

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA

UNAN – MANAGUA

RECINTO UNIVERSITARIO CARLOS FONSECA AMADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA Y FINANZAS



TEMA:

PLANEACIÓN FINANCIERA

SUBTEMA:

ANÁLISIS DEL PRESUPUESTO COMO HERRAMIENTA DE LA PLANEACIÓN FINANCIERA A CORTO PLAZO EN LA EMPRESA NICACEL, S, A DURANTE EL PERÍODO 2014.

SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO EN BANCA Y FINANZAS

NOMBRE DEL AUTOR:

BRA. DAMARIS MARINA AGUILAR HERNÁNDEZ

BR. OSCAR FERNANDO CALERO LUNA

NOMBRE DEL TUTOR: MSC. SANDRA ALVARADO CERVANTE

2 DE JUNIO DEL 2015

MANAGUA, NICARAGUA.

TEMA:

PLANEACIÓN FINANCIERA.

SUB TEMA:

**ANÁLISIS DEL PRESUPUESTO COMO HERRAMIENTA DE LA PLANEACIÓN
FINANCIERA A CORTO PLAZO EN LA EMPRESA NICACEL, S, A DURANTE
EL PERÍODO 2014**

Contenido

i.	DEDICATORIA.....	i
ii.	AGRADECIMIENTO.....	ii
iii.	CARTA AVAL.....	iii
iv.	RESUMEN.....	iv
I.	Introducción.....	1
II.	Justificación.....	3
III.	Objetivos.....	4
3.1	Objetivos General.....	4
3.2	Objetivos específicos.....	4
IV.	Desarrollo del subtema.....	5
4.1.	Generalidades de las finanzas.....	5
4.1.1.	Conceptos de Finanzas.....	5
4.1.2.	Origen de las finanzas.....	6
4.2.	Planeación Financiera.....	7
4.2.1.	Conceptos.....	7
4.3.	Objetivos de la planeación financiera.....	9
4.3.1.	Justificación de la planeación financiera.....	10
4.3.2.	Por qué se realiza la planeación financiera?.....	10
4.3.3.	Tipos de Planeación Financiera.....	10
4.3.4.	Planeación financiera a largo Plazo.....	10
4.3.5.	Planeación financiera a corto plazo.....	11
4.3.5.1.	<i>Objetivos de la planeación financiera a corto plazo.</i>	13
4.3.5.2.	<i>Importancia de la planeación financiera a corto plazo.</i>	14
4.4.	Proceso de planeación financiera a corto plazo.....	15
4.4.1.	Métodos para elaborar pronóstico de ventas.....	17
4.4.2.	Necesidad de planeación financiera a corto plazo.....	18
4.4.3.	Planeación de efectivo.....	¡Error! Marcador no definido.19
4.4.3.1.	<i>Presupuesto de entradas de efectivo.</i>	21
4.4.3.1.1.	<i>Principios de manejo de las entradas de efectivo.</i>	22
4.4.3.1.2.	<i>Finalidades del control del efectivo.</i>	23

4.4.3.1.3.	<i>Naturaleza de las actividades que generan ingresos.</i>	25
4.4.3.1.4.	<i>Ventas de contado en sala de ventas.</i>	25
4.4.3.1.5.	<i>Presupuesto de desembolsos de efectivo</i>	29
4.4.3.1.6.	<i>Principios de manejo de las salidas de efectivo.</i>	32
4.4.4.	Generalidades del presupuesto.	32
4.4.4.1.	<i>Concepto de presupuesto.</i>	32
4.4.4.2.	<i>Ventajas del presupuesto.</i>	33
4.4.4.3.	<i>Desventaja del presupuesto.</i>	34
4.4.5.	Planeación de utilidades estados financieros proforma.	34
4.4.5.1.	<i>Estado de resultado proyectado.</i>	35
4.4.5.2.	<i>Balance general proyectado</i>	36
5.4.4.	Presupuesto de financiamiento y gasto para la nueva línea.	55
5.4.4.1.	<i>Análisis del presupuesto de financiamiento.</i>	56
5.4.5.	Precio de venta para la nueva línea de celular.	57
5.4.5.1.	<i>Análisis del precio de venta.</i>	57
5.4.6.	Presupuesto de ventas	59
5.4.7.	Ventas 2014.	59
5.4.7.1.	<i>Análisis de ventas proyectado 2015 vs 2014</i>	60
5.4.5.	Presupuesto desembolso de efectivo.	61
5.4.7.2.	<i>Análisis del presupuesto del desembolso de efectivo</i>	62
5.4.5.	Presupuesto de venta para la nueva línea.	63
5.4.7.3.	<i>Análisis de presupuesto para la nueva línea.</i>	64
5.4.8.	Flujo de caja proyectado.	65
5.4.8.1.	<i>Análisis del flujo de efectivo.</i>	67
5.4.9.	Balance general comparativo y análisis horizontal	68
5.4.9.1.1.	<i>Análisis horizontal del balance general comparativo</i>	68
5.4.10.	Estado de resultados comparativo y análisis horizontal.	70
5.4.10.1.	<i>Análisis horizontal del estado de resultado comparativo. ¡Error! Marcador no definido.</i>	
5.5.	Políticas de Administración de Efectivo	72
5.6.	Razones Financieras	73
5.7.	Conclusiones del caso práctico.	74

VI.	Conclusiones.	75
VII.	Bibliografía	¡Error! Marcador no definido.76
VIII.	Anexo	78

i. DEDICATORIA.

Este trabajo se lo dedicamos primeramente a Dios padre por haberme dado el don más preciado de este mundo “la vida” y por ser la luz divina que alumbra nuestro sendero a lo largo de mi vida.

A mis padres y amigos quienes en todo momento han compartido mis alegrías y desavenencias brindándome su apoyo, comprensión y motivación para alcanzar mis objetivos y metas.

Bra. Damaris Marina Aguilar Hernández

DEDICATORIA

Este seminario de graduación está dedicado especialmente a Dios, por ser el que nos da a diario la inteligencia de aprender nuevas cosas y la sabiduría de poder seguir adelante en esta vida para ser un triunfador.

A mis padres que con esfuerzo, empeño y dedicación lucharon arduamente para poder culminar mi carrera y me han enseñado los valores necesarios para ser parte de la sociedad.

Sobre todo a los docentes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua que con su trabajo de transmitir conocimientos realizan un gran esfuerzo por aumentar la educación a un nivel superior en nuestro país.

Br. Oscar Fernando Calero Luna

ii. AGRADECIMIENTO.

Agradezco a Dios nuestro padre que está en los cielos por haberme permitido llegar hasta este día y poder culminar mis estudios superiores.

A mis padres que con todo esfuerzo y abnegación me brindaron su tiempo y apoyo, con el objetivo de verme realizada como profesional.

Estoy agradecida con nuestro maestro y compañeros que a lo largo de estos cinco años, me brindaron todos sus conocimientos y apoyo, los cuales me ayudaron a alcanzar el éxito profesional.

Bra. Damaris Marina Aguilar Hernández.

AGRADECIMIENTO

Agradezco especialmente a Dios que me ha dado la dicha de honrarle, glorificarle y guiarme al camino del conocimiento, del entendimiento y del saber.

A mis padres por haber depositado toda la confianza en mi futuro profesional, apoyo y desarrollo profesional, a mi madre: Zoila Luna Jirón por el apoyo brindado.

Sobre todo a los profesores del Recinto Carlos Fonseca Amador por brindarme sus conocimientos y apoyo en toda la carrera universitaria enriqueciendo mis conocimientos y poder llegar a concluir mis estudios.

Br. Oscar Fernando Calero Luna

iii. CARTA AVAL

Managua, 10 de diciembre de 2014.

Msc. Álvaro Guido Quiroz
Director del Departamento de Contaduría Pública y Finanzas
Su despacho.

Estimado Maestro Guido:

Remito a usted los ejemplares del Informa Final de Seminario de Graduación titulado con el tema: Finanzas a Corto Plazo y el subtema: **“Análisis del presupuesto como herramienta de la planeación financiera a corto plazo en la empresa Nicacel durante el período 2014”**, presentado por los bachilleres: Damaris Marina Aguilar Hernández, carnet No. 07-20585-5 y Oscar Fernando Calero Luna, carnet No. 06-19619-2, para optar al título de Licenciados en Banca y Finanzas.

Este informe final reúne todos los requisitos metodológicos para el Informe de Seminario de Graduación, que especifica la Normativa para las modalidades de Graduación como formas de culminación de estudios, Plan 1999, de la UNAN-Managua.

Solicito a usted fijar la fecha de defensa según lo establecido para tales efectos.

Si más que agregar al respecto, deseándole éxitos en sus funciones, aprovecho la ocasión para reiterar mis muestras de consideración y aprecio.

MSC. Sandra Guadalupe Alvarado Cervantes

Tutor

iv. RESUMEN

El presente trabajo de seminario de graduación tiene por objetivo analizar el presupuesto como herramienta de planeación financiera a corto plazo en la empresa Nicacel S.A durante el periodo 2014

En el caso práctico se analizó el presupuesto para una nueva línea de la empresa Nicacel S.A. los cuales se obtuvo una excelente aceptación en la tendencia social y gusto de los consumidores, el cual se espera tener una venta de 532 unidades, llegando a obtener una ganancia de C\$ 1,038,730.00 anuales y dejando un inventario 68 unidades, llegando a vender así el 89% de la mercadería por parte de la nueva línea.

En las ventas proyectas para el 2015 vs 2014 se espera aumentar C\$1,663,400.16 equivalente a un 20% de incremento, con el fin de alcanzar los objetivos 2015,

Ejecutando el presupuesto de desembolso para ese mismo año en el cual los gastos y salarios son gastos fijos mensual por un monto de C\$ 77,364, las compras se estarán realizando trimestralmente para evitar perdida de inventario ya que los proveedores entregan cada 3 meses según la rotación de inventario quedando los gastos en dependencia según los solicite la gerencia, los gastos bancarios, publicidad e impuestos son gastos mensuales que se estimaron según presupuesto.

También para el presupuesto de nueva línea de la empresa Nicacel S.A .que se comenzar a introducir en el mercado en el año 2015 se espera obtener un aumento de ingresos y mayor participación en el mercado, esperando obtener en sus ventas un aumento del 36% en sus ventas totales

La empresa antes de efectuar una inversión, primeramente prepara los análisis financieros a corto plazo para realizar un presupuesto para así determinar las necesidades de capital que necesitará la empresa para poder ejecutar el proyecto y a la viabilidad del mismo.

Decidiendo la junta directiva invertir en la adquisición de una nueva línea de celulares, llegando a la conclusión que con esta marca estará proporcionando un aumento de venta para el próximo periodo 2015 y un margen de utilidad por la inversión del 37% logrando ser una empresa líder económicamente en el mercado

I. Introducción

En este trabajo se abordara como tema central: planeación financiera a corto plazo, del cual se conocerá su origen e importancia para el sector comercial. Dentro de este tema, se enmarcara en las herramientas financieras para la elaboración de una planeación, las cuales se aplicaran en el caso práctico que se desarrollará.

Todos los comercios están circundados por un entorno socio-económico cambiante en el cual la incertidumbre de lo que pueda pasar con sus empresas es como una variable inconstante, por esta razón se realiza la planeación financiera en el cual se proyectan y se fijan las bases de las actividades financieras con el objeto de minimizar el riesgo y aprovechar las oportunidades y los recursos.

Por lo tanto las técnicas de planeación financiero consisten en recopilar los datos de los estados financieros principales (Balance general y estados de resultados), del año en curso, con la finalidad de ver y evaluar, la gestión y el grado de éxito alcanzado por la empresa permitiendo el planteamiento de un presupuesto con el cual se trazan nuevas metas y planes que se concretan dentro de la empresa.

Ante dicho planteamiento este trabajo tiene como objetivo primordial analizar las principales técnicas de presupuesto como herramienta en la planeación financiera utilizadas por las empresas comerciales, seguido de las principales dificultades para la implementación del presupuesto dentro de la empresa Nicacel S,A durante el año 2014.

Este informe se llevará a cabo a través de los objetivos que se han planteado para el sub-tema, las fuentes de información serán los libros consultados en biblioteca, información

extraída de internet, consulta a personas profesionales en el área y apuntes de clases recibidas en la carrera.

Este trabajo está estructurado de la siguiente manera: primeramente con una breve descripción de la planeación financiera a corto plazo y su relevancia en el sector comercial, luego continúa la justificación, objetivos generales y específicos, desarrollo del tema y el análisis de un caso práctico utilizando el presupuesto como herramienta de la planeación y determinar las conclusiones que se han encontrado al transcurso de este informe. Este seminario de graduación tiene como fin analizar la naturaleza, importancia, objetivos y proceso de una planeación financiera a corto plazo en una empresa comercial.

II. Justificación

Las mayorías de las empresas existentes en Nicaragua hacen del uso de las técnicas de planeación financiera. Se comprobará en el análisis y estudio que se realizó en otras empresas comerciales de Nicaragua, que buscan la máxima rentabilidad sobre la inversión, mayor valor agregado por empleado, mayor nivel de satisfacción para los clientes y consumidores, y mayor participación del mercado.

Esta información es importante para la empresa ya que permite una visualización contable hacia el futuro para poder preparar el camino para el nuevo producto que estará lanzando la empresa hacia el mercado, por lo que se plantea la planeación financiera de los recursos a utilizar para alcanzar las metas esperadas.

Este trabajo se realizó con el fin de poder aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera y brindar información a los comercios, estudiantes de la Facultad Ciencias Económicas y que a través de este trabajo puedan obtener información utilizable para futuras investigaciones dentro de la Facultad de Ciencias Económicas.

La realización de este trabajo es importante porque permite realizar un estudio en profundidad sobre el funcionamiento de las empresas comerciales, como toman decisiones al momento de invertir en la adquisición de nuevos productos para ingresarlas al mercado, realizando un análisis de factibilidad, proyecciones a futuro que marca la estrategias comerciales a seguir, brindándole un propósito y razón de ser de las empresas para que estas sean competitivas en el mercado.

III. Objetivos

3.1 Objetivos General

Analizar el presupuesto como herramienta de planeación financiera a corto plazo en la empresa Nicacel S, A durante el período 2014.

3.2 Objetivos específicos

- Definir los conceptos generales de planeación financiera para la toma de decisiones en las empresas.
- Describir la estrategia financiera de la empresa y su conexión con las estrategias establecidas en los planes integrales de esta.
- Identificar la naturaleza de la Planeación, así como las metas por alcanzar, analizando los riesgos y las oportunidades de la empresa Nicacel S, A a través de lo control de los gastos y los ingresos durante el año 2014.
- Analizar el comportamiento del presupuesto en la empresa Nicacel S, A durante el período 2014.

IV. Desarrollo del subtema

4.1. Generalidades de las finanzas

4.1.1. Conceptos de Finanzas

Es importante definir que son las finanzas, según (Merton, 2003):

Las finanzas estudian la manera en que los recursos escasos se asignan a través del tiempo. Dos características distinguen a las decisiones financieras de otras decisiones de asignación de recursos: Los costos y beneficios de las decisiones financieras 1) se distribuyen a lo largo del tiempo, y 2) generalmente no son conocidos con anticipación por los encargados de tomar decisiones ni por nadie más.

Las finanzas hacen la función de distribuir los recursos según la necesidad de cada departamento planteando metas y objetivos para poder crear beneficios tanto como para la empresa y sus accionistas.

Por otro lado Gitman menciona el siguiente concepto de finanzas:

Las finanzas se definen como el arte y la ciencia de administrar dinero. Casi todos los individuos y organizaciones ganan u obtiene dinero, gastan o invierten dinero. Las finanzas se relacionan con el proceso, las instituciones, los mercados y los instrumentos que participan en la transferencia de dinero entre personas empresas y gobierno. (Gitman, 2003)

Continuando con otro concepto:

El concepto tradicional es que las finanzas tiene por objetivos la maximización de los recursos de la empresa, entendiéndose por maximización, la consecuencia de recursos de las fuentes más baratas disponibles y su aplicación en los proyectos más productivos o rentables y tratando de disminuir al mínimo el riesgo en su aplicación. (Levy, 2008)

4.1.2. Origen de las finanzas.

El origen etimológico del vocablo finanzas, del latín o de lenguas neolatinas, es más bien aproximado y propio de una disciplina que ha evolucionado con el tiempo.

"FINANZAS" se atribuye su origen al vocablo del latín "finis", que significa término, fin, remate, conclusión. En inglés "fine" tiene el significado de pena o multa económica por una ofensa; igualmente, antiguamente en el mismo idioma se tomaba como conclusión de un negocio. "Finas" del francés (plural) se refiere a Erario o Fisco, como el dinero público. Es por esta razón que un autor ha definido las Finanzas como "el fin de los negocios jurídicos entre el individuo y el Estado". (Cristaldo, .S.F)

Las finanzas es el manejo de recursos financieros para la toma de decisión a corto plazo y a largo plazo, trabajando en equipo todas las áreas de la empresa se conoce el entorno interno y externo de la empresa para velar por los recursos de manera eficiente y eficaz con el objetivo de maximizar la utilidad y minimizar los costos.

Las finanzas se pueden dividir según la especialización en el desarrollo profesional en tres áreas fundamentales que a continuación se mencionan:

Según Van Horne, y Wachowicz, (2002) Mercado de dinero y de capitales: Mercado de Obligaciones corporativas y gubernamentales de corto plazo (con un vencimiento original de menos de un año) y el mercado de capital son instrumento de plazo relativamente largos (con vencimiento de más de un año) y de instrumentos financieros

(Subias, 1988) Inversiones: es renunciar a una satisfacción inmediata y ciertas a cambio de una expectativas, es decir de una esperanza de beneficio futuro

(Dominguez, .S.F.).Finanzas de las empresa: (administración financiera), se relaciona básicamente con la administración real de cualquier tipo de empresa.

A su vez el campo de la finanzas está estrechamente relacionados con la economía, los administradores financieros deberán comprender el marco económico (los niveles de tasa de inflación, el efecto devaluativo de la moneda, tasa de interés del mercado, etc.), los cambios en la política económica (cambio en la legislación local, los cambios en las leyes fiscales, los avances tecnológicos, el nivel de actividad económica y en menor importancia los desarrollos internacionales.)

4.2. Planeación Financiera

4.2.1. Conceptos.

“Es la declaración formal de la alta dirección que guía a una organización para cumplir su misión y objetivo en un medio cambiante, a partir de precisar su mercado, competencia, productos y herramientas para aprovechar oportunidades y evitar amenazas. (Levy L. H., s.f.) “

La Planeación estratégica es una guía que utilizan la empresas para determinar el camino a seguir durante cierto periodo, aprovechando las oportunidades que se le presentan a la empresa, mayor control de los recursos y minimizar los riesgos.

La planeación financiera consiste en analizar el estado actual de la empresa, financiamiento e ingresos incluyendo sus gastos y utilidades visualizando los objetivos para el futuro y anticipando a responder a los problemas que puedan surgir en el futuro próximo. También se establece estándares que se van midiendo por medio de las metas y los planes establecidos por la gerencia.

La planeación financiera es la que traza las acciones tanto operativas como estrategias manteniendo la dirección de los objetivos para alcanzarlos, permite vincular instrumentos para poder lograr los objetivos de las empresas, estos instrumentos dan un pronóstico y metas económicas que aseguran la continuidad de las empresas en el mercado.

“La información financiera con el fin de planificar y utilizar conceptos financieros al tomar decisiones de negocios llevada su esencia las finanzas de una empresa tiene que ver con adquirir y asignar recurso que necesitan las empresas para funcionar” (School, 2009).

Se trata de realizar análisis para poder decidir si una inversión traerá ganancias o no, tomando cierto grado de incertidumbre acerca del impacto que tendrá sobre la empresa calculando los riesgos y las oportunidades que se le presentan.

La planeación financiera proporciona una guía para dirigir coordinar y controlar las acciones de la empresa para alcanzar sus objetivos. Dos aspectos claves son: la planeación de efectivo: implica la preparación del presupuesto de efectivo de la empresa. La planeación de utilidades: implica la preparación de los estados financieros pro forma. El proceso de planeación financiera empieza con planes estratégicos a largo plazo, o estratégicos, guiando a la formulación de planes y presupuesto a corto plazo u operativos (Garcia, 2012)

Las empresas realizan los planes financieros anuales con el objetivo de poder crear el camino a seguir durante todo el transcurso del año con el fin de poder alcanzar las metas propuestas utilizando las técnicas que se previeron en los inicios de la planeación y poder cuantificar cuanto de los objetivos previstos se lograron alcanzar.

