertenecientes al sector en estudio utilizan fuentes de financiamiento para ejecutar sus operaciones y desarrollar planes de inversión; esto significa que 51.73% lo utilizan a través de instituciones bancarias en comparación a 20.69% que lo realiza a través de reinversión en sus utilidades y rotación de inventarios a través de cuentas por pagar a proveedores; a pesar de ello se puede apreciar que solamente 13.79% posee nivel de endeudamiento alto, es decir que existe oportunidad de direccionar fuentes de financiamiento para invertirlos en a planes estratégicos enfocados en apertura de nuevas sucursales.

Diagnóstico:

Se determinó que 73.08% no cuentan con una guía para evaluar proyectos de inversión, es decir, existe necesidad que las empresas utilicen una guía que les permita conocer las fases que posee un plan de inversión enfocado en la apertura de sucursales; a la vez 80.77% utilizan análisis financieros que facilitan el proceso de toma de decisiones y medir el rendimiento del período contable, en comparación a 34.62% que reconoce que no utilizan análisis financieros y el no contar con una guía que le facilite su implementación en base a los lineamientos contenidos en un plan de inversión. A la vez, indican la importancia en utilizar índices de medición para determinar la factibilidad a través de razones financieras, de ello se puede evaluar la viabilidad económica de las diferentes alternativas que poseen.

De 26 empresas evaluadas en la muestra, 22 consideran importante contar con una guía financiera para proyectos de inversión enfocada en la apertura de sucursales que les permita tomar la mejor decisión para maximizar su rentabilidad, sin embargo, en esta investigación de campo, los resultados del instrumento determinaron que la mayoría no cuenta con una herramienta adecuada que les proporcione los pasos a seguir en la apertura de nuevos proyectos. El 53.85% utiliza como mejor opción para evaluar proyectos de inversión el método de costo beneficio, 30.77% la tasa interna de retorno y 11.54% el valor presente neto, se indagó que más de 50% se inclina a un método no financiero; a partir de estos datos se evidenció la necesidad de presentarles la aplicación de métodos que les proporcione cifras reales de la inversión a realizar para considerarlas en la toma de decisiones.

Un total de 42.31% comentaron que realizan análisis de la rentabilidad, esto indica que 57.69% no hace ningún análisis para cada período, considerando dicho porcentaje como un riesgo crítico a considerar dentro del estudio y evaluación en las empresas, por no aplicar herramientas

financieras y no tener datos concretos de sus finanzas, por siguiente se obtuvo que un 69.23% tomarían en cuenta realizar un análisis de oferta y demanda como principal estudio para aperturar una sucursal. Es necesario destacar que 84.62% no cuenta con una guía para implementar un proyecto de inversión enfocado a aperturar una sucursal y opinaron que es de gran importancia contar con una herramienta financiera que sea de utilidad al llevar a cabo este tipo de proyectos, se considera que el sector ha presentado un estancamiento en la diversificación de mercado al poseer de una a dos sucursales representada por 92.31%, teniendo como fortaleza una larga trayectoria y una excelente demanda en los productos tecnológicos, por consiguiente obtener rentabilidades lineales, o mínimos porcentajes crecientes en sus ingresos.

En relación al nivel de endeudamiento, 84% de las empresas muestran poco y bajo endeudamiento, nivel en que los últimos tres años ha tenido poco crecimiento y oportunidad en obtener nuevo financiamiento para la implementación de proyectos de inversión; por último, 65.38% opinaron que les beneficiaría la implementación de un plan estratégico de inversión para mejorar su posicionamiento en el mercado, frente a inversiones nuevas.

Por tal, se determinó que, de acuerdo con la información obtenida en el presente diagnóstico y al efectuar el análisis de las diferentes preguntas planteadas en el instrumento de investigación, se determinó que las respuestas obtenidas son satisfactorias, es decir, que en el sector existe la necesidad de contar con un plan estratégico de inversión para la apertura de nuevas sucursales, representada como guía eficiente ya que les permitirá conocer el rendimiento del negocio y tener una buena gestión de los recursos utilizados, la cual se espera que cumpla con las expectativas de las pequeñas empresas pertenecientes al sector en estudio y que genere valor agregado a los usuarios que la consulten.

CAPÍTULO IV – GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE INVERSIÓN PARA PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALES DE COMPRA Y VENTA DE APARATOS ELECTRÓNICOS Y ACCESORIOS DIVERSOS DE TECNOLOGÍA UBICADAS EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR

4.1 Descripción de la propuesta

TECNOLIFE STORE, S.A. de C.V. es una compañía, dedicada principalmente a la compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diverso de tecnología, fundada en el año dos mil quince, aperturando su primera sucursal el mismo año, en el centro comercial Metrocentro, sus oficinas administrativas se encuentran en la colonia Miralvalle departamento de San Salvador, funciona a su vez como casa matriz donde se distribuyen pedidos grandes; desde su apertura logro una excelente popularidad entre los consumidores, que permitió diversificando sus productos. En la actualidad, la empresa ha percibido una baja en sus ventas debido a diversos factores como la expansión de grandes empresas con gran variedad en sus productos y múltiples sucursales en todo el país.

La empresa TECNOLIFE STORE, S.A. de C.V. se encuentra debidamente inscrita en las instituciones gubernamentales respectivas.

El presente capítulo contiene la guía para implementar un plan estratégico de inversión en las pequeñas empresas dedicadas a la compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos de tecnología ubicadas en el municipio de San Salvador; para ello se contó con la obtención de información a través de un cuestionario con el fin de analizar los resultados obtenidos para efectuar un diagnóstico del sector. A la vez, se presenta un análisis FODA y una matriz BCG, con el fin de identificar los factores internos y externos que puedan impactar directa o indirectamente al momento de elaborar proyectos de inversión. También, incluye el análisis de

razones financieras, con el objeto de cuantificar y medir la realidad económica y financiera que posee; por último, se concluye con la elaboración del plan de inversión que servirá como guía a las pequeñas empresas del sector en estudio.

4.2 Desarrollo del caso

Para el presente caso práctico se diseñó una guía para la medición de rentabilidad y evaluación de un proyecto de inversión enfocado en la apertura de una nueva sucursal en un centro comercial; se obtuvo acceso a información de una empresa real y que, por temas confidenciales, se renombró como empresa TECNOLIFE STORE, S.A. de C.V. la cual cumple con el giro y sector de estudio.

El caso en estudio se estructura de la siguiente manera:

- Análisis financiero.
- Elaboración de proyecto de inversión.
- Análisis de riesgo.
- Evaluación económica.

4.3 Análisis financiero.

4.3.1 Estados financieros.

A continuación, se presentan los estados financieros comparativos de los años 2015, 2016 y 2017 de la empresa TECNOLIFE STORE, S.A. de C.V.

TECNOLIFE STORE, S.A. DE C.V.
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017.

(Valores expresados en dólares de los Estados Unidos de América)

CUENTAS	AÑO 2017	AÑO 2016	AÑO 2015
ACTIVOS	928,420.39	935,336.34	1,054,503.28
ACTIVOS CORRIENTES	361,448.38	373,675.93	487,235.38
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	215,296.41	198,742.52	266,714.14
CUENTAS POR COBRAR	52,142.21	57,141.21	27,282.75
IMPUESTO POR COBRAR	15.98	24.55	45.71
INVENTARIOS	89,742.54	115,425.21	192,418.64
PAGOS ANTICIPADOS	774.14	774.14	774.14
OBRAS EN PROCESO	3,477.10	1,568.30	-
ACTIVOS NO CORRIENTES	566,972.01	561,660.41	567,267.90
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	898,521.45	883,864.54	858,458.62
DEPRE. ACUM. PROP. PLANTA Y EQ	(338,835.50)	(322,204.13)	(291,190.72)
BIENES MUEBLES EN ARRENDAMIENTO FINANCIERO	9,555.51	-	-
DEPRECIACION B. MUEBLES EN ARREND FINANCIERO	(2,269.45)	-	-
PASIVO Y PATRIMONIO	928,420.39	935,336.34	1,054,503.28
PASIVOS CORRIENTES	214,577.00	273,263.52	317,812.98
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	59,424.67	111,974.90	132,885.83
BENEF. POR PAGAR A C.P. EMPLEADOS	8,667.15	9,033.72	9,718.89
ACREEDORES VARIOS Y PROVISIONES	73,609.24	102,349.82	125,794.58
COT. LABORALES, PAT. Y DESCUENTOS	15,454.92	14,416.68	14,555.22
IMPUESTO SOBRE LA RENTA POR PAGAR	20,548.12	19,683.39	21,868.19
IMPUESTO POR PAGAR	21,663.80	15,805.01	12,990.27
OBLIG. CORTO PLAZO POR ARREND. FINANCIERO	15,209.10	-	-
PASIVO NO CORRIENTE	279,367.73	235,000.00	295,000.00
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR L.P.	255,000.00	235,000.00	295,000.00
OBLIG. LARGO PLAZO POR ARREND. FINANCIERO	24,367.73	-	-
PATRIMONIO	434,475.66	427,072.82	441,690.30
<u>CAPITAL Y RESERVAS</u>	303,000.00	303,000.00	303,000.00
CAPITAL SOCIAL	252,500.00	252,500.00	252,500.00
RESERVAS	50,500.00	50,500.00	50,500.00
UTILIDAD EJERCICIO ANTERIOR	-	-	-
UTILIDAD DEL PRESENTE EJERCICIO	131,475.66	124,072.82	138,690.30
SALDOS CUADRADOS:	-	-	-

TECNOLIFE STORE, S.A. DE C.V.
ESTADOS DE RESULTADOS
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017.
(Valores expresados en dólares de los Estados Unidos de América)

CUENTAS	AÑO 2017	AÑO 2016	AÑO 2015
INGRESOS	\$ 1,626,096.97	\$ 1,615,218.00	\$ 1,931,140.34
Ingresos por venta de producto	1,600,424.25	1,593,438.48	1,905,682.81
Ingresos por Servicios	9,375.23	10,169.89	11,629.02
Otros Ingresos-no de operación	16,297.49	11,609.63	13,828.51
Costo de Ventas por Productos	1,026,673.44	1,018,994.99	1,224,150.21
Costo de Ventas de Servicios	9,648.42	14,259.47	12,715.26
TOTAL COSTO DE VENTA	1,036,321.86	1,033,254.46	1,236,865.47
UTILIDAD BRUTA	\$ 589,775.11	\$ 581,963.54	\$ 694,274.87
GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 400,245.33	\$ 402,319.80	\$ 493,827.31
Gastos de Administración	181,671.46	174,114.93	206,102.43
Gastos de Venta	150,743.00	165,654.17	208,019.65
Gastos Financieros	18,771.72	18,737.40	24,983.30
Gastos por Depreciaciones	49,059.15	43,813.30	54,721.93
UTILIDAD ANTES DE RESERVA E IMPUESTO	\$ 189,529.78	\$ 179,643.74	\$ 200,447.56
RESERVA LEGAL	-	-	-
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	58,054.12	55,570.92	61,757.26
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 131,475.66	\$ 124,072.82	\$ 138,690.30
SALDOS CUADRADOS:	-	-	-

4.3.2 Análisis a los estados financieros.

4.3.2.1 Análisis al estado de situación financiera.

TECNOLIFE STORE, S.A. DE C.V. Análisis al estado de situación financiera		
2015	2016	2017
Distribucion del activo total entre corriente y no corriente		
Activo corriente 487,235 46%	Activo corriente 373,676 40%	Activo corriente 361,448 39%
Activo no corriente 567,268 54%	Activo no corriente 561,660 60%	Activo no corriente 566,972 61%
Distribución del pasivo y patrimonio con respecto al total de financiación		
Pasivo corriente 317,813 30%	Pasivo corriente 273,264 29%	Pasivo corriente 214,577 23%
Pasivo no corriente 295,000 28%	Pasivo no corriente 235,000 25%	Pasivo no corriente 279,368 30%
Patrimonio 441,690 42%	Patrimonio 427,073 46%	Patrimonio 434,476 47%

Del análisis al estado de situación financiera para el año 2015, la distribución del activo corriente y no corriente se obtuvo de la siguiente manera:

Activo corriente	=	\$ 487,235.38
Activo no corriente	=	\$ 567,267.90
Total activo	=	\$ 1,054,503.28

En donde la distribución del activo total entre el activo corriente es:

$$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Total activo}} = \frac{\$487,235.38}{\$1,054,503.28} = 46\%$$

Y la distribución del activo total entre el activo no corriente es:

$$\frac{\text{Activo no corriente}}{\text{Total activo}} = \frac{\$567,267.90}{\$1,054,503.28} = 54\%$$

La distribución del pasivo total entre pasivo corriente, no corriente y patrimonio se obtuvo de la siguiente manera:

Pasivo corriente	=	\$317,812.98
Pasivo no corriente	=	\$295,000.00
Patrimonio	=	\$441,690.30
Total pasivo + patrimonio	=	\$1,054,503.28

$$\frac{\text{Pasivo corriente}}{\text{Total pasivo + patrimonio}} = \frac{\$317,812.98}{\$1,054,503.28} = 30\%$$

$$\frac{\text{Pasivo no corriente}}{\text{Total pasivo + patrimonio}} = \frac{\$295,000.00}{\$1,054,503.28} = 28\%$$

$$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Total pasivo + patrimonio}} = \frac{\$441,690.30}{\$1,054,503.28} = 42\%$$

Análisis:

Para el año 2017, el total de activo de la empresa asciende a \$ 928,420.39, el 39% está distribuido en activo corriente, siendo las principales cuentas el efectivo, cuentas por cobrar y los inventarios 38.47%, el 61% restante del activo está distribuido en activo no corriente, siendo la principal inversión de la empresa la propiedad, planta y equipo por 60.28%.

Del total de financiamiento de la empresa, la mayor parte proviene del capital social en un 32.64% y cuentas por pagar a largo plazo con 27.47%, mientras que las deudas de la empresa en su mayoría son a proveedores, representando un 14.33% del total del financiamiento.

Esta distribución refleja la política de financiación que la empresa tuvo y existe un equilibrio entre los pasivos de corto plazo y largo plazo y un predominio del patrimonio, se puede concluir entonces que existe una política sana de financiamiento donde los propietarios poseen el 42% de la empresa.

4.3.2.2 Análisis al estado de resultados.

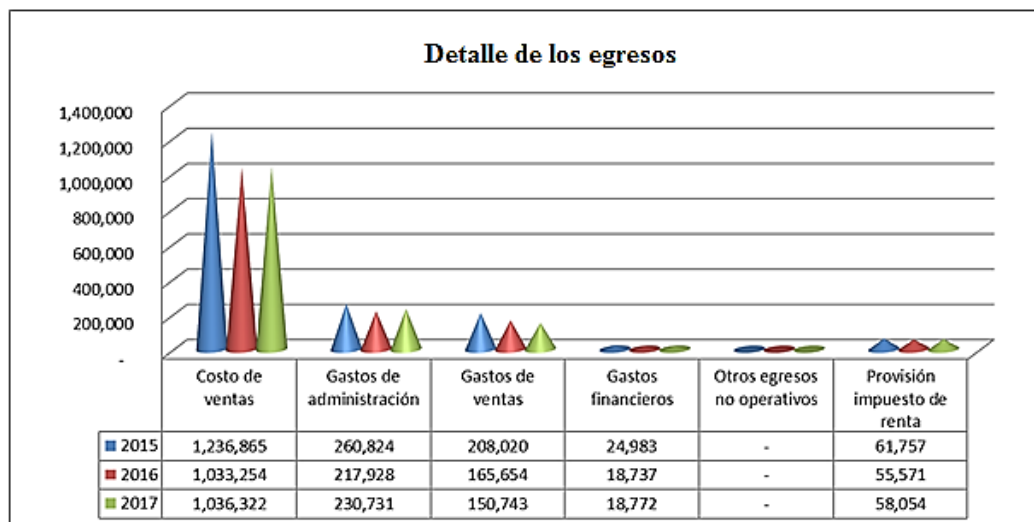
TECNOLIFE STORE, S.A. DE C.V. ANÁLISIS AL ESTADO DE RESULTADOS		
2015	2016	2017
TOTAL INGRESOS	TOTAL INGRESOS	TOTAL INGRESOS
1,931,140 100%	1,615,218 100%	1,626,097 100%
TOTAL EGRESOS	TOTAL EGRESOS	TOTAL EGRESOS
1,792,450 100%	1,491,145 100%	1,494,621 100%
UTILIDAD OPERATIVA	UTILIDAD OPERATIVA	UTILIDAD OPERATIVA
211,602 11.04%	186,772 11.65%	192,004 11.93%
UTILIDAD NETA	UTILIDAD NETA	UTILIDAD NETA
138,690 7.23%	124,073 7.74%	131,476 8.17%

Del análisis del estado de resultado para el año 2015, el porcentaje de utilidad operativa respecto a los ingresos se determina de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Ventas (Ingresos operativos)}} = \frac{\$211,602.35}{\$1,917,311.83} = 11\%$$

El porcentaje de utilidad neta respecto a los ingresos se determina de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas (Ingresos operativos)}} = \frac{\$138,690.30}{\$1,917,311.83} = 7.23\%$$



Para el cálculo de los ingresos se tomaron los ingresos brutos de lo estado de resultado para cada período, por tanto, representan el 100%, para el cálculo de los egresos se realizó una sumatoria del costo de venta, más los gastos operativos totales, más el impuesto sobre la renta del período, de esa forma se determina el 100% de los egresos.

La provisión de impuesto sobre la renta se tomó de los estados de resultados de la empresa para los tres períodos año 2015 \$61,757.00; año 2016 \$55,571.00 y para el año 2017 \$58,054.00.

Análisis:

Para los períodos 2017-2015 se visualizó una leve disminución de los ingresos del año 2017 respecto al 2015; y de igual manera en la línea de los egresos se ha presentado la misma tendencia durante los tres años, por consiguiente, los porcentajes de utilidad operativa (11.04%) y utilidad neta (7.23%) no ha tenido mayor crecimiento. Cabe mencionar que la utilidad respecto a los ingresos ha sido muy baja y puede ser indicador que la entidad necesita de nuevas estrategias que le permitan establecer mejores rendimientos.

4.3.3 Análisis vertical y horizontal de los estados financieros.

Para determinar la composición de las cuentas se ha trabajado en un mismo año y las comparaciones se realizan de acuerdo a las necesidades financieras y operativas de la empresa, en el cual, se analizó la participación que cada cuenta tiene dentro del total de los estados financieros:

4.3.3.1 Estado de situación financiera comparativo.

TECNOLIFE STORE, S.A. DE C.V.						
ANÁLISIS VERTICAL AL ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
	2015		2016		2017	
ACTIVO	%	MONTO	%	MONTO	%	MONTO
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	54.74%	266,714.14	53.19%	198,742.52	59.56%	215,296.41
INVERSIONES	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
CUENTAS POR COBRAR	5.61%	27,328.46	15.30%	57,165.76	14.43%	52,158.19
INVENTARIOS	39.49%	192,418.64	30.89%	115,425.21	24.83%	89,742.54
PAGOS ANTICIPADOS	0.16%	774.14	0.21%	774.14	0.21%	774.14
OBRAS EN PROCESO	0.00%	-	0.42%	1,568.30	0.96%	3,477.10
		-		-		-
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	46.21%	487,235.38	39.95%	373,675.93	38.93%	361,448.38
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	100.00%	567,267.90	100.00%	561,660.41	100.00%	566,972.01
INTANGIBLES	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
INVERSIONES PERMANENTES	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
VALORIZACIONES	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
		-		-		-
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	53.79%	567,267.90	60.05%	561,660.41	61.07%	566,972.01
		-		-		-
TOTAL ACTIVOS	100.00%	1,054,503.28	100.00%	935,336.34	100.00%	928,420.39

En los activos el cálculo porcentual se realizó dividiendo la cuenta principal entre el total de activo corriente, para calcular la proporción del total del activo corriente se dividió entre el activo total, para ejemplo se realizó el cálculo de la cuenta efectivo y equivalentes de efectivo para el período 2015, 2016 y 2017:

Año 2015

$$\frac{\text{Efectivo y equivalentes de efectivo}}{\text{Total activo corriente}} = \frac{\$ 266,714.14}{\$ 487,235.38} = 54.74\%$$

Año 2016

$$\frac{\text{Efectivo y equivalentes de efectivo}}{\text{Total activo corriente}} = \frac{\$ 198,742.52}{\$ 935,336.34} = 53.19\%$$

Año 2017

$$\frac{\text{Efectivo y equivalentes de efectivo}}{\text{Total activo corriente}} = \frac{\$ 215,296.41}{\$ 928,420.39} = 59.76\%$$

TECNOLIFE STORE, S.A. DE C.V.						
ANÁLISIS VERTICAL AL ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
	2015		2016		2017	
PASIVO	%	MONTO	%	MONTO	%	MONTO
OBLIGACIONES FINANCIERAS CORTO PLAZO	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
PROVEEDORES	81.39%	258,680.41	78.43%	214,324.72	62.00%	133,033.91
CUENTAS Y GASTOS POR PAGAR	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
IMPUESTOS, GRAVÁMENES Y TASAS	10.97%	34,858.46	12.99%	35,488.40	19.67%	42,211.92
OBLIGACIONES LABORALES	7.64%	24,274.11	8.58%	23,450.40	11.24%	24,122.07
OTROS PASIVOS CORTO PLAZO (ARRENDAMIEN	0.00%	-	0.00%	-	7.09%	15,209.10
TOTAL PASIVO CORRIENTE	30.14%	317,812.98	29.22%	273,263.52	23.11%	214,577.00
OBLIGACIONES FINANCIERAS LARGO PLAZO	100.00%	295,000.00	100.00%	235,000.00	100.00%	279,367.73
BONOS Y PAPELES COMERCIALES POR PAGAR	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
OBLIGACIONES LABORALES LARGO PLAZO	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
PASIVOS ESTIMADOS Y PROVISIONES	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
OTROS PASIVOS LARGO PLAZO	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	27.98%	295,000.00	25.12%	235,000.00	30.09%	279,367.73
TOTAL PASIVO	58.11%	612,812.98	54.34%	508,263.52	53.20%	493,944.73
CAPITAL SOCIAL	57.17%	252,500.00	59.12%	252,500.00	58.12%	252,500.00
SUPERÁVIT DE CAPITAL	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
RESERVAS	11.43%	50,500.00	11.82%	50,500.00	11.62%	50,500.00
REVALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
RESULTADOS DEL EJERCICIO	31.40%	138,690.30	29.05%	124,072.82	30.26%	131,475.66
RESULTADO DE EJERCICIOS ANTERIORES	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
SUPERÁVIT POR VALORIZACIÓN	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
OTRAS CUENTAS DE PATRIMONIO	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-
TOTAL PATRIMONIO	41.89%	441,690.30	45.66%	427,072.82	46.80%	434,475.66
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	100.0%	1,054,503.28	100.0%	935,336.34	100.0%	928,420.39

En el análisis vertical del estado de situación financiera del año 2015 la variación se determinó de la siguiente manera:

Activos		2015	
<u>Efectivo y equivalentes de efectivo</u>	=	<u>\$266,714.14</u>	=
Total activo corriente		\$487,235.38	= 54.74%

Activos no corrientes		2015	
<u>Propiedad planta y equipo</u>	=	<u>\$858,458.62</u>	=
Total activo no corriente		\$567,267.90	= 151.33%

Pasivo corriente		2015	
<u>Proveedores</u>	=	<u>\$258,680.41</u>	=
Total pasivo corriente		\$317,812.98	= 81.39%

Pasivo no corriente		2015	
<u>Obligaciones financieras largo plazo</u>	=	<u>\$295,000.00</u>	=
Total pasivo no corriente		\$295,000.00	= 100.00%

Patrimonio		2015	
<u>Utilidades del ejercicio</u>	=	<u>\$138,690.30</u>	=
Total patrimonio		\$441,690.30	= 31.40%

TECNOLIFE STORE, S.A. DE C.V.				
Análisis horizontal al estado de situación financiera				
Rubros	2016rubros2015		2017rubros2016	
	var absoluta	var relativa	var absoluta	var relativa
Activos				
Efectivo y equivalentes de efectivo	- 67,971.62	-25.48%	16,553.89	8.33%
Inventarios	29,837.30	109.18%	- 5,007.57	-8.76%
Pagos anticipados	- 76,993.43	-40.01%	- 25,682.67	-22.25%
Obras en proceso	1,568.30	100.00%	1,908.80	121.71%
Total activos corrientes	- 113,559.45	-23.31%	- 12,227.55	-3.27%
Depre. acum. prop. planta y eq	- 31,013.41	10.65%	- 18,900.82	5.87%
Propiedad planta y equipo	25,405.92	2.96%	24,212.42	2.74%
Total activos fijos	- 5,607.49	-0.99%	5,311.60	0.95%
Total activos	- 119,166.94	-11.30%	- 6,915.95	-0.74%
Pasivos				
Proveedores	- 44,355.69	-17.15%	- 81,290.81	-37.93%
Impuestos, gravámenes y tasas	629.94	1.81%	6,723.52	18.95%
Obligaciones laborales	- 823.71	-3.39%	671.67	2.86%
Otros pasivos corto plazo (arrendamiento)	-	0.00%	15,209.10	100.00%
Total pasivo corriente	- 44,549.46	-14.02%	- 58,686.52	-21.48%

Para el análisis horizontal del estado de situación financiera del año 2015, se representa aumentos o disminuciones y variaciones en cifras, porcentajes o razones, que permiten obtener un mejor panorama de los cambios presentados en la empresa para su estudio, interpretación y toma de decisiones representados de la siguiente manera:

Activo	Año 2016	Año 2015	Variación	%
Efectivo y equivalentes de efectivo	= \$198,742.52	- \$266,714.14	= -\$67,971.62	= -25.48%

Pasivo corriente	Año 2016	Año 2015	Variación	%
Proveedores	= \$214,324.72	- \$258,680.41	= -\$44,355.69	= -17.15%

Pasivo no corriente	Año 2016	Año 2015	Variación	%
Obligaciones financieras a largo plazo	= \$235,000.00	- \$295,000.00	= -\$60,000.00	= -20.34%

Patrimonio/utilidad del ejercicio	Año 2016	Año 2015	Variación	%
Utilidad del ejercicio	= \$124,072.82	- \$138,690.30	= -\$14,617.48	= -10.54%

Interpretación:

Para el año 2017, la empresa posee activos totales de \$ 928,420.39 y sus activos corrientes es de \$ 361,448.38, es decir que el 38.93% de sus activos está representado por ese rubro, lo cual significa que la empresa pueda tener problemas de liquidez, o también puede significar deficientes políticas de cartera.

