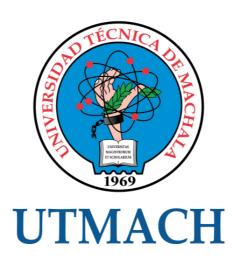


UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

LOS TIPOS DE INVERSIÓN Y LA DEMANDA DE EQUIPOS DE AUDIO EN ÉPOCAS ESTACIONALES EN LA EMPRESA AMERICAN ELECTRONIC.

FERNANDEZ AGUILAR JORGE LUIS INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

> MACHALA 2018

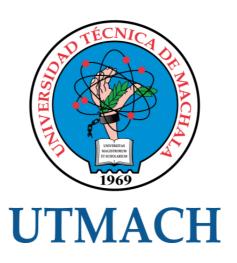


UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

LOS TIPOS DE INVERSIÓN Y LA DEMANDA DE EQUIPOS DE AUDIO EN ÉPOCAS ESTACIONALES EN LA EMPRESA AMERICAN ELECTRONIC.

FERNANDEZ AGUILAR JORGE LUIS
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

MACHALA 2018



UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EXAMEN COMPLEXIVO

LOS TIPOS DE INVERSIÓN Y LA DEMANDA DE EQUIPOS DE AUDIO EN ÉPOCAS ESTACIONALES EN LA EMPRESA AMERICAN ELECTRONIC.

FERNANDEZ AGUILAR JORGE LUIS
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MOSQUERA MALDONADO SYLVIA JACQUELINE

MACHALA, 16 DE ENERO DE 2018

MACHALA 16 de enero de 2018

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado LOS TIPOS DE INVERSIÓN Y LA DEMANDA DE EQUIPOS DE AUDIO EN ÉPOCAS ESTACIONALES EN LA EMPRESA AMERICAN ELECTRONIC., hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.

MOSQUERA MALDONADO SYLVIA JACQUELINE 0701278129

TUTOR - ESPECIALISTA 1

SERRANO ORELLANA BILL JONATHAN 0703529842 ESPECIALISTA 2

PULLA CARRION EDUARDO VINICIO 1103503809 ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: martes 16 de enero de 2018 - 15:26



Urkund Analysis Result

Analysed Document: FERNANDEZ AGUILAR JORGE LUIS_PT-011017.pdf (D33918079)

Submitted: 12/18/2017 1:42:00 AM

Submitted By: titulacion_sv1@utmachala.edu.ec

Significance: 3 %

Sources included in the report:

http://evaluacion-proyectos-b5.blogspot.com/p/unidad-4.html http://evaluacion-proyecto-b4.blogspot.mx/2012/04/cuestionario-unidad-4.html

Instances where selected sources appear:

8

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, FERNANDEZ AGUILAR JORGE LUIS, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado LOS TIPOS DE INVERSIÓN Y LA DEMANDA DE EQUIPOS DE AUDIO EN ÉPOCAS ESTACIONALES EN LA EMPRESA AMERICAN ELECTRONIC., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las dispociones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 16 de enero de 2018

FERNANDEZ AGUILAR JORGE LUIS

0704/716091

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento principalmente a Dios el cual me brindó vida y salud para cumplir esta meta en mi formación académica y fortalecer mi espíritu para empezar este camino de éxito.

Así mismo quiero agradecer a mis padres y mi señora esposa que estuvieron presentes en la realización de este sueño, por alentarme en el momento preciso con palabras de aliento, a mis hijos por ser el motor de arranque para llegar a cumplir esta meta tan anhelada.

Quiero agradecer a la Universidad Técnica de Machala por abrirme las puertas de su institución y ser parte de ella y poder formarme en la Unidad Académica de Ciencias Empresariales en la que me forme como profesional, a mi tutora de proyecto ing. Sylvia Mosquera Maldonado, quien con su conocimiento y su guía fue posible desarrollar este trabajo.

Y para culminar a mis compañeros de aula que a través del tiempo fuimos fortaleciendo una amistad verdadera, muchas gracias por su colaboración, por compartir sus experiencias, alegrías, llantos, tristezas y más factores que ayudaron a que hoy seamos una familia, por aportar conocimientos en este largo caminar que hoy hemos llegado su fin. Muchas gracias.