4.3. Objetivos de la planeación financiera.

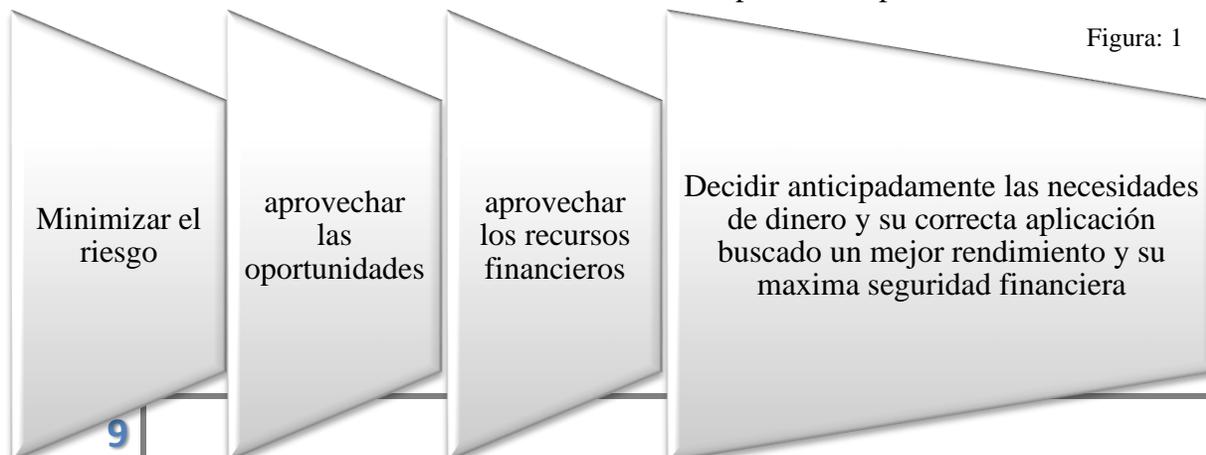
Según: (CONRAD, 2003) “El objetivo de la Planeación financiera es comprender y proyectar su futuro financiero. Las proyecciones financieras se utilizan para evaluar y pronosticar los planes de negocio para estimar las necesidades financieras futuras y para establecer presupuestos internos de operación”.

El objetivo de la planeación es Minimizar el riesgo y aprovechar las oportunidades y los recursos financieros, decidir anticipadamente las necesidades de dinero y su correcta aplicación, buscando su mejor rendimiento y su máxima seguridad financiera.

Según: (Emery & Finnerty, 2000) El proceso de evaluar las alternativas de inversión y financiamiento que tiene la compañía, Incluyendo la búsqueda de decisiones optimas, la proyección de las consecuencias de tales decisiones para la compañía en forma de un plan financiero y la comparación del desempeño futuro contra ese plano.

“La planeación determina los objetivos que se desean alcanzar en el futuro y las acciones que se deben de emprender a lo largo de los mismos.” (Cuarta, 2008).

El propósito de la planeación financiera es prever si realizar una inversión es viable para la empresa buscando los métodos de financiamiento más adecuado para tal propósito y tomando en cuenta si es viable llevarlo a la realización para evitar posibles fracasos futuros.



4.3.1. Justificación de la planeación financiera

- Toma en cuenta los probable sucesos
- Mide constantemente los progresos reales o probables de la ejecución vs las metas
- Provee las herramientas necesarias para lograr un objetivo
- Produce un resultado claro, cuantitativo y conciso
- Toma en cuenta los aspectos cuantitativos y cualitativos de las políticas operativas

4.3.2. Por qué se realiza la planeación financiera?

- La mayoría de los problemas financieros suelen surgir de una falta de planeación
- La planeación obliga a los administradores a pensar en el futuro
- De los negocios que verdaderamente planifican son pocos los que fracasan
- Planeación es una poderosa herramienta de administración para corto y largo plazo

4.3.3. Tipos de Planeación Financiera.

4.3.4. Planeación financiera a largo Plazo.

Los Planes financieros a largo plazo estructuran las acciones financieras planeadas de la empresa y el impacto anticipado de esas acciones durante periodo que van de 2 a 10 años. Son comunes los planes estratégicos a cinco años los cuales se revisan en cuanto hay información importante disponible. En general las empresas que están sujetas a altos grados de incertidumbres operativas, a ciclos de producción relativamente cortos, o a los dos, tienden a usar horizontes de planeación más cortos.

Los planes financieros a largo plazo son parte de una estrategia integrada que, junto con los planes de producción y marketing, guían a la empresa hacia objetivos estratégicos. Esos planes a largo plazo consideran desembolsos propuestos para activos fijos, actividades de investigación y desarrollo, acciones de marketing y desarrollo de productos, estructuras de capital y fuentes importantes de financiamiento. También se podrían incluir la

terminación de proyectos existente, líneas de productos o giros comerciales, reembolso o retiro de deudas pendientes y adquisiciones planeadas. Tales planes tienden a ser apoyados por una serie de presupuestos anuales y planes de utilidades. (Gitman y Núñez, 2003)

Las empresas realizan planes estratégicos a largo plazo cuando los proyectos a ejecutar son de gran envergadura y van a ser llevados a cabos en un periodo largo de tiempo por lo cual se crean un estudio de procesos y metas que se planean ir alcanzando año con año para poder cumplir con los planes previstos según la planeación.

La planeación financiera a largo plazo (estratégicos) estructuran las acciones financieras planeadas de la empresas y el impacto anticipado de esas acciones durante periodos que van de 2 a 10 años. Son parte de una estrategia integrada que guían a las empresas hacia objetivos estratégicos

La planeación financiera a largo plazo integra un plan de previsiones, articuladas y coordinadas en un plan general con el fin de anticipar financieramente el futuro a largo plazo de la empresa así de las acciones a realizar para alcanzarlos.

4.3.5. Planeación financiera a corto plazo.

Según (Stephen et al., 1996) citado por (Pedraza, 2009) “No existe una definición universalmente aceptada para las finanzas a corto plazo. La diferencia más importante entre las finanzas a corto y largo plazo es el posicionamiento en el tiempo de los flujos de efectivo”.

La planeación estratégica es un proceso cuya modificación van en función directa de los cambios observados con el contexto ambiental y están estrechamente relacionados a la sensibilidad de externos que afecta a su organización. La planeación estratégica prepara la

alta dirección para emprender cambios, le ayuda aprovecharse de lo mismo, le permite optimizar los beneficios y minimizar sus problemas, riesgos y amenazas.

Según (Villalobos, 2011), la planeación estratégica operativa se inicia con las unidades administrativas (contabilidad, servicios de negocio, ventas, entre otros), en este nivel se definen los objetivos y estrategias a corto plazo. Su responsabilidad principal radica en la ejecución eficiente de los planes de acción a nivel funcional. Este plan, su alcance debe ser detallado y cubrir las actividades programadas en un lapso definido. El seguimiento permitirá hacer los ajustes si son necesarios, durante el periodo de desarrollo del proceso.

Los planes financieros a corto plazo (operativos) especifican acciones a corto plazo y el impacto esperado de esas acciones. La mayoría de veces estas planes cubren un periodo de 1 a 2 años. Las principales entradas incluyen el pronóstico de ventas y varias formas de datos operativos y financieros. Las principales salidas incluyen varios presupuestos operativos, de efectivo y estados financieros proforma. La planeación financiera a corto plazo empieza con el pronóstico de ventas. A partir de esta se desarrollan planes de producción que toman en cuenta tiempo de entrega (preparación) e incluyen estimaciones de materia prima requerida. Utilizando los planes de producción, la empresa puede estimar requerimiento de mano de obra directa, gastos generales de fabricación y gastos operativos. Una vez hecha esta estimación, se pueden preparar los estados financieros pro forma y el presupuesto efectivo de la empresa. Con la entrada básica (estado de resultado pro forma, presupuesto de efectivo, plan de desembolso para activos fijos, plan de financiamiento a largo plazo, y balance general del periodo actual) se pueden desarrollar finalmente el balance general pro forma. (Gitman y Núñez, 2003)

Hoy en día las empresa hacen una planeación estrategia a corto plazo debido a que el entorno es muy cambiante y es por tal razón que realizan un presupuesto planificando las

operaciones que estarán realizando durante un año, destacando que el presupuesto refleja el resultado obtenido de la aplicación de los planes estratégicos, es fundamental conocer y ejecutar correctamente los objetivos para poder lograr las metas trazadas por la empresa

4.3.5.1. Objetivos de la planeación financiera a corto plazo.

El objetivo de la planeación financiera es Minimizar el riesgo y aprovechar las oportunidades, haciendo un uso óptimo con los recursos financieros con que cuenta la empresa destinando los recursos hacia las áreas de más necesidad decidiendo anticipadamente las necesidades de dinero y su correcta aplicación, buscando el mejor rendimiento posible y su máxima seguridad financiera.

La planeación financiera ayuda a los financieros y administradores a implementar nuevas ideas y planes estratégicos que anticipen las necesidades de cada área, y que tan necesarias son para realizar el gasto, maximizando los objetivos financieros. La toma de decisiones tiene que ser acertada ya que se pretende examinar todas las probabilidades de mejorar el rendimiento a bajo costo.

El uso de un sistema presupuestario es la herramienta más importante con lo que cuenta la administración moderna para realizar sus objetivos, por lo que se asignan recursos anticipadamente para las áreas operativas y se le fijan metas a cada departamento de la empresa para con esto lograr el éxito.

Los presupuestos son excelente herramienta que facilitan a la administración estableciendo objetivo y metas, expresándolo en término monetario como: valor agregado, la tasa de rendimiento sobre la inversión- capital, determinación de la posición de liquidez, el nivel de endeudamiento. Todo lo ante mencionado proporciona una evolución eficiente

durante el periodo de presupuestal. También no se puede pasarse por alto que los presupuestos se elaboran para dirigir a la empresa mediante la administración para cumplir con los compromisos.

4.3.5.2. Importancia de la planeación financiera a corto plazo.

(Battu, 2003) Junto con las normas de manejo cotidiano del dinero y las cuentas, hay que disponer de un instrumento que funcione como un “mapa” de la liquidez, durante cada periodo del negocio que conduce la empresa, es por esta razón que las empresas ocupa el presupuesto ya que les brinda un mapa de los recursos a implementar

El que la empresa disponga de un buen mapa financiero le brinda las siguientes ventajas:

- a) Permite conocer el superávit y el déficit probable de cada sub periodo y anticipar como manejarse con los criterios del punto anterior.
- b) Avisa a los socios cuales son los momentos para hacer aportes adicionales.
- c) Indica en que momento puede haber disponibilidades para saldar posibles prestamos
- d) Anticipa cuando se podrá disponer de dinero para empezar alguna inversión
- e) Permite hacer economías respecto al pago de intereses

El presupuesto es importante en la planeación financiera ya que permite poder implementar los recursos adecuadamente y poder crear los planes para poder llevar a cabo las inversiones al permitirnos saber cuánto dinero y que tiempo se necesita para llevar a cabo los planes e ir creando una reserva para alcanzar el capital necesario para la inversión.

La planeación financiera resulta ser de suma importancia en toda empresa ya que de hay parten para tomar decisiones certeras y benéficas para la empresa desde tomar en cuenta el patrimonio de la misma, como hacer buen uso de este y como sacar el máximo beneficio minimizando el riesgo de las inversiones (Hernandez, 2015).

La planeación financiera es importante porque permite tomar decisiones que materialicen los efectos financieros que beneficien a la empresa, evaluando los resultados obtenidos durante cada periodo, creando herramientas que se adapten a las necesidades de la empresa

4.4. Proceso de planeación financiera a corto plazo

Existen dos etapas esenciales para realizar la planeación financiera a corto plazo. La primer etapa es la planeación del efectivo y la segunda etapa la planeación de utilidades, hasta la presentación de estados financieros proforma.

Según (Sánchez, .S.F.) La planeación financiera a corto plazo empieza con el pronóstico de las ventas, a partir del cual se desarrollan planes de compra del producto realizando estimaciones de la demanda por parte de los clientes. Una vez hechas estas estimaciones se pueden preparar el estado de resultado pro forma y el presupuesto de efectivo de la empresa que junto con el plan de desembolsos se estarán efectuando para la adquisición de los productos a los proveedores tomando en cuenta el tiempo de entrega y los costos de los mismos.

Como se observa, el pronóstico de ventas es el punto de apoyo del cual dependen todas las fases del proceso de planeación financiera. Previendo los niveles de ingresos que se obtendrán a partir del pronóstico de ventas, se podrán estimar también cuáles serán los

flujos de efectivo que se obtendrán. Además, estarán en condiciones de hacer un pronóstico del nivel de inventario que se requerirá y la rotación que tendrá el mismo para no sufrir desabastecimiento en la empresa y la cantidad de financiamiento necesario para que las ventas pronosticadas sean alcanzadas.

Existen una multitud de factores que afectan a las ventas, como las políticas de precio, la competencia, el ingreso disponible, la actitud de los compradores, la aparición de nuevos productos, las condiciones económicas, etc. La responsabilidad de establecer el presupuesto de ventas queda a cargo del departamento de ventas.

La predicción para establecer la demanda se basa en encuesta o consenso de las predicciones de ventas obtenidas por productos similares y el crecimiento de la demanda de comunicación que está sufriendo Nicaragua y ciertos indicadores económicos externos clave, como por ejemplo el producto nacional bruto (PNB).

Las empresas se valen por lo general de una combinación de datos de predicción externos e internos al elaborar la predicción de ventas final. La información interna proporciona perspectivas para esperar un nivel determinado de ventas, en tanto que la información externa sirve para incorporar los factores económicos generales al conjunto de ventas esperadas. “Los datos internos dan idea de las expectativas de ventas, en tanto que los datos externos ofrecen la manera de ajustar estas expectativas teniendo en cuenta los factores económicos generales”.

Durante la elaboración de la planeación financiera no se debe de descuidar 4 aspectos fundamentales:

- 1) Solvencia: Es lo que una empresa tiene y lo que debe

- 2) Productividad o Rendimiento: es la relación existente entre el beneficio y la inversión necesaria para lograrlo. Es indudable que dentro de una misma empresa, existen inversiones más productivas que otras por que requieren un bajo volumen de capital.
- 3) Presupuesto: Los presupuestos son los planes expresados en términos numéricos que nos servirán como guía de acción y actuación para el logro de los objetivos operacionales, tácticos y estratégicos
- 4) Control financiero: El control financiero es la toma de acciones y decisiones estratégicas necesarias para evaluar y medir y corregir el desarrollo del proceso financiero de acuerdo a los planes y objetivos establecidos, con el propósito de mantener e incrementar su nivel de rentabilidad y eficiencia

4.4.1. Métodos para elaborar pronóstico de ventas.

“Existen varios métodos para elaborar el pronóstico de las ventas que, evidentemente, constituye la parte medular de todo presupuesto de ventas. Algunos de estos son intuitivos, otros mecánicos y otros estadísticos con mayores complicaciones para su aplicación” (Sánchez, .S.F.).

El método intuitivo se basa en la predicción de quienes preparan el pronóstico y no se apoya en hechos. Esto los convierte en poco confiables ya que no se pueden defender cuando su justificación debe tomar en cuenta las circunstancias del medio comercial.

Otro método es una simple extrapolación de las ventas efectuadas en el período anterior al futuro período de planeación, aplicando un porcentaje constante de incremento o un aumento absoluto constante de unidades. Este método no resulta muy apropiado bajo

circunstancias dinámicas de comercio, ya que da por sentado que la empresa se conforma con lo ocurrido en el pasado y lo aplicará al futuro.

Un tercer método de pronóstico es el que emplea un diagrama de dispersión, (regresión lineal). Es una gráfica en la cual se relaciona el número de unidades vendidas con el nivel de algunas variables de significación observadas en los períodos de planeación más recientes.

Se pueden hacer otros análisis para elaborar el pronóstico de ventas. La elección del método apropiado no siempre es tarea fácil. Algunos pueden resultar inapropiados en ciertos casos, mientras que en otros lo mejor será combinarlos para obtener un resultado acertado. Es importante señalar que estas técnicas se pueden aplicar también para pronosticar otras partidas en el proceso de presupuestación. (Sánchez, .S.F.)

4.4.2. Necesidad de planeación financiera a corto plazo.

La elaboración del plan a corto plazo de una empresa, evidentemente no culmina con la previsión de los ingresos, costos y gastos, sino que requiere evaluar mediante proyecciones y análisis de los estados financieros, la posición en que dichas previsiones colocarán a la empresa, si el plan elaborado satisface los objetivos del empresario, si realmente apoya la estrategia trazada a largo plazo y si sirve como solución concreta, viable y satisfactoria, desde el punto de vista financiero, de las oportunidades y problemas a que se enfrenta la empresa en lo inmediato.

Finalmente, para las decisiones a corto plazo no tiene que mirar demasiado hacia el futuro. La decisión de buscar financiamiento adicional (crédito bancario) puede estar basado perfectamente solo en las predicciones del flujo de tesorería para los meses

próximos. La empresa puede detectar oportunidades de inversión de capital sumamente valiosas, encontrar el ratio máximo de endeudamiento, seguir una política de dividendos perfecta y, a pesar de todo, hundirse porque nadie se preocupa de buscar liquidez para pagar las facturas de este año. De ahí la necesidad de la planeación a corto plazo" (Sánchez, .S.F.)

Según (Puente, 1999) La planeación financiera es una parte importante de las funciones de la empresa, al proporcionar una guía para dirigir, coordinar y controlar las acciones y alcanzar sus objetivos. Las herramientas en que se basa la planeación financiera a corto plazo estarán dadas por la planeación del efectivo y de sus utilidades.

4.4.3. Planeación de efectivo.

“Una compañía que prepara buenos pronósticos de efectivo, y que favorecen en tiempos difíciles de créditos, y su administración cuidadosa es una divisa fundamental para los prestamistas, Según” (Rodríguez, s.f.).

El presupuesto de efectivo se diseña para cubrir un período de un año, dividido en intervalos más pequeños. Las empresas con un patrón de flujo de efectivo estacional deben presentar un presupuesto de efectivo mensualmente. Las empresas que establecen flujo de efectivo, podrían usar intervalos trimestrales o anuales al término de cada periodo para que se revise y se analice.

En correspondencia con los autores como Lawrence Gitman y Fred Weston brindan ideas de las cuales los autores de este artículo ratifican como acertadas, estando plenamente de acuerdo con la importancia de realizar el presupuesto de efectivo en todo tipo de empresa, considerando que el mismo constituye la herramienta de mano derecha del

financista, con la única capaz de prever de la manera más efectiva las necesidades de fondos para operaciones en un período de hasta un año.

El presupuesto de efectivo o pronóstico de efectivo es un estado de los flujos positivos y negativos de efectivo planeados. La empresa lo utiliza para estimar sus requerimientos de efectivo a corto plazo, con particular atención en la planeación de excedente y escasez de efectivo. (Lawrence, 2000)

El presupuesto de efectivo muestra los flujos proyectados de entrada y salida de efectivo de la empresa a lo largo de un periodo específico. Este proporciona una información mucho más detallada en relación con los flujos futuros de la empresa que los estados financieros pronosticados (Weston, Fred, & Brigham, 1988)

La planeación del efectivo es importante para saber si existirá déficit o superávit en cada uno de los meses cubiertos por el pronóstico. Por lo tanto conocería en qué cuantía la entidad tendrá que buscar un financiamiento o tendrá capital para invertir, o por el contrario tendrá excedentes temporales ociosos que podrían ser invertidos y de esta manera poner a rendir el dinero, algo fundamental para que la gerencia esté mejor preparada en afrontar su situación financiera futura y así garantizar la liquidez y minimizar el riesgo necesaria para la entidad.

Los autores del presente artículo añaden además, que los ingresos, costos y gastos planificados en el presupuesto de efectivo responderán a los patrones históricos de cobros y pago, pudiendo ser al contado, a crédito, o una combinación de éstos. Se podrían ajustar los mismos en correspondencia a los próximos objetivos, siempre y cuando existan acciones financieras al respecto. Los patrones de cobros y pagos deben contener esas futuras acciones financieras que la entidad requerirá de acuerdo con su operatividad, siendo lo más

cercano posible a su realidad objetiva. No sería muy aconsejable un cambio drástico en el comportamiento propuesto de los cobros y pagos que impida la entrada a tiempo del efectivo por ejercer técnicas de alta presión al cliente, ni el comportamiento extremadamente pasivo de los pagos a proveedores que interrumpa la cadena de suministros. En todo este proceso debe primar la racionalidad y el equilibrio.

Los ejemplos más usuales de entradas de efectivo son la cobranza de las ventas al contado, la cobranza de las ventas a crédito y otros ingresos de efectivo.

4.4.3.1. Presupuesto de entradas de efectivo.

Según (crece negocio, 2014) dice que el presupuesto de efectivo, también conocido como flujo de caja proyectado, es un presupuesto que muestra el pronóstico de las futuras entradas y salidas de efectivo (dinero en efectivo) de una empresa, para un periodo de tiempo determinado.