La cuenta de efectivo es muy representativa con un 59.56%, puesto que no es rentable tener una gran cantidad de dinero en efectivo en la caja o en el banco donde no está generando rentabilidad alguna; por tal se debe procurar no tener más efectivo de lo estrictamente necesario.

La cuenta de Inventarios muestra un 24.83% muestra existencias necesarias para la operatividad de la empresas y sus cuentas por cobrar representadas por 14.43% contiene las ventas realizadas a crédito, y esto implica que la empresa no recibe el dinero por sus ventas, en tanto que sí debe pagar una serie de costos y gastos para poder realizar las ventas; para ello se recomienda que deba existir un equilibrio entre lo que la empresa recibe y lo que gasta, de lo contrario se presenta un problema de liquidez el cual tendrá que ser financiado con endeudamiento interno o externo, lo que naturalmente representa un costo financiero que bien podría evitarse si se sigue una política de cartera adecuada.

El Activo no corriente presentado para el año 2017 equivale al 61.07% que frente a las cuentas que lo componen el más representativo es terrenos y edificios debido a que es política de la empresa invertir en la compra y modernización de instalaciones; se puede observar que su incremento ha sido mínimo en comparación al año anterior lo cual estaba representado por 53.79% para el 2015 y 60.05% en el 2016.

El total del pasivo corriente para el año 2017, refleja un porcentaje del 23.11%, del cual la cuenta más representativa corresponde a proveedores con un 62% en comparación con el año 2016, presenta un porcentaje del 29.22%, del cual el más representativo también es la cuenta de proveedores con el 78.43%. Para el total pasivo al largo plazo para el año 2017 presenta un porcentaje del 30.09% y su cuenta más significativa son obligaciones financieras a largo plazo.

Para el año 2016, presenta un porcentaje del 25.12% representado en las cuentas obligaciones financieras a largo plazo con el 100% y otros pasivos no corrientes con el 0%, pues se tiene una política de liquidación del total de su pasivo laboral al final de cada período contable. El total del pasivo es de 53.20%, del cual el 30.09% corresponde al pasivo no corriente. es decir, que sus obligaciones están en el más alto porcentaje comprometidas a largo plazo.

El total del patrimonio para el año 2017, presenta el 46.80% que frente a las cuentas que lo componen la cuenta más representativa corresponde a la cuenta capital social con el 58.12% y para el año 2016 el porcentaje fue del 45.66% del cual lo componen la cuenta de capital social con el 59.12% y resultados del ejercicio con el 29.05%. Respecto a los pasivos, es importante señalar que los Pasivos corrientes en el año 2017 son poco representativos con 23.11%, y necesariamente son menores que los Activos corrientes con 38.93%; esto quiere decir que el capital de trabajo de la empresa no se ve comprometido.

4.3.3.2 Estado de resultados comparativo.

TECNOLIFE STORE, S.A. DE C.V.						
ANALISIS VERTICAL AL ESTADO DE RESULTADOS						
RUBROS	2015		2016		2017	
	%	MONTO	%	MONTO	%	MONTO
Ventas (Ingresos operativos)	100.0%	1,917,311.83	100.0%	1,603,608.37	100.0%	1,609,799.48
Costo de ventas	64.51%	1,236,865.47	64.43%	1,033,254.46	64.38%	1,036,321.86
UTILIDAD BRUTA	35.49%	680,446.36	35.57%	570,353.91	35.62%	573,477.62
Gastos de administración	13.60%	260,824.36	13.59%	217,928.23	14.33%	230,730.61
Gastos de ventas	10.85%	208,019.65	10.33%	165,654.17	9.36%	150,743.00
UTILIDAD OPERATIVA (U.A.I.I)	11.04%	211,602.35	11.65%	186,771.51	11.93%	192,004.01
Ingresos financieros	0.00%	-	0.0%	-	0.00%	-
Otros ingresos no operativos	0.72%	13,828.51	0.7%	11,609.63	1.01%	16,297.49
Gastos financieros	1.30%	24,983.30	1.2%	18,737.40	1.17%	18,771.72
Otros egresos no operativos	0.00%	-	0.0%	-	0.00%	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	10.45%	200,447.56	11.2%	179,643.74	11.77%	189,529.78
Provisión impuesto de renta	3.22%	61,757.26	3.47%	55,570.92	3.61%	58,054.12
UTILIDAD NETA	7.23%	138,690.30	7.74%	124,072.82	8.17%	131,475.66

Para el análisis vertical del estado de resultado del año 2015, la variación en costo de venta se determina de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Ventas (Ingresos operativos)}}{\text{Costo de ventas}} = \frac{\$1,917,311.83}{\$1,236,865.47} = \mathbf{64.51\%}$$

Para la variación en utilidad bruta se determina de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Ventas (Ingresos operativos)}}{\text{Utilidad bruta}} = \frac{\$1,917,311.83}{\$680,446.36} = \mathbf{35.49\%}$$

Para la variación en gastos se determina de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Gastos de administración}}{\text{Ventas (Ingresos operativos)}} = \frac{\$260,824.36}{\$1,917,311.83} = \mathbf{13.60\%}$$

$$\frac{\text{Gastos de ventas}}{\text{Ventas (Ingresos operativos)}} = \frac{\$208,019.65}{\$1,917,311.83} = \mathbf{10.85\%}$$

Para la variación en otros ingresos operativos se determina de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Otros ingresos no operativos}}{\text{Ventas (Ingresos operativos)}} = \frac{\$13,828.51}{\$1,917,311.83} = \mathbf{0.72\%}$$

Para la variación en gastos financieros se determina de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Gastos financieros}}{\text{Ventas (Ingresos operativos)}} = \frac{\$24,983.30}{\$1,917,311.83} = \mathbf{1.30\%}$$

TECNOLIFE STORE, S.A. DE C.V.				
Analisis horizontal al estado de resultados				
Rubro	2016rubros2015		2017rubros2016	
	var absoluta	var relativa	var absoluta	var relativa
Ventas (ingresos operativos)	(313,703.46)	-16.36%	6,191.11	0.39%
Costo de ventas	(203,611.01)	-16.46%	3,067.40	0.30%
Utilidad bruta	(110,092.45)	-16.18%	3,123.71	0.55%
Gastos de administración	(42,896.13)	-16.45%	12,802.38	5.87%
Gastos de ventas	(42,365.48)	-20.37%	(14,911.17)	-9.00%
Utilidad operativa (u.a.i.i)	(24,830.84)	-11.73%	5,232.50	2.80%
Ingresos financieros	-	0.00%	-	0.00%
Otros ingresos no operativos	(2,218.88)	-16.05%	4,687.86	40.38%
Gastos financieros	(6,245.90)	-25.00%	34.32	0.18%
Otros ingresos no operativos	-	0.00%	-	0.00%
Utilidad antes de impuestos (u.a.i)	(20,803.82)	-10.38%	9,886.04	5.50%
Provisión impuesto de renta	(6,186.34)	-10.02%	2,483.20	4.47%
Utilidad neta	(14,617.48)	-10.54%	7,402.84	5.97%

Para el análisis horizontal del estado de resultados del año 2015, la variación para cada rubro se determina de la siguiente manera

Variación en ingresos y utilidad bruta:

Cuenta de resultados	Año 2016	Año 2015	Variación	%
Ventas (ingresos operativos)	= \$1,603,608.37	- \$1,917,311.83	= -\$313,703.46	= -16.36%

Cuenta de resultados	Año 2016	Año 2015	Variación	%
Utilidad bruta	= \$570,353.91	- \$680,446.36	= -\$110,092.45	= -16.18%

Variación en gastos de administración y ventas:

Cuenta de resultados	Año 2016	Año 2015	Variación	%
Gastos de administración	= \$217,928.23	- \$260,824.36	= -\$42,896.13	= -16.45%

Cuenta de resultados	Año 2016	Año 2015	Variación	%
Gastos de venta	= \$165,654.17	- \$208,019.65	= -\$42,365.48	= -20.37%

Variación en utilidad operativa antes de impuestos y otros ingresos no operativos:

Cuenta de resultados	Año 2016	Año 2015	Variación	%
Utilidad operativa antes de impuestos	= \$186,771.51	- \$211,602.35	= -\$24,830.84	= -11.73%

Cuenta de resultados	Año 2016	Año 2015	Variación	%
Otros ingresos no operativos	= \$11,609.63	- \$13,828.51	= -\$2,218.88	= -16.05%

Variación en gastos financieros y utilidad antes de ISR:

Cuenta de resultados	Año 2016	Año 2015	Variación	%
Gastos financieros	= \$18,737.40	- \$24,983.30	= -\$6,245.90	= -25.00%

Cuenta de resultados	Año 2016	Año 2015	Variación	%
Utilidad antes de ISR	= \$179,643.74	- \$200,447.56	= -\$20,803.82	= -10.38%

Variación en provisión impuestos sobre la renta y utilidad neta:

Cuenta de resultados	Año 2016	Año 2015	Variación	%
Provisión de ISR	= \$55,570.92	- \$61,757.26	= -\$6,186.34	= -10.02%

Cuenta de resultados	Año 2016	Año 2015	Variación	%
Utilidad neta	= \$124,072.82	- \$138,690.30	= -\$14,617.48	= -10.54%

Interpretación:

Para el año 2017, el costo de las ventas representa en promedio del 64.38% del valor de las ventas, es decir, que las utilidades son cercanas al 11.77% del total de las ventas, las cuales son absorbidas por los gastos de administración y ventas dando para año 2017 una utilidad operacional de \$ 131,475.66, es decir, el equivalente a un 8.17%. Igualmente, si bien se presenta una utilidad operacional para el año anterior 2016, ésta no es representativa respecto a las ventas que igualmente es absorbida por los gastos financieros.

Las ventas del año 2017, respecto al año 2016 tuvieron un incremento en valor absoluto de \$ 6,191.11, que representan el 0.39% de incremento del año 2017 respecto al año 2016. Los costos de ventas del año 2017, tuvieron un incremento de \$ 3,067.40 que representan el 0.30% de incremento, estableciéndose así una utilidad bruta en los años comparados 2016-2017 de \$ 3,123.71 equivalentes al 0.55%. Esta cifra se ve afectada, por el incremento de los gastos de administración y ventas que ascendieron a (\$2,108.79), que representan el (3.13%), comportamiento que representa una utilidad operacional de \$ 189,529.78 del año 2017 respecto a la obtenida en el año 2016.

Si las ventas incrementaron también los costos aumentaron en 0.30% respecto al año 2016. Los gastos de venta disminuyeron en 9%; sin embargo, los de administración incrementaron en 5.879%. Los gastos financieros incrementaron en 0.18% que corresponde a la adquisición de nuevo préstamo otorgado, a medida suben los intereses, la amortización disminuye y por ende incrementa la deuda con el banco.

4.3.4 Razones financieras aplicadas a la información contable.

Las razones financieras emplean datos cuantitativos provenientes del estado de situación financiera y del estado de resultados. El estado de situación financiera consolidado muestra la posición financiera de TECNOLIFE STORE, S.A. de C.V.

Las razones financieras muestran relaciones de las cifras de los estados financieros y demás informes de la empresa cuyo propósito es formar una idea acerca del comportamiento de la empresa; se entienden como la expresión cuantitativa del comportamiento o el desempeño de toda la empresa, cuya magnitud al ser comparada con algún nivel de referencia, puede señalar una desviación sobre la cual se tomarán acciones correctivas o preventivas según el caso.

El valor óptimo de las razones financieras se determinó con el análisis a lo largo de los tres períodos. De acuerdo a los resultados que muestran los estados financieros consolidados al 31 de diciembre del 2017, según cifras de estos y sus respectivos análisis, se puede deducir que es factible detallar las razones financieras, de tal manera que tienen importancia en la medida en que los datos que maneje la empresa TECNOLIFE STORE, S.A. de C.V. sean razonables, lógicos y que expresen la relación entre un valor y otro.

Los análisis financieros se representan en los ratios ya que son un punto crucial al momento de comprender hacia donde está dirigida la empresa y el estado en que se encuentra la misma; logrando de esta manera tener un enfoque general de la situación financiera de la entidad.

4.3.4.1 Indicadores de Liquidez.

TECNOLIFE STORE, S.A. DE C.V. INDICADORES DE LIQUIDEZ					
Indicador	Formula	Interpretación	2015	2016	2017
Razon corriente - Razón circulante	Activo corriente / pasivo corriente	Llamado tambien Razón de solvencia - Razón de disponibilidad: Capacidad de la empresa para atender las deudas a corto plazo con sus recursos corrientes. Por cada peso de deuda cuanto tiene la empresa de respaldo.	1.53	1.37	1.68
Prueba ácida o coeficiente liquidez	(Activo corriente - inventarios) / pasivo corriente	Capacidad para atender deudas de corto plazo sin tener que recurrir a la venta de inventarios.	0.93	0.95	1.27

A continuación, se presenta el desarrollo de las principales razones financieras utilizadas en el caso de propuesto, se tomó de base los estados financieros del período 2017.

Razón corriente	
$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$	$= \frac{361,448.38}{214,577.00} = 1.68$

Análisis: Por lo general el resultado aceptable de esta razón financiera debe ser entre 1 y 2, un índice menor a 1 puede indicar que la empresa está en suspensión de pagos y un valor muy elevado significaría holgura financiera, capital estancado y esto influye negativamente en la rentabilidad total de la empresa.

Para el ejemplo se puede ver que el resultado fue 1.68 lo que significa que la empresa cuenta con 1.68 dólar disponible de activo corriente por cada deuda de pasivo corriente.

Razón prueba ácida	
$\frac{\text{Activo corriente - inventarios}}{\text{Pasivo corriente}}$	$= \frac{361,448.38 - 89,742.54}{214,577.00} = 1.3$

Análisis: el resultado de la prueba acida se calcula deduciendo los inventarios al activo corriente y dividiendo el resto entre los pasivos corrientes, el inventario es considerado el menos liquido de los activos de una empresa y sobre estos será más probable una perdida en caso de que la empresa se liquidara, por lo que se llama prueba acida por que se evalúa la habilidad de la empresa para liquidar sus obligaciones en el corto plazo.

Para el caso ilustrativo el resultado de 2017 fue de \$1.27 por lo que se considera un valor aceptable en este caso de estudio por significa que la empresa puede enfrentar sus deudas a corto plazo con el 100% de probabilidad de cubrirlas en el corto plazo.

4.3.4.2 Indicadores de actividad y rotación.

TECNOLIFE STORE, S.A. DE C.V. INDICADORES DE ACTIVIDAD - ROTACIÓN					
Indicador	Formula	Interpretación	2015	2016	2017
Días de rotacion deudores	deudores promedio * 365 días / ventas	Mide el número de días que tarda la empresa en recuperar la cartera. Se compara con la política de la empresa	4.68	9.62	12.39
Días de rotacion inventario	inventario promedio * 365 días / costo de ventas	Determina en cuantos días la empresa convierte sus inventarios en efectivo o en cartera.	51.10	54.37	36.13
Ciclo de caja operativo	días de cartera + días inventario	Determina los días que requiere la empresa para convertir lo producido en efectivo	55.79	63.99	48.52
Días de rotacion proveedores	proveedores promedio * 365 días / compras	Determina los días que tarda la empresa en cancelar a los proveedores. Debe ser comparado con política de crédito	65.72	89.04	61.87
Ciclo de caja operativo neto	días de cartera+días inventario-días proveedores	Determina los días necesarios de caja operativa que no son financiados con los proveedores.	-9.93	-25.05	-13.34

Días de rotación deudores			
Deudores promedio x 365 días	=	$(52,142.21 + 57,141.21) / 2$	=
Ventas		1,600,424.25	=
		$\frac{54,641.71}{1,600,424.25}$	= 12.39 días

Análisis: este cálculo representa el promedio de días que tarda en cobrarse las cuentas por cobrar. El resultado para el año 2017 en el ejemplo nos da como resultado que la empresa está tardando 12.39 promedio de días para cobrar las ventas que efectúa al crédito lo que es un tiempo muy bueno para el ciclo de efectivo.

Días de rotación inventarios			
Inventario promedio x 365 días	=	$(115,425.21 + 89,742.54) / 2$	=
Costo de ventas	=	$\frac{54,641.71}{1,036,354.06}$	= 36.12 días

Análisis: este cálculo mide cada cuantos días se produce la rotación del inventario, cuantas veces se vacía el inventario y cada cuantos días se produce esta rotación, para el caso ilustrativo del año 2017 el resultado fue cada 36.12 días.

Ciclo de caja operativo			
Días de cartera + días de inventario	=	12 + 36	= 48 días

Análisis: este cálculo determina los días que la empresa requiere para convertir lo producido en efectivo.

Días de rotación proveedores			
Proveedores promedio x 365 días	=	$(214,324.71 + 133,033.91) / 2$	=
Compras	=	$\frac{173,679.31}{1,010,671.39}$	= 61.87 días

Análisis: este cálculo mide cada cuanto día se pagan las deudas que la empresa adquiere y esta debe compararse con la política de crédito establecida por esta. Para el caso de estudio en el año 2017 el resultado fue de 61.87 días y que es aceptable dado que la política de crédito de los proveedores es a 60 días.

Ciclo de caja operativo neto

$$\begin{aligned} \text{Días de cartera + días de inventario} &= 48.52 \\ - \text{días de rotación proveedores} &- 61.87 \\ &= -13.34 \text{ días} \end{aligned}$$

Análisis: este cálculo determina los días necesarios de caja operativa que no son financiados con los proveedores.

4.3.4.3 Indicadores de Endeudamiento.

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO					
INDICADOR	FORMULA		2015	2016	2017
Endeudamiento total	Pasivo total / activo total	Determina el grado de apalancamiento de acreedores en los activos de la empresa	58.11%	54.34%	53.20%
Endeudamiento a corto plazo	Pasivo corriente / pasivo total	Establece cual es el porcentaje del total de deudas que deben ser canceladas en el corto plazo.	51.86%	53.76%	43.44%
Carga financiera	Gastos financieros / Ventas	Porcentaje de las ventas que son dedicadas a cubrir la carga financiera	1.30%	1.17%	1.17%
Cobertura de gastos financieros o veces que se ha ganado el interés	UAII / gastos financieros	Capacidad de la empresa para generar utilidades operativas y cubrir sus intereses. (Veces)	8.47	9.97	10.23

Razones de endeudamiento, se hace referencia a los porcentajes que la entidad en estudio tiene en relación a sus obligaciones por cumplir a corto y largo plazo.

Endeudamiento total		
Pasivo total	=	493,944.73
Activo total	=	928,420.39
		= 53.20

Análisis: el cálculo de endeudamiento total mide el porcentaje total de fondos provenientes de instituciones de crédito. La deuda incluye los pasivos totales, en valor aceptable de esta tasa es un 33% ya que los acreedores difícilmente prestan a una empresa endeudada por que corren el riesgo de no recuperar su dinero, para el ejemplo ilustrativo en el año 2017 el resultado fue un

53.20% y significa que la empresa se desarrolla con este porcentaje de capital ajeno y demuestra que no depende financieramente de acreedores.

Endeudamiento a corto plazo		
Pasivo corriente	214,577.00	= 43.4415
Activo total	493,944.73	

Análisis: el cálculo de endeudamiento a corto plazo mide el porcentaje total de fondos provenientes de instituciones de crédito. Pero a diferencia de la anterior esta parte de la deuda incluye los pasivos corrientes. Para el caso de estudio el resultado fue un 43.44% y demuestra que no depende financieramente de acreedores o instituciones bancarias.

Carga financiera		
Gastos financieros	18,772.00	= 1.1661
Ventas	1,609,799.48	

Análisis: el cálculo determina el porcentaje de las ventas que son dedicadas a cubrir la carga financiera de la empresa.

La cobertura de gastos presenta las veces que se han generado utilidades operativas.

Cobertura de gastos financieros		
UAI	192,004.01	= 10.22875766
Gastos financieros	18,771.00	

Análisis: el cálculo determina la capacidad de la empresa para generar utilidad operativa y cubrir sus intereses.

4.3.4.4 Indicadores de rentabilidad.

TECNOLIFE STORE, S.A. DE C.V. INDICADORES DE RENTABILIDAD					
INDICADOR	FORMULA		2015	2016	2017
Margen Bruto - Rentabilidad bruta	Utilidad bruta / ventas	Determina la capacidad de ventas para generar utilidad bruta, es decir para cubrir los costos de ventas.	35.49%	35.57%	35.62%
Margen Operativo - Rentabilidad operativa	UAII / ventas	Cuanto genera de utilidad operativa sobre las ventas al cubrir costos y gastos en desarrollo de su objeto social	11.04%	11.65%	11.93%
Margen neto - Rentabilidad neta - Productividad marginal	Utilidad neta / ventas	Por cada peso en ventas cuanto se obtiene de utilidad neta incluyendo operación y no operacional.	7.23%	7.74%	8.17%
Potencial de utilidad	Utilidad neta / activos totales	Rendimiento del total de activos durante el período por la generación de utilidad neta	13.15%	13.27%	14.16%
% ROA - Return on assets Retorno sobre activos	Ebitda / activo total	Determina la caja operativa obtenida en el período con el uso de la inversión total en activos	26.77%	29.42%	30.46%
% ROI - Return on investment Retorno sobre inversión	UAII / activos operativos promedio	Determina el rendimiento obtenido por la empresa en su operación con el uso de los activos operativos	28.69%	22.48%	21.83%
% ROE - Return on Equity Rentabilidad sobre patrimonio	UAI / patrimonio promedio	Determina el rendimiento obtenido antes de impuestos sobre la inversión realizada por los propietarios	50.42%	41.36%	44.00%

A continuación, se presenta el desarrollo de las principales razones financieras utilizadas en el caso de propuesto, se tomó de base los estados financieros del período 2017:

Rentabilidad bruta	
Utilidad bruta	573,477.62
Ventas	1,609,799.48

$$\frac{573,477.62}{1,609,799.48} = 35.62\%$$

Análisis: el cálculo determina cuanto beneficio se obtiene por cada dólar de venta, se calcula dividiendo la utilidad bruta entre las ventas. Si los gastos aumentan, la utilidad se reduce.

Rentabilidad operativa	
UAII	192,004.01
Ventas	1,609,799.48

$$\frac{192,004.01}{1,609,799.48} = 11.93\%$$

Análisis: el cálculo determina cuanto beneficio se obtiene por cada dólar de venta, se calcula dividiendo la utilidad antes de impuestos entre las ventas, este valor está en relación directa con el

control de gastos por que por mucho que la empresa venda, si los gastos aumentan, la utilidad se reduce.

Productividad marginal		
Utilidad neta	=	$\frac{131,475.66}{1,609,799.48} = 8.17\%$
Ventas		

Análisis: el cálculo determina cuanto beneficio se obtiene por cada dólar de venta, se calcula dividiendo la utilidad neta entre las ventas, este valor está en relación directa con el control de gastos por que por mucho que la empresa venda, si los gastos aumentan, la utilidad se reduce.

Potencial de utilidad		
Utilidad neta	=	$\frac{928,420.39}{131,475.66} = 14.16\%$
Activos totales		

Análisis: el cálculo determina la capacidad de la empresa para generar utilidades, que utilidad se obtiene por cada dólar de activo total invertido, determina el nivel de eficacia de la gestión, el rendimiento de la inversiones realizadas, muestra cuanto aumento el enriquecimiento de la empresa como producto del beneficio obtenido, este se calcula dividiendo la utilidad neta entre activo total, para el caso de ejemplo muestra como resultado 14.16 y significa que eso se obtiene por cada dólar de activo total invertido.

Retorno sobre activos ROA		
Ebitda (UAII + depreciación + amortización)	=	$\frac{282,811.70}{928,420.39} = 30.46\%$
Activos totales		

Análisis: el cálculo determina las utilidades obtenidas antes de impuestos por los recursos invertidos por los propietarios.

Retorno sobre inversión ROI		
UAI	192,004.01	
Activos operativos promedio	879,537.29	= 21.83%

Análisis: el cálculo ROI permite saber cuánto dinero gana o pierde la empresa con las aplicaciones hechas en diferentes canales.

Rentabilidad sobre Patrimonio		
UAI	189,529.78	
Patrimonio promedio	430,774.24	= 44.00%

Análisis: el cálculo ROE permite saber el beneficio para los propietarios por el aporte de fondos a la inversión.

Interpretación:

Según los resultados, se observa que para el año 2017 el margen de utilidad bruta fue de 35.62%, aunque se obtuvo en pequeño aumento, siempre se mantiene dentro del promedio, dicho valor se atribuye a una disminución leve del costo de venta de los productos que se comercializan.

El margen de utilidad operativa después de deducir costos de venta y gastos operativos para el año 2017 fue de 11.93%, reflejando una tendencia con leve creciente. Esto representa que los márgenes obtenidos respecto a los volúmenes de ingresos totales son aceptables. El margen de utilidad neta para el año 2017 fue de 8.17% y representa la retribución que se obtiene por la inversión realizada, se puede decir que existe un aumento en pequeñas proporciones en los últimos períodos, lo cual es aceptable.

Análisis (ROA): se puede observar que para el período 2017 fue de 30.46%, representado un crecimiento leve con respecto al año anterior debido a que las utilidades incrementaron por \$7,402.84, ya que los gastos operativos presentaron disminución y se obtuvo un leve crecimiento en las ventas. La tendencia muestra que la eficiencia que se ha logrado para generar utilidades con sus activos disponibles es aceptable y estos valores indican el rendimiento por cada dólar invertido en activos.

