



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

**Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniera en  
Contabilidad y Auditoría CPA.**

**Tema:**

---

**“Los riesgos financieros y el crecimiento empresarial en los almacenes de venta  
al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato”**

---

**Autora:** Freire Córdova, Marcia Fernanda

**Tutora:** Dra. Toscano Morales, Cecilia Catalina

**Ambato- Ecuador**

**2017.**



## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Marcia Fernanda Freire Córdova, con cédula de identidad No. 180424629-4, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto investigativo, bajo el tema: **“LOS RIESGOS FINANCIEROS Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS ALMACENES DE VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS DE ZAPATERÍA DE LA CIUDAD DE AMBATO”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Octubre del 2017

### AUTORA



Marcia Fernanda Freire Córdova  
C.I: 180424629-4

## **CESIÓN DE DERECHOS**

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

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

Ambato, Octubre del 2017

### **AUTORA**



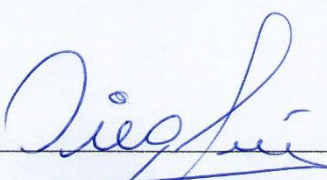
---

Marcia Fernanda Freire Córdova  
C.I: 180424629-4

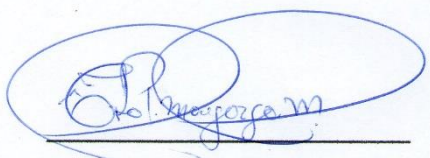
## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación, sobre el tema: “**LOS RIESGOS FINANCIEROS Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS ALMACENES DE VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS DE ZAPATERÍA DE LA CIUDAD DE AMBATO**”, elaborado por Marcia Fernanda Freire Córdova , estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

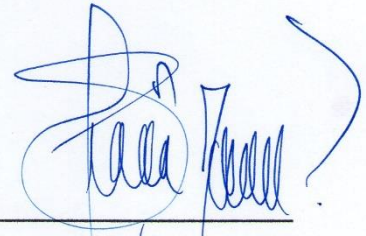
Ambato, Octubre del 2017



\_\_\_\_\_  
Eco. Mg. Diego Proaño  
**PRESIDENTE**



\_\_\_\_\_  
Dr. Mg. Tito Mayorga  
**MIEMBRO CALIFICADOR**



\_\_\_\_\_  
Ing. Mg. Ernesto Jara  
**MIEMBRO CALIFICADOR**

## DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado al ser más especial que existe en este mundo que con su infinito amor permite que día a día siga adelante trazando nuevas metas y cumpliendo cada uno de mis sueños.

A Dios todo poderosos y a San Isidro

A mis amados padres;

Sr. Segundo Freire

Sra. Elsa Córdova

Quienes son el pilar fundamentad de mi vida y son ellos quienes me impulsaron a no desmayar, a continuar en ese camino que con su apoyo y bendición puedo lograr cada uno de mis metas.

A mis hermanas que con su ejemplo me enseñaron que con esfuerzo, trabajo y perseverancia puedo lograr lo que me proponga e inspiraron en mí el deseo de superación.

A mi querida sobrina Jamie quien con su inocencia me apoya en cada momento y espero que cada día se sienta orgullosa de mi.

Gracias a toda mi familia por ser parte de cada uno de mis logros y superación profesional.

Marcia Fernanda Freire C.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios y San Isidro Labrador por bríndame sabiduría y entendimiento, a mis padres quienes depositaron en mí toda su confianza y me brindaron su apoyo incondicional.

A mis queridos profesores de la Universidad Técnica de Ambato por transmitir todos sus conocimientos para la formación profesional.

A la Dra. Cecilia Toscano quien con sus amplios conocimientos me guió en forma incondicional en la elaboración del presente trabajo de Investigación.

Marcia Fernanda Freire C.

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

**TEMA:** “LOS RIESGOS FINANCIEROS Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LOS ALMACENES DE VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS DE ZAPATERÍA DE LA CIUDAD DE AMBATO”.

**AUTORA:** Marcia Fernanda Freire Córdova.

**TUTORA:** Dra. Cecilia Catalina Toscano Morales.

**FECHA:** Octubre 2017

**RESUMEN EJECUTIVO**

Los Riesgo Financieros tiene como referencia a la probabilidad de que ocurra un evento inesperado que tienen consecuencias negativas en las actividades financieras, y los resultados obtenidos no sean los esperados por las organizaciones. Para lo cual es necesario realizar una identificación y análisis de cada uno de los riesgos a los cuales las empresas se enfrentan al cumplimiento de la actividad comercial para convertir esa amenaza en una oportunidad que beneficie al fortalecimiento comercial y económico.

El presente proyecto de investigación se refiere a los Riesgo Financieros ya que para el mejoramiento continuo y el cumplimiento de los objetivos de las organizaciones tiene como interés la realización del estudio e investigación de las posibles amenazas a los que se encuentran latentes cada una de las organizaciones.

La problemática observada en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato es la inadecuada gestión financiera la cual dificulta el crecimiento empresarial y comercial de cada uno de los almacenes, siendo uno de los sectores más importantes del provincia que contribuye al desarrollo social y económico. Se aplicó la metodología de tipo exploratoria, descriptiva y de campo la cual se enfatizó en las variables de estudio con una población de 120 almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato.



Se determinó que en los almacenes no se identifican con precisión los riesgos financieros a los que se enfrenta día a día las organizaciones y no permiten obtener un crecimiento empresarial adecuado para dar cumplimiento con los objetivos empresariales.

**PALABRAS DESCRIPTORAS:** RIESGOS FINANCIEROS, CRECIMIENTO EMPRESARIAL, SISTEMA DE RESPUESTA A LOS RIESGOS, ÉXITO EMPRESARIAL, PLANIFICACIÓN.

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

**TOPIC:** "FINANCIAL RISKS AND BUSINESS GROWTH IN THE WAREHOUSES OF WHOLESALE OF PRODUCTS OF ZAPATERÍA OF THE CITY OF AMBATO"

**AUTHOR:** Marcia Fernanda Freire Córdova.

**TUTOR:** Dr. Cecilia Catalina Toscano Morales

**DATE:** October 2017

**ABSTRACT**

Financial Risk is based on the probability of an unexpected event occurring which has negative consequences for financial activities, and the results obtained are not those expected by the organizations. It is necessary to carry out an identification and analysis of each of the risks to which the companies face the fulfillment of the commercial activity to turn that threat into an opportunity that benefits the commercial and economic strengthening.

The present research project refers to Financial Risk since for the continuous improvement and the fulfillment of the objectives of the organizations it has as interest the realization of the study and investigation of the possible threats to which are latent each of the organizations .

The problem observed in the wholesale stores of shoe products in the city of Ambato is the inadequate financial management which makes it difficult for business and commercial growth each store, being one of the most important sectors of the province contributes to social development and economic benefits. The exploratory, descriptive and field methodology was applied, which was emphasized in the study variables with a population of 120 wholesalers of shoe products in the city of Ambato.

It was determined that warehouses do not accurately identify the financial risk faced by organizations on a daily basis and does not allow for adequate business growth to meet business objectives.

**KEYWORDS:** FINANCIAL RISKS, BUSINESS GROWTH, RISK RESPONSE SYSTEM, BUSINESS SUCCESS, PLANNING.

## ÍNDICE GENERAL

| <b>CONTENIDO</b>                      | <b>PÁGINA.</b> |
|---------------------------------------|----------------|
| <b>PÁGINAS PRELIMINARES</b>           |                |
| PORTADA .....                         | i              |
| APROBACIÓN DEL TUTOR.....             | ii             |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....           | iii            |
| CESIÓN DE DERECHOS .....              | iv             |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO..... | v              |
| DEDICATORIA .....                     | vi             |
| AGRADECIMIENTO.....                   | vii            |
| RESUMEN EJECUTIVO .....               | viii           |
| ABSTRACT.....                         | x              |
| ÍNDICE GENERAL.....                   | xii            |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS .....              | xv             |
| INDIE DE TABLAS .....                 | xvii           |
| INTRODUCCIÓN .....                    | 1              |
| <b>CAPÍTULO I</b>                     |                |
| <b>EL PROBLEMA</b>                    |                |
| 1.1 TEMA .....                        | 2              |
| 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....  | 2              |
| 1.2.1 Contextualización.....          | 2              |
| 1.2.2 Análisis crítico .....          | 9              |
| 1.2.3 Prognosis .....                 | 10             |
| 1.2.4 Formulación del problema .....  | 11             |
| 1.2.5 Delimitación.....               | 11             |
| 1.2.6 Preguntas directrices .....     | 11             |
| 1.3 JUSTIFICACIÓN .....               | 11             |
| 1.4 OBJETIVOS .....                   | 13             |
| 1.4.1 Objetivo general .....          | 13             |
| 1.4.2 Objetivos específicos .....     | 13             |

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

|   |    |
|---|----|
| 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....                      | 15 |
| 2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA .....                        | 24 |
| 2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....                             | 25 |
| 2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA .....                | 29 |
| 2.4.1 Categorías Fundamentales .....                        | 29 |
| 2.4.2 Subordinación conceptual: Variable Independiente..... | 30 |
| 2.4.3. Subordinación Conceptual: Variable Dependiente ..... | 31 |
| 2.4.4 Conceptualización de las Variables .....              | 32 |
| 2.4.4 Marco Conceptual de la Variable Independiente .....   | 32 |
| 2.4.4 Marco Conceptual de la Variable Dependiente .....     | 32 |
| 2.5. HIPÓTESIS.....   | 60 |
| 2.6. SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES.....                     | 60 |

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

|   |    |
|---|----|
| 3.1. MODALIDAD, ENFOQUE Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN .....      | 61 |
| 3.1.1. Modalidad .....                                      | 61 |
| 3.1.2. Enfoque Cualitativo-Cuantitativo .....               | 62 |
| 3.1.3 Nivel de Investigación.....                           | 63 |
| 3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....                               | 65 |
| 3.2.1 Población.....  | 65 |
| 3.2.2. Muestra.....   | 66 |
| 3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....                  | 68 |
| 3.3.1 Variable Independiente: Riesgos Financieros.....      | 68 |
| 3.3.2. Variable Dependiente: Crecimiento Empresarial.....   | 69 |
| 3.4. DESCRIPCIÓN DETALADA DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN |    |
| 3.4.1. Plan de Recolección de Información.....              | 70 |
| 3.4.2. Plan de procesamiento de la información .....        | 71 |

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS**

|  |    |
|--|----|
| 4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS ..... | 72 |
| 4.2. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....            | 72 |

|  |     |
|--|-----|
| 4.2.1 Entrevista Directivos .....            | 99  |
| 4.3 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS .....       | 100 |
| 4.3.1. Formulación de la hipótesis .....     | 100 |
| 4.3.2. Modelo matemático.....                | 100 |
| 4.3.3. Modelo lógico .....                   | 100 |
| 4.3.4 Modelo estadístico .....               | 101 |
| 4.3.5 Determinación de significación.....    | 101 |
| 4.3.6 Distribución Muestral.....             | 101 |
| 4.3.7Cálculo Matemático .....                | 102 |
| 4.3.8 identificación de zona o rechazo ..... | 103 |
| 4.4 LIMITACIÓN DEL ESTUDIO .....             | 103 |
| 4.5 CONCLUSIONES .....                       | 104 |
| 4.6 RECOMENDACIONES .....                    | 105 |
| BIBLIOGRAFÍA.....                            | 117 |
| ANEXOS.....                                  | 117 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

| <b>CONTENIDO</b>   | <b>PÁGINA.</b> |
|--|----------------|
| <b>Gráfico N°- 1</b> Producción de calzado en Ecuador .....          | 5              |
| <b>Gráfico N°- 2</b> Árbol de problemas .....                        | 9              |
| <b>Gráfico N°- 3</b> Superordinación conceptual .....                | 29             |
| <b>Gráfico N°- 4</b> Subordinación de la Variable independiente..... | 30             |
| <b>Gráfico N°- 5</b> Subordinación de la variable dependiente.....   | 31             |
| <b>Gráfico N°- 6</b> Matriz de Riesgo .....                          | 50             |
| <b>Gráfico N°- 7</b> Riesgos Financieros .....                       | 73             |
| <b>Gráfico N°- 8</b> Tipos de Riesgos .....                          | 74             |
| <b>Gráfico N°- 9</b> Diversificación de la Mercadería .....          | 75             |
| <b>Gráfico N°- 10</b> Ventajas Competitivas .....                    | 76             |
| <b>Gráfico N°- 11</b> Sistema de Respuesta a los Riesgos .....       | 77             |
| <b>Gráfico N°- 12</b> Porcentaje de Morosidad.....                   | 78             |
| <b>Gráfico N°- 13</b> Pago de Impuestos.....                         | 79             |
| <b>Gráfico N°- 14</b> Recursos Económicos .....                      | 80             |
| <b>Gráfico N°- 15</b> Ventajas Competitivas .....                    | 81             |
| <b>Gráfico N°- 16</b> Fallas del personal.....                       | 82             |
| <b>Gráfico N°- 17</b> Distribución directa de la Mercadería .....    | 83             |
| <b>Gráfico N°- 18</b> Tiempo para apertura de un nuevo local .....   | 84             |
| <b>Gráfico N°- 19</b> Metas de Cumplimiento de Ventas .....          | 85             |
| <b>Gráfico N°- 20</b> Incremento de las Ventas .....                 | 86             |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Gráfico N°- 21</b> Estrategias de Crecimiento..... | 87  |
| <b>Gráfico N°- 22</b> Chi Cuadrado .....              | 103 |



## ÍNDIE DE TABLAS

| <b>CONTENIDO</b>   | <b>PÁGINA.</b> |
|--|----------------|
| <b>Tabla N°- 1</b> Producción Nacional De Calzado.....           | 6              |
| <b>Tabla N°- 2</b> Crecimiento Empresarial.....                  | 69             |
| <b>Tabla N°- 3</b> Plan de Recolección de la información .....   | 70             |
| <b>Tabla N°- 4</b> Riesgos Financieros.....                      | 73             |
| <b>Tabla N°- 5</b> Tipos de Riesgos .....                        | 74             |
| <b>Tabla N°- 6</b> Diversificación de la Mercadería .....        | 75             |
| <b>Tabla N°- 7</b> Ventajas Competitivas.....                    | 76             |
| <b>Tabla N°- 8</b> Sistema de Respuesta a los Riesgos .....      | 77             |
| <b>Tabla N°- 9</b> Porcentaje de Morosidad.....                  | 78             |
| <b>Tabla N°- 10</b> Pago de Impuestos.....                       | 79             |
| <b>Tabla N°- 11</b> Recursos Económicos .....                    | 80             |
| <b>Tabla N°- 12</b> Ventajas Competitivas.....                   | 81             |
| <b>Tabla N°- 13</b> Fallas del Personal.....                     | 82             |
| <b>Tabla N°- 14</b> Distribución directa de la Mercadería .....  | 83             |
| <b>Tabla N°- 15</b> Tiempo para apertura de un nuevo local ..... | 84             |
| <b>Tabla N°- 16</b> Metas de Cumplimiento de Ventas .....        | 85             |
| <b>Tabla N°- 17</b> Incremento de las Ventas .....               | 86             |
| <b>Tabla N°- 18</b> .Estrategias de Crecimiento .....            | 87             |
| <b>Tabla N°- 19</b> Análisis de las ventas mensualmente .....    | 89             |
| <b>Tabla N°- 20</b> Distribución de la Chi Cuadra.....           | 101            |
| <b>Tabla N°- 21</b> Contingencia.....                            | 102            |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Tabla N°- 22</b> Frecuencias esperadas.....                 | 102 |
| <b>Tabla N°- 23</b> Tabla del cálculo de la Chi cuadrado ..... | 102 |
| <b>Tabla N°- 24</b> Respuestas a los Riesgos .....             | 106 |
| <b>Tabla N°- 25</b> Análisis de Riesgo.....                    | 107 |

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación se enfoca en dos variables de estudios, los Riesgos Financieros los cuales pueden ser identificados y analizados sabiendo que el riesgo no se puede eliminar pero si se puede controlar, llegando a ser una oportunidad que permita obtener los resultados positivos esperados que mejore la estabilidad económica y financiera de las organizaciones y permita el crecimiento empresarial para dar cumplimiento con los objetivos.

En el **Capítulo I**, se efectúa el planteamiento del problema a investigar mediante la realización del árbol de problemas, donde se indica las causas y los efectos. Donde se identifica las variables de estudio, la variable dependiente y la variable independiente. También se plantea el objetivo general y los objetivos a los cuales va direccionada a cumplir con la investigación realizada.

El **Capítulo II**, en este capítulo contiene el marco teórico lo cual es el respaldo de la investigación, y se encuentra citado por los distintos autores bajo las normas APA, quienes con sus teorías y conocimiento despliegan un amplio conocimiento de la investigación que ayuda a la verificación de la hipótesis.

El **Capítulo III**, contiene la metodología, el enfoque que se da a la investigación, se realiza la operacionalización de las variables, se detalla la técnica para la recolección de información que se utilizara para la sustentación hipótesis y se determina la población que se identificó para la investigación.

El **Capítulo IV**, se cumple la tabulación de la encuesta realizada a la muestra de la población calculada, cada pregunta esta con su gráfico análisis e interpretación, Se detalla la manera como se cumple los objetivos planteados y se realiza la verificación de la hipótesis, se puntualiza las conclusiones y recomendaciones del proyecto de investigación y la realización de la posible solución.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1 TEMA**

“Los riesgos financieros y el crecimiento empresarial en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato”.

#### **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **1.2.1 Contextualización**

###### **Macro**

La fabricación de calzado es un producto que completa a las prendas de vestir de todas las personas, por ende la industria del calzado, es cambiante y se puede utilizar varios materiales para su fabricación. Es por ello que en a nivel mundial tiene un gran alcance en la producción, comercialización, a ayuda al desarrollo económico y social de los países que ofertan sus productos y lo fundamental es la calidad ya que es un referente y una distinción a la hora de su elección y ese una ventaja competitiva para las fabricantes.

La página (Cosmos, 2015) señala que:

La industria del calzado es muy diversa debido a que abarca gran variedad de materiales como cuero, tela, caucho y plástico. Esto significa que se relaciona directamente con diversos sectores industriales.

La importancia de esta industria para el país radica en que los productos que ofrece se distribuye principalmente entre clientes nacionales, ya que los productos poseen características de alta calidad y durabilidad a

la vez que tienen precios bastante accesibles, estas características los convierte en mercancías muy competitivas.

En general, entre los gastos más importantes para producir calzado se encuentran los insumos provenientes de la actividad del curtido y acabado de cuero y piel; le siguen los costos de productos de hule, de resinas y hules sintéticos, y fibras químicas y los gastos de los insumos provenientes de la propia Industria del calzado, según la Matriz de Insumo Producto del INEGI.

Es importante mencionar que la industria del calzado se fortalece gracias a otras ramas del sector manufacturero debido a que las materias primas que utiliza provienen de diversas fuentes.

La importancia de dicho sector económico es que genera un campo de empleo casi la mitad de la población la mano de obra está dedicada a las actividades de producción textil, confección de prendas de vestir, calzado, por ellos que las empresas para obtener un crecimiento necesitan inversiones para elaborar grandes volúmenes de producción y contratar más mano de obra.

(Ecuadorinmediato.com, 2012) Menciona que:

El desarrollo de la producción y comercialización de la industria del calzado y del cuero en Ecuador en los últimos tres años generó hasta hoy más de 100 mil empleos. Lilia Villavicencio, presidenta de la Cámara del Calzado de la provincia de Tungurahua, destacó que el cambio en el sector es evidente, gracias a una nueva política arancelaria mixta.

La medida gubernamental consiste en la aplicación de un impuesto mixto, que contempla el cobro de un arancel de seis dólares por la importación de cada par de zapatos, más un 10 por ciento de acuerdo con el precio.

El desarrollo de esta industria permitió, además, el incremento del número de talleres fabricantes en el país, que de 600 en 2008 pasó a cuatro mil 500 en la actualidad, señaló la funcionaria al diario El Telégrafo.

Se asegura que el objetivo de las autoridades nacionales es mejorar la competitividad de los sectores productivos y fomentar su internacionalización, con lo cual se espera obtener mayores divisas y equilibrar la balanza de pagos.

En el Ecuador existe una variedad de producción de calzado donde existe varios diseños que se ofrecen en el mercado los materiales más utilizados es el cuero, y materiales sintéticos, una gran parte de la demanda está orientada al mercado interno, la otra se exporta principalmente cuero y pieles ya que tiene una gran trayectoria.

El desarrollo del sector se mantiene de un nivel artesanal y en los últimos años se está industrializando ya que existe un crecimiento importante en el centro del país.

(HORA, 2013, pág. s/n) Menciona que “La industria del calzado en el Ecuador se ha fortalecido y genera en el país unos 100.000 empleos directos e indirectos. Así lo indicaron los representantes del sector, que además anunciaron nuevas propuestas para crecer aún más, entre ellas la creación de un instituto de formación.”

En la industria del calzado ha obtenido el apoyo principal de los gobiernos es por ello que se ha realizado estrategias para que siga creciendo el sector que promueve a la ciudadanía a consumir la producción nacional con el eslogan de primero lo nuestro.

### **Meso**

La provincia de Tungurahua es una de las provincias con referente crecimiento económico, financiero y comercial del Ecuador. Se destaca por la industria del calzado, cuero, confecciones, muebles, productos químicos, alimentos y bebidas, entre otros productos.

Según (Líderes, 2013, pág. s/p) mención que:

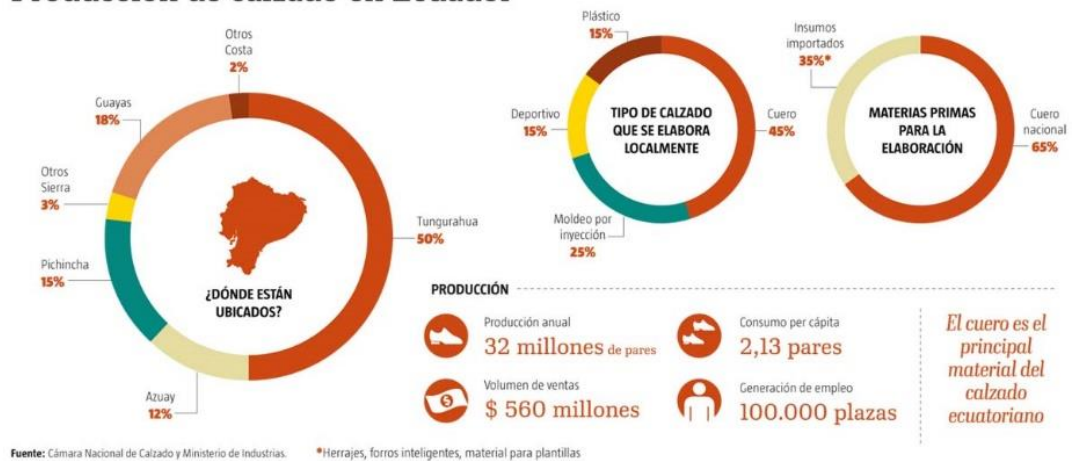
La industria del calzado ha experimentado un importante crecimiento desde el 2009. Datos de la Cámara de Calzado de Tungurahua (Caltu), señalan que de los 15 millones de pares de zapatos que se producía en el 2008, se pasó a 28,8 millones en el 2011. Es decir, en tres años, el nivel de manufacturación se incrementó en un 154% según en Ministerio de Industrias.

Mientras que según Caltu, hasta este año están registrados 4 500 productores, a escala nacional; entre grandes, medianos y artesanos. De

esta cantidad, el 50% pertenecen a la provincia de Tungurahua. Con zapatos nacionales a precios competitivos, se produjo el efecto dominó en el mercado, que desencadenó en mayores compras. Cifras del Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro) muestran que, en el 2008, la venta interna de zapatos nacionales representó USD 165, 7 millones. Para el 2011 la cifra escaló a 318 millones.

**Gráfico N°- 1** Producción de calzado en Ecuador

**Producción de calzado en Ecuador**



**Fuente:** Cámara Nacional del calzado y Ministerio de industrias

**Elaborado por:** Cámara Nacional del calzado y Ministerio de industrias

La página (HERALDO, 2010) indica que:

Una vez realizado el V Foro Latinoamericano del Calzado en Ambato, a la cual se le denominó como la capital mundial del calzado, cabe preguntarnos qué implicación significa esta categorización, dijo Diego Proaño, analista económico. Para sostener aquello presentó datos estadísticos oficiales del sector.

Explicó que durante el año 2009, la producción nacional de calzado fue de 28 millones de pares, comercializados a un precio promedio de 18 dólares cada uno.

La provincia de Tungurahua abarca la producción del 44% a nivel nacional, aseguró... ésto significa que 44 de cada 100 pares de zapatos elaborados en el país fueron hechos en Tungurahua, en donde existe una amplia gama de productores micro, pequeños y medianos empresarios que mantienen sus talleres y fábricas en parroquias rurales del cantón

Ambato como Ambatillo, Atahualpa, Huachi, Izamba, Martinez, Picaihua, Quisapincha y Totoras.

En el contexto provincial, según el Banco Central del Ecuador (cuentas provinciales) la industria manufacturera (en donde se encuentra el sector cuero y calzado) aporta a la producción total de Tungurahua en el 43%, mientras que el sector representa el 1,09% del Producto Interno Bruto del Ecuador, finalizó expresando Diego Proaño.

**Tabla N°- 1** Producción Nacional De Calzado

| PROVINCIA      | PRODUCCION % |
|----------------|--------------|
| Tungurahua     | 44%          |
| Pichincha      | 28%          |
| Austro         | 20%          |
| Resto del país | 8%           |

**Fuente:** CALTU

**Elaborado por:** CALTU

El sector de curtidurías y el calzado ha tenido un fortalecimiento importante en este año en la provincia; ya que aún permanecen problemas que desaceleran su crecimiento como por ejemplo la limitación al acceso al crédito por parte de entidades del Sistema Financiero, el cierre de emisión de cartas de crédito internacional para la importación de maquinarias, insumos y materia prima, y otros productos necesarios para la producción, la restricción arancelaria, que no permiten un crecimiento sostenido del sector ya que el alto costo de los aranceles impide la adquisición de los mismos.

### **Micro**

La fabricación de calzado en la ciudad de Ambato se destaca a nivel nacional e internacional por la perseverancia, entusiasmo, y las ganas de superación que tienen los empresarios, obreros que lo fabrican cumpliendo los estándares de calidad que exige el mercado.



(LAHORA, 2011, pág. s/p) Indica que “Ambato, cuarta ciudad en importancia del Ecuador, es poseedora de un gran motor industrial y comercial de importancia para la economía del centro del país y del Ecuador, gracias a las industrias predominantes que se encuentran en la ciudad.

La urbe cuenta con el principal centro de acopio en el centro del país, en lo que se refiere a alimentos de los diferentes puntos del país, ya que cuenta con el Mercado Mayorista, con un área útil actual de 118.383 m<sup>2</sup>. De este centro se distribuye al resto de mercados minoristas de la ciudad, provincia, región central y en casi su totalidad a la Amazonia.

La ciudad de Ambato es un referente económico del país siendo una de las provincias pequeñas pero con una gran actividad comercial.

(Guía Turística Artesanal de Tungurahua, 2013) Indica que:

### **Calzado Ambateño**

#### **Origen:**

Desde el siglo XIX, la zapatería fue una de las actividades más generalizadas de la zona y en aquella época, puede decirse que Ambato calzaba a toda la república.

En 1822, el libertador Simón Bolívar visita Ambato impresionado por las manufacturas del cuero y del calzado, dispone la confección de gorras por millares para el ejército; el propio Bolívar recibió como obsequio una par de botas sin costuras, confeccionada por el célebre artesanal Juan Cajas.

El libertador se sentía tan orgullo por la confección de aquellas botas de montar, que luego le encargo a Juan Cajas que confeccionara otras para obsequiárseles al Rey Jorge IV de Inglaterra.