Jorge Luis Fernández

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedico a Dios, por haberme brindado todas las fuerzas, fe y por haberme permitido llegar a este momento de mi formación profesional. A mis padres, por ser quienes siempre han sido mi brazo derecho y mi apoyo incondicional, porque ellos han sido el pilar importante para mi formación personal, ya que siempre me han inculcaron valores y mucha inclinación por Dios. A mi Esposa, por ser ella mi compañera, mi complemento y mi mejor consejera, por estar con migo en todos los momentos de mi vida. Y a mis Adorados hijos, porque ellos son mi razón de ser y por quienes lucho día a día, por ser un buen padre para ellos, ya que son mi vida.

Jorge Luis Fernández

RESUMEN

El presente trabajo de investigación está enfocado en identificar los tipos de inversión que se

pueden emplear en una empresa (por su naturaleza, por el tiempo y por la rentabilidad).

American Electronic, ha incurrido a obtener inversiones por su naturaleza de tipo Financiero,

con la finalidad de brindar mejoras en sus servicios. American Electronic incrementa sus

ventas en un 60%, por lo general, en las épocas estacionarias de navidad y fin de año; la

eficiencia con la que se planifica mantener inventarios óptimos de acuerdo a la demanda

proyectada en épocas estacionarias de mayor actividad económica.

Palabras claves: Demanda, inversiones, cliente, inventario, comercializar.

ABSTRACT

The present research work is focused on identifying the types of investment that can be used

in a company (by its nature, by time and by profitability). American Electronic has incurred

to obtain investments due to its financial nature, with the purpose of offering improvements in

its services. American Electronic increases its sales by 60%, usually in the stationary seasons

of Christmas and New Year; the efficiency with which it is planned to maintain optimal

inventories according to the projected demand in stationary periods of greater economic

activity.

Keywords: Demand, investments, customer, inventory, market.

INDICE

Contenido	
AGRADECIMIENTO	i
DEDICATORIA	ii
RESUMEN	iii
LISTA DE TABLAS	V
a)	V
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	5
ÍNDICE DE CUADRO	5
INTRODUCCIÓN	6
DESARROLLO	8
1. Generalidades del caso de Estudio	8
1.1. Antecedente	8
1.2. Inversión	9
1.3. Demanda en épocas estacionarias	10
2. Caso de Estudio	11
2.1. Problema	
2.2. Hipótesis	12
2.3. Objetivos	12
2.4. Preguntas del Caso.	12
2.5. Solución del Caso.	13
CONCLUSIONES.	19
RECOMENDACIONES	20
BIBLIOGRAFÍA	21
ANEYOS	23

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Inversión Cooperativa Jep
Tabla 2: Ventas Estacionarias American Electronic17
Tabla 3: Cuestionario para Entrevista26
Tabla 4: Inversión Cooperativa Jep
Tabla 5: Ventas Netas de American Electronic
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Ilustración 1: Tipos de Inversión
Ilustración 1: Tipos de Inversión
Ilustración 1: Tipos de Inversión
Ilustración 1: Tipos de Inversión.10Ilustración 2: Estrategias de Marketing.12Ilustración 3: Dirección Tributaria.24
Ilustración 1: Tipos de Inversión.10Ilustración 2: Estrategias de Marketing.12Ilustración 3: Dirección Tributaria.24
Ilustración 1: Tipos de Inversión.10Ilustración 2: Estrategias de Marketing.12Ilustración 3: Dirección Tributaria.24
Ilustración 1: Tipos de Inversión.10Ilustración 2: Estrategias de Marketing.12Ilustración 3: Dirección Tributaria.24

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se ha desarrollado con la temática de "Los tipos de inversión y la demanda de equipos de audio en épocas estacionales de la empresa American Electronic". En cualquier lugar del mundo que nos encontramos con productos elaborados por el hombre y para el hombre tales como, vestimenta, alimentos hasta los modernos equipos de audio antes de salir al mercado fueron sujetos a diversas controles de calidad con el fin de principal del satisfacer las necesidades del ser humano, después de esto alguien decidió producir en masa realizando una inversión económica.

Una decisión en cuanto a invertir no puede ser tomada empíricamente por una persona sino hay que tener en cuenta el medio donde nos encontramos, la situación, no se puede hablar de una inversión que guie a realizar inversiones de este tipo, tienen que analizar los distintos antecedentes.

En la ciudad de Machala hay diversos tipos de negocios que realizan varios tipos de inversión pero, el problema de la gran parte de estas empresas es que no administran correctamente las inversiones.