Análisis (ROE): la figura 15 muestra que la entidad generó un rendimiento sobre el patrimonio por cada unidad monetaria de 44.00%, al igual que el ratio anterior resultó con un leve crecimiento debido a la disminución de los gastos operativos y leve crecimiento en las ventas; los resultados son aceptables en relación al comportamiento de sus ingresos en los últimos dos años.

4.3.5 Diagnóstico del análisis financiero.

Según el análisis financiero realizado, la empresa se mantiene estable para los últimos dos años y la variabilidad de sus indicadores es mínima, para esos períodos, en cuanto a la disponibilidad de efectivo tiene la capacidad de hacer frente a las obligaciones a corto plazo, pero necesita obtener un crédito para hacer frente a la apertura de una nueva sucursal.

4.4 Elaboración de proyecto de inversión

4.4.1 Estudio técnico.

Al momento de realizar un estudio técnico, se tomaron en cuenta muchos factores que contribuyeron al momento en que se realizó el proyecto de aperturar una nueva sucursal como se detalla a continuación:

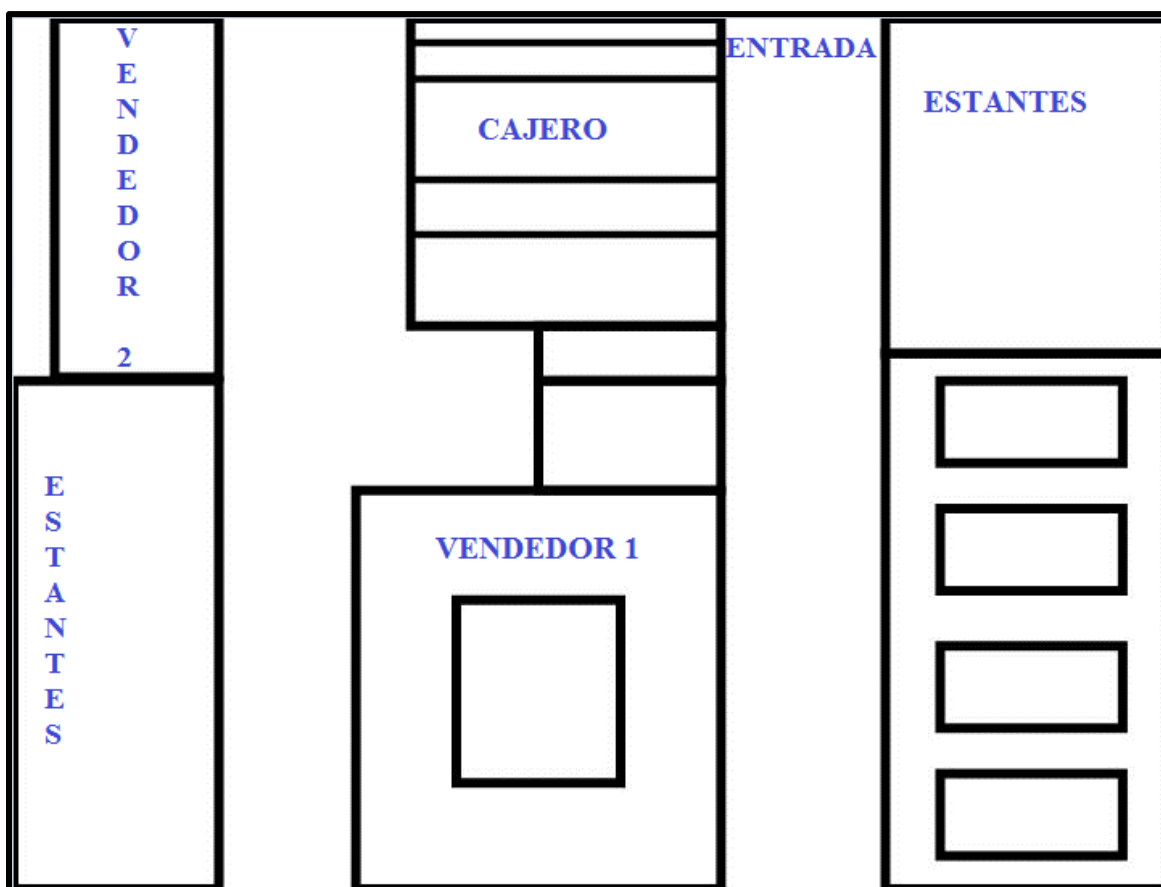
Ubicación de la sucursal.

La ubicación de la sucursal se hará en el municipio de San Salvador, en un centro comercial de mucha afluencia de personas, el cual lo convierte en potenciales consumidores, para el caso de Estudio se pretende abrir una sucursal en el centro comercial.

Distribución de la sucursal.

La distribución y organización de la sucursal se presentan de acuerdo al esquema siguiente:

Figura 1. Distribución de la Sucursal.



Fuente: elaboración propia

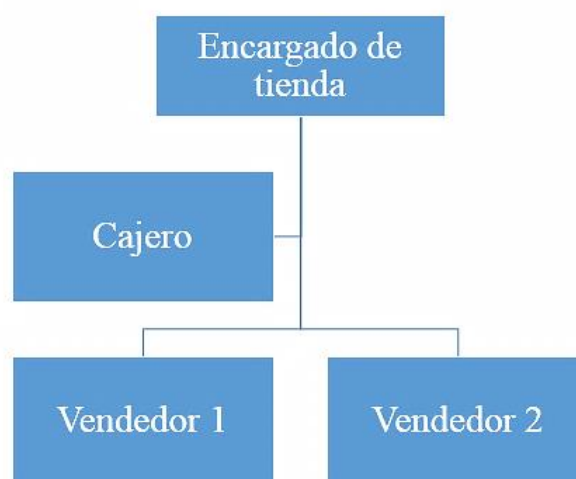
4.4.2 Estudio administrativo.

El estudio administrativo del proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa; es por ello que en el caso práctico la empresa TECNOLIFE STORE, S.A. de C.V. se definieron herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas definidas.

4.4.2.1 Organización.

La manera en que funciona la empresa se observa a través del organigrama, la organización como actividad involucra la asignación de funciones necesarias para que la sucursal alcance los objetivos fijados para los accionistas; a continuación, se muestra el organigrama de la nueva sucursal en Metro centro de acuerdo a la figura 2.

Figura 2. Estructura de la nueva sucursal en Metrocentro.



Fuente: elaboración propia

4.4.2.2 Descripción de los puestos de la nueva sucursal.

PUESTO	DESCRIPCION DE PUESTO
Gerente de tienda	<ul style="list-style-type: none"> • Abrir la sucursal. • Capacitar al personal de las tiendas asignadas. • Tratar problemas de faltantes y sobrantes de efectivo e inventarios con los encargados de la sucursal. • Elaborar planilla de descuentos por faltantes de efectivo para el departamento de contabilidad. • Control de inventarios. • Elaboración de reporte de ventas. • Supervisar el corte diario de caja así como el envío de remesas. • Envío de rollos de ventas y gastos para reintegro de caja chica. • Firmar informe de ventas diario. • Sueldo \$ 600.00.
Encargado de caja	<ul style="list-style-type: none"> • Cobrar al cliente. • Realizar corte diario de venta con ticket y tarjeta de crédito y debito • Elaborar remesas y reporte de envío. • Atención al cliente. • Hacer limpieza. • Sueldo \$ 500.00.
Vendedor 1 y 2	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente. • Hacer limpieza. • Ordenar y mantener con producto los estantes. • Sueldo \$ 500.00.

4.4.2.3 Análisis FODA.

Se desarrolló un análisis FODA con el objeto de obtener un claro diagnóstico en las afectaciones internas las cuales se tiene la ventaja de ser corregidas o mejoradas por las entidades y externas que están en función de otras variables no controladas por la entidad, así mismo se describen las situaciones positivas internas que se obtienen de la buena gestión por parte de las entidades y externas que son generadas por variables como avances tecnológicos o accesos que el mercado global permita con el fin de tomarlas en cuenta al momento de implementar decisiones estratégicas, a la vez, identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan el mercado de la empresa TECNOLIFE STORE, S.A. de C.V.

Tabla 6. Análisis FODA.

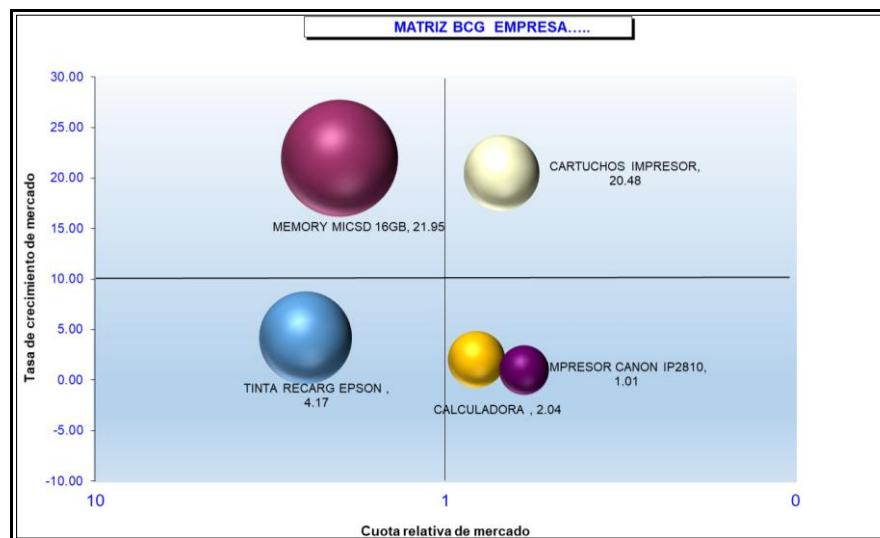
Amenazas	Fortalezas
Competencia agresiva.	Características especiales en los productos ofertados.
Crecientes aumentos en los costos de los productos.	Localizaciones estratégicas.
Cambios en políticas de acceso para los clientes en los centros comerciales.	Estructura organizativa simple.
Competencia desleal en ventas en línea.	Excelente aceptación por parte de los clientes.
Debilidades	Oportunidades
Baja en sus ventas.	Abordaje de nuevos tipos de mercados.
No existe una planificación de inversión.	Crecimiento de mercado.
No capacitar a sus empleados.	Acceso a nuevos productos tecnológicos.
Falta de experiencia en estos tipos de proyectos.	Excelente récord crediticio.

Fuente: elaboración propia

4.4.2.4 Matriz BCG.

PRODUCTOS	VENTAS	PROPORCIÓN CARTERA NEGOCIO	VENTAS LIDER	VENTAS SECTOR AÑO ACTUAL	VENTAS SECTOR AÑO ANTERIOR	TASA CRECIMIENTO MERCADO	CUOTA MERCADO RELATIVA	CASILLAS MATRIZ BCG
	A		B	t	t-1	$= (t-t-1)/t-1$	$= a/b$	
MEMORY MICSD 16GB	\$ 38,800.00	0.40	19,400.00	116,400.00	95,448.00	21.95	2	ESTRELLA
TINTA RECARG EPSON	\$ 24,477.56	0.25	9,791.02	58,746.14	56,396.30	4.17	2.5	VACA
CARTUCHOS IMPRESOR	\$ 16,191.16	0.17	23,477.18	140,863.10	116,916.40	20.48	0.69	INTERROG.
CALCULADORA CASIO A1	\$ 9,100.87	0.09	11,194.07	67,164.40	65,821.14	2.04	0.81	PERRO
IMPRESOR CANON IP2810	\$ 6,852.98	0.07	11,513.01	69,078.06	68,387.28	1.01	0.59	PERRO
CABLE COMP	\$ 1,107.53	0.01	2,181.83	13,091.00	13,038.64	0.40	0.50	PERRO
TOTALES	\$ 96,530.11	1	77,557.13	465,342.77	416,007.76			

Figura 3. Matriz BGG.



Fuente: elaboración propia

Análisis de los datos:

Para la elaboración de la matriz BCG, se han seleccionado 6 productos principales de la empresa TECNOLIFE STORE, S.A. de C.V. los cuales se obtuvieron los siguientes resultados:

Producto 1: Memory Micsd 16GB

Resultado: el producto es estrella, con alta demanda, a la vanguardia con la tecnología y con precio accesible al público, es de excelente calidad, almacenamiento y velocidad, ya que supera a todos los productos similares del mercado logrando una tasa de crecimiento del 21.95%.

El producto produce muchas ganancias, y el consumidor cada vez lo solicita más, por tal la empresa debe seguir invirtiendo en el producto.

Producto 2: Tinta Recarg EPSON

Resultado: el producto es conocido por los clientes debido a la necesidad de compra por ser un elemento funcional para las impresoras; a la vez, genera ganancia a la empresa, aun así, no crece en el mercado, es decir el nivel de ventas se mantiene en el tiempo con una tasa de crecimiento del 4.17%, aunque a gran escala no se supera.

El producto es muy competitivo, genera alta fluctuación de efectivo manteniéndose estable.

Producto 3: Cartuchos Impresor

Resultado: el producto es bueno, se mantiene en el mercado, el consumidor lo compra como alternativa, pero no se vende mucho.

El producto produce ganancias que le permiten sostenerse, y dependiendo de la inversión, oferta y demanda puede subir o bajar de nivel.

Producto 4: Calculadora Casio A1

Resultado: este producto no tiene aceptación en el mercado y puede ser desplazado fácilmente hasta desaparecer.

El producto es poco rentable con una tasa de crecimiento del 2.04%, al consumidor no le atrae y puede producir pérdidas, se debe pensar en mantenerlo o retirarlo del mercado.

Producto 5: Impresor Canon IP2810

Resultado: este producto no tiene aceptación en el mercado debido a avances tecnológicos el impresor se vuelve obsoleto, por tal razón puede ser desplazado fácilmente.

El producto es poco rentable con apenas una tasa de crecimiento del 1.01%, al consumidor no le atrae y puede producir pérdidas, se debe evaluar en mantenerlo o retirarlo del mercado.

Producto 6: Cable Comp

Resultado: este producto no tiene demanda en el mercado debido a cambios tecnológicos en tipos de conectores que necesiten un nuevo cable se vuelve obsoleto, por tal razón puede ser desplazado fácilmente.

El producto es poco rentable con apenas una tasa de crecimiento del 0.40%.

4.4.3 Plan financiero.

4.4.3.1 Presupuesto de propiedad planta y equipo.

MOBILIARIO Y EQUIPO	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Computadoras	1,275.00	106.25
Laptop DELL Latitude 5490BTX	506.86	42.24
Impresoras láser Jet Pro M251NW COL	204.00	17.00
Sillas	150.00	12.50
Escritorios	350.00	29.17
Caja Registradoras	100.00	8.33
Teléfonos Multifuncional Panasonic	110.00	9.17
Vitrinas	100.00	8.33
Estantes	310.00	25.83
Aire acondicionado ConfortStar de 12,000 BTU 208-230 voltios	350.00	29.17
	3,455.86	287.99

4.4.3.2 Determinación de depreciación y amortización de propiedad planta y equipo.

El mobiliario y equipo se depreciará por el método de línea recta por el tiempo de tres años y para esto no existe préstamo financiero.

Mobiliario y equipo	Und.	Precio unitario	Precio total	Fecha de adquisición	% Deprecia.	Deprec. Anual	Deprec. mensual
Computadoras	3	850.00	2,550.00	01/01/2019	50%	1,275.00	106.25
Laptop DELL latitud 5490BTX	1	1,013.71	1,013.71	01/01/2019	50%	506.86	42.24
Impresoras laser jet pro M251NW COL	2	204.00	408.00	01/01/2019	50%	204.00	17.00
Sillas	4	75.00	300.00	01/01/2019	50%	150.00	12.50
Escritorios	4	175.00	700.00	01/01/2019	50%	350.00	29.17
Cajas registradoras	1	200.00	200.00	01/01/2019	50%	100.00	8.33
Teléfonos multifuncional Panasonic	2	110.00	220.00	01/01/2019	50%	110.00	9.17
Vitrinas	2	100.00	200.00	01/01/2019	50%	100.00	8.33
	4	155.00	620.00	01/01/2019	50%	310.00	25.83

Estantes							
Aire acondicionado confortStar de 12,000 BTU 208-230 voltios	1	700.00	700.00	01/01/2019	50%	350.00	29.17
6,911.71						3,455.86	287.99

4.4.3.3 Preparación del presupuesto de ventas.

Se analizó que la empresa presenta la necesidad de medir su rentabilidad por sucursal, a fin de determinar la tendencia de sus ingresos y gastos, sobre todo determinar que líneas de productos que son los que generan mayor rentabilidad, ver si se están cumpliendo los índices de utilidad que se ha proyectado para cada línea de producto que sea más fácil de entender para los accionistas.

A continuación, se presenta un estado de resultado proyectado en donde se puede ver reflejado el incremento en cada rubro de este:

TECNOLIFE STORE, S.A. DE C.V.									
Estado de resultado proyectado									
	2017	2019	%	Acumulado		Acumulado			
				2019	2020	%	2020	2021	%
Ventas (Ingresos operativos)	1,609,799.48	610,294.00	37.91%	2,236,390.97	703,808.70	31.47%	2,940,199.67	869,011.97	29.56%
Costo de Ventas	1,036,321.86	444,652.00	42.91%	1,480,973.86	498,134.60	33.64%	1,979,108.46	611,891.96	30.92%
Utilidad Bruta	589,775.11	165,642.00	28.09%	755,417.11	205,674.10	27.23%	961,091.21	257,120.01	26.75%
Gastos de operación	400,245.33	84,182.98	21.03%	484,428.31	88,392.12	18.25%	572,820.43	88,392.12	15.43%
Utilidad antes ISR y Reserva	189,529.78	81,459.03	42.98%	270,988.81	117,281.98	43.28%	388,270.78	168,727.89	43.46%
ISR 30%	58,054.12	24,437.71	42.09%	82,491.83	35,184.59	42.65%	117,676.42	50,618.37	43.01%
Utilidad	131,475.66	57,021.32	43.37%	188,496.98	82,097.38	43.55%	270,594.36	118,109.52	43.65%
Depreciacion	49,059.15	3,455.86	7.04%	52,515.01	3,455.86	6.58%	55,970.86	3,455.86	6.17%
Total del Flujo del Proyecto	180,534.81	60,477.17	33.50%	241,011.98	85,553.24	35.50%	326,565.22	121,565.38	37.23%

En la proyección de estado de resultado se presentó el incremento que tendrían las entidades en estudio al implementar una nueva sucursal en un centro comercial en el municipio de San Salvador, para cada año en ventas, costos de ventas, gastos y utilidad tendrían una tendencia creciente, en la utilidad bruta el incremento fue de 28% para el año 2019 en comparación con el año base 2017.

El año 2018 no se toma como referencia en el cuadro anterior debido a que fue el año en que se desarrolló el caso en estudio.

<u>Ventas (Ingresos operativos) proyectado 2019</u>	=	<u>\$610,294.00</u>	=	37.91%
Ventas (Ingresos operativos) año base 2017		\$1,609,799.48		
<u>Costo de Ventas proyectado 2019</u>	=	<u>\$444,652.00</u>	=	42.91%
Costo de Ventas año base 2017		\$1,036,321.86		
<u>Utilidad Bruta proyectada 2019</u>	=	<u>\$165,642.00</u>	=	28.09%
Utilidad Bruta año base 2017		\$589,775.11		
<u>Gastos de operación proyectados 2019</u>	=	<u>\$84,182.98</u>	=	21.03%
Gastos de operación año base 2017		\$400,245.33		
<u>Utilidad antes ISR y Reserva proyectada 2019</u>	=	<u>\$81,459.03</u>	=	42.98%
Utilidad antes ISR y Reserva año base 2017		\$189,529.78		
<u>Impuesto sobre la renta 30% proyectada 2019</u>	=	<u>\$24,437.71</u>	=	42.09%
Impuesto sobre la renta 30% año base 2017		\$58,054.12		
<u>Utilidad neta proyectada 2019</u>	=	<u>\$57,021.32</u>	=	43.37%
Utilidad neta año base 2017		\$131,475.66		

Las empresas usan los flujos de efectivo relevantes para tomar decisiones sobre los gastos de capital presupuestado. Estas decisiones se expresan como aceptación o rechazo del proyecto, utilizando diversas técnicas algunas más complejas que otras.

4.4.3.4 Determinación de los ingresos.

Para determinar los ingresos, se estimó que las ventas promedias entre ventas a contribuyentes y consumidores finales anuales de la empresa tomada de base en estudio de sus ventas reales, la proyección se presenta de acuerdo a la tabla siguiente.

Ingresos			
	2019	2020	2021
Ingresos por ventas	\$ 610,294.00	\$ 703,808.70	\$ 869,011.97
Total ingresos por ventas	\$ 610,294.00	\$ 703,808.70	\$ 869,011.97

4.4.3.5 Gastos por salarios de sucursal mensual.

El siguiente detalle presenta los gastos por salarios del nuevo proyecto, y se toma en cuenta la capacidad del personal de cada puesto; se estima que es necesario solo cuatro personas para el inicio en la apertura de una nueva sucursal, básicamente se compone por un encargado de tienda, dos vendedores y un cajero:

Puesto	Cantidad	Salario	Total salario
Encargado de tienda	1	\$600.00	\$600.00
Vendedor (1)	1	\$500.00	\$500.00
Vendedor (2)	1	\$500.00	\$500.00
Cajero	1	\$500.00	\$500.00
Total salarios mensuales			\$2,100.00

4.4.3.6 *Determinación del desembolso inicial de la inversión.*

Escenario “A”.

En el estudio económico se determina el análisis de los costos de mobiliario y equipo a utilizar en base al estudio de un sondeo de precios estimados, dicho desembolso inicial asciende a \$142,765.25 como se determina en la siguiente tabla.

Determinación de la inversión inicial	
Alquiler	\$1,600.00
Vigilancia	\$585.00
Telefonía Fija	\$20.76
Energía eléctrica	\$400.00
Servicio de agua potable	\$150.00
Publicidad	\$1,000.00
Seguros	\$350.00
Depreciación	\$287.99
Salarios	\$2,100.00
Inventario	\$67,500.00
Gastos de Organización	\$750.00
Provisiones Laborales	\$521.50
Total inversión inicial	\$75,265.25

Para el caso del inventario se realizará una reinversión a inicios del año 3 con el objeto de comprar artículos de tecnología a la vanguardia y evitar la obsolescencia de éste.

4.5 Análisis y administración del riesgo.

Administración del riesgo

El análisis de riesgo es esencial en la evaluación del proyecto ya que, si las condiciones económicas bajo las cuales una inversión es considerada rentable cambian drásticamente con el tiempo, es probable que la rentabilidad esperada cambie y por consiguiente el valor actual neto (VAN) y se convierta en un proyecto rentable. Es por esta razón que se vuelve importante verificar la sensibilidad que tiene el proyecto ante posibles cambios tanto en ventas, tasa de interés, inflación, tipo de cambio, entre otros.

La administración del riesgo está a cargo de especialistas de la empresa para su debido control y aplicación de políticas y procedimientos que aseguren la operatividad de las actividades.

Análisis de riesgo

La cuantificación del riesgo en el proyecto de inversión ha sido una de las preocupaciones centrales de los propietarios de las pequeñas empresas pertenecientes al sector en estudio, por la necesidad cada vez más creciente de responder a la normatividad emanada de las entidades reguladoras nacionales e internacionales y también para mejorar continuamente los procesos de toma de decisiones de inversión.

El desarrollo de la gestión, medición, y el control del riesgo hacen evidente la necesidad y oportunidad que hay en la actualidad para tener un control permanente del riesgo en el cual se está incurriendo al realizar una inversión ya sea de corto o de largo plazo.

Para el análisis de riesgos se tomaron como criterios a ponderar los indicadores que afectan el entorno de las empresas de compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diverso de tecnología, siendo estos los más representativos, clasificándose en cuatro categorías las cuales se encuentran subdividas en factores que generan impacto en el sector.

El riesgo cuantitativo de la inversión se plantea de forma general, así como la definición de cada uno de los principales riesgos y en la que se hace una ponderación con números del 1 al 3 que equivalen al impacto que se ha estimado, de tal forma que:

1 = Bajo Impacto

2 = Mediano Impacto

3 = Alto Impacto.

Posteriormente se valora en escala del 1 al 100, y se establece según el criterio del factor analizado en cada tipo de riesgo para obtener el indicador del riesgo:

1-30 = Riesgo bajo

31-50 = Riesgo medio

Más del 50 = Riesgo alto

VALORACION DE RIESGO
ROTACION DE INVENTARIO

N°	Tipo de riesgo	Ponderación	Impacto	Valoración	Tipo de riesgo	Total
1	Compra excesiva de inventario	3	Alto	45	Medio	135
2	Alto porcentaje de pérdidas	3	Alto	40	Medio	120
3	Obsolescencia	2	Medio	35	Medio	70
4	Deterioro	2	Medio	35	Medio	70
TOTALES		10		155		395
INDICADOR:						39.50

- La compra excesiva de inventario representa un impacto alto con riesgo medio, ya que en caso de una mala proyección de ventas podría adquirirse inventario con baja rotación ocasionando acumular productos que con el paso del tiempo se vuelven obsoletos.
- El porcentaje de pérdidas representa un impacto alto con riesgo medio, ya que estas en las ventas encarecerían el costo de la operación. Sin embargo, se puede ajustar el proceso hasta reducir el porcentaje de pérdidas en el mismo.
- La obsolescencia representa un impacto con riesgo medio, ya que por el tipo de artículos y aparatos electrónicos es requerido un cambio constante, este factor puede manejarse a través de una adecuada rotación de inventario.
- El deterioro representa un impacto con riesgo medio, ya que los equipos electrónicos están diseñados para un determinado período de operación y se puede extender su tiempo de vida con rigurosos planes de seguimiento y revisión de los mismos.

Análisis:

El riesgo de rotación de inventario se ha evaluado a 39.50 puntos lo que indica que está ubicado en riesgo medio. Se refiere al caso de que la empresa puede manejar la rotación de inventario que se posee. Se debe cuantificar este riesgo variando el nivel de rotación de inventario y observando cómo se comporta la rentabilidad de la inversión.