La admiración que causaron aquellas botas por la fabricación sin costuras, causo incertidumbres y envidias, pues los artesanos del calzado no se explican cómo los habían fabricado, después de algunos años que para fabricar aquellas botas, utilizo dos pescuezos de llaquinos pues su forma tubular tenía la medida exacta de las botas, de esta manera no necesitó hacer ninguna costura.

El calzado fabricado en Ambato, era preferido en todos los mercados de este tiempo y hoy lo sigue siendo.

En la actualidad existen grandes fábricas de calzado, sin dejar de lado el trabajo artesanal personalizado.

El calzado ambateño se caracteriza por su materia prima de excelente calidad y sus acabados.

**Materiales:**

Hormas

Suelas

Cuero de la mejor calidad (napa, cuero ruso y de charol)

Chillo-lienzo

Forros, hilos, pegamento, tacos.

Según (Amoroso, 2016, pág. s/p)“Ambato ya es conocida a nivel internacional como un referente en la producción de calzado de calidad. Son más de 100 mil personas directamente relacionadas con esta actividad, gran parte de ellas afincadas en la tierrita linda, por ello, el municipio siempre ha dado muestras de apertura a este sector, con quienes seguiremos trabajando con entusiasmo”.

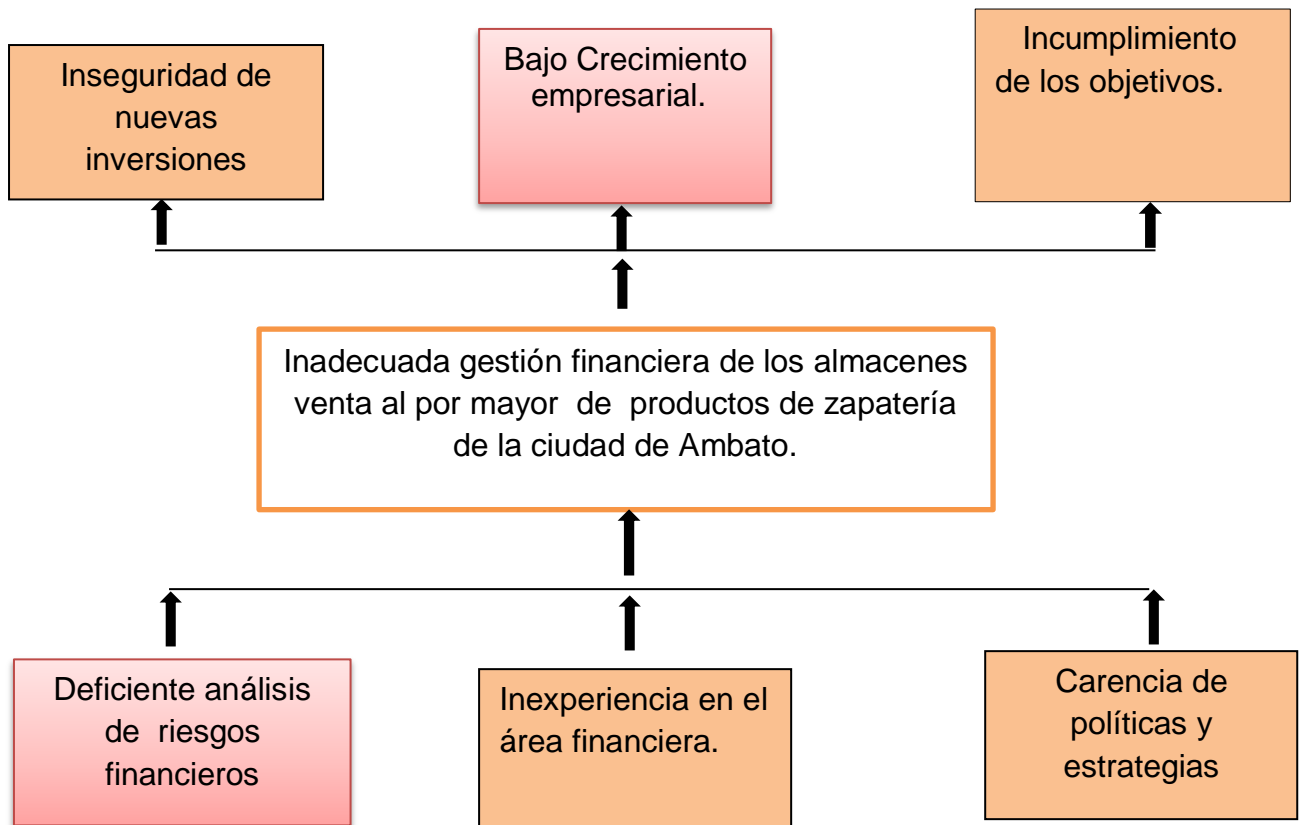
El desarrollo de la ciudad de Ambato día a día se destaca por su gente trabajadora y emprendedora la cual proporciona las diversas actividades económicas que se desarrollan en la ciudad.

Cada uno de los sectores tienen sus amenazas y oportunidades y es esa la labor de los empresarios en buscar la solución a cada uno de los problemas a enfrentar y seguir con su actividad empresarial.

Ayuda además a los estudiantes con la realización de las investigaciones en las diversas empresas y sectores comerciales para la aplicación de los métodos de estudio y la proporción a la solución a esas inquietudes y problemas latentes en cada organización.

### 1.2.2 Análisis crítico

Gráfico N°- 2 Árbol de problemas



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, Marcia (2017)

#### Relación causa-efecto

La problemática observada en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato es el inadecuada gestión financiera.

Luego de la visita previa se determinó varias causas y efectos que conllevan a la problemática observada una de las causas es el deficiente análisis de riesgos financieros que tiene como efecto que los almacenes tenga poca oportunidad de inversión lo cual dificulta la adquisición de nueva mercadería, diversificación del productor, compra de activos etc.

Otra causa es que se determino es la inadecuada evaluación financiera que tiene como efecto el bajo crecimiento empresarial ya que al no tener una análisis adecuado de las operaciones de la empresa no es posible tomar decisiones para el crecimiento del mismo.

El desconocimiento del proceso administrativo tiene un efecto la carencia de políticas y estrategias en la cual dificulta para el alcance de los objetivos y no tenga un proceso adecuado para la realización de las actividades comerciales.

### **1.2.3 Prognosis**

Al no contrarrestar la problemática actual y continuar con un deficiente análisis de riesgos financieros que directamente al crecimiento empresarial provoca inseguridad o duda de los hechos económicos y los resultados no sea los esperados por los empresarios.

Dicha problemática tiene un impacto importante en las empresas, inversiones, comercio. Por ello es necesario realizar un análisis del riesgo y proporcionar un sistema a las respuestas a los riesgos que existen durante la ejecución de sus movimientos comerciales.

No es posible eliminar los riesgos pero si se puede disminuir su impacto, para ellos es necesario identificarlos y estudiarlos para realizar estrategias para el negocio y encaminarlas a su finalidad u objetivos empresariales.

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

¿Cómo los riesgos financieros incide el crecimiento empresarial en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato?.

#### **1.2.5 Delimitación**

- **Campo:** Contabilidad
- **Área:** Financiera
- **Aspecto:** Análisis de los Riesgos financieros
- **Temporal:** Se utilizará el período 2016
- **Espacial:** Cantón Ambato

#### **1.2.6 Preguntas directrices**

¿Cuáles son los riesgos financieros que se enfrentan las empresas a la realización de sus actividades?

¿Qué porcentaje de crecimiento empresarial han obtenido durante los últimos dos años?

¿Cómo incide los riesgos financieros en el crecimiento empresarial de los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato?

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

El presente proyecto de investigación que se desarrolla en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería en la ciudad de Ambato, es de significativa

importancia ya que los riesgos financieros es una probabilidad de consecuencias financieras negativas y es de responsabilidad de la administración medir el grado de riesgo del giro del negocio y adoptar las medidas necesarias que permita neutralizar dichos riesgos.

(Vazquez H. , 2011, pág. s/p) Indica que “El riesgo financiero es la incapacidad que puede llegar a presentar una empresa o individuo de cumplir con sus obligaciones financieras en la medida que se endeuda. El análisis de riesgo financiero permite a las compañías financieras determinar el grado de riesgo que posee la empresa.”

Según (Pérez & Gardey, 2013, pág. s/p)”El riesgo financiero, por último, está relacionado a la solvencia monetaria de una persona, una empresa o un país. Esta noción se refiere a la capacidad de pago de una deuda contraída. Un país con altos niveles de desocupación, baja producción, elevada inflación y grandes deudas, presenta un riesgo financiero muy alto. Por eso, es poco probable que dicha nación acceda a nuevos créditos, ya que se enfrentaría a serias dificultades para pagarlos.”

Los riesgos financieros dificultan en gran medida a las actividades de las empresas ya que dichos riesgos impide la oportunidad de realizar nuevas inversiones para el crecimiento de las empresas, obtención de nuevas mercaderías y se dificulta para la cancelación de las deudas que se mantengan con los proveedores o acreedores.

(Menéndez, 2017, pág. s/p) Indica que “El objetivo del crecimiento empresarial es aplicar a cualquier tipo de empresa y del tamaño que sea un plan de crecimiento identificando los factores claves de cada empresa para su potencial crecimiento. Una vez hayas encontrado los factores clave para tu crecimiento debes marcar una hoja de ruta con las pautas a seguir para que al final se materialice este plan estructurado de crecimiento.”

(Rovayo, 2014, pág. s/p) Menciona que “El crecimiento de la empresa hace referencia a incrementos de tamaño en variables tales como el volumen de activos, la producción, las ventas, los beneficios o el personal empleado. Es uno de los ingredientes fundamentales en la definición de su estrategia corporativa.”

El crecimiento empresarial es uno de los objetivos importantes de todas las organizaciones por ello es de gran importancia que la gerencia tenga un amplia información sobre los riesgos que está sujeta la organización al realizar las actividades y es un riesgo para obtener mayor competitiva, liderazgo en el mercado, clientes satisfechos de los bienes que proporciona la empresa.

La respuesta a los riesgos consiste en identificar opciones de respuesta a los riesgos y considerar su efecto de la probabilidad con el impacto y su nivel de tolerancia a los riesgos a los que están expuestos.

Las categorías de las respuestas a los riesgos comprenden evitar, reducir, compartir y aceptar los riesgos.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 Objetivo general**

Analizar los riesgos financieros y su incidencia en el crecimiento empresarial en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Identificar los riesgos financieros que están influyendo en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato.
- Medir el crecimiento empresarial de los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato para determinar las estrategias y políticas que han determinado el éxito empresarial.

- Proporcionar un sistema de respuesta a los riesgos que enfrentan las empresas al momento de la realización de nuevas inversiones para el monitoreo eficiente de los riesgos mientras maximiza los rendimientos a nivel de cartera y crecimiento empresarial.



## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para el presente trabajo de investigación se tiene como antecedente tesis, material bibliográfico de diferentes autores los mismos que permiten tener una visión más amplia de las variables de estudio.

Del trabajo investigativo de (Tipantuña, 2013) denominado **“Evaluación Y Prevención De Riesgos Financieros En La Fundación De Ayuda Microempresarial Fundamic”** expresa que:

En la actualidad las instituciones se enfrentan a un sin número de eventos que pueden afectar en la consecución óptima de los objetivos planteados inicialmente, dentro de la entidad, por lo cual una adecuada gestión de riesgos es de vital importancia para el desarrollo de actividades que implican un alto nivel de incertidumbre.

La gestión de riesgos constituye una herramienta que no solo permite evitar riesgos sino que también permite visualizar potenciales oportunidades que pueden ser aprovechadas por las diferentes instituciones.

Tiene como objetivos: a) Tiene que elaborar una base de datos de posibles instituciones financieras, nacionales e internacionales, además deberá contar con los requisitos para acceder a los créditos. b) Debe preparar una presentación institucional de FUNDAMIC, a través de reuniones, entrevistas. c) Busca conseguir los recursos financieros a través de organismos nacionales e internacionales con la finalidad de cumplir con las metas que se han planteado inicialmente y hacer uso de estos recursos para ser colocados en el mercado.

En la presente investigación, para la cuantificación de los diferentes riesgos se aplican métodos cualitativos debido a la falta de información estadística; con excepción de la cartera vencida para cuyo análisis se aplicó el VaR paramétrico y no paramétrico (Histórico, Montecarlo) cuyos resultados nos permitieron estimar el máximo deterioro de la cartera en un periodo determinado con un nivel de confianza dado. Una vez que se han aplicado estas técnicas tanto cuantitativas como cualitativas se podrá conocer y apreciar los riesgos potenciales que

afectan al proceso de crédito y demás procesos institucionales, y de esta forma la fundación tome cartas en el asunto para darles una respuesta adecuada para reducir el nivel de impacto que pudieren tener en el futuro y minimizar las posibles pérdidas, fomentando así que las decisiones y estrategias que se planteen estén en función de la petito de riesgo de la institución.

Las conclusiones del proyecto de investigación son: Debido a que las tasas de interés del mercado durante el periodo de dolarización, han mantenido una tendencia a la baja, y dado que la tasa de interés de Fundamic está ubicándose en el tope legal, de mantenerse esta política, en el caso de una reducción de las tasas referenciales, la Fundación se vería obligada a realizar un ajuste de sus tasas de interés encontrándose en problemas si no optimiza sus costos, agravándose por el hecho de existir en el mercado opciones de la competencia que oferta financiamiento a menores tasas.

Las recomendaciones es: La Fundación debe considerar el cambiar su política de determinación de tasas de interés para sus créditos, a fin de que las mismas se vuelvan más flexibles y más competitivas en el mercado, con una optimización de costos y de la estructura de sus fuentes de fondeo.

Promover actividades de capacitaciones continuas y permanentes al cliente interno de la institución, para crear un vínculo de pertenencia promoviendo de esta forma un mejor desempeño en las diversas actividades que se realizan dentro de la institución.

En el estudio realizado se aprecia que el estudio de los riesgos financieros es integrantes de las buenas prácticas gerenciales ya que es un enfoque estructurado que sirve para mejorar las tareas diarias dentro de la organización. La administración de los riesgos es evitar o mitigar pérdidas y buscar oportunidades que permita un crecimiento de la institución.

Según (Núñez, 2014) En su proyecto de investigación “**El riesgo de Crédito y su incidencia en la Liquidez de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Acción Tungurahua Ltda. de la Ciudad de Ambato en el año 2013**” menciona que:

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Acción Tungurahua Ltda. Es una institución que brinda productos y servicios financieros de calidad, propendiendo al desarrollo económico de todos sus socios, la presente investigación tiene como objetivo de estudio formular estrategias que permitan tomar a tiempo y con eficacia decisiones que no afecten al desarrollo y crecimiento de Institución.

Los objetivos señalados son: a) Determinar el nivel de riesgo crediticio existente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Acción Tungurahua Ltda. b) Establecer los indicadores de liquidez la Cooperativa de Ahorro y Crédito Acción Tungurahua Ltda. C) Formular estrategia para disminuir el riesgo de crédito en las Cooperativa de Ahorro y Crédito Acción Tungurahua Ltda.

La modalidad de investigación que se utiliza es la investigación de campo mediante la realización de encuestas dirigidas al personal que integra la Institución, para así obtener información confiable y verdadera.

Las conclusiones son: Con el uso de modelos estadísticos como son valor en riesgo ( VAR ) por sus siglas en inglés se pudo determinar que el riesgo de crédito existente en la cartera de crédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Acción Tungurahua Ltda. Ascende a 47% por lo cual es de vital importancia dotar a la COAC de herramientas que permitan mitigar, o reducir la percepción de riesgo de crédito.

A través de herramientas financieras se pudo determinar los niveles de liquidez que posee la COAC Acción Tungurahua son limitadas pudiendo observar que la liquidez de la misma a través del indicador financiero razón corriente asciende a 0.35 centavos de dólar por cada dólar que debe, lo que significa que la calidad y naturaleza de los activos que posee la COAC es inferior al de sus pasivos. Por ende los niveles de competitividad de la COAC son excesivamente bajos.

El autor expresa la siguiente recomendación: Para mejorar los indicadores de riesgo de crédito es necesario implementar candados de seguridad que ayuden a mitigar la incertidumbre de las operaciones financieras y esto se logra a través de modelos de gestión eficiente, oportuna y con una evaluación periódica de los niveles de morosidad.

Para mantener niveles de liquidez óptimos es necesario implementar un plan de captación de nuevos socios y realizar operaciones de crédito responsables, medibles y cuantificables en el tiempo con el fin de mantener la salud financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito.

En el proyecto mencionado expresa que la aplicación de Indicadores Financieros permite hacer un análisis a profundo de cómo se encuentra realmente las empresas en su situación financiera, encontrando así que las necesidades de crear un modelo de gestión financiero eficiente y eficaz para la administración de los riesgos financieros, para de esta manera alcanzar los objetivos con los que fue creada las organizaciones.

En referencia a (Quishpe & Soria, 2014) en su trabajo de tesis **“Valoración Del Riesgo Financiero A Través De La Teoría De Cúpulas Y Diseño De Un Sistema De Control Difuso De Calificación Para Instituciones Del Sistema Financiero Regulado Ecuatoriano”** mencionan que:

El fideicomiso Fondo de Garantía para la Micro y Pequeña Empresa del Ecuador FOGAMYPE es “un instrumento financiero que facilita el acceso al crédito, a través del otorgamiento de garantías parciales complementarias para beneficiarios de créditos que no cuentan con los colaterales suficientes para respaldarlo”. Como figura financiera, el FOGAMYPE constituye un mecanismo que permite compartir el riesgo de impago con la institución financiera, dando seguridad al sistema financiero y dinamizando los sectores productivos.

Uno de los temas de mayor relevancia en el tratamiento de los riesgos del sector financiero, es el asociado al crédito. Un cuidadoso análisis en la concesión de éste es lo que permite tener una adecuada administración del crédito de cartera de las entidades financieras. Los procesos de análisis de riesgos precisan de fuentes de información, tanto internas como externas y de sistemas específicos de evaluación. En el tema de evaluación de crédito se toma en cuenta aspectos cuantitativos y cualitativos. Históricamente los primeros se han tratado de una manera sistemática, a través de instrumentos estadísticos y econométricos; los segundos, o aspectos 4 cualitativos, han sido tratados de acuerdo con los criterios de las entidades financieras y por los expertos en el tema.

Sus conclusiones y recomendaciones son: Los criterios expertos que aportaron los analistas de FOGAMYPE, determinaron acertadamente los parámetros empleados para la definición de las funciones de pertenencia elegidas.

La segmentación por tamaño de entidad, permitió ajustar los comportamientos de cada entidad financiera y obtener parámetros por grupo que facilitaron la construcción de las funciones de pertenencia.

El sistema de control difuso aplicado permitió adicionalmente evaluar por separado las dos carteras: comercial y microcrédito, permitiendo captar mercados potenciales a los que el Fondo de Garantía podría incursionar con una política más agresiva.

La valoración que se obtuvo con el sistema de control difuso, incrementó la participación de entidades financieras al Fondo de Garantía, debido a que el modelo construido considera una segmentación por tipo y tamaño de institución.

En el presente trabajo se puede determinar que es indispensable que las organizaciones tengan establecidas las políticas y estrategias acertadas para el mejoramiento del control y garantizar el cumplimiento de las mismas con el fin de que tenga una

adecuada administración crediticia y el conocimiento de los riesgos financieros a los que están expuestas las empresas y el nivel de crecimiento a las que están sujetas.

Es necesario la realización de los cálculos y comparar los resultados con otros para así tomar la mejor decisión al momento de realizar una inversión ya que el objetivo principal es obtener el menor interés al momento de solicitar un crédito.

Según (Aguirre & Rodriguez, 2013) En su trabajo de tesis “**EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL RIESGO CREDITICIO EN LAS MIPYMES DE LA COOPERATIVA COTOCOLLAO LIMITADA**”. Mencionan que:

Realizar una auditoría de la relación Cliente – Cooperativa, en base al seguimiento que practica la Entidad durante el proceso previo a otorgar o negar un crédito.

Evaluar los procesos de decisión y otorgamiento del crédito, en base a los factores de riesgo, finalidad del crédito y situación económica del cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cotocollao Limitada.

Analizar el seguimiento del crédito otorgado, que determine el estatus actualizado del cliente en relación a su producción, estructura e información contable.

Las conclusiones y recomendaciones son :Con relación al riesgo de mercado la Cooperativa se debe mantener alerta a todos los factores que influyen en el comportamiento del mercado sobre todo en lo que respecta a las tasa de interés, que ocasionan que la oferta y la demanda mantengan un comportamiento favorable. Por lo cual se recomienda realizar un diagnóstico situacional del entorno en forma constante, para tomar las decisiones oportunas y disminuir el impacto que este factor provoca.

Mantener la política que mitiga el riesgo de crédito desde el otorgamiento del crédito hasta su total recuperación, manteniendo límites aceptables establecidos dentro del peer grupo y sistema cooperativo nacional controlado por la Superintendencia de Bancos y Seguros (SBS).

En el caso del riesgo de crédito es importante mantener las campañas de cobranza donde se incluye a todo el personal involucrado, para que se comprometa con la Cooperativa a minimizar el impacto del riesgo mencionado.

El personal de la empresa influye en el riesgo operativo, por lo cual es importante dejar en claro que forman parte de un todo, la Cooperativa depende del trabajo de todos y los empleados depende de la entidad, tomando en cuenta que es aquella que genera los puestos de trabajos que ocupan y los ingresos mensuales que perciben, es decir forma parte del desarrollo económico y social de muchas familias, por lo cual su permanencia en el mercado es importante para todos quienes forman la Cooperativa de Ahorro y crédito

Cotocollao Ltda.

Mantener un ambiente de trabajo adecuado asegurará la permanencia del personal en la

Cooperativa, disminuyendo los niveles de rotación del personal y gastos de capacitación a nuevos empleados, por lo cual se deben garantizar condiciones laborales idóneas ajustadas a la legislación laboral ecuatoriana.

Establecer un manual de funciones donde se identifiquen funciones y responsabilidades de cada puesto de trabajo dentro de la entidad, con un organigrama estructural que se ajuste a las necesidades de la Cooperativa.

Se identificó, que el nivel de riesgo crediticio se debe principalmente a que en el proceso verificación dentro del Departamento de Colocaciones y Cobranzas no existe una eficiente gestión por parte de sus empleados.

En los últimos años la oferta de crédito a las MIPYMES, en la Cooperativa de Ahorro y

Crédito Cotocollao Ltda. Ha sido altamente competitivo, con una clara tendencia al descenso en los márgenes de intermediación, aunque también a un preocupante incremento de la cartera morosa.

El desarrollo de la presente tesis ha permitido identificar problemas y proponer medidas que permitan disminuir el riesgo crediticio existente en las colocaciones en microcréditos otorgados por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cotocollao Ltda.

En este trabajo de investigación recalca que es importante que las empresas fortalezcan los procedimientos operativo ya que es un riesgo que existe en las empresas para ellos ex indispensable la realización del análisis de los riesgos como es el riesgo crediticio, el riesgo operativo, el riesgo del mercado los cuales incluye directamente al funcionamiento de la actividades de la empresa.

Según (Vazquez h. , 2012) en su publicación “**Análisis de riesgo financiero: qué es y por qué se realiza**” menciona que:

El riesgo financiero es la incapacidad que puede llegar a presentar una empresa o individuo de cumplir con sus obligaciones financieras en la medida que se endeuda. El análisis de riesgo financiero permite a las compañías financieras determinar el grado de riesgo que posee la empresa.

## **Riesgo financiero**

**¿Qué es?** Cuando una empresa o PYME solicita un crédito, puede que sus operaciones y ganancias no sean acordes con el dinero que se está pidiendo a la compañía financiera. El dinero que se le prestará a la organización implica un apalancamiento, el cual luego debe ser devuelto con intereses. Cuanto mayor es este apalancamiento, mayores son las posibilidades de que la operatoria de la empresa crezca, por lo que mayor es el potencial de utilidades en el mediano plazo. A su vez, el riesgo es mayor.

**¿Por qué se realiza?** El riesgo financiero es la potencial incapacidad que presenta una compañía para repagar sus deudas, cuanto mayor es la deuda que se contraerá. El análisis de riesgo financiero permite a la entidad bancaria establecer un patrón que permita saber si la empresa a la que se le otorga dinero entrará en cese de pagos o "default", lo que puede devenir en litigios y problemas legales.

### **Como disminuir el riesgo financiero**

Cuando el emprendedor solicita un crédito, lo que se buscará es disminuir su tasa de riesgo económico o financiero a través de los siguientes pasos: **Balances positivos.** Una empresa que presente balances positivos y genere utilidades posee un menor riesgo financiero que la empresa que solicita un crédito para revertir su situación de pérdida. Demostrando que las tasas de rendimiento de la empresa son altas, los riesgos financieros se minimizan. **Cantidad de apalancamiento.** La cantidad de apalancamiento refiere al dinero total que se solicita a la entidad crediticia. Para esto, disminuyendo el apalancamiento, se disminuye el riesgo financiero que se corre, ya que la deuda contraída es menor. **Solidez.** La solidez de una empresa está definida por su cartera de clientes, por sus políticas de crecimiento, por su desarrollo y estabilidad económica. Cuanto mejor sea la solidez que demuestra la empresa y más equilibradas sean sus políticas de endeudamiento, menor será el riesgo y mayores son las posibilidades de conseguir créditos.

Teniendo en cuenta estos aspectos, el administrador de un negocio puede aspirar a dar pasos firmes, solicitar la financiación necesaria únicamente y posicionarse como un cliente potencial para varias entidades financieras.

(Luengo, 2016) En su publicación **“8 Estrategias Para Reducir Los Riesgos Financieros De Tu Empresa”** indica que:

Cuando queremos invertir, inevitablemente estaremos dispuestos a asumir riesgos financieros. Esto implica tener que desarrollar una estrategia que nos ayude a no fallar.

Los mercados financieros están repletos de amenazas procedentes de las constantes variables que lo forman, por eso es que tendremos que tener más cuidado.

Además, cuando hablamos de invertir, directamente estamos hablando de la incertidumbre que no podemos confundir con el riesgo.

*“La incertidumbre existe siempre que no se sabe con seguridad lo que ocurrirá en el futuro. El riesgo es la incertidumbre que “importa” porque incide en el bienestar de la gente..... Toda situación riesgosa es incierta, pero puede haber incertidumbre sin riesgo”.* (Bodie, 1998).

Algunas veces la solución es fácil y otras no tanto. Por esta razón y si quieres mejorar realmente las finanzas de tu empresa, toma nota de las siguientes medidas que podrás seguir para reducir en gran medida tanto la incertidumbre como el riesgo de tus operaciones.

¿Qué es un riesgo financiero?

Cuando hablamos de riesgo nos referimos a posibilidad que existe de surgir un acontecimiento adverso y sus consecuencias para nosotros.

Hay que dejar claro que como este concepto es bastante amplio, nosotros solo nos vamos a referir a los riesgos financieros, para explicar cómo podemos controlar aquellas consecuencias financieras que sean negativas para un negocio.

**¿Cómo disminuir tu riesgo financiero? Control y gestión.**

Es normal si eres empresario que intentes reducir al máximo el riesgo que pueda correr tu empresa, para no encontrarte con problemas financieros a largo plazo.



Esta es una de las cuestiones que más suele preocupar a los empresarios a la hora de hablar del sustento de la empresa. Y lo entendemos perfectamente porque toda la compañía podría derrumbarse con tan solo cometer un error.

Es imposible eliminar por completo la existencia de riesgos, pero sí es posible disminuirla. Por eso, y yendo directamente al grano, hemos hecho una lista, breve pero de gran utilidad, que te ayudará, si no a reducir, al menos a poder controlar y gestionar los riesgos que corre tu empresa.