La importancia del presupuesto de efectivo es que permite prever la futura disponibilidad del efectivo (saber si vamos a tener un déficit o un excedente de efectivo) y, en base a ello, poder tomar decisiones de donde deben de ser designado los recursos según orden de prioridad.

Por otro lado, el presupuesto de efectivo permite conocer el futuro escenario de un proyecto o negocio que se va a ejecutar: saber si el futuro proyecto o negocio será rentable (cuando los futuros ingresos son mayores que los futuros egresos), o saber si seremos capaces de pagar oportunamente una deuda contraída o si la ganancia a percibir es lo suficientemente rentable para ejecutar el proyecto.

Figura: 2

<u>Modelo de estado de flujo de efectivo proyectado</u>				
DESCRIPCION	Enero xx	Febrero xx	Diciembre xx
Saldo inicial de mes caja y banco				
Ingresos (entrada de efectivo)				
Ingresos por ventas y otros servicios				
Otros ingresos				
Apoyo financiero				
Total Ingresos				
Egreso (Salida de efectivo)				
Costo de ventas o servicios				
Gastos operacionales				
Utilizacion del credito				
Amortizacion del credito				
Intereses financieros				
Apartados y reservas				
Imprevistos e impuestos				
Total Egreso				

Fuente: Elaboración propia

4.4.3.1.1. Principios de manejo de las entradas de efectivo.

(Brock & Palmer, 1987) De todos los bienes de una empresa el dinero es el más precioso y más fácil de robar. Todo el dinero que se recibe en pagos de mercancía o servicios debe de ser protegido de forma que se pueda disponer de los fondos para pagar las facturas, los sueldos y las muchas otras obligaciones que tiene una empresa. Al manejo de las entradas de efectivo deberán aplicarse los principios de control interno. Son especialmente importantes los siguientes procedimientos habituales de precaución.

1. Un empleador deberá hacerse cargo del efectivo tanto el que se recibe por correo como el que se recibe en persona (sobre el mostrador). Después de registrar las entradas, dicho empleado deberá entregar el dinero a otra persona para que los depositen en el banco
2. Todas las entradas de efectivo deberán ser ingresadas en el banco con prontitud, preferiblemente a diario. No deberán utilizarse para realizar pagos en efectivo.
3. Los asientos en los registros contables de las empresas relacionadas con las entradas de efectivo deberán hacerlos una persona distinta de la que recibe el dinero o de la que la deposita en el banco.
4. Al final de cada mes, otra persona diferente, de las tres citadas antes, deberán obtener el estado bancario directamente del banco y preparar conciliación bancaria.

Es evidente que las empresas pequeñas no hay suficientes empleados como para que cada procedimiento se encargue una persona distinta. Sin embargo, deberá hacerse el mayor esfuerzo por dividir todo lo posible las misiones.

Los controles en el manejo de efectivo deben de ser aplicado en la empresa para evitar los robos y eventuales pérdidas que le podrían ocasionar los trabajos a las empresas, el contador debe de verificar que los controles se estén aplicando los controles correctamente debiendo de ejecutar auditoría a caja periódicamente y sin previo aviso.

(Educaconta, 2010) La administrar el efectivo es saber valorar las fuentes que nos generan dicho ingresos, en el sentido que el efectivo es el medio por el cual la empresa puede obtener los bienes y servicios para su debida operatividad y generar ganancias a sus propietarios.

4.4.3.1.2. Finalidades del control del efectivo.

1 Gestionar los recursos en base a prioridades para su utilización, evitando ser mal invertido

2 Planificar su utilización en función de la actividad de la empresa y establecer mecanismos de control que prevengan el robo o mal manejo de dicho efectivo. Para el manejo y control del efectivo hay que tomar en cuenta los siguientes aspectos:

A) Se debe establecer una descentralización, de tal forma que deben ser personas diferentes las que realicen las diferentes actividades: 1- El que recibe el dinero (cajero), 2- El que contabiliza (Auxiliar contable), 3- El que deposita (personal de servicio) y 4- El que controla o verifica (auditor interno). En caso de que el negocio sea pequeño y pertenezca a un solo propietario, la descentralización quedaría sin efecto, ya que dicha persona asumiría tal responsabilidad.

B) Todos los ingresos generados por ventas de contado y cobros recibidos del día, deberán enviarse en forma íntegra (100%) al banco respectivo, el día hábil siguiente después de realizada la anterior.

C) Todos los pagos que la empresa efectuó deben realizarse emitiendo, para que pueda existir en el documento una explicación razonable de dicho pago y su respectiva aplicación contable, los pagos pequeños según las políticas de la empresa se realizaran de caja chica.

D) Deben establecerse fondos de caja chica en los departamentos estratégicos, a fin de solventar pagos de cuantía pequeña y de esta forma evitar problemas operativos por falta de fondos el cual deberá ser entregado estos fondos a una persona encargada que rinda cuentas sobre el destino de los fondos.

El control y manejo del efectivo es un tema muy delicado cuando la empresa comienza a tener cierto volumen de actividad y tenemos que tener muy en cuenta como se genera el ingreso de efectivo, los desembolsos a efectuar y su respectiva custodia para evitar pérdidas de dinero.

4.4.3.1.3. Naturaleza de las actividades que generan ingresos.

Los ingresos de un negocio dependen exclusivamente de la naturaleza de las actividades las cuales pueden ser:

- ventas de mostrador o ventas al contado que se realizan en la sala de ventas.
- Cobros a clientes por ventas anteriores al crédito.
- Pago de clientes por medio de depósitos realizados en el banco.
- Venta a domicilio.

4.4.3.1.4. Ventas de contado en sala de ventas.

El punto de referencia donde convergen la mayoría de los clientes es la sala de ventas. Siendo imprescindible en este caso que la máquina posea un software para registrar las ventas realizadas siendo adaptado a un módulo contable donde se registre por un lado el ingreso del efectivo por la venta realizada, la aplicación del cobro y disminuyan los inventarios por la salida de la mercancía o producto vendido. (Educaconta, 2010)

Es conveniente recordar que deben existir de acuerdo al marco legal el número de copias requeridas de los comprobantes, las facturas deben de poseer un número único consecutivo, y así poder cumplir con esta normativa legal, tomando en cuenta que en caso de ser necesario y para efectos de control interno se pueden emitirse las copias necesarias para poder documentar los ingresos por ventas de contado o al crédito.

- **Cobro a clientes por ventas al crédito.**

El departamento de créditos y cobros, es el encargado de recuperar los montos otorgados a los clientes y que fueron concedidos con el respectivo aval de ellos.

Los documentos para cobro como letras de cambio, pagare, facturas, comprobantes de crédito fiscal, deben ser entregados diariamente a los vendedores y gestores de cobro, listándolos en un informe de documentos de cobro que puede hacerse en triplicado para el cobrador, caja general y para el departamento de créditos y cobros. Dicho informe puede contener:

- ✓ Clase y número de documento.
- ✓ Nombre del deudor del documento.
- ✓ Importe de dicho documento.
- ✓ una casilla que se llene si fue cobrado.
- ✓ Una casilla que se llene si fue devuelto.
- ✓ Fecha y numero de informe.
- ✓ Firmas de: recibir el documento, recibir el importe de la cobranza y firma de recibir documentos devueltos.

Estos cobros realizados por los vendedores o gestores de la cartera de clientes, luego de su verificación y control son enviados a caja general de la sala de ventas para ser incluidos en los ingresos del día. (Educaconta, 2010)

- **Pagos de los clientes por medio de depósitos realizados en el banco.**

Algunos clientes por diversas circunstancias solicitan el número de cuenta corriente o en algunos casos el número de cuenta de ahorro de la empresa. En este caso el cliente deposita o remesa en la fecha de pago correspondiente a la cuenta de la empresa. Si el banco no remite la correspondiente nota de abono, el contador debe estar pendiente cuando al final del mes el banco adjunta al estado de cuentas todas las notas de abono correspondientes y realizar las aplicaciones contables del caso, debiendo informar al departamento de créditos y cobros para su respectiva actualización y control.

- **La venta a domicilio.**

Es otra forma de llevar efectivo a la caja general. En este caso, la mercancía o servicio es despachado y al momento de entregar el vendedor el producto o servicio recibe el efectivo que posteriormente al regresar a la empresa debe reportar dicha venta y entregar el efectivo correspondiente a la caja general.

- **Las salidas de efectivo, Control y vigilancia.**

La comprobación y vigilancia de los egresos es una labor sencilla y práctica, pero igual es importante su respectivo seguimiento y control, siendo necesario para esta actividad que exista la autorización respectiva de un ejecutivo de la empresa y que sea comprobado por un documento que justifique dicha salida.

Para que la administración y control del efectivo posea la eficiencia requerida es muy importante poder realizar de forma periódica y sin previo aviso un arqueo de caja general, esto con el único propósito de corroborar y prevenir el buen manejo del efectivo. A continuación veamos un formato de arqueo de caja general. (Educaconta, 2010).

Figura: 3

EMPRESA "XX" LTDA		
ARQUEO DE CAJA		
AGOSTO 31 DE 2009		
SALDO SEGÚN LIBROS:		1.253.000
DETALLE DEL ARQUEO: BILLETES		
CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
20	20.000	400.000
4	10.000	40.000
5	5.000	25.000
4	2.000	8.000
TOTAL BILLETES		473.000
DETALLE DEL ARQUEO: MONEDAS		
CANTIDAD	VALOR	VALOR TOTAL
23	1.000	23.000
6	500	3.000
5	200	1.000
TOTAL MONEDAS		27.000
DETALLE DEL ARQUEO: CHEQUES		
NUMERO	BANCO	VALOR TOTAL
2350	POPULAR	500.000
4908	BOGOTÁ	250.000
TOTAL CHEQUES		750.000
TOTAL ARQUEO		1.250.000
FALTANTE		3.000
SOBRANTE		-
CAJERO		AUDITOR

Fuente: (B., s.f.)

A continuación detallamos los cuatro principios que se aplican en el manejo del efectivo y los cuales utilizados de forma correcta ayuden a hacer un buen manejo de las entradas y salidas de dicho efectivo

Figura 4: Principios que se aplican en el manejo del efectivo.

PRINCIPIOS	EJEMPLOS
Se deben incrementar las entradas de efectivo.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incrementando el volumen de ventas. ✓ Incrementando el precio de venta. ✓ eliminando descuentos. ✓ Fortaleciendo la venta de los productos que tienen mayor de contribución.
Tenemos que acelerar las entradas de efectivo.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Darle mayor énfasis a la venta de contado. ✓ Solicitar anticipos a los clientes. ✓ Minimizar los plazos de crédito.
Planificar y disminuir las salidas de efectivo.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Negociar estratégicamente mejores condiciones de precios con los proveedores. ✓ Programar fechas específicas para el pago a proveedores. ✓ manejar un plan de austeridad en todos los departamentos. ✓ Realizar bien las cosas desde la primera vez. (Implementando el programa de calidad.)
Debemos demorar las salidas de efectivo.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hay que negociar con los proveedores plazos de pago más largos. ✓ Adquirir los inventarios y otros activos aplicando el justo a tiempo o sea cuando realmente se vayan a necesitar.

Fuente: (Educaconta, 2010)

4.4.3.1.5. Presupuesto de desembolsos de efectivo

Según (Rodríguez, s.f.) Los desembolsos de efectivo serán todas aquellas erogaciones de efectivo que resulten del funcionamiento total de la empresa. El costo de

ventas refleja en gran medida las compras de materias primas y los salarios basados en las ventas esperadas. Los gastos de ventas que incluyen comisiones también suelen estar relacionados directamente con las ventas. Otros egresos serán la cancelación de cuentas por pagar, el pago de dividendos, los arrendamientos, los salarios, el pago de impuestos, la compra de activos fijos, el pago de intereses sobre los pasivos, el pago de préstamos y abonos a fondos de amortización y la readquisición o retiro de acciones.

Después que se han considerado todas las entradas y salidas previsible de efectivo, se puede calcular el flujo neto de efectivo para cada mes, deduciendo los desembolsos de las entradas obtenidas. Posteriormente, se agrega al efectivo inicial del período considerado y se obtiene el saldo final de efectivo para cada sub período. El saldo requerido o saldo fijado como meta es el saldo de efectivo que una empresa debe mantener disponible con la finalidad de realizar operaciones de negocios en el corto plazo. Este dato puede calcularse a través de varios métodos como pudieran ser los modelos matemáticos de William Baumol, de Miller Orr, el método propuesto por Gitman a partir del ciclo de caja promedio. Según los diversos autores. (Stephen, Westerfield, & Jaffe, 2000)

El modelo Baumol enfoca los problemas bajo la suposición de un alto grado de seguridad sobre las necesidades futuras de efectivo, basándose en un consumo perfectamente predecible de los fondos. Este modelo busca el equilibrio entre el costo de oportunidad resultante del mantenimiento de saldos de efectivo y los costos de las transacciones necesarias para el reabastecimiento del mismo. El modelo de Miller- Orr supone que las entradas y salidas de efectivo fluctúan diariamente al azar entre un límite inferior y otro superior. Por su parte Lawrence Gitman cuando aborda este tema, plantea que el nivel mínimo de caja puede calcularse dividiendo los desembolsos totales de efectivo

en un período de tiempo, entre la frecuencia de su rotación de caja, este modelo no optimiza y supone que la cantidad promedio de efectivo requerido es la mínima.

La aplicación de los diferentes modelos para determinar el saldo óptimo de efectivo no debe ser de manera arbitraria, ya que los mismos para su correcto empleo deben seguir un conjunto de restricciones o condiciones de uso, midiendo el nivel de necesidad de la empresa para realizar el gasto buscando como minimizar los costos de operación. La utilización de los recursos dependerá de las fluctuaciones en las entradas y las salidas de fondos. Por ello se requerirá de un estudio que abarcaría desde los costos de transacción y oportunidad, hasta la tasa de consumo del efectivo fija o aleatoria y la utilización de saldos de seguridad, entre otros aspectos.

Al restar algebraicamente el saldo fijado como meta del saldo final de efectivo, se puede obtener un superávit de efectivo (si el resultado es positivo) o un déficit de efectivo (si el resultado es negativo). El financiamiento externo sólo se requerirá si estamos en presencia de un déficit, por lo que la empresa tendrá que recurrir a algún medio para enfrentar esta situación. Si ocurre el caso contrario entonces podría emplearse el excedente en inversiones temporales. (Rodríguez, s.f.)

Figura: 5 Presupuesto de desembolso de efectivo.

	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Compras (70% de las ventas)	70	140	280	210	140
Compras al contado (10%)	7	14	28	21	14
Pago de cuentas pendientes					
• Plazo de un mes (70%)		49	98	196	147
• Plazo de dos meses (20%)			14	28	56
Dividendos en efectivo			20		30
Gastos de arrendamiento			5	5	5
Sueldos y salarios			48	38	28
Pago de impuestos					25
Desembolsos de activos fijos				130	
Pago de intereses					10
Pago de amortizaciones del capital					20
Desembolso total de efectivo (Oct, Nov y Dic)			213	418	305

Fuente: (Osain, 2009)

4.4.3.1.6. Principios de manejo de las salidas de efectivo.

La empresa asignan recursos a cada departamento según sea el nivel de necesidad de cada uno de ellos, es por esto que se realiza un presupuesto anual en el que cada departamento describe en que será asignado los recursos y de cuánto dinero necesitaran para operar, para ello deben de tomar en cuenta los siguientes pasos

- ✓ Realizar una descripción en que serán asignado los recursos
- ✓ Los recursos que se necesiten por de fuera del presupuesto deberán ser autorizado por el gerente de cada departamento
- ✓ Para realizar compras mayores se deberá solicitar presupuesto a diferentes proveedores para verificar cuál de ellos brinda mejor precio.

4.4.4. Generalidades del presupuesto.

4.4.4.1. *Concepto de presupuesto.*

Es un plan que muestra como habrán de ser adquiridos y utilizados lo recursos a lo largo de un intervalo específico. Mientras están las operaciones en proceso, el presupuesto sirve de base de comparación, y facilita el proceso de control. El uso de un presupuesto como medio para controlar la actividad se llama control presupuestario. (Jimenez Boulanger & Espinoza Gutierrez, 2007)

Presupuesto es la estimación programada de manera sistemática de las condiciones de operación y de los resultados a obtener un periodo determinado, coordinando la inteligencia combinada de una organización entera en un plan de acción basado en los resultados anteriores, que influirá sobre la marcha del negocio en el futuro.

Siguiendo a Neumark podemos definir el presupuesto como la recopilación sistemática a intervalos regulares de los cálculos de los gastos planeados para determinado periodo futuro (los cuales, en principio tienen carácter obligatorio para el poder ejecutivo) y de estimaciones de los recursos previstos para cubrir dichos gastos. (Madrid., 2002)

El presupuesto es una herramienta de administración mediante el cual controla de forma eficiente los registros de ingreso y egreso esperado en un tiempo determinada el presupuesto a desarrolla a corto plazo para plantear las metas y objetivos a alcanzar.

4.4.4.2. *Ventajas del presupuesto.*

Según (Montenegro, 1988) nos indica las siguientes ventajas del presupuesto

1. Proporciona información sobre trabajos proyectados y resultados obtenidos
2. Centra la atención sobre los fines para los que se solicitan los fondos
3. Permite examinar los créditos para financiar los programas en el tiempo
4. Asegura un control más adecuado al dar noticias del grado de ejecución del programa.

El presupuesto es importante ya que es una herramienta que sirve para proyectar las metas y poder medir exactamente qué grado de las metas propuestas se ha logrado alcanzar, permitiéndonos tomar medidas correctivas en el transcurso que se elaboró el presupuesto para poder cumplirlo eficientemente haciendo un uso correcto de los recursos con que dispone la empresa

1. Obliga a la dirección a especificar los objetivos a corto y largo plazo
2. Obliga a la dirección a analizar los problemas futuros de forma que se puedan identificar las diferentes alternativas
3. Dirigir el esfuerzo y la inversión hacia la alternativa más rentable de todas.

4. Hace hincapié en las necesidades de coordinación entre todos los elementos de la empresa, ya que la presupuestación desvela rápidamente las debilidades de una organización.

4.4.4.3. *Desventaja del presupuesto.*

Según (Montenegro, 1988) nos indica las siguientes desventajas del presupuesto

1. Excesiva orientación interna
2. Énfasis en las ideas de costes y productividad
3. Sitúa el problema a nivel de los escalones inferiores.
4. No resuelve el problema de la calidad de los servicios, es decir, se preocupa de que las cosas se hagan bien, pero no piensan siquiera en hacer alguna cosa diferente o distinta.

La gerencia de los departamentos de las empresas al momento de la ejecución del presupuesto se apegan tanto al planteamiento que no se expanden a conseguir mejores resultados que los propuestos el año anterior por estar apegado a un presupuesto, el presupuesto presenta también el problema en la variabilidad de los precios al momento de realizar los gastos, por lo que los precios de los productos son muy variable no pudiendo ser ajustada la presupuestación de los gastos.

4.4.5. Planeación de utilidades estados financieros proforma.

Según (Rodríguez, s.f.) Mientras la planeación de efectivo se enfoca en el pronóstico de los flujos de caja, la planeación de las utilidades se basa en los conceptos de acumulación para proyectar las utilidades de la empresa y toda su situación financiera.

Los Estados Proforma son Estados Financieros Proyectados que permiten al administrador financiero analizar los efectos que diversas decisiones de política ejercen sobre la condición y el desempeño financiero futuro de la empresa. No son sólo útiles en el proceso interno de planeación financiera, sino que usualmente son requeridos por las partes interesadas, tales como prestamistas actuales y en perspectiva, ya que ponen a su disposición un estimado del Estado Financiero de la entidad en el año siguiente.

Para preparar los Estados Financieros Proforma se requieren dos entradas, los Estados Financieros del año anterior y el pronóstico de ventas para el año entrante.

Entre los procedimientos más utilizados para la planeación de las utilidades resulta "el Método del Balance General Proyectado que calcula los requerimientos de activos para períodos futuros, posteriormente proyecta los pasivos y el capital contable que se generan bajo operaciones normales y sustrae los pasivos y el capital proyectados de los activos que se requerirán, lo que permite hacer una estimación de los Fondos Externos Requeridos. Este último también conocido como método de porcentaje de las ventas, o método de juicio.

El método de juicio es simplificado para preparar el Balance General Proforma bajo el cual se estiman los valores de ciertas cuentas de Balances Generales y se usa el financiamiento externo de la empresa como una cifra de ajuste, llamada Financiamiento Externo Requerido (FER). (Rodríguez, s.f.)