VALORACION DE RIESGO

MERCADO

N°	Tipo de riesgo	Ponderación	Impacto	Valoración	Tipo de riesgo	Total
1	El aumento del nivel de inflación en el país	3	Alto	70	Alto	210
2	Poca demanda de productos.	3	Alto	55	Alto	165
3	La competencia agresiva	2	Medio	60	Alto	120
TOTALES		8		185		495

INDICADOR: 61.88

- El aumento del nivel de inflación en el país, representa un impacto y riesgo alto, ya que, en caso de aumentar la inflación, el mercado se vería reducido, pues los clientes no tendrían la posibilidad de adquirir el producto y disminuiría el índice de venta.
- La poca demanda representa un impacto y riesgo alto, pues al experimentar una baja demanda se tendría equipo y mano de obra innecesaria y el indicador de ventas no incrementaría generando disminución de ganancias o pérdidas.
- La competencia agresiva representa un impacto medio y riesgo alto, esto debido a que la competencia siempre se mantendrá y deberán buscar mecanismos para impulsar un producto atractivo al mercado, el riesgo es alto ya que deben efectuarse ajustes que podrían generar reducciones en el margen de ganancias de las empresas.

Análisis:

El riesgo mercado se ha evaluado a 61.88 puntos lo que indica que está ubicado en riesgo alto. Se deben de tomar medidas preventivas por si se da un aumento excesivo en el nivel inflacionario del país o cuando el reporte de ventas demuestre que las ventas están bajando debido al mal estado de las condiciones de mercado a tal grado que la empresa se pueda ver con grandes problemas de rentabilidad.

VALORACION DE RIESGO FINANCIERO						
N°	Tipo de riesgo	Ponderación	Impacto	Valoración	Tipo de riesgo	Total
1	El incremento de las tasas de interés por financiamientos	3	Alto	80	Alto	240
2	La necesidad de nuevo financiamiento.	2	Medio	45	Medio	90
TOTALES		5		125		330
						INDICADOR: 66.00

- El incremento de tasas de interés es un impacto y riesgo alto, en virtud de que inicialmente se ha contratado obligaciones con ciertas condiciones y la variación de las mismas pueden generar incremento de deuda o mayor período para la amortización de la misma.
- La necesidad de nuevo financiamiento representa un impacto medio con riesgo medio por que podría necesitarse nuevo financiamiento, pero únicamente se puede solicitar adicionalmente. Incremento de gasto financiero.

Análisis:

El riesgo financiero se ha evaluado a 66 puntos lo que indica que está ubicado en riesgo medio. A pesar de que pueda existir una elevación de las tasas de interés del préstamo; la empresa muestra capacidad para cubrir los gastos por intereses de los cuales debe controlar el impacto de inflación para no verse afectado en el tiempo buscando mejores alternativa de financiamiento en sus inversiones.

VALORACION DE RIESGO SOCIAL Y ECONOMICO						
N°	Tipo de riesgo	Ponderación	Impacto	Valoración	Tipo de riesgo	Total
1	La rentabilidad social del proyecto	3	Alto	70	Alto	210
2	Inseguridad social por delincuencia	2	Medio	50	Medio	100
3	Costos excesivos no previstos	1	Bajo	30	Bajo	30
4	Daños por eventos naturales (terremoto, inundación, etc.)	1	Bajo	25	Bajo	25
TOTALES		7		175		365
INDICADOR:						52.14

- La rentabilidad social del proyecto es un impacto y riesgo alto debido a que la vulnerabilidad que podría generarse para el proyecto durante su período de vida útil, tanto en la fase de ejecución de la inversión como en la de operación amenazas/peligros identificados de tal forma que sean incluidos en las alternativas de solución planteadas
- El robo por delincuencia representa un impacto y riesgo medio, debido a que el entorno social es inestable y pueden generar pérdidas monetarias por causa de la delincuencia.
- Incurrir en costos excesivos no previstos es un impacto y riesgo bajo, en virtud de que al no medir eficazmente la inversión podría sobrepasar los costos de desarrollo previstos durante la fase de inicialización ocasionando incurrir en pérdidas por no disponer de los recursos suficientes para cumplir con las obligaciones asumidas y no poder desarrollar el negocio en las condiciones previstas.
- Daños por eventos naturales es un impacto y riesgo bajo, ya que en el momento del diseño de los proyectos no se tuvo en consideración o no se aplicó algún instrumento que permitiera reducir el riesgo de desastre de los mismos. Con la finalidad de tomar en consideración estos eventos de riesgo de desastre a que se enfrentan los proyectos,

es importante aplicar metodologías e instrumentos que determinen y cuantifiquen estos factores y guíen las acciones correctivas.

Análisis:

El riesgo social se ha evaluado a 52.14 puntos lo que indica que está ubicado en riesgo medio. La rentabilidad social del proyecto se buscará en la capacidad del mismo para generar empleo directo en la zona metropolitana de San Salvador. Además, la nueva sucursal será fuente de otros beneficios sociales como generación de empleos, la atracción de flujos comerciales a través de la diversificación de sus productos.

VALORACION DE RIESGO						
RIESGO TOTAL						
N°	Tipo de riesgo	Ponderación	Impacto	Valoración	Tipo de riesgo	Total
1	Rotación de inventario	3	Alto	39.50	Medio	118.5
3	Mercado	2	Medio	61.88	Alto	123.75
4	Financiero	1	Bajo	66.00	Alto	66
5	Social y económico	1	Bajo	52.14	Alto	52.14
TOTALES		7		219.52		360.39
						INDICADOR: 51.48

Análisis:

Se concluye que la investigación de riesgo total que tendrá la empresa, es del 51.48% por lo que se encuentra en riesgo medio lo cual es aceptable. Se deben establecer las acciones necesarias respaldadas por políticas apropiadas para la reducción del riesgo, el conocimiento y análisis de las amenazas, la identificación de los factores y actividades que aumentan y reducen la vulnerabilidad, y la participación de los actores relevantes para definir el “riesgo aceptado” y el “riesgo aceptable” para los proyectos de inversión a ejecutar.

4.5.1 Riesgo país.

Este riesgo encierra diferentes ámbitos tanto políticos, financieros, fiscal y tratados de comercio, que conllevan a un estudio global con el fin de analizar el comportamiento que presenta un país o un conjunto de países, el objetivo principal es medir el comportamiento financiero de un país y clasificarlo en los niveles de riesgo respectivo.

En el estudio de riesgo país pueden existir diversas tensiones comerciales y por consiguiente un grado de incertidumbre en torno a las políticas que podrían ocasionar un deterioro de confianza en las empresas, desencadenando incertidumbre en los mercados financieros, desacelerar la inversión y comercio.

El Salvador presenta una evaluación de riesgo especulativa (B), situación que coloca al país en una posición normal, para el año 2018 se realizaron cambios en las relaciones y tratados de comercio, que en hasta el momento no generaron deficiencia en las inversiones nacionales. En relación a la micro y pequeña empresa, depende en gran medida de los tratados o las políticas fiscales y comerciales que el país aplique.

Los principales retos que el país afronta son:

- Impulsar el crecimiento económico y reducir criminalidad.
- Reducir desequilibrios fiscales y estabilizar deuda pública.
- Mejorar el entorno político y de negocios, los cuales apoyan las perspectivas de crecimiento y de inversión.

4.6 Evaluación económica.

En la evaluación se incluyen flujos obtenidos a partir del estudio realizado en los diferentes entornos que se pretende ejecutar en el proyecto, además se hace un análisis del valor actual neto (VAN) y tasa interna de retorno (TIR).

La VAN es uno de los métodos más comunes y más aceptados por los evaluadores de los proyectos de inversión, mide la rentabilidad de éste en valores monetarios que excede a la rentabilidad que el inversionista desea después de recuperar toda la inversión. Para ello, se calculó el valor de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer período de operación y se resta la inversión total expresada en el momento cero. Si el resultado es mayor que cero, este mostrará cuanto se gana en el proyecto, después de recuperar la inversión.

La TIR es la tasa de interés que iguala el valor presente de los flujos positivos esperados a futuro con los desembolsos negativos, este método mide la rentabilidad como un porcentaje.

4.6.1 Flujo de caja para proyecto de una nueva sucursal.

Cuando determinamos el flujo de caja es necesario tomar en cuenta los datos establecidos en la inversión inicial.

Flujo de caja para proyecto nueva sucursal				
Rubros		Años		
		2019	2020	2021
Inversión inicial	(142,765.25)			
Ventas contribuyentes		516,989.00	600,838.45	751,500.80
Ventas consumidores		93,305.00	102,970.25	117,511.18
Total ingresos		610,294.00	703,808.70	869,011.97
Costo de Ventas		444,652.00	498,134.60	611,891.96
Utilidad bruta		165,642.00	205,674.10	257,120.01

Gastos de operación	0.00	0.00	0.00
Total gastos de operación	84,182.98	88,392.12	88,392.12
Utilidad antes impuesto y reserva	81,459.03	117,281.98	168,727.89
Impuesto sobre renta 30%	24,437.71	35,184.59	50,618.37
Utilidad	57,021.32	82,097.38	118,109.52
Depreciación	3,455.86	3,455.86	3,455.86
Total del flujo del proyecto	(142,765.25)	60,477.17	85,553.24
			121,565.38

Una vez obtenidos los flujos de caja para los años que se espera rinda el proyecto, se calcula el VAN, la TIR y el período de recuperación, para el proyecto, los tres análisis anteriores, quedan así:

Dónde:

VAN	\$85,416.80
TIR	44.39%
PR	1.73

Una vez obtenidos los resultados del proyecto de inversión como la VAN que obtendría de \$85,416.80 y la TIR de 44.39% y el período de recuperación con 1.73 se concluye que este es un proyecto rentable y viable para el inversionista la apertura de una nueva sucursal para la venta de equipos electrónicos y accesorios de computadoras en el centro comercial Metrocentro dado que, además de generar un valor actual neto favorable, también ofrece una tasa interna de retorno y el período de recuperación de la inversión aceptable.

Al hacer el cálculo del VAN se obtiene que el proyecto resulta muy bueno, ya que ofrece una ganancia de \$85,416.80.

Análisis de reinversión:**REINVERSION DE INVENTARIO****Datos del proyecto con reinversión**

-75,265.25	Inversión Año 0
60,477	Flujo año 1
85,553	Flujo año 2
121,565	Flujo año 3
12.00%	Tasa esperada por el inversionista
208,727.22	Valor Actual Neto de los flujos
-67,500	Reinversión año 3

Datos para el método descontado

-75,265.25	Inversión Año 0
-48,045	Valor presente de la reinversión
-123,310	Inversión total

Reinversión descontada

$$\begin{array}{rcl} \text{Reinversión año 3} & * & (1 + \text{Tasa esperada por el inversionista})^{-t} \\ -67,500.00 & * & (1 + 0.12)^{-3} = -48,045.17 \end{array}$$

Método descontado

$$\begin{array}{rcl} \text{Inversión inicial} & + & \text{valor descontado de la reinversión} \\ -75,265.25 & + & -48,045.17 = -123,310.42 \end{array}$$

Valor actual neto

$$\begin{array}{rcl} \text{Valor actual de los flujos} & + & \text{valor actual de inversión} \\ 208,727.22 & + & -123,310.42 = 85,416.80 \end{array}$$

Se recomienda realizar una inyección de efectivo destinado a inventarios, con el fin de que el proyecto cuente con aparatos electrónicos de última generación, así como accesorios apegados a la tecnología, la sugerencia nace ya que los aparatos electrónicos y accesorios tienden a sufrir de obsolescencia y deterioro.

El método consiste en descontar a una tasa ya sea la esperada por el inversionista o por medio de una deuda, dicho desembolso de traer al año cero para calcular el valor de la TIR real, este es un método de TIRM tasa interna de retorno múltiple. Su aplicación es la siguiente

$$\text{TIRM} = \$67,500.00 \cdot (1+0.12)^{-3} = \$48,045.17$$

$$\text{VAN} = -A + \frac{Q_1}{(1+k)^1} + \frac{Q_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{Q_n}{(1+k)^n}$$

		1		2		3	
VAN =	-123,310.42	+	$\frac{60,477.00}{(1+0.12)^1}$	+	$\frac{85,553.00}{(1+0.12)^2}$	+	$\frac{121,565.00}{(1+0.12)^3}$
VAN =	-123,310.42	+	53,997.32	+	68,202.33	+	86,527.57
VAN =	85,416.80						

$$\text{TIR} = \left\{ \frac{F_1}{(1+I)^1} + \frac{F_2}{(1+I)^2} + \frac{F_n}{(1+I)^n} \right\}$$

44.39%		1		2		3	
TIR =	-123,310.42	+	$\frac{60,477.00}{(1+0.4439)}$	+	$\frac{85,553.00}{(1+0.4439)^2}$	+	$\frac{121,565.00}{(1+0.4439)^3}$
TIR =	-123,310.42	+	41,885.75	+	41,038.11	+	40,386.55
TIR =	VAN	=	0.00				

Para el caso de la TIR, dado que no existe una fórmula para determinar dicha tasa, esta se calcula por interpolación, es decir se debe encontrar una tasa que presente un VAN positivo y un VAN negativo cercanos a cero.

4.6.2 Análisis del período de recuperación.

El período de recuperación se calcula sumando los flujos netos de efectivo hasta que dé el monto de la inversión inicial. Si el período de recuperación se obtiene antes del tiempo estipulado, pero no da exactamente la inversión inicial se divide el flujo neto de efectivo anterior entre la cantidad del flujo neto de efectivo que sobrepasa la cantidad.

Años	Flujos	Flujos Acumulados
0	-123,310.42	-123,310.42
1	60,477.00	-62,833.42
2	85,553.00	22,719.58
3	121,565.00	144,284.58

El cálculo del período de recuperación del proyecto se hizo a partir de la fórmula siguiente:

$$PR = \frac{\text{año de la recuperación} + (\text{Desembolsos no recuperados en el año de la recuperación})}{\text{Flujo de efectivo del año de la recuperación}}$$

Donde:

- a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.
- b = Inversión Inicial.
- c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.
- d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Así, los datos son:

- a = 1 año
- b = \$123,310.42
- c = \$60,477.00
- d = \$85,553.00

$$PRI = 1 + \frac{(\$123,310.42 - \$60,477.00)}{\$85,553.00} = 1 + \frac{\$62,833.42}{\$85,553.00} = 1.73 \text{ años}$$

La WACC se calcula en base a las tasas e impuesto que posee el proyecto, es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión.

	WACC				
	Valor	Participación	Costo	Costo prom.	C
Deuda	\$ 80,151.77	A 65%	B 18.0%	C 11.70%	A*B = C
Recursos propios	\$ 43,158.65	A 35%	B 12%	C 4.2%	A*B = C
Total	\$ 123,310.42	100%		15.90000%	WACC
Tio	12%	Tasa interés esperada por el inversionista			
Tasa i	18%	Tasa interés de la deuda			
Impuesto	30%	Tasa impositiva			
Costo de la deuda	12.60%	Tasa interés*(1-impuesto) = 18%*(1-30%)			

Análisis:

Para el cálculo de la deuda se ha presentado una sugerencia de préstamos financiero con el Banco Cuscatlán a una tasa de 18% con un valor de \$ 80,151.77 que representa el 65% del financiamiento del proyecto, el inversionista espera una tasa de 12% por sus fondos propios, al aplicar la formula se determina que la tasa de costo promedio ponderado será del 15.90%.

Calculo de EVA (Valor económico agregado).

\$ 57,021.32	Utilidad proyectada año 2019 después de impuesto
\$ 146,871.38	Activo corriente - pasivo corriente año base 2017
15.90%	WACC
\$ 23,352.55	Valor contable x wacc
\$ 33,668.77	Utilidad proyectada - costo de capital \$

EVA =	\$	57,021.32	-	(\$146,871.38 * 15.90%)
=	\$	57,021.32	-	\$ 23,352.55
=	\$	33,668.77		

Se tomó como base la utilidad operacional menos el impuesto sobre renta del año 2019, menos el capital con que se sustentará el proyecto. Para este caso el inventario más propiedad planta y equipo, el resultado de la resta lo multiplicamos por la WACC (coste promedio ponderado).

4.6.3 Análisis hipotético de inversión inicial.

Escenario B se disminuyó la inversión inicial a \$100,000.00. En este caso los flujos de caja presentados se mantienen constantes igual como en el escenario "A" de cada período para los años que se espera desarrollar el proyecto; se calcula el VAN, la TIR y el período de recuperación, los tres análisis quedan así:

Dónde:

			1		2		3	
VAN	=	-100,000.00	+	$\frac{60,477.00}{(1+0.12)^1}$	+	$\frac{85,553.00}{(1+0.12)^2}$	+	$\frac{121,565.00}{(1+0.12)^3}$
VAN	=	-100,000.00	+	53,997.32	+	68,202.33	+	86,527.57
VAN	=	108,727.00						

VAN	\$108,727.22
TIR	60.75%
PR	1.46

Obtenidos los resultados del proyecto de inversión como la VAN, se obtiene \$108,727.22 y la TIR de 60.745% y el período de recuperación con 1,46 años se concluye que este es un proyecto rentable y viable para el inversionista en la apertura de una nueva sucursal para la venta de equipos electrónicos y accesorios de computadoras en un centro comercial dado que, además de generar un valor actual neto alto, también ofrece una tasa interna de retorno y el período de recuperación de la inversión favorable.

60.75%			1		2		3	
TIR	=	-100,000.00	+	$\frac{60,477.00}{(1+0.6075)}$	+	$\frac{85,553.00}{(1+0.6075)^2}$	+	$\frac{121,565.00}{(1+0.6075)^3}$
TIR	=	-100,000.00	+	37,626.45	+	33,108.03	+	29,265.48
TIR	=	VAN	=	0				

Así, los datos son:

a	=	1 año
b	=	\$100,000.00
c	=	\$60,477.00
d	=	\$85,553.00

PRI	=	$1 + \frac{(\$100000.00 - \$60,477.00)}{\$85,553.00}$	=	$\frac{\$39,523.00}{\$85,553.00}$	=	1.46 años
-----	---	---	---	-----------------------------------	---	-----------

	WACC				
	Valor	Participación	Costo	Costo prom.	C
Deuda	\$ 65,000.00	A 65%	B 18%	C 11.70%	A*B = C
Recursos propios	\$ 35,000.00	A 35%	B 12%	C 4.2%	A*B = C
Total	\$ 100,000.00	100%		15.90000%	WACC
Tio	12%	Tasa Interes esperada por el inversionistas			
Tasa i	18%	Tasa interes de la deuda			
Impuesto	30%	Tasa impositiva			
Costo de la deuda	12.60%	Tasa interes*(1-impuesto)=18%*(1-30%)			

Para el cálculo de la deuda, se ha presentado una sugerencia de préstamos financiero con el Banco Cuscatlán a una tasa de 18% con un valor de \$65,000.00 que representa el 65%

del financiamiento del proyecto; el inversionista espera una tasa de 12% por sus fondos propios equivalentes a \$35,000.00 al aplicar la formula, se determina que la tasa de coste promedio ponderado será del 15.90%.

Para el escenario C, aumentó la inversión inicial a \$200,000.00; en este caso los flujos de caja presentados se mantienen constantes igual como en el escenario "A" de cada período para los años que se espera rinda el proyecto, se calcula el VAN, la TIR y el período de recuperación, los tres análisis quedan así:

Dónde:

Análisis de escenario de inversión inicial a \$200,000.00

VAN	\$8,727.22
TIR	14.25%
PR	2.63

14.25%	1	2	3
TIR = -200,000.00	+ $\frac{60,477.00}{(1+0.1425)}$	+ $\frac{85,553.00}{(1+0.1425)^2}$	+ $\frac{121,565.00}{(1+0.1425)^3}$
TIR = -200,000.00	+ 52,936.32	+ 65,548.21	+ 81,515.45
TIR = VAN	=	0	

Obtenidos los resultados del proyecto de inversión como la VAN, se obtuvo \$8,727.22 y la TIR de 14.25% y el período de recuperación con 2.44 años; se concluye que este proyecto no es rentable para el inversionista en la apertura de una nueva sucursal para la venta de equipos electrónicos y accesorios de computadoras en un centro comercial dado que, además de generar un valor actual neto desfavorable respecto a los escenarios A y B, también ofrece una tasa interna de retorno inferior y el período de recuperación de la inversión es mayor.

Así, los datos son:	
a	= 2 años
b	= \$200,000.00
c	= \$146,030.00
d	= \$121,565.00

PRI =	$\frac{2 + (\$200,000.00 - \$146,030.00)}{\$121,565.00}$	=	$\frac{\$53,970.00}{\$121,565.00}$	=	2.44
-------	--	---	------------------------------------	---	------

		1	2	3
VAN	=	$-200,000.00 + \frac{60,477.00}{(1+0.12)^1}$	$+ \frac{85,553.00}{(1+0.12)^2}$	$+ \frac{121,565.00}{(1+0.12)^3}$
VAN	=	$-200,000.00 + 53,997.32$	$+ 68,202.33$	$+ 86,527.57$
VAN	=	$8,727.22$		

	WACC				
	Valor	Participación	Costo	Costo prom.	C
Deuda	\$ 130,000.00	A 65%	B 18.0%	C 11.70%	A*B = C
Recursos propios	\$ 70,000.00	A 35%	B 12%	C 4.2%	A*B = C
Total	\$ 200,000.00	100%		15.90000%	WACC
Tio	12%	Tasa Interes esperada por el inversionistas			
Tasa i	18%	Tasa interes de la deuda			
Impuesto	30%	Tasa impositiva			
Costo de la deuda	12.60%	Tasa interes*(1-impuesto)=18%*(1-30%)			

Para el cálculo de la deuda, se ha presentado una sugerencia de préstamos financiero con el Banco Cuscatlán a una tasa de 18% con un valor de \$130,000.00 que representa el 65% del financiamiento del proyecto, el inversionista espera una tasa de 12% por sus fondos propios equivalentes a \$70,000.00; al aplicar la fórmula se determina que la tasa de coste promedio ponderado será del 15.90%. El índice de endeudamiento se eleva al compararlo con la deuda propuesta en el escenario A y B.

4.6.4 Conclusiones y recomendaciones del proyecto.

Basados en el análisis financiero sobre la situación global de empresa, se recomienda que se ejecute el proyecto, ya que este aumentaría la liquidez y disponibilidad de efectivo por medio de los ingresos generados, así como un aumento en los márgenes de ganancia.

Al hacer el estudio sobre apertura de una nueva sucursal se deben considerar diferentes áreas al momento de tomar la decisión, estas son:

- **Estudio técnico.**

Según este la ubicación de la nueva sucursal está en un punto estratégico donde ya hay un mercado establecido y es perfecto para iniciar con la apertura de esta sucursal, así como también la distribución del área física de esta.

- **Estudio administrativo.**

En este se considera todo el personal que se encuentra en la tienda y descripción de puestos, asignándoles a cada uno de sus funciones a desempeñar.

- **Estudio económico.**

Conforme a los resultados obtenidos en los flujos de efectivo del proyecto se puede ver que:

- Se obtiene una margen de ganancia antes de impuestos sobre la renta y reserva de 16.48%
- El valor actual neto \$ 85,416.80 que es positivo.
- La tasa interna de retorno es 44.39%
- Período de recuperación es 1.73

Por lo anterior es una propuesta de inversión recomendable y aceptable ya que la inversión se recupera en no más de dos años.

CONCLUSIONES

Se concluye que:

- Las pequeñas empresas comerciales de compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos a las tecnologías son importantes en la generación en la actividad económica del país, pero no todas poseen herramientas de planificación estratégica que les permita poseer mayor rendimiento en sus operaciones.
- Las empresas que pertenecen al sector en estudio perciben que este tipo de negocios es rentable, sin embargo desconocen de estrategias definidas que les permita maximizar sus recursos financieros, humanos y técnicos en la expansión del mercado nacional ya que consideran de alto costo diseñar un plan estratégico de inversión.
- El desarrollo en el mercado nacional permitirá mayores beneficios económicos y contribuirá a la generación de empleos en el área de San Salvador; es por ello que se deben de considerar los factores que afectarían a las pequeñas empresas en términos financieros, estratégicos y de riesgos.
- La globalización tecnológica ha generado un aumento en el consumo de productos y accesorios que faciliten la vida cotidiana del ser humano, sin embargo las condiciones socio políticas influyen de forma directa en el crecimiento de las mismas e influyen en el clima de inversión de nuestro país.
- Establecer nuevas sucursales en puntos estratégicos con productos competitivos genera mayores posibilidades de éxitos; por tal razón, no todas poseen la capacidad económica para establecer este tipo de inversión.