1. **Evalúa la rentabilidad de cada inversión.** Esto es algo que nunca debes olvidar. Tienes que tener siempre en cuenta que, cuanto mayor información poseas sobre las operaciones, menor será el riesgo.
2. **Anticípate al futuro.** Sabemos que esto es algo imposible, pero en referencia al punto anterior, puede que nos acerquemos bastante a lo que puede ocurrir más adelante si tenemos una gran información que nos ayude a comparar situaciones, toma de decisiones y estrategias.
3. **Diversifica.** Algo fundamental que nunca puede faltar en toda estrategia de control de riesgos es la diversificación. Esto lo podemos hacer mediante el planteamiento de inversiones de varios tipos, por ejemplo, inversiones de alta peligrosidad que compenses otras de muy bajo riesgo. Esto hará que tengas una cartera de inversiones más amplia y que puedas obtener mejores resultados, de una forma más segura.
4. Evalúa los **resultados obtenidos.** No debes olvidarte de esto, es muy importante que cada vez que obtengas los resultados de una operación los estudies con detenimiento para analizar lo que está ocurriendo. ¡Esto nos podrá también ayudar a predecir el futuro!
5. Cuenta con un **equipo profesional.** La administración de tus cuentas merece un conocimiento especializado sobre las nuevas tendencias financieras.
6. Siempre podrás proteger algunos de tus activos mediante la contratación de **seguros.**
7. El hedging. En la misma línea que la diversificación, también podemos combinar algunos activos de una misma cartera, con el objetivo de que las variaciones de unos contrarresten las del resto.

8. Establecer **coberturas**. Nos referimos a aquellas operaciones que consten de divisas diferentes al euro, donde una variación en la cotización seguramente pueda tener un coste financiero alto.

Nuestro consejo: Mejorar las finanzas de tu empresa, a través de la inversión y así obtener mejores resultados. Para ello, hay que asumir un riesgo.

## 2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

En el presente proyecto de investigación se utilizará el paradigma positivista, debido a que las variables de estudio como es los riesgos financieros y el crecimiento empresarial, se analizarán datos cuantitativos.

Según menciona que (Quiroga, 2007, pág. 2) indica que:

El paradigma Positivista.- Se le ha denominado Cuantitativo, empírico-analítico racionalista. Surge de las ciencias naturales, se extrapola a las ciencias sociales. Una de las pretensiones de este paradigma es sostener que las predicciones es una explicación del hecho. Sus características fundamentales son:

Su orientación es “prediccionista”. Ya que lo importante es plantear una serie de hipótesis, es decir, predecir que algo va a suceder y luego comprobar o verificar que así sucedió.

La relación investigador-objeto de estudio es aparente. No reproduce el fenómeno estudiado tal cual éste se da en la realidad externa. Bajo el supuesto de que el objeto (pasivo) tiene existencia propia, independiente de quién lo estudia.

El método modelo de conocimiento científico, es el experimento. El cual se apoya en la estadística, que es una manera de cuantificar, verificar y medir todo, sin contar cada uno de los elementos que componen el todo.

### **2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

La presente investigación respalda su desarrollo en: La Constitución de la República del Ecuador, sus leyes, normas y reglamentos que regulan las actividades económicas y empresariales que se detallan a continuación:

#### **LA CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA**

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

En el Título, Régimen de desarrollo; Capítulo Cuarto, soberanía económica; Sección Séptima, política Comercial, Art. 304.

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

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

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

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

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

## **CÓDIGO DE COMERCIO**

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

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

Concordancias:

CÓDIGO CIVIL (TITULO PRELIMINAR), Arts. 4

CÓDIGO CIVIL (LIBRO I), Art. 566

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

LEY DE COMPAÑIAS, CODIFICACIÓN, Arts. 93, 423

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR 2008, Art. 307

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

Concordancias:

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

CÓDIGO DE COMERCIO, Art. 35.

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

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

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

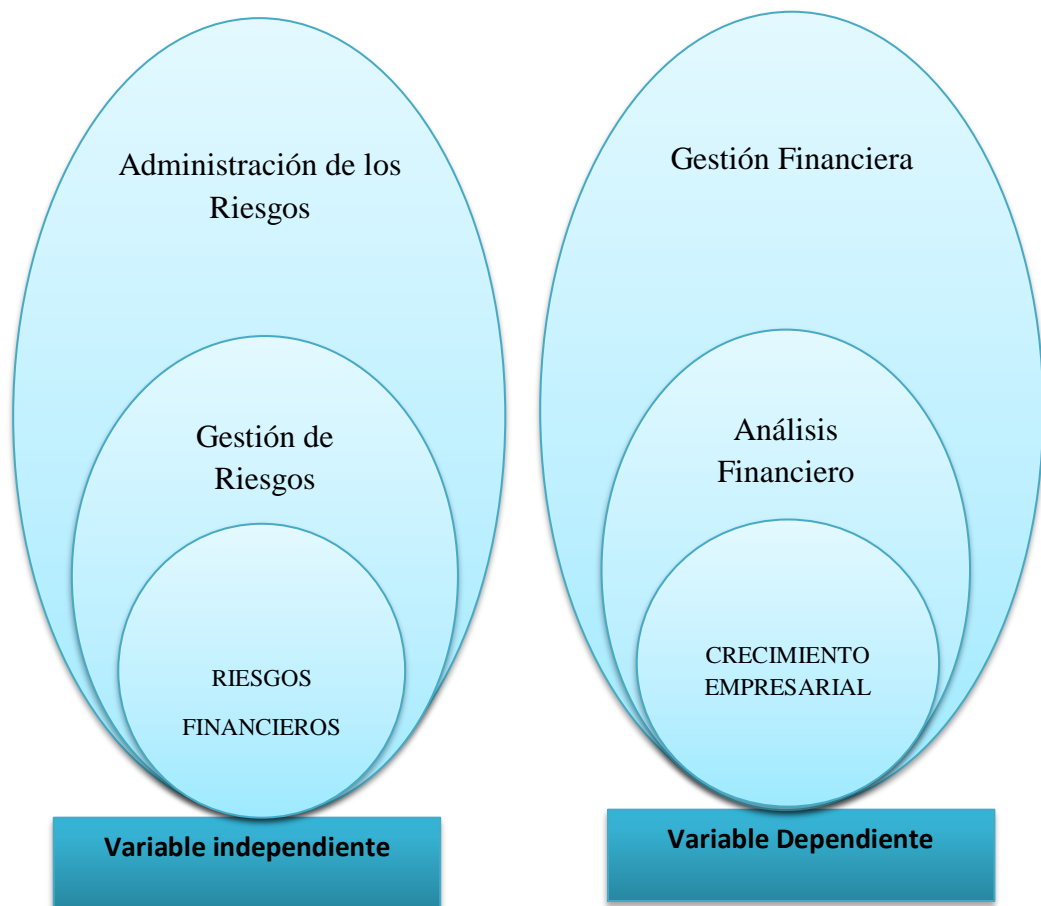
1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieran presentar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la repartición e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e interese legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y /o judiciales que correspondan; y,

12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

## 2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

### 2.4.1 Categorías Fundamentales

Gráfico N°- 3 Superordinación conceptual

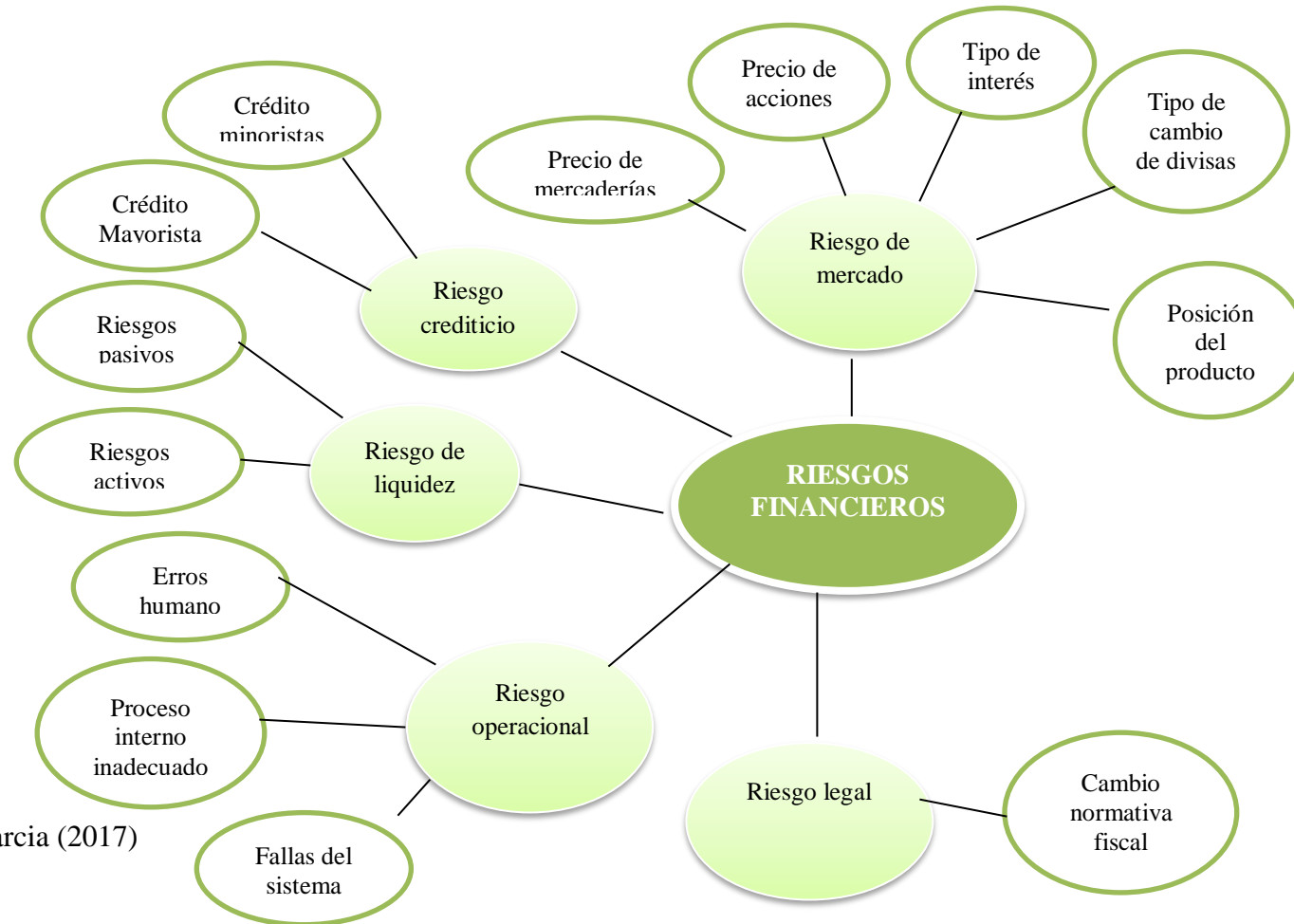


Fuente: Investigación

Elaborado por: Freire, Marcia (2017)

## 2.4.2 Subordinación Conceptual Variable Independiente

Gráfico N°- 4 Subordinación de la Variable independiente

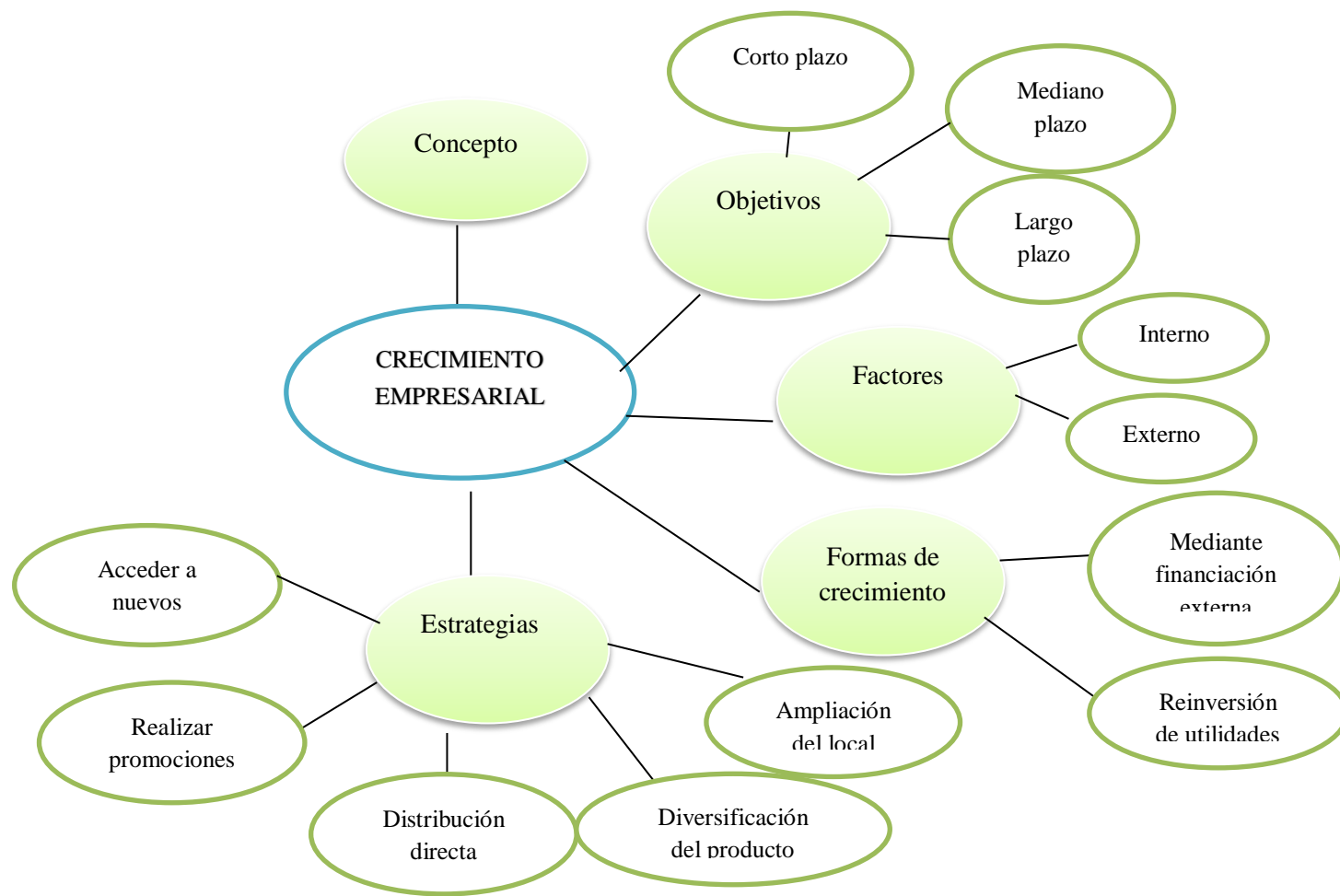


Fuente: Investigación

Elaborado por: Freire Marcia (2017)



2.4.3. Subordinación Conceptual: Variable Dependiente Gráfico N°- 5 Subordinación de la variable dependiente



Fuente: Investigación  
Elaborado por: Freire, M (2017)

## 2.4.4 Conceptualización de las Variables

### 2.4.4.1 Marco Conceptual Variable Independiente: Riesgos Financieros

#### ADMINISTRACIÓN DE LOS RIESGOS

Para (Ayala, 2005) la Administración de los riesgos es:

“Una administración prudente es aquella que mide los riesgos del giro del negocio en la que se encuentra, adoptando las acciones que permitan neutralizarlos en forma oportuna. A diferencia de la incertidumbre en la cual no es posible prever por no tener información o conocimiento del futuro, los riesgos pueden distinguirse por ser “visibles” pudiendo minimizar sus efectos.”

La administración de los riesgos se encarga del manejo de los riesgos corporativos y de las empresas utilizando instrumentos financieros para su análisis y entregar un resultado oportuno y eficaz que ayude a la toma de decisiones y determinar cuáles son las exposiciones más importantes de la unidad de estudio.

(Morales A. , 2016) Menciona que: ¿Qué la administración de los riesgos?

Para hablar de administración de riesgos es preciso primero intentar una definición de **RIESGO**.

Riesgo se define como la posibilidad de que las expectativas positivas para un sistema orientado al logro de objetivos no se realicen.

En esta definición se encuentran los tres elementos esenciales del riesgo, como son:

En esta definición se encuentran los tres elementos esenciales del riesgo, como son:

- La incertidumbre;
- Las consecuencias indeseadas para un sistema;

El cambio en las circunstancias existentes. Si bien en algunas circunstancias el riesgo es totalmente inmanejable, por estar por completo fuera de nuestro control; es el hecho de que algo debe cambiar antes de que ocurra un desastre lo que hace posible la administración de riesgos, ya que de alguna manera es posible influenciar en aquellos factores que deben cambiar. Por ejemplo, nada podemos hacer para evitar que ocurra

un terremoto, pero si podemos levantar construcciones más sólidas y seguras frente a la materialización de dicho fenómeno.

Según (Durcker, 2016), menciona que tratar de eliminar el riesgo en las empresas es algo inútil. El riesgo es algo inherente al hecho de comprometer recursos actuales en busca de resultados futuros. De hecho, el progreso económico se define como la habilidad de tomar riesgos.

La administración de riesgos se puede definir entonces como el proceso de identificación, medida y administración de los riesgos que amenazan la existencia, los activos, las ganancias o al personal de una organización, o los servicios que ésta provee.

El principal objetivo de administración de riesgos debe ser el de permitirle a la organización tomar los riesgos adecuados y compartir , proveyendo el conocimiento y la comprensión de dichos riesgos necesarios , identificando los recursos y esfuerzos necesarios para alcanzar los resultados deseados, movilizand o las energías necesarias para ello y midiendo los resultados contra las expectativas presupuestas; además de proveer los medios para la temprana detección y corrección de decisiones erradas o inadecuadas.

## **GESTIÓN DE LOS RIESGOS**

La gestión del riesgo es el proceso de identificar, analizar y cuantificar las probabilidades de pérdidas y efectos secundarios que se provoca de los desastres, así como de las acciones preventivas, correctivas y reducir dichos riesgos que deben enfrentar a los momentos de realizar sus actividades comerciales.

El Autor (Coronel, 2012) manifiesta que: La gestión de los riesgos es una parte integral de la dirección del proyecto, siendo un elemento clave en el proceso de toma de decisiones. Cualquier empresa que vaya a comenzar un nuevo proyecto se enfrenta al reto de invertir dinero en personal, equipamiento e instalaciones, formación, suministros y gastos financieros. El mejor modo de evitar el fracaso del proyecto, que en ocasiones puede llegar a originar la ruina de la organización, es la utilización de ciertas herramientas que permiten gestionar los riesgos.

Como parte de la gestión del riesgo, es preciso definir una política de riesgos del proyecto con objeto de mantener los riesgos inherentes dentro de límites definidos y aceptados. Esta política debe estar de acuerdo con la política de riesgos de la organización, de manera que la identificación y el tratamiento de los riesgos sean consistente y homogéneo en todos los proyectos.

Se entiende por riesgo en un proyecto, un evento o condición que, si ocurre, tiene un efecto sobre los objetivos del proyecto. Los riesgos pueden ser positivos o negativos. Los riesgos negativos influyen negativamente sobre alguno o varios objetivos del proyecto, como por ejemplo:

- Aumento de los costes del proyecto
- Retrasos de proyecto.
- Disminución de calidad.
- Impacto en el medio ambiente.
- Pérdida o daños a personas o propiedades.
- Otros.

Es necesario gestionar estos riesgos de manera que su efecto sobre el proyecto sea nulo o mínimo. También existe una concepción de riesgo como oportunidad, en cuyo caso se habla de riesgos positivos. En este caso lo que se pretende mediante la gestión de riesgos es incidir sobre los factores que puedan provocar la aparición de estos riesgos.

La gestión de los riesgos consta de cuatro procesos (identificación, análisis, planificación de la respuesta y supervisión y control de riesgos) que a continuación pasamos a describir.

## **RIESGOS FINANCIEROS**

### **RIESGO**

Para (Pérez & Gardey, Definición.De, 2010) El Riesgo es un término proveniente del italiano, idioma que, a su vez, lo adoptó de una palabra del árabe clásico que podría

traducirse como “lo que depara la providencia”. El término hace referencia a la proximidad o contingencia de un posible daño.

La noción de riesgo suele utilizarse como sinónimo de peligro. El riesgo, sin embargo, está vinculado a la vulnerabilidad, mientras que el peligro aparece asociado a la factibilidad del perjuicio o daño. Es posible distinguir, por lo tanto, entre riesgo (la posibilidad de daño) y peligro (la probabilidad de accidente o patología). En otras palabras, el peligro es una causa del riesgo.

Otro concepto generalmente vinculado al de riesgo es amenaza, y se trata de un dicho o hecho que anticipa un daño. Algo puede ser considerado como una amenaza cuando existe al menos un incidente específico en el cual la amenaza se haya concretado.

### **Riesgos Financieros**

Según (Pérez & Gardey, Definición.De, 2010) “El riesgo financiero, por último, está relacionado a la solvencia monetaria de una persona, una empresa o un país. Esta noción se refiere a la capacidad de pago de una deuda contraída. Un país con altos niveles de desocupación, baja producción, elevada inflación y grandes deudas, presenta un riesgo financiero muy alto. Por eso, es poco probable que dicha nación acceda a nuevos créditos, ya que se enfrentaría a serias dificultades para pagarlos.”

El riesgo financiero se refiere a la probabilidad de ocurrencia de un evento que tenga consecuencias financieras negativas para una organización. Por ello es la habida, la posibilidad de que los inversores realicen apuestas financieras en contra del mercado, movimientos de éstos en una u otra dirección pueden generar tanto ganancias o pérdidas.

### **TIPOS DE RIESGOS FINANCIEROS**

#### **RIESGO DE MERCADO**

(Pedrosa, Economipedia, 2015)”El riesgo de mercado es como se denomina a la probabilidad de variaciones en el precio y posición de algún activo de una empresa.”

En concreto, hace referencia al riesgo de posibles pérdidas de valor de un activo asociado a la fluctuación y variaciones en el mercado. Cuando hablamos de riesgo de mercado, hablamos de un concepto general que engloba a otros:

- Riesgo de variaciones del precio de mercancías
- Riesgo de variaciones en precios de acciones
- Riesgo de cambios en el tipo de interés
- Riesgo de variaciones en el tipo de cambio de divisa extranjera
- Riesgo de posicionamiento y aceptación del producto.

### **Riesgo de variaciones del precio de mercancías**

(Rodríguez, 2015) Menciona que:

Riesgo de precio de las mercancías: Es la probabilidad de que una compañía tenga un resultado negativo, en función del precio de los productos (*commodities*) y de la posición de la empresa.

Se entiende por *commodities*, simplemente materias primas brutas que han sufrido procesos de transformación muy pequeños o insignificantes. En los mercados financieros internacionales, estos se clasifican en los siguientes grupos básicos: Metales (oro, plata, cobre), Energía (petróleo, gas natural), Alimentos e insumos (azúcar, algodón, cocoa, café), Granos (maíz, trigo, garbanzos) y Ganado (cerdo, vacuno).

Si la empresa posee el producto (posición larga) cualquier aumento del precio sería beneficioso, mientras que si debe adquirir el producto (posición corta) lo beneficioso sería que el precio disminuyese.

El precio de un producto resulta del equilibrio en el mercado entre las cuantías de oferta y demanda, de tal manera que, a mayor precio mayor oferta y menor demanda y a menor precio menor oferta y mayor demanda.

Algunos de los factores que afectan la oferta, son:

- Precio del producto. A mayor precio mayor oferta.
- Avances tecnológicos, pues se podrá aumentar la producción y la oferta sin modificar el precio.
- Costo de los factores productivos, ya que un aumento en el precio de los factores provocará un aumento del precio del producto final.
- Normatividad legal del mercado, impuestos, subvenciones, etc.

En el caso de la demanda, la misma se ve afectada por:

- Precio del producto. A mayor precio menor demanda.
- Productos relacionados. Si hay cambios en los productos sustitutos o complementarios, cambia la demanda.
- Ingresos disponibles y propensión al consumo, pues si aumentan los ingresos aumentará la demanda de productos normales y disminuirá la de productos inferiores.
- Hábitos de consumo y preferencias de los consumidores.

### **Riesgo de variaciones en precios de acciones**

Según (Rodríguez, 2015) indica que:

Riesgo de precio de las acciones: Es la posibilidad que la compañía tenga un resultado negativo, en función del precio de las acciones que posea.

El precio de las acciones de una compañía depende, entre otros factores, de:

- Los resultados de la compañía y sus políticas de dividendos.
- El valor de los activos de la compañía
- Si la compañía está en operaciones de compra.
- Comentarios de analistas
- La percepción del riesgo crediticio del emisor.

### **Riesgo de cambios en el tipo de interés**

Según (Pedrosa, Economipedia, 2015) menciona que:

Es el riesgo asumido derivado de los cambios y volatilidades de los tipos de interés de activos y pasivos y que pueden tener una incidencia directa en los agentes económicos y financieros.

Cuando se habla de riesgo de tipos de interés se relaciona con la actitud o deriva negativa que un cambio en éstos pueda representar para los intereses e intenciones de organizaciones y personas que actúan en el mercado. Este riesgo, puede ser negativo o positivo en función del lado del mercado que estemos así como de la posición que tengamos frente a un activo o pasivo.

### **Riesgo de variaciones en el tipo de cambio de divisa extranjera**

Para (Pedrosa, Economipedia, 2015) menciona que el riesgo de tipo de Cambio:

Se conoce como riesgo de tipo de cambio a la potencial pérdida como consecuencia de las fluctuaciones de las divisas de acuerdo a la volatilidad y posición de ésta en un momento determinado.

El riesgo en el tipo de cambio hace referencia a los posibles cambios de cotización de una divisa frente a otra, de forma que dependiendo de la posición que tengamos, la volatilidad de la moneda y el espacio de tiempo que consideremos, un movimiento del valor puede hacernos ganar o perder posiciones en el mercado local.

### **Riesgo de posicionamiento y aceptación del producto**

(Giraldo, 2004) Indica que:

Una compañía debe ser eficiente al desarrollar sus nuevos productos y también debe ser eficiente al gerenciarlos en las fases de cambio de gustos, tecnología y competencia. Todo producto atraviesa por un ciclo de vida, nace, crece madura, declina y muere. Durante el desarrollo del producto la compañía acumula costos crecientes, después de lanzado, sus ventas pasan de un periodo de introducción a un periodo de fuerte crecimiento, seguido por la madurez y luego la declinación. Las utilidades pasan de negativas a positivas con un máximo y luego decaen.



La existencia del ciclo de vida significa que la compañía enfrenta retos importantes el primero es encontrar nuevos productos que reemplacen los que están declinando, lo segundo, es gerenciar óptimamente cada etapa del ciclo de vida para los productos existentes.

Una compañía puede obtener nuevos productos de dos maneras:

- Mediante la adquisición, comprando la totalidad de una compañía, comprando una patente o una licencia para producir algunos productos
- La otra es desarrollar nuevos productos conformando su propio departamento de investigación y desarrollo. La innovación es costosa y trae sus riesgos.

## **CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO**

Brinda información para rastrear las etapas de aceptación de un producto desde su introducción hasta su muerte. Se refiere al ciclo para una categoría o clase de producto. La categoría incluye todas las marcas que satisfacen un tipo específico de necesidad.

El tiempo en que un producto pasa en cualquiera de las etapas varía en forma radical. En productos novedosos todo el ciclo pasa en semanas, en electrodomésticos permanece en madurez durante decenios.

Los cambios de un producto, sus usos, su imagen o posicionamiento, extienden el ciclo de vida del mismo.

El ciclo de vida, no dicta la estrategia de mercadeo, ayuda a predecir eventos futuros y sugerir estrategias apropiadas.

Cuando el producto tiene éxito en el mercado no conserva su popularidad indefinidamente, la vida de un producto se divide en cuatro etapas, introducción, crecimiento, maduración y declive, se representa por una curva en forma de S donde el eje x representa el tiempo y el eje y el volumen de ventas de la industria.

En cuanto a aplicaciones el modelo afirma que no todos los clientes se hayan predispuestos a adoptar un nuevo producto en cualquiera de sus etapas, lo que permite desarrollar estrategias de ventas selectivas para determinados segmentos, definidos según el comportamiento de los consumidores.

