

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



TEMA

“ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA LAS EMPRESAS QUE OFERTAN FRUTAS Y
VERDURAS A INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES DE LA RED DE SALUD”.

Trabajo de Investigación presentado por:

Peralta Castaneda Elí Esequías

Pichinte Castillo Lucia Nathaly

Sibrián Henríquez Sandra Beatriz

Para optar al grado de:

LICENCIADO EN CONTADURÍA PÚBLICA

Agosto del 2015

San Salvador, El Salvador, Centro América

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector	:	Ingeniero Mario Roberto Nieto Lovo.
Secretaria	:	Doctora Ana Leticia Zavaleta de Amaya
Decano de La Facultad de Ciencias Económicas	:	Licenciado Roger Armando Arias Alvarado
Secretario de La Facultad de Ciencias Económicas	:	Máster José Ciriaco Gutiérrez Contreras.
Directora de La Escuela de Contaduría Pública	:	Licenciada María Margarita de Jesús Martínez Mendoza de Hernández.
Coordinador de Seminario	:	Licenciado Mauricio Ernesto Magaña Menéndez.
Asesor Director	:	Licenciado Jonny Francisco Mercado Carrillo.
Jurado Examinador	:	Licenciado Nelson Adalberto Barahona Escoto.
	:	Licenciado Mauricio Ernesto Magaña Menéndez.
	:	Licenciado Jonny Francisco Mercado Carrillo.

AGOSTO 2015

San Salvador, El Salvador, Centro América

AGRADECIMIENTOS

A Dios todopoderoso que me permitió culminar un paso importante en mi vida guiándome e iluminándome, siempre con infinito amor y misericordia. **Mis padres** Roque Belarmino Peralta Alvarado y Elsa Castaneda Ramírez que con inmenso y valiente esfuerzo me ayudaron a cumplir mi sueño, quienes además en los momentos difíciles me han fortalecido con su incondicional apoyo y consejo, **A mis hermanos** que siempre me acompañaron en cada momento. **A mi amada compañera de vida** Flor de María Rivera Hernández quien me ha brindado su amor, comprensión, apoyo, consejos y animo en momentos difíciles, por siempre cuidarme y amarme. **A mis compañeros de tesis** por apoyarme y ayudarme a realizar este gran esfuerzo para finalizar mi carrera. **A nuestros asesores de tesis y catedráticos** que me brindaron el conocimiento necesario para poder finiquitar tan exigente carrera y por ser un ejemplo a seguir como profesionales de la contaduría pública.

Eli Esequías Peralta Castaneda

Agradezco a Dios por ser mi fuente de inspiración, mi fuerza y la esencia de mi vida, quien me ha acompañado en todo el proceso de mi aprendizaje académico y hoy me permite culminarlo, **a mis Padres Víctor Manuel Pichinte y Lucía del Carmen Castillo**, quienes se empeñaron en diseñar en mí lo que ahora soy, por ser la cobertura que me guiaba y apoyaba en mis estudios, por crear en mí el deseo de superación, **a mi hermana querida Sulma Haty Pichinte** a quien admiro y respeto, siendo una pieza clave en mi formación, por ser mi brazo fuerte y darme su ayuda incondicional en toda mi vida, **a mi esposo amado José Miguel Valencia**, quien me ha brindado su amor, su comprensión, paciencia y animo en todos mis estudios, por cuidarme y amarme como lo haces, **a mis amigos** por darme palabras de aliento en cada paso de mis estudios, **a nuestros asesores de tesis y catedráticos** que nos brindaron el conocimiento necesario para culminar este paso importante de nuestras vidas profesionales. Doy Gloria a Dios por todo ello.

Lucía Nathaly Pichinte Castillo

A Dios todo poderoso, por brindarme la sabiduría necesaria, para culminar con éxito mi carrera, **a mis padres, Juana de Sibrián, Huriel Sibrián, Rosario Medrano, y demás familiares y amigos(as)** quienes en todo momento me han apoyado con sus consejos y cariño, motivándome siempre para seguir adelante; y a todas las personas que estuvieron siempre cerca escuchándome, brindándome toda la comprensión y apoyo a lo largo de mi carrera. **A mis compañeros de trabajo de graduación** y de estudio por el gran esfuerzo que realizamos, a mis asesores por orientarme y conducirme hasta culminar el proceso.

Sandra Beatriz Sibrián Henríquez

CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	iii
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	1
1.1. ANTECEDENTES	1
1.1.1. <i>Antecedentes del sistema de oferta al sector público</i>	1
1.1.2. <i>Antecedentes del comercio de frutas y verduras en El Salvador</i>	2
1.1.3. <i>Antecedentes de la MIPYMES en la economía de El Salvador</i>	2
1.2. MARCO CONCEPTUAL	5
1.3. PROBLEMÁTICA ACTUAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y VERDURAS.	7
1.4. VENTAJAS Y DESVENTAJAS AL OFERTAR A INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES DE LA RED DE SALUD.	11
1.4.1. <i>Ventajas</i>	11
1.4.2. <i>Desventajas</i>	12
1.5. IMPORTANCIA	13
1.5.1. <i>Importancia de la MIPYMES en la economía de El Salvador</i>	13
1.5.2. <i>Importancia de las Estrategias Financieras en las MIPYMES</i>	13
1.6. OBJETIVO DE LAS ESTRATEGIAS FINANCIERAS EN LAS MIPYMES QUE OFERTAN FRUTAS Y VERDURAS AL SECTOR PÚBLICO.	15
1.7. MARCO TÉCNICO	15
1.8. MARCO LEGAL	17
1.8.1. <i>Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública.</i>	17
1.8.2. <i>Código de Comercio</i>	18
1.8.3. <i>Código Tributario.</i>	18
1.8.4. <i>Ley de Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios.</i>	19
1.8.5. <i>Ley de Impuesto sobre la Renta</i>	20
1.8.7. <i>Jurisprudencia relacionada</i>	23

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	24
2.1. <i>TIPO DE ESTUDIO</i>	24
2.2. <i>UNIDADES DE ANALISIS</i>	24
2.3. <i>INSTRUMENTOS Y TECNICAS A UTILIZAR EN LA INVESTIGACION</i>	24
2.4. <i>RECOLECCION DE INFORMACION</i>	25
2.5. <i>UNIVERSO Y MUESTRA</i>	25
2.6. <i>ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS DATOS PROCESADOS</i>	26
2.7. <i>PROCESAMIENTO DE DATOS</i>	27
2.8. <i>DIAGNÓSTICO</i>	27
CAPITULO III. DESARROLLO DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA EMPRESAS QUE OFERTAN FRUTAS Y VERDURAS.	30
3.1. <i>PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA EMPRESAS QUE OFERTAN A INSTITUCIONES DE GOBIERNO DE LA RED DE SAUD.</i>	30
3.2. <i>ESTRUCTURA DEL CASO PRÁCTICO</i>	31
3.3. <i>DESARROLLO DEL CASO PRÁCTICO</i>	32
3.4. <i>CONTENIDO GENERAL DE LAS OFERTAS EN UNA LICITACIÓN PÚBLICA</i>	39
4. CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	66
4.1. <i>CONCLUSIONES</i>	66
4.2. <i>RECOMENDACIONES</i>	67
<i>BIBLIOGRAFÍA</i>	68
ANEXOS	71
INSTRUMENTO # 1: DIRIGIDO A COMERCIANTES DE FRUTAS Y VERDURAS QUE NO OFERTAN AL SECTOR PÚBLICO	ANEXO 1
TABULACIÓN DEL INSTRUMENTO # 1	ANEXO 2
INSTRUMENTO # 2: DIRIGIDO A COMERCIANTES DE FRUTAS Y VERDURAS QUE OFERTAN A INSTITUCIONES DE GOBIERNO DE LA RED DE SALUD	ANEXO 3
TABULACIÓN DEL INSTRUMENTO # 2	ANEXO 4
INDICES FINANCIEROS APLICADOS EN EVALUACIÓN DE LA CAPACIDAD FINANCIERA DEL OFERTANTE	ANEXO 5

RESUMEN EJECUTIVO

La comercialización de frutas y verduras ha sido desde siempre un nicho de crecimiento económico para muchos empresarios, ya que es un sector que ofrece productos de primera necesidad, para la alta gama de clientes que lo demanda, considerando entre estos las instituciones de la red de salud pública.

A pesar de que existen innumerables Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) dedicadas a este giro, entre formales e informales, son muy pocas las que toman la iniciativa de ofertar al sector público por falta de conocimiento, asesoría, capacidad económica, entre otros y en algunos casos las ofertas son rechazadas por incumplimiento de algunos requisitos. La ausencia de tácticas financieras para convertirse en proveedores del Estado, reduce las alternativas de desarrollo de este sector.

Por lo antes mencionado, el objetivo de la investigación es facilitar a los interesados una herramienta guía para la elaboración de ofertas públicas a instituciones de la red de salud. Además se realizó un diagnóstico financiero de una entidad en particular, proponiendo estrategias financieras; cubriendo así esta necesidad de los comerciantes en los aspectos técnicos, legales y financieros, evitando cualquier rechazo en los procesos de ofertas al Estado, incrementando las posibilidades de participación y éxito económico de las MIPYMES.

Para el logro de lo anterior, se realizó un estudio analítico descriptivo de un ofertante ejemplo, que permitió profundizar en el problema, otorgando una alternativa de solución. La recolección de la información se desarrolló en forma bibliográfica y de campo, esta última se obtuvo a través de dos encuestas: la primera dirigida a los encargados o responsables de realizar las ofertas públicas y la segunda a todos aquellos comerciantes de frutas y verduras que no ofertan al Estado. Se aplicó a los estados financieros mediante el uso de razones financieras, análisis verticales que permiten obtener una apreciación del funcionamiento de la empresa y luego proceder a desarrollar una serie de estrategias de acuerdo a los resultados obtenidos en la evaluación. Lo anterior contribuyó a diagnosticar y a elaborar las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Se determinó que la aplicación de estrategias financieras en cualquier entidad comercial de frutas y verduras que tenga la intención de participar en un proceso de oferta al sector de salud pública, es necesaria para obtener resultados favorables y así ser acreedor de un crecimiento integral en un negocio.

Finalmente, se recomienda gestionar con entidades gubernamentales como la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) y el Centro de Desarrollo de la Mediana y Pequeña Empresa (CEDEMYPE); el apoyo profesional personalizado a los comerciantes de frutas y verduras del mercado de mayoreo La Tiendona, sobre aspectos técnicos, legales y financieros, que contribuyan a su progreso.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los comerciantes del mercado de mayoreo La Tiendona, dedicados a la venta de frutas y verduras, pierden oportunidades de crecimiento al no establecer relaciones comerciales con instituciones de la red de salud pública. Esto se debe en gran medida a la falta de conocimiento técnico, financiero y legal de estos procedimientos, llegando a considerar incluso que este tipo de contratos es un “privilegio” para las grandes empresas. Es importante contemplar diversos aspectos antes de elegir como cliente a este sector; si bien es cierto en la mayoría de casos las entidades de gobierno no presentan problemas de solvencia para cancelar las obligaciones contraídas con sus proveedores, es imprescindible tener en cuenta los complejos trámites internos que estas tienen al iniciar una gestión de pago. En tal sentido es importante tener alternativas de recuperaciones de créditos así como medidas para obtención de fondos que permitan mantener el negocio en marcha.

Los procesos de ofertas al Estado, constituyen el mecanismo principal para la adquisición de bienes y contratación de servicios demandados por la administración pública. El cumplimiento de estos trámites, garantiza la seguridad, transparencia y eficiencia con que se selecciona la mejor opción entre los eventuales proveedores, generando así oportunidades para los participantes. El análisis de las principales variables de esta problemática permitió plantear estrategias que mitigan o anulan la problemática que enfrentan las MIPYMES en estos procedimientos.

El contenido del presente trabajo se desglosa de la siguiente manera: en el capítulo uno se plantea todo lo relacionado a la sustentación teórica, técnica y legal sobre el tema, dando a conocer los antecedentes del sistema de oferta al sector público, del comercio de frutas y verduras en El Salvador, y el papel de las MIPYMES en la economía nacional.

El capítulo dos contiene la metodología de la investigación y diagnóstico, en la cual se determina el tipo de investigación que se realizó, las unidades de análisis, que fueron los propietarios de los negocios, gerentes, administradores o delegados que comercian y distribuyen frutas y verduras en mercado de mayoreo la Tiendona y que son potenciales proveedores del Estado. Se utilizó una fórmula de poblaciones finitas para extraer una muestra sobre la cual se investigó. De igual manera, se detallan las técnicas e instrumentos de investigación, que permitieron recolectar datos suficientes para obtener, analizar e interpretar los resultados adquiridos y posteriormente se conocieron las características y condiciones en que se encuentra la problemática, mediante la realización de un diagnóstico.

En el capítulo tres se establece una propuesta de guía que busca solventar la falta de estrategias financieras, para aumentar la capacidad adquisitiva de los comerciantes, por medio de ofertas competitivas al Estado, por lo que se ilustra sobre los aspectos que se deben tener en cuenta para una efectiva operatividad y respeto a los lineamientos establecidos en la *Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP)*, por medio del estudio de un caso práctico, en el cual se identifican aquellas dificultades que se generan por la mala interpretación de los términos de referencias.

Se ha realizado un ejemplo de requisitos comunes que hay que cumplir en la elaboración de una licitación pública los cuales se encuentran en las bases emitidas en cada institución contratante. Se ha especificado también las obligaciones contenidas en las leyes tributarias, Código de Comercio, entre otras derivadas de esa actividad económica.

Se incluye un capítulo cuatro que abarca las conclusiones y recomendaciones que se determinaron haciendo uso de la información recopilada a través de la investigación bibliográfica y de campo.

Posteriormente, se detallan las fuentes consultadas, así como una serie de anexos, y otra información que fue necesaria para el desarrollado de esta investigación.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1.1. ANTECEDENTES

1.1.1. Antecedentes del sistema de oferta al sector público

El 19 de diciembre de 1945, nace la *Ley de Suministros*, que a su vez dio lugar, a una importante institución que marca el inicio de una época donde las compras estatales son reguladas por un organismo dependiente del Ministerio de Economía, llamada Proveeduría General de la República. Esta dependencia era considerada una empresa con patrimonio propio, con la finalidad de abastecer a las instituciones públicas, de diferentes artículos de uso generalizado, y por ende, las compras realizadas por esta institución eran masivas, lo cual permitía a otras entidades gubernamentales adquirir a buen precio los artículos que necesitaban para su funcionamiento y mantenerse siempre provistas.¹

En 1996 la Proveeduría General de la República; pasó a ser administrada por el Ministerio de Hacienda y descentralizaba sus funciones a todas las instituciones del Estado. El Ministerio de Hacienda hacía un estudio a través de la Proveeduría General, y evaluaba si la institución requería la adquisición solicitada. Esto ocasionaba que los procedimientos administrativos no se realizaban en forma clara, ágil y oportuna, dando oportunidad a cometer actos de corrupción y atrasos laborales en la aprobación de la gestión requerida por la entidad gubernamental.

Históricamente el Estado ha dado señales de mala gestión en cuanto a las adquisiciones y contrataciones de bienes y servicios. Ante esta situación se creó un nuevo marco jurídico denominado *Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP)* que por Decreto Legislativo No. 868 entró en vigencia en mayo del año 2000. A raíz de esta ley se creó en cada institución una UACI (Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional), encargada de administrar las adquisiciones de bienes y servicios que requiere cada institución, trabajando en coordinación con la unidad legal y financiera.

¹ **Ana Hilda, Granados Martínez; Helder Abraham, Ponce Meléndez.** 2010. "*Competitividad de la Pequeña y Mediana Empresa en los procesos Administrativos para otorgar Licitaciones Públicas, de contratos de Suministros*". Trabajo de graduación para optar al grado y título de Licenciado en Ciencias Jurídicas. Universidad de El Salvador.

1.1.2. Antecedentes del comercio de frutas y verduras en El Salvador

En 1974 se fundó el primer mercado mayorista denominado “La Tiendona”, ubicado en la calle Concepción y avenida Peralta de la capital de San Salvador, el cual se sitúa de forma estratégica cerca del punto de convergencia del transporte de ferrocarril dentro del área metropolitana de San Salvador.² El mercado “La Tiendona” cuenta con 850 puestos permanentes y aproximadamente 450 transitorios.³ Se comercializa una gran cantidad de productos como frutas, verduras, ropa, mariscos, carnes, lácteos, peletería, calzado, especias, comida preparada, entre otros. Los sectores más grandes de este centro de abastecimiento son los mariscos, frutas y verduras; en cada uno de ellos trabajan unos 2,000 vendedores, y es visitado por alrededor de 7,000 personas cada día, lo que garantiza un movimiento dinámico en su comercio.

El objetivo principal del mercado es abastecer al mayoreo de productos de primera necesidad. De ahí la importancia del suministro de alimentación a los sectores demandantes, públicos y privados. La mayor comercialización de productos alimenticios la encabezan perecederos como frutas y verduras. Del 100% de estos productos, el 10% se obtienen en el país, el 20% procede de Honduras, el 65% de Guatemala y un 5% de otros países. Se puede decir entonces que El Salvador es un país dependiente de la importación e internación de los perecederos mencionados. A partir de 1996 La Tiendona se convirtió en uno de los principales mercados mayoristas que proveen frutas y verduras.

1.1.3. Antecedentes de la MIPYMES en la economía de El Salvador

Las micro, pequeñas y medianas empresas en El Salvador han adquirido gran importancia y su aporte a la economía salvadoreña desde sus inicios es fundamental. En el Cuadro 1.1 se observa que ya para 1999, el sector comercio representaba un 34% del Producto Interno Bruto (PIB), dentro de esta proporción buena parte fue generada específicamente por las PYMES, que se muestra en el Cuadro 1.2.; contribuyendo al desarrollo económico nacional.

² **Marco Antonio, Cortés Monteagudo.** “Plan Maestro Zona La Tiendona – Terminal de Oriente Cátedra”. Taller de Proyección VIII Catedrático; Arq. Fredy Reynaldo, Joma Integrantes; Br. Salvador Oswaldo, Ayala; Br. Marco Antonio, Cortez; Br. Carlos Mauricio, López. (citado el 8 de Junio de 2014; 9:00 pm) Disponible en <http://www.arqhys.com/construccion/antecedentes-mercado-construccion.html>

³ **Jaime, García. Medio Digital Salvadoreño (en línea).** 24 de Julio de 2010. (citado el 8 de Junio de 2014; 9:30 pm). Disponible en http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota_completa.

Cuadro 1.1: Contribución al Producto Interno Bruto (PIB)

Según sector económico y personal ocupado

En dolares de los Estados unidos de America

TAMAÑO DE EMPRESAS SEGÚN NUMERO DE EMPLEADOS							
SECTOR	Pequeña	PYME			Grande	Total	%
	4 y menos	5 a 9	10 a 49	50 a 99	100 y mas		
INDUSTRIA	\$ 569,561.48	\$ 85,832.11	\$ 355,148.68	\$ 175,147.65	\$ 368,233.48	\$ 1553,923.40	35%
COMERCIO	\$ 748,989.48	\$ 245,000.45	\$ 341,333.71	\$ 81,679.77	\$ 96,188.34	\$ 1513,191.75	34%
SERVICIOS	\$ 520,908.22	\$ 11,651.77	\$ 553,982.97	\$ 92,789.26	\$ 170,130.05	\$ 1349,462.27	31%
TOTAL	\$ 1839,459.18	\$ 342,484.33	\$ 1250,465.36	\$ 349,616.68	\$ 634,551.87	\$ 4416,577.42	100%
Aporte total	41.6%	7.8%	28.3%	7.9%	14.4%	100%	

Cuadro 1.1. Fuente: Con base a información de DIGESTYC. Encuesta económica anual 1999.⁴

Nota: La información sobre el aporte al PIB está calculada con base en los datos recolectados por la Encuesta Económica del Ministerio de Economía y no coinciden necesariamente con los datos del PIB generados por la sección de cuentas nacionales del Banco Central de Reserva.

Considerando los datos anteriores en la tabla, se resumen los datos en el cuadro 1.2:

CUADRO 1.2: TAMAÑO DE EMPRESAS SEGÚN NUMERO DE EMPLEADOS						
	Pequeña	PYME			100 y mas	Total
	4 y menos	5 a 9	10 a 49	50 a 99		
COMERCIO	\$ 748,989.48	\$ 245,000.45	\$ 341,333.71	\$ 81,679.77	\$ 96,188.34	\$ 1513,191.75
	49%	16%	23%	5%	6%	100%

44%

Un 44% del 100% de la aportación del comercio al Producto Interno Bruto, es generado por las PYMES.

⁴ DIGESTYC. 1999. "Encuesta económica anual".

El aporte al sector comercio por las PYMES según destino de sus productos para sus clientes, es como sigue:

Venta al consumidor final	54%
Ventas a empresas de servicios	16%
Ventas a empresas industriales	12%
<u>Ventas a empresas mayoristas y/o detallistas</u>	<u>12%</u>
<u>Ventas al Estado</u>	<u>6%</u>
Ventas al mercado externo	1%

Fuente: FUNDAPYME. 2002. Encuesta empresarial

Según se muestra en la tabla anterior, el 6% de las MIPYMES, tenía como principal cliente al Estado hasta 2002, lo que representaba un porcentaje mínimo. A raíz de esta situación surge una nueva oportunidad que presenta la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, con la nueva reforma emitida el 25 de mayo del año 2011, según decreto legislativo 725, asignándole la responsabilidad a la UACI de cada institución del sector público, de realizar contrataciones con las MIPYMES al menos del 12% del presupuesto anual destinado a cada entidad gubernamental.⁵

La legislación de contrataciones públicas establece condiciones específicas de precios, estándares de calidad y garantías de protección al comprador, que van más allá del alcance de las MIPYMES. Existen otras condiciones de las compras públicas, relacionadas con los cortos períodos para la presentación de ofertas, altos volúmenes, servicios requeridos y plazos de pago, que dificultan la participación de las MIPYMES.⁶

Con el decreto 725, la LACAP promueve la participación de las MIPYMES, como proveedoras ya que existen diversas formas para ofertar a instituciones gubernamentales entre las cuales se destaca la red de salud, debido a que es un sector que consume grandes cantidades de materia prima para elaborar alimentos. Este sistema de oferta consiste en suministrar los productos de acuerdo a las necesidades de cada institución cumpliendo con los requerimientos de los términos de referencias emitida por cada UACI.

⁵ **Asamblea Legislativa de El Salvador.** Año 2000. LACAP. Art. 39 c-b. Editorial Jurídica Salvadoreña. San Salvador, El Salvador.

⁶ **CEPAL.** 2011. "Política de apoyo a las MIPYMES en América Latina".

1.2. MARCO CONCEPTUAL

a) Comerciante:

Es el individuo que teniendo capacidad legal para contratar, ejerce por cuenta propia o por medio de personas que lo ejecutan por su cuenta, actos de comercio, haciendo de ello profesión habitual. En sentido más amplio, toda persona que hace profesión de compra y venta de mercancías.⁷

b) Cuadro 1.3 Definición de MIPYME por institución:⁸

Institucion	Micro	Pequeña	Mediana
CONAMYPE	Emplea hasta un máximo de 10 personas y genera hasta \$5,714.28 de ventas al mes.	Hasta 50 personas y ventas entre \$5,714.28 y \$57,142.85 mensuales.
FUSADES (PROPEMI)	Emplea entre 1 y 10 trabajadores y realiza ventas mensuales menores a \$5,714.29	Emplea entre 10 y 50 trabajadores y realiza ventas mensuales menores a \$57,142.29	Ocupa entre 50 y 100 trabajadores y tiene volumen mensual de ventas de hasta \$114,285.00
FUSADES (DEES)	1-10 empleados y activos menores a \$11,423.00	11-19 empleados y activos menores a \$85,714.00	20-99 empleados y activos menores a \$228,571.00
INSAFORP	1-10 empleados	11-49 empleados	50-99 empleados
SWISSCONTACT	1-10 empleados	11-50 empleados	51-100 empleados
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	Emplea de 1 a 10 trabajadores	emplea entre 11 y 99 trabajadores y realiza ventas anuales entre \$3.0 millones y \$5.00 millones.

c) Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública

Es la ley que establece las normas básicas que regularán las acciones relativas a la planificación, adjudicación, contratación, seguimiento y liquidación de las adquisiciones de obras, bienes y servicios de cualquier naturaleza, que la Administración Pública deba celebrar para la consecución de sus fines.

⁷ César Vivante. 1913. "Derecho Mercantil". Editorial H. Superior tribunal de Justicia del Distrito Federal, México.

⁸ Daniel Edgardo Escobar Guerra, Rubén Arnulfo González Sánchez. 2007. "Evaluación de la fase de análisis del potencial competitivo para la exportación y propuesta de mejora para las pequeñas y medianas empresas panificadoras en el departamento de San Salvador". Tesis de Graduación para optar al título de Licenciatura de Administración de empresas, Universidad José Matías Delgado, S.S., El Salvador.

d) Licitación pública

Es el procedimiento por cuyo medio se promueve la competencia, invitando públicamente a todas las personas naturales o jurídicas interesadas en proporcionar obras, bienes o servicios.⁹

e) Concurso público

Competencia entre los que aspiran a encargarse de ejecutar una obra o prestar un servicio bajo determinadas condiciones, a fin de elegir la propuesta que ofrezca mayores ventajas.¹⁰

f) Libre gestión

Procedimiento simplificado por medio del cual las instituciones seleccionan al contratista que les proveerá obras, bienes, servicios o consultorías, hasta por el monto establecido en la Ley de Adquisiciones y contrataciones de la Administración Pública.¹¹

g) Contratación directa

Proceso de selección del contratante por la cual el Estado elige directamente al contratista, sin concurrencia, u oposición de oferentes. Pero manteniendo los criterios de competencia y tomando en cuenta las condiciones y especificaciones técnicas previamente definidas.¹²

Garantía de mantenimiento de oferta

Tiene como finalidad principal la seriedad de la presentación de la oferta y su mantenimiento en el automática y sucesivamente hasta tanto el oferente no exprese de forma fehaciente su voluntad de desistir la oferta presentada; Esta garantía debe ser integrada por todos los oferentes que se presenten a la licitación y presentada junto con la oferta.¹³

⁹ **Asamblea Legislativa de El Salvador.** Año 2000. *LACAP.* Art. 59 Editorial Jurídica Salvadoreña. San Salvador, El Salvador.

¹⁰ **Rojas, Juan Marlon; Zavaleta Monroy, Alma Beatriz.** Año 2009. *"Ley de Adquisiciones y contrataciones de la Administración Pública" (LACAP) y su Reglamento.* Trabajo de Graduación para optar al grado de Licenciado en ciencias jurídicas. Universidad de El Salvador.

¹¹ **Asamblea Legislativa de El Salvador.** Año 2000. *LACAP.* Art. 68 Editorial Jurídica Salvadoreña. San Salvador, El Salvador.