La problemática de esta investigación radica en desconocer los tipos de inversión, el monto óptimo a invertir y la demanda en épocas estacionarias de equipos de Audio.

Objetivo General

Identificar los tipos de inversión y demanda en los equipos de audio en épocas estacionales de la empresa American Electronic.

Objetivos Específicos

- Conocer los tipos de inversión en las épocas estacionarias en la empresa American Electronic
- Determinar el monto óptimo para invertir en efectivo para analizar la inversión de la empresa.
 - · Identificar las temporadas de mayor demanda de los equipos de audio de American Electronic.

Este estudio se ha realizado mediante el enfoque mixto de la investigación; en su desarrollo se ha considerado la etapa de perfeccionamiento de los antecedentes nacionales y locales recabando datos cualitativos mediante fuentes secundarias, obteniendo datos del gobierno, revistas, noticias de hechos y casos en cuanto se refiere a Inversiones, además de realizar una entrevista ya que esta es "utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos" (Díaz Bravo, Torruco García, Martínez Hernández, & Varela Ruiz, 2013).

Seguidamente, se fundamenta conceptualmente las variables dependientes (tipos de inversión y demanda), e independiente (épocas estacionarias). Los datos obtenidos mediante el enfoque anterior, servirán para cimentar en base a la perspectiva cuantitativa con la interpretación y análisis del caso en la empresa American Electronic.

La empresa ha incurrido a inversiones con la finalidad de obtener mejoras y brindar un buen servicio a su distinguida clientela, además esta, tiene mayor demanda en la venta de sus productos en fechas estacionarias tales como navidad y fin de año. La empresa debe planear un eficiente plan de marketing que permita ampliar la cartera de clientes y mantenerlos leales a sus marcas y servicios. A más de planificar y administrar de manera eficiente las inversiones que deban realizarse para gestionar las mejoras que necesite American Electronic.

DESARROLLO

1. Generalidades del caso de Estudio

2.

1.1. Antecedente

Según el (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2017), Ecuador tiene una economía dolarizada, con una tasa anual del 7% de incremento en el PIB, lo que implica que grandes empresas (CBC, Arca, Petra Foods, Surpapel, Great Wall, Coca-Cola, Chevrolet, Mc Donald's, HP, Samsung, entre otras) hayan invertido en nuestro país; además, el Gobierno Nacional ha tenido la iniciativa de incentivar a emprendimientos de la inversión productiva, que promueva a la innovación tecnológica y genere empleo en la sociedad.

Según (León Serrano, 2017) la ciudad de Machala es un lugar propicio para invertir, la aptitud emprendedora de sus habitantes, ha generado que las empresas se segmenten en el 96% en Mi Pymes y el restante 4% sean Pymes. El Ing. Darwin Rambay Salinas aposto por invertir en un negocio dedicado a ofrecer servicios de instalación, mantenimiento y reparación de radio y televisores, iniciando su actividad económica el 26 de mayo del 2004, en la Dirección Boyacá S/N entre Buenavista y Napoleón Mera. Actualmente esta pequeña empresa ha acogido clientes destacados ya que se ha incrementado la actividad de venta de equipos de audio.

La demanda del mercado, actualmente requiere de mucha responsabilidad, ya que cada vez es mas rigurosa con relacion a que el oferente brinde altos indices de calidad, tecnologia y competitividad. La demanda se relaciona estrechamente con el manejo de inventarios, ya que de esto depente si se da un servicio eficiente y oportuno a los clientes (Coca Carasila, 2011). American Electronic es una MiPyme que en sus inicio empezo reparando equipos de audio y sonido, viendo la necesidad de sus clientes, su propietario incremento su actividad economica a la venta de equipos de audio y sonido.

1.2. Inversión

En la inversión se deben emplear un plan de estrategias de inversión, para captar las

diferentes oportunidades que se vayan presentando, ya que el comportamiento de una

inversión se relaciona con el comportamiento de ventas, de las utilidades, los costos de

financiamiento, liquidez, apoyo gubernamental, sistemas de información y las expectativas

que se tenga. (Taquía Gutiérrez, 2015).

La naturaleza de la inversión conlleva a diferenciar los tipos de inversión que permitan

reflejar resultados favorables, por lo que hay que evaluarlos y compararlos, resaltando la

rentabilidad y la recuperación en el trascurso del tiempo (Márquez Díaz & Castro M., 2015).