RECOMENDACIONES

- Las pequeñas empresas comerciales de compra y venta de aparatos electrónicos y accesorios diversos se deben organizar como gremio para realizar una búsqueda de asistencia técnica de proyectos y así poder aplicar una guía que permita actuar con certeza y alcanzar las metas propuestas en una nueva inversión.
- Que las empresas del sector en estudio se avoquen a universidades y facultades de ciencias económicas donde se les pueda brindar asesorías sobre la implementación de un plan estratégico de inversión. así mismo, solicitar pasantías que les asesore en el desarrollo de un nuevo proyecto.
- Al momento de planificar la estrategia se deben de tomar en cuenta, herramientas que permitan evaluar la factibilidad, viabilidad y riesgo de un proyecto, por medio de análisis financiero y técnico, que presente datos razonables para la toma de decisiones.
- Realizar un estudio de los principales riesgos que afectarían el clima de inversión para el sector, analizando las posibles variables externas que impactarían el desarrollo del proyecto.
- Buscar financiamiento externo que permita la apertura de una nueva sucursal en un centro comercial, estableciendo políticas de endeudamiento, determinando un período de recuperación y proyectando flujos de cajas que permita aceptar o rechazar el proyecto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Botella, F. (2016). Revolución Económica Latina. 3-4.
- Chacón, M. L. (2009). Encuesta "Necesidades tecnológicas de las Pymes El Salvador". *Necesidades tecnológicas de las Pymes El Salvador*, 14-17.
- Chorro, M. (2010). Financiamiento a la inversión para pequeñas y medianas entidades. *Cepal*.
- CONAMYPE. (2015). *revista anual de CONAMYPE*.
- CONAMYPE. (2017). Encuesta nacional de la micro y pequeña empresa. *Encuesta nacional de la micro y pequeña empresa*.
- Espinoza, F. S. (2010). Proyectos de inversión. *Editorial tecnológica, 1a edición*.
- fornos, M. d. (2015). Administración financiera 1, segunda edición.
- FUSADES. (2013). Encuesta de competitividad empresarial. *Desempeño de la competitividad*, 6.
- FUSADES. (2013). Encuesta de competitividad empresarial. *Desempeño de la competitividad*, 7.
- FUSADES. (2015). La pequeña empresa en El Salvador. *Informe anual de la micro y pequeña empresa*.
- FUSADES. (2017). análisis de coyuntura económica. *Análisis de coyuntura económica*.
- Gitman, L. j. (2007). principios de la administración financiera.
- Granadino, S. H. (2017). La empresa pequeña. *El Salvador coyuntura económica*, 31.
- heyne, p. (2005). *teoría ocupacional del interés del dinero*. cfe.
- Horne, J. V. (2010). Fundamentos de administración financiera.
- La Tecnología Actual en Nuestra Sociedad. (07 de Agosto de 2017). *SCRIB*. Obtenido de La Tecnología Actual en Nuestra Sociedad:
<https://es.scribd.com/document/355749867/La-Tecnologia-Actual-en-Nuestra-Sociedad-FULL>
- León, N. d. (2012). Administración de la Pequeña Empresa. *Red del tercer milenio*.
- Manez, R. (2018). Matriz BGC.

- Mark, O. (2014). Historia de los centros comerciales. *Historias financieras*.
- MINEC-DIGESTIC. (2012-2013). Revista anual economica de El salvador.
- OIM, E. d. (2012). Planteamientos Estrategico Financiero.
- Ponce, H. (2008). La Matriz FODA.
- Ruiz, S. H. (2013). La pequeña empresa. *El Salvador y la coyuntura economica*.
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORE, S.A. DE C.V.
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluacion de Proyectos de Inversion*. MEXico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Varajas, S. (2017). Perspectivas de la micro y pequeña empresa.
- Veracruzana, U. (2013). Presupuesto de Capital. *Finanzas corportivas*.
- Villaran, K. (2009). Plan de negocios.
- Zevallos. (2015). Análisis estratégico para el desarrollo de la Pequeña Empresa. *Análisis estratégicos*.

ANEXOS

ÍNDICE ANEXOS

Anexo A: Cuestionario.

Anexo B: Tabulación de datos del cuestionario.

Anexo C: Registro Administrativo de Solvencias DIGESTIC.

Anexo D: Proyección mensual de ventas 2019 – 2021.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA



CUESTIONARIO

“PLAN ESTRATÉGICO DE INVERSIÓN PARA PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALES DE COMPRA Y VENTA DE APARATOS ELECTRÓNICOS Y ACCESORIOS DIVERSOS DE TECNOLOGÍA UBICADAS EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR”

Institución:	
Área:	

Dirigido a: Gerentes, propietarios, jefes de sucursal y contadores generales, según corresponda de las pequeñas empresas que se dedican al sector en estudio.

Objetivo: Obtener información relevante que facilite la elaboración de un proyecto de inversión en pequeñas empresas que se dedican al sector en estudio.

Propósito: La presente guía de preguntas, ha sido elaborada por estudiantes de la carrera de Licenciatura de Contaduría Pública, con el fin de sustentar el trabajo de investigación relacionado a la elaboración de un proyecto de inversión ejecutado por pequeñas empresas pertenecientes al sector en estudio.

Indicaciones: Marque con una “X” la respuesta que usted considere adecuada según su criterio o complementar según sea el caso. En algunas preguntas se le pedirá seleccionar más de una opción.

Pregunta N° 1:

Objetivo: medir el nivel de importancia que se le da a los planes estratégicos enfocados en nuevos proyectos de inversión y expansión de las empresas del sector en estudio.

Según su criterio ¿La entidad posee un plan estratégico para proyectos de inversión?

- a) Si
- b) No

Pregunta N° 2:

Objetivo: clasificar el posicionamiento de mercado de las entidades conforme al tiempo de operación.

De acuerdo a los siguientes rangos de períodos indique ¿Cuántos años de permanencia en el mercado posee la entidad?

- a) 1 a 3 años
- b) 3 a 5 años
- c) 5 a 10 años
- d) 10 a 15 años
- e) Más de 15 años

Pregunta N° 3:

Objetivo: determinar si la entidad aplica presupuestos alineados con los objetivos planeados.

¿Qué grado de importancia se le considera a la utilización de presupuestos para distintas áreas en un período?

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

Pregunta N° 4:

Objetivo: analizar los tipos de presupuestos que implementa la administración en un período.

¿Qué tipo de presupuestos utilizan en un período económico a nivel global? Puede seleccionar más de una opción.

- a) Presupuesto de ventas
- b) Presupuesto de compras
- c) Presupuesto de operaciones
- d) Presupuesto financiero
- e) Presupuesto de importaciones

Pregunta N° 5:

Objetivo: medir el nivel de expansión que han obtenido las empresas en el municipio de San Salvador.

¿Cuántas sucursales posee la empresa en el municipio de San Salvador?

- a) 1 a 2
- b) 3 a 5
- c) 6 a 10
- d) Más de 10

Pregunta N° 6:

Objetivo: indagar sobre los proyectos a implementar para lograr un mejor posicionamiento en el mercado de las empresas a corto plazo.

¿Cuál de los siguientes objetivos a corto plazo se ha propuesto lograr la empresa? Puede seleccionar más de una opción.

- a) Apertura de nuevas sucursales
- b) Incrementar clientes
- c) Mejorar el posicionamiento en el mercado
- d) Diversificar sus productos
- e) Ninguna de los anteriores

Pregunta N° 7:

Objetivo: identificar los estudios financieros que la entidad aplica para medir sus resultados en un período determinado.

De acuerdo a su criterio ¿Qué tipo de rentabilidad calcula la empresa? Puede seleccionar más de una opción.

- a) Rentabilidad sobre ventas
- b) Rentabilidad financiera
- c) Rentabilidad en inversiones

Pregunta N° 8:

Objetivo: indagar si la entidad aplica uno o más métodos financieros para evaluar sus resultados a final de un período.

En el caso de aplicar análisis de rentabilidad ¿Cuál de los siguientes métodos financieros utilizan? Puede seleccionar más de una opción.

- a) Razones financieras
- b) Indicadores financieros
- c) Análisis horizontal
- d) Análisis vertical
- e) Todas las anteriores

Pregunta N° 9:

Objetivo: determinar si las empresas utilizan análisis para evaluar sus rendimientos y obtener las principales.

De acuerdo a su criterio ¿Qué tipo de análisis utiliza la entidad para medir el rendimiento de un período contable?

- a) Análisis de rentabilidad
- b) Análisis de punto de equilibrio
- c) Análisis costo beneficio
- d) No se realiza

Pregunta N° 10:

Objetivo: verificar el método de interés que la empresa utiliza al elaborar un proyecto de inversión.

De los siguientes métodos ¿Cuáles considera relevantes la empresa para la elaboración de proyectos de inversión?

- a) Valor presente neto
- b) Tasa interna de retorno
- c) Costo beneficio
- d) Ninguna de las anteriores

Pregunta N° 11:

Objetivo: proponer alternativas para la ejecución de un nuevo proyecto de inversión.

De acuerdo a la situación actual de la empresa ¿A qué plazo tiene planeado ejecutar nuevos proyectos?

- a) Corto
- b) Mediano
- c) Largo
- d) Sin definir

Pregunta N° 12:

Objetivo: validar si las empresas poseen planes de expansión en el mercado.

¿La empresa tiene planes de expandir sus operaciones comerciales en el municipio de San Salvador?

- a) Si
- b) No

Pregunta N° 13:

Objetivo: determinar el criterio que considera la empresa al momento de expandirse en el mercado.

De acuerdo a su criterio ¿Qué tipos de estudio considera apropiados utilizar al momento de expandirse al mercado?

- a) Oferta y demanda
- b) Factibilidad de ubicación
- c) Estudio económico
- d) Seguridad territorial
- e) Ninguno

Pregunta N° 14:

Objetivo: establecer las posibles causas que estén ocasionando el estancamiento de flujos de efectivo.

¿Cuál de los siguientes factores considera que pueden representar una limitante para poder llevar a cabo el desarrollo de nuevos proyectos de inversión?

- a) Políticos
- b) Acceso al financiamiento
- c) Económico y financiero
- d) Entorno social
- e) Todas las anteriores

Pregunta N° 15:

Objetivo: detallar las posibles fuentes de financiamiento que la compañía puede utilizar en caso de invertir en un proyecto.

De acuerdo a su criterio, en el escenario de aperturar una nueva sucursal ¿Qué tipo de financiamiento utilizaría?

- a) Propio
- b) Accionistas
- c) Sistema financiero
- d) Otros

Pregunta N° 16:

Objetivo: indagar si la empresa posee guías que orienten al desarrollo de plan estratégico de inversión del sector en estudio con enfoque en la apertura de una sucursal.

¿La empresa cuenta con una guía sobre planes de inversión enfocada a la apertura de sucursales?

- a) Si
- b) No

Pregunta N° 17:

Objetivo: medir la importancia que tendrá la empresa en contar con una guía financiera que les facilite la ejecución del proyecto de inversión.

¿Considera importante contar con una guía financiera para proyectos de inversión enfocada en la apertura de sucursales?

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

Pregunta N° 18:

Objetivo: obtener el rango de facturación que posee la empresa para establecer métodos y herramientas a utilizar en el plan estratégico de inversión del sector en estudio.

De acuerdo a la situación actual de la empresa ¿Cuál es el nivel de facturación mensual promedio que tiene en el año 2018?

- a) Menos de \$ 2,500
- b) Entre \$ 2,500 a \$ 5,000
- c) Entre \$ 5,000 a \$ 10,000
- d) De \$ 10,000 a \$ 25,000
- e) De \$ 25,000 a \$ 50,000

Pregunta N° 19:

Objetivo: determinar el porcentaje de rentabilidad que posee la empresa para establecer métodos y herramientas a utilizar en el plan estratégico de inversión del sector en estudio.

¿Cuál ha sido la evolución de la rentabilidad de su empresa en el año 2017, en comparación con el ejercicio económico 2016?

- a) 0 a 10%
- b) 10 al 20%
- c) + 20%
- d) Se mantiene línea recta
- e) Ha disminuido

Pregunta N° 20:

Objetivo: obtener la proyección de rentabilidad que la empresa ha estimado para establecer métodos y herramientas a utilizar en el plan estratégico de inversión del sector en estudio.

De acuerdo a la situación actual de la empresa ¿Cómo estima que será la rentabilidad de la empresa en el año 2018 en comparación con el año 2017?

- a) 0 a 10%
- b) 10 al 20%
- c) + 20%
- d) Se mantiene línea recta
- e) Ha disminuido

Pregunta N° 21:

Objetivo: indagar el nivel de endeudamiento que la empresa ha sufrido entre 2015 y 2017 para establecer métodos y herramientas a utilizar en el plan estratégico de inversión del sector en estudio.

¿Qué evolución ha experimentado el nivel de endeudamiento de la empresa en los últimos tres años?

- a) Mucho
- b) Poco
- c) Nada

Pregunta N° 22:

Objetivo: identificar si la empresa ha obtenido fuente de financiamiento para establecer métodos y herramientas a utilizar en el plan estratégico de inversión del sector en estudio.

¿Qué fuentes de financiamiento ha utilizado la empresa para costear y apoyar los proyectos de inversión?

- a) Bancos
- b) Entidades del exterior
- c) Autofinanciación - reinversión de utilidades
- d) Proveedores
- e) No posee ninguna

Pregunta N° 23:

Objetivo: determinar el impacto financiero y estratégico que se lograría, al contar la empresa con un plan de inversión.

A su criterio señale ¿Cuál de las siguientes opciones beneficiaría a la empresa, al implementar un plan estratégico de inversión?

- a) No perder posicionamiento frente a inversiones realizadas por la competencia
- b) Aprovechar la salida de competidores del mercado
- c) Acompañar la inversión efectuada por proveedores
- d) Alinearse con inversiones de sus clientes
- e) Otros

Pregunta N° 24:

Objetivo: obtener lista de métodos y estrategias que la empresa ha propuesto incluir para considerarlas e implementarlas en el plan estratégico de inversión del sector en estudio.

¿Qué métodos y estrategias considera convenientes incluir en el plan estratégico de inversión de la empresa?

- a) Ampliación en diversificación de sus productos
- b) Nuevos proyectos pequeños en relación con las operaciones actuales
- c) Nuevos proyectos grandes en relación con las operaciones actuales
- d) Apertura de sucursales
- e) Exportación
- f) Inversión en Bolsa de Valores
- g) Otros

¡Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar este cuestionario

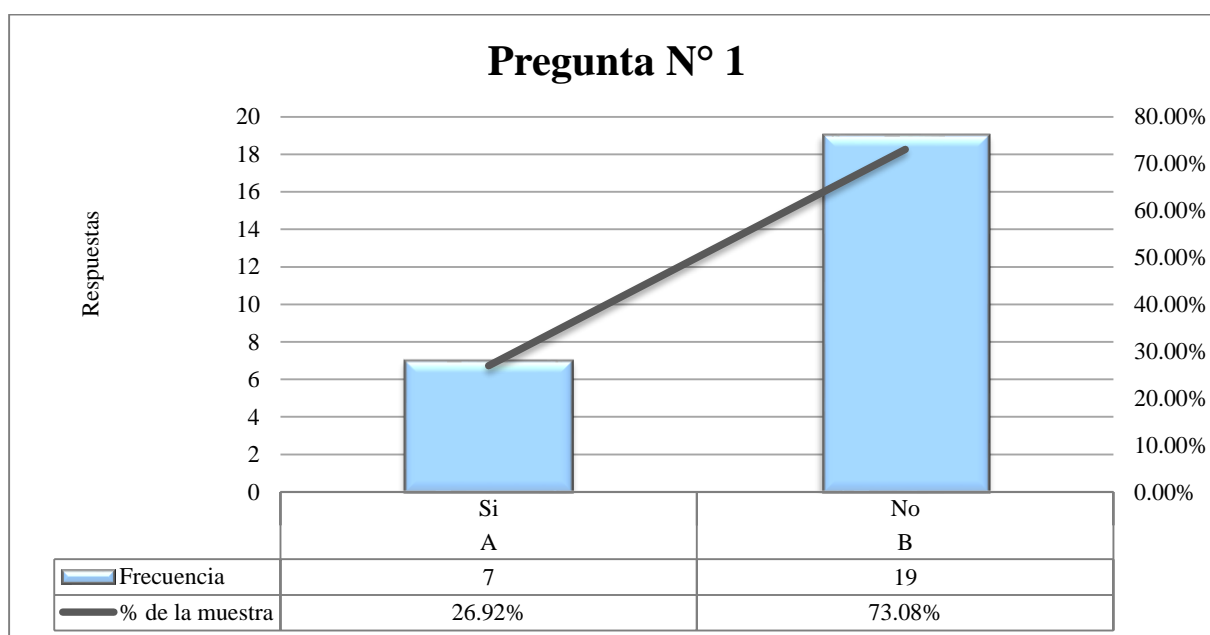
TABULACIÓN DE DATOS DEL CUESTIONARIO

Pregunta N° 1:

Según su criterio ¿La entidad posee un plan estratégico para proyectos de inversión?

Objetivo: medir el nivel de importancia que se le da a los planes estratégicos enfocados en nuevos proyectos de inversión y expansión de las empresas del sector en estudio.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Si	7	26.92%
B	No	19	73.08%
	Totales	26	100.00%



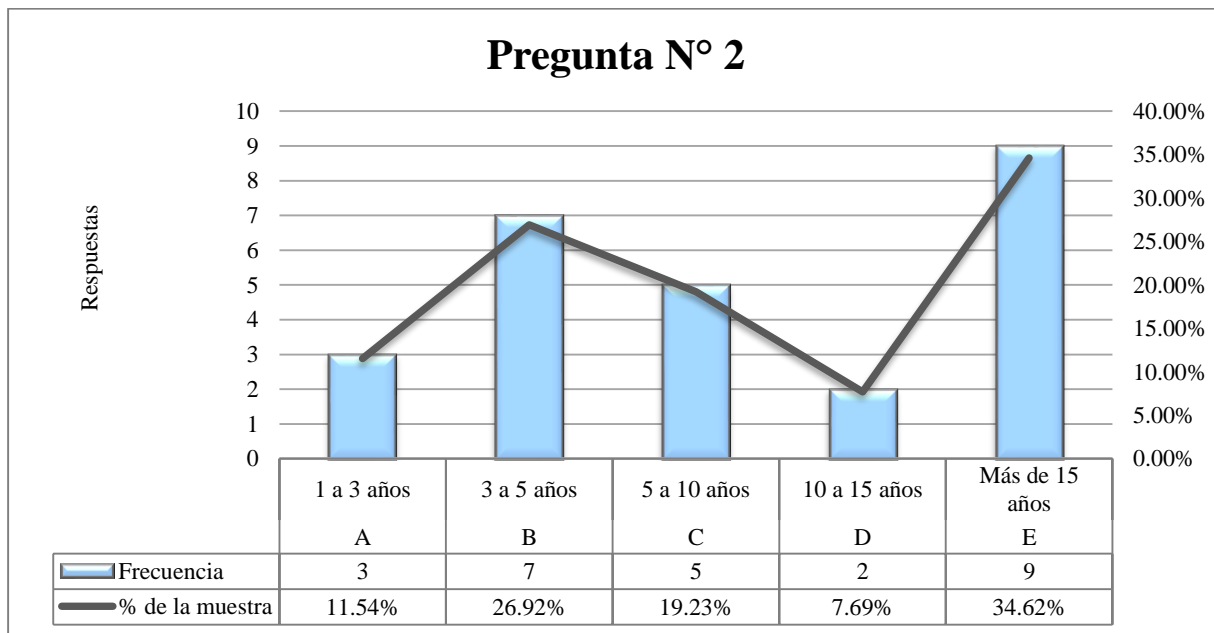
Comentario: esta figura muestra que el 73.08% no poseen un plan estratégico de inversión, sin embargo, un 26.92% consideran necesario la utilización de plan de inversión en nuevos proyectos. Por tanto, se considera la viabilidad de presentar un plan estratégico de inversión.

Pregunta N° 2:

De acuerdo a los siguientes rangos de períodos indique ¿Cuántos años de permanencia en el mercado posee la entidad?

Objetivo: clasificar el posicionamiento de mercado de las entidades conforme al tiempo de operación.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	1 a 3 años	3	11.54%
B	3 a 5 años	7	26.92%
C	5 a 10 años	5	19.23%
D	10 a 15 años	2	7.69%
E	Más de 15 años	9	34.62%
	Totales	26	100.00%



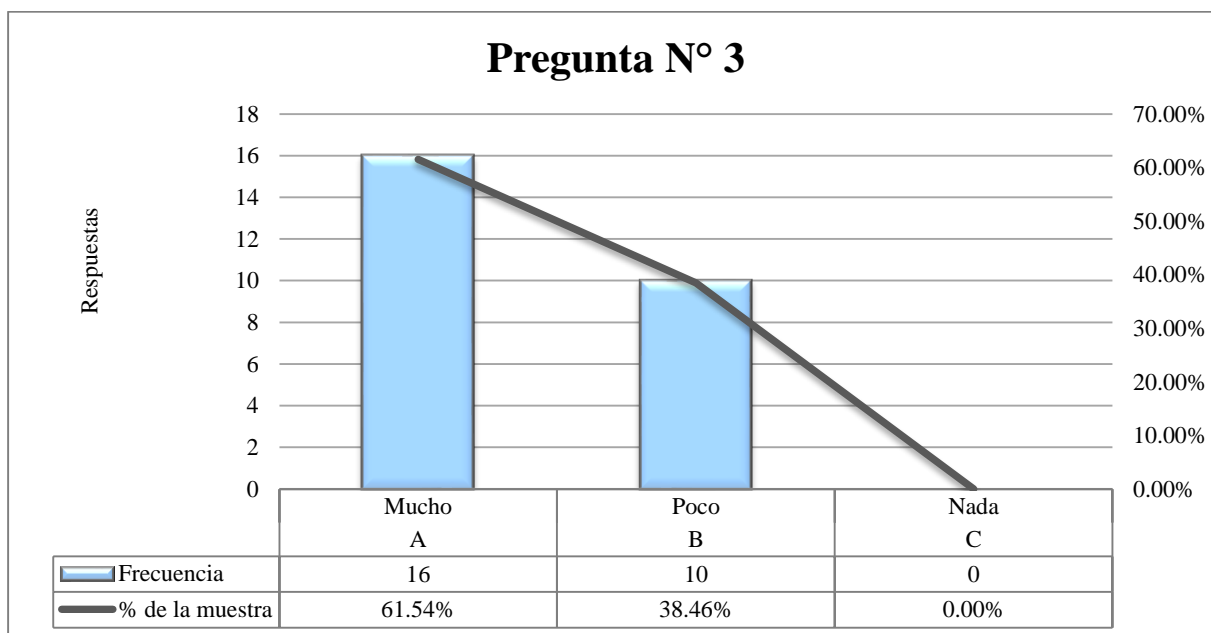
Comentario: en tan importante investigación la unidad de análisis posee diferentes años de trayectoria, el mayor porcentaje son las entidades de más de 15 años de estar presentes en el mercado nacional con un 34.62%, para lo cual es de mucha ayuda tener opiniones diversas en relación a experiencia.

Pregunta N° 3:

¿Qué grado de importancia se le considera a la utilización de presupuestos para distintas áreas en un período?

Objetivo: determinar si la entidad aplica presupuestos alineados con los objetivos planeados.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Mucho	16	61.54%
B	Poco	10	38.46%
C	Nada	0	0.00%
	Totales	26	100.00%



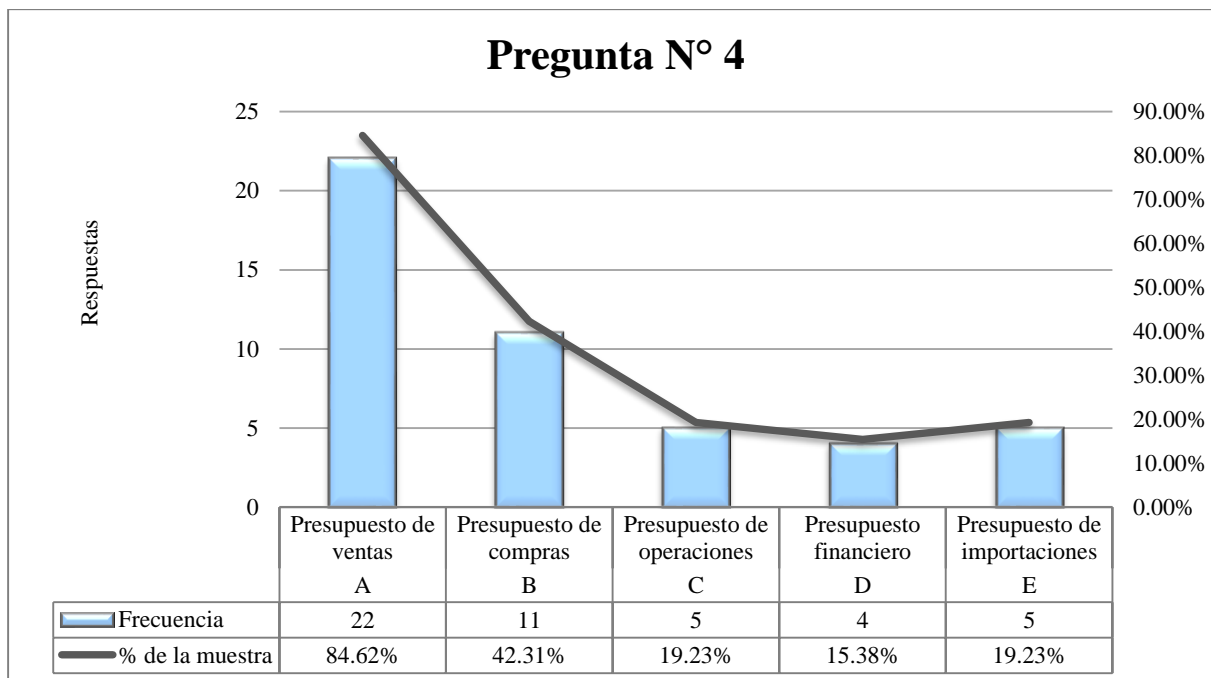
Comentario: en el resultado de esta pregunta muestra que el 61.54% de las unidades encuestadas considera de mucha importancia la aplicación de presupuestos alineados a sus objetivos, en relación a un 38.46% consideraron de poco importante aplicar presupuestos en sus entidades.

Pregunta N° 4:

¿Qué tipo de presupuestos utilizan en un período económico a nivel global? Puede seleccionar más de una opción.