¹² **Rojas, Juan Marlon; Zavaleta Monroy, Alma Beatriz.** Año 2009. *"Ley de Adquisiciones y contrataciones de la Administración Pública. (LACAP) y su Reglamento".* Trabajo de Graduación para optar al grado de Licenciado en ciencias jurídicas. Universidad de El Salvador.

¹³ **Juan Matías Medrano.** 2012. *"Innovación al Derecho".* DPICUANTICO, Buenos Aires, Argentina.

h) Garantía de cumplimiento de contrato

Es aquella que se otorga a favor de la institución contratante, para asegurarle que el contratista cumpla con todas las cláusulas establecidas en el contrato y que la obra, el bien o el servicio contratado, sea entregado y recibido a entera satisfacción.¹⁴

i) Estrategias financieras

Es la parte del proceso de planificación y gestión estratégica de una organización, que se relaciona directamente con la obtención de los recursos requeridos para financiar las operaciones del negocio y con su asignación en alternativas de inversión que contribuyan al logro de los objetivos esbozados en el plan, tanto en el corto como en el mediano y largo plazo.¹⁵

j) Planeación financiera

La planeación financiera es una técnica que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer los pronósticos y las metas económicas y financieras de una empresa, tomando en cuenta los medios que se tienen y los que se requieren para lograrlo. También se puede decir que la planeación financiera es un procedimiento en tres fases para decidir qué acciones se habrán de realizar en el futuro para lograr los objetivos trazados: planear lo que se desea hacer, llevar a la práctica lo planeado y verificar la eficiencia de lo que se hace. Mediante un presupuesto, la planeación financiera dará a la empresa una coordinación general de funcionamiento.

1.3. PROBLEMÁTICA ACTUAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y VERDURAS.

Hasta hace poco tiempo, el apoyo a las MIPYMES se hacía como un acto de equidad dentro del sistema de adjudicación por parte del sector público. Se pensaba que a través de la legislación y de la oferta de recursos se había favorecido principalmente a las grandes empresas y que las medianas y pequeñas, en cierta forma habían quedado abandonadas. Si bien ese pensamiento encierra mucha verdad, en la actualidad el interés que las MIPYMES despiertan a nivel gubernamental y empresarial proviene porque estas son un factor

¹⁴ **Asamblea Legislativa de El Salvador**. Año 2000. *LACAP*. Art. 35 Editorial Jurídica Salvadoreña. San Salvador, El Salvador.

¹⁵ **Rafael Mari A Baralt**. 2012. *"Estrategias Financieras"*, Programa Posgrado Universidad Nacional experimental, República Bolivariana de Venezuela.

determinante en el desarrollo económico y social de El Salvador. Otra realidad es que la creación de un puesto de trabajo en las micro, pequeñas y medianas entidades, requiere de una inversión de capital mucho menor que en las grandes empresas, siendo un sector de gran impacto económico y social.

En la actualidad, parte de la legislación salvadoreña al igual que algunas instituciones de gobierno como Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) y la Fundación Promotora de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CENTROMYPE); en coordinación con el Ministerio de Economía y el apoyo financiero de organismos internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) mediante el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN); promueven el desarrollo y la participación de las MIPYMES en la economía del país.

A pesar del apoyo que brindan las entidades a las MIPYMES, no todas éstas tienen acceso a participar en los procesos de selección para suministrar frutas y verduras al sector público en el área de salud; debido a que para convertirse en proveedor calificado de una institución gubernamental, la micro, pequeña o mediana empresa debe conocer y cumplir con las condiciones establecidas en los términos de referencia particulares de cada demandante. Para participar de una oferta se requiere de los siguientes documentos: matrícula de empresa o establecimiento, estados financieros auditados, solvencias tributarias, municipales, previsionales, constancias financieras, permisos de salud y una serie de requisitos que varían por el tipo de suministro y por institución contratante, esto implica que no todos puedan participar en el proceso, debido a la falta de conocimiento técnico, legal y financiero.

Desconocer del proceso de oferta y contratación de productos perecederos al sector público, puede ocasionar una serie de problemas para los micros, pequeños y medianos empresarios, entre los cuales se puede mencionar:

a) Problemas técnicos

- ✓ Descalificaciones del proceso de evaluación.
- ✓ Contratos erróneos.
- ✓ Multas por incumplimiento en la calidad de los suministros.

✓ **Descalificaciones**

La falta de comprensión de conceptos en obligaciones contractuales, requerimientos y especificaciones técnicas, condiciones económicas, legales y administrativas puede ocasionar el

incumplimiento de las indicaciones descritas en los términos de referencia y automáticamente ser descalificados del proceso.

✓ **Contratos erróneos**

En el momento de la evaluación de la oferta se elige al proveedor que ofrezca los precios más bajos sin prever que este contrato no genera ganancias a la empresa debido a la falta de técnicas de costeo, generando un estancamiento económico provocado por los pagos atrasados de los suministros contratados.

✓ **Multas por incumplimiento en la calidad de los suministros**

Cuando el contratista incurre en el incumplimiento de sus obligaciones contractuales por causas imputables al mismo, podrá declararse la caducidad del contrato o imponer el pago de una multa por cada día de retraso, de conformidad a la tabla que las detalla la ley.

b) Problemas legales

- ✓ Efectividad de fianzas
- ✓ Inhabilitación para ofertar por incumplimiento de contratos.

✓ **Efectividad de fianzas**

Al incumplimiento de las garantías que aseguraban la adquisiciones y contrataciones de los bienes y servicios para la administración pública.

✓ **Inhabilitación**

En el Art. 158 de la *LACAP* se menciona las conductas por las cuales los ofertantes o contratistas pueden provocar su inhabilitación para seguir participando en las ofertas públicas:

I. Inhabilitación por un año:

- a) Haber sido sancionado con multa por la misma institución dos o más veces dentro del mismo ejercicio fiscal;
- b) Haber sido sancionado de conformidad al artículo 25, literal c) de la Ley de Competencia.

II. Inhabilitación por dos años:

- a) Reincidir en la conducta contemplada en los literales del romano anterior;

- b) Si afectare reiteradamente los procedimientos de contratación en que participe;
- c) No suministrar o suministrar un bien, servicio u obra que no cumplan con las especificaciones técnicas o términos de referencia pactadas en el contrato u orden de compra.

III. Inhabilitación por tres años:

- a) Reincidir en alguna de las conductas tipificadas en los literales b) y c) del romano anterior;
- b) No suscribir el contrato en el plazo otorgado o señalado, sin causa justificada o comprobada;
- c) Obtener ilegalmente información confidencial que lo sitúe en ventaja respecto de otros competidores.

IV. Inhabilitación por cuatro años:

- a) Reincidir en la conducta contemplada en el literal b) del romano anterior;
- b) Suministrare dádivas, directamente o por intermedio de tercera persona, a los funcionarios o empleados involucrados en un procedimiento de contratación administrativa;
- c) Acreditar falsamente la ejecución de obras, bienes o servicios en perjuicio de la institución contratante.

V. Inhabilitación por cinco años:

- a) Reincidir en alguna de las conductas contempladas en los literales b) y c) del romano anterior;
- b) Invocar hechos falsos para obtener la adjudicación de la contratación;
- c) Participar directa o indirectamente, en un procedimiento de contratación, pese a estar excluido por el régimen de prohibiciones de esta Ley.

Las inhabilitaciones a que se refiere este artículo, surtirán efecto en todas las instituciones de la administración pública, debiendo hacerse por resolución razonada, y de todo lo actuado la UACI deberá incorporar la información al Registro e informar a la UNAC de dichas inhabilitaciones, para su correspondiente divulgación.

c) Problemas financieros

- ✓ Incurrir en costos no recuperables
- ✓ Pérdidas de inventarios
- ✓ Establecimiento inadecuado del costo beneficio
- ✓ Problema de liquidez por falta de recuperación de fondos.

Cada uno de los problemas mencionados anteriormente podría conllevar a un estancamiento financiero a las empresas proveedores de instituciones de gobierno, ya que en muchos casos los plazos largos de pago que establece el Estado, genera a los ofertantes periodos bajos de liquidez, lo cual impacta negativamente en los rendimientos de las MIPYMES que participan en estos procesos. Por lo antes mencionado se ha identificado la necesidad de dar a conocer los problemas inherentes que implica ofertar a entidades del gobierno para ayudar en la elaboración y presentación de ofertas y evitar de esta manera inversiones que conlleven costos no recuperables.

1.4. VENTAJAS Y DESVENTAJAS AL OFERTAR A INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES DE LA RED DE SALUD.

1.4.1. Ventajas:

- ✓ En el Presupuesto General del Estado, hay un 12% Global de compras a las MIPYMES. Según el artículo 39-C literal (a) de la Ley de Adquisiciones y contrataciones de la administración pública, las instituciones gubernamentales del total que se les otorga en su presupuesto deben dirigir por obligación a las MIPYMES dicho porcentaje.
- ✓ Existen alrededor de 10 hospitales demandantes de frutas y verduras en la zona de San Salvador y más de 20 en otros departamentos, los cuales tienen una gran demanda de estos insumos para elaborar alimentos de pacientes hospitalizados, esto provoca mayor oportunidad para los comerciantes del mercado municipal de mayoreo la Tiendona, ya que en el Art. 39 (c) determina que las instituciones gubernamentales deben otorgar las compras públicas del mismo lugar donde se requieren.
- ✓ Del 100% del presupuesto asignado para la red hospitalaria el 3.23% es destinado a la adquisición de insumos alimenticios para personas, según el Estado de resultados para la red de salud en el año 2013. Esto es un monto significativo respecto al 12% que se tiene que asignar a las MIPYMES. La administración pública es un cliente muy grande por lo tanto tiene muchas necesidades que pueden ser oportunidad para las MIPYMES.
- ✓ Es un cliente de pago seguro. Los acuerdos o formas de pago son de carácter obligatorio para ambas partes ya que están sujetos a un documento contractual de carácter legal que les presiona

para el cumplimiento de los plazos. Y lo más importante es que las compras pertenecen al presupuesto general de las instituciones.

- ✓ Existe preferencia en el proceso de pago por parte del Estado, para las micro y pequeñas empresas en un plazo de 30 días calendario a partir que la institución haya recibido el suministro; además que son facilitados los trámites administrativos, según se establece en los artículos, 21 y 32 de la Ley Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa.
- ✓ El ser proveedor de las instituciones del Estado puede abrir puertas estratégicas en el negocio, gracias al prestigio profesional y la importante promoción que esto genera.

1.4.2. Desventajas

- ✓ Falta de conocimientos técnicos legales y financieros, conllevan a no cumplir con los términos de referencia para poder ofertar. Solo un 32% de los propietarios de las MIPYMES poseen grados de escolaridad a nivel universitario; es decir que ni la tercera parte del 100%, lo que puede provocar falta de conocimientos teóricos que les ayuden a desenvolverse para concursar en las ofertas de compras del sector público.¹⁶
- ✓ La falta de conocimiento técnico para el costeo de los productos a ofertar.
- ✓ No cumplir con la suficiente liquidez financiera para poder responder a las necesidades de la institución licitante.
- ✓ El nivel de requisitos y exigencias con la documentación para poder participar en la licitación, implica un esfuerzo de tiempo y económico y en ningún momento existe certeza de conseguir la adjudicación del contrato. En muchas ocasiones cuando las micro empresas participan en los procesos y son dirigidas en la administración por sus propietarios tienden a contratar a personas con experiencia para participar, lo que implica un costo económico que para ellas, si bien es cierto no son penetrantes pero si, significativas.
- ✓ Una vez adjudicada la licitación y establecidos las partes del contrato, no pueden haber cambios, aunque estos tengan que ver con riesgos inherentes.

¹⁶ DEES-FUSADES. 2012. *"Invirtamos en educación para desafiar el crecimiento económico y la pobreza. Informe de desarrollo económico y social"*.

- ✓ La posibilidad de sufrir penalización, si se incumple con las cláusulas del contrato.
- ✓ La lentitud de los pagos es excesiva, estos pueden excederse hasta por más de 3 meses.

1.5. IMPORTANCIA

1.5.1. Importancia de la MIPYMES en la economía de El Salvador

La pequeña y mediana empresa es el principal impulsador de la economía nacional al emplear a cerca del cincuenta por ciento de la población trabajadora, permitiendo generar ingresos a gran cantidad de personas y de absorber la mano de obra que es desplazada o no encuentra empleo en la gran empresa, esto de acuerdo a estimaciones del Banco Central de Reserva de El Salvador.

En la actualidad las MIPYMES son un factor estratégico en el desarrollo económico del país, por su capacidad de respuesta a la demanda y flexibilidad en el mercado cambiante.

De acuerdo a la Dirección General de Estadísticas y Censos DIGESTYC, las MIPYMES representan el 9.2% del total de las empresas, generan el 32.9% del empleo total y aportan un 46% al PIB. Por estas razones se puede afirmar que la economía de las Pequeñas y Medianas empresas aseguran el mercado laboral, así mismo constituyen una parte sustancial para la economía nacional.¹⁷

1.5.2. Importancia de las Estrategias Financieras en las MIPYMES

Muchas de las MIPYMES no llevan a cabo la implementación de estrategias financieras, y si fuere lo contrario no son las correctas y esto hace que se cometan errores que pueden determinar el éxito o fracaso de la misma. Las empresas no le dan la importancia que se merece a las finanzas y lo toman como algo secundario sin darse cuenta de que todo gira alrededor de ello.

Por ello es importante identificar qué tipos de estrategias existen y las más convenientes para ser usadas por el comerciante, de las cuales estas se clasifican de la siguiente manera como:

¹⁷ La Fundación Empresarial para el Desarrollo Sostenible de la Pequeña y Mediana Empresa programa entorno. 2002. "Desafíos y Oportunidades de la PYME Salvadoreña".

Plan: Un curso de acción conscientemente deseado y determinado de forma anticipada, con la finalidad de asegurar el logro de los objetivos de la empresa. Normalmente se recoge de forma explícita en documentos formales conocidos como planes.

Táctica: Una maniobra específica destinada a dejar de lado al oponente o competidor.

Pauta: cualquier conjunto de acciones o comportamiento, sea deliberado o no. Definir la estrategia como un plan no es suficiente, se necesita un concepto en el que se acompañe el comportamiento resultante. Específicamente, esta debe ser coherente con el comportamiento.

Posición: cualquier posición viable o forma de situar a la empresa en el entorno, sea directamente competitiva o no.

Perspectiva: consiste en arraigar compromisos en las formas de actuar o responder; es un concepto abstracto que representa para la organización lo que la personalidad para el individuo.¹⁸

Las estrategias a seguir para la MIPYME son: buscar una autonomía, que significa ser autosuficiente en cuanto a requerimientos financieros se refiere; ser capaz de generar los suficientes ingresos como para financiar la compra de materia prima, maquinaria y equipo, terreno, gastos administrativos, entre otros, y tener la capacidad de pago a los proveedores a corto plazo por medio de una buena aplicación de recursos, para obtener una liquidez que les ayude a cubrir los pasivos demandados por las mismas personas o bien por los proveedores, y que además les genere suficiente rendimiento para garantizar su crecimiento

Para la determinación de estrategias financieras se debe identificar las áreas claves en las que se enfocará el negocio, que con frecuencia son: la competitividad, la innovación, la financiación y el riesgo financiero, la información financiera y los estados financieros.

¹⁸ **Irula Carranza, José Ezequiel y Noubleau Torres, Mario Antonio.** 2006 *"Diseño de Estrategias para el área financiera de las pequeñas y medianas empresas en el contexto de la globalización"*. Tesis de Graduación para optar al título de Ingeniero Industrial, Universidad José Matías Delgado, S.S. El Salvador.

Por ello se debe definir un objetivo estratégico que es el fin que toda entidad desea alcanzar, que normalmente se refiere al logro de un buen funcionamiento de la PYME. Por lo que se puede decir que el criterio de medición para las estrategias se puede hacer en base a resultados.

Partiendo de ese supuesto, las estrategias financieras que promueven el crecimiento y auto sostenibilidad de las MIPYMES más genéricas son las siguientes:

- Elegir al administrador financiero en base a una serie de pruebas de aptitud de conocimientos y desempeño para el puesto.
- Fomentar la competitividad en la PYME en base a mejores prácticas de trabajo que me aumentan la productividad del negocio.
- Llevar a cabo periódicamente la evaluación de opciones de financiación.
- Llevar a cabo mensualmente un análisis de las razones financieras y de esta manera medir la economía de la entidad.
- De la misma manera, el análisis de los estados financieros mensualmente.

1.6. OBJETIVO DE LAS ESTRATEGIAS FINANCIERAS EN LAS MIPYMES QUE OFERTAN FRUTAS Y VERDURAS AL SECTOR PÚBLICO.

En El Salvador y hasta este periodo, el trabajar con el sector público para las MIPYMES que ofertan frutas y verduras a la red de salud se ha convertido hasta en ocasiones un riesgo de liquidez. Es por ello que la implementación de estrategias financieras en las MIPYMES buscan los siguientes objetivos principales:

- Conocer los principales indicadores financieros para las MIPYMES.
- Lograr auto sostenibilidad en sus finanzas.
- Lograr la aplicación correcta de sus recursos para cumplimiento de obligaciones.

1.7. MARCO TÉCNICO

Los comerciantes de frutas y verduras que pertenecen al sector formal, no solo tienen obligaciones tributarias, municipales y mercantiles sino también de carácter técnico, es decir que tienen que cumplir para efectos de reconocimiento, valuaciones, presentación y control en base un marco de referencia.

NIIF para las MIPYMES

Tal como lo expresa la normativa en sus párrafos 1.1. y 1.2. La Norma Internacional de Información Financiera para las PYMES será aplicable para todas aquellas pequeñas y medianas empresas que preparan información financiera con propósitos generales sin obligación de rendimiento público. En base a lo anterior, se puede decir que el sector sujeto a estudio es parte del universo antes mencionado, por lo tanto tiene la obligación de preparar su información financiera en base a la NIIF para las PYMES, ya que ésta permitirá que sus reconocimientos en activos, pasivos, gastos, costos e inversiones se realicen de manera fiable y de normativa internacional.

Es importante mencionar que para los comerciantes que participan en el proceso de oferta pública para proveer productos y servicios al Estado, a la hora de la evaluación de estados financieros se realizan un estudio de las razones financieras que involucran el activo corriente, que implica los inventarios, su efectivo y equivalente, cuentas por cobrar u otras a corto plazo para su respectivo análisis financiero. En base a lo anterior y a lo regulado por el Código de Comercio de El Salvador en su art. 435 donde obliga a los comerciantes a llevar sus registros contables según normativa aceptada y vigente; siendo sujetos de aplicabilidad los comerciantes de frutas y verduras del mercado de mayoreo La Tiendona.

A continuación se listan los tres elementos del activo corriente mencionados anteriormente y que son más comunes en el sector sujeto a estudio:

- En sus inventarios, los comerciantes de frutas y verduras, poseen un inventario crítico por tratar con producto perecedero y eso lo convierte muy susceptible de pérdidas constantes, lo que exige una medición de inventario y reconocimientos de costos en base a la sección 13.
- En sus compras y ventas tienen un gran porcentaje de transacciones que las realizan al crédito desde la posición de clientes (sección 21 provisiones y contingencias) y así mismo para la posición de proveedor (sección 11 instrumentos financieros).
- Y en su presentación de información financiera las secciones 4 a la 8 determinan la forma de hacerlo, en su estado de situación financiera, estado de resultados, estado de cambios en el patrimonio, estado de flujo de efectivo y sus notas a los estados financieros, respectivamente.

Es por lo tanto, la NIIF para las MIPYMES aplicable a los comerciantes que ofertan frutas y verduras al estado o en su efecto otro marco de referencia aceptado internacionalmente.

1.8. MARCO LEGAL

1.8.1. Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública.

Artículo	Síntesis
Art. 36. numeral: 13	<p>Reglamento Interno del Órgano Ejecutivo (RIOE).</p> <p>El ministerio de hacienda está facultado para definir la política de compras del sector público y propone las normas y los procedimientos en la adquisición de bienes y servicios para uso gubernamental, entre las principales causas que dieron origen a la creación de la LACAP fue la falta de procesos y parámetros unificados para evaluar las ofertas; además dicha ley se basa en el principio de centralización normativa y descentralización operativa.</p>
Del Art. 6 al 20	<p>Menciona las unidades que norman y ejecutan los procesos de contrataciones, estableciendo sus funciones, obligaciones, atribuciones y sus programaciones y presupuestos de forma anual para las contrataciones públicas.</p>
Art. 26	<p>Establece un listado de las personas que están inhabilitadas para participar como ofertantes en los concursos públicos. Todos ellos ligados de manera directa e indirecta con las labores del mismo Estado.</p>
Art. 39-B	<p>Una de las reformas del año 2011 en la LACAP fue plasmada en el presente artículo y orientada a la inclusión de los micros, pequeños y medianos empresarios nacionales, las cuales podrán participar en los procedimientos de contrataciones y adquisiciones de obras, bienes y servicios, en cualquiera de las instituciones de la Administración Pública, incluyendo entidades autónomas y municipalidades, siempre y cuando cumpla con lo requerido por la misma ley y otras leyes conexas.</p>
Del Art. 42 al 78	<p>Establece las disposiciones sobre las formas de contratación de bienes muebles y servicios profesionales, para ofertantes del Estado en cualquiera de sus modalidades: licitación o concurso público, libre gestión y contratación directa.</p>

1.8.2. Código de Comercio

Artículo	Síntesis
Art. 3	Establece las disposiciones de la organización y los actos de comercio.
Art. 289	Menciona que los comerciantes que participen en contrataciones públicas, dependiendo de su nivel de activos, deberá confiar el proceso de vigilancia a un auditor externo para garantizar la razonabilidad de las cifras de los estados financieros.
Del Art. 411 al 455	Establece las disposiciones generales y obligatorias de todo comerciante individual y social que desee ejercer el comercio de forma legal en el país; por lo tanto se convierten en exigibles para los participantes en contrataciones de la administración pública.

1.8.3. Código Tributario.

Como parte de las solicitudes expresas al momento de participar en contrataciones de la administración pública, cumplir con lo dispuesto en materia tributaria se vuelve un punto importante a la hora de realizar ofertas al Estado, como parte de este cumplimiento los contribuyentes, tanto persona jurídica como natural, deberá someterse a lo establecido en esta ley.

Artículo	Síntesis
Del Art. 30 al 57	Menciona el sujeto pasivo de los impuestos en las operaciones y la presentación de sus obligaciones fiscales, así como sus actuaciones ante la administración tributaria. Siendo todas estas aplicables para los que ofertan en contrataciones de la administración pública.
Del Art. 85 al 106	Establece los deberes y obligaciones formales y sustantivas de los sujetos pasivos en materia fiscal, tal como inscripción como contribuyentes, informar sobre dirección de

<p>Del Art. 107 Al 119</p>	<p>notificación, presentación de declaraciones tributarias. Obligaciones que los que ofertan al Estado tienen que tener totalmente solventes.</p> <p>Estipula que todo contribuyente deberá emitir y recibir comprobantes de crédito fiscal ya sea en forma manual o automatizada, tanto por las transferencias de dominio de bienes muebles corporales como por las prestaciones de servicio que se realicen; de la misma manera si se tratare el caso de consumidor final se entregará factura, además se hace mención de otros documentos fiscales exigibles por la administración tributaria. La no emisión de dichos documentos puede afectar de manera penetrante a los ofertantes de instituciones de gobierno, ya que estos deben presentar solvencia de la Dirección General de Impuestos Internos en cada participación.</p>
<p>Art. 142</p>	<p>Establece que los sujetos pasivos están obligados a llevar registros de control de inventarios que reflejen de forma clara y veraz su movimiento y valuación, por lo menos una vez al inicio de año y otra al final. En el caso de los contribuyentes sujetos a estudio, poseen una rotación de inventario acelerada, en la cual existen pérdidas diarias por ser productos perecederos.</p>

1.8.4. Ley de Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios.

Artículo	Síntesis
<p>Art. 1</p>	<p>Establece el impuesto que se aplicara a la transferencia, importación, internación, exportación y al consumo de los bienes muebles corporales; prestación, importación, internación, exportación y autoconsumo de servicios, de acuerdo con las normas que se establecen en la misma. La comercialización de frutas y verduras son parte activa de la transferencia de bienes.</p>

Art. 4	Deja por asentado el hecho generador de dicho impuesto a la transferencia de dominio a título oneroso de bienes muebles corporales, atendiéndose por cualquier bien tangible que sea transportable de un lugar a otro por sí mismo o por fuerza o energía externa. Cayendo en esta clasificaciones de bienes las frutas y verduras en su comercialización; que son sujeto de estudio.
--------	---

1.8.5. Ley de Impuesto sobre la Renta

Artículo	Síntesis
Art. 5	Menciona los sujetos pasivos con la obligación al pago del impuesto sobre la renta, y de todas aquellas personas naturales o jurídicas domiciliadas o no.
Art. 6	Exclusión de sujetos pasivos obligados al pago de este impuesto: El Gobierno de El Salvador, las municipalidades, las corporaciones y fundaciones de derecho público.
Art. del 28 al Art. 33	Determinación de la renta obtenida, la cual se basa en la deducción de los costos y gastos necesarios para la producción de la renta, listando los gastos y costos deducibles de dicho impuestos, teniendo todos en común la generación de renta, además hace mención de los egresos que no son deducibles para dicho impuesto. Separando como otras deducciones el cálculo de la reserva legal y la determinación de cuentas incobrables siempre y cuando cumpla con requisitos establecidos en el mismo artículo.

1.8.6. Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa.