Es importante destacar herramientas que pueden facilitar esta evaluación basándose en los

flujos de efectivo de la empresa. (Álvarez Echeverría, López Sarabia, & Venegas-Martínez,

2012)

Ilustración 1: Tipos de Inversión

Fuente: (Baca Urbina, 2010)

Precisamente, la inversión aborda criterios de valoración y representan activos adquiridos a

entidades financieras, filiares, mutuales, bancarias, etc., la finalidad de esta es incrementar la

rentabilidad o riqueza económica a consecuencia de una eficiente administración. Al

momento de recurrir a una inversión se debe estudiar la rentabilidad que se va a tener en el

futuro, la tasa de interés y el costo de inversión, para tomar las decisiones eficientes (Toro,

Ledezma, & Willmer, 2015).

Los clientes de una empresa representan una herramienta muy importante y las empresas

deben conocer y estudiar qué es lo que los clientes esperan, necesitan o prefieren, hay que

recordar que un servicio de calidad y optimo no pasa desapercibido por los clientes. Las

empresas cuidan mucho a sus clientes ya que a estos son considerados como elementos

claves para generar mucha ventaja competitiva y diferenciación de la competencia (Sánchez

García, 2011).

1.3. Demanda en épocas estacionarias

El comportamiento del comercio se ve relacionado con categorías tales como las que

incrementan la demanda en ciertos periodos mientras, que otras empresas reducen su

volumen de ventas. Dicha conducta representa una oportunidad ya que muchos consumidores

tienen preferencias por adquirir ciertos productos.

En el año 2016, durante el cuarto trimestre, se evidencio un aumento en el gasto del consumo

final, índice que se espera que suceda en este año. En estas temporadas los clientes esperan

que los oferentes brinden promociones, razón por la cual los consumidores esperan las fechas

promocionales de Black Friday, siendo esto el inicio de una temporada que muchos

comerciantes esperan (Zambrano, 2017). Es importante que las empresas manejen un plan de

marketing para poder sobrellevar las temporadas de mayor demanda.

Ilustración 2: Estrategias de Marketing

Fuente: (Farías Nazel, 2014)

Las estrategias de marketing son aquellas que se ven reflejadas en las ventas y en la

satisfacción de los clientes. En el proceso de compra de un cliente está en el cliente prospecto

que es aquel que es el posible cliente, cuando este ya realice su primer compra se transforma

en cliente de la empresa, y de la empresa depende que este cliente se mantenga fiel a sus

servicios, un cliente satisfecho recomiende los servicios que se ofertan (Moliner Velázquez

& Berenguer Contrí, 2011).

En épocas de incremento económico, las empresas desarrollan actividades en relación a la

mejora productiva y de servicio para aprovechar la oportunidad de crecimiento, y es cuando

se opta para invertir y generar estrategias que logren alcanzar los objetivos en función a la

visión y misión de la empresa (de Matias Batalla, 2016).

2. Caso de Estudio

2.1. Problema

Conocer los fundamentos de inversión eficiente y la demanda en épocas estacionales de equipos de audio de la empresa American Electronic.

Este problema está conformado por la variable dependiente (inversión eficiente y demanda), y la variable independiente (épocas estacionales)

2.2. Hipótesis

- · Desconocer los fundamentos de la inversión (tipos, cantidad optima de invertir)
- Determinar el monto óptimo para invertir en efectivo para analizar la inversión de la empresa.
- · Afrontar las épocas estacionales de la demanda de equipos de audio.

2.3. Objetivos

General:	Específicos:
Identificar los diferentes tipos de inversión y demanda en los equipos de audio en épocas estacionales de la empresa American Electronic.	 Conocer los tipos de inversión en las épocas estacionarias en la empresa American Electronic Determinar el monto óptimo para invertir en efectivo para analizar la inversión de la empresa. Identificar las temporadas de mayor demanda de los equipos de audio de American Electronic.