La curva del ciclo de vida esta sujeta a diferentes modificaciones debido a cambios imprevistos del entorno económico, político, social, tecnológico, etc., que pueden dirigir la demanda en otras direcciones o bien las actividades competitivas que afectan la demanda y la participación de cada empresa en el mercado, también los movimientos ofensivos y defensivos de la empresa afectan su crecimiento.

El gerente de marketing puede prolongar o modificar la forma de la curva, aumentando la frecuencia de consumo, desarrollando nuevos usos o buscando nuevos clientes, haciendo mejoras del producto o bien del mercado.

## **INTRODUCCIÓN**

Es la etapa primera del producto, es la aparición de un producto innovador en el mercado, con un programa de mercadeo completo, esta etapa tiene las siguientes características:

- Producto, número limitado de modelos, modificaciones frecuentes, producto indiferenciado.
- Competencia, poca, nula, o no existe.
- Clientes, innovadores representan el 2.5%, los adoptadores tempranos representan el 13.5%. Se concentran en quienes tienen mayor necesidad y capacidad de compra, en los que se puede inducir a comprar y los indiferentes.
- Ventas, bajas lentas, dificultad de pronosticar la demanda.
- Utilidad, nulas por altos costos de producción y comercialización.
- Estrategia global, desarrollo de mercados.
- Estrategia de distribución, difusa, limitada, altos esfuerzos por atraer mayoristas y minoristas.
- Estrategia de promoción, conocimiento de la categoría, genera aprobación de los compradores, uso intensivo de personal de ventas, muestras y cupones para el consumidor.

- Estrategia de precios, altos.

## **CRECIMIENTO**

- Llamada etapa de aceptación del mercado, con rápido aumento del tamaño de este.
- Producto, amplio número, modificaciones frecuentes, producto diferenciado.
- Clientes, mercado masivo, mayoría oportuna 34%.
- Utilidades, altas y en crecimiento, economías de escala y costos bajos.
- Estrategia global, penetración en el mercado.
- Estrategia de distribución, intensiva, alto número de distribuidores, establecimiento de relaciones a largo plazo con minoristas y mayoristas.
- Estrategia de precios, más bajos, con el tiempo van cayendo por presión de competencia.
- Estrategia de promoción, preferencia de marca, promoción de marca agresiva, publicidad de diferencia de marcas.

## **MADUREZ**

- Las ventas se incrementan, no es posible añadir nuevos consumidores en forma indefinida, es la etapa más larga.
- Producto, gran número de modelos diferenciados.
- Competencia, se estabilizan los competidores, dificultades para entrar.
- Clientes, mercado masivo, mayoría tardía 34%.
- Ventas, crecimiento en menor proporción.
- Utilidades, decrecen, costos estables o crecientes.
- Estrategia global, posicionamiento, defensiva.
- Estrategia de precios, muy bajos, tendencia a caer.
- Estrategia de promoción, lealtad a la marca, promociones agresivas para retener consumidores y distribuidores.

## **DECLINACIÓN**

- Producto obsoleto porque aparecen otros que son mejores, cambio de los gustos del consumidor.

- Producto, eliminación de modelos, depuración de línea.
- Competencia, decreciente, bajo número de competidores, competencia indirecta.
- Ventas, decrecientes.
- Utilidades, pocas o nulas.
- Estrategia global, eficiencia o abandono.
- Estrategia de distribución, selectiva.
- Estrategia de precios, de precios estables a pequeño aumento.
- Estrategia de promoción, reforzamiento.

## **RIESGO DE CRÉDITO**

Según (Peiro, 2015) menciona que:

El riesgo de crédito es la posibilidad de sufrir una pérdida como consecuencia de un impago por parte de nuestra contrapartida en una operación financiera, es decir, el riesgo de que no nos pague.

El riesgo de crédito supone una variación en los resultados financieros de un activo financiero o una cartera de inversión tras la quiebra o impago de una empresa. Por tanto, es una forma de medir la probabilidad que tiene un deudor (derecho de pago) frente a un acreedor (derecho de cobro) de cumplir con sus obligaciones de pago, ya sea durante la vida del activo financiero o a vencimiento.

Este tipo de riesgo está relacionado directamente con los problemas que pueda presentar la compañía, de una forma individual. En cambio, el riesgo de mercado (en el que se incluye riesgo de divisa, de precio, de volatilidad, etc.) tiene un componente de riesgo sistemático (es aquel que se deriva de la incertidumbre global del mercado que afecta en mayor o menor grado a todos los activos existentes en la economía).

Una característica a tener en cuenta es la forma de la distribución del riesgo de crédito. Mientras que el riesgo de mercado toma una distribución normal, lo que quiere decir que es simétrica dando las mismas probabilidades a ambos lados de la distribución, el riesgo de crédito es asimétrica negativa. Con una asimetría negativa, hay más valores

a la izquierda de la distribución, es decir, de la media. Además, la media de la distribución es menor a la media de la distribución normal.

## TIPOS DE RIESGO DE CRÉDITO

Existen dos grandes grupos de riesgo de crédito en un banco que dependen directamente de la contrapartida.

- **Riesgo de crédito minorista:** es aquel riesgo que se origina mayoritariamente a la actividad de financiación a personas físicas y PYMES. En este sentido, entraría cualquier tipo de financiación a este segmento, ya sean préstamos (hipotecas), créditos (consumo, tarjetas) o cualquier actividad de financiación relacionada con ellos.
- **Riesgo de crédito mayorista:** es un riesgo algo más complejo. Tenemos que tener en cuenta que el riesgo de crédito mayorista incluye el riesgo de contrapartida. Dicho riesgo, puede venir de actividades de financiación, como puede ser un repo, o también de actividades *over the counter* (OTC) como derivados tales como swaps de tipo de interés (*interest rate swaps -IRS-*), permutas de incumplimiento crediticio (*credit default swaps -CDS-*) o warrants. En definitiva, se puede originar por la propia actividad de la entidad realizando ventas, o en actividades de fusiones y adquisiciones (M&A).

## TRES FORMAS DEL RIESGO DE CRÉDITO

Hay tres formas del riesgo de crédito: riesgo de default (quiebra), riesgo de rebaja crediticia y riesgo de spread de crédito.

- **Riesgo de default:** es aquel riesgo por el que un emisor de un bono (o deudor de un préstamo) que tiene lugar cuando no cumple con sus obligaciones contractuales. Este tipo de impago puede ser parcial o completo. Cuando el impago es parcial, una parte de la deuda emitida es recuperada por el prestamista de los fondos. Mientras que cuando se produce un default completo, el deudor no paga absolutamente nada de la cantidad que debe.
- **Riesgo de rebaja crediticia:** es la posibilidad de que una agencia de calificación haga una rebaja en la calidad crediticia de ese activo o ese emisor.

- **Riesgo de spread de crédito:** es el riesgo que mide un aumento en la rentabilidad del activo de referencia respecto a la rentabilidad de un activo libre de riesgo con un vencimiento parecido. En Europa es común utilizar de benchmark el *bund* alemán y en Estados Unidos el bono Americano. Un aumento del spread nos indica que el activo de referencia lo está haciendo en comparación al activo libre de riesgo peor. Por ejemplo, si el activo libre de riesgo tiene una rentabilidad del 6%, y el activo de referencia (por ejemplo un bono de una empresa A) está dando una rentabilidad del 8%, el spread será de un 2%. En el supuesto escenario de que el spread pase de un 2% a un 2,5% el precio de ese activo de referencia habrá bajado en relación al activo libre de riesgo (recordemos que en los bonos la rentabilidad se mueve en dirección contraria).

### **Cálculo del riesgo de crédito**

El riesgo de crédito es medido por la pérdida esperada (PE), y se calcula igual para el riesgo de crédito minorista y mayorista con la siguiente formula:

$$\text{PE} = \text{PD} \times \text{EAD} \times \text{LGD}$$

Dónde:

**Probabilidad de default (PD):** es la probabilidad de que el prestador no cumpla con sus obligaciones contractuales (en inglés probability of default).

**Exposición a default (EAD):** es el valor de la posición en el momento del default. Por ejemplo, la EAD en un préstamo nuevo es únicamente del principal, mientras que si está cerca de vencimiento será del principal y de los intereses (en inglés exposure at default).

**Pérdida en caso de incumplimiento (LGD):** la pérdida para el prestamista dado que el prestatario ha incumplido la obligación (en inglés loss given default). El banco en este caso recupera parte de la inversión siendo la tasa de recuperabilidad (recovery rate -R-),  $\text{LGD}=1-\text{R}$ .

$$PE = PD \times EAD \times (1-R)$$

## **RIESGO DE LIQUIDEZ**

Para (Pedrosa, Economipedia, 2015) indica que:

El riesgo de liquidez mide en qué medida un agente puede afrontar sus obligaciones a corto plazo.

De otra forma, el riesgo de liquidez trata de valorar de qué forma y condiciones cualquier deudor es capaz de pagar sus deudas a su vencimiento, generalmente, a corto plazo. Cuando hablamos de liquidez, nos referimos a la parte realizable del activo, es decir, el activo más líquido y que más rápidamente puede convertirse en dinero.

Una empresa o persona puede contar con mucho patrimonio y activos y tener un alto riesgo de liquidez, ya que cuenta con “riqueza”, pero ésta no puede convertirla en dinero fácil y rápido con la que sufragar sus gastos.

### **Cómo medir el riesgo de liquidez**

En general, el riesgo de liquidez se puede medir mediante los ratios de liquidez, siendo la relación entre el activo corriente y las deudas a corto plazo la principal. Esto es así porque permite descifrar en qué medida una empresa puede afrontar sus próximos pagos con la parte más líquida de sus activos, que suele comprender el dinero en caja, bancos y las inversiones financieras a corto plazo.

Para (Belaude, 2012) el riesgo de liquidez es:

Este riesgo ha sido uno de los más olvidados durante los años previos a la crisis actual, al punto de haber sido relativamente poco gestionado, para luego pasar a convertirse en uno de sus factores clave, no sólo como una de sus causales, sino como agravante, adquiriendo proporciones “cataclísmicas”, es decir sistémicas. Es cierto que en los “buenos tiempos” parece casi no existir, y que no es un riesgo fácil de definir y de entender completamente.

### **Tratando de definir el riesgo de liquidez**

Una primera definición corta sería la incapacidad para una organización de disponer de los fondos necesarios para hacer frente a sus obligaciones tanto en el corto plazo como en el mediano/largo plazo. Esta definición tiene la ventaja de reflejar fácilmente la idea de que se trate de una incapacidad en un momento dado, lo que no quiere decir que esa empresa sea insolvente, es decir que tenga un capital insuficiente para hacer frente a sus compromisos. Lo que sucede es que la empresa en un momento dado “está ilíquida” o corre el riesgo de estarlo, aunque sea rentable, y tenga relativamente pocas deudas. Por ello se oye muchas veces decir: “es un problema de liquidez temporal, la empresa está sólida”. El problema es que si esto dura demasiado, igual una empresa puede quebrar, entonces la diferencia con la insolvencia es poco obvia.

Muchas veces, a esta definición se le añade la idea de costo adicional y de pérdidas. No necesariamente la empresa se encontrará en situación de no disponer de los fondos necesarios, pero los tendrá por ejemplo pagando tasas de interés mucho más elevadas, o teniendo que vender activos a precios inferiores a su costo, es decir que tendrá sobrecostos o pérdidas por ello. Tenemos entonces que el riesgo de liquidez, no necesariamente significa quedarse sin fondos, sino perder dinero para evitar encontrarse en esa situación.

A partir de estas definiciones, se podría decir que el riesgo de liquidez puede presentarse de dos maneras:

- **Por el lado de los activos:** al no disponer de activos suficientemente líquidos, es decir que puedan realizarse o cederse fácilmente a un precio normal en caso de necesidad; ello no incluye a los activos de largo plazo esenciales para la organización, que por definición no deberían cederse, salvo situaciones extremas
- **Por el lado de los pasivos:** al tener vencimientos de deudas y otros compromisos que son excesivamente de corto plazo; y/o no disponer de suficientes fuentes de financiamiento estable o tener dificultades de acceso al financiamiento; esto pone a una organización constantemente bajo presión de encontrar fondos para funcionar en el día a día y hacer frente a sus obligaciones.



## **RIESGO OPERACIONAL**

Es aquel que puede provocar pérdidas debido a errores humanos, procesos internos inadecuados o defectuosos, fallos en los sistemas y como consecuencia de acontecimientos externos.

Según (Belaunde, 2012) indica que:

El post anterior sobre la ética y la gestión de riesgos fue una oportunidad para hacerles una pequeña introducción sobre riesgo operacional, a través de una de sus fuentes más conocidas, el fraude interno. Esta vez trataré de darles una visión de conjunto y sintética de este riesgo

Dijimos entonces que el **riesgo operacional** está definido en el acuerdo internacional llamado Basilea II que es aplicable a los bancos y otras instituciones financieras similares como “la posibilidad de ocurrencia de pérdidas debido a procesos inadecuados, fallas del personal o de la tecnología de información o a eventos externos”; es una definición general que puede aplicarse también fuera del sector financiero.

El riesgo operacional no es un riesgo nuevo; siempre ha estado presente en todo tipo de actividades, y no sólo las financieras, Pero ha tomado una importancia creciente en la razón de los cambios en el entorno y en la administración de los negocios (globalización de los mercados, desarrollo tecnológico, productos cada vez más complejos).

Y su universo es especialmente amplio, lo que lo vuelve a veces difícil de entender:

- Es **difícil de identificar**: puede haber una maraña de causas, de eventos y de efectos, y a veces hay problemas para distinguirlo del riesgo de crédito y del riesgo de mercado, lo que se llama riesgos fronterizos; ejemplo: si hay pérdidas por una garantía mal tomada ¿es por riesgo de crédito o por riesgo operacional?
- Es **difícil de medir**, por la existencia de pérdidas atípicas, la coexistencia de pérdidas directas e indirectas, y a menudo por la insuficiencia de data histórica.
- Es **difícil de vigilar y de controlar**: puede haber una coexistencia de causas internas y externas y la frecuencia y la severidad de las pérdidas son muy variables

En el mismo texto ya mencionado se dice que el riesgo operacional no incluye al riesgo reputaciones, que hemos comentado también en parte en el post anterior y tampoco al riesgo estratégico, que es un riesgo multifacético ligado a decisiones estratégicas de la empresa y a su entorno de negocios.

Pero entonces, ¿qué incluye el riesgo operacional?

Se dice que incluye al riesgo legal, aquél que puede derivar de contratos mal hechos, por ejemplo.

Pero en el texto de Basilea II se ha establecido igualmente una tipología de riesgos operacionales a partir de categorías de “eventos de pérdidas”, que damos a continuación:

- **El fraude interno** : que es el que les hicimos descubrir en el post anterior; el ejemplo típico es el empleado con acceso a la contabilidad que logra sustraer importantes sumas de dinero, o el que al interior de un banco hace aprobar expedientes crediticios con clientes “fantasma”
- **El fraude externo**: un ejemplo conocido es el que se puede sufrir a través de la clonación de tarjetas por terceros. El affaire Enron también tenía características de este tipo, pues muchos inversionistas fueron engañados por la “creatividad contable” de Enron; el valor de sus acciones no era real.
- **Los eventos ligados a la relaciones laborales y a la seguridad en el trabajo**: podemos tener así las pérdidas ligadas a la huelgas o los accidentes que se pueden producir con el personal en las fábricas o en las minas por no haberles dado todos los implementos de protección.
- **Los eventos ligados a los clientes, productos y prácticas empresariales**: el ejemplo típico son las malas prácticas en las ventas a los clientes, como el no darles toda la información sobre lo que se les está vendiendo, lo que puede ser incluso hecho con alevosía; de eso se ha acusado en EE.UU. a varios bancos de inversión (venta de “papeles tóxicos”)
- **Los daños a activos materiales** : son aquellos daños producidos por eventos naturales (como las inundaciones, terremotos o tsunamis), siendo un buen ejemplo la destrucción de muchas fábricas de componentes automotores en el Japón o provocados, como lo fue el ataque a las Torres Gemelas el 11/09/2001, o más simplemente aquellos derivados de disturbios, que se traducen por destrucción e

incendios de tiendas y locales administrativos, o los debidos a accidentes, como la explosión de una plataforma petrolera.

- **La interrupción del negocio y fallas en los sistemas:** lo que se produce por ejemplo en caso de apagones, o porque hay fallas en los sistemas informáticos; todos hemos experimentado las situaciones en que “se cuelga el sistema” y un banco puede así quedarse horas sin poder distribuir efectivo en sus cajeros; o piensen lo que le pasó a R.I.M., creador del Blackberry cuando se interrumpió su servicio por un tiempo largo por fallas en sus servidores.
- **Los eventos ligados a la ejecución, entrega y gestión de procesos,** como pueden serlo errores que provocan pérdidas de cheques en un banco, o de correspondencia en una empresa de “courrier”, el no respeto de los plazos de entrega de mercaderías, los errores de codificación que pueden producir errores de facturación y hasta generar impagos artificiales, lo que provoca múltiples reclamaciones. En un hospital, sería una operación mal efectuada, por ejemplo.

Es una tipología considerada como clásica, pero que puede ser difícil de aplicar tal cual en algunos casos, pues en realidad puede haber combinación de varios tipos de eventos, como en el caso de las catástrofes ambientales, donde pueden coexistir los daños a activos materiales con malas prácticas empresariales, fallas en los sistemas y una mala gestión de procesos; o el caso de edificios destruidos por un terremoto donde un factor contribuyente es el fraude externo (estafa en la calidad de los materiales utilizados, tal como varillas demasiado delgadas).

## **RIESGO LEGAL**

Según (Rosales, 2012) indica que:

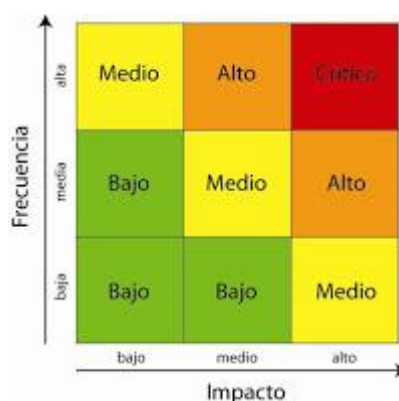
El riesgo legal implica la gestión del riesgo de pérdida derivado del incumplimiento de normas, posible aplicación de sanciones con base a las operaciones que se lleven a cabo, resoluciones judiciales o administrativas adversas, tanto en los procesos en los que la Institución sea actora como demandada, posible invalidez jurídica y/o debilidad en la instrumentación de los contratos y/o convenios, por lo que se definen como procesos macro desde el punto de vista de las causas que originan el riesgo legal los siguientes:

1. Cumplimiento de regulaciones (por línea de negocio, por proceso medular, por producto)
2. Litigios (como actor y demandado)
3. Sanciones (administrativas, judiciales, fiscales)
4. Documentación (instrumentación de contratos y convenios)

Ahora bien, tanto para éste como para los otros tipos de riesgos, la Unidad de Administración Integral de Riesgos observará las técnicas básicas que a continuación se señalan:

- a) **Identificación:** En un proceso dinámico y productivo aparecen nuevos y variados riesgos. Su descubrimiento es un precursor esencial de la acción.
- b) **Medición:** Cuantifica los riesgos financieros, a través de la estimación de la probabilidad de ocurrencia y severidad de los eventos.
- c) **Control:** Permite velar por el cumplimiento de las políticas de riesgo.

**Gráfico N°- 6 Matriz de Riesgo**



Asimismo, a los fines de la medición o estimación de las exposiciones de riesgo, se podrán utilizar modelos estadísticos de estimación, cuya conformación posibilite la inclusión o consideración de las variables y factores definitorios de los riesgos a estimar; y, los resultados de las mediciones o cuantificaciones deben corresponder a una adecuada interacción cuantitativa y cualitativa de las mismas.

Por otra parte, según lo instruye el ente regulador la forma de controlar este tipo de riesgo es mediante la verificación de que las operaciones realizadas estén de conformidad con las disposiciones legales; así como con las políticas y normativas aprobadas por la institución financiera. De igual forma, la participación o incursión en nuevos mercados y productos debe contar con la aprobación o visto bueno del área jurídica.

### **Sistema de Administración del Riesgo Legal**

Para la adecuada funcionalidad del sistema integral de administración de riesgos, se hace imperativo fijar los procedimientos entre la áreas de Asuntos Legales, Auditoría Interna y Administración Integral de Riesgos, lo que permitirá obtener un amplio alcance en la administración o gestión del riesgo legal, al involucrar a todas las áreas que directa o indirectamente supervisan el ámbito operativo de una institución financiera.

### **Objetivos de la Gestión del Riesgo Legal**

- Reducir el impacto en el negocio del riesgo legal, a través de la implementación de políticas, normas y procedimientos de cumplimiento, en las cuales se definan de manera clara las responsabilidades, roles y funciones de cada área en la gestión y supervisión del riesgo legal.
- Pasar de una actitud reactiva, en la cual la Institución reacciona una vez materializado el riesgo, a una actitud proactiva, en la cual la Institución debe conocer cómo las normas y cambios regulatorios impactan las actividades diarias del negocio bancario, a los fines de proponer oportunamente acciones para mitigar el riesgo legal.
- Facilitar la mejora continua de los procesos, apegados a las normas.
- Promover una cultura de gestión del riesgo legal.

#### **2.4.4.2 Marco Conceptual Variable Dependiente: Crecimiento Empresarial GESTIÓN FINANCIERA**

Se denomina gestión financiera (o gestión de movimiento de fondos) a todos los procesos que consisten en conseguir, mantener y utilizar dinero, sea físico (billetes y monedas) o a través de otros instrumentos, como cheques y tarjetas de crédito. La gestión financiera es la que convierte a la visión y misión en operaciones monetarias.

#### **ANÁLISIS FINANCIERO**

Para (Pérez & Merino, Definición.de, 2011)indican que:

Un Análisis consiste en distinguir y separar las partes de un todo para llegar a conocer sus elementos y principios. Se trata del examen que se realiza de una realidad susceptible de estudio intelectual.

A través del análisis, es posible estudiar los límites, las características y las posibles soluciones de un problema.

Financiero, por otra parte, procede de finanzas, que es un concepto vinculado a la hacienda pública, los bienes y los caudales. La noción de finanzas se utiliza para nombrar al estudio de la circulación del dinero entre individuos, empresas o Estados.

El análisis financiero, por lo tanto, es un método que permite analizar las consecuencias financieras de las decisiones de negocios. Para esto es necesario aplicar técnicas que permitan recolectar la información relevante, llevar a cabo distintas mediciones y sacar conclusiones.

Gracias al análisis financiero, es posible estimar el rendimiento de una inversión, estudiar su riesgo y saber si el flujo de fondos de una empresa alcanza para afrontar los pagos, entre otras cuestiones.

El análisis financiero ayuda a comprender el funcionamiento del negocio y a maximizar la rentabilidad a partir de la actuación sobre los recursos existentes. Los directivos pueden acceder a información sobre el efecto esperado de las decisiones estratégicas.

Además de todo lo expuesto hasta el momento, es importante saber que todo análisis financiero tiene una estructura idéntica. Se trata de una unión de varios apartados que son los que contienen los datos necesarios para llegar a una conclusión certera. En concreto, se compone de:

- Cuentas. En este caso, se incluye toda la información relativa tanto a los estados financieros de la empresa en cuestión, como la liquidez de la misma, el riesgo o la rentabilidad.
- Patrimonio. Concretamente en esta sección lo que se procede es a realizar un análisis del patrimonio que tiene la empresa: composición de ella, las distintas partidas del activo y el peso que ellas ejercen en el total, la evolución que ha tenido en los últimos años...
- Pasivos. Se trata de comprobar la capacidad que la empresa posee para devolver las deudas que contrae.
- Análisis económico, donde se viene a determinar si realmente la entidad está consiguiendo una rentabilidad suficiente o no.

## **CRECIMIENTO EMPRESARIAL**

### **Concepto**

Según (Martínez, 2011, pág. 2) indica que “El ámbito empresarial, este cambio en el entorno ha obligado a las entidades a ser más eficientes y a buscar mejores opciones que les permita crecer, tanto en su tamaño como en la complejidad de sus operaciones, bajo los lineamientos de eficiencia y aprovechamiento de los recursos con que cuenta”.

## **OBJETIVOS DE CRECIMIENTO**

Según (Abdón, 2009)

### **Un plan de crecimiento tiene los siguientes objetivos:**

- Mejorar los resultados de la empresa en cuanto a ventas y presencia en el mercado.
- Planificar el crecimiento de la empresa en un horizonte de 3 a 5 años.
- Determinar oportunidades de negocio y mercados de interés.
- Describir del mercado, existente o por crear.

- Obtener una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y defendible frente a la competencia.
- Definir objetivos de crecimientos corporativos, departamentales e individuales.
- Analizar las desviaciones frente a los objetivos y actuar consecuentemente.
- Ser un instrumento de comunicación interna y externa incrementando la motivación de los integrantes de la empresa.
- Brindar a los directivos la información necesaria en cada momento para la correcta toma de decisiones y conseguir el crecimiento deseado.

Un plan de crecimiento es una herramienta que ayuda a conseguir el desarrollo empresarial de manera planificada y controlada. La creciente preocupación de la población por la salud, por el cuidado personal y estético y la oportunidad de conseguir precios más accesibles, permiten el acceso a los tratamientos de estética a un mayor número de personas, lo que contribuye a potenciar esta actividad.

El mercado de la esteticista es rentable, ya que han surgido nuevas necesidades sociales: mejorar la apariencia, obtener placer, relajación, bienestar interno y externo.

Por lo cual, es importante tomar una posición para el salón de belleza a tres o cinco años de vista y establecer un plan de acción para seguir presente en el mercado. Con el tiempo, los pequeños salones de belleza tradicionales tendrán dificultades para mantenerse en este mercado, sino ponen en práctica una estrategia de crecimiento. En un contexto en el que el gasto por persona en productos y servicios relacionados con la estética crece continuamente debemos planificar a futuro.

## **FACTORES DE CRECIMIENTO**

Según (Correa, 2016) El Crecimiento empresarial la definición más precisa sería la que lo considera como el proceso de mejora de una compañía que la impulsa a alcanzar determinadas cotas de éxito. El **crecimiento del negocio** puede lograrse de dos formas distintas: bien aumentando los ingresos percibidos por la organización gracias a un aumento del volumen de venta de sus productos o un incremento de los ingresos percibidos por sus servicios; bien mediante el incremento de la rentabilidad de las operaciones, que es el que se consigue al reducir de forma efectiva los costes.



Hay dos tipos principales de **crecimiento empresarial, definición** que puede extraerse del modo a través del que este impulso es obtenido. Así, puede diferenciarse entre:

**1. Crecimiento interno u orgánico:** es la modalidad que implica un proceso más lento. Suele ser el modo inicial de crecimiento, que acompaña a las organizaciones en sus primeros pasos, desde su aparición. Requiere de mucho esfuerzo y una cuidadosa planificación para surtir los efectos deseados.

- Mediante el aumento de financiación por parte de los accionistas, que optan por contribuir con más capital.
- Porreversión de beneficios en el negocio.

-La principal desventaja de este enfoque es la inversión en tiempo que requiere, un plazo que deja vía libre a los principales competidores para ampliar y obtener ventajas competitivas. Sin embargo, al margen de este inconveniente, esta **modalidad de crecimiento del negocio** cuenta con importantes beneficios. El más significativo es el hecho de que permite a la empresa ser capaz de mantener una situación económica saludable. Debido a que no se está acumulando deudas externas, que suelen llevar implícito el pago de intereses, este tipo de empresas se hallan en mejores condiciones para mantener un crecimiento solvente. Además, el control de la empresa no excede sus fronteras.