4.4.5.1. Estado de resultado proyectado

(Rodríguez, s.f.) Al preparar el Estado de Resultado Proforma por el método de juicio se expresan diversos rubros del Estado de Resultado como porcentajes de las ventas

proyectadas. Igual que para el Presupuesto de Efectivo, el pronóstico de las ventas es la clave para programar la actividad económica.

Cada componente del costo de ventas puede ser evaluado de manera que los pronósticos que se realicen sean los más acertados. Sin embargo, con frecuencia, se utilizan los valores del costo de venta, gastos de operación y gastos por intereses que corresponden a un determinado por ciento de las ventas. Los porcentajes que se utilizan generalmente corresponden al porcentaje de ventas que alcanzaron en el año anterior.

Se estiman los gastos de ventas generales y de administración, los cuales son bastante precisos ya que son presupuestados por anticipado y por lo general no son muy sensibles a los cambios en las ventas a corto plazo. Luego, se proyectan otros ingresos y gastos así como gastos de intereses para obtener el ingreso neto antes de impuesto. Entonces se calculan los impuestos basados en la tasa fiscal aplicable y se restan para llegar a la utilidad neta después de impuestos. Todas estas estimaciones se combinan finalmente en un Estado de Resultados.

4.4.5.2. Balance general proyectado

Según (Rodríguez, s.f.) Para elaborar el Balance General Proforma por el mismo método debe suponerse que si las ventas de la compañía aumentaran, entonces sus activos también deberían crecer. Si esto es así, sus pasivos y capital contable también se incrementarían ya que el aumento de los activos deberá ser financiado de alguna manera. Las utilidades retenidas aumentarían pero no a la misma tasa que las ventas. El nuevo nivel de esta cuenta será igual al valor antiguo más la adición de las utilidades retenidas, obtenidas en el Estado de Resultado Proyectado.

Lo siguiente es comparar el total de activos estimados con el total de pasivos y capital. La diferencia indica si la empresa tendrá que requerir fondos adicionales al ser la suma de los Activos mayor que el total de Pasivos y Capital. El administrador financiero tendrá entonces que decidir cuáles son las formas en que podrá financiar los requerimientos adicionales.

Aquí surge una complicación, y es que para obtener los nuevos fondos que respalden el aumento de los activos, hay que incurrir en nuevos gastos que deben reflejarse en el Estado de Resultado Proyectado, los cuales disminuirán la adición a las utilidades retenidas pronosticadas inicialmente. Teniendo lugar así el proceso de retroalimentación de financiamiento.

“Después de analizar los Estados Proforma, el administrador financiero puede empezar a realizar ajustes en las operaciones planeadas, con la aspiración de alcanzar las metas financieras a corto plazo que la empresa se ha propuesto” (Rodríguez, s.f.).

IV. Caso práctico

5.1. Introducción

La misión suprema de toda empresa debe ser el mayor nivel de satisfacción para sus clientes, pues éstos con sus compras permiten que la empresa siga existiendo y creciendo, generando de tal forma beneficios para sus integrantes (propietarios, directivos y empleados) es por esta razón que se estará realizando un análisis de planeación financiera a corto plazo que permita realizar uso eficiente de los recursos.

La posibilidad de elección da poder al consumidor el cual el objetivo de la empresa es mantenerlo cautivo. Un consumidor con poder se convierte en un cliente leal si se le ofrecen productos y servicios de acuerdo a la altura de sus necesidades.

Ahora bien, dentro de esa necesidad de satisfacer plenamente al cliente, no sólo es necesario monitorear de forma constante esos niveles de satisfacción, sino que deben definirse cuales son la necesidades de los clientes mediante un estudio o investigación de mercado.

Una empresa que trate de satisfacer necesidades de acuerdo a lo que ellos creen que son los requerimientos de los clientes, y no de acuerdo a lo que estos realmente solicitan están destinados a perder posiciones en el mercado.

En Nicaragua existe una gran cantidad de empresas dirigidas al área de servicio celular, originado por el avance tecnológico a nivel mundial y el auge de la telefonía móvil.

La empresa Nicacel, S.A. es una empresa privada ubicada en Altamira, la cual se encarga de prestar servicio técnico y ventas de accesorios y equipos celulares. Esta se utilizará como modelo para la aplicación de la función calidad.

5.2. Objetivos del Caso

La empresa Nicacel S, A tiene como propósito emplear una nueva línea de celulares que está entrando al mercado para que la empresa este a la vanguardia de la tecnología.

1. Identificar cuáles van a ser las necesidades de efectivo para poder implementar la nueva línea
2. Implementar cada uno de los pasos de la planeación financiera a corto plazo
3. Crear políticas que beneficien la administración del efectivo a corto plazo

5.3. Generalidades de la Empresa.

5.3.1. Antecedentes de la empresa.

Nicacel S, A es una sociedad anónima constituida bajo las leyes de la Republica de Nicaragua en el año 2010. Opera a nivel nacional en la compra y venta de equipos de comunicación con el propósito de brindar equipos de alta tecnología a la población nicaragüense a precios accesibles, con una amplia variedad de productos, es una empresa que se destaca por brindar los mejores equipos de comunicación de alta calidad y garantía que se respalda por un personal técnico profesionales en el área.

La empresa esta interesa en apoyar el desarrollo económico y comunicativo en Nicaragua con el objetivo de dar a conocer las últimas tendencias tecnologías que existen en el mundo, proveyendo a los nicaragüense de equipos de última generación a precios

accesibles contando con alianzas con empresas de crédito para poderle brindar a los clientes facilidades de pago para que así puedan acceder a los productos con mucha más facilidad.

5.3.2. Misión de Nicacel S, A.

Ser una empresa de servicio confiable y eficiente, que contribuye al desarrollo tecnológico y comercial, con la finalidad de colaborar en la construcción de una nueva estructura socio – productiva incluyendo buscar una mejorar calidad de vida de los clientes, permitiendo aumentar los niveles de bienestar social al brindarle los mejores equipos de comunicación.

5.3.3. Visión de Nicacel S, A.

Expandirse en cadenas a nivel regional y nacional y ser una empresa que ofrezca servicios oportunos, eficaces y seguros; en el ámbito tecnológico y de comunicaciones, que promocióne y fortalezca el desarrollo integral de Nicaragua, contribuyendo con la diversificación y bienestar de la nación.

5.3.4. Características de la empresa.

La empresa Nicacel, S, A es una empresa que se encarga de prestar servicio técnico, venta e instalaciones de accesorios para celulares en horarios de atención de lunes a viernes 8:00 a.m a 5:30 p.m. y sábado de 8:00 am hasta las 12:00 del m.d y cuenta con las siguientes características:

- ✓ El personal recibe constante capacitación para informar las distintas alternativas y tendencias de celulares que entran al mercado

- ✓ El personal recibe constante capacitación en reparación y mantenimiento de celulares
- ✓ Contamos con sistema de página web que brinda las características del producto y el precio online que el cliente puede realizar el pedido en línea y se le estará entregando en la puerta de su casa dentro del periodo de 15 días después de realizada la compra
- ✓ Contamos con un servicio de control de calidad que en el momento que el cliente llega en las instalaciones se toman los datos para darle un seguimiento de la atención recibida por parte del vendedor que se ajusten a los estándares de la empresa.
- ✓ Se caracterizamos por ser una empresa con responsabilidad social empresarial (RSE), el cual busca distinguirse de la competencia por una empresa de valores los cuales se le inculcan al personal de la empresa.

5.3.5. Giro del negocio

La empresa Nicacel, S, A. tiene como giro de negocio principal proveer de una amplia gama de equipos de celulares de diferentes marcas y modelos, también accesorios para celulares para los clientes y como giro de negocio secundario brindar mantenimiento y reparación de equipos de comunicación.

5.3.6. Ubicación geográfica.

La empresa Nicacel, S, A se encuentra ubicada en el departamento de Managua, distrito V, Calle Principal Altamira frente a Sinsa Managua – Nicaragua. Los criterios para ubicar la tienda son estratégicas situación geográfica porque permite un fácil acceso por la

carretera a gran parte de la zona debido a que son muy transitados por personas ya sea en bus o en vehículo en donde se prevé comercializar los productos. Ver anexo 1

5.3.7. Antecedentes de la demanda de celulares.

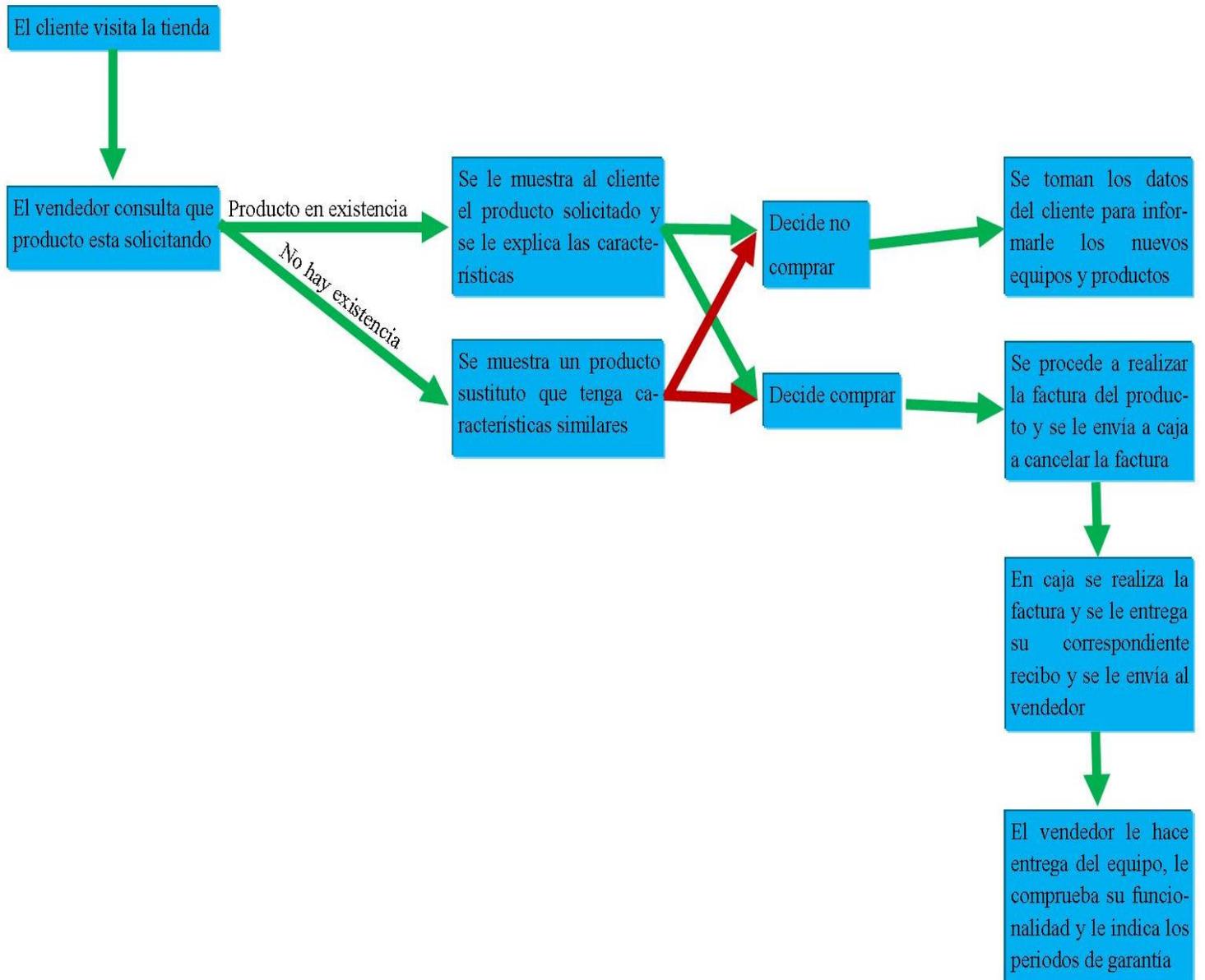
Según el (Centro de Exportaciones e Inversiones en Nicaragua (C.E.I), 2014) Datos del Informe Anual del Banco Central de Nicaragua, revelan que el crecimiento en las comunicaciones durante el 2007, fue debido en gran parte a la ampliación de la cobertura de los servicios de telefonía que ascendió a 9.4 % por ciento. La mayor cobertura de las telecomunicaciones se reflejó en el aumento de los usuarios de dicho servicio, registrándose crecimientos de 36.9 % y 6.0 % por ciento, en los usuarios de telefonía celular y fija, respectivamente.

5.3.8. Descripción Del Proceso

En la empresa Nicacel, S, A se realizan tres procesos básicos los cuales son: Venta de equipos, venta de accesorios y reparación de equipos

5.3.8.1. Proceso de venta de equipos

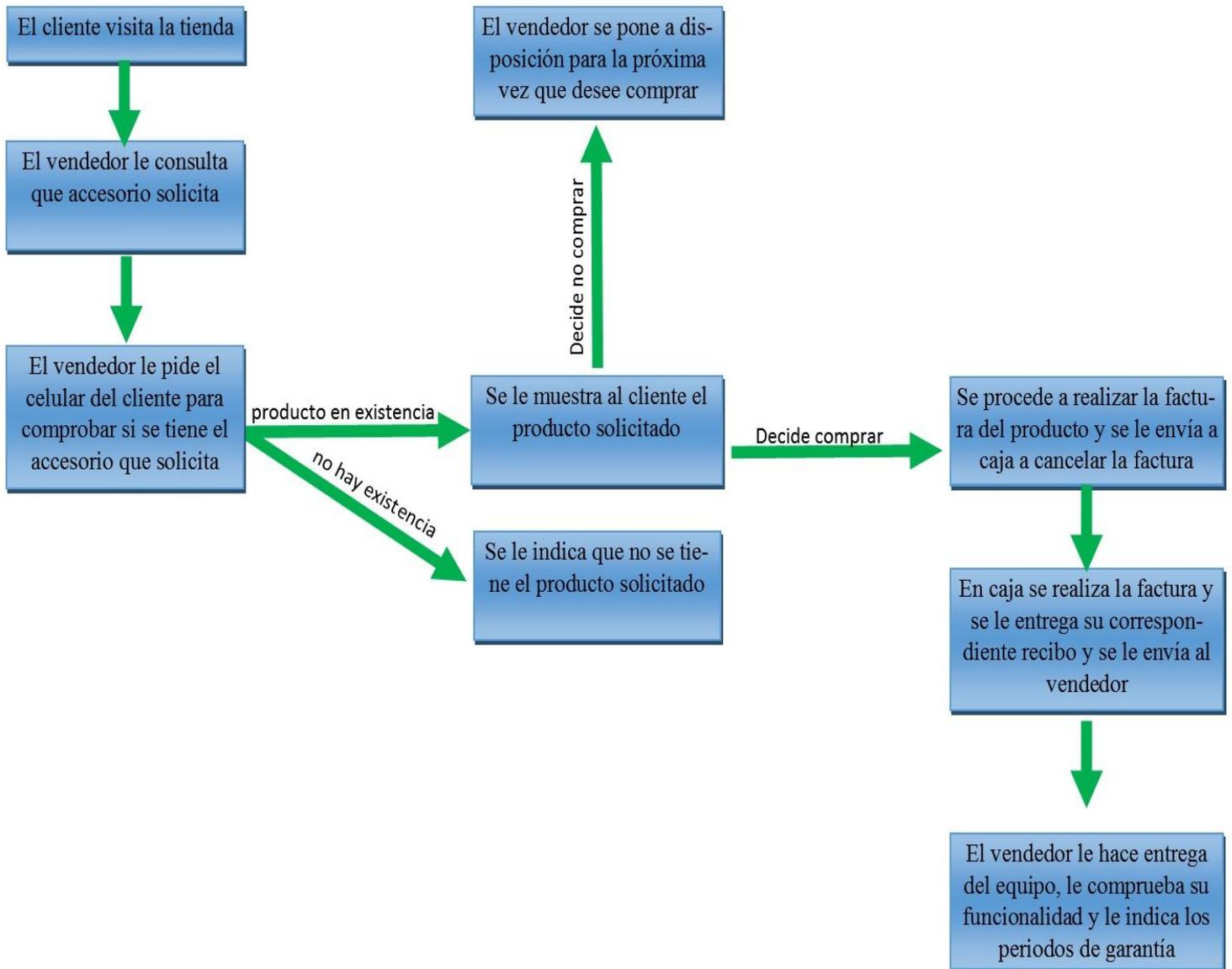
Figura: 6



Fuente: elaboración propia

5.3.8.2. Proceso de venta de accesorio

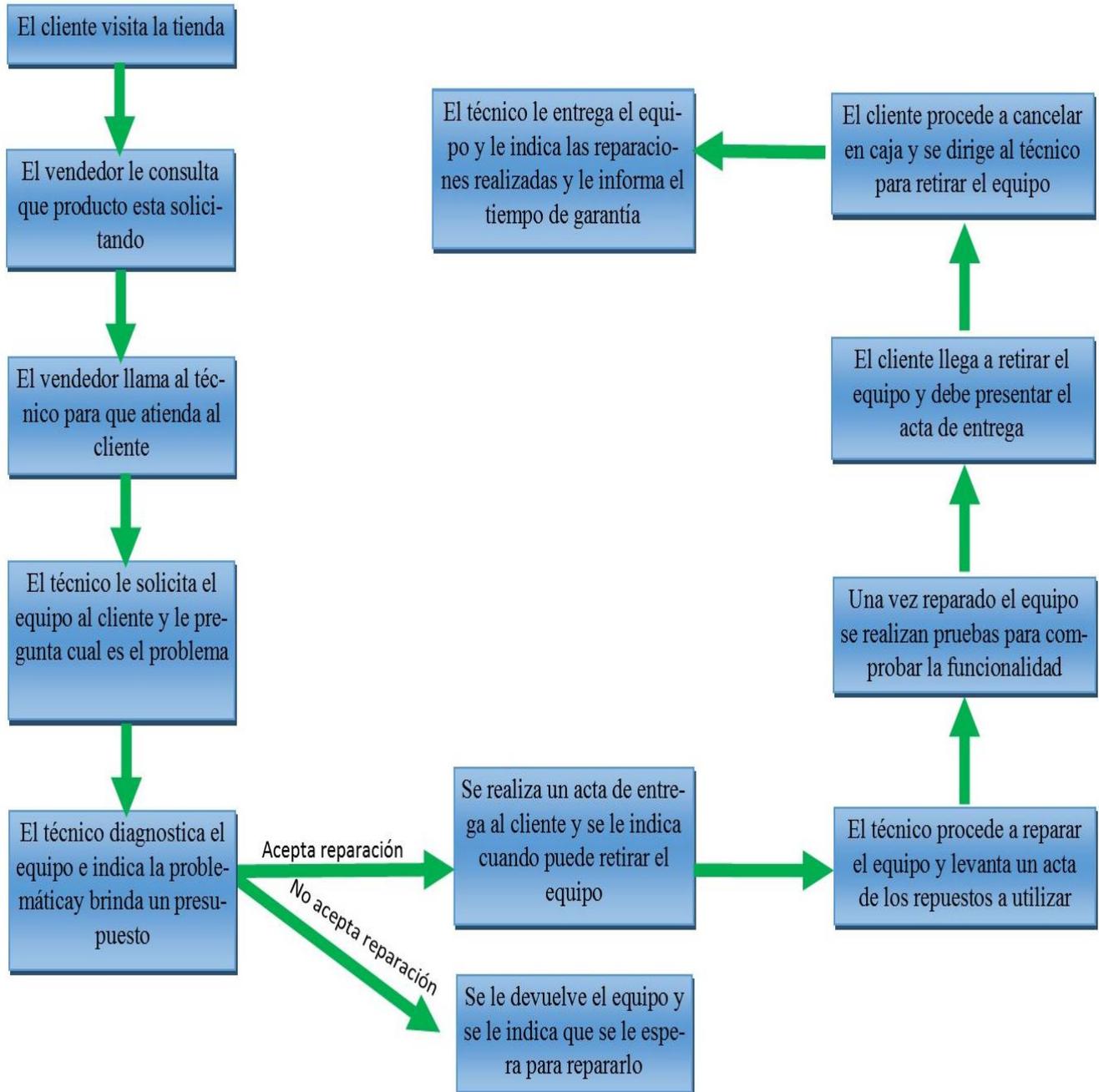
Figura 7



Fuente: elaboración propia

5.3.8.3. Proceso para reparación de equipos.

Figura: 8

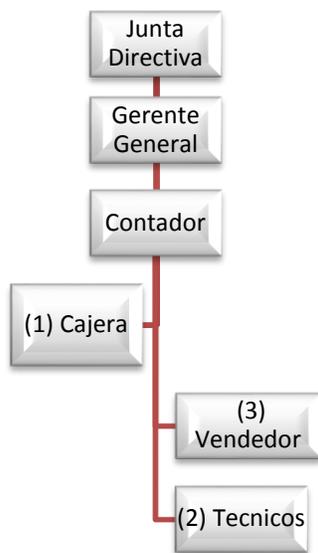


Fuente: elaboración propia

5.3.9. Estructura organizativa.

La estructura organizativa de la empresa Nicacel, S, A viene dada en orden descendente, en grado de autoridad y responsabilidad, la cual está constituida por gerencias administrativas y operativas. La empresa cuenta con 8 trabajadores: 1 Gerente, 1 contador, 1 Cajera, 3 vendedores, 2 técnicos.