Artículo	Síntesis
Art. 1	Establece el objeto fomentar la creación, protección, desarrollo y fortalecimiento de las Micro y Pequeñas empresas, además de contribuir al fortalecimiento de la competitividad de las existentes, a fin de mejorar su capacidad generadora de empleos y de valor agregado a la producción.
Art. 2	Enmarca la finalidad de estimular a la MYPE en el desarrollo de sus capacidades competitivas para su participación en los mercados nacionales e internacionales, brindando el apoyo necesario para su sostenibilidad y desarrollo de la misma.
Art. 20	Recalca los pasos y la importancia de inscribirse como empresa MYPE, para brindar asistencia adecuada a las mismas.
Art. 21	Insta a las instituciones de gobiernos realizar trámites administrativos simplificados, para las empresas MYPES que tengan relaciones de negocios con los mismos, con el fin de facilitarle la entrada al mercado gubernamental.
Art. 26	Inculca el apoyo de CONAMYPE, para las MYPES en el cumplimiento de sus obligaciones formales, a través de capacitaciones, apoyo técnico y legal.
Art. 30, 38 Y 39	Fomenta y promueve la participación de las MYPE, en igualdad de condiciones en las compras del Estado, estableciendo los mecanismos de participación y beneficios los cuales CONAMYPE monitoreará que estos sean cumplidos por cada institución; además de facilitarles el acceso y la utilización de los instrumentos de promoción y desarrollo, con el fin de crear un entorno favorable a su competitividad, proveyendo capacitaciones, asistencia técnica de innovaciones tecnológicas que contribuyan al crecimiento de las mismas

Art. 31 y 32	Enmarca la consideración de parte de instituciones del Estado en las contrataciones y adquisiciones de bienes y servicios, los suministros ofertados por las MYPE, siendo estos cancelados en un plazo de 30 días, dando prioridad a las MYPES del lugar en donde se está demandando el bien o servicio, previendo la adecuación de las especificaciones técnicas re-queridas y que sean ofrecidos en condiciones similares de calidad, oportunidad y precio,
Art. 36 y 37	Insta a las entidades Municipales y a la Dirección General de Impuestos Internos a establecer tasas y contribuciones con tarifas especiales y de esta manera incentivar al desarrollo y fortalecimiento de la MYPES.
Art. 44 y 45	Se establece exclusividad para la MYPE en el uso recursos proporcionados por el Estado, para la Implementación de Servicios empresariales; promoviendo la banca estatal el acceso de las MYPE al crédito y a otras fuentes de financiamiento, mediante la coordinación y consulta con el Ministerio de Economía, para la creación y fortalecimiento de instrumentos financieros, sistemas de garantías, fideicomisos, arrendamiento financiero y capital de riesgo, entre otros, de forma directa o a través de todos los intermediarios financieros especializados en las MYPE.
Art. 50	Impulsa la Creación el Programa de Garantía para las MYPES, PROGAMYPE, los cuales respaldan préstamos a la Micro y Pequeña empresa, contribuyendo al crecimiento y la integración de las MYPE a la economía nacional y local.
Art. 54 y 55	Se promoció la asociación empresarial, para que las MYPE puedan asociarse entre ellas y así tener un mayor acceso al mercado, incluyendo las contrataciones públicas, gozando de los beneficios y medidas de promoción de la presente Ley.

1.8.7. Jurisprudencia relacionada

Los montos para determinar la forma de contratación vigente a partir del 1 de enero de 2014 están de conformidad con el Decreto Ejecutivo N° 104 del 01 de Julio de 2013, publicado en el Diario Oficial N° 119, Tomo 400 del 01 de julio de 2013, vigente a partir del mismo mes y año, por el cual se autoriza el aumento al salario mínimo del sector comercio y servicios.

Se detalla a continuación los nuevos montos para determinar la forma de contratación a utilizar en los diferentes procedimientos según el Art 40 de la LACAP.

$\$1.04875 \times 8$ horas diarias = \$8.39 diario

$\$8.39 \times 30$ días = \$251.70

Salario mínimo mensual sector comercio y servicio vigente \$251.70

CONTRATACION OBRAS, BIENES Y SERVICIOS PARA GOBIERNO CENTRAL, AUTONOMA, HOSPITALES Y EMPRESAS PÚBLICAS:¹⁹

Formas de contratación	Numero de salarios mínimos mensuales		Montos	
	De	Hasta	De	Hasta
Licitación o concurso publico	>240	En adelante	\$60,408.00	+
Libre gestión	>20	≤240	\$5,034.00	\$60,408.00
	>0	≤20	\$0.01	\$5,034.00
Libre gestión (no recurrente) podrá adquirirse directamente o contra pago	>0	10% de 240	\$0.01	\$6,040.80

¹⁹ **Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública.** 2015, "Montos para determinar la forma de contratación (Art. 40 LACAP), vigentes a partir del 01 de enero 2015". Decreto ejecutivo #104 del 01 de julio de 2013.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. TIPO DE ESTUDIO

La investigación se basará en un estudio de tipo "hipotético deductivo", este método consiste en proponer una hipótesis como consecuencia de sus inferencias, respecto de un conjunto de datos en estudio, a partir de las cuales se formulan hipótesis que serán comprobadas, si la teoría no se ajusta a los datos, se ha de cambiar la hipótesis, o modificarla, a partir de inducciones. Se actúa entonces en ciclos deductivos-inductivos para explicar el fenómeno que queremos conocer.

2.2. UNIDADES DE ANALISIS

Como unidad de análisis se ha establecido a los propietarios, gerentes, administradores o cualquier delegado de las personas antes mencionadas, que comercializan o realizan actividades de apoyo en el mercado de mayoreo "La Tiendona", puesto que ellos son los principales distribuidores de frutas y verduras, así como los potenciales proveedores de instituciones de gobierno de la red de salud, este rubro económico es importante ya que es uno de los principales sectores que abastecen con productos perecederos a empresas privadas, instituciones de gobierno y al público en general

2.3. INSTRUMENTOS Y TECNICAS A UTILIZAR EN LA INVESTIGACION

a) Encuesta

La investigación se realizará a través de un cuestionario de preguntas cerradas, lo cual permitirá conocer la situación actual de las unidades de análisis.

b) Entrevista

Se realizará entrevistas a comerciantes que actualmente ofertan sus productos al Estado, para indagar cuáles son los principales problemas que afrontan en el proceso de oferta. Por otra parte se entrevistarán a aquellos comerciantes que actualmente no realizan actos de comercio con entidades de gobierno de la red de salud, para determinar las principales causas que limitan las relaciones de negocio entre las partes.

2.4. RECOLECCION DE INFORMACION

Habiendo utilizado las técnicas de investigación establecidas, la información será recolectada, organizada y clasificada, para ser procesada por medio de mecanismos electrónicos utilizando para ello el paquete informático utilitario de Microsoft office específicamente el programa Excel, para la tabulación de los datos y la creación de gráficos.

2.5. UNIVERSO Y MUESTRA

El universo de la investigación está compuesto por los micros, pequeños y medianos empresarios que comercializan sus productos de frutas y verduras en el mercado de mayoreo La Tiendona, registrados en la administración de mercados de la alcaldía Municipal de San Salvador de los cuales la población total es de 768 puestos fijos.

La fórmula a utilizar para la determinación de la muestra corresponde a la de una población finita, es decir, que se puede llevar a cabo un conteo para efectos de analizar e inferir sobre ésta. Por lo cual la determinación de la muestra se establecerá haciendo uso de la siguiente formula:

Formula estadística

Dónde:

n= Tamaño de la muestra =?

N= Población o Universo = 768

Z= Nivel de confianza = 1.96

P= Probabilidad de éxito de la investigación = 0.95

Q= Probabilidad de fracaso de la investigación = .05

e= Margen de error = 6%

$$n = \frac{z^2 PQN}{(N-1)e^2 + z^2 PQ}$$

Sustituyendo los valores en la formula se obtiene el siguiente resultado

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.95)(0.05)(768)}{(768 - 1)(0.06)^2 + (1.96)^2 (0.95)(0.05)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.95)(0.05)(768)}{(768 - 1)(0.0036) + (3.8416)(0.95)(0.05)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.95)(0.05)(768)}{(767)(0.0036) + (3.8416)(0.95)(0.05)}$$

$$n = \frac{140141}{2.7612 + 0.1824} = 47.6087$$

$$n = \frac{140.141}{2.9436} = 47.6087$$

R/ Aproximado a 48 comerciantes como muestra para realizar la encuesta.

2.6. ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS DATOS PROCESADOS

Con la información obtenida en los cuestionarios y entrevistas se procederá a ordenar la información, a procesar la información por medio de tablas de Frecuencia absoluta (Fa) y Frecuencia relativa (Fr.), que será la base principal para establecer las conclusiones de la investigación

Con el propósito de interpretar de manera adecuada la información recopilada, se presenta los datos obtenidos de las unidades de análisis en forma tabulada y gráfica de la siguiente manera:

- ✓ Recolección, organización y clasificación de la información.
- ✓ Elaborar una tabla de respuestas que permita visualizar de forma gráfica las opciones y resultados de cada interrogante, detallando la conclusión de las mismas.
- ✓ Establecer la frecuencia absoluta y relativa de los resultados, de cada interrogante.
- ✓ Interpretar el resultado de los datos tabulados por cada pregunta, relacionándolos con el problema planteado

2.7. PROCESAMIENTO DE DATOS

Como producto del proceso de análisis e interpretación realizados a los datos e información obtenida, se procederá a organizar conjunta o separadamente según sea procedente, las conclusiones para cada uno de los aspectos investigados, ello permitirá obtener mayor claridad sobre la situación actual de los problemas de los comerciantes de frutas y verduras del mercado La Tiendona.

Lo anterior constituirá la base e insumo primordial para elaborar el diagnóstico, en el cual se podrán valorar de manera más precisa los orígenes y efectos de la problemática planteada y permitirá distinguir los elementos esenciales y acciones precisas que ameritará incorporar en la propuesta de solución del referido problema. Los procesos para desarrollar la investigación son los siguientes:

- a) Investigación de la normativa técnica y legal aplicable al sector.
- b) Identificar los incumplimientos o debilidades mencionados por las diferentes leyes y manuales aplicables al sector.
- c) Conocer las operaciones desarrolladas por los comerciantes de frutas y verduras del mercado La Tiendona.
- d) Describir aspectos vulnerables en los procesos de los comerciantes de frutas y verduras del mercado La Tiendona.
- e) Elaborar una guía en la cual contenga lineamientos prácticos y estrategias financieras aplicables al sector.
- f) Representar casos prácticos donde se ejecute la guía y la aplicación de estrategias financieras.
- g) Realizar recomendaciones sobre los aspectos que tengan mayor grado de riesgo.

2.8. DIAGNÓSTICO

Luego de tabular y analizar los resultados arrojados por las encuestas se ha apreciado de manera evidente la falta de una guía que provea los pasos necesarios para poder elaborar una adecuada oferta al Estado a la vez que se vislumbran problemas inherentes al negocio que impiden sacar mayor rentabilidad para los comerciantes.

La experiencia de los comerciantes juega un papel importante al momento de ofertar, tanto los que no como los son proveedores activos de sector público, en este sentido esta variable presenta una ligera ventaja ya que a pesar de la falta de niveles de educación adecuados, la experiencia empírica compensa la falta de

una apropiada formación profesional, sin embargo a pesar de tener práctica en el sector, muchas veces se ven superados por las exigencias que en las bases o términos de referencia se establecen tanto a nivel financiero, legal y técnico, propiciando una clara desventaja respecto a los que si ofertan activamente al Estado. Es evidente la falta de conocimientos en materia financiera, solamente aquellos comerciantes que se dedican a ofertar regularmente tienen una base sobre la cual trabajar la parte financiera que exige el sector público; sumado a esto el poco interés que muestran los comerciantes, que no ofertan al Estado recurrentemente, por contratar a personas capacitadas para poder elaborar los informes financieros necesarios y que además posean los conocimientos necesarios para la elaboración de ofertas públicas hace que la gran mayoría de comerciantes no tenga acceso a los beneficios que concede la LACAP.

Uno de los aspectos importantes en los comerciantes que ofertan a instituciones gubernamentales es que a pesar de tener al Estado como uno de sus clientes, no existe dependencia de estos, siendo el sector privado con el que más a menudo se suelen hacer negocios, debido en muchas ocasiones a las diferentes dificultades que supone ofertar, como por ejemplo: Altos costos del proceso de elaboración de oferta, preparación de información, etc., periodos de cobro al sector público muy extensos generalmente traducido en pagos impuntuales, además de las barreras fitosanitarias que exigen como parte de las bases para ofertar, sin embargo si mediante una guía se lograra implementar estrategias que disminuyeran los riesgos en el área de inventarios y cuentas por cobrar de la mayoría de los negocios dedicados al comercio de frutas y verduras a fin de recuperar los beneficios económicos derivados de las ventas, o incorporando nuevas líneas de negocios, los comerciantes tendrían a bien ofertar al sector público sin verse afectados en su operatividad, ya que pasaría de ser una “amenaza operativa” a una oportunidad para el negocio.

Uno de los inconvenientes más proclives es la descapitalización que sufren la mayoría de negocios dedicados a este giro, debido a que claramente los periodos de pago a proveedores son excesivamente más cortos que los periodos de cobro a clientes generando una gran brecha entre los beneficios y las obligaciones de todos los negocios encuestados, sumado a esto el hecho que el sector publico presenta tendencias de pago impuntual a sus proveedores, la disposición de los comerciantes por ofertar al Estado se ve afectada, sin embargo a pesar de este fenómeno se logra identificar que muchos de los comerciantes están en la capacidad de asumir el riesgo de pago impuntual lo cual es posible implementando un mínimo de estrategias que ayuden al negocio a mantenerse a flote sin necesidad de depender de sector público como cliente mayoritario. A la vez la tendencia que presentan las ventas sin considerar al Estado como un cliente activo, se muestran optimistas de cara a futuro.

Otro de los aspectos que llaman la atención es la relación entre ingresos y los costos obtenidos de las ofertas públicas ya que da la impresión que los costos no están siendo adecuadamente determinados, dejando de lado ciertos componentes que pueden ser determinantes al momento de ofertar, como las pérdidas por descomposición de los productos; es claro que a pesar de los conocimientos que poseen las MIPYMES se perciben debilidades en cuanto al manejo de inventarios, dicho fenómeno afecta directamente la capacidad financiera del negocio para hacer frente a las obligaciones normales, las cuales generalmente son solventadas por medio de préstamos a bancos, financieras, usureros y familiares.

Del total de 48 comerciantes encuestados se ha logrado identificar que solamente 4 ofertan activamente al Estado, efectuando cada año una oferta por cada institución, es decir que no se realizan de manera recurrente, ocasionando que el esfuerzo operativo sea desproporcionado con respecto al monto ofertado, es decir, en la medida que las ofertas disminuyan el esfuerzo operativo sigue siendo el mismo, ocasionando que la capacidad para ofertar no sea aprovechada al máximo; además de lo anterior 1 de cada 5 ofertas públicas son pérdidas por alguna inconsistencia ya sea de carácter financiero, legal o técnico lo que hace suponer que si una vez al año se oferta al Estado, esta corre un enorme riesgo de ser rechazada, desaprovechando la única oportunidad de negocio con instituciones de gobierno en el año. Muchas veces esto sucede debido a la falta de guías que orienten la adecuada forma de elaborar las ofertas públicas, pero más allá de esto porque a pesar que la LACAP sugiere que se garantice la difusión de información para los micro y pequeños empresarios, la realidad es que se carece de medios y guías de orientación para los comerciantes de frutas y verduras (ofertantes y no ofertantes), que al no poder invertir en la contratación de personal idóneo se ve en la obligación de renunciar a las oportunidades que le ofrece la mencionada ley, es por esto la importancia de elaborar un documento de carácter práctico que formule la adecuada manera de realizar una oferta al sector público sin necesidad de incurrir en costos adicionales de personal, maximizando los pocos recursos con los que cuentan, y añadiendo estrategias financieras que creen valor en el negocio para la optimización de los recursos con que se cuentan.

CAPITULO III. DESARROLLO DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA EMPRESAS QUE OFERTAN FRUTAS Y VERDURAS.

3.1. PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA EMPRESAS QUE OFERTAN A INSTITUCIONES DE GOBIERNO DE LA RED DE SAUD.

Durante los últimos años se han iniciado diversos apoyos por parte del sector público para que los pequeños y medianos comerciantes de frutas y verduras puedan incursionar como proveedores del sector público en el área de salud, algunos de estos comerciantes han tenido el discernimiento necesario para poder ingresar a este tipo de relaciones comerciales, sin embargo una gran mayoría ha quedado excluida de esta oportunidad por diversas razones (técnicas o financieras); el presente caso práctico tiene como fin orientar y brindar estrategias que sirvan de apoyo a los comerciantes que aún no han ingresado a este tipo de oportunidades y a los que están dentro del proceso continuo de elaboración de ofertas públicas.

Es sustancial resaltar la importancia que tienen las estrategias financieras al momento de participar en una apertura de oferta pública; tomando en cuenta que exige información financiera sujeta a evaluación, por medio de ratios financieros que dan una ligera contemplación de la situación económica del negocio. Para los comerciantes que actualmente no participan en procesos de venta al Estado, las estrategias financieras son de suma importancia para la toma de decisiones, para la inversión, en negociaciones con otros comerciantes, mejoramiento del uso de recursos, establecimientos de controles, entre otros.

Por tal razón se ejemplifica la descripción de estrategias netamente financieras para lo cual se hará uso de análisis vertical así como también de razones financieras, que mostrarán el comportamiento de los principales factores de la entidad como son la eficiencia, la economía y los recursos administrados; cabe destacar que su análisis individual carece de explicación por lo cual serán tomadas en grupo y se graficarán permitiendo la formulación de las diferentes conclusiones.

Según la descripción de las ventajas que existen para los oferentes de instituciones del Estado, es esta una clara oportunidad de crecimiento para los negocios de frutas y verduras, sin embargo según el diagnóstico obtenido en el capítulo anterior se identifica, que la falta de conocimientos técnicos, legales y financieros llevan a los comerciantes a desistir de ofertar, a fallar en sus ofertas (generando gastos significativos), e incumplimiento con los requisitos solicitados, es por ello que en el presente trabajo de

investigación se desarrolla una serie de estrategias financieras y pasos en el cual se muestra la guía a seguir para poder ofertar al Estado, en su calidad de futuros proveedores del sector público y para los que ya ofertan se convierte en una orientación para disminuir sus fallas al ofertar.

Por lo tanto se debe conocer de los procesos técnicos, legales y financieros a los que se deban someter para ser proveedores efectivos, lo cual permitan maximizar ingresos en las MIPYMES y minimizar los riesgos de pérdida, cumpliendo siempre con lo dispuesto en la LACAP, y demás leyes y normativas aplicables en el aspecto tributario, técnico, y contable, para no ser objetos de sanciones y multas por incumplimientos involuntarios lo cual generan consecuencias pecuniarias que afectan a los ofertantes los cuales en muchos casos estos son de gran impacto.

3.2. ESTRUCTURA DEL CASO PRÁCTICO

Tomando como base que el presente trabajo de investigación está destinado a dos tipos de comerciantes de frutas y verduras: Los que ofertan al Estado y los que no, por lo tanto se hace necesario abordarlo de la siguiente manera:

- a) Desarrollo del ejemplo hipotético para ofertar a instituciones de gobierno.

Se plantea una guía para ofertar frutas y verduras a instituciones gubernamentales en El Salvador a nivel del sector salud. Describirá los procesos, desde como inscribirse como proveedor del Estado hasta el detalle del contenido documental que posee una oferta pública.

La guía práctica tiene las siguientes características:

- Ha sido planteada hipotéticamente considerando aspectos cualitativos como sus datos generales, estructura organizativa, misión, visión, objetivos que a su vez ayudaran a consolidar el análisis financiero y redacción de los requisitos generales a cumplir en una oferta con el objetivo de visualizar los pasos y procesos que se deben realizar.
- se plasman aspectos importantes a considerar desde la lectura de las bases de licitación o términos de referencia hasta ejercer una oferta.

b) Diagnóstico Financiero.

Dando seguimiento al caso hipotético, se realiza un análisis cuantitativo del funcionamiento de un negocio en particular, evaluando a través de ratios y análisis vertical en los estados financieros de la entidad, graficado sus resultados para una mejor comprensión que ayudara a dar por asentado estrategias financieras para el crecimiento del negocio, que le fortalecerán su incremento integral, y además facilitará su participación en procesos de ofertar al gobierno.

c) Planteamiento de estrategias financieras para comerciantes de frutas y verduras.

Después de haber planteado la documentación que requieren en las ofertas y haber realizado un diagnóstico financiero, se procederá a listar una serie de estrategias financieras que tienen como objetivo impulsar un crecimiento integral en los negocios.

3.3. DESARROLLO DEL CASO PRÁCTICO**Desarrollo del ejemplo hipotético para ofertar al Estado****a) Características cualitativas****i) Datos generales**

Contribuyente:	Juan Pérez
Dirección del negocio:	Mercado de mayoreo La Tiendona
NIT:	0714-055507-001-4
NRC:	0325-4
DUI:	02129656-4
Actividad económica:	Compra venta y distribución al por mayor de frutas y verduras.

ii) Estructura Organización



iii) Misión y Visión

Misión

Ser una empresa líder en la distribución y comercialización de frutas y verduras, con altos estándares de calidad, con responsabilidad en la ejecución y cumplimiento de los procesos de entrega, respetando las normas éticas, cumpliendo a tiempo con la demanda de nuestros clientes y comprometida con sus ideales.

Visión

Ser la distribuidora líder de frutas y verduras a nivel nacional con expansión de una nueva línea de productos de materia prima para la elaboración de alimentos de las instituciones gubernamentales.

iv) Objetivo

Suministrar frutas, verduras, cereales y otros productos no clasificados previamente, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, en tiempo adecuado manteniendo la frescura y calidad de los mismos.

b) Redacción del supuesto

El 04 de junio del año 2014 el señor Juan Pérez vio un anuncio por la televisión donde presentaban la oportunidad de venderle al gobierno, específicamente a una institución de la red de salud (Hospital Nacional). Sin embargo él no conocía el proceso para poder ofertar.

Tomando como punto de partida las posibilidades que tenía su negocio para seguir expandiéndose en el mercado, le fue necesario obtener una guía para llevar a cabo el proceso, el cual se describe a continuación:

i) Registro en el Sistema Electrónico de Compras Públicas de El Salvador (COMPRASAL).

Para poder descargar bases correspondientes a los procesos publicados en COMPRASAL, todo proveedor debe estar registrado en dicho portal según los siguientes pasos:

- ❖ Ingrese a la dirección web a <https://www.comprasal.gob.sv>, allí encontrará una serie de menús, se debe elegir la opción marco normativo.
- ❖ Luego seleccione la categoría de la normativa que desea consultar, despliegue la barra de opciones múltiples allí encontrará opción "guías que facilitan su inscripción".
- ❖ Seleccione "guía de Inscripción de Proveedores en portal COMPRASAL.
- ❖ Descargue la guía, en esta guía encontrará puntual e ilustradamente los pasos a seguir para inscribirse como proveedor.
- ❖ Siga los pasos de la guía e inscribase como proveedor.

Como último punto de inscripción, COMPRASAL le envía automáticamente la confirmación a la cuenta de correo que se indicó en el registro, en ese correo se envía una contraseña provisional, la cual debe cambiar la primera vez que ingrese al sistema. Al estar registrado en el portal ya se tiene la categoría como proveedor y se puede iniciar con los procesos de ofertas al Estado, ya sea comprando las bases de oferta en la UACI correspondiente, o descargándolas gratuitamente en COMPRASAL.

Al descargar las bases en el portal de COMPRASAL es importante imprimir la hoja de comprobante de registro como proveedor participante en ese proceso, para evitar inconvenientes al momento de presentar la oferta. Tal como se muestra en la figura 3.1:

Figura: 3.1. Comprobante de registro de descarga gratuita

CompraSal	https://WWW.Comprasal.gob.sv/comprasal_web/doc_descarga.jsf
COMPROBANTE DE REGISTRO DE DESCARGA GRATUITA	
La información se registró satisfactoriamente, ya puede descargar las bases.	
Código de proceso	LP-01/2015
Institución	Hospital Nacional Ejemplo, San Salvador
Empresa registrada	JUAN PÉREZ null
Fecha y hora	15/10/2014 9:19 AM
Número de registro	20158866
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px auto; width: fit-content;"> <p>¡Atención!</p> <p>Debe imprimir el comprobante de registro de descarga gratuita de bases para hacer constar a la UACI de su interés en participar en el proceso de compra.</p> </div>	

Luego de descarga de las bases, a efecto de explicar el correcto desarrollo de una oferta pública, se realiza la oferta de las bases de licitación descargadas:

Al momento de leer las bases de licitación o términos de referencia, es recomendable elaborar una hoja de apuntes y hacer las anotaciones más relevantes que influyen de forma importante al momento de ofertar:

- Corroborar la inscripción y comprobante de descarga de las bases.
- Revisar la fecha de presentación de la oferta este aspecto es de gran importancia ya que de aquí depende la decisión de poder ofertar o no, debido a que menor tiempo de presentación hay menos posibilidades de tener oportunamente toda la documentación vigente al momento de presentar la oferta.
- Verificar si se cumple con todos los documentos de carácter técnicos, financieros y legales, que son solicitados en las bases y si no se posee toda la documentación indagar el tiempo que se recurriría para poder obtenerlos.
- Evaluar las especificaciones técnicas de suministro requerido y seleccionar los productos que se puedan ofertar.

- Elaborar un cuadro de retaceo donde se incluya los gastos relacionados con el suministro de productos, agregando un porcentaje de gastos administrativos para establecer precios.
- Tener bien claro los aspectos de presentación de la oferta y el orden lógico de los documentos.
- Tener un cuidado riguroso con los modelos de los formularios establecidos en los anexos de las bases ya que un cambio significaría motivo de observación y en muchos casos descalificación.

Antes de seguir con el proceso de ofertar al Estado, es necesario tener en cuenta lo siguiente.

- **No desviarse del enfoque:** algunos comerciantes se afanan por incrementar los ingresos a corto plazo que los lleva a desviarse del objetivo principal. Por ejemplo, muchas veces hacen negocios grandes de los cuales no miden el costo a incurrir y no se hace un análisis de recuperación de gastos ya que no miden su capacidad económica para afrontar dicha obligación ya que hay que tomar medidas que obligan al empresario a adquirir nuevos equipos de transporte jabs etc., sin planificar los gastos que esto origina.
- **Fondos de ahorro:** cuando la empresa empieza a generar utilidades es indispensable crear dos fondos, uno es un colchón de eventualidades y el otro de reinversión, el primero es para atender emergencias y el segundo para cumplir metas como la adquisición de nuevos equipos, mejorar la infraestructura y las condiciones laborales de los trabajadores.
- **Indagar por fuentes de financiamiento:** la adquisición de créditos para el crecimiento de los negocios se ha convertido indispensable es por ello que indagar por las facilidades, costos y las tasas de interés de las distintas opciones de préstamos que ofrece el mercado, le ayuda a tomar una decisión ajustada a sus necesidades, sin perder de vista que ser cumplido con los pagos de las obligaciones aumentará las posibilidades de adquirir nuevos créditos en el futuro.
- **Pagar cumplidamente:** es importante pagar los sueldos, las obligaciones patronales a tiempo y las de los proveedores, ya que estos son indispensables para seguir con el negocio en marcha.
- **Mantenerse actualizados en el cumplimiento de obligaciones fiscales, patronales y mercantiles:** para toda oferta al Estado se tiene disponible la solvencias fiscales, previsionales y municipales en el tiempo pertinente.