**2. Crecimiento externo o estratégico:** es el que implica fusiones y adquisiciones. El **crecimiento empresarial, por definición** cuando es externo puede llevarse a cabo de distintas formas, aunque las más habituales son:

- Mediante la búsqueda de financiación externa.
- A través de fusiones y adquisiciones.

-Ambos enfoques tienden a confiar en traer la financiación externa en el negocio con el fin de hacer realidad la expansión, una estrategia que puede llevar a una posición

aumento del volumen de venta de sus productos o un incremento de los ingresos percibidos por sus servicios; bien mediante el incremento de la rentabilidad de las operaciones, que es el que se consigue al reducir de forma efectiva los costes.

Hay dos tipos principales de **crecimiento empresarial, definición** que puede extraerse del modo a través del que este impulso es obtenido. Así, puede diferenciarse entre:

**1. Crecimiento interno u orgánico:** es la modalidad que implica un proceso más lento. Suele ser el modo inicial de crecimiento, que acompaña a las organizaciones en sus primeros pasos, desde su aparición. Requiere de mucho esfuerzo y una cuidada planificación para surtir los efectos deseados.

- Mediante el aumento de financiación por parte de los accionistas, que optan por contribuir con más capital.
- Porreversión de beneficios en el negocio.

-La principal desventaja de este enfoque es la inversión en tiempo que requiere, un plazo que deja vía libre a los principales competidores para ampliar y obtener ventajas competitivas. Sin embargo, al margen de este inconveniente, esta **modalidad de crecimiento del negocio** cuenta con importantes beneficios. El más significativo es el hecho de que permite a la empresa ser capaz de mantener una situación económica saludable. Debido a que no se está acumulando deudas externas, que suelen llevar implícito el pago de intereses, este tipo de empresas se hallan en mejores condiciones para mantener un crecimiento solvente. Además, el control de la empresa no excede sus fronteras.

**2. Crecimiento externo o estratégico:** es el que implica fusiones y adquisiciones. El **crecimiento empresarial, por definición** cuando es externo puede llevarse a cabo de distintas formas, aunque las más habituales son:

- Mediante la búsqueda de financiación externa.
- A través de fusiones y adquisiciones.

-Ambos enfoques tienden a confiar en traer la financiación externa en el negocio con el fin de hacer realidad la expansión, una estrategia que puede llevar a una posición

de apalancamiento, sobre todo si se tiene en cuenta que uno de sus principales aspectos negativos es que el control de la compañía puede quedar en manos de accionistas ajenos a la organización.

-Cuando se produce como resultado de una fusión, implica que la empresa se ha unido a otra. En estas circunstancias, normalmente una empresa emitirá acciones a cambio de acciones de otra sociedad. Ambas entidades ostentan posiciones más equilibradas que cuando se formaliza una adquisición. En estos casos se produce una toma de control, al adquirir una empresa participaciones de control en otra, lo que implica que ha comprado, al menos, el 50% de las acciones de la otra empresa.

-Estas modalidades de **crecimiento empresarial** externo permiten la expansión rápida de un negocio pero conllevan una serie de problemas, entre los que destacan:

- La diferencia cultural entre las dos empresas que se unen.
- La posible aparición de desacuerdos entre los gerentes que están acostumbrados a trabajar con diferentes prácticas y sistemas.
- El aumento de complejidad en la gestión de recursos humanos que se produce como resultado del cambio en los negocios.

Según (Gestiopolis, 2008) En un entorno en el que la empresa es capaz de generar recursos que le permiten no sólo mantener su nivel de actividad actual sino generar un excedente, deberá decidir qué hacer con ese excedente. Las decisiones pueden ser múltiples y estarán todas muy condicionadas unas con otras.

En primer lugar, deberá analizarse si, además de generar un excedente de recursos (beneficio), la empresa es capaz de generar valor para el accionista. Esta situación se producirá cuando la rentabilidad de los recursos de los accionistas comprometidos en la empresa sea superior a la que obtendrían aplicándolo a otra inversión con el mismo nivel de riesgo.

Este análisis no es desdeñable ya que puede condicionarnos las decisiones que tomemos respecto a la aplicación que hagamos de ese origen de recursos.

Una de las soluciones posibles a adoptar sería la de retribuir a los accionistas mediante un reparto de dividendo. Esta situación, a priori, mantendría satisfechos a los accionistas, que verían así aumentar su nivel de ingresos. Aparentemente, a mayor dividendo mayor satisfacción.

Sin embargo, como gestores estaríamos admitiendo que no tenemos proyectos capaces de seguir incrementando el valor del accionista: No necesitamos recursos adicionales (retener los beneficios) porque no tenemos inversiones a los que aplicarlos.

Si optamos por mantener los recursos en la empresa, deberemos generar un volumen mayor de recursos excedentarios (beneficio) para que no se reduzca la rentabilidad frente a recursos propios y, en consecuencia, se mantenga la creación de valor. Por lo tanto, la empresa deberá crecer.

**El crecimiento se produce cuando en la empresa existen recursos infrautilizados u ociosos a los que se intenta buscar utilidad y decide explotarlos, en vez de transferir su propiedad a otro agente del mercado.**

Son múltiples los beneficios derivados del crecimiento empresarial. Nosotros destacaremos los siguientes:

- El mayor prestigio de los directivos o las mejores posibilidades de promoción de los empleados, lo que nos permitirá fidelizar el talento con el proyecto al posibilitar que las personas de más valía asuman responsabilidades de mayor entidad.
- Afrontar nuevos retos empresariales que estimulen el desarrollo de las personas y la organización.
- Capacidad de atraer capital de inversores externos lo que nos permita afrontar proyectos de mayor envergadura.
- La mejora de la posición de la empresa en los mercados de capitales.
- Adquirir una posición competitiva más sólida.
- Acceder a escalas de mercado que mejoren la competitividad de la empresa.

- Mantener la cuota de mercado en el caso de que el mercado en que se opera esté en crecimiento.

Sin embargo, la expansión de la empresa también conlleva importantes peligros.

Destacaremos los siguientes:

- La inversión en sectores en los que el éxito competitivo depende de la posesión de recursos, capacidades y conocimientos de los que la empresa no dispone.
- Alcanzar una dimensión empresarial superior a lo que la empresa es capaz de gestionar.

## **ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO**

Las estrategias de crecimiento que la empresa puede emplear siguen, fundamentalmente, unos patrones básicos. La elección de una estrategia u otra dependerá de las capacidades disponibles en cada momento y de la predisposición a afrontar riesgos por parte de los accionistas.

Si el desarrollo de la actividad de la empresa en un determinado mercado ha sido exitosa, las primeras estrategias que se llevan a cabo son las de crecimiento horizontal, es decir, se desarrollan los nuevos negocios dentro de las estructuras producto/mercado existentes.

Dentro de este crecimiento de tipo horizontal, las estrategias de expansión que puede seguir la empresa son:

- a) Estrategias de concentración/penetración. Se persigue una mayor participación en el sector/mercado mediante la utilización de prácticas generalizadas de marketing.
- b) Estrategias de desarrollo de productos a través de la ampliación de la línea actual, lo que se puede alcanzar con la adición de nuevas características que permitan una mayor diferenciación o el desarrollo de productos de nueva generación mediante la aplicación de nuevas tecnologías.

- c) Estrategias de desarrollo de mercados, ofreciendo los mismos productos y/o servicios en nuevos mercados. En este caso, se presentan dos opciones:
  - a. La expansión de la base geográfica donde opera la empresa.
  - b. El acercamiento a nuevos segmentos de mercado o perfiles de clientes.

Cuando se ha alcanzado la saturación en los mercados actuales, la segunda estrategia disponible para la empresa es la integración vertical, buscando el incremento del valor añadido a partir de una base de negocios dada. Con el crecimiento vertical, se pretende extender los negocios actuales de la organización en dos posibles direcciones:

- a) La integración hacia adelante, que conduce a un mayor acercamiento a los clientes mediante la realización de las actividades relacionadas con la distribución y venta.
- b) La integración hacia atrás, que ocurre cuando la organización busca un mayor control sobre sus sistemas de suministros ampliamente entendidos.

## **2.5. HIPÓTESIS**

Los riesgos financieros afectan en el crecimiento empresarial en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato.

## **2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES**

**Variable independiente:** Riesgo Financieros

**Variable interviniente:** afecta

**Variable dependiente:** Crecimiento Empresarial

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. MODALIDAD, ENFOQUE Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

##### **3.1.1. Modalidad**

La modalidad que se emplea en el presente trabajo investigativo es la de campo y la bibliográfica, las mismas que se definen a continuación:

##### **Investigación de campo**

Según (Hernández G. , 2011) Menciona que “Es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social. (Investigación pura), o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada).”

Según (Muñoz, 2011, pág. 126) Menciona que “En la ejecución de los trabajos de este tipo, tanto el levantamiento de información como el análisis, las comprobaciones, la fundamentación de los conocimientos y la aplicación de los métodos utilizados para la obtención de conclusiones tiene lugar directamente en el ambiente donde se desenvuelve el fenómeno o hecho bajo estudio”

Se utilizará la investigación de campo, ya que nos permite la recolección de información desde el lugar de los hechos, los datos serán tomados en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato.

##### **Investigación Bibliográfica**

Según (Salazar, 2009, pág. 1) Investigación bibliográfica. “Se puede entender como una introducción a cualquiera de las otras investigaciones, constituye una de las primeras etapas de todas ellas,

entrega información a las ya existentes como las teorías, resultados, instrumentos y técnicas usadas. Se puede entender como la búsqueda de información en documentos para determinar cuál es el conocimiento existente en un área particular, un factor importante en este tipo de investigación la utilización de la biblioteca y realizar pesquisas bibliográficas. La habilidad del investigador se demostrara en la cuidadosa indagación de un tema, de la habilidad para escoger y evaluar materiales, de tomar notas claras bien documentadas y depende además de la presentación y el orden del desarrollo en consonancia con los propósitos del documento. Una idea que ayuda a entender este punto es que no debe de existir ningún investigador que inicie su trabajo, hasta que no haya explorado la literatura existente en la materia de su trabajo.”

(Carlos, 2011, pág. 125) Menciona que “la Investigación bibliográfica, en este tipo de trabajo la recopilación de la información y el análisis de los resultados tiene una grado muy alto de carácter documental. Las investigaciones de este tipo por lo general son teóricos abstractos y poco susceptibles de comprobación.

La investigación bibliográfica nos permite ampliar la búsqueda de información de las variables de estudio utilizando libros, revistas, artículos científicos, periódicos, otras publicaciones que sustentan con fuentes bibliográficas de manera teórica.

### **3.1.2. Enfoque Cualitativo-Cuantitativo**

Se utilizara el enfoque cuali-cuantitativo ya que el cualitativo se encarga de del análisis de la parte de las cualidades y de las principales características que tiene la parte contable como son el control, actividades de control, políticas estrategias ,estructura de la empresa, administración y la cuantitativa es encarga principalmente de la parte numérica que por naturaleza la tiene la parte contable que se encarga de su verificación de donde proviene las operaciones y transacciones y que consten con su debido comprobante para casa una de las operaciones descritas como puede ser los costos, rentabilidad, liquidez,ingresos.

#### **Enfoque Cualitativo**

(Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2003) Indican que “Este paradigma, generalmente se utiliza para descubrir y refinar preguntas de investigación. El proceso de investigación es flexible, se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la



teoría. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descriptivas y las observaciones.”

## **Enfoque Cuantitativo**

Según (Hernández, 2003, pág. 5)El cuantitativo “utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población”

### **3.1.3 Nivel de Investigación**

#### **Investigación Exploratoria**

Según (Ibarra, 2011)indica que la investigación Exploratoria.- Son las investigaciones que pretenden darnos una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad. Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando más aún, sobre él, es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad. Suele surgir también cuando aparece un nuevo fenómeno que por su novedad no admite una descripción sistemática o cuando los recursos del investigador resultan insuficientes para emprender un trabajo más profundo.

Los estudios exploratorios nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones (postulados) verificables Esta clase de estudios son comunes en la investigación del comportamiento, sobre todo en situaciones donde hay poca información.

La investigación exploratoria.- No intenta dar explicación respecto del problema, sino sólo recoger e identificar antecedentes generales, números y cuantificaciones, temas y tópicos respecto del problema investigado, sugerencias de aspectos relacionados que deberían examinarse en profundidad en futuras investigaciones. Su objetivo es documentar ciertas experiencias, examinar temas o problemas poco estudiados o que no han sido abordadas antes. Por lo general investigan tendencias, identifican relaciones potenciales entre variables y establecen el “tono” de investigaciones posteriores más rigurosas. (Lozano, 2008)

Este tipo de investigación nos permite tener una visión más amplia y general sobre Los riesgos financieros y el crecimiento empresarial en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato.

### **Investigación descriptiva**

(Ávila & Tamayo, 2006) Indican que.- Este tipo de investigación que describe de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Aquí los investigadores recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

Según (Morales F. , 2012)En las investigaciones de tipo descriptiva, llamadas también investigaciones diagnósticas, buena parte de lo que se escribe y estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

Esta investigación descriptiva permite la descripción sistemática y las características de los riesgos financieros y el crecimiento empresarial en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato.

### **Investigación Correlacional**

Según (Moca, 2011) En este tipo de investigación se persigue fundamentalmente determinar el grado en el cual las variaciones en uno o varios factores son concomitantes con la variación en otro u otros factores. La existencia y fuerza de esta covariación normalmente se determina estadísticamente por medio de coeficientes de correlación. Es conveniente tener en cuenta que esta covariación no significa que entre los valores existan relaciones de causalidad, pues éstas se determinan por otros criterios que, además de la covariación, hay que tener en cuenta.

Investigación correlacional.- Tipo de investigación social que tiene como objetivo medir el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables, en un contexto en particular. En ocasiones solo se realiza la relación entre dos variables, pero frecuentemente se ubican en el estudio relaciones entre tres variables. (Hernández S. , 2004)

La investigación correlacional tiene como finalidad relacionar la variable independiente (Riesgos Financieros) con la variable dependiente (Crecimiento Empresarial).

## **3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA**

A continuación se detalla la población y muestra del presente estudio:

### **3.2.1 Población**

La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio (Tamayo, 1997, pág. 114), "La población se define como la totalidad del fenómeno a

estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”

(Jacqueline, 2010) Indica que.- Población es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

Para el presente proyecto de investigación se utilizará una población de 120 almacenes de venta de por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato, Como sujeto de investigación el cual es el objetivo de la misma. Según la Página del Servicio de Rentas Internas.

### **3.2.2. Muestra**

Según (Pinto, 2004) muestreo es “Es el procedimiento mediante el cual seleccionamos una muestra representativa de la población objeto de estudio.”

Bajo este contexto, para la determinación del número de elementos con los cuales se trabajó, y la fórmula aplicada para el cálculo de la muestra para poblaciones finitas, fue la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{Z^2 \cdot p \cdot q + N \cdot e^2}$$

#### **Dónde:**

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confiabilidad = 90% = 1,65

p = Probabilidad de ocurrencia = 0,5

q = Probabilidad de no ocurrencia = 0,5

N = Población =120

e = Error de muestreo = 10% => 0,10

Reemplazando los datos tenemos

$$\frac{(1,65)^2 * 0,5 * 0,5 * 120}{(1,65)^2 * 0,5 * 0,5 + (120) * (0,10)^2}$$

$$n = \frac{81.685}{1.888}$$

n= 44 Almacenes

### 3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

#### 3.3.1 Variable Independiente: Riesgos Financieros

Tabla N°-2 Riesgos Financieros

| CONCEPTO  | DIMENSIONES/CATEGORIAS | INDICADORES   | ITEMS  | TÉCNICAS   |
|---|------------------------|---|--|--|
| El riesgo financiero, se relaciona a la solvencia monetaria de una persona, una empresa o un país. Es la posibilidad de que los resultados no sean los esperados y tengan consecuencias financieras negativas y puede provocar que las empresas tengan incapacidad de pago de las obligaciones comerciales y para ellos debe acceder a nuevos créditos para el cumplimiento y desarrollo comercial. | Solvencia Monetaria    | -Liquidez<br>-Rentabilidad<br>-Competitividad                                 | ¿Existe un análisis de los riesgos financieros a los que la empresa se enfrenta al cumplimiento de sus actividades comerciales?<br><br>¿La empresa tiene los suficientes recursos económicos para liquidar sus deudas? | Encuesta dirigida a: Propietarios de los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato.<br><br>Guía de entrevista a los Directivos. |
|   | Incapacidad de pago    | -Varias deudas<br>-Poca recuperación de cartera.                              | ¿Existen políticas y montos máximos de endeudamiento?<br><br>¿Es necesario la diversificación de la mercadería?  |  |
|   | Nuevos créditos        | -Compra de mercadería<br>-Deuda proveedores<br>-Pago obligaciones financieras | ¿Tiene dificultades para la importación de mercadería?   |  |

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, Marcia (2017)

### 3.3.2. Variable Dependiente: Crecimiento Empresarial

Tabla N°- 2 Crecimiento Empresarial

| CONCEPTO   | DIMENSIONES/CATEGORIAS | INDICADORES  | ITEMS   | TÉCNICAS  |
|--|------------------------|--|---|---|
| El Crecimiento Empresarial se puede determinar como objetivo a largo plazo que todas las empresas tienen la obligación de cumplir; Las organizaciones buscan crecer, con el fin de obtener un beneficio que les permita tener sostenibilidad económica y crear una imagen corporativa, creando un plan de crecimiento. | Sostenibilidad         | Recursos Económicos<br>Recursos Humanos<br>Recursos Tecnológicos                             | ¿Al realizar una inversión cuál sería su tiempo máximo de recuperación? | Encuesta dirigida a:<br>Propietarios de los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato. |
|  | Imagen corporativa     | Confianza, Credibilidad<br>Ofertar productos de calidad.<br>Distribución y comercialización. | ¿La empresa tiene una distribución directa de la mercadería?            |   |
|  | Plan crecimiento       | Ventas<br>Expansión del almacén<br>Utilidad  | ¿Existen estrategias de crecimiento empresarial?                        | Guía de entrevista a los Directivos.  |

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, Marcia (2017)

### 3.4. DESCRIPCIÓN DETALADA DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

#### 3.4.1. Plan de Recolección de Información

Tabla N°- 3 Plan de Recolección de la información

| <b>PREGUNTAS<br/>BÁSICAS</b> | <b>EXPLIACIÓN</b>   |
|------------------------------|---|
| ¿Para quién?                 | Para alcanzar los objetivos propuestos de la investigación.   |
| ¿Quién?                      | Marcia Fernanda Freire Córdova  |
| ¿A quiénes?                  | Directivos y propietarios   |
| ¿Dónde?                      | En los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato   |
| ¿Con que?                    | Encuesta, cuestionario, cedula de entrevista.   |
| ¿Cuántas veces?              | Una sola vez  |
| ¿Para qué?                   | Demostrar la hipótesis / Los riesgos financieros afectan en el crecimiento empresarial en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato. |

**Fuente:** Almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato

**Elaborado por:** Freire, Marcia (2017)



### **3.4.2. Plan de procesamiento de la información**

En el presente estudio investigativo se empleara varios instrumentos y técnicas de investigación con la finalidad de obtener resultados reales, para lo cual se aplicara un cuestionario, que posteriormente se desarrollara la tabulación de los datos encontrados, luego se realiza un análisis de la información recogida, con esta información se rechazara o se aceptara la hipótesis y por último se realizara las conclusiones y recomendaciones con respecto a los resultados adquiridos.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS**

#### **4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

La investigación realizada tiene como finalidad proporcionar un sistema de respuestas a los riesgos financieros a los cuales se enfrentan los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato, al realizar sus actividades comerciales. Para ello se realiza el análisis e interpretación de la información obtenidos en la aplicación de la encuesta a los propietarios almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato quienes son la fuente principal para la obtención de dicha información, ya que después de la aplicación de los instrumentos de investigación se procede a la tabulación, representación gráfica y el análisis e interpretación a las preguntas realizadas.

#### **4.2. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

La encuesta está conformada por 15 preguntas, está dirigida a una población de 44 personas. Los resultados obtenidos por la encuesta aplicada en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato, para una mayor comprensión se especifican a continuación en tablas, gráficos análisis e interpretación de cada pregunta. El análisis de los resultados obtenidos en la encuesta realizada apoya la investigación porque permite establecer estadísticamente los resultados y analizar la problemática.

Las matrices están estructuradas por filas, opciones y columnas. Compuestas por frecuencias absolutas, fija, de la selección de opciones que tiene de instrumento que se realizó para encuesta.

## CUESTIONARIO

1. ¿Usted conoce que los riesgos financieros es la probabilidad de ocurrencia de un evento inesperado que tiene como consecuencias financieras negativas para su almacén?

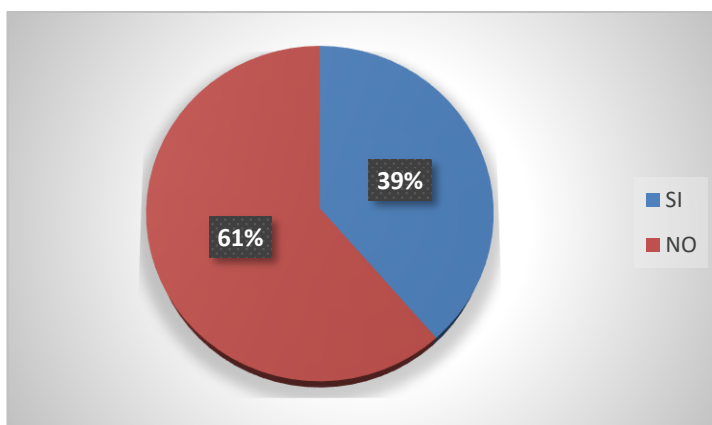
Tabla N°- 4 Riesgos Financieros

| ÍTEM | CATEGORÍAS   | FRECUENCIAS | PORCENTAJE  |
|------|--------------|-------------|-------------|
| 1    | SI           | 17          | 39%         |
|      | NO           | 27          | 61%         |
|      | <b>TOTAL</b> | <b>44</b>   | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Freire, Marcia (2017)

Gráfico N°- 7 Riesgos Financieros



Fuente: Investigación

Elaborado por: Freire, Marcia (2017)

### Análisis:

Del total de las personas encuestadas el 61 manifiesta que no conoce de los riesgos financieros, mientras que el 39% indica que sí.

### Interpretación:

La mayoría de los propietarios de los almacenes manifiestan que no conoce que los riesgos financieros es la probabilidad de ocurrencia de un evento inesperado que tiene como consecuencias financieras negativas para su almacén.

2. ¿Cuál de todos estos riesgos cree usted que tiene mayor incidencia de afectación en las operaciones financieras ?

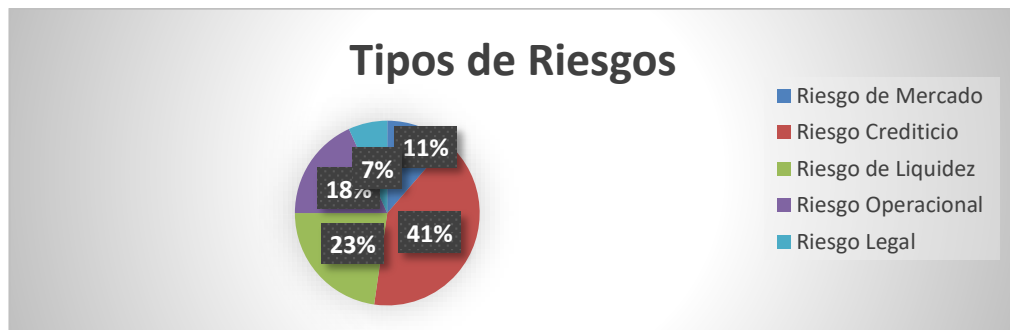
**Tabla N°- 5** Tipos de Riesgos

| ÍTEM | CATEGORÍAS         | FRECUENCIAS | PORCENTAJE  |
|------|--------------------|-------------|-------------|
| 1    | Riesgo de Mercado  | 5           | 11%         |
|      | Riesgo Crediticio  | 18          | 41%         |
|      | Riesgo de liquidez | 10          | 23%         |
|      | Riesgo operacional | 8           | 18%         |
|      | Riesgo legal       | 3           | 7%          |
|      | <b>TOTAL</b>       | <b>44</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, Marcia (2017)

**Gráfico N°- 8** Tipos de Riesgos



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, Marcia (2017)

**Análisis:**

Los propietarios indicaron que el riesgo de mercado tiene un 11% de incidencia en la afectación de las operaciones financieras, el 41% el riesgo crediticio, un 23% el riesgo de liquidez, el 18% el riesgo operacional y un 7% el riesgo legal.

**Interpretación**

La mayor parte de la población menciona que el riesgo crediticio tiene mayor incidencia en la afectación de las operaciones financieras ya que as altas tasas de interés dificulta para acceder un crédito.

### 3. ¿Es necesario la diversificación de la mercadería?

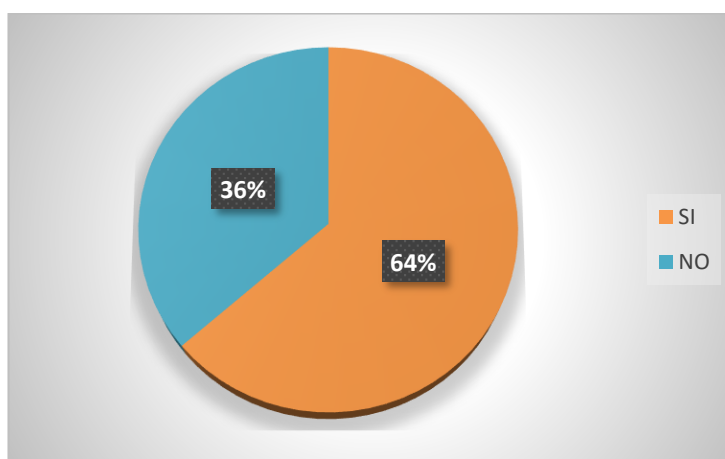
**Tabla N°- 6** Diversificación de la Mercadería

| ÍTEM | CATEGORÍAS   | FRECUENCIAS | PORCENTAJE  |
|------|--------------|-------------|-------------|
| 1    | SI           | 28          | 64%         |
|      | NO           | 16          | 36%         |
|      | <b>TOTAL</b> | <b>44</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, Marcia (2017)

**Gráfico N°- 9** Diversificación de la Mercadería



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, Marcia (2017)

#### **Análisis:**

Del total de las personas encuestadas el 64% manifiestan que si es necesario la diversificación de la mercadería, mientras que el 36% indican que no es necesario.

#### **Interpretación:**

La mayor parte de los propietarios de los almacenes de mencionan que si es necesario la diversificación de la mercadería ya que cada momento se impone una nueva moda y los materiales varían y hay que ofrecer mayor diversificación para estar acorde a las nuevas tendencias.

#### 4. ¿Cuál cree usted que son sus ventajas competitivas?

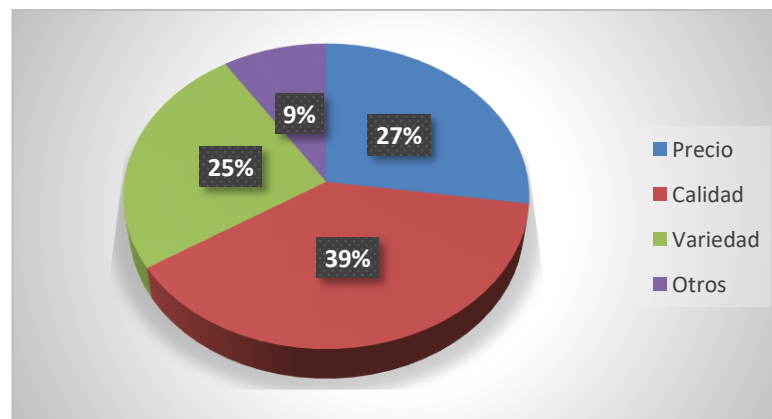
**Tabla N°- 7** Ventajas Competitivas

| ÍTEM | CATEGORÍAS   | FRECUENCIAS | PORCENTAJE |
|------|--------------|-------------|------------|
| 1    | Precio       | 12          | 27%        |
|      | Calidad      | 17          | 39%        |
|      | Variedad     | 11          | 25%        |
|      | otros        | 4           | 9%         |
|      | <b>TOTAL</b> |             | <b>44</b>  |

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Gráfico N°- 10** Ventajas Competitivas



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

#### **Análisis:**

El 27% de los encuestados respondió que una de sus ventajas competitivas es el precio, el 39% indicó que es la calidad, mientras que el 25% es la variedad y el 9% es otro tipo de sus ventajas competitivas.