2.4. Preguntas del Caso

- ¿Cuál es la diferencia entre los diferentes tipos de inversiones y en que consiste cada uno?
- ¿Cuáles son los factores de costos que influyen en el cálculo del monto óptimo para invertir en efectivo?
- · ¿Cuáles son las variables que influyen en la determinación de la inversión óptima en cuentas por cobrar?
- ¿Qué efectos tiene la estacionalidad en las ventas sobre la inversión en capital de trabajo?
- · Entrevista a propietario de American Electronic

2.5. Solución del Caso

a) Tipos de inversion

(Baca Urbina, 2010) sostiene que existen dos tipos de inversion: Inversion Fija e Inversion Diferida, los mismos que son necesarios para iniciar las funciones de la empresa. La diferencia entre estos dos tipos de inversion esta dada por sus activos, ya que el de inversion fija se trata de los activos tangibles, aquellos que son bienes propiedad de los cuales la empresa no puede desasir de ellos facilmente; mientras, que la inversion Diferida comprende a los activos intangibles, que proyectan mejorar el presente o futuro de la empresa.

American Electronic ha incurrido a inversiones diferida para mejorar sus procesos de operación en la cooperativa Jep por un monto aproximado de \$50.000,00, con una tasa de interés efectiva y nominal del 20% duradero a 3 años con la finalidad de incrementar sus ventas, de manera que han podido mejorar la atención a su distinguida clientela. American Electronic ha segmentado a sus clientes en consumidor final y distribuidores.

Tabla 1: Inversión Cooperativa Jep.

Cuota No.	Abono Capital	Interés	Seguro Desg.	Cuota	Saldo
1	15,000.00	9,000.00	449.28	24,449.28	45,000.00
2	15,000.00	6,000.00	299.52	21,299.52	30,000.00
3	15,000.00	3,000.00	149.76	18,149.76	15,000.00
TOTAL	45000.00	18000.00	898.56	63898.56	0.00

Fuente: American Electronic

b) Monto óptimo para invertir en efectivo

Los factores de costos que influyen en el cálculo del monto óptimo para invertir en efectivo son los rubros que conforma el activo circulante (valores e inversiones). Las empresas deben tener efectivo para confrontar los diferentes situaciones que se puedan presentar, es decir, que necesitan mantener un efectivo disponible, que le permitan solventar gastos, contingencias e incluso aprovechar oportunidades de oferta de materia prima.

Para calcular el dinero que se debe tener disponible existen varios modelos tales como Modelo Baumol, es el más determinante y preciso, ya que calcula con exactitud las fechas y la cantidad necesaria del efectivo; con esto, se podrá proyectar la inversión a rentabilidad, plazos y liquidez. Para el cálculo de la cantidad óptima para solicitar el monto de una inversión:

Cuadro 1: Inversión óptima de efectivo

Cuauro 1. Inversion optima de electivo					
Cantidad optima	Numero	de	Saldo	prom.	Costo de mantener saldo efectivo
	Transfere	enci	Efectivo		
	as				
Cantidad optima que	se necesita				

Monto de Transacciones que tendrá la empresa (demanda total)

Interés de la inversión

Costo de solicitud de la inversión

Numero de Transferencias

Saldo promedio de efectivo

Costo de mantener el efectivo

Costo de oportunidad

Costo de transferencias comerciales

Fuente: El Autor

Este resultado indica que American Electronic, deberá invertir \$ 43.925,44, se necesitan 3,66 veces (3 años 7 meses) realizar transacciones de pago; la empresa dejara de ganar \$ 366,05 por mantener el saldo del efectivo, y el costo del valor de las cuentas de efectivo es 366, por lo tanto el costo por mantener el efectivo es \$ 732,05.

c) Inversión optima por Cuentas por cobrar

Las variables que influyen en la determinación de una inversión óptima en relación a las cuentas por cobrar, son las ventas anuales y el periodo promedio de recuperación. Ciertamente cuando una empresa decide vender sus productos a crédito, necesitara tener una inversión que le permitan mantener las condiciones de crédito, es decir, una inversión que le admita operar mientas el periodo promedio de cuentas por cobrar recupera el capital.

La inversión adecuada en relación a las cuentas por cobrar es , ya que el 75% de las ventas de American Electronic son a crédito.

d) Efectos de estacionalidad y capital de trabajo

La estacionalidad de las ventas se refiere a los distintos periodos durante el año y que sufren alguna variación notable. Las variaciones en las ventas pueden ser favorables como desfavorables, es decir pueda que sean ventas abundantes y en otros casos escasos. Estos periodos se deben prever, ya que en el caso de que existan abundantes ventas, será necesario abastecer el inventario, personal de temporadas, etc. y en el caso de que se pronostique un difícil de la demanda, sería preciso que se reduzcan los gastos e inversiones (Baca Urbina, 2010).