Figura: 9.



Fuente: Elaboración propia

La Junta Directiva es la responsable de la dirección y administración del negocio. Está compuesta por 3 directores

Tabla 1

Miembros	Cargos	Datos
Sr. Enrique Gustavo Largaespada	Presidente	Nacionalidad: Nicaragüense Año de nacimiento: 1978 Poderes que ostenta: Apoderado General de Administración según el Pacto Social en virtud del cargo de Presidente de la Junta Directiva Cargo: Presidente de la Junta Directiva Fecha de nombramiento: 21 de enero del 2010 Vencimiento: Según escritura de constitución y reformas “un año pudiendo ser reelectos para diferentes períodos consecutivos y continuarán en sus funciones hasta que las personas designadas para sustituirlos tomen

		posesión de sus cargos. El tiempo durante el cual lo ha ejercido: 3 año y 6 meses
Sra. Amelia Ybarra Márquez	Secretaria	Nacionalidad: Nicaragüense Año de nacimiento: 1975 Poderes que ostenta: Ninguno Cargo: Secretaria Fecha de nombramiento: 21 de enero del 2010 Vencimiento: Según escritura de constitución y reformas “un año pudiendo ser reelectos para diferentes períodos consecutivos y continuarán en sus funciones hasta que las personas designadas para sustituirlos tomen posesión de sus cargos. El tiempo durante el cual lo ha ejercido: 3 año y 6 meses
Sr. Claudio Rosales Mendoza	Tesorero	Nacionalidad: Nicaragüense Año de nacimiento: 1962 Poderes que ostenta: Ninguno Cargo: Tesorero Fecha de nombramiento: 21 de enero del 2010 Vencimiento: Según escritura de constitución y reformas “un año pudiendo ser reelectos para diferentes períodos consecutivos y continuarán en sus funciones hasta que las personas designadas para sustituirlos tomen posesión de sus cargos. • El tiempo durante el cual lo ha ejercido: 3 año y 6 meses

Fuente: elaboración propia

5.3.9.1. *Ficha Técnica de funciones de los empleados*

5.3.9.1.1. Ficha técnica de funciones Gerente General

- Ejercer la dirección administrativa, operativa y financiera de la Empresa de acuerdo con el estatuto de la misma, las facultades otorgadas por la junta directiva y las leyes.
- Definir y proponer los planes de marketing, y venta de la Empresa.

- Representar a la Empresa en aspectos comerciales ante corresponsales, organismos internacionales, negociar convenios y administrar los contratos que se suscriban con éstos.
- Organizar y supervisar el desarrollo de políticas, procedimientos y objetivos de promoción y venta de los servicios y productos que ofrece la Empresa.
- Investigar y prever la evolución de los mercados y la competencia anticipando acciones competitivas que garanticen el liderazgo de la Empresa.
- Consolidar el presupuesto anual de la Gerencia Comercial y controlar su ejecución
- Controlar que los objetivos, planes y programas se cumplan en los plazos y condiciones establecidos
- Establecer ventajas competitivas donde se ofrezcan los productos de la Empresa, procurando obtener las mejores participaciones en el mercado

5.3.9.1.2. *Ficha técnica de funciones Contador General*

- Recibe y clasifica todos los documentos, debidamente enumerados que le sean asignados (comprobante de ingreso, cheques nulos, cheques pagados, cuentas por cobrar y otros).
- Examina y analiza la información que contienen los documentos que le sean asignados.
- Codifica las cuentas de acuerdo a la información y a los lineamientos establecidos.
- Prepara los estados financieros y balances de ganancias y pérdidas.
- Contabiliza las nóminas de pagos del personal de la empresa.
- Revisa y conforma cheques, órdenes de compra, solicitudes de pago, entre otros.
- Prepara proyecciones, cuadros y análisis sobre los aspectos contables.

- Desarrolla sistemas contables necesarios para la Empresa.
- Elabora comprobantes de los movimientos contables.
- Analiza los diversos movimientos de los registros contables.
- Corrige los registros contables.
- Elabora los asientos contables, de acuerdo al manual de procedimientos de la unidad de registro, en la documentación asignada.
- Verifica la exactitud de los registros contables en el comprobante de diario procesado con el programa de contabilidad.
- Realiza recapitulación o chequeo de la historia de las personas naturales o jurídicas con cheques nulos.
- Emite cheques correspondientes a pagos de proveedores y servicios de personal, etc.
- Lleva el control de cuentas por pagar.
- Lleva el control bancario de los ingresos de la Institución que entran por caja.
- Realiza transferencias bancarias.
- Transcribe y acceso información operando el microcomputador.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza arqueos a caja haciendo comprobación de que lo facturado concuerde con el efectivo en caja
- Realizar y declarar los pagos correspondientes de impuestos.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

5.3.9.1.3. *ficha técnica de funciones del cajero*

- Abrir el punto de venta en los horarios establecidos.
- Verificar que el fondo de caja esté completo al recibirlo y antes de entregarlo.
- Recibir los pagos de los clientes
- Mantener un registro de estos pagos
- Preparar el reporte de caja diariamente
- Saludar a los clientes siempre con una sonrisa amistosa
- Mantener un adecuado surtido de menudo para dar vueltos.
- Recibir documentos de valor (tarjetas, cheques, certificado de regalo, etc) o efectivo por concepto de ventas realizadas en la Tienda, cumpliendo con los procedimientos y normas establecidas.
- Mantener el cubículo de caja limpio y ordenado.
- Solicitar reposición de suministros y materiales para su trabajo diario.
- Cerrar el punto de venta en coordinación con el contador.
- Preparar y mandar a dejar los depósitos al banco del efectivo recaudado del día.
- Conciliar, clasificar y realizar el depósito de los valores de contado y crédito recaudados en el día.
- Cooperar activamente con la seguridad y vigilancia de activos de la empresa.
- Participar en la toma física de inventarios periódicos.

5.3.9.1.4. *Ficha técnica de funciones de los vendedores*

- Asistir en las ventas de tienda, orientación y servicio de calidad
- Realizar el control de stock de tiendas
- Apoyar en las ventas, promociones y campañas

- Brindar asesoría al cliente cuando este se presente a comprar accesorio para celulares
- Brindar a los clientes la información completa sobre los modelos y tendencias de celulares
- Cuando el cliente solicite reparación de equipos, llamar al técnico para que atienda al cliente
- Asesorar al cliente sobre las funcionalidades del producto.
- Una vez cancelado el producto deberá entregarlo al cliente, haciendo comprobación del equipo y que todo los complemento de los accesorios este completos en su caja
- Realizar seguimiento de venta de equipos.
- Atender reclamos por equipos defectuosos vendidos.

5.3.9.1.5. *Ficha técnica de funciones de los técnicos*

- Llevar inventario de los equipos e instrumentos asignados
- Revisar los defectos que tiene los celulares que llevan a reparación
- Preparar presupuesto para reparación de equipos
- Llenar hoja de requisita con 2 copias, una para el cliente y la otra para el técnico para llevar acabo la reparación.
- Llevar el inventario del stock de repuesto para la reparación de equipos.
- Realizar las reparaciones de equipos.
- Realizar pruebas para comprobar la funcionalidad de los equipos una vez terminada la reparación.
- Pedir la requisita al cliente que se le entrego al momento de dar a reparar los equipos

- Hacer entrega de los equipos a los clientes.
- Brindar información al cliente sobre las reparaciones que se realizaron en el equipo y cualquier otra información que el cliente solicite.
- Realizar inventario con el contador periódicamente.

5.3.10. Objetivos de la empresa.

5.3.10.1. Objetivos Generales de la empresa.

La empresa Nicacel, S, A presenta los objetivos generales que son necesarios para alcanzar los objetivos específicos. Los objetivos generales son:

- Ser la empresa líder del mercado.
- Incrementar las ventas.
- Aumentar los ingresos.
- Generar mayores utilidades.
- Obtener una mayor rentabilidad.
- Lograr una mayor participación en el mercado.
- Ser una empresa líder en el mercado.
- Ser una empresa reconocida en el mercado.
- Aumentar el número de vendedores.
- Aumentar el número de inventarios.

5.3.10.2. Objetivos específicos.

Los objetivos de Nicacel, S, A son objetivos concretos expresados en términos de cantidad y tiempo.

- Incrementar las ventas mensuales en un 20%.
- Vender 10 000 productos antes de finalizar el año.
- Generar utilidades mayores a US\$20 000 para el próximo periodo.
- Obtener una rentabilidad anual del 25%.
- Lograr una participación de mercado del 20% para el segundo semestre del año.
- Producir un rendimiento anual del 14% sobre la inversión.
- Reducir el nivel de ausentismo de los trabajadores en un 5% antes de finalizar el año.

5.4. Proyecto: Adquisición de una Nueva Línea de Producto

La empresa Nicacel, S, A quiere llevar a cabo un proyecto de una nueva línea de celular debido a que Lenovo, una compañía productora de teléfonos celulares novedoso está produciendo un celular de última generación de gran demanda a nivel internacional, es por esa razón queremos traer ese producto a Nicaragua, pensamos que se obtendrá una gran rentabilidad y que en el último año incrementaran las ganancias de la empresa con este producto, se realizó un estudio de mercado y según los análisis ese producto es muy demandado por la población nicaragüense, además el producto es de muy buena calidad y satisface las necesidades y tiene una tecnología muy avanzada .

5.4.1. Planteamiento del caso.

La empresa Nicacel S,A realizó una planeación financiera a corto plazo para saber si es factible en invertir en una nueva línea de celular (ver anexo 2) que a continuación se describe:

- La empresa Nicacel para traer esta nueva línea cuenta con el 60% de capital propio en el cual requiere un préstamo bancario para financiar el 40% restante de la adquisición del producto que se pagará a corto plazo.
- La empresa deberá poner en práctica los presupuestos proyectadas de las ventas futuras 2015 que obtendrá al adquirir esta nueva línea estimando los gastos correspondientes y dar a conocer la situación financiera que se encuentra la empresa.
- Se analizará las ventas obtenida durante el año 2014 con respecto a las pronosticada del 2015 cuanto fue el incremento de las ventas al adquirir esta nueva línea.
- Se analizará los Estados de Resultados y Balances General Horizontal comparativo de los años 2015-2014.
- Se estará utilizando razones financieras para saber el nivel en el que se encuentra la empresa si es rentable el negocio.

5.4.2. Características del producto.

En el anexo: 2 se agregaron las características técnicas del producto el cual está creando gran demanda en los mercados internacionales en donde este producto se distribuye.

5.4.3. Promoción publicitaria.

Para promover este producto se estará utilizando los siguientes medios:

- Impresión de Brochures en los cuales se estarán destacando las cualidades del teléfono, precio accesible que se le estará brindando a los clientes y los medios de financiamientos para adquirir los teléfonos.
- Campaña publicitaria en medios escritos que se estarán haciendo convenios con revistas y periódicos para que hablen de las cualidades del producto y anuncios en los mismos para promover el producto.
- Anuncios en la página web de la empresa y correos masivos que promuevan la adquisición de este producto
- Participación en ferias tecnológicas donde se estará ofreciendo los diferentes productos que se ofrecen a la venta.

5.4.4. Presupuesto de financiamiento y gasto para la nueva línea.

Tabla: 2

NICACEL S.A

Presupuesto de financiamiento para la nueva línea

Costo de Compra	C\$ 1828,500.00
Capital propio	C\$ 1097,100.00
Capital financiado	C\$ 731,400.00
Int. de financiamiento	C\$ 60,779.16
Costo Total	C\$ 1889,279.16

NICACEL S.A

PRESUPUESTO DE GASTO 2015 PARA LA NUEVA LINEA

Costo de Celular	C\$ 3,047.50
Unidades a comprar	600.00
Inversión en comp.	C\$ 1828,500.00

Fuente: elaboración propia	Gto de transporte	C\$ 500.00
	Gto Financiero	C\$ 60,779.16
	Total de la Inv.	C\$ 1,889,779.16
	Ventas de cel	C\$ 3000,000.00
	Ganancia	C\$ 1110,220.84

Fuente: elaboración propia

5.4.4.1. Análisis del presupuesto de financiamiento.

Para llevar a cabo el proyecto de la compra del celular de la nueva línea se estará realizando la compra de 600 unidades de celular (ver anexo 2) a proveedores Chinos internacionales por lo que el tratado de libre comercio que existe entre China y Nicaragua permite traer los productos libre de impuesto, y quedando en el convenio con la empresa que estos serían entregados en correos de Nicaragua desaduanados los productos: maximizando así las utilidades de la empresa, a un costo de unidad de C\$ 3,047.50, para un costo de adquisición de C\$ 1,828,500.00, el cual será un 60% con capital propio, el 40% con capital financiado el cual será cancelado en un periodo de 1 año (ver anexo 3), el costo adquisición de los productos financiados es de C\$792,179.16, que representa el 42% de la inversión total, esperando obtener una ganancia de C\$ 1,110,220.84 que representa el 37% de las ganancias, siendo una inversión redituable en el corto plazo ya que se espera vender 89% de las unidades en el 1er año de adquisición por la gran demanda que ha tenido este productos en los mercados internacionales.

5.4.5. Precio de venta para la nueva línea de celular.

Tabla: 3

NICACEL S.A

Tabla de precio de venta y proyecciones de venta nueva línea de celular

		Precio x Unid.	Unidades Comprar	Total	Pronostico unid. Vender 1er año	Total Ingreso	Unidades Inventario.	Dinero en Inventario
Valor %	Precio de venta	C\$ 5,000.00	600	C\$ 3000,000.00	C\$ 532.00	C\$ 2660,000.00	68	C\$ 340,000.00
61%	Costo de Venta	C\$ 3,047.50	600	C\$ 1828,500.00	C\$ 532.00	C\$ 1621,270.00	68	C\$ 207,230.00
39%	Ganancia	C\$ 1,952.50		C\$ 1171,500.00		C\$ 1038,730.00		C\$ 132,770.00

Fuente: Elaboración propia

5.4.5.1. Análisis del precio de venta.

La empresa Nicacel estará adquiriendo una nueva línea de celulares (ver anexo 2), que estará ingresando al mercado a partir del mes de enero a un precio de C\$ 5,000, por unidad, con una ganancia de C\$1,952.50 que representa el 39% de la ganancia, este precio se determinó realizando una investigación consultando entre los competidores el precio de venta, fijando un precio menor que el de la competencia como estrategia de venta brindar una ventaja competitiva para atraer a más clientela.

Según el análisis de mercado en los productos anteriores se han obtenido gran demanda (ver anexo 6) por parte de los clientes, el producto tendrá una excelente aceptación en las tendencias sociales y gustos de los consumidores, el cual se espera tener una venta anual de 532 unidades, llegando a obtener una ganancia de C\$ 1,038,730.00 anuales y dejando en inventario 68 unidades, llegando a vender así el 89% de nuestra mercadería por parte de la nueva línea.

5.4.6. Presupuesto de ventas

Tabla: 4

Nicacel S.A.
PRESUPUESTO DE VENTA PROYECTADO 2015

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Unidades	106	319	186	133	213	186
P.Unitario	C\$ 3,125.00	C\$ 3,125.00	C\$ 3,125.00	C\$ 3,125.00	C\$ 3,125.00	C\$ 3,125.00
Total Ingreso	C\$ 332,680.03	C\$ 998,040.10	C\$ 582,190.06	C\$ 415,850.04	C\$ 665,360.06	C\$ 582,190.06
Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
106	240	106	186	399	479	2,661
C\$ 3,125.00	C\$ 3,125.00	C\$ 3,125.00				
C\$ 332,680.03	C\$ 748,530.07	C\$ 332,680.03	C\$ 582,190.06	C\$ 1247,550.12	C\$ 1497,060.14	C\$ 8317,000.80

5.4.7. Ventas 2014.

Tabla: 5

Nicacel S.A.
VENTAS 2014

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Unidades	85	255	149	106	170	149
P.Unitario	C\$ 3,125.00					
Total Ingreso	C\$ 266,144.03	C\$ 798,432.08	C\$ 465,752.04	C\$ 332,680.03	C\$ 532,288.05	C\$ 465,752.04
Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
85	192	85	149	319	383	2,129

C\$ 3,125.00	C\$ 3,125.00					
C\$ 266,144.03	C\$ 598,824.06	C\$ 266,144.03	C\$ 465,752.04	C\$ 998,040.10	C\$ 1197,648.12	C\$ 6653,600.64

Fuente: Elaboración propia

5.4.7.1. Análisis de ventas proyectado 2015 vs 2014

La empresa Nicacel S.A, tiene como propósito aumentar sus ventas decidiendo invertir en una nueva línea de celular e implementar planes estratégicos de ventas para aumentar el ingreso de ventas para el periodo 2015, en el periodo comprendido 2014 a 2015 se espera aumentar un incremento en ventas de C\$1,663,400.16 equivalente a un 20% de incremento en ventas, para alcanzar estos márgenes de ventas la empresa estará invirtiendo en publicidad un 5% de las ventas que será invertido en:

- Ferias tecnológicas
- Campañas en prensa escrita
- Campaña por televisión
- Publicidad en páginas web

En las ventas 2015, se realizó un análisis de los periodos en que la empresa va obtener mayor número de ventas los cuales son en los meses de: febrero, noviembre y diciembre debido a que son meses que aumenta la demanda de los consumidores (ver anexo 5), debido que en febrero es el mes de los enamorados, noviembre y diciembre inicia y es navidad, la empresa estará implementando campaña específica dirigida a la comunicación enfocado en la pareja y en la familia con el tema un regalo especial para una persona especial, en el cual se realizaran ofertas y promociones moviendo para la nueva línea y aumentar la rotación de inventario en los productos que menos ha tenido demanda, colocando los producto de marca Premium en el mercado logrando alcanzar los objetivos a corto plazo previstos para el periodo 2015.

5.4.5. Presupuesto desembolso de efectivo.

Tabla: 6

NICACEL S.A
PRESUPUESTO DESEMBOLO DE EFECTIVO 2015

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Egreso (Gto Operativos)	C\$ 27,364.00	C\$ 27,364.00	C\$ 27,364.00	C\$ 27,364.00	C\$ 27,364.00	C\$ 27,364.00	C\$ 27,364.00
Compras C.T	C\$ 699,713.28				C\$ 687,904.62		
Amort. Prest. Banc.	C\$ 56,872.43	C\$ 57,583.34	C\$ 58,303.13	C\$ 59,031.92	C\$ 59,769.82	C\$ 60,516.94	C\$ 61,273.40
Int. Financiamiento	C\$ 9,142.50	C\$ 8,431.59	C\$ 7,711.80	C\$ 6,983.01	C\$ 6,245.11	C\$ 5,497.99	C\$ 4,741.53
Salarios	C\$ 50,000.00	C\$ 50,000.00	C\$ 50,000.00	C\$ 50,000.00	C\$ 50,000.00	C\$ 50,000.00	C\$ 50,000.00
otros Gastos	C\$ 16,634.00	C\$ 49,902.00	C\$ 29,109.50	C\$ 20,792.50	C\$ 33,268.00	C\$ 29,109.50	C\$ 16,634.00
Gto Publicidad	C\$ 4,990.20	C\$ 14,970.60	C\$ 8,732.85	C\$ 6,237.75	C\$ 9,980.40	C\$ 8,732.85	C\$ 4,990.20
Pago de Impuestos	C\$ 56,555.61	C\$ 169,666.82	C\$ 98,972.31	C\$ 70,694.51	C\$ 113,111.21	C\$ 98,972.31	C\$ 56,555.61
Total Desembolso de efectivo	C\$ 921,272.02	C\$ 377,918.35	C\$ 280,193.59	C\$ 241,103.69	C\$ 987,643.17	C\$ 280,193.59	C\$ 221,558.74
Meses	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
Egreso (Gto Operativos)	C\$ 27,364.00	C\$ 27,364.00	C\$ 27,364.00	C\$ 27,364.00	C\$ 27,364.00	C\$ 191,548.00	
Compras C.T		C\$ 1207,782.41				C\$ 1387,617.90	
Amort. Prest. Banc.	C\$ 62,039.32	C\$ 62,814.81	C\$ 63,599.99	C\$ 64,394.99	C\$ 65,199.93	C\$ 413,350.96	
Int. Financiamiento	C\$ 3,975.61	C\$. 3,200.12	C\$ 2,414.94	C\$ 1,619.94	C\$ 815.00	C\$ 48,753.55	
Salarios	C\$ 50,000.00	C\$ 50,000.00	C\$ 50,000.00	C\$ 50,000.00	C\$ 50,000.00	C\$ 350,000.00	
otros Gastos	C\$ 37,426.50	C\$ 16,634.00	C\$ 29,109.50	C\$ 62,377.51	C\$ 74,853.01	C\$ 195,449.52	
Gto Publicidad	C\$ 11,227.95	C\$ 4,990.20	C\$ 8,732.85	C\$ 18,713.25	C\$ 22,455.90	C\$ 58,634.86	
Pago de Impuestos	C\$ 127,250.11	C\$ 56,555.61	C\$ 98,972.31	C\$ 212,083.52	C\$ 254,500.22	C\$ 664,528.36	
Total Desembolso de efectivo	C\$ 319,283.50	C\$ 1,429,341.15	C\$ 280,193.59	C\$ 436,553.21	C\$ 495,188.06	C\$ 3,309,883.15	

Fuente: Elaboración propia

5.4.7.2. *Análisis del presupuesto del desembolso de efectivo*

La empresa Nicacel, S.A., estará ejecutando el presupuesto de desembolso para el año 2015 en el cual los gastos operativos y salarios son gastos fijos mensuales por un monto de C\$77,364, las compras se estarán realizando trimestralmente para evitar pérdida de inventario ya que los proveedores entregan cada 3 meses según la rotación de inventario, los otros gastos quedaran en dependencia según lo solicite la gerencia, los gastos bancarios, publicidad e impuestos son gastos mensuales que se estimaron según presupuesto.