Objetivo: analizar los tipos de presupuestos que implementa la administración en un período.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Presupuesto de ventas	22	84.62%
B	Presupuesto de compras	11	42.31%
C	Presupuesto de operaciones	5	19.23%
D	Presupuesto financiero	4	15.38%
E	Presupuesto de importaciones	5	19.23%



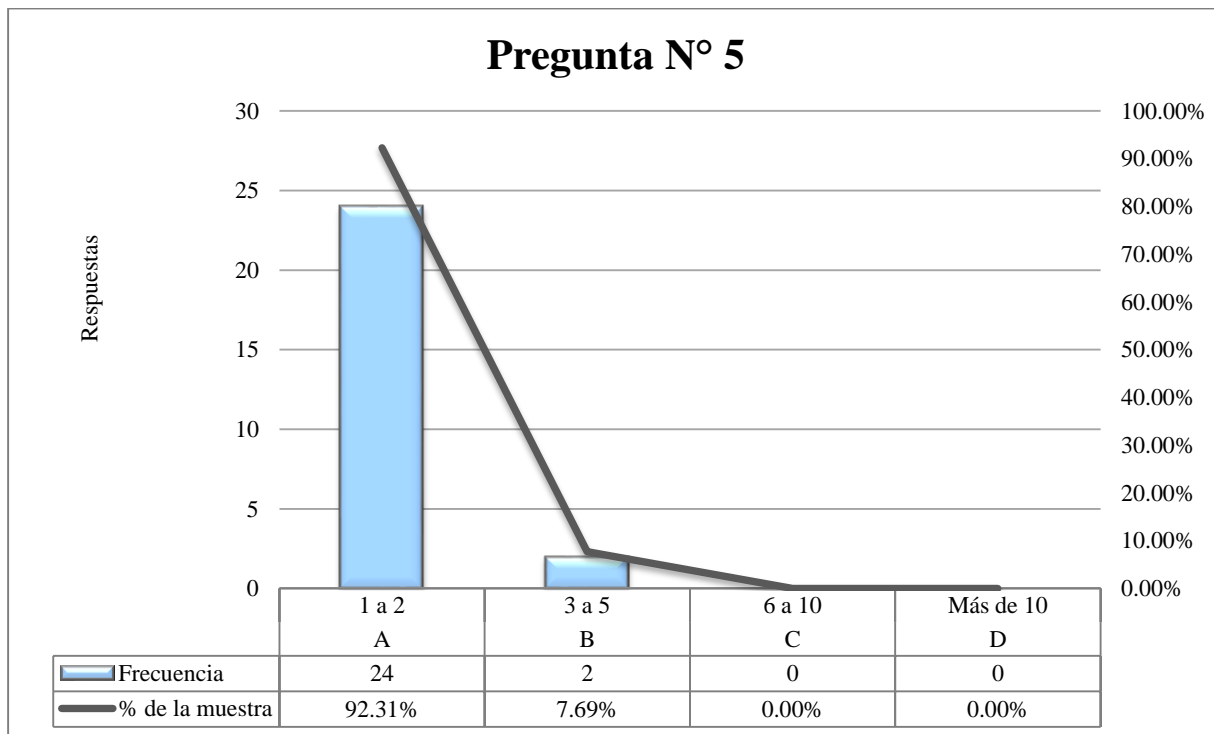
Comentario: Al analizar las respuestas obtenidas, se puede observar que las entidades realizan principalmente el presupuesto de ventas con un 84.62%, efecto que contrasta con los demás presupuestos al solo lograr como máximo el 42.31% y como mínimo el 15.38%, esto indica que más de la mitad se inclinan a las ventas, lo cual es bueno porque con esto se muestra que están proyectando sus ventas a corto plazo.

Pregunta N° 5:

¿Cuántas sucursales posee la empresa en el municipio de San Salvador?

Objetivo: medir el nivel de expansión que han obtenido las empresas en el municipio de San Salvador.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	1 a 2	24	92.31%
B	3 a 5	2	7.69%
C	6 a 10	0	0.00%
D	Más de 10	0	0.00%
	Totales	26	100.00%



Comentario: de todas las empresas encuestadas, la gran mayoría de ellas representada por 92.31% poseen de una a dos sucursales, una minoría tienen de tres a cinco sucursales (7.69%).

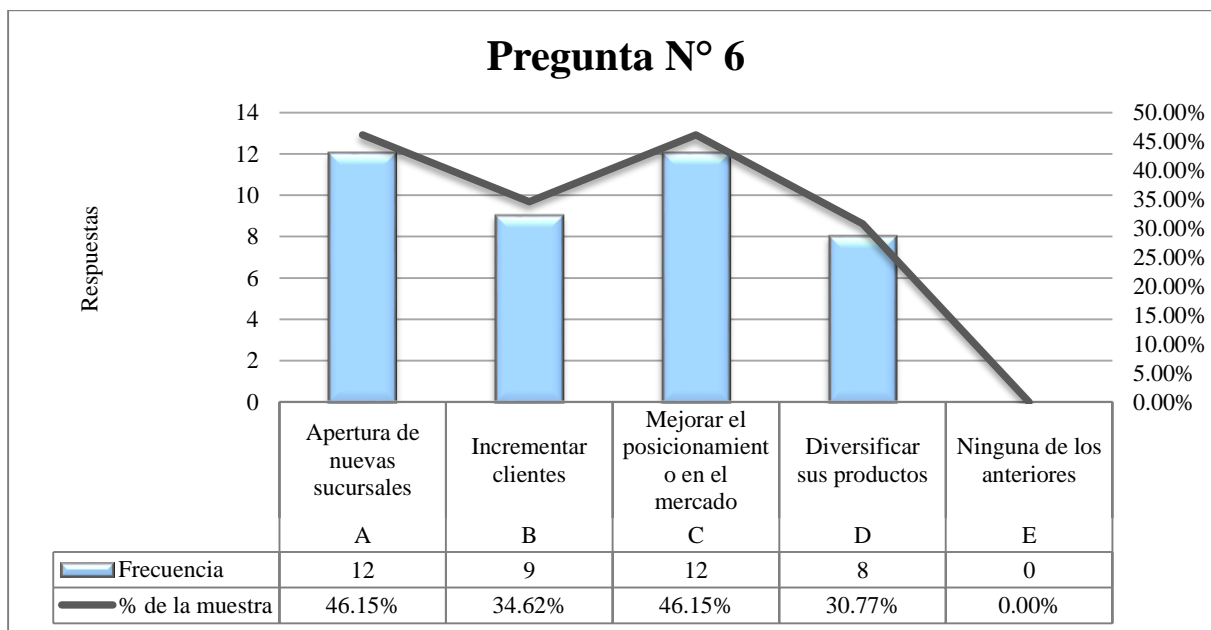
Se puede concluir que la mayoría de las empresas en estudio son pequeñas, tienen pocas sucursales y no se han expandido.

Pregunta N° 6:

¿Cuál de los siguientes objetivos a corto plazo se ha propuesto lograr la empresa? Puede seleccionar más de una opción.

Objetivo: indagar sobre los proyectos a implementar para lograr un mejor posicionamiento en el mercado de las empresas a corto plazo.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Apertura de nuevas sucursales	12	46.15%
B	Incrementar clientes	9	34.62%
C	Mejorar el posicionamiento en el mercado	12	46.15%
D	Diversificar sus productos	8	30.77%
E	Ninguna de los anteriores	0	0.00%



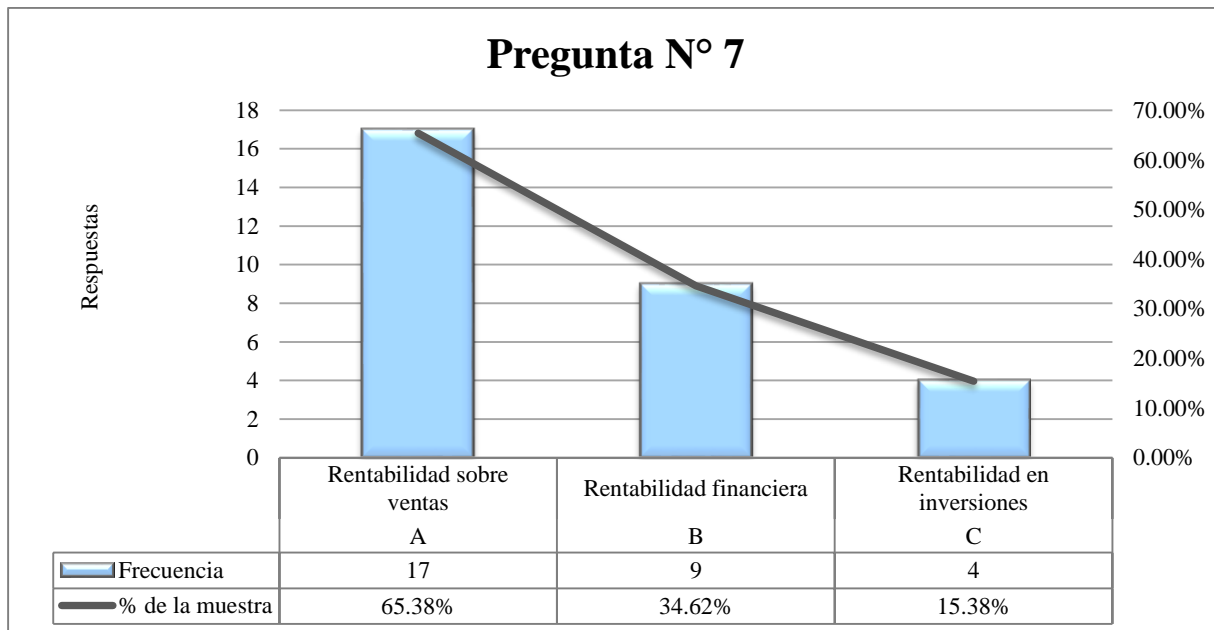
Comentario: en respuesta a la pregunta 6, el 46.15% a presentado como primera opción la apertura de una nueva sucursal; este resultado es acorde a que la gran mayoría de empresas solo poseen de una a dos sucursales, con un 46.15% opinan en mejorar su posicionamiento en el mercado, cabe mencionar que tres de las empresas han optado por más de una opción.

Pregunta N° 7:

De acuerdo a su criterio ¿Qué tipo de rentabilidad calcula la empresa? Puede seleccionar más de una opción.

Objetivo: identificar los estudios financieros que la entidad aplica para medir sus resultados en un período determinado.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Rentabilidad sobre ventas	17	65.38%
B	Rentabilidad financiera	9	34.62%
C	Rentabilidad en inversiones	4	15.38%



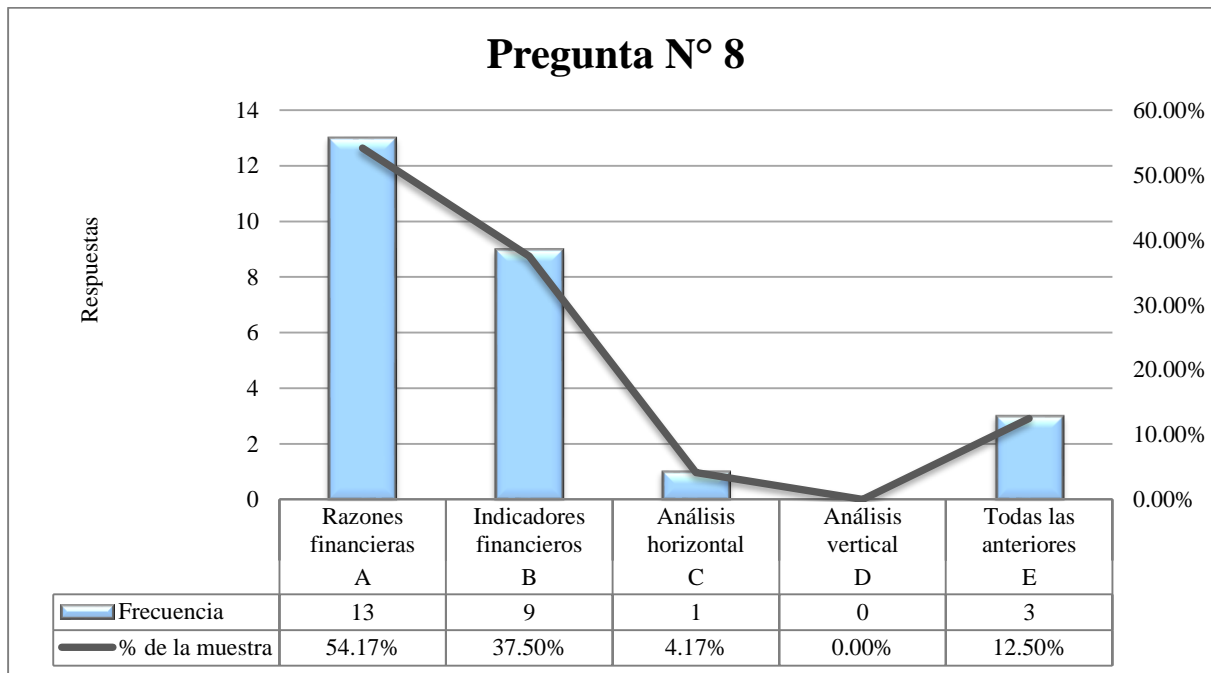
Comentario: la figura presenta el resultado sobre la aplicación de rentabilidad, con un 65.38% se determina que la mayoría aplica la opción A; haciendo referencia a la pregunta 4, más de la mitad de las unidades realizan presupuestos de ventas, como segunda opción se sitúa la rentabilidad financiera con un 34.62%.

Pregunta N° 8:

En el caso de aplicar análisis de rentabilidad ¿Cuál de los siguientes métodos financieros utilizan? Puede seleccionar más de una opción.

Objetivo: indagar si la entidad aplica uno o más métodos financieros para evaluar sus resultados a final de un período.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Razones financieras	13	54.17%
B	Indicadores financieros	9	37.50%
C	Análisis horizontal	1	4.17%
D	Análisis vertical	0	0.00%
E	Todas las anteriores	3	12.50%



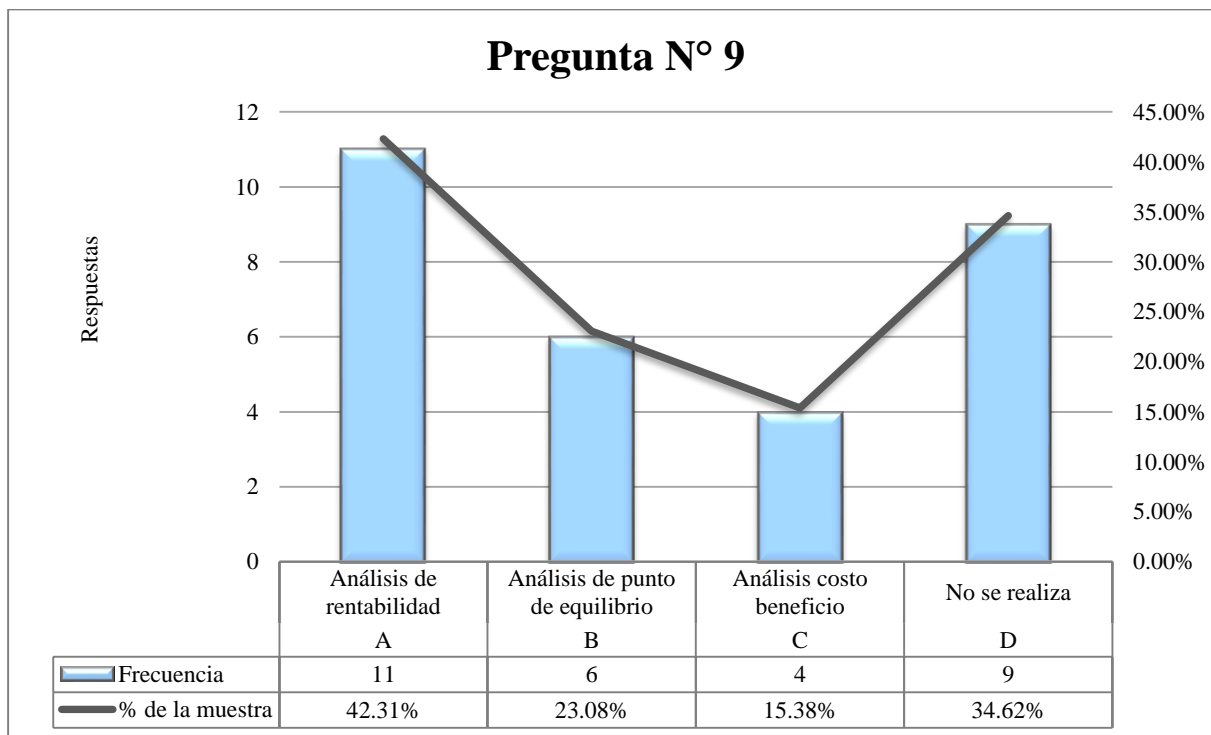
Comentario: según los resultados, son pocas las entidades que calculan el ciclo financiero global, solo el 54.17% aplica razones financieras, un 37.50% indicadores financieros y los análisis son muy poco aplicados; esto nos indica que no existe un plan estratégico que defina el rumbo financiero en estas unidades de análisis.

Pregunta N° 9:

De acuerdo a su criterio ¿Qué tipo de análisis utiliza la entidad para medir el rendimiento de un período contable?

Objetivo: determinar si las empresas utilizan análisis para evaluar sus rendimientos y obtener las principales.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Análisis de rentabilidad	11	42.31%
B	Análisis de punto de equilibrio	6	23.08%
C	Análisis costo beneficio	4	15.38%
D	No se realiza	9	34.62%



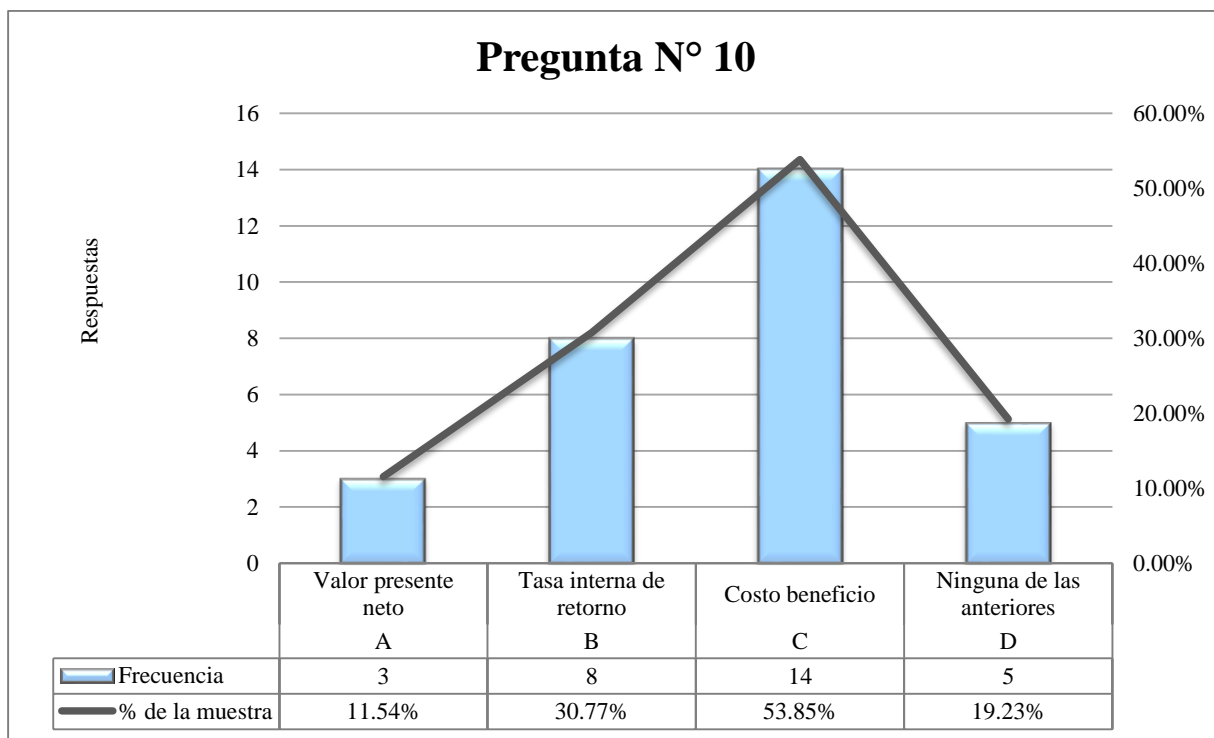
Comentario: los resultados se alinean a los datos obtenidos anteriores debido a que muchas entidades solo aplican métodos incompletos al analizar las finanzas; en esta gráfica muestra que el 34.62% no realiza ningún análisis, un 42.31% solo utiliza un análisis de rentabilidad. Esto conlleva a que muchas entidades desconozcan de los beneficios al realizar un estudio financiero global orientado al cumplimiento de sus objetivos.

Pregunta N° 10:

De los siguientes métodos ¿Cuáles considera relevantes la empresa para la elaboración de proyectos de inversión?

Objetivo: verificar el método de interés que la empresa utiliza al elaborar un proyecto de inversión.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Valor presente neto	3	11.54%
B	Tasa interna de retorno	8	30.77%
C	Costo beneficio	14	53.85%
D	Ninguna de las anteriores	5	19.23%



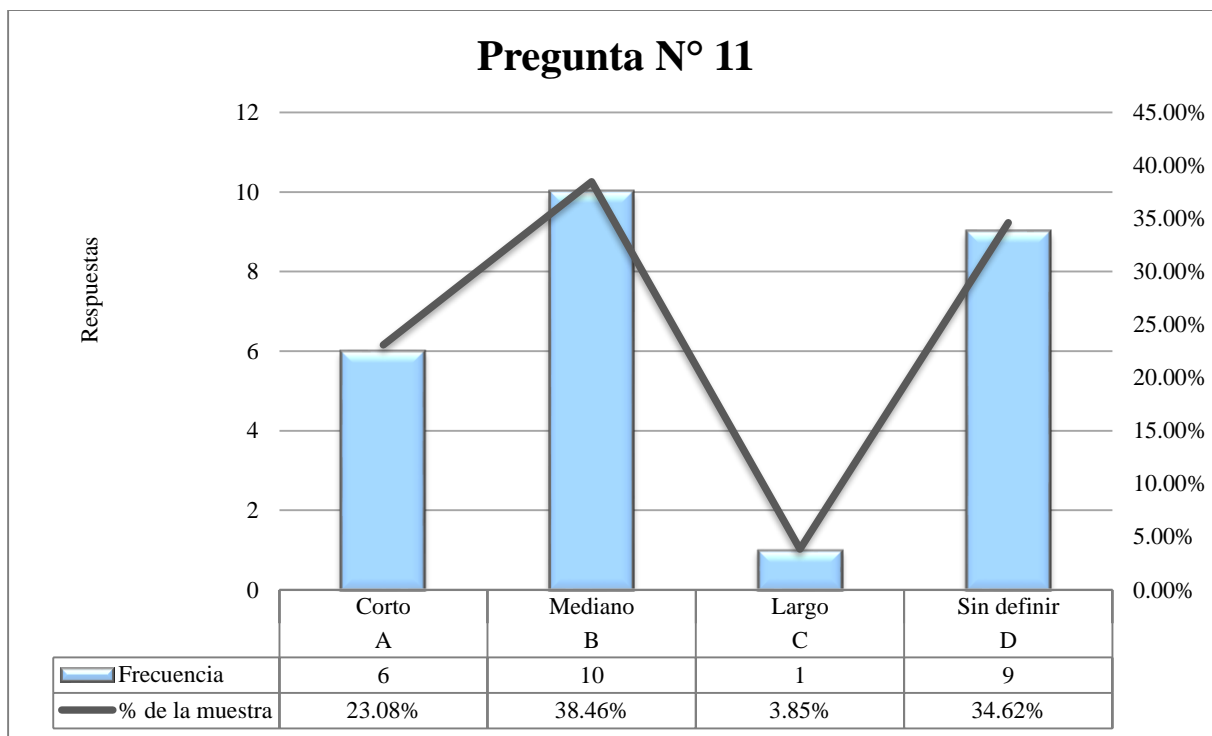
Comentario: de acuerdo a los resultados obtenidos respecto al interés en utilizar método de proyección de inversiones, solamente un 19.23% indicaron que no realizan ninguno, es decir, la mayoría realizan métodos de proyección. Dentro de los principales métodos seleccionados por las empresas encuestadas el 53.85% indica que realizan análisis de costo beneficio siendo el más representativo.

Pregunta N° 11:

De acuerdo a la situación actual de la empresa ¿A qué plazo tiene planeado ejecutar nuevos proyectos?

Objetivo: proponer alternativas para la ejecución de un nuevo proyecto de inversión.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Corto	6	23.08%
B	Mediano	10	38.46%
C	Largo	1	3.85%
D	Sin definir	9	34.62%
	Totales	26	100.00%



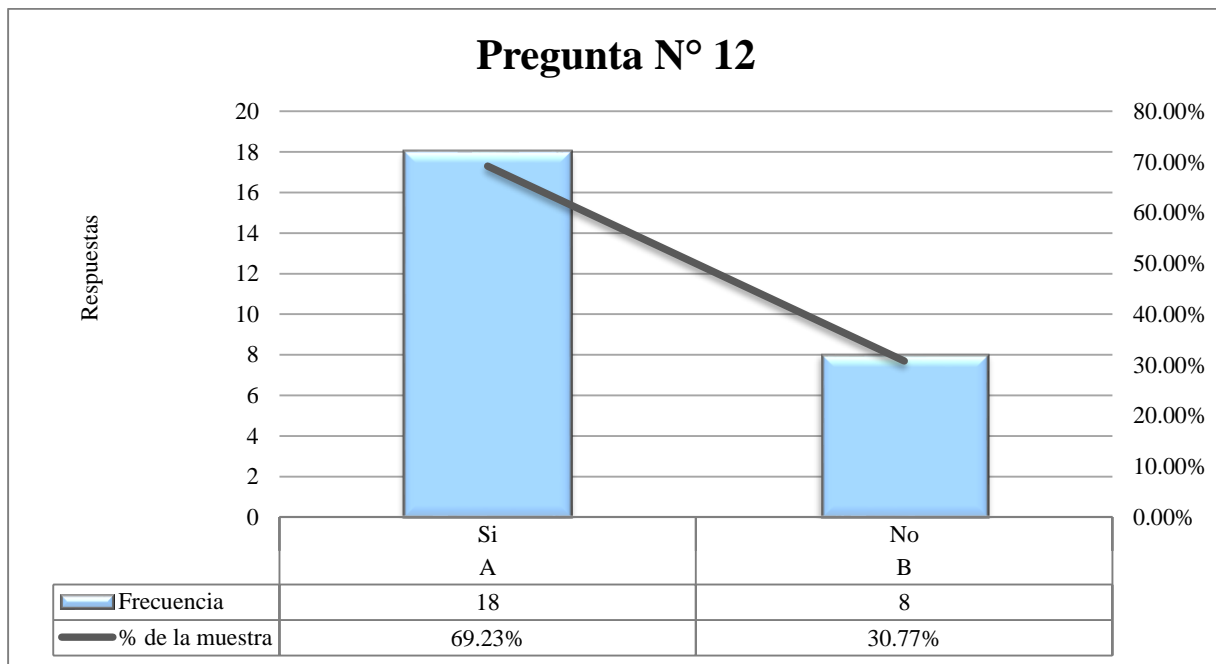
Comentario: de las empresas encuestadas un 34.62% no consideran la opción de ejecutar un proyecto debido a falta de interés, el mismo porcentaje aplica para las empresas que planean efectuar proyecto a mediano plazo. Este resultado comprueba el desinterés por las empresas en ejecutar un proyecto de inversión.