Cabe recalcar, que la estacionalidad no es lo mismo que decir temporadas de navidad, fin de año, carnaval, etc., sino que se refiere a las ventas que se generen en estación se sequia (verano) y estación húmeda (invierno). Según pero según su propietario Ing. Darwin Rambay, supo indicar que durante carnaval, navidad y fin de año las ventas incrementan.

Tabla 2: Ventas Estacionarias American Electronic

ESTACION HUMEDA (INVIERNO)	ENERO	5.323,000	14%
	FEBRERO	15.829,000	41%
	MARZO	5.855,300	15%
	ABRIL	5.589,150	14%
	MAYO	6.089,512	16%
TOTAL		38.685,962	100%
ESTACION SECA (VERANO)	JUNIO	6.148,065	5%
	JULIO	5.482,690	4%
	AGOSTO	5.535,920	5%
	SEPTIEMBRE	6.332,507	5%
	OCTUBRE	6.440,830	5%
	NOVIEMBRE	7.084,913	6%
	DICIEMBRE	85.076,110	70%
TOTAL		122.101,035	100%

Fuente: El Autor.

Las ventas en la estación húmeda (invierno) son de \$ 38.685,96 siendo en febrero la época de mayores ventas, mes que pertenece a una temporada que genera gran demanda del 41% de los equipos de audio, por otro lado, en el mes de enero y abril se genera las ventas de mayor preocupación ya que estas son del 14%; Las ventas en la estación seca (verano) son \$ 122.101,04 de los cuales el 70% de las ventas pertenecen a la temporada de navidad y Fin de año.

e) Entrevista

American Electronic, está dedicada a reparar y vender equipos de audios y en vista que ha necesitado mejorar sus procesos ha incurrido a inversiones de tipo diferida, por el monto de \$ 45.000,00 por el plazo de 3 años para abastecerse de inventarios y gastos administrativos; la empresa ha buscado tener una cartera de proveedores importadores, permitiendo que la empresa tenga ventaja competitiva en calidad y precio. Entre los proveedores que mantiene la empresa están LG Ecuador, Pro sonido Ecuador, Eckmusic, entre otras.

La empresa dirige a clientes finales y distribuidores de equipos de audio. La época estacional en la que mayor ventas tienen es en Verano (estación seca), ya que esta se compone de diferentes temporadas tales como navidad y fin de año.

American Electronic utilizan la red social Facebook para mantener informado a sus clientes, en la que publica promociones, descuentos, y los productos y servicios que ofrecen a sus consumidores. Esta empresa ofrece a sus clientes la venta de parlantes, cajas, potencias, controladores, mescladores, cámaras de humo, consolas, artículos y accesorios de equipos de audio.

Resumiendo, la inversión es importante para las empresas, ya que le permite transformar la situación o la realidad económica, dinamizando los diferentes procesos administrativos que representan una mejora continua en el servicio que se ofrece a los clientes. Las empresas deben aprovechar las ventajas de las redes sociales, tales como Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, etc. Para logar captar clientes potenciales e informen de los productos y servicios, descuentos, promociones, eventos que atraigan y diferencie a la empresa de su competencia.

CONCLUSIONES

En el desarrollo de este trabajo se busca identificar el tipo de inversión de la empresa y determinar 1 demanda de los equipos de audios en épocas estacionales de la empresa American Electronic, en virtud a ello se concluye lo siguiente:

- American Electronic ha empleado una inversión de 45000 en la cooperativa Jep, con una tasa de interés del 20% pagadero en 3 años. Esto se complementa con el cálculo que se refiere al monto óptimo de inversión de efectivo resultando que es el efectivo que se requiere para que la empresa continúe con sus operaciones y mejoras, este monto debe ser cubierto en el plazo de 3 años 7 meses. Por mantener este efectivo, American Electronic gasta \$ 366,05, mientas que el costo total por mantener esta inversión es de .
- De acuerdo la demanda de American Electronic, tiene como política que el 75% de las ventas sean a crédito; por lo tanto la inversión por las cuentas por cobrar es de . Esto provoca que la empresa cuente con poco efectivo para sus operaciones.
- La época estacional en que más demanda tiene la empresa es en la estación seca (invierno), la misma que aumenta notablemente sus ventas en el mes de diciembre por la temporada de navidad y fin de año.