Se llegó a un acuerdo con el banco que cobrara una tasa del 15% anual ya que el préstamo se estará cancelando en un plazo de 12 meses con cuota fija de C\$66,014.93 que cubre el pago de intereses más capital por lo que para realizar la compra se tiene que cancelar a los proveedores por anticipado

Se asignó un 5% de las ventas totales que serán invertidos en publicidad según el plan de marketing que había trazado previamente la empresa, esto con el fin de promover la empresa y los productos que se están trayendo para cumplir la demanda del pueblo Nicaragüense

5.4.5. Presupuesto de venta para la nueva línea.

NICACEL S.A

Tabla: 7

PRESUPUESTO DE VENTAS PARA LA NUEVA LINEA 2015

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Ventas nueva línea	C\$ 106,457.61	C\$ 319,372.83	C\$ 186,300.82	C\$ 133,072.01	C\$ 212,915.22	C\$ 186,300.82	C\$ 106,457.61
Unidades	21	64	37	27	43	37	21
Costo de venta	C\$ 64,885.91	C\$ 194,657.74	C\$ 113,550.35	C\$ 81,107.39	C\$ 129,771.83	C\$ 113,550.35	C\$ 64,885.91
Ventas Netas	C\$ 41,571.70	C\$ 124,715.09	C\$ 72,750.47	C\$ 51,964.62	C\$ 83,143.39	C\$ 72,750.47	C\$ 41,571.70
Int. Financieros	C\$ 9,142.50	C\$ 8,431.59	C\$ 7,711.80	C\$ 6,983.01	C\$ 6,245.11	C\$ 5,497.99	C\$ 4,741.53
Total Egreso	C\$ 9,142.50	C\$ 8,431.59	C\$ 7,711.80	C\$ 6,983.01	C\$ 6,245.11	C\$ 5,497.99	C\$ 4,741.53
Flujo Neto de efectivo	C\$ 32,429.20	C\$ 116,283.50	C\$ 65,038.67	C\$ 44,981.61	C\$ 76,898.28	C\$ 67,252.48	C\$ 36,830.17
Meses	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
Ventas nueva línea	C\$ 239,529.62	C\$ 106,457.61	C\$ 186,300.82	C\$ 399,216.04	C\$ 479,059.25	C\$ 2661,440.26	
Unidades	48	21	37	80	96	532	
Costo de venta	C\$ 145,993.31	C\$ 64,885.91	C\$ 113,550.35	C\$ 243,322.18	C\$ 291,986.61	C\$ 1622,147.84	
Ventas Netas	C\$ 93,536.32	C\$ 41,571.70	C\$ 72,750.47	C\$ 155,893.86	C\$ 187,072.64	C\$ 1039,292.42	
Int. Financieros	C\$ 3,975.61	C\$ 3,200.12	C\$ 2,414.94	C\$ 1,619.94	C\$ 815.00	C\$ 60,779.16	
Total Egreso	C\$ 3,975.61	C\$ 3,200.12	C\$ 2,414.94	C\$ 1,619.94	C\$ 815.00	C\$ 60,779.16	
Flujo Neto de efectivo	C\$ 89,560.70	C\$ 38,371.58	C\$ 70,335.53	C\$ 154,273.93	C\$ 186,257.64	C\$ 978,513.26	

Fuente: Elaboración propia

5.4.7.3. *Análisis de presupuesto para la nueva línea.*

La empresa Nicacel S.A. prepara el presupuesto de ventas para la nueva línea de celular (ver anexo: 2) que se comenzará a introducir en el mercado a partir de enero 2015. Con la introducción de esta nueva línea se espera obtener un aumento en los ingresos y mayor participación en el mercado.

Como se observar en los meses de enero, abril, y septiembre se obtendrán bajas en las ventas de equipos, debido a la poca demanda que hay por parte de los clientes por ser meses de baja demanda comercial, aun teniendo unas ventas bajas en esos meses la empresa es capaz de sostenerse debido a los apalancamiento de los meses anteriores manteniéndose como una empresa estable financieramente, y en los meses más altos son febrero, mayo, agosto, noviembre y diciembre por ser épocas de celebración nicaragüenses en donde aumenta la demanda de los consumidores.

La empresa con la implementación de la nueva línea tiene como objetivo aumentar el nivel de sus ventas del año 2014-2015 esperando vender 532 equipos nuevos (ver anexo 6) aumentar un 36% en el nivel de ingresos en ventas totales, obtener un flujo de efectivo final de C\$ 978,513.26 y así alcanzar los pronóstico de venta esperado, los dos objetivos principales que se desean alcanzar en este proyecto son:

- 1) Mantenerse siempre a la vanguardia de la tecnología permitido ser competitivos en el mercado.

Diversificar el inventario al traer productos nuevos de gran demanda e incrementar las utilidades y minimizar los costos con la inversión realizada.

5.4.8. Flujo de caja proyectado

Tabla: 8

NICACEL S.A.		
FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 12 MESES		
Saldo Inicial:	C\$ 563,377.74	
<u>INGRESOS</u>		
ACTIVIDADES DE OPERACIÓN:		
Ingresos por Ventas	C\$ 8317,000.80	
Cobro de Ventas a Crédito	C\$ -	
Total Ingresos Operativos	C\$ 8317,000.80	
ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		
Préstamo Bancario	C\$ 731,400.00	
Total Ingresos	C\$ 9048,400.80	
DISPONIBILIDAD	C\$ 9,611,778.54	100%
<u>DESEMBOLSOS</u>		
ACTIVIDADES DE OPERACIÓN:		
Gtos Operativos	C\$ 328,368.00	4%
Compras equip.	C\$ 2595,400.32	31%
Salarios	C\$ 600,000.00	7%
Otros gastos	C\$ 415,850.04	5%
Tributos y Contribuciones	C\$ 1413,890.14	17%
Gto de publicidad	C\$ 124,755.01	1%
ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO:		
Abono a Capital	C\$ 731,400.00	9%
Intereses Bancarios	C\$ 60,779.16	1%
Total Desembolsos	C\$ 6,270,442.66	61%
TOTAL SALDOS AL FINAL	C\$ 3,341,335.88	39%

Tabla: 9

NICACEL S.A.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 12 MESES

	ene-15	feb-15	mar-15	abr-15	may-15	jun-15	jul-15	ago-15	sep-15	oct-15	nov-15	dic-15	Totales	%
Flujo de Efectivo Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
SALDO INICIAL	563,377.74	706,185.76	1326,307.50	1628,303.96	1803,050.31	1480,767.21	1782,763.68	1893,884.97	2323,131.55	1226,470.43	1528,466.89	2339,463.80	563,377.74	
Ingresos de Efectivo														
Ingresos por Ventas	332,680.03	998,040.10	582,190.06	415,850.04	665,360.06	582,190.06	332,680.03	748,530.07	332,680.03	582,190.06	1247,550.12	1497,060.14	8317,000.80	98.02%
Cobro de Ventas a Crédito	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00%
Préstamo Bancario	731,400.00	0.00	0.00	0.00	0.00		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	731,400.00	8.62%
Total Ingresos	1064,080.03	998,040.10	582,190.06	415,850.04	665,360.06	582,190.06	332,680.03	748,530.07	332,680.03	582,190.06	1247,550.12	1497,060.14	8485,023.06	100.00%
Pagos														
Gtos Operativos	27,364.00	27,364.00	27,364.00	27,364.00	27,364.00	27,364.00	27,364.00	27,364.00	27,364.00	27,364.00	27,364.00	27,364.00	328,368.00	3.87%
Compras equip.	699,713.28				687,904.62				1207,782.41				2595,400.32	30.59%
Salarios	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	600,000.00	7.07%
Otros gastos	16,634.00	49,902.00	29,109.50	20,792.50	33,268.00	29,109.50	16,634.00	37,426.50	16,634.00	29,109.50	62,377.51	74,853.01	415,850.04	4.90%
Tributos y Contribuciones	56,555.61	169,666.82	98,972.31	70,694.51	113,111.21	98,972.31	56,555.61	127,250.11	56,555.61	98,972.31	212,083.52	254,500.22	1413,890.14	16.66%
Gto de publicidad	4,990.20	14,970.60	8,732.85	6,237.75	9,980.40	8,732.85	4,990.20	11,227.95	4,990.20	8,732.85	18,713.25	22,455.90	124,755.01	1.47%
Total Pagos	855,257.09	311,903.42	214,178.66	175,088.76	921,628.24	214,178.66	155,543.81	253,268.57	1363,326.22	214,178.66	370,538.28	429,173.13	5478,263.50	65%
Disponible Antes de Amortizacion de la deuda	208,822.94	686,136.67	368,011.39	240,761.28	(256,268.17)	368,011.39	177,136.22	495,261.51	(1030,646.19)	368,011.39	877,011.84	1067,887.01	3006,759.55	
PASIVO BANCARIO														
Abono a Capital	56,872.43	57,583.34	58,303.13	59,031.92	59,769.81	60,516.94	61,273.40	62,039.32	62,814.81	63,599.99	64,394.99	65,199.93	731,400.00	8.62%
Intereses Bancarios	9,142.50	8,431.59	7,711.80	6,983.01	6,245.11	5,497.99	4,741.53	3,975.61	3,200.12	2,414.94	1,619.94	815.00	60,779.16	0.72%
TOTAL DEUDA	66,014.93	66,014.93	66,014.93	66,014.93	66,014.93	66,014.93	66,014.93	66,014.93	66,014.93	66,014.93	66,014.93	66,014.93	792,179.16	9.34%
Saldo Neto Mensual	142,808.01	620,121.74	301,996.46	174,746.35	(322,283.10)	301,996.46	111,121.29	429,246.58	(1096,661.12)	301,996.46	810,996.91	1001,872.08	3341,335.88	39.38%
Saldo Final Acumulado	706,185.76	1326,307.50	1628,303.96	1803,050.31	1480,767.21	1782,763.68	1893,884.97	2323,131.55	1226,470.43	1528,466.89	2339,463.80	3341,335.88		

Fuente:

elaboración

propia

5.4.8.1. Análisis del flujo de efectivo.

La empresa Nicacel S.A. presenta un saldo inicial de C\$ 563,377.74 para el mes de enero, adquiere un préstamo de C\$ 731,400.00 que se destinará para la compra de una nueva línea de celular, presentando un saldo final acumulado del mes de enero de C\$ 706,185.76, el flujo de efectivo presenta saldo negativo al final de los meses de mayo y septiembre debido en que esos meses se realizaran las compras trimestrales, estos saldos negativos son asumidos por los saldos acumulados en los meses anteriores que permite a la empresa mantener un saldo positivo durante todo el periodo 2015.

La disponibilidad de la empresa durante el periodo 2015 es de C\$ 9,611,778.54 que representa el 100% de la disponibilidad, de aquí se iniciará el total desembolso de la empresa será de C\$ 6,270,442.66 que representa el 60.62% de los desembolso que se realizara por parte de la empresa, durante este periodo habrá un saldo final que será la ganancia de la empresa C\$ 3,341,335.88, que representa el 39.38%, llegando a la conclusión que la empresa es altamente sostenible porque durante los 12 meses de operación quedó demostrado que tiene superávit.

5.4.9. Balance general comparativo y análisis horizontal

Tabla: 9

NICACEL, S.A.

BALANCE GENERAL COMPARATIVO Y ANALISIS HORIZONTAL

PARTIDAS	31 dic. 2015	31 dic. 2014	VARIACIÓN	
			ABSOLUTA	RELATIVA
ACTIVOS				
Caja y Bancos	C\$ 723,563.18	C\$ 563,377.74	160,185	28.43
Inventarios	C\$ 598,824.06	C\$ 479,059.25	119,765	25.00
TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE	C\$ 1322,387.24	C\$ 1042,436.99	279,950	26.86
Terreno y edificio neto	C\$ 312,684.22	C\$ 313,700.11	-1,016	-0.32
TOTAL DE ACTIVO FIJO	C\$ 312,684.22	C\$ 313,700.11	-1,016	-0.32
Activos Diferidos	C\$ 93,047.54	C\$ 93,047.54	0	0.00
Otros activos	C\$ 107,112.16	C\$ 117,460.10	-10,348	-8.81
TOTAL DE ACTIVO	C\$ 1835,231.16	C\$ 1566,644.74	268,586	17.14
PASIVO Y CAPITAL				
Retenciones x Pagar	C\$ 471,719.80	372,516.89	99,203	26.63
Gastos Acumulados x pagar	C\$ 27,364.00	27,364.00	0	0.00
Otras cuentas x pagar	C\$ 147,308.91	127,847.13	19,462	15.22
Préstamo Bancario C/P	C\$ 66,014.93	C\$ -	66,015	!
TOTAL PASIVO CIRCULANTE	C\$ 712,407.64	C\$ 527,728.02	184,680	35.00
Documentos por pagar	C\$ -	C\$ -		
Hipotecas por pagar	C\$ -	C\$ -		
TOTAL DE PASIVO A LARGO PLAZO	C\$ -	C\$ -	0	
TOTAL PASIVO	C\$ 712,407.64	C\$ 527,728.02	184,680	35.00
Capital acciones	C\$ 406,194.29	C\$ 406,194.29	0	0.00
Utilidades retenidas	C\$ 209,783.55	C\$ 238,583.43	-28,800	-12.07
Utilidades del ejercicio	C\$ 506,845.68	C\$ 394,139.00	112,707	28.60
TOTAL CAPITAL CONTABLE	C\$ 1122,823.52	C\$ 1038,916.72	83,907	8.08
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	C\$ 1835,231.16	C\$ 1566,644.74	268,586	17.14

Elaborado por:
Damaris Calero

5.4.9.1.1. Análisis horizontal del balance general comparativo

En el año proyectado 2015 el balance general de Nicacel S.A muestra un aumento de C\$ 268,586, con relación al año 2014 el cual representa el 17.14% debido al crecimiento de la empresa, dicho crecimiento fue liderado por las siguientes cuentas:

- 1) La disponibilidad en banco que posee la empresa producto de un crecimiento en ventas y en servicios de C\$ 160,185 equivalente al 28.43% con relación al año anterior.
- 2) El incremento del inventario fue de C\$ 119,765 representa el 25% de un año con respecto al otro debido a la compra de una nueva línea de celular y de otros producto de gran demanda que oferta la empresa.

Pasivos

De la misma forma en que el balance de la empresa muestra un crecimiento este mismo refleja que el crecimiento se debe a un aumento en el pasivo de la empresa de C\$ 184,680 equivalente a un 35%, entre otras cuentas que representa una variación significativa se encuentra:

- 1) La cuenta retenciones por pagar que son los impuestos que se le paga al gobiernos por los productos e ingresos obtenidos durante el periodo 2015 de C\$ 99,203, equivalente al 26.63%
- 2) aumento en la cuenta otras cuentas por pagar C\$ 19,462 equivalente al 15.22% debido a las diferentes inversiones que se realizaron en la empresa al tener un incremento en las ganancias se decidió invertir en necesidades que tenía la empresa.
- 3) Obligaciones con las instituciones financieras y otros financiamientos que obtuvo la empresa fueron de C\$ 66,014.93 que permitió llevar a cabo el lanzamiento de la nueva línea.
- 4) El patrimonio de la empresa como se puede observar en el balance general tuvo un crecimiento de C\$ 83,907 equivalente a 8.08% por la inversión realizada

5.4.10. Estado de resultados comparativo y análisis horizontal.

Tabla: 10

NICACEL, S.A.

ESTADO DE RESULTADOS COMPARATIVO Y ANALISIS HORIZONTAL

PARTIDAS	31 dic. 2015	31 dic. 2014	VARIACIÓN	
			ABSOLUTA	RELATIVA
		C\$		
Ventas netas	C\$ 1497,060.14	1197,648.12	C\$ 299,412.02	25.00
Costos de ventas	C\$ 598,824.06 (-)	C\$ 479,059.25 (-)	C\$ 119,764.81 (-)	25.00
UTILIDAD BRUTA	C\$ 898,236.08	C\$ 718,588.87	C\$ 179,647.21	25.00
Gastos de Operación	C\$ 27,364.00	C\$ 27,364.00	C\$ -	0.00
Gastos de administración	C\$ 147,308.91	C\$ 127,847.13	C\$ 19,461.78	15.22
Total gastos de operación	C\$ 174,672.91 (-)	C\$ 155,211.13 (-)	C\$ 19,461.78 (-)	12.54
UTILIDAD DE OPERACIÓN	C\$ 723,563.17	C\$ 563,377.74	C\$ 160,185.43	28.43
Gastos financieros	C\$ 815.00 (-)	C\$ 430.48 (-)	C\$ 384.52 (-)	89.32
Otros gastos	C\$ 60.16 (-)	C\$ 1,203.20 (-)	C\$ (1,143.04) (-)	-95.00
Otros ingresos	C\$ 1,377.23 (+)	C\$ 1,311.65 (+)	C\$ 65.58 (+)	5.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	C\$ 724,065.24	C\$ 563,055.71	C\$ 161,009.53	28.60
Impuesto de renta (30%)	C\$ 217,219.57 (-)	C\$ 168,916.71 (-)	C\$ 48,302.86 (-)	28.60
UTILIDAD NETA	C\$ 506,845.67	C\$ 394,139.00	C\$ 112,706.67	28.60

Elaborado por:
Damaris Calero

5.4.10.1. Análisis horizontal del estado de resultado comparativo.

En el año proyectado 2015, la variación de los ingresos financiero de la utilidad neta fueron de C\$ 112,706.67, equivalente al 28.60% de un año con respecto al otro, entre las cuentas que se destacan en los ingresos financieros son:

- I. Ventas netas, hubo una variación de C\$ 299,412.02, equivalente al 25% por el ingreso de una nueva línea y la gestión para el aumento de ventas de equipos y servicios.
- II. Otros ingresos: con una variación de C\$ 65.58, equivalente al 5%, por intereses que otorga el banco.
- III. Gastos administrativos, con una variación de C\$ 19,461.78, equivalente al 15.22%, debido a la inversión que se realizó en la empresa en diferentes áreas que cubrieron las necesidades.
- IV. Un incremento en el gasto financiero de C\$ 384.52, equivalente al 89.32% debido al préstamo, última cuota solicitada al financiamiento de la nueva línea.

5.5. Políticas de Administración de Efectivo

La empresa Nicacel S.A. estará aplicando cuatro principios básicos para la administración del efectivo, cuya aplicación conduce a una administración correcta del flujo de efectivo. Estos principios están orientados a lograr un equilibrio entre los flujos positivos (entradas de dinero) y los flujos negativos (salidas de dinero) de tal manera que la empresa pueda, conscientemente, influir sobre ellos para lograr el máximo provecho.

Los dos primeros principios se refieren a las entradas de dinero y los otros dos a las erogaciones de dinero.

PRIMER PRINCIPIO: Se deben incrementar las entradas de efectivo utilizando los siguientes medios:

- Incrementar el volumen de ventas mensuales.
- Incrementar el precio de ventas al máximo permitido por el mercado.
- Mejorar la mezcla de ventas (impulsar la venta de mercadería estancada asociándola con la mercadería de mayor demanda).
- Brindar en menor cantidad descuentos.