- **Realizar ejercicios financieros y análisis en base a ratios financieros:** esto permite al comerciante conocer las fortalezas debilidades y amenazas de su negocio.
 - **Conocer los márgenes de utilidad por medio de cuadros de retaceos:** en ellos se plasman los costos incurridos en la entrega de los productos lo cual nos permite establecer precios de venta de frutas y verduras.
 - **Establecer los costos directos de funcionamiento:** es importante tener muy claro cuáles son los costos fijos que se tienen en su empresa para poder funcionar y de esta manera sumarle un porcentaje a costo de los productos a ofertar.
 - **Saber cuánto se necesita vender para poder cubrir los costos:** al establecer cuál es el costo real de los productos y los costos fijos de funcionamiento se puede estimar el precio de venta y el punto de equilibrio necesario para el negocio.
 - **Poder establecer adecuadamente los márgenes de utilidad:** al establecer el precio de venta es importante tener bien claro cuánto es el margen de utilidad que se quiere tener por las ventas haciendo un estudio precios ofertados por otras empresas por medio de cotizaciones.
 - **Asesorarse:** es muy importante asesorarse, y contratar personal calificado para llevar el manejo financiero de su empresa, aunque se tengan nociones del manejo administrativo hay que recibir la asesoría de los profesionales y experimentados en el manejo financiero. Hoy en día existen lugares que brindan ayuda gratuita a los micro pequeños y medianos empresarios lo cual permiten a crecer tal es el caso de CONAMYPE y CENTROMYPE.
 - **Rodearse de personal calificado:** para llevar el manejo financiero de la empresa, Las entidades financieras antes de otorgar un crédito, revisan si el posible deudor tiene capacidad de pago; por esta razón, usted debe medir la relación entre lo que tiene y lo que debe.
- c) **Planteamiento de un caso práctico de proceso de costeo adecuado para establecimiento de precios de oferta.**

El caso presentado a continuación, ha sido desarrollado tomando de referencia diversas bases de licitación pública para plantear un ejemplo consolidado de requerimientos generales que contienen las bases de licitación de instituciones de gobierno de la red de salud.

Es necesario aclarar que la documentación ha sido creada para efectos didácticos, sin embargo todos y cada uno de los lineamientos contenidos en la presente guía es de rigurosa presentación en cualquier oferta pública en el ramo de frutas y verduras, por lo anterior es de gran importancia tomar como base la siguiente guía de elaboración de ofertas públicas, con el propósito de minimizar el riesgo de rechazo por parte del sector público.

Antes de desarrollar la oferta económica, legal y financiera, tal como se plantearon en las recomendaciones al principio del caso práctico, es necesario el establecimiento de precios para ofertar por medio de un cuadro de prorrateo, dicho cuadro contiene el código del producto, nombre del producto, unidad de medida, cantidad por pedido. Estos datos anteriores salen de las compras o pedidos que se realicen a los proveedores, a partir de estos datos se recalculan los costos a fin de no dejar de incorporar aquellos gastos atribuibles a la entrega del producto y porcentajes por pérdida (vencimiento del producto); adicional a estas dos variables se añade un porcentaje de gastos de venta y administrativos, estos cuatro últimos valores son determinados por la empresa ofertante. Y como paso final se incorpora el porcentaje de ganancia que se espera por unidad ofertada., dichos cálculos quedarían de la siguiente manera:

Costo según suministro (Valor de compra total)

(+) Costo de Entrega

(+) % de Pérdida

(=) Costo Total

(+) % Gastos de Venta

(+) % Gastos de Administración

(=) Costo + Gastos Operativos


(+) % de Ganancia

(=) Precio de Oferta Total

(÷) Unidades Compradas

(=) Precio de Oferta Unitario

Para mayor comprensión se muestra un ejemplo donde se aplica dicho método para establecer precios:

Cuadro 3.2. CUADRO DE PRORRATEO DE OFERTA DE FRUTAS Y VERDURAS															
FRUTAS Y VERDURAS JUAN PEREZ															
Mercadería FRUTAS Y VERDURAS															
Cond.pago Crédito															
Oferta: Licitación pública Ejemplo															
Suministro		cant.	Salario	Mensual											
Personal asignado		2	255.00	510.00											
Gastos de Venta		15%													
Gastos Administrativos		12%													
															
EN DÓLARES DE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA															
Código	Producto	UMI	Cantidad por pedido	Costo s/unidad M	Costo según Suministro	Costo Entrega	% pérdida	Costo por pérdidas	Costo Total	Costo Unitario	% Gtos Venta	% los Admon	Costo (+) Gastos operativos	% de ganancia	Precio de oferta
s/c	Cilantro.	Lbs.	500	0.80	400.00	52.04	1.00%	4.00	456.04	0.91	0.14	0.11	1.16	23%	1.50
50108220	Granadilla para fresco	c/u	1000	0.50	500.00	104.08	2.00%	10.00	614.08	0.61	0.09	0.07	0.78	18%	0.95
50108360	Limón	c/u	600	0.06	36.00	62.45	1.00%	0.36	98.81	0.16	0.02	0.02	0.21	-90%	0.11
50108640	Naranja para fruta	c/u	1200	0.06	72.00	124.90	3.00%	2.16	199.06	0.17	0.02	0.02	0.21	-32%	0.16
50108700	Papaya. (Papaya Tamaño Grande).	c/u	500	0.95	475.00	52.04	3.00%	14.25	541.29	1.08	0.16	0.13	1.37	31%	1.98
50108780	Piña de Azúcarón. (Piña tamaño Grande).	c/u	500	0.75	375.00	52.04	2.50%	9.38	436.42	0.87	0.13	0.10	1.11	41%	1.87
50108820	Sandia. (Sandia Tamaño Jumbo).	c/u	600	1.25	750.00	62.45	2.00%	15.00	827.45	1.38	0.21	0.17	1.75	34%	2.66
					2,608.00	510.00		55.15	3,173.15	5.19	0.78	0.62	6.59		

3.4. CONTENIDO GENERAL DE LAS OFERTAS EN UNA LICITACIÓN PÚBLICA

Antes de describir la documentación requerida, es necesario mencionar puntos importantes a considerar al preparar una oferta.

El licitante deberá examinar cuidadosamente lo detallado en cada una de las secciones descritas y anexos de las bases de licitación emitidas por cada institución contratante, estas últimas no serán responsables por las consecuencias derivadas en la falta de conocimiento o mala interpretación de dichos documentos por parte del ofertante.

Si algún licitante necesita alguna aclaración de las bases de licitación, o tuvieren dudas en cuanto a la interpretación de los documentos contractuales, o encontrare contradicciones, discrepancias u omisiones en ellos, deberá notificarlo inmediatamente por escrito a la UACI que requiere los suministros.

La institución contratante, recibirá dichas solicitudes de aclaraciones hasta tres (3) días hábiles posteriores a la fecha de la entrega de las bases de licitación, las que serán contestadas por escrito a todos los licitantes interesados, que hayan retirado de la UACI o descargado de COMPRASAL las Bases de Licitación.

Si no lo hiciera, quedará entendido que el licitante al formular su oferta lo ha hecho tomando en cuenta la condición que sea más favorable para el contratante. No se permite que el licitante se aproveche de cualquier omisión o error cometido en las bases de licitación, y no se hacen pagos adicionales ni se concederá prórroga alguna por estos conceptos.

La institución emisora de las bases de licitación, emite en forma de adenda las modificaciones o errores en las bases o términos de referencia, y por medio de aclaraciones, las explicaciones o instrucciones necesarias para explicar los términos de las mismas. Dichas adendas o aclaraciones, serán notificadas antes de los últimos tres (3) días hábiles de la fecha señalada para la recepción de las ofertas, las cuales se harán por escrito, y formarán parte de los documentos contractuales. No tendrán ninguna validez las explicaciones o instrucciones verbales.

Cada adenda, enmienda o aclaración podrá hacerse del conocimiento de los participantes de la siguiente manera:

- a) A través de correo electrónico,
- b) Por medio de fax, y
- c) Entregada a cada uno de los licitantes, quienes acusarán de recibido firmando el cuadro de entrega que acompaña la adenda, enmienda o aclaración,
- d) por medio de publicación en el sitio electrónico de Compras Públicas del Ministerio de Hacienda (COMPRASAL).

La comisión de compras de cada institución, tendrá la facultad discrecional de prorrogar el plazo para la presentación de ofertas a fin de dar a los posibles licitantes tiempo razonable para la preparación de la misma.

La documentación que prepare el oferente, así como toda la correspondencia y documentos relativos a ella que intercambien el licitante y el contratante deberá redactarse en el idioma castellano. Los documentos complementarios y literatura impresa que proporcione el licitante podrán estar escritos en otro idioma, a condición de que vayan acompañados de una traducción al castellano debidamente autenticada por las autoridades correspondientes y sus respectivas diligencias notariales, asimismo, deben de indicar la posibilidad de proporcionar información complementaria, si esta es requerida por el contratante. La traducción prevalecerá en lo que respecta a la interpretación de la oferta, los precios serán cotizados en dólares de los Estados Unidos de América.

La oferta preparada por el licitante deberá presentarse de acuerdo lo solicita cada institución contratante, el día y hora señalados, cada uno deberá contener un original y las copias solicitadas por cada institución, los cuales deberán contener los requerimientos siguientes:

La oferta original deberá ser firmada por el oferente; para el caso de persona jurídica, por el representante legal o su apoderado. El documento que acredita la facultad de la persona para firmar, deberá adjuntarse a la misma. Todas las páginas de la oferta, deberán llevar la rúbrica de la persona licitante. Todo texto entre líneas, tachaduras o palabras superpuestas serán válidas solamente si llevan la leyenda "Enmendado – Vale", y la firma o rúbrica de la persona que firma la oferta.

La oferta deberá estar foliada y contener su respectiva caratula de presentación y un índice de la oferta.

CONTENIDO DE UNA OFERTA ECONÓMICA:

- **Garantía de mantenimiento de oferta;** el licitante presentará a favor de la institución contratante, como parte de su oferta una garantía de mantenimiento de oferta, la cual estará denominada en la misma moneda de la oferta, y adoptará una de las siguientes formas: Cheque certificado; o, garantía bancaria emitida por Institución bancaria o una fianza, emitida por una compañía aseguradora o afianzadora, debidamente legalizada por la Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador. La validez de dicha garantía, será de noventa días calendario a partir de la fecha de la apertura de las mismas.

No hay que perder de vista toda oferta que sea presentada sin dicha garantía, esta será excluida de pleno derecho, Art. 53 LACAP.

- **Declaración jurada otorgada ante notario,** (Art. 44 LACAP), sobre la veracidad de la información proporcionada por el ofertante (por lo general cada institución brinda el formato para elaborar dicha declaración), y que no le afecta ninguna de las incapacidades o impedimentos mencionados en los artículos veinticinco y veintiséis LACAP;
- **Datos generales de la empresa:** es indispensable agregar un apartado con los datos generales de la empresa ya que estos son tomados en cuenta en el momento de la evolución generando mayor seguridad en el proceso de oferta.

- **Carta oferta:** en esta carta se establecen los precios totales de la oferta presentada detallando el precio total con el IVA incluido la fecha de vigencia de la oferta y la aceptación de los términos de referencia.
- **Carta compromiso del oferente:** en esta carta se establece el compromiso contraído con la institución licitante de presentar las muestras requeridas por el contratante.
- **Plan de Oferta Económica** (por lo general este cuadro de oferta económica está contenido en los anexos de cada base de licitación. La oferta económica deberá presentarse adicionalmente en un archivo electrónico de excel editable en un CD.)

El ofertante, para preparar su oferta económica, deberá tomar en consideración lo siguiente:

Respetar el orden de los ítems tal como se detalla en el formulario del Cuadro de oferta económica emitido en las bases de la institución contratante en el cual se desglosa en forma clara el valor de lo requerido.

Las cotizaciones de las ofertas (cuando aplique), se harán con base a los Términos de Comercio Internacional INCOTERMS, vigentes (artículo 44, literal "i" LACAP)

Los precios indicados en el cuadro de oferta económica, deberán incluir el impuesto a la transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios (IVA);

Las ofertas deberán especificar claramente el plazo y otros aspectos que se consideren importantes en relación con la garantía; además deberá declarar por escrito la aceptación del plazo, la forma y el trámite de pago; y el ofertante deberá presentar una sola oferta económica por la totalidad de ítems sin opciones o alternativas, ya que en su efecto no se evalúa oferta alguna que no cumpla con esta especificación.

CONTENIDO DE LA DOCUMENTACIÓN LEGAL

➤ **PERSONAS NATURALES:**

FOTOCOPIAS CERTIFICADAS POR NOTARIO DE:

- a) Documento Único de Identidad (DUI), vigente a la fecha
- b) Tarjeta de Identificación Tributaria (NIT), vigente a la fecha

- c) Escritura Pública de Poder con cláusula especial para ofertar y contratar en procesos de contratación pública, debidamente inscrita en el Registro de Comercio
- d) Tarjeta de Registro de Contribuyente del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios (IVA) (si aplica) y
- e) Constancia de Matrícula de Empresa y Establecimiento vigente o en su defecto:
 - i.) Recibo de pago de la misma o
 - ii.) Constancia extendida por el Registro de Comercio de que la emisión de la Matrícula se encuentra en trámite de renovación o primera vez, según sea el caso.

➤ **PERSONAS JURÍDICAS:**

FOTOCOPIAS CERTIFICADAS POR NOTARIO DE:

- a) Escritura Pública de Constitución de la sociedad debidamente inscrita en el Registro de Comercio
- b) Escritura Pública de Modificación, Transformación o Fusión de la sociedad (si las hubiere), debidamente inscritas en el Registro de Comercio
- c) Credencial del Representante Legal u otro documento que lo acredite como tal, debidamente inscritos en el Registro de Comercio o si fuere el caso
- d) Escritura Pública de Poder con cláusula especial para ofertar y contratar en procesos de contratación pública, debidamente inscrita en el Registro de Comercio
- e) Documento Único de Identidad (DUI) del Representante Legal o Apoderado de la Sociedad, según sea el caso, que debe estar vigente a la fecha
- f) Tarjeta de Identificación Tributaria (NIT) del Representante Legal o Apoderado de la Sociedad, según sea el caso, que debe estar vigente a la fecha
- g) Pasaporte o Carnet de Extranjero Residente del Representante Legal o Apoderado de la Sociedad, según sea el caso, documentos que deberán estar vigentes
- h) Constancia de Matrícula de Empresa y Establecimiento vigente o en su defecto recibo de pago de la

misma o constancia extendida por el Registro de Comercio de que la emisión de la matrícula se encuentra en trámite de renovación o primera vez, según sea el caso

- i) Certificación de la Nómina de Accionistas, actualizada y suscrita por el Secretario de la Junta Directiva o Administrador Único de la Sociedad, según sea el caso
- j) Tarjeta de Identificación Tributaria (NIT) de la sociedad y
- k) Tarjeta de registro de contribuyente del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios (IVA), de la sociedad.

La siguiente documentación deberá ser presentada por los ofertantes salvadoreños, sean personas naturales o jurídicas:

Originales emitidos de forma tradicional o impresos en línea a través de los mecanismos correspondientes, los siguientes documentos:

➤ **Solvencia de la Dirección de Impuestos Internos**

Deberá ir a nombre de la persona jurídica o natural interesada en participar en la oferta pública. La solvencia consiste en el cumplimiento de lo establecido en los artículos 217 y 218 del Código Tributario.

➤ **Solvencia del Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS)**

La emite la sección administrativa de cuentas por cobrar de la institución y tiene una vigencia de 30 días, por lo tanto debe tramitarse de acuerdo a la fecha de entrega de los documentos para participar en la oferta. Del caso de no estar inscritos como patronos en el ISSS se debe solicitar constancia que afirme no inscripción como empleador.

➤ **Solvencia de las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP)**

Se debe presentar de las dos unidades administrativas, AFP Confía y AFP Crecer, tiene una vigencia de 30 días, por lo tanto debe tramitarse de acuerdo a la fecha de entrega de los documentos para participar en la oferta. En caso de no estar inscritos como patronos en la administración de pensiones, se debe solicitar constancia que afirme no inscripción como empleador.

➤ **Solvencia del Instituto Previsión Social de la fuerza Armada (IPSFA)**

La solvencia tiene una vigencia de 30 días, por lo tanto debe tramitarse de acuerdo a la fecha de entrega de los documentos para participar en la oferta. En caso de no estar inscritos como patronos en el instituto de pensiones (IPPSFA), se debe solicitar constancia que afirme no inscripción como empleador.

➤ **Solvencia Municipal**

Se solicita de acuerdo a la municipalidad que permanece y está inscrita la persona natural o jurídica, detallando el estado en que se encuentra los impuestos imputables y tiene una vigencia de 30 días contados a partir de la fecha de la emisión, por lo tanto debe tramitarse de acuerdo a la fecha de entrega de los documentos para participar en la oferta.

CONTENIDO DE LA DOCUMENTACIÓN FINANCIERA:

Fotocopias legibles y certificadas por notario de:

- Estados Financieros Básicos (Balance General y Estado de Resultados), del ejercicio fiscal solicitado al ofertante. (Auditados por un auditor externo autorizado por el Consejo de Vigilancia de la Profesión de Contaduría Pública y Auditoría).
- Anexos a los Estados Financieros
- Dictamen correspondiente del auditor por cada ejercicio fiscal.

Además, presentar la constancia de Estados Financieros en calidad de depósito en el Centro Nacional de Registro, departamento de Balances

CONTENIDO DE LA DOCUMENTACIÓN TÉCNICA

- Oferta técnica (con base al requerimiento de las especificaciones técnicas).
- Constancias o referencias originales, extendidas por clientes o contratantes, sean estas personas naturales o jurídicas, privados o públicos, nacionales o extranjeros, a quienes el ofertante haya proporcionado suministro de alimentos similares a los requeridos en las bases de licitación, durante los años solicitados por la institución indicando las características principales de los mismos, así como los montos similares a la oferta económica que presenten. Dichas constancias deberán ser firmadas por la autoridad competente para la emisión de las mismas, especificando además, el número de teléfono, ya que la institución se reserva el derecho de verificar la información.
- Formulario de Capacidad Administrativa.

- Detalle de alimentos a suministrar.

PERÍODO DE VIGENCIA DE LAS OFERTAS

Generalmente las ofertas serán válidas por un periodo de noventa días calendario, a partir de la fecha de la apertura de las ofertas.

PRESENTACIÓN Y RECEPCIÓN DE LAS OFERTAS Y APERTURA DE LAS MISMAS

Las ofertas deberán ser presentadas y recibidas en la UACI de la institución contratante, día y hora especificados en el aviso de convocatoria según se especifica en las bases de licitación:

A partir de la hora de apertura señalada, no podrá ser retirada ninguna de las ofertas presentadas, siendo estas entregadas por las personas naturales o jurídicas que participarán en el proceso; caso contrario junto a la oferta (sistema de dos sobres), el participante, deberá presentar una carta de acreditación para que determinada persona pueda participar en el acto de presentación y apertura de las ofertas, en calidad de delegado de la persona natural o jurídica; nacional o extranjera.

Al momento de ser recibidas las ofertas, el ofertante o su representante firmarán y sellará el formulario que contendrá:

Nombre de la Institución, el número y la denominación del proceso;

- a) Nombre o denominación del oferente;
- b) Nombre y firma de la persona que entrega la oferta;
- c) Fecha y hora de presentación de la oferta; y,
- d) Otra información que se considere pertinente.

ACTO DE APERTURA

En el acto de apertura pública el representante de la UACI, procederá a abrir los sobres de las ofertas técnicas y económicas en el lugar, día y hora indicados en las mismas Bases de Licitación, en presencia de los ofertantes que deseen asistir y cuyas ofertas hayan sido presentadas en el plazo establecido en éstas.

Se procederá a la apertura del sobre, con el objeto de verificar el nombre del oferente, presentación de la garantía de mantenimiento de oferta, periodo de vigencia de la garantía, monto e institución que la emite y, posteriormente se procederá a leer en voz alta el monto total de la oferta económica.

Al finalizar el proceso de apertura de ofertas la UACI levantará el acta correspondiente, la cual será firmada por los presentes en el acto, a quienes se les entregará copia de la misma, la omisión de la firma por los oferentes, no invalidará el contenido y efecto del acta, según lo establecido en LACAP y su reglamento.

EXCLUSIÓN DE OFERTAS

Las ofertas recibidas extemporáneamente y las que no presenten la garantía de mantenimiento de oferta, se considerarán excluidas de pleno derecho, según el Art. 53 LACAP.

Las empresas participantes en los procesos de oferta, deben mencionar en sus documentos, su disposición a cumplir cada uno de los requerimientos mencionados en las bases de licitación. Si no son mencionados expresamente en su oferta, se entenderá que no tienen la disposición de cumplir el requerimiento, tal como está señalado y no serán tomados en cuenta en el proceso de evaluación.

DIAGNÓSTICO FINANCIERO

Análisis de Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) y Diagrama de Ishikawa

Para poder ofertar al sector público es necesario elaborar diagnóstico financiero del negocio, un análisis FODA, el cual muestra los problemas críticos que podemos mejorar a la hora de realizar un contrato con el Estado, ya que con este se obtiene un diagnóstico preciso, y en función de ello, se permite tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formuladas.

El análisis FODA es una de las herramientas esenciales que provee los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria al comerciante en la implantación de acciones y medidas correctivas.

En el proceso de análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, se deben considerar los factores económicos, políticos, sociales y culturales que representan las influencias del ámbito externo de la empresa, que inciden sobre su quehacer interno, ya que potencialmente pueden favorecer o poner en riesgo el cumplimiento de la misión establecida.

Para poder llevar a cabo el análisis FODA el comerciante deberá realizar dos tipos de análisis previos:

- Análisis interno.

Este análisis implica el conocimiento de las fortalezas internas que facilitan el logro de los objetivos así como de las limitaciones que impiden el alcance de las metas de manera eficiente y efectiva

Fortalezas: Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, entre otros.

Debilidades: Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, entre otros.

Los factores externos que pueden afectar el desempeño del negocio son: capital humano, recursos materiales, recursos financieros, recursos económicos, y recursos tecnológicos.

- Análisis Externo.

Este análisis implica realizar un estudio de las condiciones o circunstancias externas en el entorno en que opera, identificando las diversas oportunidades y amenazas que pudieren afectar la operativa del negocio.

Oportunidades: Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

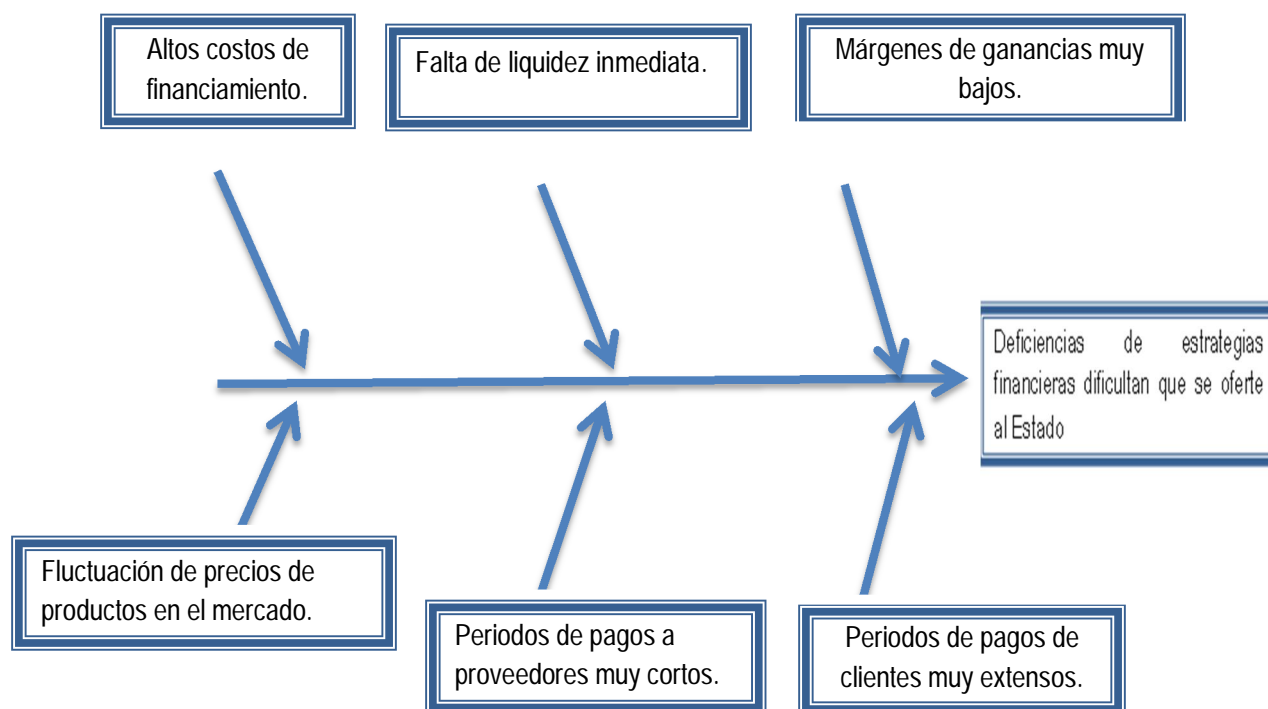
Amenazas: Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

Los factores externos que pueden afectar el desempeño del negocio son: el sistema político, legislativo y económico, entre otros

ANALISIS FODA FRUTAS Y VERDURAS JUAN PÉREZ	
F	<ul style="list-style-type: none"> • Buen ambiente laboral • Conocimiento del mercado • Posibilidades de acceder a créditos • Recursos humanos fiel a la empresa • Existencia de nichos de mercado ya establecidos
O	<ul style="list-style-type: none"> • Programas gubernamentales para las micros y pequeñas empresas • Convenios con los importadores de frutas y verduras • Mercado mal atendido • Gran demanda del producto • Tendencias favorables en el mercado • Existen más de diez hospitales en los alrededores de San Salvador • Fuerte poder adquisitivo de nuevos clientes gubernamentales
D	<ul style="list-style-type: none"> • Sueldos bajos • Equipamiento viejo • Falta de capacitación • Problemas con la calidad • Mala situación financiera • Incapacidad para ver errores • Capital de trabajo mal utilizado • Deficientes habilidades gerenciales • Poca capacidad de acceso a créditos • Falta de motivación del recursos humanos
A	<ul style="list-style-type: none"> • Desabastecimiento de mercado por cierres de aduanas • Dependencia de importaciones de frutas y verduras • Cambios en la legislación

	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia muy agresiva • Aumento de precio de insumos • Segmento del mercado contraído • Tendencias desfavorables en el mercado • Competencia consolidada en el mercado
--	---

Para una mayor comprensión, se ha elaborado un diagrama de espina de pescado, que muestra la relación causa -efecto en una problemática.



ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS

Saber el significado de las partidas que componen los estados financieros básicos y la forma en que fueron elaborados, lo que permite entender la información económica y financiera contenida implícitamente en ellos, a raíz de esto es importante que el comerciante no se vuelva analista financiero de profesión pero que si sepa interpretar el comportamiento de algunos registros significativos de los estados financieros.

Al realizar la interpretación de la cifras de los estados financieros los comerciantes, deben detectar los puntos fuertes y débiles de la compañía, ya que con el análisis que realice, el comerciante podrá tomar decisiones acertadas o erróneas, para el mejor funcionamiento y altos beneficios económicos.

El análisis de estados financieros basados en tendencias, resulta muy útil para los comerciantes ya que estos permiten:

- ✓ Conocer a profundidad la trayectoria del negocio.
- ✓ Comprobar qué partidas consumen porcentajes significativos de recursos económicos.
- ✓ Evaluar el comportamiento de las cifras financieras.
- ✓ Identificar desviaciones significativas de rubros importantes.