Pregunta N° 12:

¿La empresa tiene planes de expandir sus operaciones comerciales en el municipio de San Salvador?

Objetivo: validar si las empresas poseen planes de expansión en el mercado.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Si	18	69.23%
B	No	8	30.77%
	Totales	26	100.00%



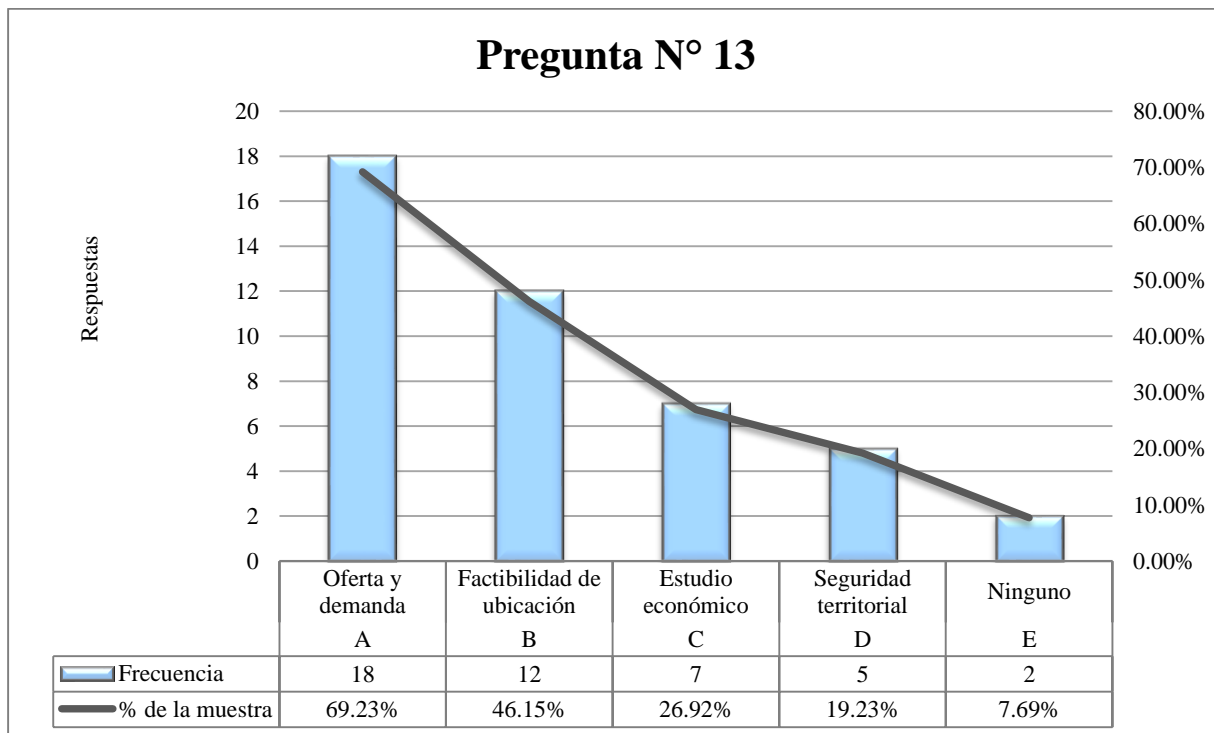
Comentario: los resultados indican que un 69.23% de las empresas encuestadas consideran que es atractivo expandir sus operaciones en el municipio de San Salvador; es decir que la mayoría de las empresas cuentan con un plan que permita expandirse territorialmente; sin embargo, no han ejecutado estos proyectos debido a poco conocimiento.

Pregunta N° 13:

De acuerdo a su criterio ¿Qué tipos de estudio considera apropiados utilizar al momento de expandirse al mercado?

Objetivo: determinar el criterio que considera la empresa al momento de expandirse en el mercado.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Oferta y demanda	18	69.23%
B	Factibilidad de ubicación	12	46.15%
C	Estudio económico	7	26.92%
D	Seguridad territorial	5	19.23%
E	Ninguno	2	7.69%



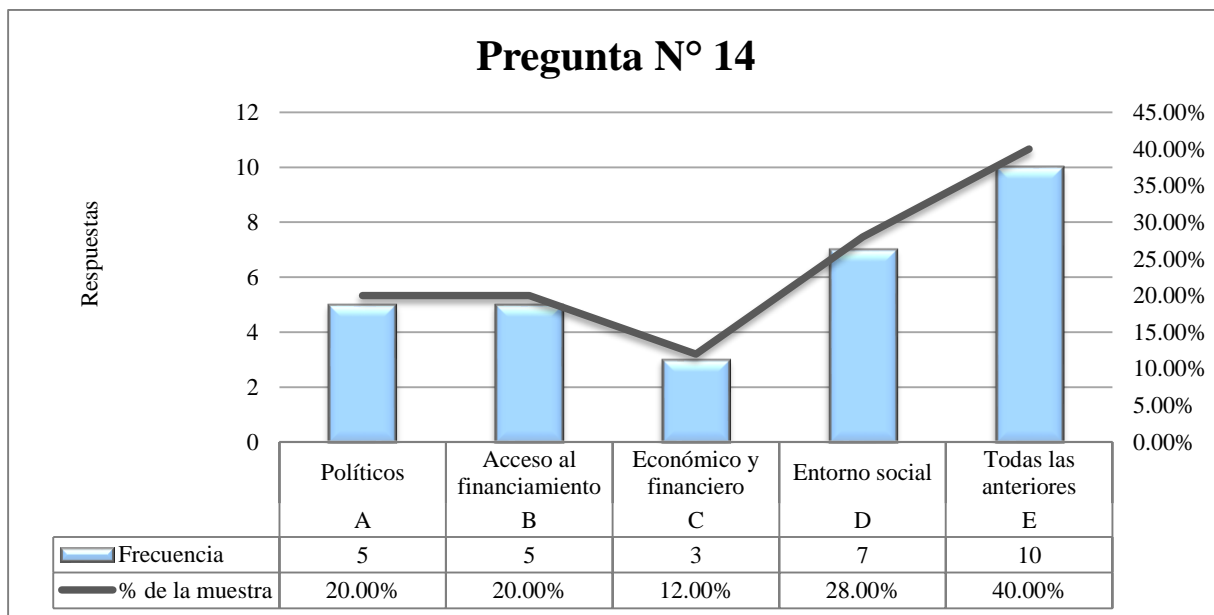
Comentario: Según los resultados obtenidos, el 69.23% de las empresas utilizan el análisis de oferta y demanda, siendo este uno de los más aceptados por la administración, 12 empresas consideran como segunda opción la factibilidad en la ubicación mostrando que las entidades poseen criterios de conocimiento de análisis de mercados.

Pregunta N° 14:

¿Cuál de los siguientes factores considera que pueden representar una limitante para poder llevar a cabo el desarrollo de nuevos proyectos de inversión?

Objetivo: establecer las posibles causas que estén ocasionando el estancamiento de flujos de efectivo.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Políticos	5	20.00%
B	Acceso al financiamiento	5	20.00%
C	Económico y financiero	3	12.00%
D	Entorno social	7	28.00%
E	Todas las anteriores	10	40.00%



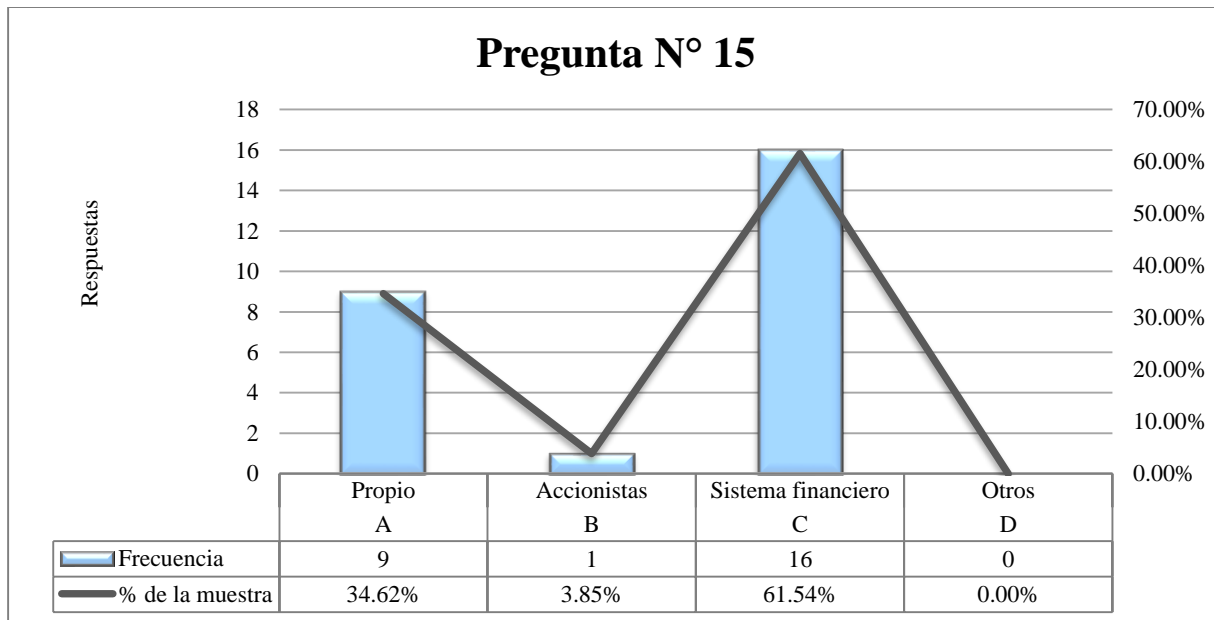
Comentario: de acuerdo a las posibles limitantes que surgen al realizar un proyecto de inversión, 9 de 26 empresas encuestadas consideran que todas las opciones impactan para poder llevar a cabo el desarrollo de nuevos proyectos de inversión, el resto de empresas opinan en más de una opción; por tal, todos los factores están ocasionando el estancamiento de flujos de efectivo.

Pregunta N° 15:

De acuerdo a su criterio, en el escenario de aperturar una nueva sucursal ¿Qué tipo de financiamiento utilizaría?

Objetivo: detallar las posibles fuentes de financiamiento que la compañía puede utilizar en caso de invertir en un proyecto.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Propio	9	34.62%
B	Accionistas	1	3.85%
C	Sistema financiero	16	61.54%
D	Otros	0	0.00%
	Totales	26	100.00%



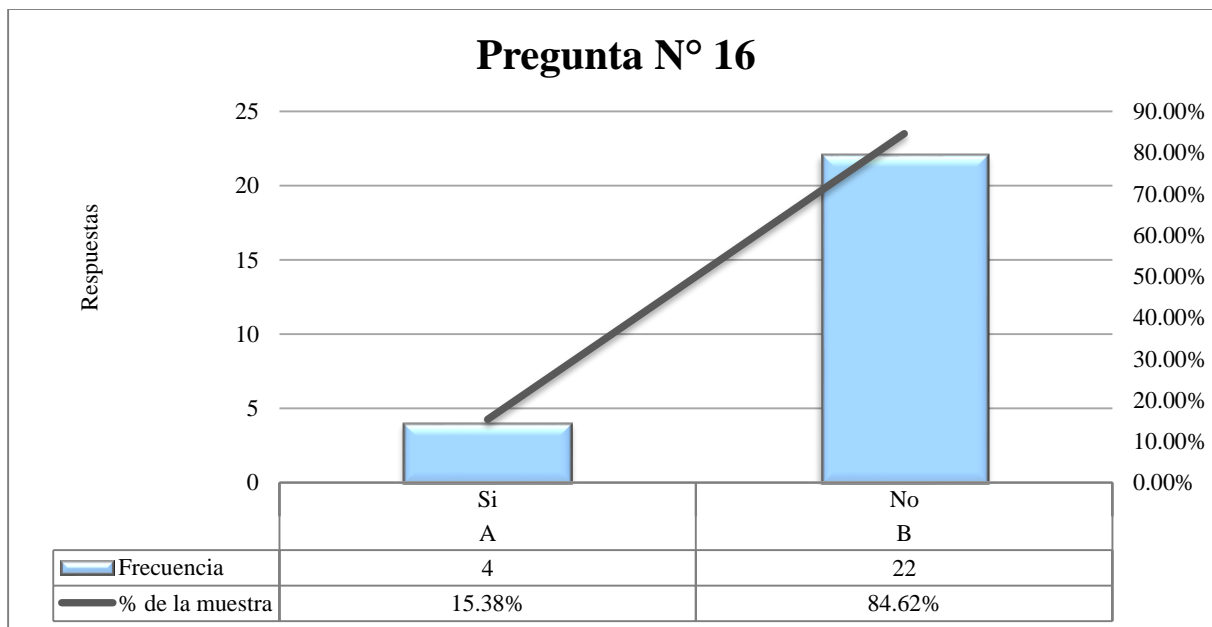
Comentario: de acuerdo al financiamiento que obtienen las empresas para la apertura de sucursales se presenta que 14 de 26 empresas encuestadas acuden al sistema financiero, 11 empresas utilizan capital propio. Esto nos indica que las empresas poseen fuentes de financiamiento disponibles que puede utilizar en caso de invertir en un proyecto.

Pregunta N° 16:

¿La empresa cuenta con una guía sobre planes de inversión enfocada a la apertura de sucursales?

Objetivo: indagar si la empresa posee guías que orienten al desarrollo de plan estratégico de inversión del sector en estudio con enfoque en la apertura de una sucursal.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Si	4	15.38%
B	No	22	84.62%
	Totales	26	100.00%



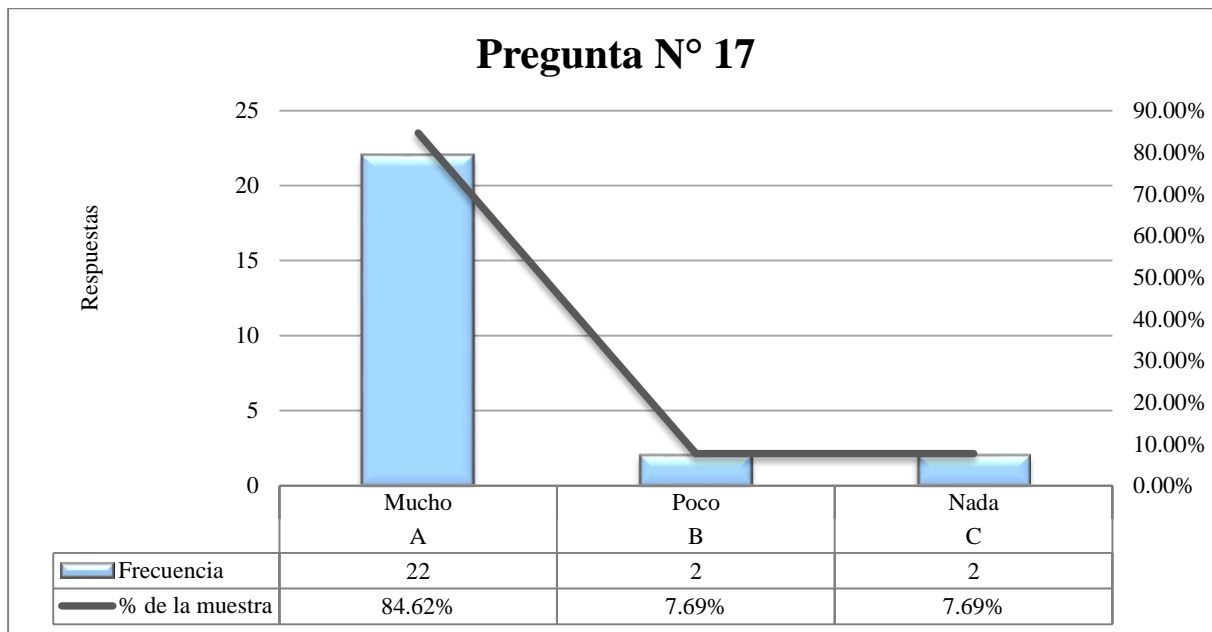
Comentario: de acuerdo a los resultados obtenidos el 84.62% de las empresas encuestadas no cuenta con una guía sobre planes de inversión enfocada a la apertura de sucursales; por tal razón, se considera importante contar con un plan estratégico que contribuya al sector en estudio proporcionando una herramienta que sea de utilidad para accionistas de las empresas.

Pregunta N° 17:

¿Considera importante contar con una guía financiera para proyectos de inversión enfocada en la apertura de sucursales?

Objetivo: medir la importancia que tendrá la empresa en contar con una guía financiera que les facilite la ejecución del proyecto de inversión.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Mucho	22	84.62%
B	Poco	2	7.69%
C	Nada	2	7.69%
	Totales	26	100.00%



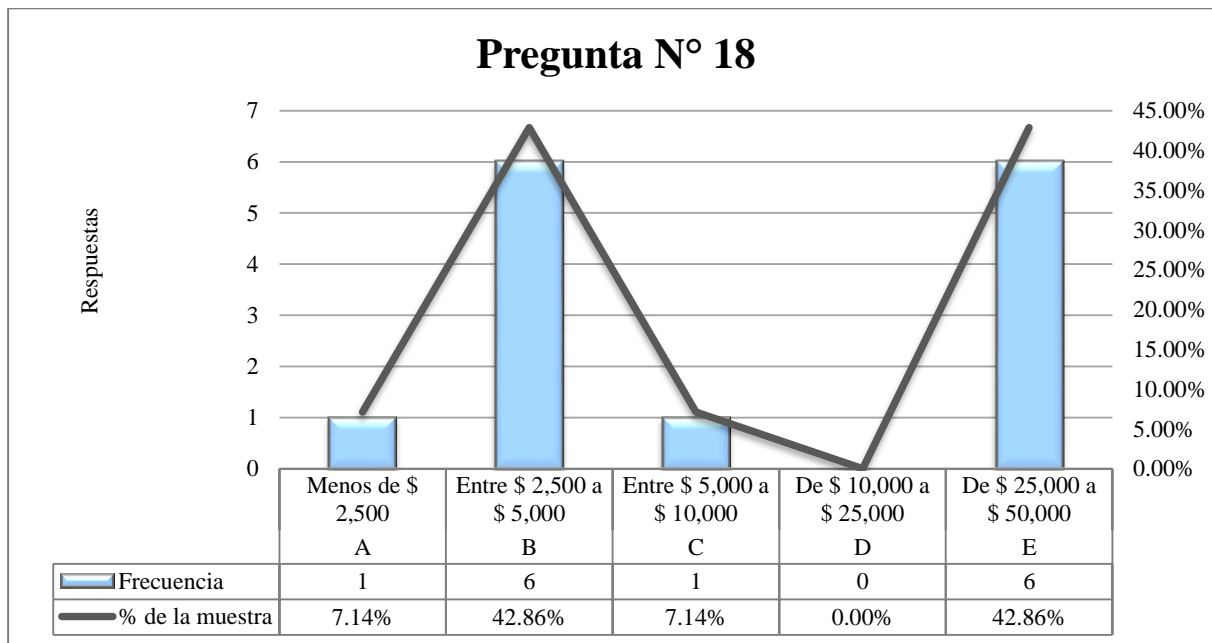
Comentario: los resultados reflejan que el 84.62% de las empresas encuestadas consideran importante contar con una guía para medir la rentabilidad de nuevas sucursales y así tomarla en cuenta al momento de la apertura. A pesar de existir un 7.69% que no lo considera importante, se puede observar la importancia que tendrán las empresas en contar con una guía financiera que les facilite la ejecución del proyecto de inversión.

Pregunta N° 18:

De acuerdo a la situación actual de la empresa ¿Cuál es el nivel de facturación mensual promedio que tiene en el año 2018?

Objetivo: obtener el rango de facturación que posee la empresa para establecer métodos y herramientas a utilizar en el plan estratégico de inversión del sector en estudio.

Líteral	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Menos de \$ 2,500	1	7.14%
B	Entre \$ 2,500 a \$ 5,000	6	42.86%
C	Entre \$ 5,000 a \$ 10,000	1	7.14%
D	De \$ 10,000 a \$ 25,000	0	0.00%
E	De \$ 25,000 a \$ 50,000	6	42.86%



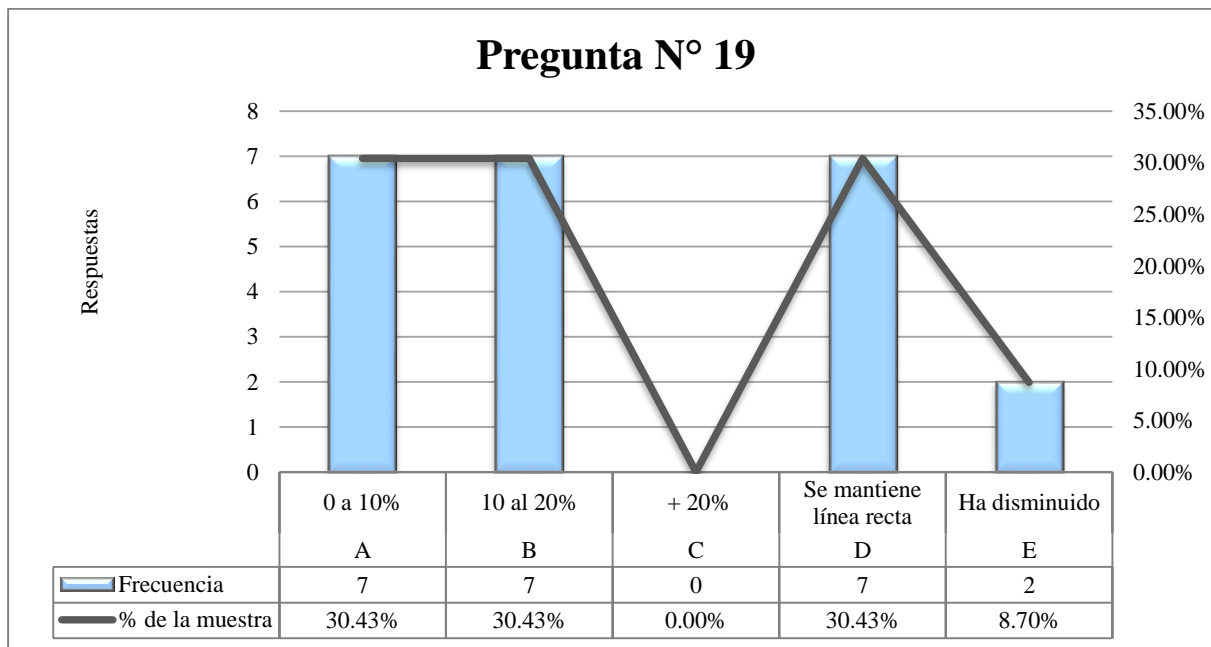
Comentario: El presente resultado muestra que el 42.86% de las empresas encuestadas poseen nivel de facturación mensual promedio entre \$ 2,500 a \$ 5,000 en el año 2018, mientras que el segundo rango importante es el de \$ 25,000 a \$ 50,000 con un 42.86%. Al obtener ambos rangos permite establecer métodos y herramientas a utilizar en el plan estratégico de inversión del sector en estudio.

Pregunta N° 19:

¿Cuál ha sido la evolución de la rentabilidad de su empresa en el año 2017, en comparación con el ejercicio económico 2016?

Objetivo: determinar el porcentaje de rentabilidad que posee la empresa para establecer métodos y herramientas a utilizar en el plan estratégico de inversión del sector en estudio.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	0 a 10%	7	30.43%
B	10 al 20%	7	30.43%
C	+ 20%	0	0.00%
D	Se mantiene línea recta	7	30.43%
E	Ha disminuido	2	8.70%



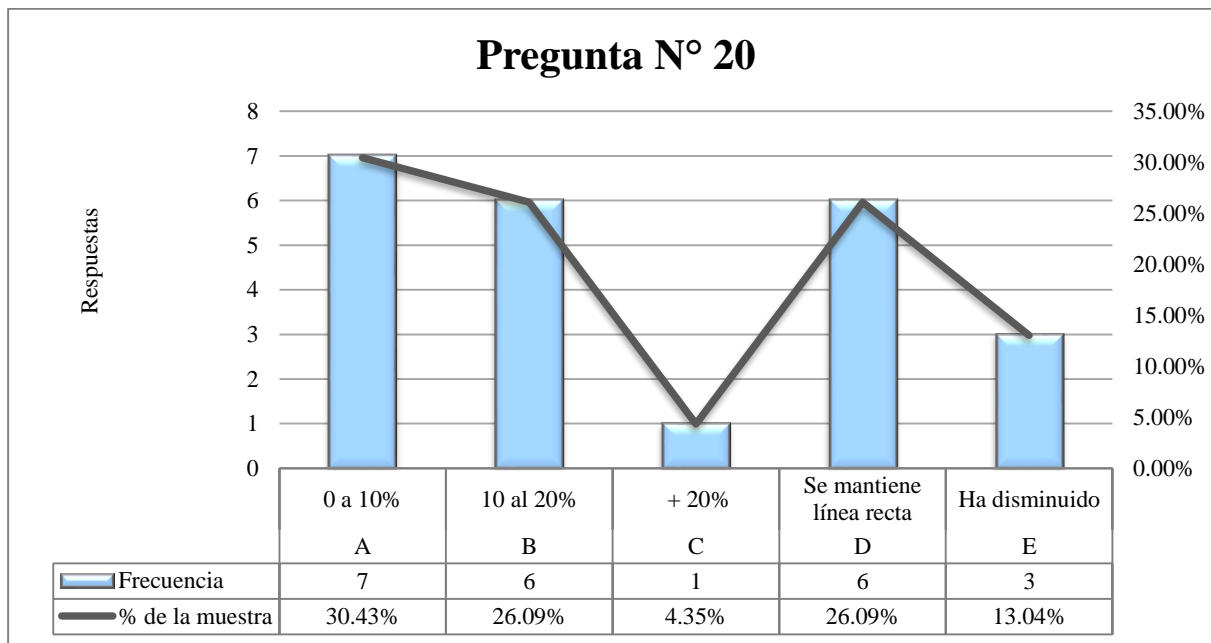
Comentario: la presente gráfica refleja que la mayoría de las empresas muestra un estancamiento respecto a rentabilidad obtenida respecto el año anterior, con un porcentaje de 30.43% no pasó de 20% de rentabilidad mostrando que la mayoría no tiene una estrategia definida para el incremento de la rentabilidad en las empresas.