SEGUNDO PRINCIPIO: Se deben acelerar las entradas de efectivo de la siguiente manera

- Incrementar las ventas en efectivo ya que las compras con tarjeta de crédito retrasan la entrada del dinero al banco
- Pedir anticipos a clientes cuando soliciten el servicio técnico.
- Tratar de converse al cliente cuando esté interesado un producto para que lo compre de inmediato.

TERCER PRINCIPIO: Se deben disminuir las salidas de dinero

- Negociar mejores condiciones (reducción de precios) con los proveedores
- Reducir desperdicios en las actividades de la empresa.
- Hacer bien las cosas desde la primera vez (Disminuir los costos de no Tener Calidad)
- Negociar la tasa de interés con los bancos para que brinden una tasa preferencial

CUATRO PRINCIPIO: Se deben demorar las salidas de dinero

- Negociar con los proveedores los mayores plazos posibles.
- Adquirir los inventarios y otros activos en el momento más próximo a cuando se van a necesitar
- Solicitar mayor tiempo de pago a los proveedores de servicios de publicidad.
- Realizar pagos 2 veces a la semana.

5.6.Razones Financieras

Razón de Liquidez

Liquidez	C\$ <u>1322,387.23</u> C\$ 712,407.64	1.86	La empresa posee liquidez porque puede cubrir los pagos a los acreedores en el corto plazo
Prueba Acida	C\$ <u>723,563.18</u> C\$ 712,407.64	1.02	La empresa puede cancelar a los acreedores en el corto plazo solo con el dinero que tiene disponible haciéndola altamente liquida

ADMINISTRACION DE ACTIVOS

Rotación de Inventarios respecto a las compras	C\$ <u>598,824.06</u> C\$ 598,824.06	1.00	La empresa presenta una alta rotación ya que se renueva todo el inventario en un año
Rotación de Inventario con respecto a la venta	C\$ 1498,437.38 C\$ 598,824.06	2.50	El inventario tiene una rotación con respecto a las ventas más de 2 veces en el año

ADMINISTRACION DE ENDEUDAMIENTO

Razón de Endeudamiento	C\$ <u>712,407.64</u> C\$ 1835,231.16	39%	La empresa posee un bajo nivel de endeudamiento ya que las deudas son mucho menores los activos
------------------------	--	-----	---

RENTABILIDAD

Margen de utilidad Neta	C\$ <u>506,845.68</u> C\$ 1497,060.14	34%	La empresa posee una buena ganancias por sus operaciones siendo rentable las inversión realizada por los accionistas
-------------------------	--	-----	--

5.7. Conclusiones del caso práctico.

La empresa Nicacel es una empresa relativamente nueva en el mercado pero con buenas políticas administrativas y comerciales que han hecho de esta una empresa con una alta rentabilidad para sus accionistas, hace una buena administración de sus recursos financiera, dirigiendo su capital hacia las necesidades de la empresa que más generan utilidades.

La empresa antes de efectuar una inversión, primeramente prepara los análisis financieros a corto plazo para realizar un presupuesto para así determinar las necesidades de capital que necesitará la empresa, durante el presupuesto se prepara las metas y objetivos que desean alcanzar la empresa y como se deberá de utilizar los recursos adecuado según la necesidad de cada departamento.

La junta directiva decidió invertir en la adquisición de una nueva línea de celular, al encontrarse un nicho de mercado que no estaba siendo satisfecho a las necesidades de los clientes que estaban solicitando mejores equipos a bajo costos y buscar el celular que se acoplara con estos requisitos, por eso se decidió invertir en la marca Lenovo por ser una marca reconocida en el mercado, llegando a la conclusión que con esta marca estará proporcionando un aumento en ventas para el próximo periodo 2015 y un margen de utilidad por la inversión del 37%, logrando ser una empresa líder en el mercado.

VI. Conclusiones.

En este trabajo se definirá el concepto de la planeación financiera para la toma de decisión en la empresa, por lo que la planeación financiera es la que traza las acciones tanto operativas como estratégicas manteniendo la dirección de los objetivos para alcanzar las proyecciones y su futuro financiero.

El propósito de la planeación financiera es crear planes estratégicos de inversión previniendo si una inversión es viable para la empresa buscando los métodos de financiamiento más adecuado para tal propósito, ejecutando y midiendo las estrategias planteadas por la empresa para poder cumplir con los objetivos propuestos.

La naturaleza de la planeación financiera es minimizar el riesgo y aprovechar las oportunidades haciendo uso óptimo de los recursos con que cuenta la empresa destinando los recursos hacia las áreas más necesidad anticipando la necesidad de dinero y su correcta aplicación buscando mejor rendimiento posible y seguridad financiera, la planeación ayuda a los financieros y administradores a implementar nuevas ideas y planes estratégicos que anticipan las necesidades de cada área y que tan necesitadas son para realizar el gastos maximizando las metas y objetivos. La toma de decisión tiene que ser acertada ya que se pretende examinar todas las posibilidades de mejor rendimiento a bajo costo.

La empresa con los planes estratégicos planteados desea volverse una empresa altamente competitiva en el mercado, realizando una inversión de C\$1,889,779.16 para lo cual estará ocupando capital propio y financiamiento a un plazo de 12 meses para la adquisición de 600 unidades de celulares, la empresa renueva su inventario cada 3 meses buscando como minimizar el riesgo de pérdida del producto al no mantener mucho inventario que pudiera repercutir en perdidas, utilizando estas medidas se espera incrementar las utilidades en un 28.60% en el año

VII. Bibliografía

- B., E. (s.f.). Monografias.com. Obtenido de [http://www.monografias.com/trabajos85/arqueo-caja-administracion-bancaria-y-instituciones-financieras.shtml](http://www.monografias.com/trabajos85/arqueo-caja-administracion-bancaria-y-instituciones-financieras/arqueo-caja-administracion-bancaria-y-instituciones-financieras.shtml)
- Battu, E. (2003). La Planeación Financiera del Periodo o el Ciclo. En R. Casas, La Administración de la Empresa Asociativa (pág. 76). Paraguay: IICA.
- Brock, H., & Palmer, C. (1987). El control Interno sobre las entradas de efectivo. En P. C. H.R, Contabilidad Principios y Aplicacion (pág. 96). España: Editorial Reverte S.A.
- Centro de Exportaciones e Inversiones en Nicaragua (C.E.I). (2014). [cei.org.ni](http://www.cei.org.ni). Obtenido de <http://www.cei.org.ni/contenido.php?lvl=1&lvl2=2&lvl3=51>
- CONRAD. (2003). Estados Financieros Proforma. Mexico: Pearson Educacion de Mexico S.A.
- crece negocio. (2014). Crece Negocio. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-presupuesto-de-efectivo/>
- Cristaldo, L. (.S.F). monografias.com. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos55/finanzas-publicas/finanzas-publicas3.shtml>
- Cuarta, D. H. (2008). El proceso administrativo. En D. H. Cuarta, Principios de Administración (pág. 48). Colombia: Instituto Tecnológico Metropolitano.
- Dominguez, R. D. (.S.F.). El Rincon del Vago. Obtenido de <http://html.rincondelvago.com/administracion-de-finanzas-empresariales.html>
- Educaconta. (12 de 2010). Educaconta (desarrollando informacion para fortalecer capacidades). Obtenido de <http://www.educaconta.com/2010/12/administracion-y-control-del-efectivo.html>
- Emery, D. R., & Finnerty, J. D. (2000). Planeacion Financiera.
- Garcia, E. L. (19 de 10 de 2012). slideshare. Obtenido de <http://es.slideshare.net/pacho0ncita/el-proceso-de-planeacin-financiera>
- Gitman y Núñez. (2003). Planes financieros a largo plazo. En Principios de administración financiera, decima edición (pág. 97). Mexico.
- Gitman, L. (2003). Principios de Administración Financiera. Mexico: Pearson Addison Wesley.
- Hernandez, A. D. (17 de 3 de 2015). slideshare. Obtenido de http://es.slideshare.net/arlettedavilahernand/planeacion-financiera-45955701?qid=52cb189f-1f16-4a01-a538-f38aaf4735d7&v=qf1&b=&from_search=4

Jimenez Boulanger, F., & Espinoza Gutierrez, C. L. (2007). Presupuestacion. En F. Jimenez Boulanger, & C. L. Espinoza Gutierrez, Costos industriales (pág. 311). Costa Rica: Editorial Tecnologica.

Lawrence, G. (2000). Principios de Administración Financiera (Octava Edición ed.). Mexico: Editorial Pearson.

Levy, D. L. (2008). En D. L. Levy, Planeación Financiera en la Empresa Moderna (pág. 39). ISEF.

Levy, L. H. (s.f.). Concepto de planeación estrategica. En L. H. Levy, Planeación Financiera en la empresa moderna (pág. 63).

Madrid., A. d. (2002). El presupuesto concepto y clases. En U. C. Madrid, Administrativo (pág. 177). España: MAD.

Merton, R. C. (2003). Definición de finanzas. En R. C. Merton, Finanzas (pág. 2).

Montenegro, C. P. (1988). Ventajas y limitaciones del presupuesto. En C. P. Montenegro, Introduccion al Management (pág. 279). Estados Unidos: Imprenta nacional del boletin oficial del estado.

Osaín, C. L. (enero de 2009). monografias.com. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos82/control-gestion-empresarial/control-gestion-empresarial6.shtml>

Pedraza, J. C. (18 de 2 de 2009). eumed.net. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2009b/jcqp3.htm>

Puente, M. L. (1999). monografias. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos93/proceso-planeacion-financiera-corto-plazo-empresa/proceso-planeacion-financiera-corto-plazo-empresa.shtml>

Rodriguez, O. C. (s.f.). .monografias.com. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos93/proceso-planeacion-financiera-corto-plazo-empresa/proceso-planeacion-financiera-corto-plazo-empresa>

Sánchez, O. R. (.S.F.). monografias.com. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos82/planeacion-financiera-corto-plazo/planeacion-financiera-corto-plazo2.shtml>

School, H. B. (2009). Understanding Finance. En H. B. School, Entendiendo Las Finanzas (pág. IX).

Stephen, R., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2000). Finanzas Corporativas (Quinta Edición ed.). Mexico: Editorial Mc Graw Hill.

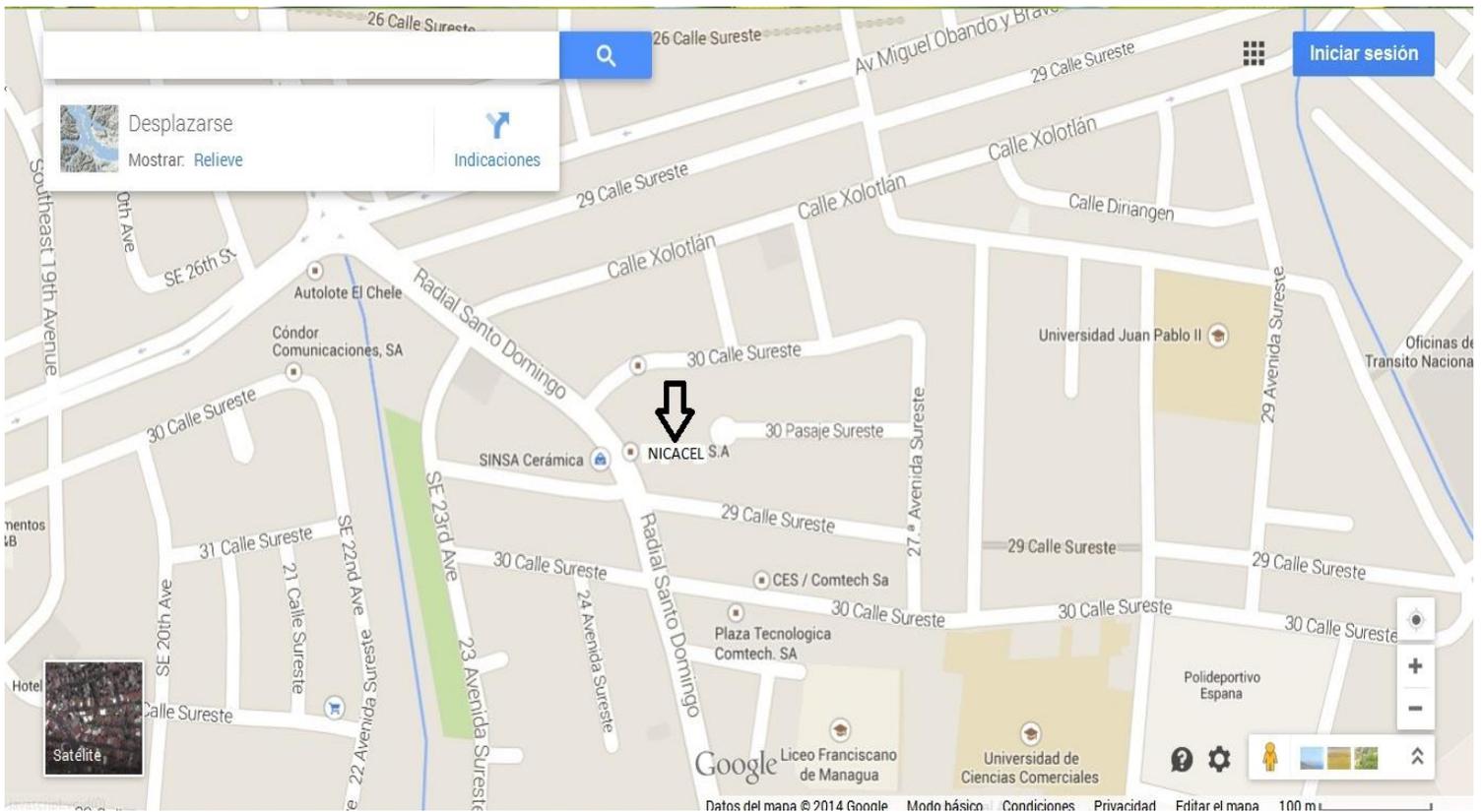
Subias, R. C. (1988). Conceptos de Inversion. En R. C. Subias, Planeación y Rentabilidad de Proyectos Industriales (pág. 31). España: Marcombo S.A.

Villalobos, T. (5 de 2011). <http://publicaciones.urbe.edu/>. Obtenido de <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/coeptum/article/view/739/2373>

Weston, Fred, W., & Brigham, E. (1988). Fundamentos de Administración Financiera. Mexico: Editorial Pearson.

VIII. Anexo

Anexo 1: Mapa Ubicación Geográfica empresa Nicacel



Fuente: Elaboración propia.

Color	Negro
RAM	1GB
ROM	4 GB
Marca	Lenovo
Modelo	A850 +
Cantidad	1 pieza
Material	Plástico
Tonalidad de color	Negro
Redes	WCDMA, GSM
Frecuencia	2G: GSM 900/1800 / 1900MHz, 3G: WCDMA 900 / 2100MHz
Transferencia de datos	GPRS, HSPA, EDGE
Tipo SIM	SIM Ordinario
Ranura SIM	2
Network Standby	Network Standby Dual
Conversación Red	Una sola Parte Conversación
GPS	Sí
Wi-Fi	802.11 b / g / n
Tipo	Para estrenar
Sistema operativo	4.2.2 Android
Procesador CPU	MTK6592 1.6GHz
Tipo de CPU	Otros, Octa-Core
Idioma	Afrikaans / indonesio / malayo / bosnio / catalán / Checa / Danés / Alemania (alemán) / Alemania (Liechtenstein) / Alemania (Austria) / Alemania (Suiza) / Estonia / Inglés (Australia) / Inglés (Canadá) / Inglés (Hong Kong la República Popular China) / Inglés (India) / Inglés (Irlanda) / Inglés (Nueva Zelanda) / Inglés (Filipinas) / Inglés (Singapur) / Inglés (África del Sur) / Inglés (Reino Unido) / Inglés (EE.UU.) / Español (España) / Español (Estados Unidos) / Español (México) / Español (Venezuela) / Filipino / Francés (Bélgica) / Francés (Canadá) / Francés (Francia) / Francés (Suisse) / croata / Zulu / italiano (Italia) / Italiano (Svizzera) / Swahili / Latviesu / Lituania / Macedonia / Húngaro / Holandés (België) / Holanda (Nederland) / Suomi / polaco / Portugués (Brasil) / Portugués (Portugal) / Rumano / Rumantsch / Eslovaco / Slovenscina / finlandés / sueco / hebreo / coreano / chino (Hong Kong Región Administrativa Especial de la República Popular de China) vietnamita / turco / griego / ruso // Chino simplificado / Chino tradicional / Japonés
Procesador gráfico	Mali-450 MP
Memoria disponible	3.6GB
Tarjeta de memoria	Soporta tarjeta Micro SD / TF de hasta 32 GB de tamaño (no incluido)
Tamaño de la pantalla	5,5 pulgadas QHD

Gama del tamaño	5.5 Pulgadas y Más
Pantalla táctil	Pantalla capacitiva
Resolución de la pantalla	960 x 540
Cámara	5.0 MP
Lente de la cámara secundaria	0,3 MP
Vídeo	1080P
Flash	Sí
Enfoque automático	Sí
Enfoque táctil	Sí
Capacidad de la batería	2500 mAh
Tipo de batería	Li-polímero batería
Tiempo de conversación	150 minutos
Tiempo en espera	140 horas
Versión de Bluetooth	V2.0
TV	No
Sintonizador de radio	Sí
nivel a prueba de agua	IPX-0
Sensor	G-sensor, la proximidad, Otros, Sensor de luz
I O Interfaz /	Micro USB, 3.5mm, ranura SIM, Otros, tarjeta del TF
Software	Play Store, Correo electrónico, Gmail, Calculadora, Reloj, Calendario, Galería, Música, navegador, etc.
Otras características	5.5 "QHD + de doble red en espera + Android 4.2.2 + 1GB RAM + 4GB ROM + Wi-Fi + GPS + 5.0MP cámara + 0.3MP cámara secundaria + Octa-Core
Lista de embalaje	1 x teléfono 1 x adaptador de CA del cargador de alimentación (100 ~ 240V / 2 pines plana enchufe) 1 x batería (2500mAh) 1 x auriculares (110cm-cable / clavija de 3,5 mm) 1 x Cable de datos (100 cm) 1 x usuario Inglés manual



Fuente: (DXLISTING, .S.F.)