Como parte del planteamiento de estrategias financieras se ha elaborado el siguiente análisis de estados financieros de forma vertical tomando en cuenta la tendencia de los últimos años, en el cual se recopilan los balances y estados de resultados de los años 2012 al 2014.

FRUTAS Y VERDURAS JUAN PEREZ
Análisis Vertical de Balances Generales Comparativos al 31 de Diciembre de los años 2012 al 2014
Expresados en Dólares de los Estados Unidos de América (US\$)

Activo		<u>2014</u>	<u>2013</u>	<u>2012</u>	<u>2014</u>	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Activo Corriente							
Disponibilidades	US\$	3,435	682	3,447	1%	0%	1%
Cuentas por Cobrar		299,636	128,352	68,218	48%	28%	16%
Inventarios		-	-	12,607	0%	0%	3%
Impuestos por cobrar		-	-	14,779	0%	0%	3%
Pagos Anticipados		-	2,504	6,103	0%	1%	1%
Total del activo corriente		303,071	131,538	105,154	48%	29%	24%
Activo No Corriente							
Activo Fijo, neto		310,070	311,226	314,074	49%	68%	72%
Otros activos		14,677	14,677	14,677	2%	3%	3%
Total del Activo		US\$ 627,818	457,441	433,905	100%	100%	100%
Pasivo y Patrimonio							
Pasivo Corriente							
Cuentas y Documentos por pagar	US\$	21,465	10,575	9,243	3%	2%	2%
Prestamos Bancarios a Corto Plazo		58,692	-	-	9%	0%	0%
Impuesto Sobre la Renta por pagar		2,963	6,514	14,306	0%	1%	3%
Total pasivo		83,120	17,089	23,549	13%	4%	5%
Patrimonio							
Capital asignado		507,778	419,834	385,055	81%	92%	89%
Utilidades acumuladas		36,920	20,518	25,302	6%	4%	6%
Total del patrimonio asignado		544,698	440,352	410,356	87%	96%	95%
Total Pasivo y Patrimonio		US\$ 627,818	457,441	433,905	100%	100%	100%

En estos estados financieros comparativos, se han calculado los porcentajes tomando como base el activo total de los años correspondientes, en primer lugar es evidente el bajo nivel de efectivo que maneja la empresa, así mismo se aprecia que la gestión de cobro de cartera ha tenido una evidente mala gestión pues se ha tenido una considerable alza en este rubro llegando a triplicar el porcentaje de importancia con respecto al activo total del último año (48% año 2014 vs 28% año 2013).

Otro de los rubros llamativos son los préstamos bancarios a corto plazo, ya que aunque la empresa cuenta con un nivel alto de activos aún no se ha explotado de manera eficiente el área de financiamiento externo del sector bancario, llegando a ser una opción válida al momento de fondear las operaciones inmediatas de la empresa, además como respaldo de posibles créditos bancarios se tiene la posibilidad de dar en garantías los bienes inmuebles de la empresa.

FRUTAS Y VERDURAS JUAN PEREZ
Análisis Vertical de Estados de Resultados Comparativos del 01 de Enero al 31 de Diciembre de los años 2012 al 2014
Expresados en Dólares de los Estados Unidos de América (US\$)

		<u>2014</u>	<u>2013</u>	<u>2012</u>	<u>2014</u>	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Ingresos							
Ingresos por Ventas	US\$	1254,464	970,955	1234,921	100.00%	100.00%	100.00%
Menos Costo de Ventas		1131,273	880,304	1143,976	90.18%	90.66%	92.64%
Margen Bruto		123,191	90,651	90,945	9.82%	9.34%	7.36%
Gastos de Operación:							
Gastos de Venta		60,196	48,923	46,546	4.80%	5.04%	3.77%
Gastos de Administración		11,275	11,207	12,523	0.90%	1.15%	1.01%
Gastos Financieros		1,419	304	776	0.11%	0.03%	0.06%
Total gastos de operación		72,890	60,434	59,845	5.81%	6.22%	4.85%
Utilidad de operación		50,301	30,217	31,099	4.01%	3.11%	2.52%
Otros ingresos-netos		120	11	0	0.01%	0.00%	0.00%
Utilidad antes de impuesto		50,421	30,228	31,099	4.02%	3.11%	2.52%
Impuesto sobre la Renta		13,501	9,710	5,798	1.08%	1.00%	0.47%
Utilidad neta	US\$	36,920	20,518	25,302	2.94%	2.11%	2.05%

Además de analizar los balances generales se elabora un comparativo de los estados de resultados de los años del 2012 al 2014 en los cuales se aprecia como punto llamativo en este análisis, el alza de los costos de ventas, el aumento de este rubro llegó a disminuir drásticamente hasta el 9% del margen bruto de la empresa, afectando los márgenes operativos y netos, obteniendo en este último un alarmante porcentaje del 2.94%.

Uno de los aspectos importantes es el evidente estancamiento a nivel de ingresos que ha presentado la empresa ya que el incremento de los ingresos año con año ha venido acompañado del aumento de costos de venta, lo cual hace que no se logre tener mayores márgenes de ganancia bruta.

Además de los análisis verticales, horizontales y de tendencias, existen los análisis de ratios o razones financieras y ¿qué son estas razones financieras?, son las herramientas para analizar la situación de una empresa, sin embargo también presentan algunas limitaciones; pueden servir como una ilustración para señalar a aquellas áreas de fortaleza o debilidad potencial, así como indicar aquellas en las que se requiere mayor investigación, sin embargo no se considera un análisis predictivo sino más bien es un llamado de alerta al comerciante, para que preste atención aquellas áreas que presentan deficiencias.

Las razones financieras se dividen en cuatro categorías:

- ✓ Razones de liquidez

Estas miden la capacidad de la empresa para identificar sus necesidades de efectivo.

- ✓ Razones de Actividad

Las cuales miden la liquidez de los activos que posee el comerciante

- ✓ Razones de apalancamiento

Miden el uso de la deuda por parte de la empresa, comparado con el uso de capital y su capacidad de pagar los intereses y otros gastos fijos.

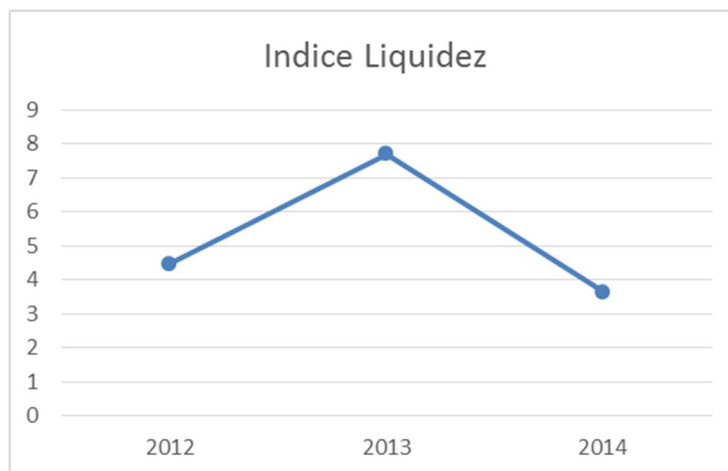
- ✓ Razones de utilidad

Miden el desempeño de toda la empresa y su eficiencia en la administración de los activos, pasivos, y el capital

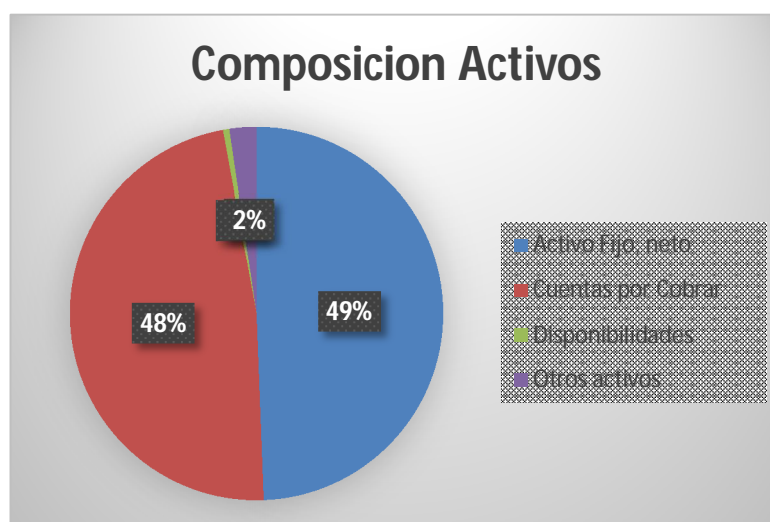
Para efectos de seguir el desarrollo del caso práctico se han tomado como insumos los estados financieros de la entidad y ha se elaborado una matriz de ratios financieros los cuales son objeto de evaluación en cualquier oferta publica, lo anterior sirve con un doble propósito a efectos de realizar análisis sobre los mismos y de esta manera obtener insumos para el establecimiento de estrategias financieras acordes a las necesidades del negocio.

Razones	2014	2013	2012
Índice de Liquidez	3.65	7.70	4.47
Capital Neto Trabajo	219,951	114,449	81,606
Rotación Cuentas por Cobrar	4.19	7.56	18.10
Plazo Promedio Cobro	85.99	47.59	19.89
Rotación Cuenta por Pagar	91.53	235.69	306.29
Plazo Promedio Pago	3.93	1.53	1.18
Ciclo Conversión de Efectivo	82.06	46.06	18.71
Razón Endeudamiento	13%	4%	5%
Razon de Autonomia	87%	96%	95%
Razón Deuda-Capital (Apalancamiento)	0.15	0.04	0.06
%Margen Bruto	9.82%	9.34%	7.36%
%Margen Operación	4.01%	3.11%	2.52%
%Margen Neto	2.94%	2.11%	2.05%
Rotacion de Activos	2.00	2.12	2.85
Rendimiento sobre Activo (ROA)	0.06	0.04	0.06
Rendimiento sobre Capital (ROK)	0.07	0.05	0.06

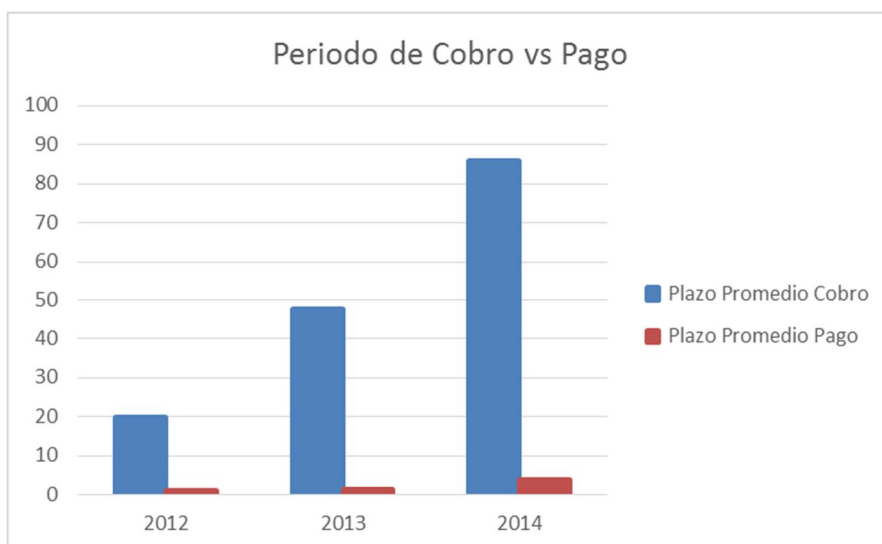
Uno de los principales índices que evalúan comúnmente las UACIS en una oferta pública es la liquidez, en el caso particular de la empresa Frutas y Verduras Juan Pérez ha mantenido durante los últimos 3 años un alto nivel de liquidez pero con claras señales de una mala gestión de la cartera de clientes, tal como lo evidencia el análisis vertical anterior.



El gráfico de tendencia del índice de liquidez muestra que la compañía posee la suficiente capacidad para hacer frente a sus obligaciones del corto plazo, sin embargo también puede ser interpretado como un elevado nivel de capital ocioso, producto de los elevados saldos en cuentas por cobrar que quedan sin recuperar año con año.



En el gráfico de pastel correspondiente a la composición de los activos de la empresa, para el año 2014 las cuentas por cobrar representan el 48% de los activos totales, la mejoría en el grado de liquidez está condicionada a la gestión de la recuperación de las cuentas por cobrar.



En el gráfico anterior se muestra que a pesar del elevado ratio de liquidez, la empresa ofertante presenta problemas en cuanto a los periodos de cobros y pagos, ya que para vender a consumidores finales de frutas y verduras, se debe financiar a los clientes por un periodo promedio de 82 días, este fenómeno se da de manera natural debido a las condiciones que propicia el mercado.

PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS

1. Estrategia financiera para área de cobros: Aminorar periodos de cobros por medio del establecimiento de relaciones comerciales alternas.

La diversificación de clientes es una estrategia fundamental ya que por medio de esta se establece un parámetro de rotación de la cartera y la recuperación de cuentas por cobrar. La gran diferencia entre los periodos por cobrar y pagar puede conducir a las empresas que ofertan al Estado a que aumenten sus relaciones comerciales con medianos comerciantes y minoristas de frutas y verduras como medida preventiva para minimizar los periodos de cobros a clientes, es decir, obtener financiamiento por medio de relaciones comerciales alternas, de esta manera se dependerá en menor medida de los cobros provenientes del sector público, sin dejar de ser importante para el giro del negocio. Por otro lado para aquellas empresas que no se dedican a ofertar al Estado y que tienen intenciones de hacerlo, resulta conveniente tomar en consideración este tipo de estrategia para ampliar las relaciones comerciales con medianos comerciantes y minoristas de frutas y verduras, previo a incursionar en relaciones comerciales con el sector público.

2. Estrategia financiera para área de cuentas por cobrar: Factoraje de cartera

Al indagar sobre la composición de la cartera de clientes de Juan Pérez se logró concluir que en un gran porcentaje sus cuentas por cobrar están compuestas por clientes mayoristas que tienen similares condiciones de pago que el Gobierno.

Al hacer el comparativo entre los factorajes realizados por la empresa con personas y empresas de confianza, se ha concluido tomando como ejemplo para el año 2014 una cartera de \$18,527.99 a un periodo de 40 días la carga financiera (gasto administrativo) que la empresa ha tenido que soportar es de aproximadamente \$1,991.76 (siendo un 10.75% de interés cobrado a lo largo de los 40 días, incluidos los costos por comisión). La ventaja en este tipo de factoraje es la poca documentación que solicita la empresa de factoraje o factorador. Sin embargo al consultar las tasas establecidas a Diciembre 2014 por la Superintendencia del Sistema Financiero se obtuvieron las siguientes tablas:

Tasas de interés vigentes del 01 al 31 de diciembre 2014.²⁰

OTROS							
INSTITUCIONES	FICAFE	AUTOMÁTICOS		SOBREGIROS		FACTORAJE	
		Tasa nominal	Tasa efectiva	Tasa nominal	Tasa efectiva	Tasa nominal	Tasa efectiva
Banco Agrícola, S.A.	No ofrece el producto	H. 4% s/tasa de depósito	H. 4% s/tasa de depósito	Hasta 20.00%	Hasta 23.29%	No ofrece el producto	No ofrece el producto
Banco Citibank de El Salvador, S.A.	TIBP+1%	H. 6% s/tasa de depósito	No ofrece el producto	30.00%	40.00%	No ofrece el producto	No ofrece el producto
Banco Davivienda Salvadoreño, S.A.	TIBP 180 días + 1%	T. depósito + 4%	T. depósito + 80%	24.25%	30.36%	21.25%	66.25%
Banco Hipotecario de El Salvador, S.A.	No ofrece el producto	Hasta el 6% s/tasa de depósito a plazo. Se cobra comisión por trámite de crédito.	No ofrece el producto	Hasta 30.00%	45.68%	No ofrece el producto	No ofrece el producto
Banco de Fomento Agropecuario	TIBP+1%	H. 4% s/tasa de depósito	No ofrece el producto	16.00%	16.00%	No ofrece el producto	No ofrece el producto
Banco G&T Continental El Salvador, S.A.	TIBP 180 días + 1%	T. depósito + 5%	No ofrece el producto	Hasta 26.00%	Hasta 26.67%	Hasta 21.00%	Hasta 21.54%
Banco Promerica, S.A.	No ofrece el producto	H. 4% s/tasa de depósito	No ofrece el producto	29.76%	Hasta 36.12%	No ofrece el producto	No ofrece el producto

²⁰ Superintendencia del sistema financiero. 2014 "Tasas de interés comisiones recargos y censos por cuentas de tercero" disponible en: http://www.ssf.gob.sv/descargas/tasas_int/tasas_1214.pdf

Scotiabank El Salvador, S.A.	No ofrece el producto	H. 4% s/ depósito	24%	26.00%	32.00%	No ofrece el producto	No ofrece el producto
Banco de América Central, S.A.	No ofrece el producto	H. 10% s/tasa de depósito		No ofrece el producto	No ofrece el producto	18.00%	23.09%
Banco Industrial El Salvador, S.A.	No ofrece el producto	Tasa de depósito a plazo + 4%	No ofrece el producto	Hasta 25.00%	Hasta 25.00%	No ofrece el producto	No ofrece el producto
Banco ProCredit, S.A.	No ofrece el producto	Hasta 10 puntos arriba sobre tasa de DPF	No ofrece el producto	No ofrece el producto	No ofrece el producto	No ofrece el producto	No ofrece el producto
Sociedad de Ahorro y Crédito Credicomer, S.A.	No ofrece el producto	H. 4% s/tasa de depósito	H. 4% s/tasa de depósito	No ofrece el producto	No ofrece el producto	No ofrece el producto	No ofrece el producto
Sociedad de Ahorro y Crédito Constelación, S.A.	No ofrece el producto	H. 4% s/tasa de depósito a plazo	No ofrece el producto	No ofrece el producto	No ofrece el producto	30.00%	47.00%
*TIBP: Tasa de Interés Básica Pasiva / **DPF: Depósitos a Plazo Fijo							

El banco que refleja la menor tasa de factoraje es el Banco G&T Continental El Salvador, S.A. con un 21.54% anual.

A efectos de calcular el ahorro que se obtendría se retomaran los datos del año 2014, del ejemplo anterior; a una cartera de \$18,527.99 a un periodo de 40 días, la carga financiera (gasto administrativo) que la empresa tendría que hacer frente si hiciera uso de este tipo de servicios con un banco formal es de aproximadamente \$332.58 (siendo un 1.795.% de interés efectiva anual cobrado a lo largo de los 40 días, incluidos los costos por comisión); el ahorro que la empresa estaría obteniendo es de \$ 1,659.18 aproximadamente. Si esta práctica se hace de manera recurrente y si se elevan los montos de cartera a factorar, la empresa gozaría de una gran liquidez para poder desarrollar todas sus operaciones a fin de ampliar sus mercados sosteniblemente a lo largo del tiempo.

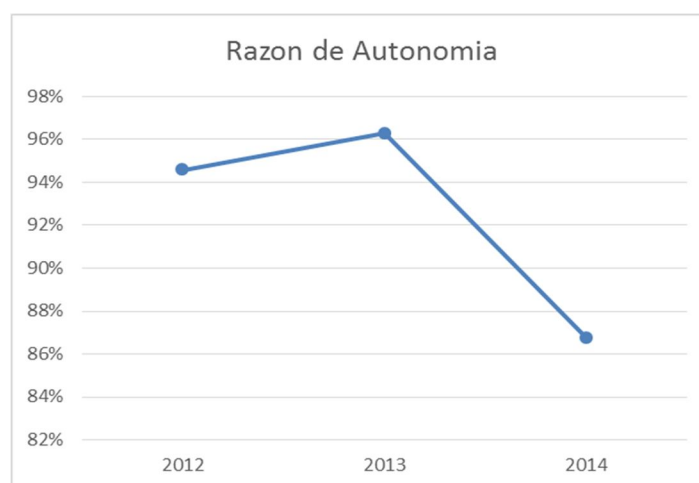
La ventaja en este tipo de factoraje es el bajo costo que supone factorar una cartera de cuentas por cobrar, sin embargo la desventaja radica en los muchos requisitos y documentos que requieren las entidades financieras. La estrategia financiera para el área de cuentas por cobrar radicaría en factorar la cartera con entidades bancarias, dejando de lado aquellos factorajes que se realizan con usureros.

Es recurrente que la mayoría de empresas que se dedican a la comercialización de frutas y verduras recurran a fondos obtenidos por usureros por lo cual la implementación de esta estrategia financiera aseguraría importantes ahorros en cuanto a gastos por financiamiento mediante factoraje, en comparación

a otras fuentes. Es importante tener presente que cualquier ahorro antes y durante el proceso de oferta resulta crucial para no propiciar pérdidas y evitar ser excluidos de futuras ofertas.

3. Estrategia financiera para el área de financiamiento externo: Aprovechamiento de capacidad de endeudamiento.

Otro de los puntos interesantes del diagnóstico financiero elaborado para Juan Pérez es la capacidad de endeudamiento desaprovechada durante los últimos ejercicios, presentando tan solo un 9% con respecto al total de los activos de la empresa durante el último ejercicio, esto indica una falta de financiamiento para las operaciones de la empresa sin poner en riesgo la liquidez de la misma.



El grafico anterior muestra que la empresa goza de un excelente margen de maniobra para poder obtener financiamiento de entidades financieras formales (87% para el año 2014, es el porcentaje que se dispone para poder financiarse por medio de préstamos). Lo cual aumentaría la capacidad para desarrollar las operaciones propias del negocio. La viabilidad o no de la obtención de préstamos sería sostenible en la medida que se implementen las estrategias anteriores, a fin de mantener un nivel de ingresos y costos (gastos) sostenible en el corto y largo plazo para la empresa. Al analizar los datos reflejados en el flujo de efectivo de la empresa durante el 2014 se observa que la mayoría de los préstamos bancarios han sido de corto plazo (menores a 12 meses) presentando un total de \$126,117 dólares como flujo neto de actividades de financiamiento, siendo una cantidad relativamente baja en comparación a los activos que posee la empresa Frutas y Verduras Juan Pérez.

FRUTAS Y VERDURAS JUAN PEREZ
Estados de Flujos de Efectivo
Años terminados el 31 de diciembre de 2014 y 2013
Expresados en Dólares de los Estados Unidos de América (US\$)

	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Flujos de efectivo de actividades de operación:		
Utilidad (pérdida) neta	US\$ 36,920	20,518
Depreciación	<u>1,157</u>	<u>5,354</u>
Ajuste al valor de los inventarios		
Amortización anual de gastos amortizables	<u>0</u>	<u>72</u>
Sub – total	38,077	25,944
Cambios netos en activos y pasivos:		
Disminucion (Aumento) en cuentas por cobrar	-171,284	-5,898
Disminucion (Aumento) en inventarios	0	-8,251
Disminucion (Aumento) en otros activos	2,504	-1,697
Disminucion (Aumento) en cuentas por pagar	<u>7,339</u>	<u>-4,741</u>
Flujos de efectivo en actividades de operación	<u>-123,364</u>	<u>5,357</u>
Flujos de efectivo en actividades de inversión		
Adquisición de inmuebles, mobiliario y equipo	<u>0</u>	<u>-11,840</u>
Flujos de efectivo en actividades de inversión	<u>0</u>	<u>-11,840</u>
Flujos de efectivo en actividades de financiamiento:		
Adquisicion de Préstamos Bancarios	59,722	
Liquidacion Gastos Personales	-1,575	-14,487
Aportacion a Capital Personal	69,000	
Amortizacion a Préstamos Bancarios	<u>-1,030</u>	
Flujo neto en actividades de financiamiento	<u>126,117</u>	<u>-14,487</u>
Aumento (disminución) neto en efectivo	2,753	-20,970
Efectivo al inicio del año	<u>682</u>	<u>21,652</u>
Efectivo al final del año	US\$ <u>3,435</u>	<u>682</u>

Uno de los fenómenos propiciados por las mismas condiciones del mercado se ven reflejados en el flujo en actividades de operaciones, el cual durante el ejercicio 2014 está en negativo y es por la lenta recuperación de las cuentas por cobrar lo cual genera que el financiamiento para las operaciones habituales sea obtenido por fondos aportados por los mismos socios de la entidad.

Existen varias fuentes de financiamiento el cual puede optar un comerciante para incrementar el capital de trabajo, sin embargo no significa que todas las opciones disponibles generen un costo financiero bajo, opción que todo comerciante busca, existen planteamientos de operaciones financieras que aparentemente tienen un costo bajo pero al plasmar toda la información en un flujo de caja dicho comerciante puede notar el gran margen de costo que se le paga a las financieras, bancos, o usureros, que prestan su fondos económicos a cambio de un costo denominado interés, por eso es muy importante ver las diferentes alternativas que se tienen para analizar este tipo de operaciones, entre las alternativas más comunes se tiene:

Opciones de Financiamiento	Plazo	Requisitos	Ventajas	Desventajas
Préstamos a familiares	Corto Plazo	<ul style="list-style-type: none"> Tener un perfil de persona responsable. 	<ul style="list-style-type: none"> Se posee una tasa de interés muy baja o nula. Disponibilidad de Efectivo inmediata. 	<ul style="list-style-type: none"> Problemas personales El familiar puede solicitar hacer efectivo el cobro.
Usureros	Corto Plazo	<ul style="list-style-type: none"> Tener propiedades o bienes para ofrecerlos en garantía. 	<ul style="list-style-type: none"> Disponibilidad inmediata de los fondos. 	<ul style="list-style-type: none"> Recargo de intereses moratorios. Desprestigio público por incumplimiento.
Factoraje (No financieras)	Corto Plazo	<ul style="list-style-type: none"> Tener cuentas por cobrar activas (quedan pendientes de cobro). 	<ul style="list-style-type: none"> Disponibilidad de un 86% de los fondos pendientes de cobro de manera inmediata sin muchos trámites y papeleos. 	<ul style="list-style-type: none"> cobro en exceso de intereses por pago no oportuno. Altas tasas de intereses (4% al 6%) mensuales.
Préstamos Hipotecarios	Largo Plazo	<ul style="list-style-type: none"> Disponibilidad de bienes propios para dar en Garantías. Presentación de documentación solicitada por la institución. 	<ul style="list-style-type: none"> Plazos establecidos para los pagos. Generación de un record crediticio. Optar a mejores tasas de interés o tasas preferentes. Negociación de préstamos en forma conglomerada con otros comerciantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Generación de un mal record crediticio por incumplimiento. Embargo de los bienes dados en garantía. Cargos por mora. Plazo de tiempo extenso.
Tarjetas de créditos	Corto y largo Plazo	<ul style="list-style-type: none"> Presentar la documentación solicitado por la institución. 	<ul style="list-style-type: none"> Disponibilidad de un fondo rotativo. Realización de pagos en sucursales electrónicas y cajeros automáticos. 	<ul style="list-style-type: none"> Cancelación de membresías. Recargos por mora. Pagos de seguros. Robo de la tarjeta Robos por clonaciones de bandas de la tarjeta.
Casas de prestamos	Corto Plazo	<ul style="list-style-type: none"> Tener propiedades o bienes para ofrecerlos en garantía. 	<ul style="list-style-type: none"> Disponibilidad inmediata de los fondos. 	<ul style="list-style-type: none"> Altas tasas de interés Pérdidas de los bienes dados en garantía.