#### **Interpretación:**

Un porcentaje considerable de los encuestados menciona que una de las ventajas competitivas de las cuales se destacan y se distinguen de la competencia es la calidad ya que es un factor determinante para la comercialización de los productos.

5. ¿Cree usted que al utilizar un sistema de respuestas a los riesgos ayudara a la disminución de los riesgos financieros?

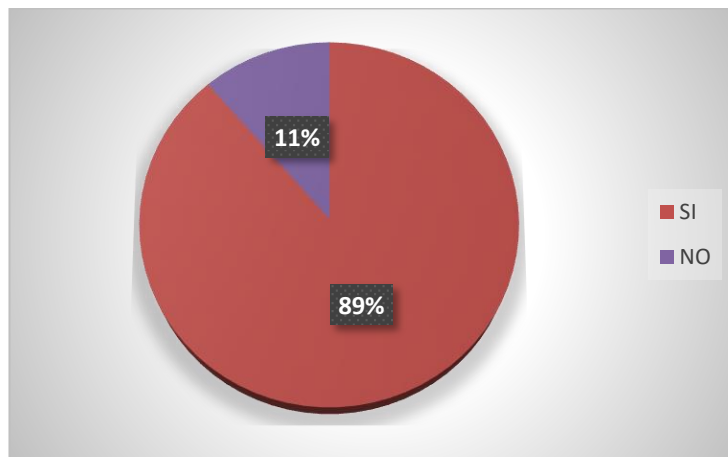
**Tabla N°- 8** Sistema de Respuesta a los Riesgos

| ÍTEM | CATEGORÍAS | FRECUENCIAS | PORCENTAJE |
|------|------------|-------------|------------|
| 1    | SI         | 39          | 89%        |
|      | NO         | 5           | 11%        |
|      | TOTAL      | 44          | 100%       |

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Gráfico N°- 11** Sistema de Respuesta a los Riesgos



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Análisis:**

El 89% de los encuestados respondió que sí se utiliza un sistema de respuestas a los riesgos se disminuirá los riesgos financieros y el 5% contestó que no.

**Interpretación:**

La mayoría de los propietarios indicó que si es necesario contar con un sistema de respuesta a los riesgos la cual disminuye los riesgos financieros al momento de realizar sus actividades comerciales.

## 6. ¿Cuál es su porcentaje de morosidad, cuentas por cobrar?

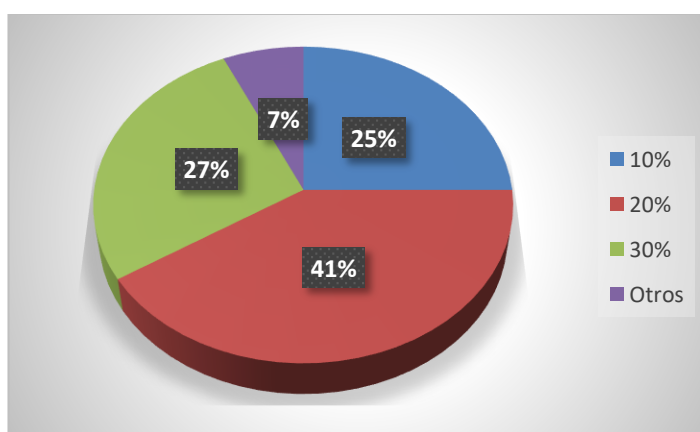
**Tabla N°- 9** Porcentaje de Morosidad

| ÍTEM | CATEGORÍAS   | FRECUENCIAS | PORCENTAJE |
|------|--------------|-------------|------------|
| 1    | 10%          | 11          | 25%        |
|      | 20%          | 18          | 41%        |
|      | 30%          | 12          | 27%        |
|      | Otros        | 3           | 7%         |
|      | <b>TOTAL</b> |             | 44         |

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Gráfico N°- 12** Porcentaje de Morosidad



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

### **Análisis:**

El 25% de los encuestados indicaron que tiene un 10% de morosidad en sus cuentas por cobrar, el 41% mencionan que tienen un 20% de morosidad, el 27% respondió que tienen un 30% y el 7% expresó que tiene otro porcentaje que morosidad de sus clientes.

### **Interpretación:**

La mayor parte de la población respondió que tienen un porcentaje alto de morosidad la dificulta a las actividades comerciales de los almacenes ya que son recursos necesarios para seguir el funcionamiento, para cumplir con sus obligaciones.



7. ¿El pago de varios impuestos y multas legales dificulta el desempeño de la actividad comercial?

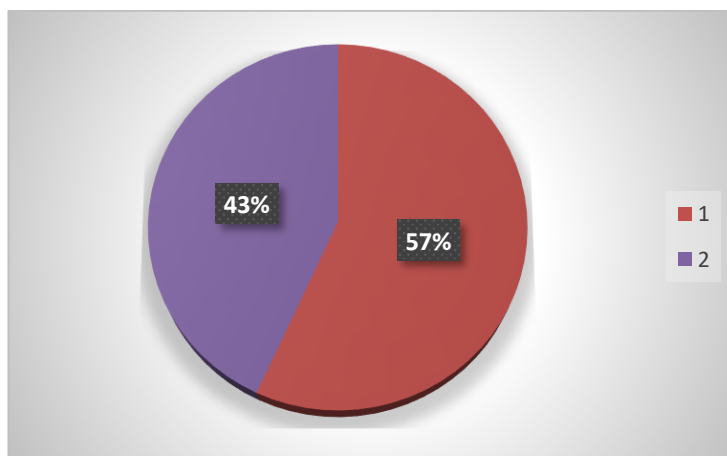
Tabla N°- 10 Pago de Impuestos

| ÍTEM | CATEGORÍAS   | FRECUENCIAS | PORCENTAJE  |
|------|--------------|-------------|-------------|
| 1    | SI           | 25          | 57%         |
|      | NO           | 19          | 43%         |
|      | <b>TOTAL</b> | <b>44</b>   | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Freire, M. (2017)

Gráfico N°- 13 Pago de Impuestos



Fuente: Investigación

Elaborado por: Freire, M. (2017)

**Análisis:**

El 57% de los encuestados respondió que el pago de varios impuestos y multas legales si dificulta el desempeño de la actividad comercial, mientras que el 43% respondió que no.

**Interpretación:**

El pago de las obligaciones legales para los almacenes es un gasto que tiene que incurrir para ejercer la actividad comercial.

**8. ¿La empresa tiene los suficientes recursos económicos para liquidar sus deudas?**

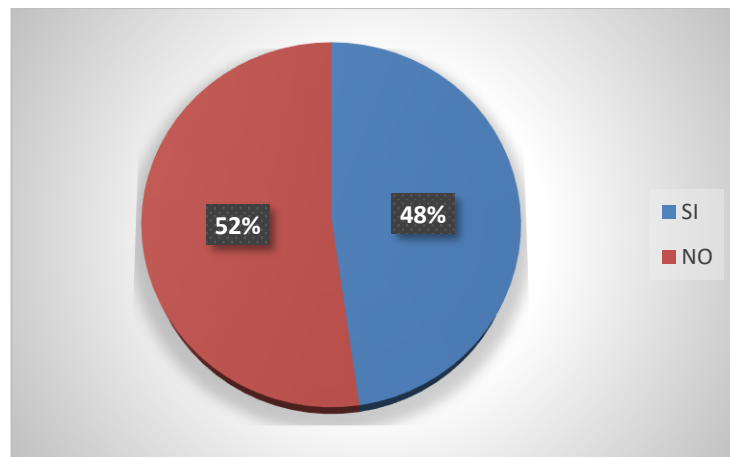
**Tabla N°- 11 Recursos Económicos**

| ÍTEM | CATEGORÍAS   | FRECUENCIAS | PORCENTAJE  |
|------|--------------|-------------|-------------|
| 1    | SI           | 21          | 48%         |
|      | NO           | 23          | 52%         |
|      | <b>TOTAL</b> | <b>44</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Gráfico N°- 14 Recursos Económicos**



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Análisis:**

El 48% de los encuestados indicó que si tiene los suficientes recursos económicos para liquidar sus deudas, y el 52% respondió que no tienen los suficientes recursos.

**Interpretación:**

La mayor parte de la población indicó que no cuentan con los suficientes recursos económicos la cual afecta en comercialización, adquisición, pago de obligaciones.

## 9. ¿Cómo califica usted el desempeño de los empleados?

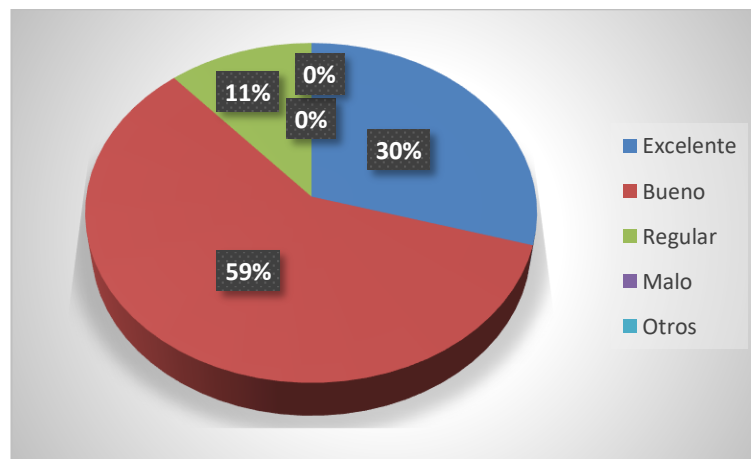
Tabla N°- 12 Ventajas Competitivas

| ÍTEM | CATEGORÍAS | FRECUENCIAS | PORCENTAJE |
|------|------------|-------------|------------|
| 1    | Excelente  | 13          | 30%        |
|      | Bueno      | 26          | 59%        |
|      | Regular    | 5           | 11%        |
|      | Malo       | 0           | 0%         |
|      | Otros      | 0           | 0%         |
|      | TOTAL      |             | <b>44</b>  |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Freire, M. (2017)

Gráfico N°- 15 Ventajas Competitivas



Fuente: Investigación

Elaborado por: Freire, M. (2017)

### Análisis:

El 30% de los encuestados respondió que el desempeño de sus empleados es excelente, mientras que el 59% indicó que es bueno, el 11% mencionó que es regular.

### Interpretación

La mayor parte de la población respondió que sus empleados tienen un buen desempeño al momento de cumplir con sus obligaciones laborales, es un factor significativo ya que el personal es uno de los activos más importantes dentro de la organización, quienes ayudan al cumplimiento de metas y objetivos.

**10. ¿Ha existido el riesgo de fallas del personal a la hora de despachar un pedido?**

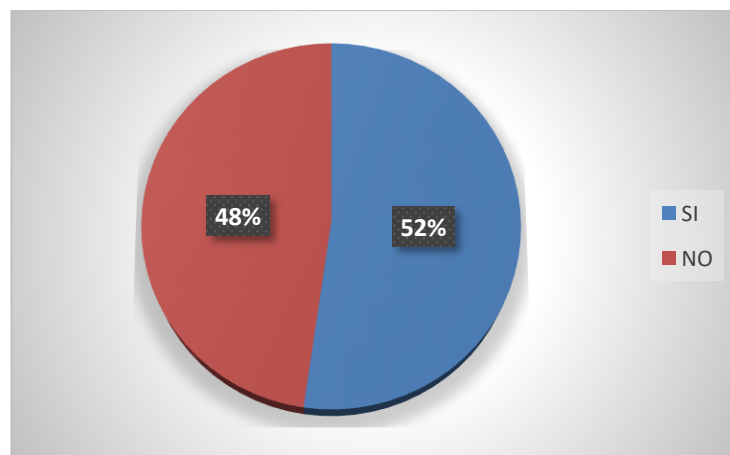
**Tabla N°- 13** Fallas del Personal

| ÍTEM | CATEGORÍAS   | FRECUENCIAS | PORCENTAJE  |
|------|--------------|-------------|-------------|
| 1    | SI           | 23          | 52%         |
|      | NO           | 21          | 48%         |
|      | <b>TOTAL</b> | <b>44</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Gráfico N°- 16** Fallas del personal



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Análisis:**

El 52% de los encuestados indicaron que si existe el riesgo de fallas del personal a la hora de despachar un pedido, el 48% respondió que no.

**Interpretación:**

La mayor parte de los encuestados respondió que si existe el riesgo de fallas en el despacho de un pedido, es por ello que se debe tener una mayor control ya puede tener consecuencias negativas para el almacén, molestia por parte de los clientes.

## 11. ¿La empresa tiene una distribución directa de la mercadería?

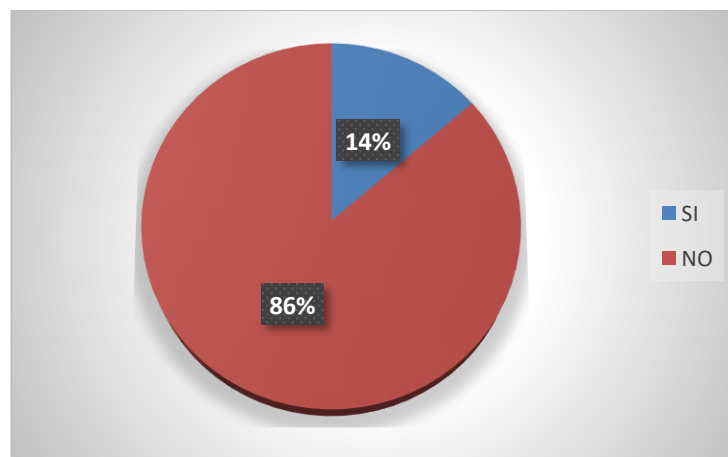
**Tabla N°- 14** Distribución directa de la Mercadería

| ÍTEM | CATEGORÍAS   | FRECUENCIAS | PORCENTAJE  |
|------|--------------|-------------|-------------|
| 1    | SI           | 6           | 14%         |
|      | NO           | 38          | 86%         |
|      | <b>TOTAL</b> | <b>44</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Gráfico N°- 17** Distribución directa de la Mercadería



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

### **Análisis:**

El 14% de los encuestados indicó que si tiene distribución directa, el 86% respondió que no tiene distribución directa de la mercadería.

### **Interpretación:**

La mayor parte de la población encuestada afirma que no tienen una distribución directa de la mercadería la cual es una desventaja competitiva de los almacenes ya no están brindando un mejor servicio, y atención al cliente.

**12. ¿Qué tiempo estima usted que tardaría para la apertura de un nuevo almacén?**

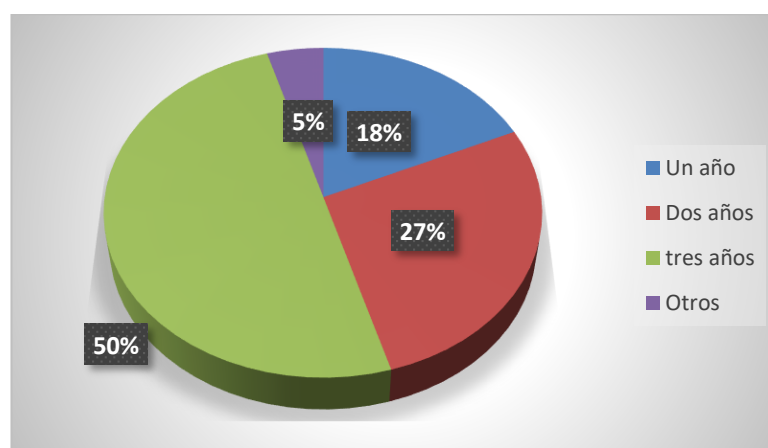
**Tabla N°- 15** Tiempo para apertura de un nuevo local

| ÍTEM | CATEGORÍAS | FRECUENCIAS | PORCENTAJE |
|------|------------|-------------|------------|
| 1    | Un año     | 8           | 18%        |
|      | Dos años   | 12          | 27%        |
|      | Tres años  | 22          | 50%        |
|      | Otros      | 2           | 5%         |
|      | TOTAL      |             | <b>44</b>  |

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Gráfico N°- 18** Tiempo para apertura de un nuevo local



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Análisis:**

El 18% de los encuestados respondió que en un año sería el tiempo estimado para la apertura de un nuevo almacén y 27% mencionó que en dos años y 50% indicó que en tres años y el 5% en otro tiempo determinado.

**Interpretación:**

La mayor parte de la población encuesta manifiesta que el tiempo que se tardará para la apertura de un nuevo local es de tres años durante dicho tiempo se encargaran de conseguir los recursos necesarios para la apertura.

**13. ¿En su almacén existen metas de cumplimiento de ventas mensuales?**

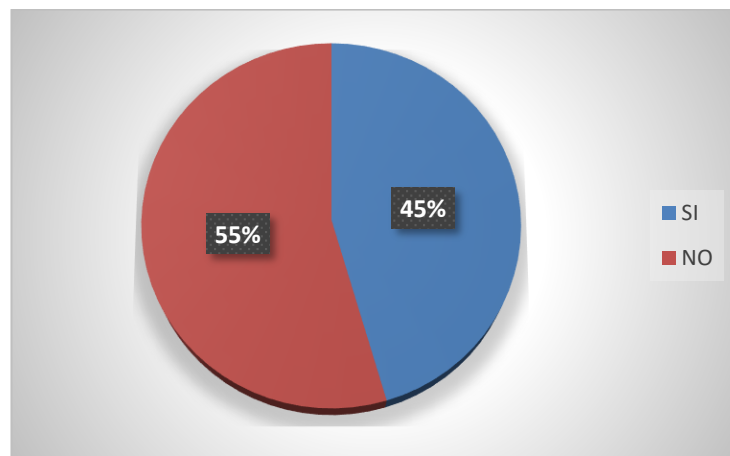
**Tabla N°- 16** Metas de Cumplimiento de Ventas

| ÍTEM | CATEGORÍAS   | FRECUENCIAS | PORCENTAJE  |
|------|--------------|-------------|-------------|
| 1    | SI           | 20          | 45%         |
|      | NO           | 24          | 55%         |
|      | <b>TOTAL</b> | <b>44</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Gráfico N°- 19** Metas de Cumplimiento de Ventas



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Análisis:**

El 45% de los encuestados indicaron que si existen metas de cumplimiento mensuales, el 55% respondió que no existen.

**Interpretación:**

La mayor parte de la población encuestada afirmó que no tienen metas de cumplimiento la cual dificulta para el crecimiento de la rentabilidad de los almacenes.

#### 14. ¿En qué porcentaje se incrementaron las ventas?

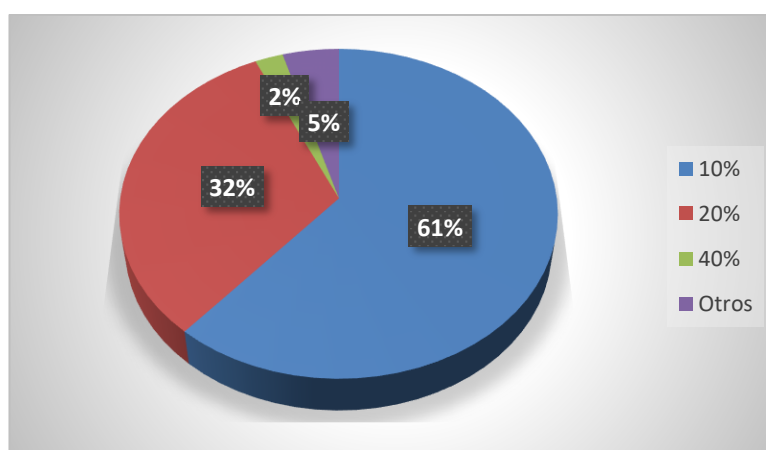
**Tabla N°- 17** Incremento de las Ventas

| ÍTEM | CATEGORÍAS | FRECUENCIAS | PORCENTAJE |
|------|------------|-------------|------------|
| 1    | 10%        | 27          | 61%        |
|      | 20%        | 14          | 32%        |
|      | 40%        | 1           | 2%         |
|      | Otros      | 2           | 5%         |
|      | TOTAL      |             | <b>44</b>  |

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Gráfico N°- 20** Incremento de las Ventas



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

#### **Análisis:**

El 61% de los encuestados respondieron que sus ventas se incrementaron en una 10%, el 32% menciona que se incrementó en un 20%, el 2% se incrementó en un 40% y el 5% de los almacenes tiene un incremento de otro porcentaje.

#### **Interpretación:**

La mayor parte de la población afirmó que se incrementó las ventas en un 10% es un porcentaje bajo ya que el incrementar las ventas es una necesidad constante de todos los directivos y propietarios en cual permitirá tener mayor utilidad mayor participación en el mercado y crecimiento empresarial.



**15. ¿Cuenta la empresa con estrategias para tener un crecimiento empresarial?**

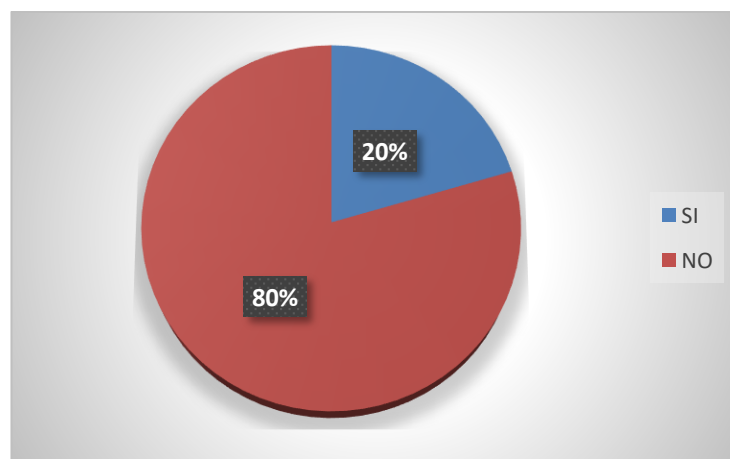
**Tabla N°- 18 .Estrategias de Crecimiento**

| ÍTEM | CATEGORÍAS   | FRECUENCIAS | PORCENTAJE  |
|------|--------------|-------------|-------------|
| 1    | SI           | 9           | 20%         |
|      | NO           | 35          | 80%         |
|      | <b>TOTAL</b> | <b>44</b>   | <b>100%</b> |

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Gráfico N°- 21 Estrategias de Crecimiento**



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Análisis:**

El 20 % de los encuestados respondió que si cuenta con estrategias para un el crecimiento empresarial, y el 80% no tiene estrategias de crecimiento.

**Interpretación:**

La mayor parte de la población encuesta indicó que no tiene estrategias de crecimiento por ello se la necesidad de contar con estrategias de crecimiento empresarial ya que ese es el objetivo principal de toda organización.

Se ha realizado la encuesta ya que es una técnica que ayuda a la comprobación de la hipótesis que se plante en la presente investigación.

Para que la investigación tenga mayor sustento realizaremos un análisis que nos permita medir el crecimiento empresarial de los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato.

## **ANÁLISIS DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL**

Para realizar un análisis del crecimiento empresarial existen varias herramientas financieras entre ellas tenemos;

- ❖ Crecimiento de las ventas.
- ❖ Crecimiento de las ganancias.
- ❖ Crecimiento de los flujos de caja.
- ❖ Crecimiento de las inversiones.
- ❖ Crecimiento en el patrimonio de la empresa.
- ❖ Crecimiento en el valor de mercado de la empresa.
- ❖ Crecimiento del valor financiero de la empresa.

Para el presente proyecto de investigación se procede a realizar un análisis de las ventas mensuales para poder medir el crecimiento empresarial y otorgar las políticas y estrategias para obtener el éxito empresarial.