Anexo: 3

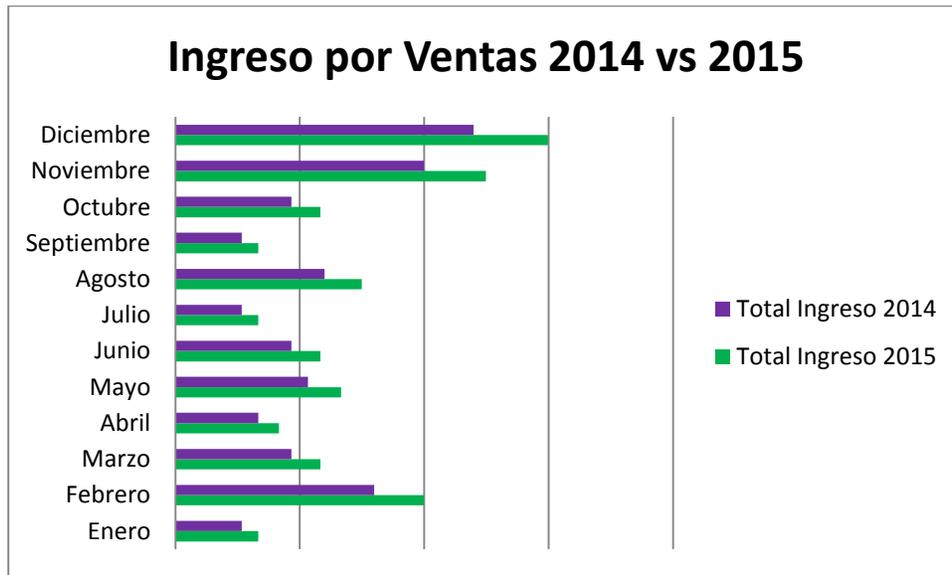
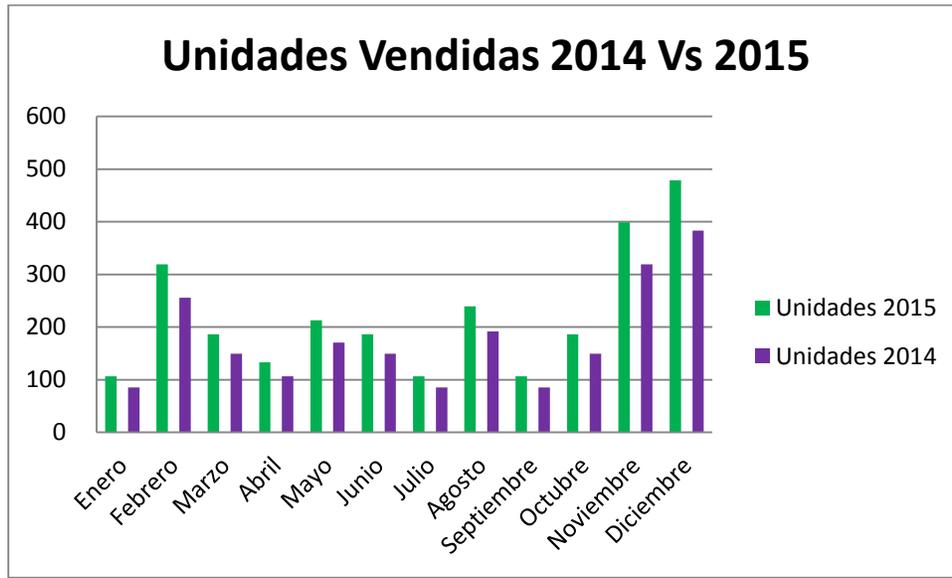
NICACEL S.A.
TABLA DE AMORTIZACION PARA EL CALCULO DE CUOTAS

PRESTAMO 731,400.00
TASA 15.00%
Plazo 12 meses

N°	FECHA	CUOTA REGULAR	INTERES	CAPITAL	SALDO
0					C\$ 731,400.00
1	ene-15	C\$ 66,014.93	C\$ 9,142.50	C\$ 56,872.43	C\$ 674,527.57
2	feb-15	C\$ 66,014.93	C\$ 8,431.59	C\$ 57,583.34	C\$ 616,944.24
3	mar-15	C\$ 66,014.93	C\$ 7,711.80	C\$ 58,303.13	C\$ 558,641.11
4	abr-15	C\$ 66,014.93	C\$ 6,983.01	C\$ 59,031.92	C\$ 499,609.19
5	may-15	C\$ 66,014.93	C\$ 6,245.11	C\$ 59,769.81	C\$ 439,839.38
6	jun-15	C\$ 66,014.93	C\$ 5,497.99	C\$ 60,516.94	C\$ 379,322.44
7	jul-15	C\$ 66,014.93	C\$ 4,741.53	C\$ 61,273.40	C\$ 318,049.04
8	ago-15	C\$ 66,014.93	C\$ 3,975.61	C\$ 62,039.32	C\$ 256,009.72
9	sep-15	C\$ 66,014.93	C\$ 3,200.12	C\$ 62,814.81	C\$ 193,194.92
10	oct-15	C\$ 66,014.93	C\$ 2,414.94	C\$ 63,599.99	C\$ 129,594.92
11	nov-15	C\$ 66,014.93	C\$ 1,619.94	C\$ 64,394.99	C\$ 65,199.93
12	dic-15	C\$ 66,014.93	C\$ 815.00	C\$ 65,199.93	C\$ -

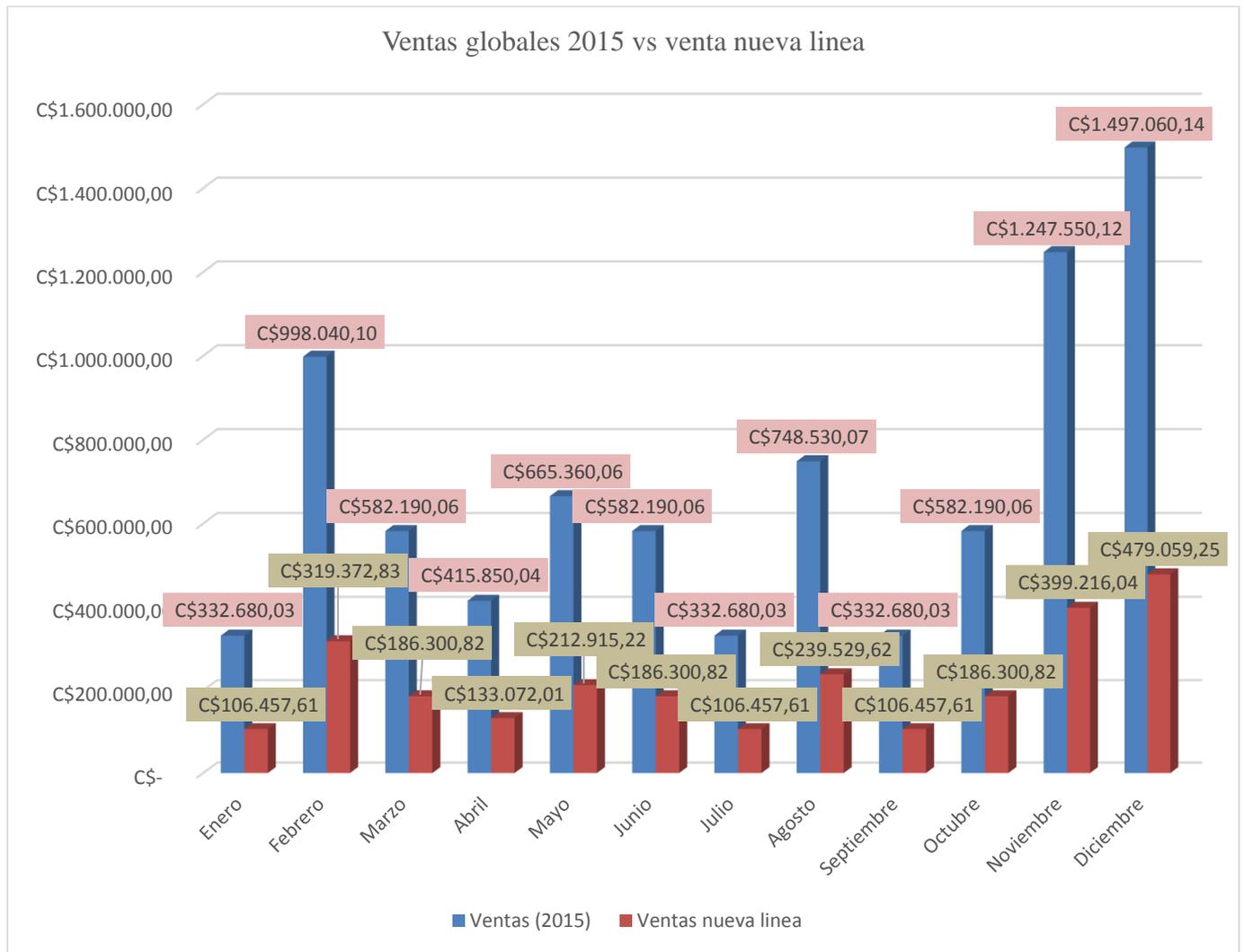
Fuente: elaboración propia.

Anexo 5:



Fuente: elaboración propia.

Anexo: 6



Fuente: Elaboración Propia

Anexo: 7

"NICACEL S.A"

**BALANCE GENERAL
AL 31 DICIEMBRE DEL 2014**

N° Cuenta	Descripción de La Cuenta	Total C\$	N° Cuenta	Descripción de La Cuenta	Total C\$
ACTIVOS			PASIVOS		
1	ACTIVOS CIRCULANTES	C\$ 1042,436.99	2	PASIVOS	C\$ 527,728.02
1110	CAJA		2100	Retenciones x Pagar	C\$ 372,516.89
1120	BANCOS	C\$ 563,377.74	2210	Gastos Acumulados x pagar	C\$ 27,364.00
1130	CUENTAS POR COBRAR		2211	Otras cuentas x pagar	C\$ 127,847.13
1140	INVENTARIOS	C\$ 479,059.25			
1150	Anticipos S/Compra de Bienes y servicios				
12	ACTIVO FIJO	C\$ 406,747.65			
1201	Propiedad Planta y Equipo	C\$ 323,858.99			
1202	Depreciación acumulada	C\$ (10,158.88)	23	CAPITAL FIJO	C\$ -
13	ACTIVOS DIFERIDOS	C\$ 93,047.54			
14	OTROS ACTIVOS	C\$ 117,460.10	3	CAPITAL	
1401	IVA Acreditable	C\$ 103,479.39	3101	Enrique Gustavo Largaespada	C\$ 234,682.96
1402	Anticipos A IR	C\$ 13,980.71	3102	Amelia Ybarra Márquez	C\$ 100,000.00
			3103	Claudio Rosales Mendoza	C\$ 71,511.33
			3104	Utilidad o pérdida del ejercicio	C\$ 394,139.00
				Utilidades Retenidas	C\$ 238,583.43
				Total Capital contable	C\$ 1038,916.72
	Total Activos	C\$ 1566,644.74		Total Pasivo +Capital	C\$ 1566,644.74

ELABORADO POR
Lic. Damaris Calero
Contador General

REVISADO POR
Lic. Oscar Calero
Gerente Administrativo

AUTORIZADO POR
Ing. Enrique Gustavo Largaespada
Presidente Junta Directiva

"NICACEL S.A"

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDA
DESDE EL 01 AL 31 DICIEMBRE 2014

Nº de Cuenta	Descripción de Cuenta	Total C\$
4	INGRESOS	C\$ 1198,959.77
4100	Mantenimientos y Equipos	C\$ 1197,648.12
4101	Producto financiero	C\$ 1,311.65
5	COSTOS	C\$ 479,059.25
51	Costos de Venta	C\$ 479,059.25
6	GASTOS	C\$ 156,844.81
6100	Gastos de Administración	C\$ 127,847.13
6200	Gastos de Operaciones	C\$ 27,364.00
6300	Gastos Financieros	C\$ 430.48
6400	Gastos no Deducibles	C\$ 1,203.20
	Utilidad antes de impuesto	C\$ 563,055.71
	Impuesto de Renta	C\$ 168,916.71
	Utilidad neta	C\$ 394,139.00

Elaborado
Lic. Damaris Calero
Contador General

Revisado Por
Lic. Oscar Calero
Gerente Administrativo

Autorizado
Ing. Enrique Gustavo Largaespada
Presidente Junta Directiva

"NICACEL S.A"**BALANCE GENERAL PROYECTADO
AL 31 DICIEMBRE DEL 2015**

Nº Cuenta	Descripción de La Cuenta	Total C\$	Nº Cuenta	Descripción de La Cuenta	Total C\$
ACTIVOS			PASIVOS		
1	ACTIVOS CIRCULANTES	C\$ 1322,387.23	2		C\$ 712,407.64
1110	CAJA		2210	Retenciones x Pagar	C\$ 471,719.80
1120	BANCOS	C\$ 723,563.18	2211	Gastos Acumulados x pagar	C\$ 27,364.00
1130	CUENTAS POR COBRAR		2212	Otras cuentas x pagar	C\$ 147,308.91
1140	INVENTARIOS	C\$ 598,824.06	2214	Préstamo Bancario C/P	C\$ 66,014.93
1150	Anticipos S/Compra de Bienes y servicios				
12	ACTIVO FIJO	C\$ 405,731.76			
1201	Propiedad Planta y Equipo	C\$ 323,858.99	23	CAPITAL FIJO	C\$ -
1202	Depreciación acumulada	C\$ (11,174.77)			
13	ACTIVOS DIFERIDOS	C\$ 93,047.54			
14	OTROS ACTIVOS	C\$ 107,112.16	3	CAPITAL	
1401	IVA Acreditable	C\$ 93,131.45	3101	Enrique Gustavo Largaespada	C\$ 234,682.96
1402	Anticipos A IR	C\$ 13,980.71	3102	Amelia Ybarra Márquez	C\$ 100,000.00
			3103	Claudio Rosales Mendoza	C\$ 71,511.33
			3104	Utilidad o pérdida del ejercicio	C\$ 506,845.68
			3105	Utilidades Retenidas	C\$ 209,783.55
				Total Capital contable	C\$ 1122,823.52
	Total Activos	C\$ 1835,231.16		Total Pasivo +Capital	C\$ 1835,231.16

Elaborado
Lic. Damaris Calero
Contador General

Revisado Por
Lic. Oscar Calero
Gerente Administrativo

Autorizado
Ing. Enrique Gustavo Largaespada
Presidente Junta Directiva

"NICACEL S.A"

**ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDA PROYECTADO
DESDE EL 01 AL 31 DICIEMBRE 2015**

Nº de Cuenta	Descripción de Cuenta	Total C\$
4	INGRESOS	C\$ 1498,437.38
4100	Mantenimientos y Equipos	C\$ 1497,060.14
4101	Producto financiero	C\$ 1,377.23
5	COSTOS	C\$ 598,824.06
51	Costos de Venta M & S	C\$ 598,824.06
6	GASTOS	C\$ 175,548.07
6100	Gastos de Administración	C\$ 147,308.91
6200	Gastos de Operaciones	C\$ 27,364.00
6300	Gastos Financieros	C\$ 815.00
6400	Gastos no Deducibles	C\$ 60.16
	Utilidad antes de impuesto	C\$ 724,065.25
	Impuesto de Renta	C\$ 217,219.57
	Utilidad neta	C\$ 506,845.68

Elaborado
Lic. Damaris Calero
Contador General

Revisado Por
Lic. Oscar Calero
Gerente Administrativo

Autorizado
Ing. Enrique Gustavo Largaespada
Presidente Junta Directiva

NICACEL, S.A.
BALANCE GENERAL COMPARATIVO Y ANALISIS VERTICAL

PARTIDAS	31 DIC. 2015		31 DIC. 2014	
	MONTO	PORCENTAJ E	MONTO	PORCENTAJ E
ACTIVOS				
Caja y Bancos	C\$ 723,563.18	55%	C\$ 563,377.74	54%
Inventarios	C\$ 598,824.06	45%	C\$ 479,059.25	46%
TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE	C\$ 1322,387.24	100%	C\$ 1042,436.99	100%
Terreno y edificio neto	C\$ 312,684.22	100%	C\$ 313,700.11	100%
TOTAL DE ACTIVO FIJO	C\$ 312,684.22	100%	C\$ 313,700.11	100%
Activos Diferidos	C\$ 93,047.54		C\$ 93,047.54	
Otros activos	C\$ 107,112.16		C\$ 117,460.10	
TOTAL DE ACTIVO	C\$ 1835,231.16		C\$ 1566,644.74	
PASIVO Y CAPITAL				
Retenciones x Pagar	C\$ 471,719.80	66%	C\$ 372,516.89	71%
Gastos Acumulados x pagar	C\$ 27,364.00	4%	C\$ 27,364.00	5%
Otras cuentas x pagar	C\$ 147,308.91	21%	C\$ 127,847.13	24%
Préstamo Bancario C/P	C\$ 66,014.93	9%	C\$ -	0%
TOTAL PASIVO CIRCULANTE	C\$ 712,407.64	100%	C\$ 527,728.02	100%
Documentos por pagar	C\$ -		C\$ -	
Hipotecas por pagar	C\$ -		C\$ -	
TOTAL DE PASIVO A LARGO PLAZO	C\$ -		C\$ -	
TOTAL PASIVO	C\$ 712,407.64		C\$ 527,728.02	
Capital acciones	C\$ 406,194.29	36%	C\$ 406,194.29	39%
Utilidades retenidas	C\$ 209,783.55	19%	C\$ 238,583.43	23%
Utilidades del ejercicio	C\$ 506,845.68	45%	C\$ 394,139.00	38%
TOTAL CAPITAL CONTABLE	C\$ 1122,823.52	100%	C\$ 1038,916.72	100%
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	C\$ 1835,231.16		C\$ 1566,644.74	

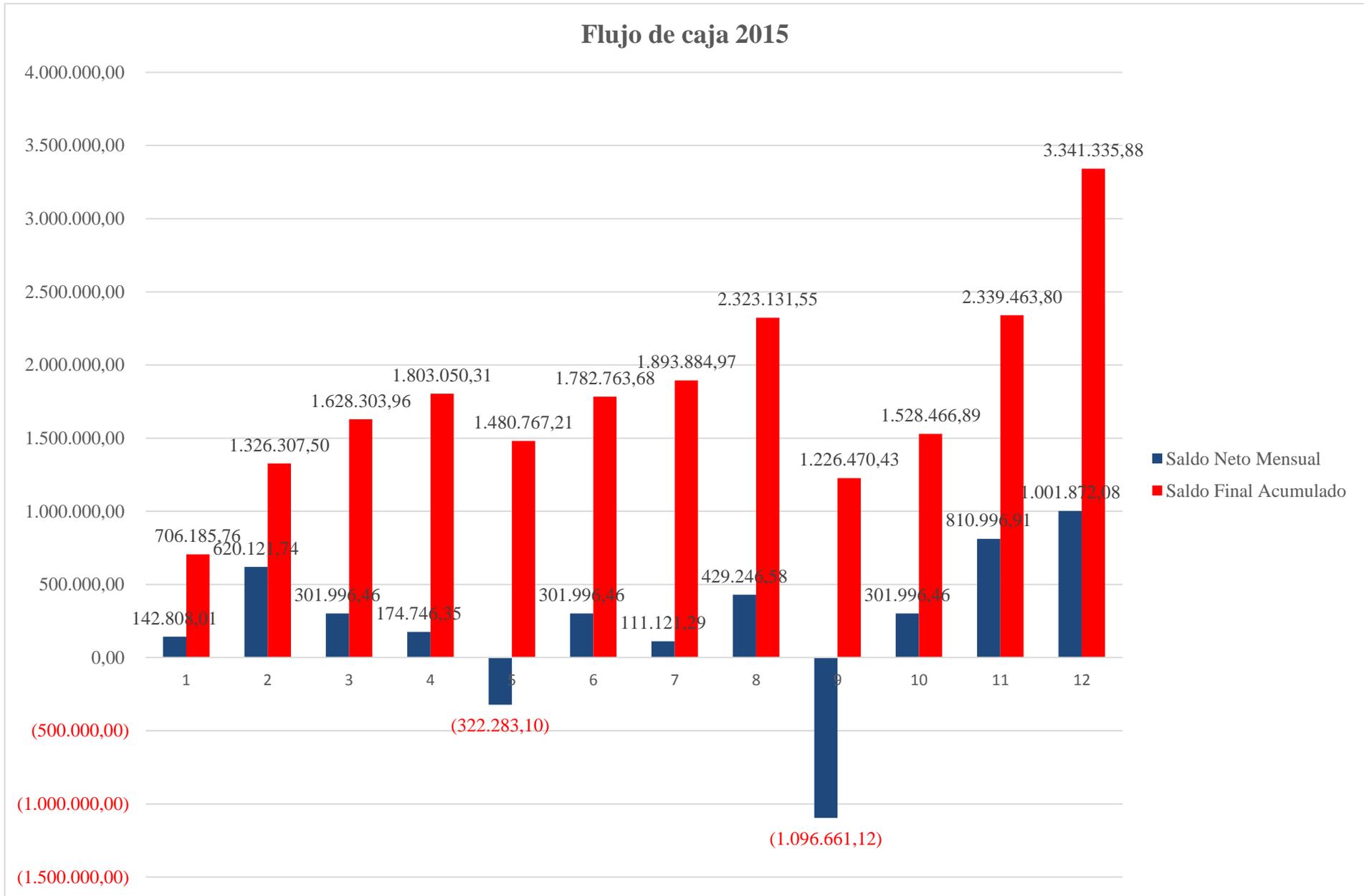
NICACEL, S.A.

ESTADO DE RESULTADO COMPARATIVO Y ANALISIS VERTICAL

PARTIDAS	31 DICIEMBRE 2015		31 DICIEMBRE 2014	
	MONTO	PORCENTAJE	MONTO	PORCENTAJE
Ventas netas	C\$ 1497,060.14	100.00	C\$ 1197,648.12	100.00
Costos de ventas	C\$ 598,824.06 (-)	40.00	C\$ 479,059.25 (-)	40.00 (-)
UTILIDAD BRUTA	C\$ 898,236.08	60.00	C\$ 718,588.87	60.00
Gastos de Operación	C\$ 27,364.00	15.67	C\$ 27,364.00	17.63
Gastos de administración	C\$ 147,308.91	84.33	C\$ 127,847.13	82.37
Total gastos de operación	C\$ 174,672.91 (-)	100.00 (-)	C\$ 155,211.13 (-)	100.00 (-)
UTILIDAD DE OPERACIÓN	C\$ 723,563.17		C\$ 563,377.74	
Gastos financieros	C\$ 815.00 (-)	0.11 (-)	C\$ 430.48 (-)	0.08 (-)
Otros gastos	C\$ 60.16 (-)	0.01 (-)	C\$ 1,203.20 (-)	0.21 (-)
Otros ingresos	C\$ 1,377.23 (+)	99.88 (+)	C\$ 1,311.65 (+)	99.71 (+)
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	C\$ 724,065.24	100.00	C\$ 563,055.71	100.00
Impuesto de renta	C\$ 217,219.57 (-)	14.51 (-)	C\$ 168,916.71 (-)	14.10 (-)
UTILIDAD NETA	C\$ 506,845.67	85.49	C\$ 394,139.00	85.90

Elaborado por:
Damaris Calero

Anexo:13



Fuente: elaboración propia