Pregunta N° 20:

De acuerdo a la situación actual de la empresa ¿Cómo estima que será la rentabilidad de la empresa en el año 2018 en comparación con el año 2017?

Objetivo: obtener la proyección de rentabilidad que la empresa ha estimado para establecer métodos y herramientas a utilizar en el plan estratégico de inversión del sector en estudio.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	0 a 10%	7	30.43%
B	10 al 20%	6	26.09%
C	+ 20%	1	4.35%
D	Se mantiene línea recta	6	26.09%
E	Ha disminuido	3	13.04%



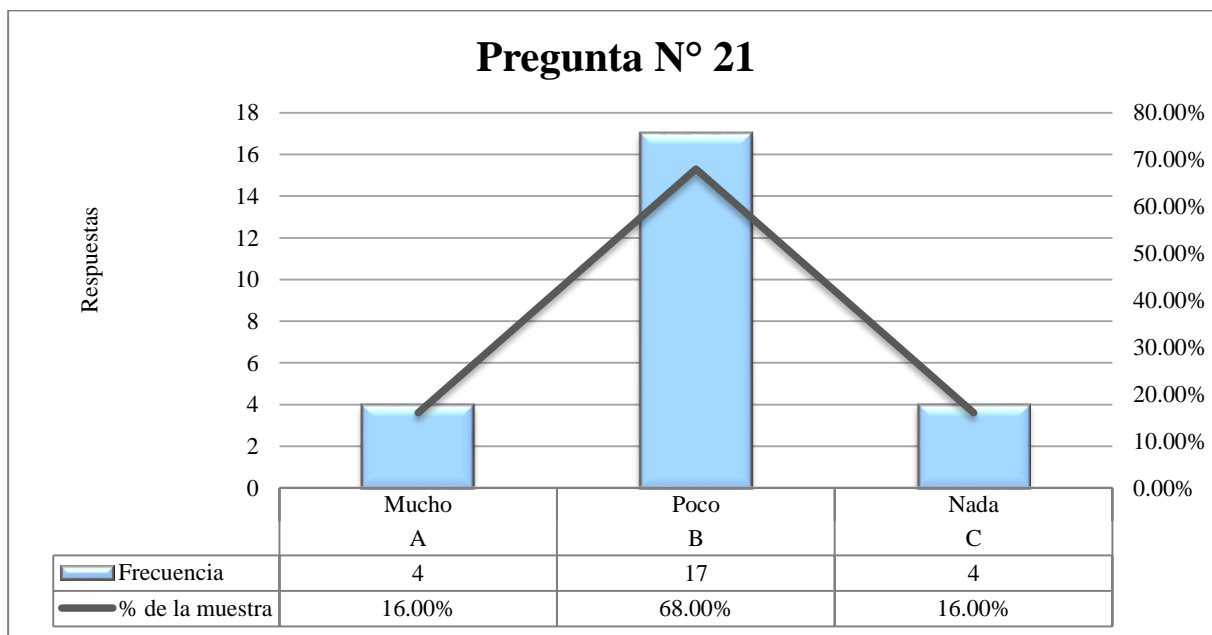
Comentario: con los resultados obtenidos solo el 26.09% espera un 20% o más de rentabilidad, quiere decir que, no hay crecimiento y tampoco una herramienta o control para implementar, revisar y tomar decisiones respecto a esta, dejando de lado un tema muy importante para los propietarios.

Pregunta N° 21:

¿Qué evolución ha experimentado el nivel de endeudamiento de la empresa en los últimos tres años?

Objetivo: indagar el nivel de endeudamiento que la empresa ha sufrido entre 2015 y 2017 para establecer métodos y herramientas a utilizar en el plan estratégico de inversión del sector en estudio.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Mucho	4	16.00%
B	Poco	17	68.00%
C	Nada	4	16.00%
	Totales	25	100.00%



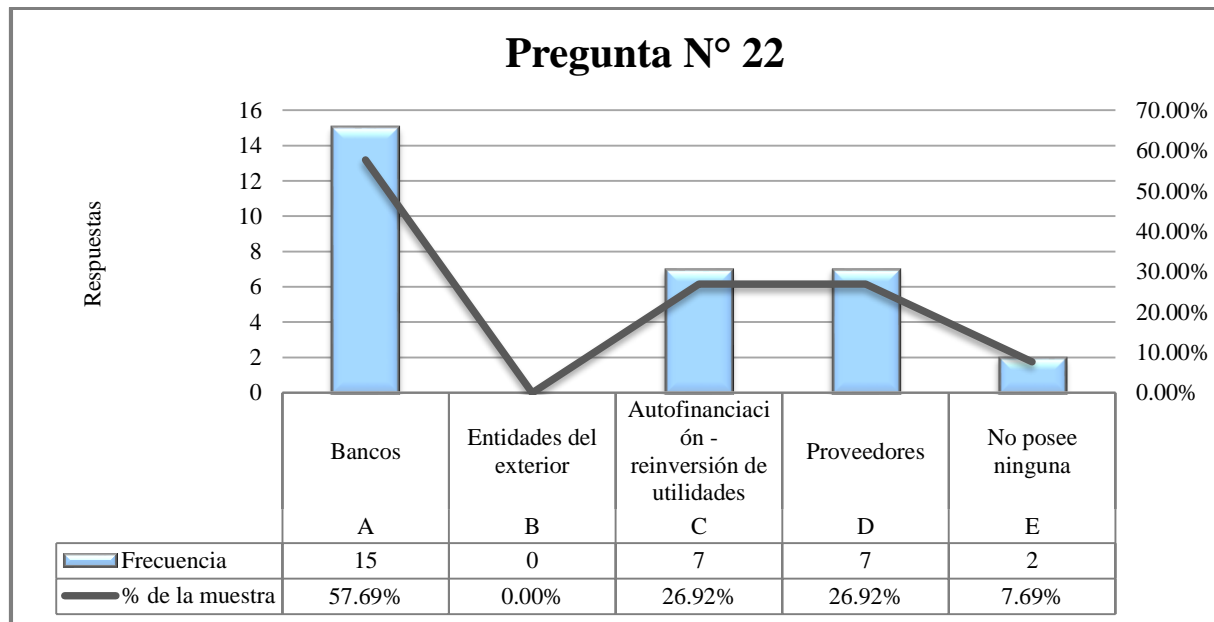
Comentario: el resultado muestra que el 68.00% de los datos obtenidos no ha necesitado endeudarse para seguir con sus operaciones, el 16.00% opina que ha sido poco la necesidad de endeudamiento, con esto se puede concluir que; la mayoría tendría posibilidad con el sistema financiero como opción para ejecutar un nuevo proyecto de inversión.

Pregunta N° 22:

¿Qué fuentes de financiamiento ha utilizado la empresa para costear y apoyar los proyectos de inversión?

Objetivo: identificar si la empresa ha obtenido fuente de financiamiento para establecer métodos y herramientas a utilizar en el plan estratégico de inversión del sector en estudio.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Bancos	15	57.69%
B	Entidades del exterior	0	0.00%
C	Autofinanciación - reinversión de utilidades	7	26.92%
D	Proveedores	7	26.92%
E	No posee ninguna	2	7.69%



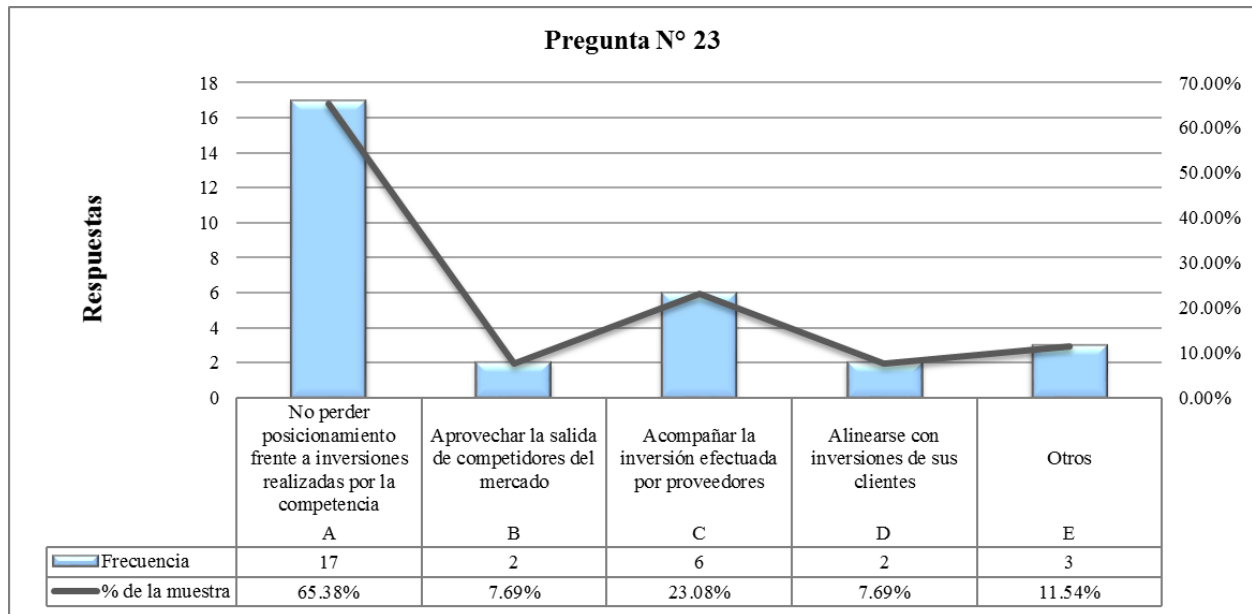
Comentario: el resultado muestra que la mayor parte de las empresas con un 57.69% utilizaron al sistema financiero como fuente de financiamiento para cubrir algunos proyectos de inversión y el resto tiene la posibilidad de hacerlo para futuros proyectos de inversión que deseen ejecutar, como muchos mencionaron que tienen a corto y mediano plazo la apertura de sucursal.

Pregunta N° 23:

A su criterio señale ¿Cuál de las siguientes opciones beneficiaría a la empresa, al implementar un plan estratégico de inversión?

Objetivo: determinar el impacto financiero y estratégico que se lograría, al contar la empresa con un plan de inversión.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	No perder posicionamiento frente a inversiones realizadas por la competencia	17	65.38%
B	Aprovechar la salida de competidores del mercado	2	7.69%
C	Acompañar la inversión efectuada por proveedores	6	23.08%
D	Alinearse con inversiones de sus clientes	2	7.69%
E	Otros	3	11.54%



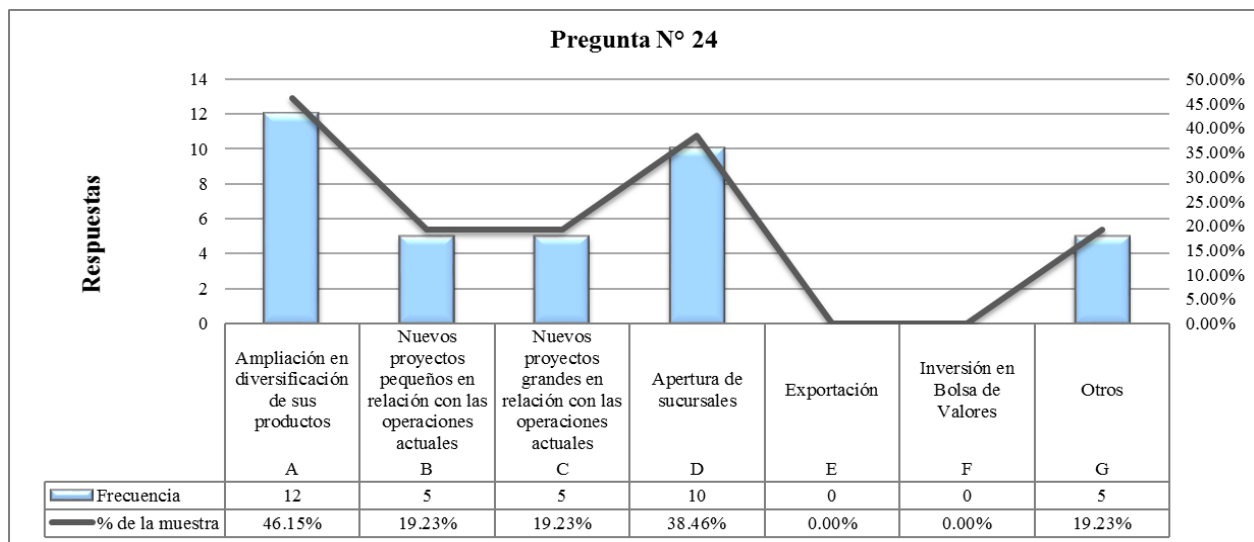
Comentario: esta figura muestra que el 65.38% considera que un plan estratégico de inversión beneficiaría en no perder posicionamiento frente a la competencia, un 7.69% opina aprovechar la salida de competidores del mercado, un 23.08% indica acompañar la inversión efectuada por los proveedores y 4 empresas eligieron más de dos opciones. Esto demuestra que la mayoría coinciden en que se beneficiaría con el desarrollo de un plan estratégico de inversión.

Pregunta N° 24:

¿Qué métodos y estrategias considera convenientes incluir en el plan estratégico de inversión de la empresa?

Objetivo: obtener lista de métodos y estrategias que la empresa ha propuesto incluir para considerarlas e implementarlas en el plan estratégico de inversión del sector en estudio.

Literal	Opción Respuesta	Frecuencia	% de la muestra
A	Ampliación en diversificación de sus productos	12	46.15%
B	Nuevos proyectos pequeños en relación con las operaciones actuales	5	19.23%
C	Nuevos proyectos grandes en relación con las operaciones actuales	5	19.23%
D	Apertura de sucursales	10	38.46%
E	Exportación	0	0.00%
F	Inversión en Bolsa de Valores	0	0.00%
G	Otros	5	19.23%



Comentario: el resultado muestra que la mayor parte de las empresas encuestadas con un 46.15% considera la ampliación y diversificación de sus productos como la mejor de las estrategias a incluir en un plan estratégico de inversión, el 38.46% considera la apertura de una nueva sucursal en sus planes a corto y mediano plazo, se concluye de esta manera que consideran un plan estratégico de inversión como algo que les ayudaría a mejorar la rentabilidad y posicionamiento en el mercado.

REGISTRO ADMINISTRATIVO DE SOLVENCIAS (DIGESTIC)



Dirección General de Estadística y Censos

San Salvador



REGISTRO ADMINISTRATIVO DE SOLVENCIAS 2016

Corr.	IdForm.	Departamento	Municipio	CiuRV4	Actividad	Nombre Comercial	Categoría
1	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	Venta al por menor de computadoras y equipo periférico	MACORP S.A. DE C.V.	Pequeña
2	10	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4651001	Venta al por mayor de equipo (computadoras), accesorios y materiales de uso informático	BUSINESS SOLUTIONS, S.A. DE C.V.	Pequeña
3	10	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	Venta al por menor de computadoras y equipo periférico	TECNOGRAFIK, S, A DE C. V.	Pequeña
4	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4651001	Venta al por mayor de equipo (computadoras), accesorios y materiales de uso informático	IT SOLUTION, S.A. DE C.V.	Pequeña
5	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4651001	Venta al por mayor de equipo (computadoras), accesorios y materiales de uso informático	TS STORE COMPUSYM, S.A. DE C.V.	Pequeña

Corr.	IdForm.	Departamento	Municipio	CiuRV4	Actividad	Nombre Comercial	Categoría
6	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4651001	Venta al por mayor de equipo (computadoras), accesorios y materiales de uso informático	SPEEDBIT, S.A. DE C.V.	Pequeña
7	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4651001	Venta al por mayor de equipo (computadoras), accesorios y materiales de uso informático	VITEK EL SALVADOR, S.A. DE C.V.	Pequeña
8	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4651001	VENTA AL POR MAYOR DE EQUIPO (COMPUTADORAS), ACCESORIOS Y MATERIALES DE USO INFORMÁTICO	PC SERVICE & SOLUTIONS, S.A. DE C.V.	Pequeña
9	11	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4651001	VENTA AL POR MAYOR DE EQUIPO (COMPUTADORAS), ACCESORIOS Y MATERIALES DE USO INFORMÁTICO	SISTEMAS AVANZADOS DE INFORMACION, S.A. DE C.V.	Pequeña
10	11	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4651001	Venta al por mayor de equipo (computadoras), accesorios y materiales de uso informático	SISTEMAS PROYECTOS Y SERVICIOS, S. A. DE C.V.	Pequeña
11	11	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	Venta al por menor de computadoras y equipo periférico	REPRESENTACIONES Y DISTRIBUCIONES EL SALVADOR, S.A. DE C.V.	Pequeña
12	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	M C & C, S.A DE C.V.	Pequeña
13	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	COMPUGRAFICA, S.A. DE C.V.	Pequeña
14	11	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	Venta al por menor de computadoras y equipo periférico	PC DIGITAL EL SALVADOR, S.A. DE C.V.	Pequeña
15	11	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	TECNOLOGIA EXPRESS	Pequeña
16	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	COREAS LUNA, S.A. DE C.V.	Pequeña
17	11	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	Venta al por menor de computadoras y equipo periférico	HELIX, S.A. DE C.V.	Pequeña
18	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	Venta al por menor de computadoras y equipo periférico	PROVEEDORES DE SISTEMAS Y TECNOLOGIA, S.A DE C.V	Pequeña
19	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	MC TOOLS DE CENTOAMERICA, S. A. DE C. V.	Pequeña
20	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	G Y T SOLUCIONES INTEGRADAS	Pequeña

Corr.	IdForm.	Departamento	Municipio	CiuRV4	Actividad	Nombre Comercial	Categoría
21	11	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	ITISA	Pequeña
22	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	PROFESIONALES EN INFORMATICA, S.A. DE C.V.	Pequeña
23	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4651001	VENTA AL POR MAYOR DE EQUIPO (COMPUTADORAS), ACCESORIOS Y MATERIALES DE USO INFORMÁTICO	INGENIEROS ELECTRICISTAS, S.A DE C.V	Pequeña
24	10	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4651001	VENTA AL POR MAYOR DE EQUIPO (COMPUTADORAS), ACCESORIOS Y MATERIALES DE USO INFORMÁTICO	ERAMOL, S.A. DE C.V.	Pequeña
25	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	DISTRIBUIDORA EMAUS, S. A. DE C. V.	Pequeña
26	11	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	FAUSER, S.A. DE C.V.	Pequeña
27	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	BACK UP SYSTEM, S.A DE C.V.	Pequeña
28	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	INVERSIONES MARAFRE, S. A. DE C. V.	Pequeña
29	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	TECNO SMART, S.A. DE C.V.	Pequeña
30	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	RESCUE PC, S.A. DE C.V.	Pequeña
31	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	M C R ELECTRONICS	Pequeña
32	11	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	Venta al por menor de computadoras y equipo periférico	CYG COMPUTADORAS, S.A. DE C.V.	Pequeña
33	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	NETWORK SECURITY AND COMMUNICATION SOLUTIONS	Pequeña
34	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	NETWORK ALLIANCE, S.A DE C.V	Pequeña
35	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	MULTIPRO TRADING, S. A. DE C.V.	Pequeña

36	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	Venta al por menor de computadoras y equipo periférico	BION STORE	Pequeña
Corr.	IdForm.	Departamento	Municipio	CiuRV4	Actividad	Nombre Comercial	Categoría
37	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	P.C. SHOP, S.A DE C.V.	Pequeña
38	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4651001	VENTA AL POR MAYOR DE EQUIPO (COMPUTADORAS), ACCESORIOS Y MATERIALES DE USO INFORMÁTICO	GRUPO HQ, S.A. DE C.V.	Pequeña
39	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	SISTECORP, S.A. DE C.V.	Pequeña
40	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	PC MUNDO, S.A. DE C.V.	Pequeña
41	3	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	6311001	SERVICIOS DE PROCESAMIENTO DE DATOS COMPRENDE: PROCESAMIENTO, TABULACIÓN, PREPARACIÓN DE INFORME DE RESULTADOS, COMPRA Y VENTA DE APARATOS ELECTRONICOS.	TECNOLOGIA E INFORMATICA, S. A. DE C. V.	Pequeña
42	3	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	8010001	AGENCIAS DE SEGURIDAD: VIGILANCIA A TRAVES DE APARATOS ELECTRONICOS Y ACCESORIOS, PATRULLAJES, GUARDAESPALDAS, DETECTIVES, ETC.	ALTESA, S. A DE C. V	Pequeña
43	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4659502	Venta al por mayor de aparatos, equipo, accesorios y materiales	SERVICIOS PROFESIONALES DE COMPUTADORAS, S.A DE C.V.	Pequeña
44	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	COMPUSYM S.A DE C.V.	Pequeña
45	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4759301	VENTA AL POR MENOR DE APARATOS ELECTRODOMÉSTICOS, ELECTRONICOS, REPUESTOS Y ACCESORIOS	R.G NIETO, S.A. DE C.V.	Pequeña
46	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4651001	Venta al por mayor de equipo (computadoras), accesorios y materiales de uso informático	PC STORE, S.A. DE C.V.	Pequeña
47	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	Venta al por menor de computadoras y equipo periférico	AEON COMPUTER, S.A. DE C.V.	Pequeña
48	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	STB COMPUTER, S.A. DE C.V.	Pequeña
49	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4659910	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	EQOS SERVICES, S. A. DE C. V.	Pequeña

50	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	Venta al por menor de computadoras y equipo periférico	KAYFA, S. A. DE C. V.	Pequeña
Corr.	IdForm.	Departamento	Municipio	CiuRV4	Actividad	Nombre Comercial	Categoría
51	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	Venta al por menor de computadoras y equipo periférico	PUNTO COM, S.A. DE C.V.	Pequeña
52	2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	COMPUSERVICE, S.A. DE C.V.	Pequeña
53	5	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4100101	VENTA AL POR MENOR DE COMPUTADORAS Y EQUIPO PERIFÉRICO	INNOVACIONES TECNOLOGICAS, S.A. DE C.V.	Pequeña

Rubro	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Agua	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	1,800.00
Energía Eléctrica	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	4,800.00
Teléfono	20.76	20.76	20.76	20.76	20.76	20.76	20.76	20.76	20.76	20.76	20.76	20.76	249.12
Anuncios y Publicaciones	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	12,000.00
Material de Aseo y Limpieza	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Seguridad	585.00	585.00	585.00	585.00	585.00	585.00	585.00	585.00	585.00	585.00	585.00	585.00	7,020.00
Seguros	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	4,200.00
Depreciación	287.99	287.99	287.99	287.99	287.99	287.99	287.99	287.99	287.99	287.99	287.99	287.99	3,455.86
Total gastos	7,015.25	7,015.25	7,015.25	7,015.25	7,015.25	7,015.25	7,015.25	7,015.25	7,015.25	7,015.25	7,015.25	7,015.25	84,182.98
Utilidad Antes de ISR	11,984.75	9,584.75	9,559.75	12,484.75	8,823.75	2,797.75	2,710.75	4,864.75	-1,104.25	2,234.75	9,821.75	7,695.75	81,459.03
	31.54%	21.98%	21.30%	28.31%	18.74%	5.66%	5.39%	9.34%	-2.06%	3.92%	15.64%	11.40%	13.35%

Rubros	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Energía Eléctrica	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	5,040.00
Teléfono	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	261.58
Anuncios y Publicaciones	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	12,600.00
Material de Aseo y Limpieza	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Seguridad	614.25	614.25	614.25	614.25	614.25	614.25	614.25	614.25	614.25	614.25	614.25	614.25	7,371.00
Seguros	367.50	367.50	367.50	367.50	367.50	367.50	367.50	367.50	367.50	367.50	367.50	367.50	4,410.00
Depreciación	302.39	302.39	302.39	302.39	302.39	302.39	302.39	302.39	302.39	302.39	302.39	302.39	3,628.65
total gastos	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	88,392.12
Utilidad Antes de ISR	20,533.99	4,233.99	5,327.74	7,175.99	8,676.99	10,138.99	9,726.29	10,407.99	12,308.99	12,486.49	10,983.99	5,280.54	117,281.98
	31.64%	8.54%	10.51%	14.41%	16.51%	16.94%	16.01%	17.08%	19.49%	19.46%	17.28%	8.27%	16.66%

Rubros	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Energía Eléctrica	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	5,040.00
Teléfono	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	21.80	261.58
Anuncios y													
Publicaciones	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	1,050.00	12,600.00
Material de Aseo y													
Limpieza	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Seguridad	614.25	614.25	614.25	614.25	614.25	614.25	614.25	614.25	614.25	614.25	614.25	614.25	7,371.00
Seguros	367.50	367.50	367.50	367.50	367.50	367.50	367.50	367.50	367.50	367.50	367.50	367.50	4,410.00
Depreciación	302.39	302.39	302.39	302.39	302.39	302.39	302.39	302.39	302.39	302.39	302.39	302.39	3,628.65
Total gastos	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	7,366.01	88,392.12
Utilidad Antes de ISR	41,451.49	12,433.99	11,106.74	19,957.37	18,131.90	13,306.21	20,535.09	12,889.99	-43.51	10,001.49	4,133.99	4,823.14	168,727.89
	46.58%	19.78%	17.65%	27.63%	24.69%	17.81%	26.69%	16.47%	-0.07%	13.63%	5.97%	6.62%	19.42%