**Tabla N°- 19** Análisis de las ventas mensualmente

| N° | RUC           | CONTRIBUYENTE                        | VENTAS 2016    |            |                |             |                 |             |                 |             |                 |             |                 |            |
|----|---------------|--------------------------------------|----------------|------------|----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|------------|
|    |               |                                      | Enero          | Febrero    | Marzo          | Abril       | Mayo            | Junio       | Julio           | Agosto      | Septiembre      | Octubre     | Noviembre       | Diciembre  |
| 1  | 1802858009001 | NUÑEZ ACOSTA JUAN CARLOS             | 1264,00        | 5346,00    | 7456,00        | 9456,00     | 15237,89        | 18345,60    | 29546,89        | 20546,67    | 19456,80        | 23456,98    | 26457,80        | 32567,80   |
|    |               | <b>CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL</b> | <b>4082,00</b> | <b>76%</b> | <b>2000,00</b> | <b>21%</b>  | <b>3107,71</b>  | <b>17%</b>  | <b>-9000,22</b> | <b>-44%</b> | <b>4000,18</b>  | <b>17%</b>  | <b>6110,00</b>  | <b>19%</b> |
| 2  | 1802825818001 | CARRILLO NUÑEZ EDWIN ROBERTO         | 1033,00        | 2634,00    | 5685,00        | 4785,00     | 3765,00         | 3022,00     | 4534,00         | 5834,00     | 4734,00         | 5834,00     | 6845,00         | 12654,00   |
|    |               | <b>CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL</b> | <b>1601,00</b> | <b>61%</b> | <b>-900,00</b> | <b>-19%</b> | <b>-743,00</b>  | <b>-25%</b> | <b>1300,00</b>  | <b>22%</b>  | <b>1100,00</b>  | <b>19%</b>  | <b>5809,00</b>  | <b>46%</b> |
| 4  | 1802887925001 | JORDAN FIALLOS XIMENA DEL PILAR      | 5456,70        | 11456,78   | 22445,00       | 26239,60    | 22647,00        | 20546,00    | 33456,00        | 27689,50    | 34367,80        | 27568,90    | 37568,90        | 52456,00   |
|    |               | <b>CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL</b> | <b>6000,08</b> | <b>52%</b> | <b>3794,60</b> | <b>14%</b>  | <b>-2101,00</b> | <b>-10%</b> | <b>-5766,50</b> | <b>-21%</b> | <b>-6798,90</b> | <b>-25%</b> | <b>14887,10</b> | <b>28%</b> |
| 5  | 1800993949001 | LOPEZ MANUEL ENRIQUE                 | 876,00         | 1064,00    | 18456,00       | 15346,00    | 9546,00         | 12356,00    | 18547,00        | 16785,00    | 15435,00        | 18546,00    | 20645,00        | 25367,00   |

|    |                   |  |                |            |                 |             |                 |            |                  |             |                 |            |                |            |
|----|-------------------|--|----------------|------------|-----------------|-------------|-----------------|------------|------------------|-------------|-----------------|------------|----------------|------------|
|    |                   | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL                    | <b>188,00</b>  | <b>18%</b> | <b>-3110,00</b> | <b>-20%</b> | <b>2810,00</b>  | <b>23%</b> | <b>-1762,00</b>  | <b>-10%</b> | <b>3111,00</b>  | <b>17%</b> | <b>4722,00</b> | <b>19%</b> |
| 6  | 180226901700<br>1 | SAILEMA MOYOLEMA<br>JORGE ANIBAL                 | 6534,00        | 7646,00    | 9875,00         | 16355,78    | 36678,43        | 40879,99   | 53484,60         | 42657,00    | 32546,00        | 38546,70   | 40346,00       | 42535,00   |
|    |                   | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL                    | <b>1112,00</b> | <b>15%</b> | <b>6480,78</b>  | <b>40%</b>  | <b>4201,56</b>  | <b>10%</b> | <b>-10827,60</b> | <b>-25%</b> | <b>6000,70</b>  | <b>16%</b> | <b>2189,00</b> | <b>5%</b>  |
| 7  | 180182318600<br>1 | ZURITA VALLADARES<br>JOSE MAURICIO               | 1456,00        | 3246,00    | 5478,00         | 12387,00    | 22568,00        | 32657,00   | 3654,89          | 44467,00    | 3764,00         | 39564,00   | 41231,00       | 48645,00   |
|    |                   | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL                    | <b>1790,00</b> | <b>55%</b> | <b>6909,00</b>  | <b>56%</b>  | <b>10089,00</b> | <b>31%</b> | <b>40812,11</b>  | <b>92%</b>  | <b>35800,00</b> | <b>90%</b> | <b>7414,00</b> | <b>15%</b> |
| 8  | 179143412900<br>1 | REPRESENTACIONES<br>GARSA, REGARSA CIA.<br>LTDA. | 4346,00        | 6538,00    | 13464,00        | 35356,00    | 42034,00        | 39657,00   | 40589,12         | 50456,00    | 41764,00        | 43467,25   | 50345,00       | 51456,00   |
|    |                   | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL                    | <b>2192,00</b> | <b>34%</b> | <b>21892,00</b> | <b>62%</b>  | <b>-2377,00</b> | <b>-6%</b> | <b>9866,88</b>   | <b>20%</b>  | <b>1703,25</b>  | <b>4%</b>  | <b>1111,00</b> | <b>2%</b>  |
| 9  | 180151045200<br>1 | ACOSTA FIALLOS<br>TERESA DE JESUS                | 857,00         | 2354,00    | 4456,00         | 8658,00     | 13657,00        | 24364,00   | 36788,00         | 38657,00    | 23322,00        | 28545,00   | 22657,00       | 31235,00   |
|    |                   | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL                    | <b>1497,00</b> | <b>64%</b> | <b>4202,00</b>  | <b>49%</b>  | <b>10707,00</b> | <b>44%</b> | <b>1869,00</b>   | <b>5%</b>   | <b>5223,00</b>  | <b>18%</b> | <b>8578,00</b> | <b>27%</b> |
| 10 | 171870576500<br>1 | HAO QIANG  | 1234,00        | 2465,00    | 5346,00         | 10245,00    | 12436,00        | 14635,00   | 16035,76         | 22436,00    | 28645,98        | 15346,54   | 16327,33       | 26457,76   |

|    |               |                                       |                |            |                 |            |                 |            |                 |             |                  |             |                 |            |
|----|---------------|---------------------------------------|----------------|------------|-----------------|------------|-----------------|------------|-----------------|-------------|------------------|-------------|-----------------|------------|
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL         | <b>1231,00</b> | <b>50%</b> | <b>4899,00</b>  | <b>48%</b> | <b>2199,00</b>  | <b>15%</b> | <b>6400,24</b>  | <b>29%</b>  | <b>-13299,44</b> | <b>-87%</b> | <b>10130,43</b> | <b>38%</b> |
| 11 | 1890153298001 | CARVICAUCHO CIA. LTDA.                | 4345,00        | 5346,00    | 8567,00         | 19645,00   | 23152,41        | 35465,56   | 44567,77        | 40678,00    | 36573,00         | 46754,00    | 44564,00        | 58156,95   |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL         | <b>1001,00</b> | <b>19%</b> | <b>11078,00</b> | <b>56%</b> | <b>12313,15</b> | <b>35%</b> | <b>-3889,77</b> | <b>-10%</b> | <b>10181,00</b>  | <b>22%</b>  | <b>13592,95</b> | <b>23%</b> |
| 12 | 1803806130001 | OSORIO AVELLANEDA HAROLD JULIAN       | 5546,00        | 7645,45    | 8534,67         | 15346,00   | 18354,00        | 23556,80   | 34562,00        | 36745,00    | 28435,55         | 25634,77    | 28434,99        | 40564,12   |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL         | <b>2099,45</b> | <b>27%</b> | <b>6811,33</b>  | <b>44%</b> | <b>5202,80</b>  | <b>22%</b> | <b>2183,00</b>  | <b>6%</b>   | <b>-2800,78</b>  | <b>-11%</b> | <b>12129,13</b> | <b>30%</b> |
| 13 | 1803330719001 | ROMO BEJARANO ANA DE LOURDES          | 2356,00        | 4534,00    | 12435,00        | 15346,00   | 13456,00        | 14356,00   | 23546,00        | 21454,00    | 26548,00         | 32879,00    | 33476,23        | 38456,45   |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL         | <b>2178,00</b> | <b>48%</b> | <b>2911,00</b>  | <b>19%</b> | <b>900,00</b>   | <b>6%</b>  | <b>-2092,00</b> | <b>-10%</b> | <b>6331,00</b>   | <b>19%</b>  | <b>4980,22</b>  | <b>13%</b> |
| 14 | 1803136108001 | GARZON HOYOS ORLANDO                  | 647,00         | 2345,60    | 7456,00         | 12456,00   | 15346,00        | 18546,00   | 20463,00        | 22567,00    | 17546,99         | 18536,00    | 20547,00        | 28564,99   |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL         | <b>1698,60</b> | <b>72%</b> | <b>5000,00</b>  | <b>40%</b> | <b>3200,00</b>  | <b>17%</b> | <b>2104,00</b>  | <b>9%</b>   | <b>989,01</b>    | <b>5%</b>   | <b>8017,99</b>  | <b>28%</b> |
| 15 | 1790971023001 | CROMATICA GENERAL CROMAGEN CIA. LTDA. | 3456,80        | 9458,00    | 11567,00        | 34563,00   | 45635,00        | 56345,00   | 45346,00        | 54567,00    | 46345,00         | 40056,00    | 34534,00        | 41546,00   |

|    |               |                               |                |            |                 |            |                 |             |                 |            |                 |             |                 |            |
|----|---------------|-------------------------------|----------------|------------|-----------------|------------|-----------------|-------------|-----------------|------------|-----------------|-------------|-----------------|------------|
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL | <b>6001,20</b> | <b>63%</b> | <b>22996,00</b> | <b>67%</b> | <b>10710,00</b> | <b>19%</b>  | <b>9221,00</b>  | <b>17%</b> | <b>-6289,00</b> | <b>-16%</b> | <b>7012,00</b>  | <b>17%</b> |
| 16 | 1802618098001 | CRIOLLO PALATE MARTHA MARIA   | 745,00         | 1657,00    | 2568,00         | 3568,90    | 7358,00         | 8569,00     | 6346,00         | 8467,00    | 4568,00         | 6586,00     | 8567,00         | 12356,00   |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL | <b>912,00</b>  | <b>55%</b> | <b>1000,90</b>  | <b>28%</b> | <b>1211,00</b>  | <b>14%</b>  | <b>2121,00</b>  | <b>25%</b> | <b>2018,00</b>  | <b>31%</b>  | <b>3789,00</b>  | <b>31%</b> |
| 17 | 1891708854001 | METRODISTRIBUCIONES S.A.      | 8674,89        | 12546,56   | 18457,09        | 32547,90   | 42457,00        | 35678,34    | 34657,99        | 51457,89   | 31678,85        | 23456,98    | 37546,98        | 49345,76   |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL | <b>3871,67</b> | <b>31%</b> | <b>14090,81</b> | <b>43%</b> | <b>-6778,66</b> | <b>-19%</b> | <b>16799,90</b> | <b>33%</b> | <b>-8221,87</b> | <b>-35%</b> | <b>11798,78</b> | <b>24%</b> |
| 18 | 1802845923001 | GALLO SORIA THALIA VERONICA   | 1205,00        | 3456,22    | 4234,67         | 8456,78    | 10456,89        | 9456,80     | 10567,80        | 13756,89   | 15678,40        | 12345,60    | 16535,80        | 26348,90   |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL | <b>2251,22</b> | <b>65%</b> | <b>4222,11</b>  | <b>50%</b> | <b>-1000,09</b> | <b>-11%</b> | <b>3189,09</b>  | <b>23%</b> | <b>-3332,80</b> | <b>-27%</b> | <b>9813,10</b>  | <b>37%</b> |
| 19 | 1802215804001 | TAYO ZURITA LUIS ERNESTO      | 943,70         | 2564,00    | 10465,60        | 12648,00   | 8465,00         | 4536,00     | 1564,89         | 20564,00   | 6456,00         | 8536,00     | 16537,60        | 20564,00   |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL | <b>1620,30</b> | <b>63%</b> | <b>2182,40</b>  | <b>17%</b> | <b>-3929,00</b> | <b>-87%</b> | <b>18999,11</b> | <b>92%</b> | <b>2080,00</b>  | <b>24%</b>  | <b>4026,40</b>  | <b>20%</b> |
| 20 | 1802614550001 | CRIOLLO PALATE LUIS ALBERTO   | 4356,00        | 6456,80    | 28456,00        | 26456,00   | 20645,00        | 25467,00    | 24657,00        | 35678,00   | 26548,00        | 21573,60    | 30563,60        | 36457,90   |

|    |               |                                  |         |         |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
|----|---------------|----------------------------------|---------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL    | 2100,80 | 33%     | -2000,00 | -8%      | 4822,00  | 19%      | 11021,00 | 31%      | -4974,40 | -23%     | 5894,30  | 16%      |
| 21 | 1801853738001 | CARPIO VILLACRES MONICA PATRICIA | 2564,00 | 3564,00 | 15647,00 | 14523,00 | 10564,00 | 8465,00  | 12564,00 | 9465,00  | 10563,00 | 11736,40 | 15274,78 | 22653,78 |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL    | 1000,00 | 28%     | -1124,00 | -8%      | -2099,00 | -25%     | -3099,00 | -33%     | 1173,40  | 10%      | 7379,00  | 33%      |
| 22 | 1803140969001 | MISNAZA CAMPANA ELSI GUADALUPE   | 783,00  | 2453,00 | 12465,00 | 7546,00  | 5463,00  | 5769,00  | 8473,33  | 10563,00 | 8564,00  | 10463,00 | 15634,00 | 16453,00 |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL    | 1670,00 | 68%     | -4919,00 | -65%     | 306,00   | 5%       | 2089,67  | 20%      | 1899,00  | 18%      | 819,00   | 5%       |
| 23 | 1803233285001 | NAVAS MORENO EUGENIA ALEXANDRA   | 1046,00 | 3674,50 | 7468,00  | 14523,00 | 8583,00  | 7364,00  | 9463,00  | 15563,40 | 12356,00 | 14367,00 | 15436,80 | 18546,90 |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL    | 2628,50 | 72%     | 7055,00  | 49%      | -1219,00 | -17%     | 6100,40  | 39%      | 2011,00  | 14%      | 3110,10  | 17%      |
| 24 | 702805516001  | GONZALEZ CARRILLO ELAYNE CAROL   | 1046,34 | 3546,00 | 6345,00  | 5346,78  | 4356,60  | 3457,00  | 6345,80  | 8457,00  | 6345,00  | 7345,00  | 8471,00  | 10456,00 |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL    | 2499,66 | 70%     | -998,22  | -19%     | -899,60  | -26%     | 2111,20  | 25%      | 1000,00  | 14%      | 1985,00  | 19%      |
| 25 | 600790083001  | LOPEZ CHAVEZ GERMAN FRANCISCO    | 3425,00 | 7456,00 | 10463,00 | 25468,67 | 32746,77 | 24567,00 | 34458,88 | 34257,00 | 30675,00 | 31456,00 | 34567,00 | 38567,00 |

|    |               |                               |                |            |                 |             |                 |             |                 |             |                |            |                |            |
|----|---------------|-------------------------------|----------------|------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|----------------|------------|----------------|------------|
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL | <b>4031,00</b> | <b>54%</b> | <b>15005,67</b> | <b>59%</b>  | <b>-8179,77</b> | <b>-33%</b> | <b>-201,88</b>  | <b>-1%</b>  | <b>781,00</b>  | <b>2%</b>  | <b>4000,00</b> | <b>10%</b> |
| 26 | 1802722205001 | CARRILLO TUBON HENRRY GERMAN  | 845,00         | 2457,00    | 18645,00        | 9346,00     | 6357,90         | 4826,90     | 5546,80         | 6935,80     | 9536,80        | 10856,90   | 11456,80       | 16433,89   |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL | <b>1612,00</b> | <b>66%</b> | <b>-9299,00</b> | <b>-99%</b> | <b>-1531,00</b> | <b>-32%</b> | <b>1389,00</b>  | <b>20%</b>  | <b>1320,10</b> | <b>12%</b> | <b>4977,09</b> | <b>30%</b> |
| 27 | 1802379634001 | FIALLOS ACOSTA NIDIA JANETH   | 1022,00        | 2453,00    | 12465,00        | 8456,00     | 6007,70         | 5895,00     | 10564,00        | 7456,00     | 7456,00        | 10463,00   | 12456,00       | 14536,00   |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL | <b>1431,00</b> | <b>58%</b> | <b>-4009,00</b> | <b>-47%</b> | <b>-112,70</b>  | <b>-2%</b>  | <b>-3108,00</b> | <b>-42%</b> | <b>3007,00</b> | <b>29%</b> | <b>2080,00</b> | <b>14%</b> |
| 28 | 502416142001  | NAVAS MORENO PABLO RICARDO    | 1022,00        | 3564,00    | 8563,00         | 7365,00     | 4563,00         | 3765,00     | 4657,00         | 8563,00     | 5647,00        | 5734,70    | 6377,00        | 9475,00    |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL | <b>2542,00</b> | <b>71%</b> | <b>-1198,00</b> | <b>-16%</b> | <b>-798,00</b>  | <b>-21%</b> | <b>3906,00</b>  | <b>46%</b>  | <b>87,70</b>   | <b>2%</b>  | <b>3098,00</b> | <b>33%</b> |
| 29 | 1802162733001 | VINUEZA MAYORGA NANCY CECILIA | 943,70         | 2564,00    | 10465,60        | 12648,00    | 8465,00         | 4536,00     | 1564,89         | 20564,00    | 6456,00        | 8536,00    | 16537,60       | 20564,00   |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL | <b>1620,30</b> | <b>63%</b> | <b>2182,40</b>  | <b>17%</b>  | <b>-3929,00</b> | <b>-87%</b> | <b>18999,11</b> | <b>92%</b>  | <b>2080,00</b> | <b>24%</b> | <b>4026,40</b> | <b>20%</b> |
| 30 | 1802368389001 | SORIA MOYA ESTELA ELIZABET    | 745,00         | 1657,00    | 2568,00         | 7568,90     | 5358,00         | 4569,00     | 6346,00         | 8467,00     | 4568,00        | 6586,00    | 8567,00        | 12356,00   |



|    |                   |                                   |                |            |                 |             |                  |             |                 |             |                 |             |                |            |
|----|-------------------|-----------------------------------|----------------|------------|-----------------|-------------|------------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|----------------|------------|
|    |                   | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL     | <b>912,00</b>  | <b>55%</b> | <b>5000,90</b>  | <b>66%</b>  | <b>-789,00</b>   | <b>-17%</b> | <b>2121,00</b>  | <b>25%</b>  | <b>2018,00</b>  | <b>31%</b>  | <b>3789,00</b> | <b>31%</b> |
| 31 | 180354241200<br>1 | MORA PEÑAHERRERA LIGIA ELENA      | 1084,00        | 2845,00    | 8645,00         | 7457,00     | 6457,00          | 5348,00     | 6456,00         | 7545,00     | 6345,00         | 7234,55     | 9567,00        | 10563,33   |
|    |                   | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL     | <b>1761,00</b> | <b>62%</b> | <b>-1188,00</b> | <b>-16%</b> | <b>-1109,00</b>  | <b>-21%</b> | <b>1089,00</b>  | <b>14%</b>  | <b>889,55</b>   | <b>12%</b>  | <b>996,33</b>  | <b>9%</b>  |
| 32 | 180331501700<br>1 | VILLACRESES GONZALEZ DIEGO ANDRES | 6480,60        | 9564,00    | 16534,70        | 25356,00    | 33579,00         | 20564,00    | 24567,00        | 16345,89    | 22537,00        | 26570,00    | 29456,00       | 30564,80   |
|    |                   | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL     | <b>3083,40</b> | <b>32%</b> | <b>8821,30</b>  | <b>35%</b>  | <b>-13015,00</b> | <b>-63%</b> | <b>-8221,11</b> | <b>-50%</b> | <b>4033,00</b>  | <b>15%</b>  | <b>1108,80</b> | <b>4%</b>  |
| 33 | 180404384000<br>1 | LAGUA ANALUISA LOURDES XIMENA     | 1023,00        | 3654,56    | 9534,00         | 13245,00    | 8963,00          | 5647,00     | 8457,00         | 15468,00    | 8578,00         | 7356,00     | 9345,60        | 12987,00   |
|    |                   | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL     | <b>2631,56</b> | <b>72%</b> | <b>3711,00</b>  | <b>28%</b>  | <b>-3316,00</b>  | <b>-59%</b> | <b>7011,00</b>  | <b>45%</b>  | <b>-1222,00</b> | <b>-17%</b> | <b>3641,40</b> | <b>28%</b> |
| 34 | 180275256600<br>1 | FLORES CAMINO LORENA JEANETTE     | 2643,00        | 3546,00    | 8475,00         | 7465,00     | 6736,00          | 5234,00     | 8674,00         | 9635,00     | 7534,00         | 9563,00     | 10563,00       | 13558,00   |
|    |                   | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL     | <b>903,00</b>  | <b>25%</b> | <b>-1010,00</b> | <b>-14%</b> | <b>-1502,00</b>  | <b>-29%</b> | <b>961,00</b>   | <b>10%</b>  | <b>2029,00</b>  | <b>21%</b>  | <b>2995,00</b> | <b>22%</b> |
| 35 | 180337814800<br>1 | LOPEZ ASES MYRIAM XIMENA          | 3545,00        | 4538,77    | 12563,00        | 9785,00     | 7365,00          | 5634,00     | 4654,00         | 9563,00     | 10563,00        | 11163,00    | 12563,70       | 15364,00   |

|    |               |                                   |                |            |                 |             |                 |             |                |            |                |            |                |            |
|----|---------------|-----------------------------------|----------------|------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL     | <b>993,77</b>  | <b>22%</b> | <b>-2778,00</b> | <b>-28%</b> | <b>-1731,00</b> | <b>-31%</b> | <b>4909,00</b> | <b>51%</b> | <b>600,00</b>  | <b>5%</b>  | <b>2800,30</b> | <b>18%</b> |
| 36 | 1803456993001 | QUILE TANQUINA RUTH GRICENIA      | 1074,60        | 3769,60    | 14355,70        | 11296,00    | 9457,00         | 6845,00     | 6344,00        | 8967,00    | 9463,50        | 15368,78   | 13459,67       | 18673,70   |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL     | <b>2695,00</b> | <b>71%</b> | <b>-3059,70</b> | <b>-27%</b> | <b>-2612,00</b> | <b>-38%</b> | <b>2623,00</b> | <b>29%</b> | <b>5905,28</b> | <b>38%</b> | <b>5214,03</b> | <b>28%</b> |
| 37 | 1804298527001 | ZAPATA VELASTEGUI ANDREA MARICELA | 894,00         | 3654,00    | 12546,00        | 10646,70    | 8563,00         | 6573,00     | 9634,00        | 10444,70   | 11536,80       | 15366,89   | 16348,90       | 17456,90   |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL     | <b>2760,00</b> | <b>76%</b> | <b>-1899,30</b> | <b>-18%</b> | <b>-1990,00</b> | <b>-30%</b> | <b>810,70</b>  | <b>8%</b>  | <b>3830,09</b> | <b>25%</b> | <b>1108,00</b> | <b>6%</b>  |
| 38 | 1800697672001 | OÑATE ESCOBAR ZOILA BEATRIZ       | 2564,67        | 3563,60    | 10563,60        | 15634,00    | 10675,60        | 86634,00    | 13674,00       | 15463,00   | 13504,70       | 14630,67   | 16573,90       | 20574,70   |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL     | <b>998,93</b>  | <b>28%</b> | <b>5070,40</b>  | <b>32%</b>  | <b>75958,40</b> | <b>88%</b>  | <b>1789,00</b> | <b>12%</b> | <b>1125,97</b> | <b>8%</b>  | <b>4000,80</b> | <b>19%</b> |
| 39 | 1714695853001 | ZARATE CARDONA GLORIA STELLA      | 1033,00        | 2634,00    | 5685,00         | 4785,00     | 3765,00         | 3022,00     | 4534,00        | 5834,00    | 4734,00        | 5834,00    | 6845,00        | 12654,00   |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL     | <b>1601,00</b> | <b>61%</b> | <b>-900,00</b>  | <b>-19%</b> | <b>-743,00</b>  | <b>-25%</b> | <b>1300,00</b> | <b>22%</b> | <b>1100,00</b> | <b>19%</b> | <b>5809,00</b> | <b>46%</b> |
| 40 | 1726994278001 | MONTALVO RAFAEL KETTY ROSEMARY    | 2874,60        | 3647,00    | 18673,00        | 16375,00    | 12635,80        | 86734,00    | 7365,70        | 12765,00   | 10674,00       | 11764,00   | 15634,00       | 18563,00   |
|    |               | CRECIMIENTO EN VENTAS MENSUAL     | <b>772,40</b>  | <b>21%</b> | <b>-2298,00</b> | <b>-14%</b> | <b>74098,20</b> | <b>85%</b>  | <b>5399,30</b> | <b>42%</b> | <b>1090,00</b> | <b>9%</b>  | <b>2929,00</b> | <b>16%</b> |

|  |                   |                                      |                 |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                 |                  |                  |                   |
|--|-------------------|--------------------------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-------------------|
| 41   | 180337652200<br>1 | BELTRAN MURILLO<br>JORGE MISAEL      | 1645,00         | 4346,00          | 8568,87          | 9345,78          | 7346,80          | 6346,67          | 8678,00          | 10578,00         | 8356,70         | 12657,80         | 14468,90         | 17567,89          |
|  |                   | CRECIMIENTO EN<br>VENTAS MENSUAL     | <b>2701,00</b>  | <b>62%</b>       | <b>776,91</b>    | <b>8%</b>        | <b>-1000,13</b>  | <b>-16%</b>      | <b>1900,00</b>   | <b>18%</b>       | <b>4301,10</b>  | <b>34%</b>       | <b>3098,99</b>   | <b>18%</b>        |
| 42   | 180343041000<br>1 | SANCHEZ ARIAS<br>CAROLINA MARIBEL    | 2986,00         | 3657,78          | 12734,00         | 9635,00          | 7663,00          | 6834,80          | 7674,70          | 10634,00         | 9635,00         | 13653,00         | 16576,00         | 19164,00          |
|  |                   | CRECIMIENTO EN<br>VENTAS MENSUAL     | <b>671,78</b>   | <b>18%</b>       | <b>-3099,00</b>  | <b>-32%</b>      | <b>-828,20</b>   | <b>-12%</b>      | <b>2959,30</b>   | <b>28%</b>       | <b>4018,00</b>  | <b>29%</b>       | <b>2588,00</b>   | <b>14%</b>        |
| 43   | 926615105001      | CULQUE FERNANDEZ<br>DARWIN JOSE      | 1056,00         | 3645,00          | 10564,00         | 12675,00         | 9663,00          | 8956,40          | 9867,00          | 12563,00         | 10564,00        | 11563,70         | 15386,00         | 17563,00          |
|  |                   | CRECIMIENTO EN<br>VENTAS MENSUAL     | <b>2589,00</b>  | <b>71%</b>       | <b>2111,00</b>   | <b>17%</b>       | <b>-706,60</b>   | <b>-8%</b>       | <b>2696,00</b>   | <b>21%</b>       | <b>999,70</b>   | <b>9%</b>        | <b>2177,00</b>   | <b>12%</b>        |
| 44   | 180480261700<br>1 | TORRES VERDEZOTO<br>EDISSON VLADIMIR | 3266,00         | 5347,00          | 10563,00         | 13256,00         | 8745,00          | 7365,00          | 12435,00         | 16538,00         | 15634,00        | 17663,40         | 18534,00         | 29573,60          |
|  |                   | CRECIMIENTO EN<br>VENTAS MENSUAL     | <b>2081,00</b>  | <b>39%</b>       | <b>2693,00</b>   | <b>20%</b>       | <b>-1380,00</b>  | <b>-19%</b>      | <b>4103,00</b>   | <b>25%</b>       | <b>2029,40</b>  | <b>11%</b>       | <b>11039,60</b>  | <b>37%</b>        |
| <b>PROMEDIO GENERAL VENTAS<br/>MENSUALES</b> |                   |                                      | <b>89428,62</b> | <b>190560,22</b> | <b>132218,29</b> | <b>599609,79</b> | <b>152607,07</b> | <b>773390,86</b> | <b>153946,93</b> | <b>868097,74</b> | <b>75815,24</b> | <b>775166,11</b> | <b>222052,24</b> | <b>1110604,12</b> |
|  |                   |                                      | <b>47%</b>      | <b>22%</b>       | <b>20%</b>       | <b>18%</b>       | <b>10%</b>       | <b>20%</b>       |                  |                  |                 |                  |                  |                   |

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

El presente análisis de las ventas mensuales nos permite tener ir controlando el valor y el porcentaje de crecimiento o decrecimiento mes a mes para lo cual es una herramienta que nos ayuda para verificar las acciones o estrategias que se están empleando.

#### 4.2.1 Entrevista Directivos

| N°   | Gerente  |   | Síntesis   |
|--|--|---|--|
|  | 1  | 2   |  |
| 1. ¿Realizan un análisis de los riesgos financieros a los que la empresa se enfrenta al cumplimiento de sus actividades comerciales? | No   | No, se realiza en base a la experiencia.  | Manifiestan que no realizan análisis de los riesgos financieros, las actividades lo realizan en base a la experiencia que tienen en el mercado.  |
| 2. ¿Cree usted que el pago salidas de divisas dificulta la importación de nueva mercadería?  | Sí, es un gatos que dificulta para las importaciones | Si, ya que se considera como una dificultad.  | El pago de la salida de divisas es un gasto que se debe incurrir para la importación de nueva mercadería ya que es necesaria la diversificación ya que depende de las medidas políticas que existe en el país. |
| 3. ¿Al realizar una inversión cuál sería su tiempo máximo de recuperación?   | Lo ideal sería un año                                | De acuerdo a la experiencia puedo decir que en dos años                             | El tiempo estimado para una recuperación de una inversión sería a corto plazo ya que dichos recursos son necesarios para el crecimiento del mismo.   |
| 4. ¿Cómo califica el crecimiento en estos últimos tres años del almacén?   | No existe un crecimiento.                            | Por problemas del país en los últimos años se ha obtenido un crecimiento favorable. | En los últimos años se ha conseguido tener un crecimiento ya que el país no tiene una estabilidad económica y los empresarios tenemos el temor de invertir, y se tomaron medidas como minimizar gastos.        |
| 5. ¿Cree usted que el contar con estrategias de crecimiento empresarial ayuda a la organización a cumplir con sus objetivos?         | Si   | Si  | El contar con estrategias ayuda en la manera el cómo?, Cuando?, se va a realizar las actividades y tener una planificación y mejorar los resultados  |

**Elaborado Por:** Freire Marcia (2017)

### 4.3 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Una vez finalizado las encuestas realizadas a los propietarios almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato., procedemos a realizar la verificación de la hipótesis, para este trabajo de investigación se aplica el método estadístico denominado la prueba chi cuadrado.

#### 4.3.1. Formulación de la hipótesis

Los riesgos financieros afectan en el crecimiento empresarial en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato.

Las variables que intervienen en la hipótesis son:

- **Variable independiente:** Riesgo Financieros
- **Variable dependiente:** Crecimiento empresarial

#### 4.3.2. Modelo matemático

**H<sub>0</sub>**= Hipótesis Nula

**H<sub>1</sub>**= Hipótesis alternativa o de investigación

**P**= Nivel de Confianza

#### 4.3.3. Modelo lógico

**H<sub>0</sub>**. Los riesgos financieros **no** afectan en el crecimiento empresarial en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato.