4. Estrategia financiera para la facilitación de créditos con entidades bancarias.

Establecer alianzas con otras empresas para solicitar créditos en conjunto; de esta manera se facilitaría el cumplimiento de los requisitos exigidos por parte de las instituciones financieras.

La asociatividad de comerciantes de frutas y verduras para lograr el financiamiento puede solventar problemas de liquidez que puedan enfrentar; ya que los medianos y pequeños empresarios al asociarse en grupos para solicitar créditos conjuntos pueden reducir los costos financieros en las empresas involucradas.

5. Estrategia financiera para el área de proveedores.

La diversificación de los proveedores puede ayudar a cualquier entidad a evitar un colapso de operaciones, puesto que si solo se cuenta con un único proveedor y este decide concluir operaciones esto sin lugar a duda perjudicará grandemente a cualquier entidad, dejando de contar con la materia prima para llevar a cabo las actividades previstas. Este problema puede ser enmendado simplemente diversificando los proveedores.

Para los comerciantes de frutas y verduras se torna importante diversificar los proveedores para negociar créditos, o en su defecto negociar la ampliación de los plazos de pago; así la empresa puede aprovechar la oportunidad de negociar con varios proveedores a fin obtener un mayor nivel de efectivo en caja y así evitar problemas de insolvencia. La búsqueda de financiamiento con proveedores generalmente representa un costo financiero nulo para cualquier empresario.

6. Estrategia financiera para el adecuado establecimiento de los precios

Al momento de ofertar es muy importante tomar en cuenta que al momento de establecer precios se tenga bien claro cómo hacerlo, para fortalecer este punto se ilustra un ejemplo en el cuadro 3.2, consistente en un prorrateo donde se detalla cómo distribuir los costos para poder establecer correctamente precios adecuados al momento de elaborar una oferta.

OTRAS ESTRATEGIAS

1. Estrategia financiera para el adecuado control de registros históricos contables.

Poseer la contabilidad formalmente establecida, implementando sistemas (software) adecuados para el apropiado registro contable de las transacciones, a fin de mantener un registro actualizado para la toma de decisiones oportuna, siendo a la vez un requisito indispensable para la obtención de información financiera para la elaboración de ofertas públicas; así como para optar a créditos de forma factible.

2. Estrategia financiera para aumentar la productividad en los negocios.

Es muy importante no perder de vista como seguir incrementando la productividad laboral en la empresa es por ello que se debe fortalecer aspectos administrativos que contribuyen a seguir creciendo, practicando buenos hábitos como los siguientes:

Realizar reuniones de trabajo con los empleados en la que se incentive con un premio la creatividad y la iniciativa en los procesos, además de cultivar la buena comunicación constante con los compañeros de trabajo y clientes, estos son aspectos muy relevantes debido a que las empresas funcionan correctamente, cuando se aprovecha el potencial de todos y se valoran las diferencias para trabajar en equipo; agrupando trabajadores que se complementen entre sí y propiciando el intercambio de ideas en un ambiente adecuado, además de cuidar de la salud de cada uno de los empleados ya que a mayor bienestar físico, anímico y emocional, hay resultados esperados a grandes escalas.

Implementar innovación tecnológica beneficia grandemente a la empresa, la cual mejorará los procesos administrativos y operativos de la empresa, involucrando a los empleados en el uso de estas nuevas herramientas. Es fundamental la capacitación constante para estar al día con las nuevas demandas del mercado.

Para tener mayor éxito en los negocios es imprescindible saber delegar las responsabilidades con los empleados de mayor confianza, para evitar sobresaturación de trabajo y poder tener una vida equilibrada y saludable, y así dedicar más tiempo al contacto persistente con los clientes,

Evaluar constantemente a la empresa y a sus trabajadores, así como las ventas logradas en ciertos periodos de tiempo, lo cual permitirá analizar si se está trabajando en forma productiva o de lo contrario, se está gastando tiempo y recursos en vano; además de revisar otros antecedentes importantes, como

cumplimiento de metas por parte de trabajadores, ausentismo laboral, etc., y de esta manera tomar las medidas necesarias para revertir esta situación.

Es primordial involucrar poco a poco a los empleados en el cambio hacia la mejora empresarial para lograr incrementar la productividad de su empresa.

Al momento de realizar una oferta al Estado es necesario hacer previamente una evaluación financiera, y aplicar ratios que nos muestran la situación actual del comerciante, proporcionando alertas sobre la situación financiera y económica de la empresa para una apropiada toma de decisiones.

Una estrategia financiera es un aspecto significativo de cualquier negocio, por ello es muy importante que estas sean discutidas y compartidas con los comerciantes, accionistas, ejecutivos y empleados de la empresa, para que todos estén en el mismo esquema financiero, ya que al aplicar estas herramientas existe mayor efectividad en los procesos y un alto grado de responsabilidad hacia las metas trazadas.

CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

Después de culminada la investigación se concluye lo siguiente:

- ✓ Uno de los principales problemas que enfrentan los comerciantes de frutas y verduras que ofertan al Estado, es la falta de conocimiento técnico, legal y financiero, así como la mala interpretación que estos puedan tener sobre los términos de referencia; lo cual genera la no adjudicación de la oferta presentada, generando costos no reembolsables para la empresa.
- ✓ Los comerciantes del mercado de mayoreo La Tiendona, en sus actividades cotidianas de financiamiento, no realizan análisis financieros para establecer el grado de endeudamiento tolerable para su negocio. Esto conlleva a tomar decisiones sobre apalancamientos financieros erróneos, con altos costos de endeudamiento ante los reducidos recursos financieros que genera el negocio, provocando la disminución de la liquidez disponible.
- ✓ El plazo promedio de cobro es alto para el sector gobierno, según los resultados de las razones financieras, esto provoca que posibles suministrantes pierdan el interés de participar en los procesos de ofertas al Estado; ya que consideran que estas entidades tienen procesos burocráticos, que atrasan las recuperaciones de cuentas por cobrar de los mismos, provocando la descapitalización, y generando riesgos de incumplimientos por falta de los fondos, tales como multas sancionatorias, efectividad de garantías, entre otros.
- ✓ El desconocimiento de los sistemas de costos para establecer los precios de venta de cada producto ofertado, provoca sesgos en los beneficios esperados por los comerciantes. Sobre todo, porque si en esta parte del proceso de oferta se establecen precios erróneos, durante la ejecución de los contratos, solo en algunos casos se garantiza la recuperación de la inversión realizada, y cuando estos costos no son cubiertos, se registran pérdidas en los resultados.
- ✓ Los comerciantes, para efectuar sus actividades y no incurrir en costos elevados, contratan capital humano con poca experiencia laboral; de esta manera buscan que la aspiración salarial de los empleados sea menor a la de un profesional calificado. Esto significa descuidar la formación profesional y la educación continua que estos deben recibir, obteniendo como resultado costos adicionales en algunos procesos a causa de la inexperiencia del personal contratado.

4.2. RECOMENDACIONES

Para cada una de las conclusiones planteadas anteriormente, se recomienda a los comerciantes del mercado de mayoreo La Tiendona lo siguiente:

- ✓ Gestionar con entidades gubernamentales como CONAMYPE y CEDEMYPE, el apoyo profesional personalizado a los comerciantes de frutas y verduras del mercado de mayoreo La Tiendona, sobre aspectos técnicos, legales y financieros, que contribuyen al desarrollo del apropiado control del efectivo, inventarios, establecimiento de adecuados precios de venta, análisis e interpretación de Estados financieros, entre otros. Este respaldo implicaría la consecución de un proceso más controlado y sistematizado de presentación de ofertas a la red de salud.
- ✓ Después de la evaluación financiera, Identificar todas las opciones posibles de financiamiento y evaluar el importe que cada una de estas presentan en un plazo de tiempo común, considerando la estimación los costos fijos y variables que estén involucrados en cada una de las posibles alternativas, para seleccionar la fuente de financiamiento idóneo con el menor costo financiero.
- ✓ Diversificar la cartera de clientes, con el objetivo de eliminar la dependencia de ingresos solo por un sector. Acompañado del otorgamiento de créditos de periodos de cobro, cortos o nulos, permitiendo la disminución de los resultados en los plazos promedio de cobro en una evaluación a través de las razones financieras, además del cumplimiento oportuno de las obligaciones contraídas.
- ✓ Solicitar apoyo a entidades no lucrativas especialistas en orientación a las MIPYMES sobre sistemas de costos para lograr una comprensión sobre costeo adecuado y establecimiento de precios competitivos en los procesos de ofertas al Estado, los cuales generen beneficios, despertando el interés a más comerciantes a participar en dichos procesos.
- ✓ Buscar proyectos de capacitación para el personal contratado y proponer que se desarrollen seminarios de educación continua, con el objetivo de reforzar conocimientos obsoletos y mantener al personal actualizado con las reformas operativas, técnicas, financieras y legales.

BIBLIOGRAFÍA

Asamblea legislativa de El Salvador, *Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública* (Decreto 868 de fecha 5 de abril de 2000, publicado en el Diario Oficial N° 88, Tomo N° 347 del 15 de mayo de 2000). San Salvador, El Salvador.

Breadley, Richard A. y Myers, Stewart. 1996. *Fundamentos de Finanzas Corporativas*, Primera Edición, McGraw – Hill.

Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB). “*Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades*”. Año 2009, Londres.

Daniel Edgardo Escobar Guerra, Rubén Arnulfo González Sánchez. 2007. “*Evaluación de la fase de análisis del potencial competitivo para la exportación y propuesta de mejora para las pequeñas y medianas empresas panificadoras en el departamento de San Salvador*”. Tesis de Graduación para optar al título de Licenciatura de Administración de empresas, Universidad José Matías Delgado, S.S., El Salvador.

De la Pina, Rafael. 1965. Edición 18, *Diccionario de Derecho*. Editorial México Porrúa, México.

Ferraro, Carlos Alberto y Stumpo, Giovanni. 2010. *Política de apoyo a las PYMES en América Latina*. CEPAL, Italia.

FUSADES, *Invirtamos en educación para desafiar el crecimiento económico y la pobreza*. Informe de desarrollo económico y social 2002. DEES-FUSADES.

Irula Carranza, José Ezequiel; Noubleau Torres, Mario Antonio. 2006. “*Diseño de Estrategias para el área financiera de las Pequeñas y Medianas Empresas en el contexto de la globalización*”. Tesis de Graduación para optar al título de Ingeniero Industrial, Universidad José Matías Delgado, S.S., El Salvador

Ministerio de ECONOMIA, Gobierno de El Salvador, *Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa*, disponible en World Wide Web. <https://www.conamype.gob.sv/index.php/temas/ley-mype>. Ley MYPE.

Ministerio de Hacienda, Gobierno de El Salvador, *Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública*, disponible en World Wide Web. comprasal.gob.sv. Umbrales para contratar LACAP.

Ministerio de Salud de El Salvador, *Estados Financieros año 2013* (PDF). En Documentos de MINSAL (en línea). 27 de agosto de 2013 (citado el 19 de noviembre 2014) Disponible en World Wide Web: salud.gob.sv/administrator/components/com_docestandar/upload/documentos/3200-Estados_Financieros_1er_Semestre_2013.pdf

Ministerio de Salud de El Salvador, *Lineamientos Técnicos para categorización y prestación de servicios hospitalarios* (PDF). **En** (citado el 17 de noviembre 2014) Disponible en World Wide Web: http://asp.salud.gob.sv/regulación/pdf/lineamientos_categorización.pdf.

Osorio, Manuel, *Diccionario de ciencias jurídicas, políticas y sociales*, Editorial Heliasta S.R.L., Buenos Aires, Argentina.

Rafael Mari, A. Baralt. 2012. *Estrategias Financieras*, Programa Posgrado Universidad Nacional experimental, República Bolivariana de Venezuela

Rojas, Juan Marlon; Zavaleta Monroy, Alma Beatriz. Año 2009. *Ley de Adquisiciones y contrataciones de la Administración Pública. (LACAP) y su Reglamento*. Trabajo de Graduación para optar al grado de Licenciado en ciencias jurídicas. Universidad de El Salvador.

Shapiro, Janeth. Año 2001. *Desarrollo de una estrategia financiera*. (PDF). En CIVICUS Home Page (en línea): junio de 2003 (citado el 19 de noviembre del 2014; 2:30 pm). Disponible en World Wide Web: <http://www.civicus.org/new/media/Desarrollo%20de%20una%20estrategia%20financiera.pdf>

Unidad Normativa de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública. 2015, *"Montos para determinar la forma de contratación (Art. 40 LACAP), vigentes a partir del 01 de enero 2015"*. Decreto ejecutivo #104 del 01 de julio de 2013.

Vivante, César, 1913 *Derecho Mercantil*. Editorial H. Superior Tribunal de Justicia del Distrito Federal, México.

ANEXOS

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

DIRIGIDO A: Comerciantes de frutas y verduras del mercado de mayoreo La Tiendona que no ofertan activamente al sector público.

OBJETIVO: Obtener información y conocer las dificultades que presentan los comerciantes del mercado de mayoreo La Tiendona en el proceso de oferta y ejecución de contratos de suministro de frutas y verduras a instituciones de gobierno de la red de salud.

PROPÓSITO: Recolectar información que servirá para identificar las oportunidades de mejora que tienen los comerciantes de frutas y verduras del mercado de mayoreo La Tiendona para poder incorporarse al proceso de oferta a las instituciones de gobierno de la red de salud.

INDICACIONES: Seleccione la(s) respuesta(s) que usted considere más convenientes o complementar según el caso, para cada una de las preguntas que se presentan a continuación.

1. ¿Cuánto tiempo se ha desempeñado como comerciante de frutas y verduras?

- De 1 a 3 años
- De 4 a 6 años
- De 7 a 10 años
- Más de 10 años

2. Según el grado de importancia enumere del 1 al 5 sus principales clientes. Siendo el 1 el rubro de clientes más importantes que posee.

- Clientes al Detalle
- Privados minoristas
- Privados mayoristas
- Gobierno

Clientes del exterior

3. Señale que tipo de nivel académico posee

Técnico

Bachiller en comercio y administración

Licenciatura en contaduría pública

Licenciatura en administración

Licenciatura en economía

Ingeniería

4. ¿Ha participado en algún proceso de oferta al Estado en la rama de salud?

Si

No

5. Si contestó No, ¿Por qué razones no ha participado en los procesos de oferta al Estado en la rama de salud?

Periodos de cobro al Estado muy extensos.

Desabastecimiento de productos para la venta.

Márgenes de utilidad pequeños por productos.

Muchas barreras arancelarias a los productos de frutas y verduras importados.

Excesivas barreras fitosanitarias.

Desconocimiento de los procesos.

Procesos para ofertar al Estado muy engorrosos.

Otro,

(especifique)_____

6. ¿Ha considerado contratar a una persona idónea para la elaboración de sus estados financieros con el propósito de acceder a los beneficios de ofertar al Estado?

Si

No

7. ¿A qué tipo de financiamiento ha recurrido normalmente?

Externo (Bancos, financieras, usureros, entre otros.).

Interno.

Otro,

(especifique)_____

No he tenido necesidad de recurrir a préstamos de ningún tipo.

8. ¿Establezca la tendencia de ventas que ha identificado en su negocio?

El nivel de venta ha aumentado.

Se ha mantenido el mismo nivel en los últimos años.

El nivel de venta ha decaído.

Se espera que el nivel de ventas aumente.

Se espera que el nivel de venta disminuya.

9. ¿Le gustaría participar en ofertas públicas de frutas y verduras?

Si

No

10. ¿Qué grado de importancia le asigna al hecho que se elabore un documento de carácter técnico que contenga guías y estrategias financieras destinadas para los comerciantes de frutas y verduras que trate sobre la elaboración de ofertas públicas para el Estado a fin de acrecentar sus oportunidades de ofertar en mejores condiciones?

Muy importante

Importante

Poco Importante

Nada Importante

TABULACION DE ENCUESTAS

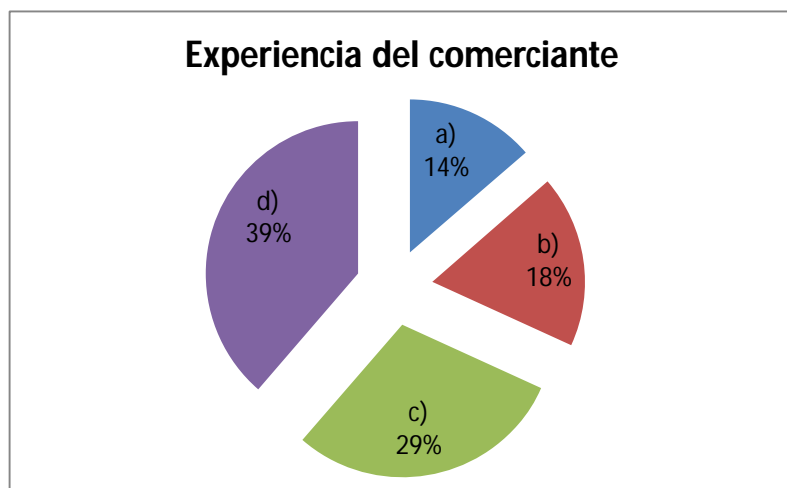
Procesamiento de datos

Instrumento #1

1. ¿Cuánto tiempo se ha desempeñado como comerciante de frutas y verduras?

Objetivo: Conocer el grado de experiencia de los comerciantes de frutas y verduras en el sector.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a) De 1 a 3 años	6	13.64%
b) De 4 a 6 años	8	18.18%
c) De 7 a 10 años	13	29.55%
d) Más de 10 años	17	38.64%
Total general	44	100.00%



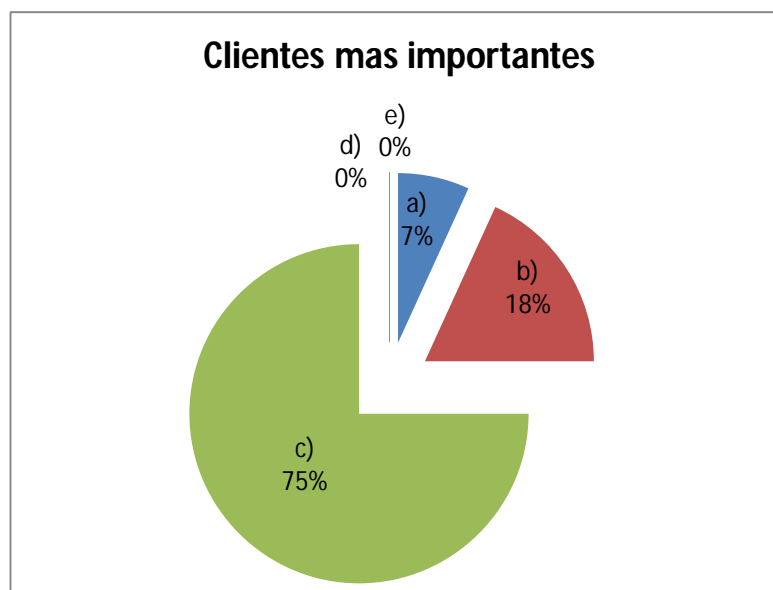
Análisis: Del 100% de los encuestados, el 39% afirma tener más de 10 años ejerciendo el comercio de frutas y verduras, mientras que el 29% está entre los 7 y 10 años de experiencia comercial, en tanto el 18% de la población encuestada se ha consignado entre los 4 y 6 años de experiencia, resultando como último fragmento el 13% que comprende a los negociantes con una antigüedad entre 1 y 3 años en el ramo de la comercialización de frutas y verduras.

Interpretación: Del total de individuos encuestados el 68% está ejerciendo el comercio con una antigüedad mayor o igual a los 7 años, más sin embargo esto no es congruente con el grado de conocimiento y el nivel de experiencia en el desarrollo de las ofertas al Estado, en tal sentido es preciso reconocer la falta de una guía para empalmar el grado de experiencia con las técnicas y procedimientos llevadas en el proceso de oferta.

2. Según el grado de importancia enumere del 1 al 5 sus principales clientes. Siendo el 1 el rubro de clientes más importantes que posee.

Objetivo: Identificar el rubro de mayor comercialización.

Opciones		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a)	Cientes al detalle	3	6.82%
b)	Privados minoristas	8	18.18%
c)	Privados mayoristas	33	75.00%
d)	Gobierno	0	0.00%
e)	Cientes del exterior	0	0.00%
Total general		44	100.00%



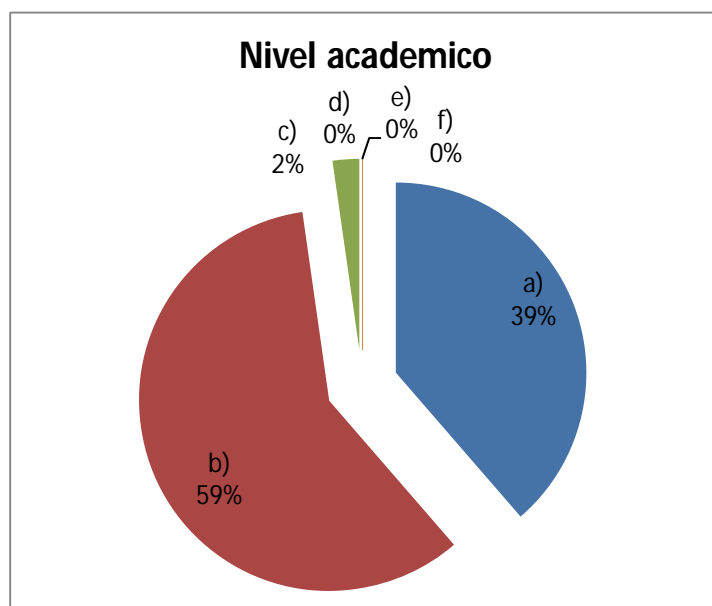
Análisis: El 75% de los encuestados manifestó que sus relaciones comerciales están fundadas con clientes privados mayoristas, mientras que el 18% comercializa sus productos con clientes privados minoristas, y el restante 7% vende a compradores detallistas.

Interpretación: Se ha identificado que los clientes más importantes para los comerciantes son los clientes mayoristas del sector privado, dicho dato refuerza el hecho que los vendedores puedan ofertar al sector público ya que pueden asumir estándares de calidad como los que establece el sector privado, sin embargo es muy importante que los negociantes sepan la manera de participar en los concursos del sector público, y poder preparar de forma adecuada las ofertas a este sector.

3. Señale que tipo de nivel académico posee.

Objetivo: Inferir sobre el grado de conocimientos que pudieran tener los comerciantes con relación a análisis financiero.

	Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a)	Técnico	17	38.64%
b)	Bachiller en comercio y administración	26	59.09%
c)	Licenciatura en contaduría pública	1	2.27%
d)	Licenciatura en administración	0	0.00%
e)	Licenciatura en economía	0	0.00%
f)	Ingeniería	0	0.00%
	Total general	44	100.00%



Análisis: Del total de los encuestados un 59% manifestó tener como grado académico bachillerato en comercio y administración, mientras que en segundo nivel con el 39% aseguro tener estudios técnicos, y el 2% ha culminado su carrera con estudios superiores.

Interpretación: El 97% de los individuos encuestados manifestó que su nivel académico estaba entre bachillerato y técnico, generalmente obtenido por capacitaciones de instituciones que apoyan el crecimiento económico de nuestro país (INSAFORP, BID, entre otros). Aunque muchos son técnicos o bachilleres la mayoría no posee conocimientos claros sobre el proceso de oferta al Estado, es por ello la importancia de una guía que pueda ser de fácil acceso a este tipo de personas, para que puedan desenvolverse en nuevas oportunidades de negocios.

4. ¿Ha participado en algún proceso de oferta al Estado en la rama de salud?

Objetivo: Indagar sobre la participación en ofertas al Estado por parte de los comerciantes encuestados, a fin de conocer si tienen algún conocimiento sobre los procesos demandados por entidades de gobierno.

Opciones		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a)	Si	3	6.82%
b)	No	41	93.18%
Total general		44	100.00%



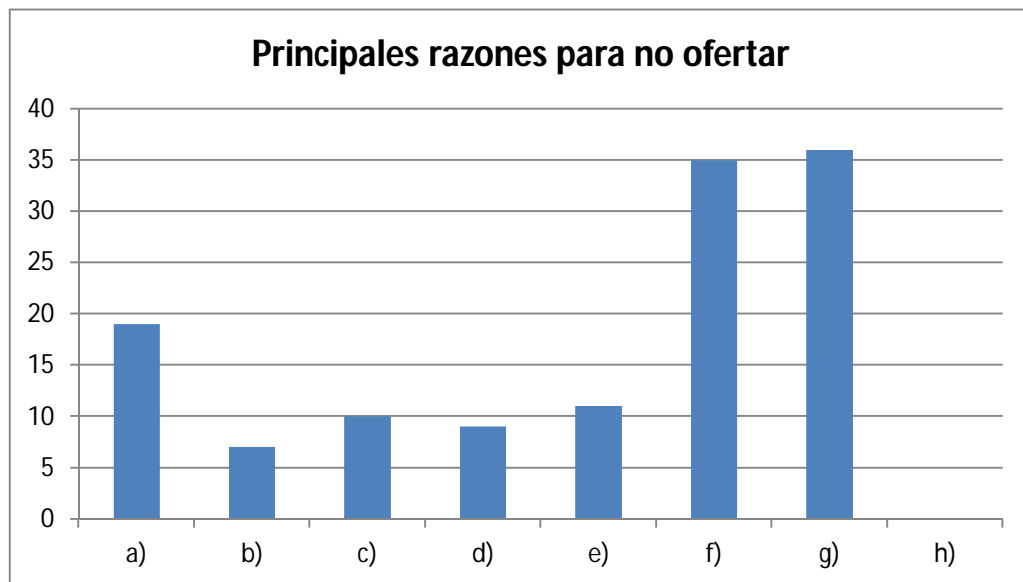
Análisis: Del total de los encuetados, el 93% manifestó que nunca han participado en un proceso de licitación al Estado, mientras que un 7% si lo ha realizado, sin embargo manifiestan haber desistido, por problemas generados en las ofertas.

Interpretación: La mayoría de los individuos encuestados manifestó no haber participado en procesos de oferta al Estado, debido a su temor a incursionarse en negocios por falta de conocimiento, a esto se le suma el hecho que cuando existen errores posteriores al proceso de adjudicación, los periodos de pago que tienen las entidades de gobiernos son más extensos, sin embargo ambos problemas podrían solventarse diseñando una guía que muestre la manera correcta y eficiente de elaborar ofertas pública y controlar los procesos posteriores a la adjudicación por sus propios medios, adoptando estrategias financieras que ayuden al logro de los objetivos.