RECOMENDACIONES

- American Electronic debe Gestionar adecuadamente la inversión financiera, considerando las mejoras de calidad en el servicio, procurando atender los requerimientos y necesidades de sus clientes.
- Diseñar un plan estratégico para mejorar las ventas en épocas estacionales difíciles, es decir en estaciones que se vende poco y aumentar la rentabilidad de la empresa. Además debe analizar las políticas de créditos de venta, ya que la empresa trabaja en función a la cartera que se va recuperando.
 - Incorporar un plan de Marketing, que permitan aumentar las ventas épocas estacionarias, ya que la empresa solo utiliza la red social Facebook, pudiendo usar demás medios para tener mayor interacción y conexión con los clientes potenciales y reales, de manera que sus ventas no solo incrementen sus ventas en fechas como carnaval, navidad y fin de año, sino en todas las épocas estacionarias del año.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Echeverría, F. A., López Sarabia, P., & Venegas- Martínez, F. (julio-septiembre de 2012). Valuación financiera de proyectos de inversión en nuevas tecnologías con opciones reales. *Contaduría y Administración*, *57*(3), 119.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluacion de Proyectos* (Sexta ed.). (P. E. Vázquez, Ed.) Mexico.
- Coca Carasila, A. M. (julio-diciembre de 2011). La demanda. Una perspectivsa de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones. (U. C. Pablo, Ed.) PERSPECTIVAS(28), 176.
- de Matias Batalla, D. (2016). FACTORES CLAVE DE LAS INVERSIONES
 GRENFIELD INVESTMENT ESPAÑOLAS: TRANSFERENCIA
 INTERNACIONAL DE ACTIVIDADES DE I+D". Revista Galega de Economía,
 25(2), 41-61.
- Díaz Bravo, L., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., & Varela Ruiz, M. (julio-septiembre de 2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, *2*(7), 163.
- Facebook/ElectronicAmerican. (2017). Facebook.
- Farías Nazel, P. (enero-junio de 2014). Estrategias de marketing utilizadas por las empresas chilenas para incrementar el valor de los clientes. *Cuadernos de Administración*, 30(51), 10.

- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2017). *PRO ECUADOR*. (P. ECUADOR, Editor, & P. ECUADOR, Productor) Recuperado el 08 de 12 de 2017, de https://www.proecuador.gob.ec/porqueinvertir1/
- León Serrano, L. A. (17 de 07 de 2017). Equidad de género, características y comportamiento emprendedor de los comerciantes del cantón Machala, Ecuador. *Revista Espacios*, 38(52), 2.
- Márquez Díaz, C. L., & Castro M., J. F. (2015). Uso del Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Relación Beneficio-Costo en la Evaluación Financiera de un Programa de Vacunación de Fiebre Aftosa en el estado Yaracuy, Venezuela. *Revista de la Facultad de Ciencias*, *56*(1), 58-61.
- Moliner Velázquez, B., & Berenguer Contrí, G. (enero-junio de 2011). El efecto de la satisfacción del cliente en la lealtad: aplicación en establecimientos minoristas. *Cuadernos de Administración*, *24*(42).
- Rankia Argentina. (11 de 07 de 2013). *Rankia Argentina*. (E. Inversor, Editor, & E. Inversor, Productor) Recuperado el 2017 de 12 de 08, de Rankia Argentina: https://www.rankia.com.ar/blog/asesor-personal-inversiones/1885450-clasific acion-inversiones
- Sánchez García, I. (2011). ¿Por qué algunos clientes satisfechos desean cambiar de proveedor? *Universia Business Review*(31), 12-41.
- Servicio de Rentas Internas. (2017). SRI. Obtenido de www.sri.gob.ec
- Taquía Gutiérrez, J. A. (enero-diciembre de 2015). Retail marketing para desarrollar mercados emergentes. *Ingeniería Industrial*(33), 139.
- Toro, S. M., Ledezma, J. E., & Willmer, J. (enero-diciembre de 2015). Modelo de evaluación de proyectos de inversión en condiciones de riesgo para apertura de programas de pregrado en instituciones de educación superior de Colombia: caso de estudio. *Ingeniería Industrial*(33), 103.
- Zambrano, L. (23 de Octubre de 2017). *Expreso*. Obtenido de Expreso: http://www.expreso.ec/economia/comercio-navidad-proyecciones-compras-ec uador-CH1786114