**H<sub>1</sub>**. Los riesgos financieros **si** afectan en el crecimiento empresarial en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato.

#### 4.3.4 Modelo estadístico

**Fórmula:**

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

$$x^2 = 41,25$$

#### 4.3.5 Determinación de significación

$$\alpha = 0.05 \text{ 5\%}$$

#### 4.3.6 Distribución Muestral

$$GL = K - 1 \quad GL = (f - 1)(c - 1)$$

**En donde:**

Gl= Grados de libertad

f= de filas

f= de columnas

$$GL = (2-1) (2-1)$$

$$GL = (1) (1)$$

$$GL = 1 = 3,8415$$

**Tabla N°- 20** Distribución de la Chi Cuadra

| P= Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el ch cuadrado |         |         |         |         |         |         |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| v/P  | 0,001   | 0,0025  | 0,005   | 0,01    | 0,025   | 0,05    |
| 1  | 10,8274 | 9,1404  | 7,8794  | 6,6349  | 5,0239  | 3,8415  |
| 2  | 13,8150 | 11,9827 | 10,5965 | 9,2104  | 7,3778  | 5,9915  |
| 3  | 16,2660 | 14,3202 | 12,8381 | 11,3449 | 9,3484  | 7,8147  |
| 4  | 18,4662 | 16,4238 | 14,8602 | 13,2767 | 11,1433 | 9,4877  |
| 5  | 20,5147 | 18,3854 | 16,7496 | 15,0863 | 12,8325 | 11,0705 |

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

### 4.3.7 Cálculo Matemático

**Tabla N°- 21** Contingencia

| <b>FRECUENCIAS OBSERVADAS</b> |                |    |    |       |
|-------------------------------|----------------|----|----|-------|
|                               | Preguntas      | Si | No | Total |
| Variable independiente        | Pregunta N° 5  | 39 | 5  | 44    |
| Variable dependiente          | Pregunta N° 15 | 9  | 35 | 44    |
|                               | <b>TOTAL</b>   | 48 | 40 | 88    |

**Fuente:** Encuestas Tabuladas

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Tabla N°- 22** Frecuencias esperadas

| <b>FRECUENCIAS ESPERADAS</b> |                       |           |           |           |
|------------------------------|-----------------------|-----------|-----------|-----------|
|                              | Preguntas             | Si        | No        | Total     |
| Variable independiente       | <b>Pregunta N° 5</b>  | <b>24</b> | <b>20</b> | <b>44</b> |
| Variable dependiente         | <b>Pregunta N° 15</b> | <b>24</b> | <b>20</b> | <b>44</b> |
|                              | <b>TOTAL</b>          | <b>48</b> | <b>40</b> | <b>88</b> |

**Fuente:** Encuestas Tabuladas

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

**Tabla N°- 23** Tabla del cálculo de la Chi cuadrado

| O         | E  | (O-E) | (O-E) <sup>2</sup> | (O-E) <sup>2</sup> /E |
|-----------|----|-------|--------------------|-----------------------|
| <b>39</b> | 24 | 15    | 225                | 9,375000              |
| <b>9</b>  | 24 | -15   | 225                | 9,375000              |
| <b>5</b>  | 20 | -15   | 225                | 11,250000             |
| <b>35</b> | 20 | 15    | 225                | 11,250000             |
|           |    |       | <b>TOTAL</b>       | <b>41,25</b>          |

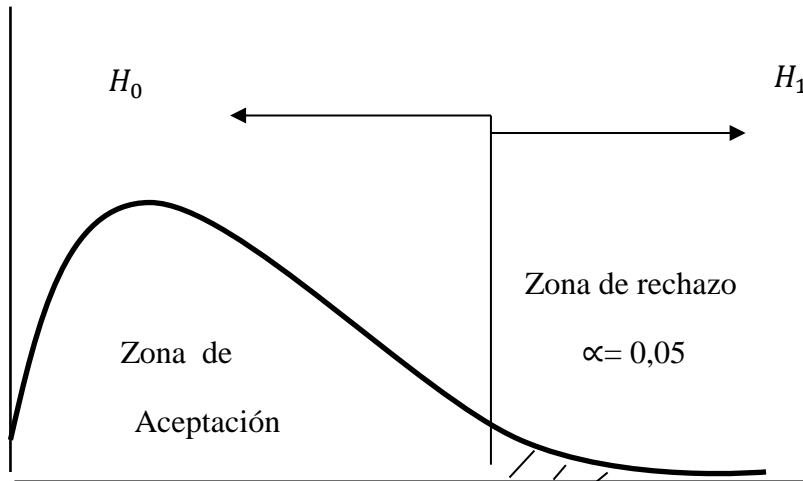
**Fuente:** Encuestas Tabuladas

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)



### 4.3.8 Identificación de Zona de Aceptación o Rechazo

Gráfico N°- 22 Chi Cuadrado



$$X^2 = (0.03,84) = 41,25$$

**Fuente:** Encuestas Tabuladas

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

Una vez que se obtuvo la sumatoria del  $CH^2$ , si la  $H_1 > H_0$  se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alternativa es decir:

$41,25 > 3,8415$  en la cual se rechaza la hipótesis nula.

De acuerdo al análisis de los resultados la conclusión es que la hipótesis se verifica.

Los riesgos financieros afectan en el crecimiento empresarial en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato.

### 4.4 LIMITACIÓN DEL ESTUDIO

Para la realización del presente proyecto de investigación, no se encontró con ningún tipo de obstáculo, y se pudo obtener acceso absoluto a la información con la colaboración de los propietarios de almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato.

## 4.5 CONCLUSIONES

Se determinó que los propietarios de los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato, no tenían identificados los diferentes tipos de riesgos financieros y de las consecuencias negativas y como afecta al momento de realizar sus actividades comerciales.

Se concluyó que en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato no realizan los análisis de los riesgos financieros los cuales no nos permite contar con información estadística para la cuantificación para cada uno de los riesgos financieros como por ejemplo:

Al no tener suficiente liquidez dificulta que la empresa cumpla con sus obligaciones y pueda cancelar sus deudas es por ellos que debe acceder a un préstamo y ese es un costo que debe ser asumido por la organización.

El no tener establecidas metas de cumplimiento ventas, no tener una distribución directa de la mercadería, con factores en la cual dificulta el crecimiento y mejores los índices de rentabilidad.

Carencia de la utilización de las herramientas financieras las cuales ayuda medir el crecimiento empresarial y el cumplimiento de los objetivos para el desarrollo económico que espera toda organización.

En cuanto al crecimiento empresarial se realizó un análisis donde se comprobó el crecimiento que tienen los almacenes en las ventas mensuales del año 2016, promedio más alto se tiene en el mes de enero a febrero ya que se reinicia las actividades y se revisan los inventarios y se adquiere nueva mercadería.

## **4.6 RECOMENDACIONES**

Tener un conocimiento amplio de los riesgos a los cuales se enfrentan para de esta manera poder identificarlos y evaluar los efectos positivos y negativos que puede cambiar el rumbo de la organización.

Realizar análisis a cada uno de los riesgos con el fin de tener datos reales y poder cuantificarlos y buscar la manera de disminuir los riesgos a los cuales se enfrentan.

Ejecutar estrategias para tener un crecimiento empresarial ya que es el objetivo principal de toda organización y realizar capacitaciones a los empleados ya que ellos es uno de los protagonistas de este crecimiento y de esta manera lograr los objetivos planteados.

Realizar un sistema de respuesta a los riesgos ya que de esta manera podemos considerar su efecto y comparar la probabilidad versus el impacto del acontecimiento, la relación de tolerancia con la relación del costo- beneficio y respuesta a dicho riesgo.

Crear un comité de riesgo quienes sean los encargados en ir fomentando la cultura del conocimiento del riesgo dentro de la organización y de esta manera evitar pérdidas innecesarias.

## RESPUESTA AL RIESGO

Para dar una respuesta a los riesgos primero es necesario la identificación de un evento de riesgo es realizar un análisis donde se identifique los riesgos lo cual es una amenaza y se puede convertir en una oportunidad para la empresa.

Realizar una guía en la cual nos permite abordar a los riesgos en función a su prioridad, en la cual se desarrolla acciones, y generar opciones donde se puede evitar, compartir y aceptar el riesgo.

**Tabla N°- 24** Respuestas a los Riesgos





| CATEGORÍAS   |   | ACTIVIDADES  |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Evitar</b></li></ul>    |    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Abandonar actividades que generen riesgos</li></ul>              |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Reducir</b></li></ul>   |  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar las probabilidades y su impacto</li></ul>            |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Compartir</b></li></ul> |  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Transferir o compartir el riesgo</li></ul>                       |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Aceptar</b></li></ul>   |  | <ul style="list-style-type: none"><li>• No actuar de ninguna forma para modificar y su impacto</li></ul> |

Tabla N°- 25 Análisis de Riesgo

| ANÁLISIS DE LOS RIESGOS Y SUS RESPUESTAS |  |                           |                         |  |  |
|--|--|---------------------------|-------------------------|--|--|
| TIPOS DE RIESGO                          | IDENTIFICACIÓN DEL RIESGO  | Categorización del Riesgo | ÁREA                    | EFEECTO  | Respuesta  |
| <b>RIESGO DE MERADO</b>                  | 1. Facturación de la tasa de interés del mercado al momento de solicitar un crédito. | <b>REDUCIR</b>            | Contable/<br>Financiera | El alto costo que dicho porcentaje genera para la empresa. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisar de los diferentes porcentajes de interés que existe que ofertan las instituciones financieras.</li> <li>- Analizar los porcentajes de las instituciones financieras y solicitar el crédito en la institución q convenga para el almacén.</li> </ul> |

|   |                         |                                 |  |  |
|---|-------------------------|---------------------------------|--|--|
| <p>2. Tipo de cambio de las divas estar bien establecidas para que no se dificulte al momento de realizar las transacciones necesarias.</p> | <p><b>COMPARTIR</b></p> | <p>Contable/<br/>Financiera</p> | <p>Al momento de realizar los pagos exista variaciones.</p>                            | <p>-Buscar proveedores nacionales para evitar el pago de la salida de divisas.<br/>- Contar con recursos para pagos de cualquier eventualidad.</p>                   |
| <p>3. Variación constante de los precios de las mercaderías.</p>  | <p><b>EVITAR</b></p>    | <p>Contable/<br/>Financiera</p> | <p>No contar con un precio de venta competitivo.</p>                                   | <p>-Establecer los costó del producto.<br/>- Ofrecer un precio fijo de la mercadería.<br/>- Buscar nuevos proveedores para realizar comparaciones de los costos.</p> |
| <p>4. Carencia de diversificación de la mercadería.</p>   | <p><b>ACEPTAR</b></p>   | <p>Compras/C<br/>ontable</p>    | <p>No estar a la par de las nuevas tendencias y modelos y se disminuye las ventas.</p> | <p>- El almacén tiene su producto posesionado en el mercado.<br/>- La mercadería ofertada es para su sector determinado.</p>   |

|                              |   |                |                     |  |   |
|------------------------------|---|----------------|---------------------|--|---|
| <b>RIESGO<br/>CREDITICIO</b> | 1. Falta de control y verificación de los datos otorgados por los clientes para solicitar créditos. | <b>REDUCIR</b> | Ventas/<br>Contable | Información poco confiable.                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Llenar una solicitud de crédito y un formato de los documentos a presentar para solicitar el crédito.</li> <li>- Analizar la solicitud con la información otorgada.</li> <li>- Confirmar los datos entregados.</li> <li>- Solicitar una entrevista personal.</li> <li>- Aceptar las carpetas que estén completas con los documentos necesarios.</li> </ul> |
|                              | 2. Ingreso de la información desactualizada y errónea.  | <b>EVITAR</b>  | Ventas/<br>Contable | Dificultad para la comunicación y ubicación del cliente. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Solicitar toda la documentación necesaria al cliente.</li> <li>- Verificar la información a tiempo.</li> <li>- Ingresar la información adecuada y de manera correcta.</li> </ul>   |

|                           |   |                  |                           |                                     |  |
|---------------------------|---|------------------|---------------------------|-------------------------------------|--|
|                           | 3. Cálculos erróneos de la capacidad de pago de los clientes con los montos de endeudamiento. | <b>REDUCIR</b>   | Asesor comercial/Contable | Sobreendeudamiento de los clientes. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar un análisis de la situación financiera del cliente.</li> <li>- Revisar cuentas por pagar con otros proveedores.</li> <li>- Identificar el monto del pago.</li> </ul>                                   |
| <b>RIESGO DE LIQUIDEZ</b> | 1. Poca recuperación de cartera.  | <b>COMPARTIR</b> | Asesor Comercial/Contable | Falta de liquidez                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer medidas para la recuperación inmediata de las cuentas por cobrar.</li> <li>- Ofrecer descuentos por el pago de la mercadería al contado.</li> <li>- Buscar asesoría legal de ser el caso.</li> </ul> |
|                           | 2. Dificultades para el cumplimiento de las obligaciones financieras con terceros             | <b>COMPARTIR</b> | Contable/Financiera       | Poca capacidad de pago.             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buscar nuevas fuentes de financiamiento.</li> <li>- Revisar las deudas anteriores.</li> <li>- Elaborar un listado y crear un cronograma de pagos.</li> <li>- Renegociar la deuda.</li> </ul>                    |



|                           |  |                  |                     |  |  |
|---------------------------|--|------------------|---------------------|--|--|
|                           | 3. Falta de presupuesto para realizar nuevas inversiones.            | <b>COMPARTIR</b> | Contable/Financiera | Afectación al cumplimiento de objetivos.         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hacer los estudios financieros necesarios para una correcta inversión.</li> <li>- Realizar un análisis del mercado para la apertura de un nuevo local.</li> </ul>               |
| <b>RIESGO OPERACIONAL</b> | 1. Errores por parte del personal al momento de despachar un pedido. | <b>EVITAR</b>    | Ventas/Bodega       | Disgusto, enojo, desconfianza del cliente.       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar programas de capacitación, atención al cliente para mejoramiento de la relación con el cliente.</li> <li>- Crear una guía de despachos de la mercadería.</li> </ul> |
|                           | 2. Ausencia de controles internos de las actividades a realizar.     | <b>COMPARTIR</b> | Recursos humanos    | Incumplimiento de las actividades a desarrollar. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear una manual de funciones.</li> <li>- Evaluar el desempeño del trabajador de forma semanal.</li> </ul>  |

|                     |                                   |                |                         |                                      |  |
|---------------------|-----------------------------------|----------------|-------------------------|--------------------------------------|--|
|                     | 3. Fallas del sistema             | <b>REDUCIR</b> |                         | Errores en la emisión de información | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar un programa de mantenimiento continuo.</li> <li>- Revisión mensual de la información.</li> </ul>                                     |
| <b>RIESGO LEGAL</b> | 1. Pagos tardíos de Impuestos.    | <b>EVITAR</b>  | Contable/<br>Financiera | Generación de multas e intereses.    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar a una persona especializada para dicho trabajo.</li> <li>- Tener un cronograma para el cumplimiento de las obligaciones.</li> </ul> |
|                     | 2. Atraso en el pago de permisos. | <b>EVITAR</b>  | Contable/<br>Financiera | Clausura de los almacenes.           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tener un listado de los permisos que son necesarios para el funcionamiento de los almacenes.</li> </ul>                                       |

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Freire, M. (2017)

## BIBLIOGRAFÍA

- Abdón, P. (2009). *Estetica Link*. Obtenido de <http://www.esteticalink.com/el-marketing-en-su-negocio/el-plan-de-crecimiento>
- Aguirre, J., & Rodriguez, D. (11 de Abril de 2013). *EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL RIESGO*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Amoroso, L. (21 de Julio de 2016). *Gobierno Abierto*. Obtenido de <http://www.ambato.gob.ec/ambato-demuestra-su-liderazgo-en-la-industria-del-calzado>
- Ávila, B., & Tamayo, M. (2006). Obtenido de <https://varieduca.jimdo.com/art%C3%ADculos-de-inter%C3%A9s/la-investigacion-descriptiva/>
- Ayala, S. (05 de Julio de 2005). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/los-riesgos-financieros/>
- Belaude, G. (09 de Octubre de 2012). *Gestion*. Obtenido de <http://blogs.gestion.pe/riesgosfinancieros/2012/10/el-riesgo-de-liquidez.html>
- Belaunde, G. (31 de Marzo de 2012). *Gestión*. Obtenido de <http://blogs.gestion.pe/riesgosfinancieros/2012/03/conociendo-al-riesgo-operacion.html>
- Carlos, M. (2011). *Como elaborar y asesorar una investigacion de tesis*. Mexico: leticia Gaona Figueroa.
- Coronel, A. (09 de Mayo de 2012). *WIKIEOI*. Obtenido de [http://www.eoi.es/wiki/index.php/GESTI%c3%93N\\_DE\\_RIESGOS\\_en\\_Gesti%c3%b3n\\_de\\_proyectos](http://www.eoi.es/wiki/index.php/GESTI%c3%93N_DE_RIESGOS_en_Gesti%c3%b3n_de_proyectos)
- Correa, J. (14 de Marzo de 2016). *Blogger*. Obtenido de <http://jesuscorrea45.blogspot.com/2016/03/crecimiento-empresarial.html>
- Cosmos, B. O. (13 de Julio de 2015). *Cosmos*. Obtenido de <https://www.cosmos.com.mx/blog/2847/historia-y-panorama-de-la-industria-del-calzado-en-mexico>
- Durcker, P. (05 de Julio de 2016). *Auditool*. Obtenido de <https://www.auditool.org/blog/control-interno/700-administracion-de-riesgos-conceptos-fundamentales>

- Ecuadorinmediato.com. (17 de Mayo de 2012). Obtenido de  
[http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=173609](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=173609)
- Gestiopolis. (16 de Enero de 2008). *Gestiopolis*. Obtenido de  
<https://www.gestiopolis.com/crecimiento-empresarial-y-estrategia-corporativa/>
- Giraldo, J. (15 de Julio de 2004). *Gestiopolis* . Obtenido de  
<https://www.gestiopolis.com/desarrollo-y-administracion-de-nuevos-productos/>
- Guia Turistica Artesanal de Tungurahua . (21 de Junio de 2013). *issuu*. Obtenido de  
<https://issuu.com/direcdigital/docs/guiaartesanal>
- HERALDO, E. (19 de AGOSTO de 2010). *ECUADORINMEDIATO.COM*. Obtenido de  
[http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=132341](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=132341)
- Hernández. (2003). *slideshare*. Obtenido de  
<http://es.slideshare.net/Julianalsola/enfoque-cuantitativo-y-cualitativo-en-la-investigacin>
- Hernandez, Fernandez, & Baptista. (17 de Junio de 2003).  
<http://paradigmascualitativos.blogspot.com>. Obtenido de  
<http://paradigmascualitativos.blogspot.com/2013/06/paradigmas-cualitativos-participanteprof.html>
- Hernández, G. (5 de Diciembre de 2011). *Sledeshare*. Obtenido de  
<http://es.slideshare.net/combertidor/investigacion-de-campo>
- Hernández, S. (2004). *Metodologia de la Investigacion* . La Habana: Editorial Felix Varela.
- HORA, L. (5 de JUNIO de 2013). Obtenido de  
<https://lahora.com.ec/noticia/1101517118/noticia>
- Ibarra, C. (26 de Octubre de 2011). *Blog*. Obtenido de  
<http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>
- Jacqueline, W. (14 de Julio de 2010). *Blog*. Obtenido de  
<http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.pe/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

- LAHORA. (12 de NOVIEMBRE de 2011). Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101234500/economc3ada-y-comercio-mueve-a-los-ambatec3b1os>
- Líderes, R. (2013). Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/produccion-calzado-pisa-fuerte-pais.html>
- Lozano, J. (06 de Noviembre de 2008). *Blog*. Obtenido de <http://janeth-investigacioniv.blogspot.com/2008/11/investigacion-exploratoria.html>
- Luengo, S. (11 de Abril de 2016). *Novicap*. Obtenido de <https://novicap.com/blog/reducir-riesgos-financieros-empresa/>
- Martínez, A. (2011). *Consolidacion de los Estados Financieros*. México D.F: McGraw-hill/Interamericana Editores S.A.
- Menéndez, P. (2017). *Harvard Deusto EAE Business School*. Obtenido de <http://retos-directivos.eae.es/como-hacer-para-promover-el-crecimiento-empresarial/>
- Moca, A. (21 de Octubre de 2011). *SlideShare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/ANMAMOCA2011/investigacin-correlacional>
- Morales, A. (05 de Julio de 2016). *Auditool*. Obtenido de <https://www.auditool.org/blog/control-interno/700-administracion-de-riesgos-conceptos-fundamentales-parte-1>
- Morales, F. (19 de Septiembre de 2012). *Creadess*. Obtenido de <http://www.creadess.org/index.php/informate/de-interes/temas-de-interes/17300-conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>
- Muñoz, C. (2011). *como elaborar y asesorar una investigacion*. Mexico: leticia Gaona Figueroa.
- Núñez, S. (07 de Julio de 2014). “El riesgo de Crédito y su incidencia en la Liquidez de la Cooperativa de . Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Pedrosa, S. (2015). *Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/riesgo-de-mercado.html>
- Pedrosa, S. (2015). *Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/riesgo-tipo-interes.html>
- Pedrosa, S. (2015). *Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/riesgo-tipo-cambio.html>

- Pedrosa, S. (2015). *Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/riesgo-de-liquidez.html>
- Peiro, A. (2015). *Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/riesgo-de-credito.html>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2010). Obtenido de Definición.De: <http://definicion.de/riesgo/>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2013). Obtenido de <http://definicion.de/riesgo/>
- Pérez, J., & Merino, M. (2011). *Definición.de*. Obtenido de <http://definicion.de/analisis-financiero/>
- Pinto, M. (15 de Octubre de 2004). *Ecoms*. Obtenido de <http://www.mariapinto.es/e-coms/muestreo/>
- Quiroga, E. (24 de Julio de 2007). *SlideShare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/EstebanQuiroga/los-tres-paradigmas-en-investigacin>
- Quishpe, B., & Soria, J. (Julio de 2014). VALORACIÓN DEL RIESGO FINANCIERO A TRAVÉS DE LA TEORÍA . Quito, Pichincha, Ecuador.
- Rodriguez, I. (02 de Febrero de 2015). *Auditool*. Obtenido de <https://www.auditool.org/blog/control-interno/3171-riesgo-de-mercado-lo-que-todo-auditor-de-saber>
- Rosales, A. (Mayo de 2012). *Blog*. Obtenido de <http://alegria-rosales.blogspot.de/2012/05/consideraciones-sobre-riesgo-legal.html>
- Rovayo, G. (20 de Abril de 2014). Obtenido de <https://capitalibre.com/2014/04/crecimiento-desarrollo-empresa>
- Salazar, H. (9 de Noviembre de 2009). *slideshare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/HernanSalazar/investigacin-bibliografica-2463165>
- Tamayo, M. T. (1997). *El proceso de la investigacion cientifica*. México: Editorial Limusa S.A .
- Tipantuña, M. (13 de Mayo de 2013). EVALUACIÓN Y PREVENCIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS EN. Sangolqui, Pichincha, Ecuador.
- Vazquez, H. (20 de Julio de 2011). *Overblog*. Obtenido de [https://es.overblog.com/Analisis\\_de\\_riesgo\\_financiero\\_que\\_es\\_y\\_por\\_que\\_se\\_realiza-1228321767-art298345.html](https://es.overblog.com/Analisis_de_riesgo_financiero_que_es_y_por_que_se_realiza-1228321767-art298345.html)

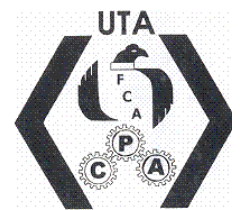
Vazquez, h. (20 de Julio de 2012). *Overbog*. Obtenido de [https://es.overblog.com/Analisis\\_de\\_riesgo\\_financiero\\_que\\_es\\_y\\_por\\_que\\_se\\_realiza-1228321767-art298345.html](https://es.overblog.com/Analisis_de_riesgo_financiero_que_es_y_por_que_se_realiza-1228321767-art298345.html)

## ANEXOS

### Anexo 1



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



### **ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE LOS ALMACENES DE VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS DE ZAPATERÍA DE LA CIUDAD DE AMBATO**

**Objetivo:** Obtener información para demostrar la hipótesis.

Los riesgos financieros afectan en el crecimiento empresarial en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato

**Instrucciones:** Lea detenidamente el instrumento.

Escoja una sola alternativa.

Llenar con esfero azul.

## CUESTIONARIO

1. ¿Usted conoce que los riesgos financieros es la probabilidad de ocurrencia de un evento inesperado que tiene como consecuencias financieras negativas para su almacén?

Si (.....)

No (.....)

2. ¿Cuál de todos estos riesgos cree usted que tiene mayor incidencia de afectación en las operaciones financieras ?

Riesgo de Mercado (.....)

Riesgo Crediticio (.....)

Riesgo de Liquidez (.....)

Riesgo Operacional (.....)

Riesgo Legal (.....)

3. ¿Es necesario la diversificación de la mercadería?

Si (.....)

No (.....)

4. ¿Cuál cree usted que son sus ventajas competitivas?

Precio (.....)

Calidad (.....)

Variedad (.....)

Otros (.....)

5. ¿Cree usted que al utilizar un sistema de respuestas a los riesgos ayudara a la disminución de los riesgos financieros?

Si (.....)

No (.....)

6. ¿Cuál es su porcentaje de morosidad, cuentas por cobrar?

10% (.....)

20% (.....)

30% (.....)

Otros (.....)

7. ¿El pago de varios impuestos y multas legales dificulta el desempeño de la actividad comercial?



Si (.....)

No (.....)

8. ¿La empresa tiene los suficientes recursos económicos para liquidar sus deudas?

Si (.....)

No (.....)

9. ¿Cómo califica usted el desempeño de los empleados?

Excelente (.....)

Bueno (.....)

Regular (.....)

Malo (.....)

Otros (.....)

10. ¿Ha existido el riesgo de fallas del personal a la hora de despachar un pedido?

Si (.....)

No (.....)

11. ¿La empresa tiene una distribución directa de la mercadería?

Si (.....)

No (.....)

12. ¿Qué tiempo estima usted que tardaría para la apertura de un nuevo almacén?

Un año (.....)

Dos años (.....)

Tres años (.....)

Otros (.....)

13. ¿Cree usted que si existen metas de cumplimiento de ventas mensuales se incrementará las ventas?

Si (.....)

No (.....)

14. ¿En qué porcentaje se incrementaron las ventas?

10% (.....)

20% (.....)

40% (.....)

Otros (.....)

15. ¿Cuenta la empresa con estrategias para tener un crecimiento empresarial?

Si (.....)

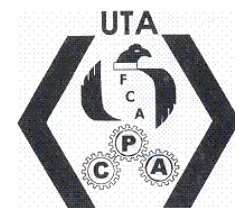
No (.....)

**Gracias por su colaboración**

**Anexo 2**



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



**GUÍA DE ENTREVISTA**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS DIRECTIVOS DE LOS ALMACENES DE  
VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS DE ZAPATERÍA DE LA  
CIUDAD DE AMBATO**

**Objetivo:** Obtener información para demostrar la hipótesis.

Los riesgos financieros afectan en el crecimiento empresarial en los almacenes de venta al por mayor de productos de zapatería de la ciudad de Ambato.

1. ¿Realizan un análisis de los riesgos financieros a los que la empresa se enfrenta al cumplimiento de sus actividades comerciales?

.....  
.....  
.....

2. ¿Cree usted que el pago salidas de divisas dificulta la importación de nueva mercadería?

.....  
.....  
.....

3. ¿Al realizar una inversión cuál sería su tiempo máximo de recuperación?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

4. ¿Cómo califica el crecimiento en estos últimos tres años del almacén?

.....  
.....  
.....

5. ¿Cree usted que el contar con estrategias de crecimiento empresarial ayuda a la organización a cumplir con sus objetivos?

.....  
.....  
.....

**Gracias por su colaboración**