5. Si contestó No, ¿Por qué razones no ha participado en los procesos de oferta al Estado en la rama de salud?

Objetivo: Conocer las causas por las cuales los comerciantes no están interesados en participar de ofertas al Estado.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a) Periodos de cobro al Estado muy extensos	19	43.18%
b) Desabastecimiento de productos para la venta	7	15.91%
c) Márgenes de utilidad pequeños por productos Muchas Barreras arancelarias a los productos de frutas y verduras importados	10	22.73%
d) Excesivas barreras fitosanitarias	9	20.45%
e) Desconocimiento de los procesos	11	25.00%
f) Procesos para ofertar al Estado muy engorrosos	35	79.55%
g) Otros	36	81.82%
h) Otros	0	0.00%



Análisis: Del total de encuestados un porcentaje superior al 75% manifestó que las razones principales por las cuales no se oferta al gobierno es la falta de conocimiento y el grado de dificultad que estos tienen, por otra parte no está de más aclarar que un 43% reconoce que una de las principales razones es el aplazamiento de los pagos a los proveedores.

Interpretación: La mayoría de los encuestados coinciden que no se interesan en ofertar al Estado debido a los procesos engorrosos así como el desconocimiento de todo el proceso de oferta; como parte complementaria sin ser considerada la menos importante también figura que otra de las causas es el extenso plazo que el estado posee con sus proveedores, estas tres razones se perfilan como las mayores limitantes para los comerciantes, en tal sentido se hace imprescindible que se elabore un documento que indique la manera adecuada de elaborar ofertas al Estado así como la implementación de estrategias en los negocios a fin de erradicar los problemas financieros inherentes a las operaciones de los comerciantes.

6. ¿Ha considerado contratar a una persona idónea para la elaboración de sus estados financieros con el propósito de acceder a los beneficios de ofertar al Estado?

Objetivo: Conocer la percepción que tienen los comerciantes sobre el papel que puede desempeñar un contador público en la preparación de ofertas al Estado.

	Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a)	Si	26	59.09%
b)	No	18	40.91%
Total general		44	100.00%



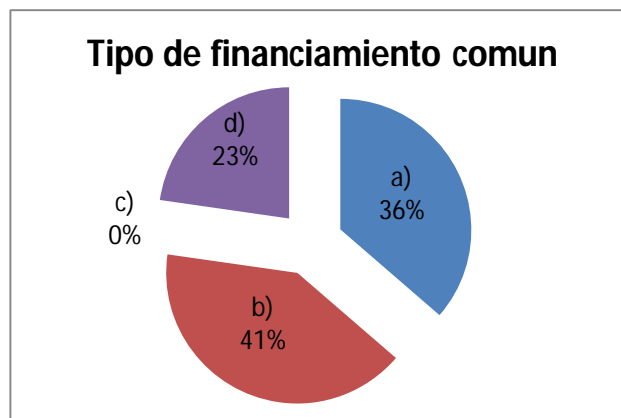
Análisis: Un 59% manifestó tener la necesidad de contratar a un contador para la preparación de sus estados financieros los cuales son requisitos indispensables para confeccionar ofertas públicas; por el contrario un 41% manifiesta que no necesita contratar a un contador.

Interpretación: Muchos de los comerciantes manifiestan que estarían dispuestos a contratar a una persona idónea para que elabore sus estados financieros, con la expectativa de que esto origine un crecimiento en sus negocios. Esto es un punto importante dentro del proceso de ofertar al sector público debido a que en la medida que se cuente con informes financieros adecuados el comerciante tendrá la oportunidad de poder confeccionar ofertas al sector público, además el tener a disposición a un profesional de la contaduría pública es un factor vital en cuanto al apoyo que puede brindar para la preparación de información necesaria para este fin.

7. ¿A qué tipo de financiamiento ha recurrido normalmente?

Objetivo: Conocer las principales fuentes de financiamiento que posee el sector de frutas y verduras.

	Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a)	Externo (Bancos, financieras, usureros)	16	36.36%
b)	Interno (familiares)	18	40.91%
c)	Otro	0	0.00%
d)	No he tenido necesidad de préstamos de ningún tipo	10	22.73%
Total general		44	100.00%



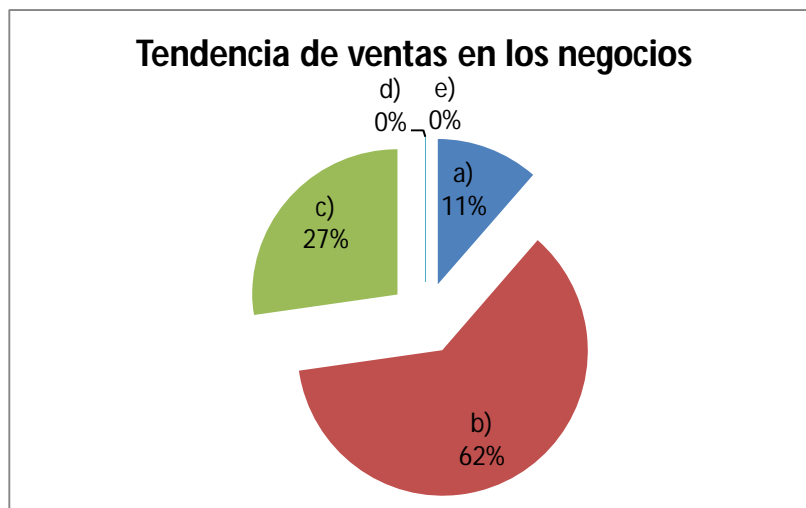
Análisis: Un total del 41% ha poseído un financiamiento con familiares, mientras que un 36% ha mantenido préstamos con el sector financiero, por otra parte el 23% de los encuestados no ha tenido necesidad de recurrir a préstamos de alguna índole.

Interpretación: Los comerciantes encuestados manifestaron que en muchas ocasiones han recurrido al financiamiento de fuentes "internas" como por ejemplo: familiares o allegados a ellos. Con lo cual obtienen dinero para obtener mercadería a un costo financiero prácticamente nulo. En otros casos los encuestados manifiestan haber obtenido fondos directamente de la banca o usureros, debido a los altos niveles de financiamiento requerido, lo cual genera un costo financiero mayor y en consecuencia genera reducción de los márgenes de utilidad en los comercios que poseen actualmente.

8. ¿Establezca la tendencia de ventas que ha identificado en su negocio?

Objetivo: Conocer la perspectiva que tienen los comerciantes sobre la dirección que lleva el negocio.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a) El nivel de venta ha aumentado	5	11.36%
b) Se ha mantenido el mismo nivel en los últimos años	27	61.36%
c) El nivel de venta ha decaído	12	27.27%
d) Se espera que el nivel de ventas aumente	0	0.00%
e) Se espera que el nivel de ventas disminuya	0	0.00%
Total general	44	100.00%



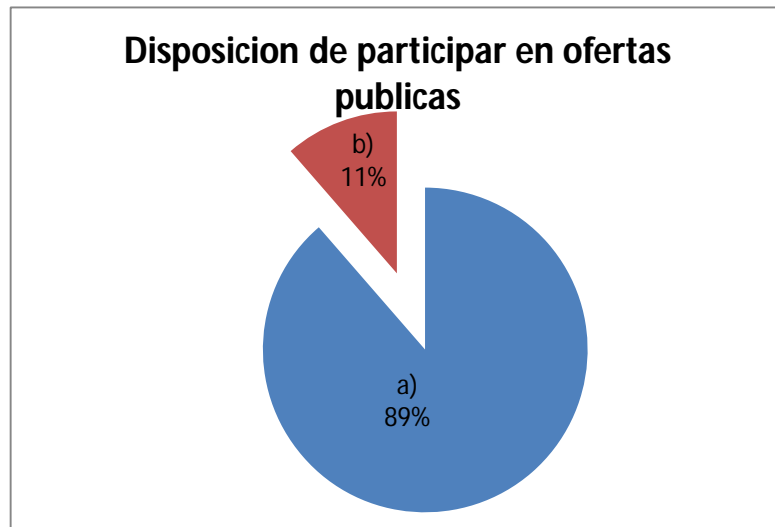
Análisis: Del total de los encuestados el 62% ha manifestado que el nivel de ventas se ha mantenido en los últimos años, en tanto un 27% menciona que el nivel de ventas ha decaído, y un 11% indica que las ventas han aumentado en relación a años anteriores.

Interpretación: Muchos de los individuos encuestados exteriorizaron que el comercio actual ha presentado un estado de desaceleración del crecimiento en el comercio de frutas y verduras manteniendo un nivel similar al que se había presentado en años recientes, por otra parte muchos mantienen la expectativa que los negocios puedan tener una variación positiva en el presente año como lo años posteriores. En este sentido la implementación de una guía que oriente a los comerciantes para poder ofertar al sector público serviría para ampliar sus oportunidades, al igual que la adopción de estrategias será de gran utilidad para aumentar la rentabilidad de los negocios de frutas y verduras.

9. ¿Le gustaría participar en ofertas públicas de frutas y verduras?

Objetivo: Averiguar sobre la disposición por parte del comerciante de ofertar al Estado.

		Frecuencia	Frecuencia
Opciones		Absoluta	Porcentual
a)	Si	39	88.64%
b)	No	5	11.36%
Total general		44	100.00%



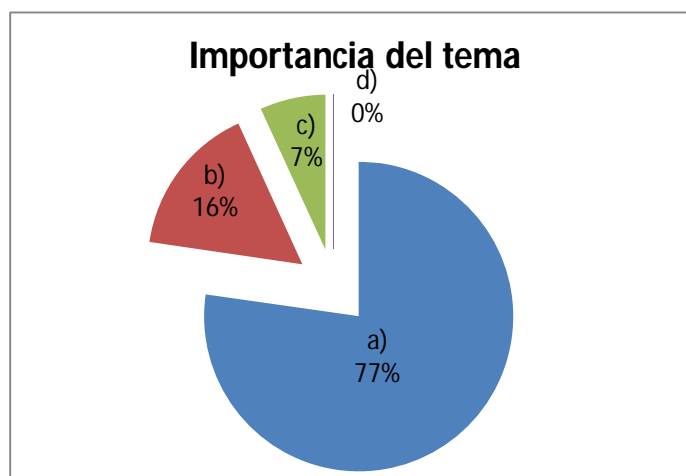
Análisis: Del total de encuestados el 89% manifiesta tener disposición de participar en ofertas públicas, por el contrario un 11% no desea participar en ningún proceso de oferta al Estado.

Interpretación: Debido a la expectativa que genera el hecho de aumentar la comercialización de frutas y verduras, la gran mayoría de los encuestados manifestó su deseo de participar en ofertas públicas de la rama de salud, con la condicionante que esto muestre beneficios reales para sus negocios, lo cual puede ser mejorado mediante la utilización de guías que orienten a los comerciantes en el manejo adecuado de sus negocios.

10. **¿Qué grado de importancia le asigna al hecho que se elabore un documento de carácter técnico que contenga guías y estrategias financieras destinadas para los comerciantes de frutas y verduras que trate sobre la elaboración de ofertas públicas para el Estado a fin de acrecentar sus oportunidades de ofertar en mejores condiciones?**

Objetivo: Establecer el nivel de importancia que tendría para el sector comercial de frutas y verduras, la elaboración del presente trabajo de investigación.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a) Muy importante	34	77.27%
b) Importante	7	15.91%
c) Poco importante	3	6.82%
d) Nada importante	0	0.00%
Total general	44	100.00%



Análisis: El 77% de los encuestados manifiesta que la elaboración del presente documento les parece de mucha importancia, mientras que un 16% indica que es importante para aumentar las oportunidades en el área de comercio de frutas y verduras; por el contrario un 7% revela que la elaboración del presente documento les parece poco importante para el beneficio del sector.

Interpretación: La gran mayoría de los comerciantes encuestados mostro la aceptación del presente trabajo, argumentando en muchos casos, que la posibilidad de conocer más a fondo sobre el tema de las ofertas públicas en la rama de salud podría ayudarles a incursionar en nuevas oportunidad de negocios que ayuden al crecimiento de los negocios que poseen.

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

DIRIGIDO A: Comerciantes de frutas y verduras del mercado de mayoreo La Tiendona que ofertan a la red de salud del sector público.

OBJETIVO: Obtener información y conocer las dificultades que presentan los comerciantes del mercado de mayoreo La Tiendona en el proceso de oferta y ejecución de contratos de suministro de frutas y verduras a instituciones de gobierno de la red de salud.

PROPÓSITO: Recolectar información que servirá para identificar las oportunidades de mejora que tienen los comerciantes de frutas y verduras del mercado de mayoreo La Tiendona en el proceso de oferta a las instituciones de gobierno de la red de salud.

INDICACIONES: Seleccione la(s) respuesta(s) que usted considere más convenientes o complementar según el caso, para cada una de las preguntas que se presentan a continuación.

1. ¿Cuánto tiempo se ha desempeñado como comerciante de frutas y verduras?
 - a) De 1 a 3 años
 - b) De 4 a 6 años
 - c) De 7 a 10 años
 - d) Más de 10 años

2. Según el grado de importancia enumere del 1 al 5 sus principales clientes. Siendo el 1 el rubro de clientes más importantes que posee.
 - a) Clientes al Detalle
 - b) Privado minoristas
 - c) Privado mayoristas
 - d) Gobierno

e) Clientes del exterior

3. Señale que tipo de nivel académico posee

a) Técnico

b) Bachiller en comercio y administración

c) Licenciatura en contaduría pública

d) Licenciatura en administración

e) Licenciatura en economía

f) Ingeniería

4. ¿Ha participado en alguna capacitación sobre análisis financiero?

a) Si

b) No

5. A su juicio, ¿cuál de los siguientes informes financieros considera útiles en la toma de decisiones?

a) Balance general

b) Estado de resultados

c) Estado de flujo de efectivo

d) Estado de cambios en el patrimonio

e) Todas las Anteriores

f) Otro,

(especifique)_____

6. ¿Cuál es el tiempo aproximado que tiene asignado para cobro a sus clientes?

a) 1 a 30 días.

b) 30 a 60 días.

c) 60 a 90 días.

d) Más de 90 días.

e) Al contado.

7. ¿Cuál es el tiempo aproximado que tiene asignado para pago a sus proveedores?
- a) 1 a 2 días.
 - b) 3 a 5 días.
 - c) 5 a 10 días.
 - d) Más de 10 días.
 - e) Al Contado.
8. ¿Considera que los ingresos recibidos en los contratos de las ofertas públicas, son suficientes para cubrir los costos de elaboración y ejecución de los mismos?
- a) Si
 - b) No
9. ¿Considera que posee suficiente capacidad financiera para hacer frente a sus obligaciones considerando el pago tardío por parte del Estado?
- a) Si
 - b) No
10. ¿Incluye algún porcentaje de pérdidas por descomposición de frutas y verduras al momento de establecer precios en su oferta pública?
- a) Si
 - b) No
11. ¿A qué tipo de financiamiento ha recurrido normalmente?
- a) Externo (Bancos, financieras, usureros, entre otros.).
 - b) Interno.
 - c) Otro,
(especifique)_____
 - d) No he tenido necesidad de recurrir a préstamos de ningún tipo.
12. ¿Establezca la tendencia de ventas que ha identificado en su negocio?
- a) El nivel de venta ha aumentado.
 - b) Se ha mantenido el mismo nivel en los últimos años.

- c) El nivel de venta ha decaído.
- d) Se espera que el nivel de ventas aumente.
- e) Se espera que el nivel de venta disminuya.

13. ¿Con cuanta frecuencia oferta a instituciones del gobierno?

- a) Entre 1-3 Meses
- b) Cada 6 Meses
- c) Cada Año
- d) No realizo

14. ¿Cuáles de los siguientes riesgos analiza al momento de realizar un proceso de oferta al Estado?

- a) De mercado.
- b) De crédito.
- c) De liquidez o de financiación.
- d) Operativo.
- e) Legal.
- f) Todas las anteriores.

15. De las siguientes estrategias financieras de las que exigen en las ofertas públicas ¿Cuáles considera que se han implementado en las diferentes áreas del negocio?

- a) Inventarios.
- b) Efectivo.
- c) Cuentas por cobrar.
- d) Financiamiento.
- e) Ventas.
- f) Costos y gastos.
- g) Otras,

(especifique)_____

16. ¿Cuáles son los problemas financieros más comunes que se afronta en este sector, para poder ofertar al área de salud del sector público?

- a) Periodos de cobro al Estado muy extensos, impago.

- b) Rotación de Inventarios muy rápida, desabastecimiento.
- c) Márgenes de utilidad pequeños por productos.
- d) Barreras arancelarias a los productos de frutas y verduras importados.
- e) Barreras fitosanitarias.
- f) Alto costo del proceso de ofertar (elaboración de oferta, preparación de información, etc.)
- g) Otro,
(especifique)_____

17. Indique el número de ofertas públicas que han sido rechazadas de las últimas 5 que han sido presentadas

- a) 1 de cada 5 ofertas públicas presentadas.
- b) 2 de cada 5 ofertas públicas presentadas.
- c) 3 de cada 5 ofertas públicas presentadas.
- d) 4 de cada 5 ofertas públicas presentadas.
- e) Más de 4 operaciones por cada 5 ofertas públicas presentadas.

18. Con base a las ofertas presentadas, ¿Qué motivos han sido por los cuales ha sido rechazada alguna de sus ofertas públicas?

- a) Desconocimiento de la Normativa legal relacionada a una oferta al Estado.
- b) Falta de controles de calidad en el manejo de inventario destinado para una oferta pública.
- c) Falta de manual de procedimientos para la elaboración de una oferta pública.
- d) No ha presentado_____

19. ¿Qué grado de importancia le asigna al hecho que se elabore un documento de carácter técnico que contenga guías y estrategias financieras destinadas para los comerciantes de frutas y verduras que trate sobre la elaboración de ofertas públicas para el Estado a fin de acrecentar sus oportunidades de ofertar en mejores condiciones?

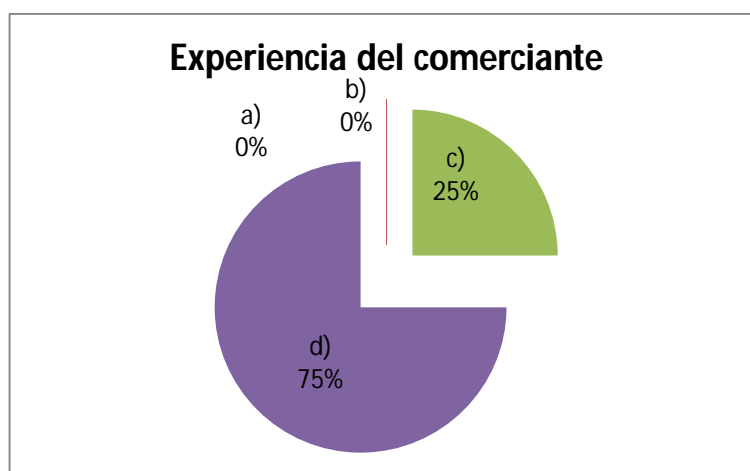
- a) Muy importante
- b) Importante

Instrumento #2

1. ¿Cuánto tiempo se ha desempeñado como comerciante de frutas y verduras?

Objetivo: Conocer el grado de experiencia de los comerciantes de frutas y verduras en el sector.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a) De 1 a 3 años	0	0.00%
b) De 4 a 6 años	0	0.00%
c) De 7 a 10 años	1	25.00%
d) Más de 10 años	3	75.00%
Total general	4	100.00%



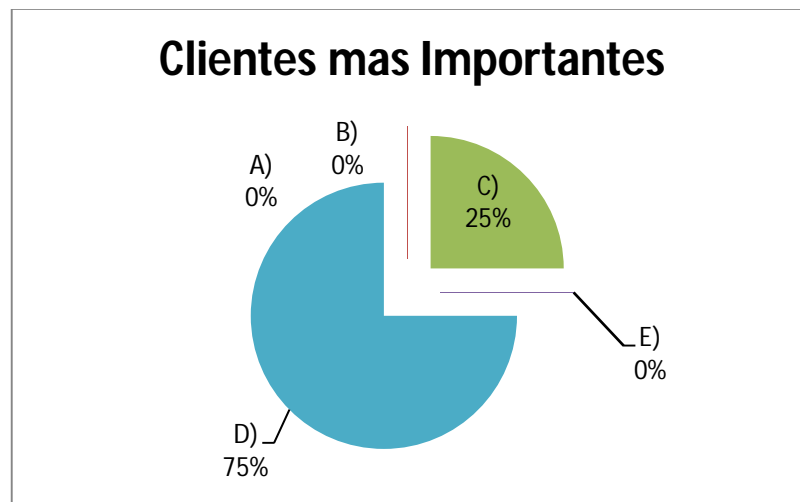
Análisis: El 75% posee experiencia en comercio de frutas y verduras por más de 10 años y el 25% de 7 a 10 años.

Interpretación: 3 de 4 empresarios encuestados que presentan ofertas públicas, poseen más de 10 años ejerciendo el comercio de frutas y verduras en el mercado de mayoreo la Tiendona en San Salvador, lo que representa experiencia en el campo, en el manejo de inventarios, y control de la demanda, dominio en las compras nacionales y centroamericanas, entre otras. Los años de experiencia otorgan confianza a las operaciones que llevan a cabo los comerciantes, más sin embargo expresaron la necesidad de contar con lineamientos precisos que apoyen el trabajo realizado.

2. Según el grado de importancia enumere del 1 al 5 sus principales clientes. Siendo el 1 el rubro de clientes más importantes que posee.

Objetivo: Identificar el rubro de mayor de mayor demanda en el comercio de frutas y verduras.

Opciones		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a)	Clientes al detalle	0	0.00%
b)	Privado minoristas	0	0.00%
c)	Privado mayoristas	1	25.00%
d)	Gobierno	3	75.00%
e)	Clientes del exterior	0	0.00%
Total general		4	100.00%



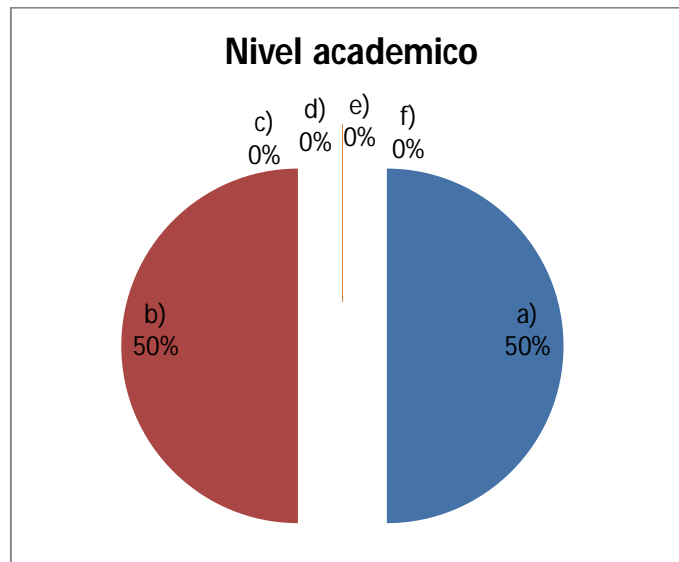
Análisis: El 75% de los empresarios sujetos a evaluación, coincidieron que el cliente principal le correspondía al sector gobierno, mientras que el 25% manifestó que sus clientes principales correspondían al sector privado mayorista.

Interpretación: El 75% de los empresarios sujetos a evaluación, coincidieron que el cliente principal correspondía al sector gobierno. Del resultado obtenido se aprecia que la mayoría de los comerciantes están ofertando al estado, más sin embargo manifestaron que existía una gran deficiencia en el desarrollo de los procesos, los cuales les genera inquietud y costos elevados.

3. Señale que tipo de nivel académico posee.

Objetivo: Inferir sobre el grado de conocimientos que pudieran tener los comerciantes con relación a la operativa del negocio, así como la interpretación y análisis de los estados financieros que estos puedan desarrollar.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a) Técnico	2	50.00%
b) Bachiller en comercio y administración	2	50.00%
c) Licenciatura en contaduría pública	0	0.00%
d) Licenciatura en administración	0	0.00%
e) Licenciatura en economía	0	0.00%
f) Ingeniería	0	0.00%
Total general	4	100.00%



Análisis: El 50% de los encuestados poseen el nivel académico técnico y el restante 50% poseen bachillerato en comercio y administración.

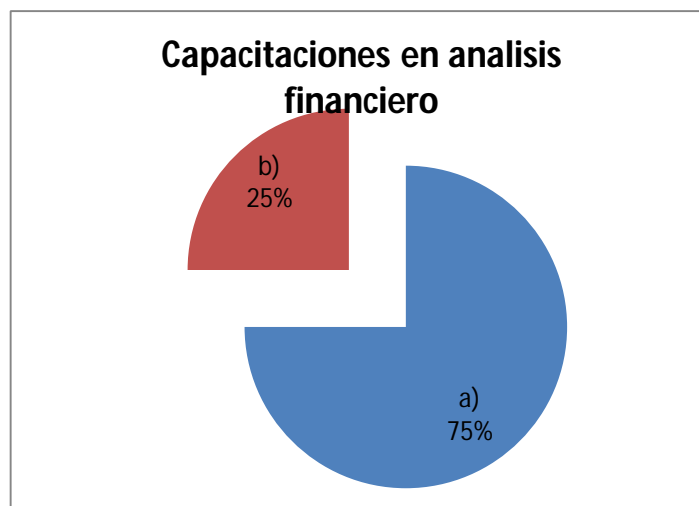
Interpretación: El nivel académico de los comerciantes que ofertan al sector gobierno las frutas y verduras; es bachillerato en comercio-administración y técnicos en general. Ninguno posee un estudio superior universitario en el área económica; lo cual señala, que los conocimientos aplicados en el desarrollo de sus negociaciones, manejo de inventarios, participación en ofertas públicas, manejo de

efectivo, inversiones, proyecciones y demás actividades concernientes a la comercialización de frutas y verduras; son provenientes de forma empírica a través de los años en el mercado y diferentes capacitaciones esporádicas. Esto representa una oportunidad para la investigación, ya que da apertura a la oferta de insumos intelectuales para adquirir nuevos conocimientos que fortalezcan su eficiencia en el negocio.

4. ¿Ha participado en alguna capacitación sobre análisis financiero?

Objetivo: Inferir sobre el grado de conocimientos que pudieran tener los comerciantes con relación a análisis financiero.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a) Si	3	75.00%
b) No	1	25.00%
Total general	4	100.00%



Análisis: El 75% de los encuestados han participado en capacitaciones de análisis financieros y solo un 25% no lo ha realizado.

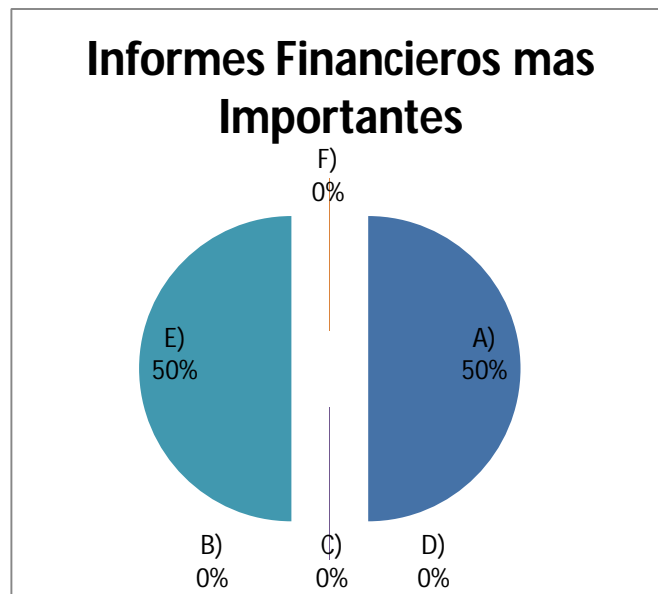
Interpretación: El 75% de los encuestados manifiestan haber participado en capacitaciones de análisis financieros, más sin embargo muchos de estos comerciantes manifiestan que existen temas que aún no comprenden influenciado por los cambios en materia financiera, económica, legal, entre otros. En tal sentido se hace de mucha importancia el mejorar los conocimientos básicos acerca de la

administración y análisis financiero, ya que estos se hacen obligatorios para los responsables de elaborar y preparar la información necesaria en la participación de ofertas públicas.

5. A su juicio, ¿cuál de los siguientes informes financieros considera útiles en la toma de decisiones?

Objetivo: Establecer el grado de importancia que tienen para los comerciantes de frutas y verduras, los informes financieros que se preparan en la entidad.

	Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a)	Balance General	2	50.00%
b)	Estado de Resultados	0	0.00%
c)	Estado de Flujo de Efectivo	0	0.00%
d)	Estado de cambios en el patrimonio	0	0.00%
e)	Todas las anteriores	2	50.00%
f)	Otros	0	0.00%



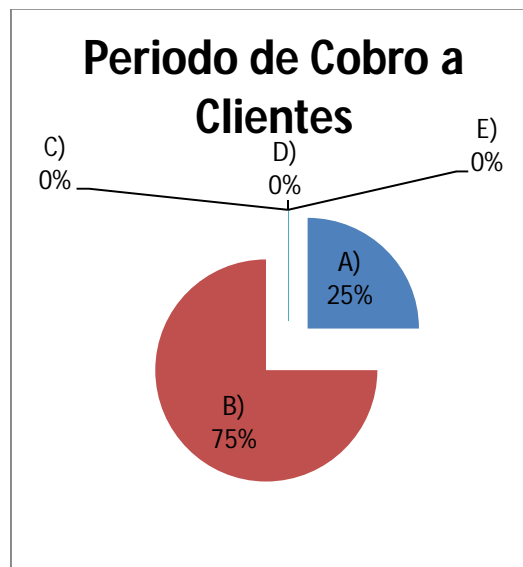
Análisis: El 50% opinan que el balance general es útil para la toma de decisiones, mientras que el restante 50% consideran que todos los estados financieros son útiles para la toma de decisiones.

Interpretación: La importancia de los estados financieros para la toma de decisiones en una entidad de negocio, es sin duda algo imprescindible más aun cuando por su actividad ordinaria los negocios poseen activos, ingresos u otros elementos críticos, es entonces cuando se vuelve más indispensables y cada uno de ellos otorgan información diferente, sin embargo para los comerciantes sujetos a estudio, consideran dos de ellos más importantes: el Balance General ya que muestra la inversión de capital en sus activos así como la parte de obligaciones financieras por otro la el 50% considera que todos los estados financieros son importantes ya que el balance muestra la situación financiera y el estado de resultados muestra la situación económica y de igual manera los flujos de efectivos y los cambios en el capital contable.

6. ¿Cuál es el tiempo aproximado que tiene asignado para cobro a sus clientes?

Objetivo: Conocer el tiempo de recuperación de cartera de clientes.

	Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a)	1 a 30 días	1	25.00%
b)	30 a 60 días	3	75.00%
c)	60 a 90 días	0	0.00%
d)	Más de 90 días	0	0.00%
e)	Al contado	0	0.00%
Total general		4	100.00%



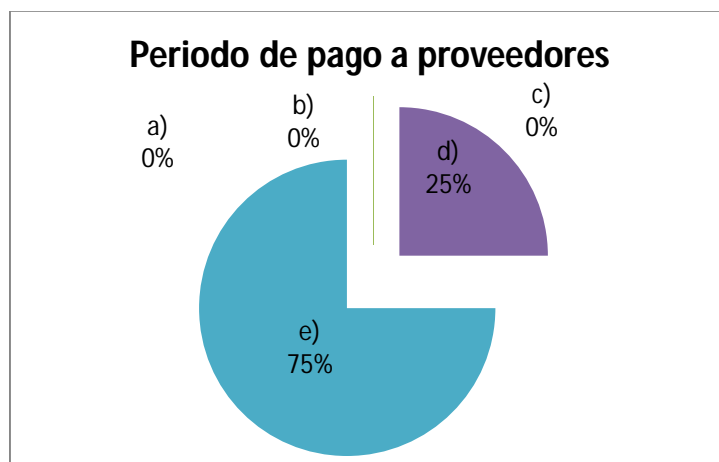
Análisis: El 70% de los encuestados tiene establecido un periodo de cobro a clientes de 30 a 60 días y el restante 25% de 1 a 30 días.

Interpretación: Retomando el sector de clientes más demandante para los comerciantes sujetos a evaluación (según la pregunta # 2 de este mismo instrumento), estos periodos aplican para los clientes de gobierno. Según las respuestas obtenidas hay un 75% de encuestados que tienen una recuperación de cuentas por cobrar lenta (de 30 a 60 días), esto en relación al periodo de pago a proveedores que es extremadamente reducido. El otro 25% mantiene sus cuentas por cobrar de 1 a 30 días lo que permite tener activos con una mayor convertibilidad en efectivo.

7. ¿Cuál es el tiempo aproximado que tiene asignado para pago a sus proveedores?

Objetivo: Conocer el tiempo de pagos a los proveedores para inferir sobre posibles problemas de liquidez.

	Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a)	1 a 2 días	0	0.00%
b)	3 a 5 días	0	0.00%
c)	5 a 10 días	0	0.00%
d)	Más de 10 días	1	25.00%
e)	Al contado	3	75.00%
Total general		4	100.00%



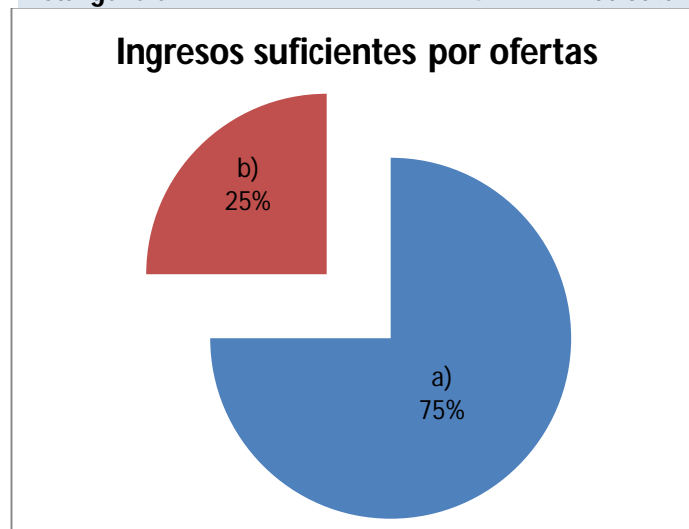
Análisis: El 75% de los encuestados, manejan sus compras de inventario de contado y el 25% tiene crédito de 1 a 10 días.

Interpretación: El 75% de los encuestados, manejan sus compras de inventario de contado. En el comercio de frutas y verduras es muy común ese tipo de compras y esto se debe a la naturaleza de la mercancía, son productos perecederos y de consumo principal. Son pocos importadores o distribuidores grandes que otorguen días de crédito, pero sin embargo, existe la modalidad; obsérvese que de los comerciantes hay un 25% que posee un proveedor de esta naturaleza. Lo anterior revela la gran diferencia en las rotaciones de cuentas por cobrar y cuentas por pagar entre proveedores y clientes (desde la perspectiva de los encuestados), ya que los clientes si tienen créditos, pero los proveedores no otorgan este tipo de concesiones, esto puede generar fondos irrealizables en los negocios, lo que representa una amenaza para participar en ofertas públicas.

8. ¿Considera que los ingresos recibidos en los contratos de las ofertas públicas, son suficientes para cubrir los costos de elaboración y ejecución de los mismos?

Objetivo: Indagar sobre el conocimiento que tienen los comerciantes sobre sus presupuestos para la elaboración de ofertas al Estado.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a) Si	3	75.00%
b) No	1	25.00%
Total general	4	100.00%



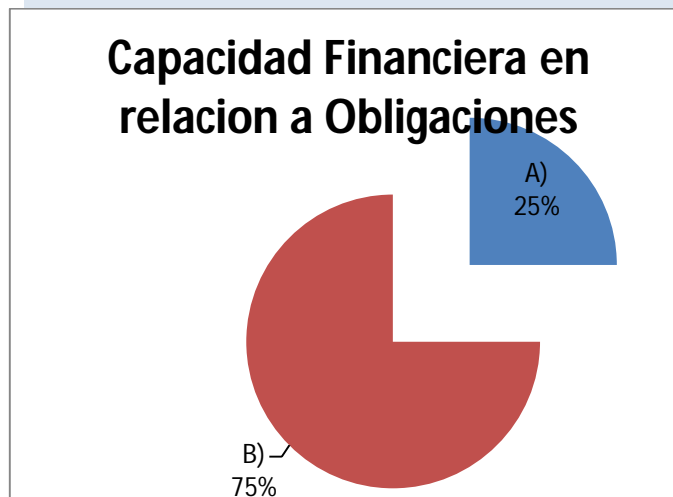
Análisis: El 75% de los comerciantes opinan que los ingresos recibidos de los contratos por licitaciones cubren los costos de elaboración, ejecución y entrega de los mismos, sin embargo un 25% considera que no es así.

Interpretación: La elaboración y participación en ofertas públicas ya contienen un egreso de efectivo, que puede convertirse en un costo-inversión o en un gasto (no retornable), ya que puede o no obtener el contrato de relación cliente-proveedor y el cumplimiento del mismo conlleva gastos de operación, más otros aspectos, tales como: escases en materia prima a nivel nacional, fianzas, garantías, entre otros que representan un egreso para los comerciantes; sin embargo el 75% de los encuestados aseguran que los ingresos obtenidos por los contratos cubren esos desembolsos, siendo solo un 25% quienes opinan que no los cubren y que necesitan obtener más fondos en otro rubros para cubrirlos.

9. ¿Considera que posee suficiente capacidad financiera para hacer frente a sus obligaciones considerando el pago tardío por parte del Estado?

Objetivo: Indagar sobre la percepción que tiene el comerciante respecto a su propio negocio en cuanto a la capacidad financiera que posee bajo condiciones hostiles del mercado.

Opciones		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a)	Si	4	100.00%
b)	No	0	0.00%
Total general		4	100.00%



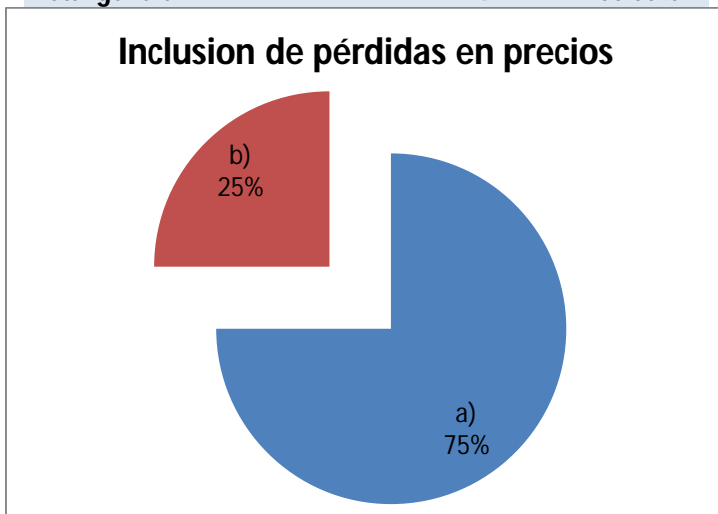
Análisis: el 75% de los encuestados aseguran contar con financiamiento de terceros para hacer frente a sus obligaciones con el Estado.

Interpretación: La liquidez de los comerciantes se ve amenazada debido al pago tardío por parte del gobierno, el 75% de los encuestados aseguran no contar con capacidad financiera para hacerle frente a sus obligaciones y esto puede interpretarse debido a que mantienen créditos activos por parte de financieras, usureros, entre otros, en tal sentido ya que los monto vendidos al sector gobierno son significativos es imprescindible para los encuestados mantener créditos activos para hacerle frente a las obligaciones de entregas al gobierno.

10. ¿Incluye algún porcentaje de pérdidas por descomposición de frutas y verduras al momento de establecer precios en su oferta pública?

Objetivo: Averiguar los componentes que conforman el costo estimado de los productos ofertados al Estado a fin de determinar si hay una ganancia real obtenida en la misma.

	Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a)	Si	3	75.00%
b)	No	1	25.00%
Total general		4	100.00%



Análisis: El 75% de los encuestados manifiesta incluir porcentajes de pérdidas en productos al momento de establecer precios de oferta al Estado y solo un 25% asegura no considerar las pérdidas.

Interpretación: Las pérdidas de producto en el comercio de frutas y verduras son totalmente normales e inevitables, sean cantidades pequeñas o en algunos casos grandes cantidades de productos que han generado pérdidas. Esto se debe a la propia naturaleza del producto, siendo perecederos con una acelerada descomposición ya sea por el estado del tiempo o el cuidado que se le haya dado al producto; los comerciantes sujetos a estudio, conocen muy bien este comportamiento y el 75% aseguro incluir en sus ofertas de venta, porcentajes estimados de pérdidas. Sin embargo un 25% opino que no incluía estimación alguna, por ende sus precios se basaban únicamente en el precio de mercado.

11. ¿A qué tipo de financiamiento ha recurrido normalmente?

Objetivo: Conocer las principales fuentes de financiamiento que posee el sector de frutas y verduras.

	Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a)	Externo (Bancos, financieras, usureros)	4	100.00%
b)	Interno	0	0.00%
c)	Otros	0	0.00%
d)	No he tenido necesidad de recurrir a préstamos de ningún tipo	0	0.00%
Total general		4	100.00%



Análisis: El 100% de los comerciantes encuestados han hecho uso de financiamiento externo (bancos o financieras).

Interpretación: El 100% de los encuestados han manifestado haber hecho uso de financiamiento externo (bancos o financieras), en gran medida esto se convierte en necesario debido a los plazos de crédito que otorgan a sus clientes versus los pagos de contado a sus proveedores. Los comerciantes sujetos a estudio tienen que tener un buen equilibrio, ya que el nivel de endeudamiento es sometido a prueba cuando deciden participar en ofertas públicas.

12. ¿Establezca la tendencia de ventas que ha identificado en su negocio?

Objetivo: Conocer la perspectiva que tienen los comerciantes sobre la dirección que lleva el negocio.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a) El nivel de venta ha aumentado	1	25.00%
b) Se ha mantenido el mismo nivel en los últimos años	1	25.00%
c) El nivel de venta ha decaído	1	25.00%
d) Se espera que el nivel de ventas aumente	1	25.00%
e) Se espera que el nivel de ventas disminuya	0	0.00%
Total general	4	100.00%



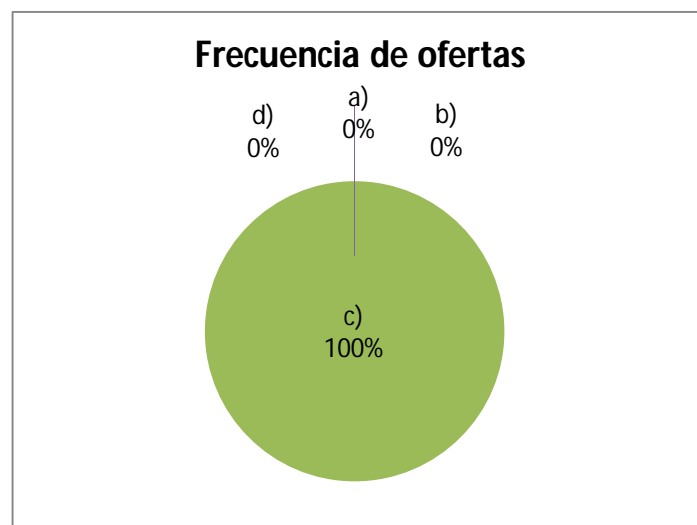
Análisis: El 25% de los encuestados opina que el nivel de ventas ha aumentado, un 25% opina que el nivel de ventas se ha mantenido comparado a otros años, por otra parte un 25% opina que el nivel ha decaído y un 25% espera que el nivel de ventas aumente.

Interpretación: De los comerciantes sujetos a estudio, que son 4 personas, obsérvese que cada uno opina diferente, de acuerdo a la situación vivida en el negocio y a los diferentes tipos de productos comercializados. La tendencia de ventas fue de 25% respectivamente: algunos opinan que la tendencia de ventas se han mantenido, otros piensan que ha aumentado, otros creen que ha decaído y el resto opina que existirá una probabilidad de aumento. Esto solo refleja que cada entidad maneja diferentes niveles de venta y que el comportamiento de ventas no es uniforme.

13. ¿Con cuanta frecuencia oferta a instituciones del gobierno?

Objetivo: Conocer la regularidad con la que se realizan ofertas al sector público.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a) Entre 1-3 meses	0	0.00%
b) Cada 6 meses	0	0.00%
c) Cada año	4	100.00%
d) No realizo	0	0.00%
Total general	4	100.00%



Análisis: El 100% de los encuestados asegura solo participar una vez por año en ofertas al Estado.

Interpretación: Oportunidades para participar en ofertas públicas para abastecer de frutas y verduras en instituciones de la red de salud no es solo una vez por año, sin embargo el 100% de los encuestados aseguran solo participar una vez por año (a una o varias instituciones a la vez). Esto se debe a los costos que involucra el participar en ofertas públicas, costos que como ya se ha mencionado, pueden o no ser recuperados, además de la carga de trabajo que se asume es considerable para el personal involucrado en el abastecimiento y cumplimiento de la oferta con el Estado.

14. **¿Cuáles de los siguientes riesgos analiza al momento de realizar un proceso de oferta al Estado?**

Objetivo: Conocer el grado de propensión a algún riesgo en general, para diseñar estrategias destinadas a la disminución de estos.

	Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a)	De mercado	3	75.00%
b)	De crédito	2	50.00%
c)	De liquidez o de financiación	3	75.00%
d)	Operativo	1	25.00%
e)	Legal	1	25.00%
f)	Todas las anteriores	0	0.00%



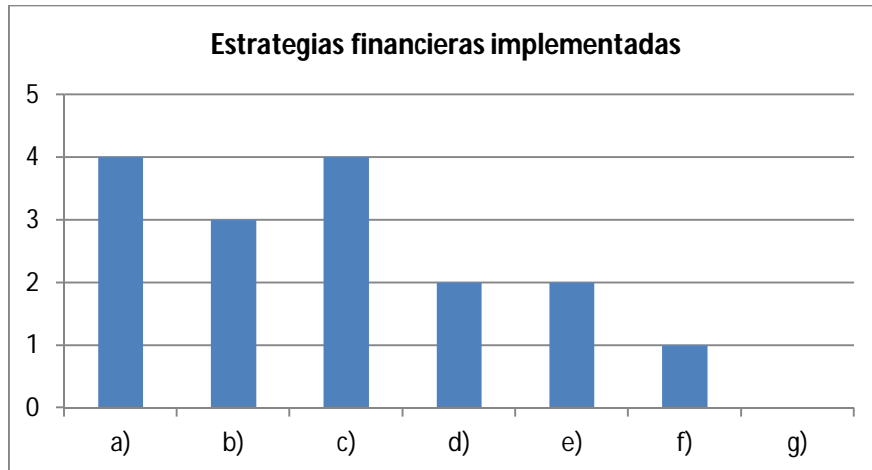
Análisis: el 75% opina tomar en cuenta la situación del mercado al momento de ofertar al Estado, un 50% opinó también incluir la situación de créditos, así como un 75% aseguró tomar en cuenta el riesgo de liquidez y un 25% toma en cuenta los factores operativos.

Interpretación: Existen varios riesgos que los comerciantes pueden analizar al momento de decidir si participar o no en una oferta pública para abastecimiento de frutas y verduras, entre ellas predomina el riesgo de mercado, es decir, el manejo de la incertidumbre de la abundancia o escases nacional o a nivel centroamericano de las materias primas y como anteriormente se mencionaba que con el sector gobierno se manejan cumplimiento de contrato, estándares de calidad, entre otros, el manejo del riesgo del mercado es delicado. Como segundo lugar, predomina el riesgo de liquidez y financiamiento lo que justifica tres de las respuestas anteriores, donde mantenían prioridad los clientes gobierno, un 50% considera tener muy en cuenta el riesgo crediticio ya que este rubro figura como las principales fuentes de ingreso para los comerciantes y no contar con ello podría conllevar a daños significativos en el proceso de oferta.

15. De las siguientes estrategias financieras que exigen en las ofertas públicas ¿Cuáles considera que se han implementado en las diferentes áreas del negocio?

Objetivo: Determinar la existencia de estrategias a fin de establecer áreas de mejoras en los procesos que se realizan comúnmente en el sector.

	Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a)	Inventarios	4	100.00%
b)	Efectivo	3	75.00%
c)	Cuentas por Cobrar	4	100.00%
d)	Financiamiento	2	50.00%
e)	Ventas	2	50.00%
f)	Costos y Gastos	1	25.00%
g)	Otras	0	0.00%



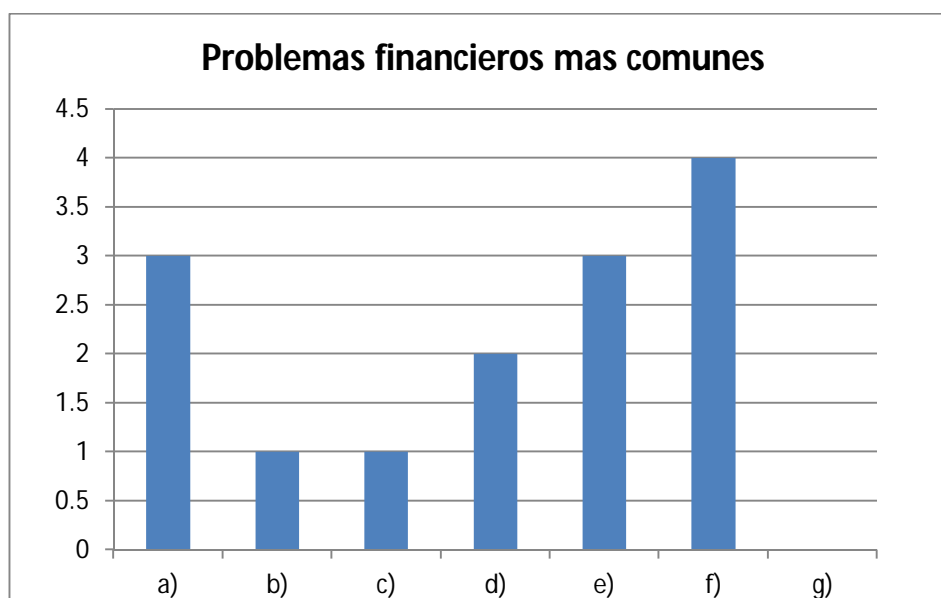
Análisis: Del total de los encuestados, 4 mencionaron que habían implementado estrategias en el área de inventario y cuentas por cobrar, así mismo 2 de los comerciantes han implementado políticas en el área de efectivo, financiamiento y ventas.

Interpretación: La mayoría de los encuestados manifestó haber incorporado a su negocio estrategias financieras que fueron traducidas a políticas del negocio, en su mayoría dirigidas al área de inventario y cuentas por cobrar debido a que estas dos áreas son críticas por su gran impacto y por su elevada probabilidad que ocurra un infortunio, lo cual derivaría en un eventual cierre de operaciones por parte del comerciante, más sin embargo ante la situación mencionada solo un 25% ha incorporado estrategias para control de los gastos siendo este rubro un riesgo fuerte para el 75% de los encuestados que no ha establecido estrategias para este rubro.

16. ¿Cuáles son los problemas financieros más comunes que se afronta este sector, para poder ofertar al área de salud del sector público?

Objetivo: Identificar posibles soluciones en función de los obstáculos identificados al momento de ofertar al sector de salud pública.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a) Periodos de cobro al Estado muy extensos, impago	3	75.00%
b) Rotación de Inventarios muy rápida, desabastecimiento	1	25.00%
c) Márgenes de utilidad pequeños por productos	1	25.00%
d) Barreras arancelarias a los productos de frutas y verduras importados	2	50.00%
e) Barreras fitosanitarias	3	75.00%
f) Alto costo del proceso de ofertar (elaboración de oferta, preparación de información, etc.)	4	100.00%
g) Otro	0	0.00%



Análisis: El 75% de los encuestados, aseguran que los problemas financieros considerados al momento de ofertar al Estado son los periodos extensos de recuperación de cuentas por cobrar, un 25% toman la rápida rotación de inventarios, un 25% considera los márgenes de utilidad, un 50% considera las barreras arancelarias, un 75% considera las barreras fitosanitarias y el 100% opina considerar los altos costos del proceso.

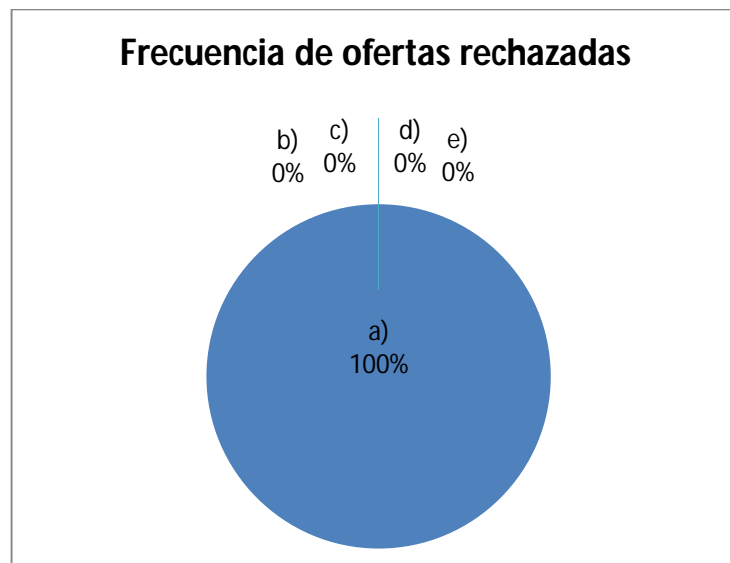
Interpretación: Los riesgos considerados y los problemas financieros frente a las ofertas públicas, se unen en el impacto financiero que puede ocasionar los escenarios expuestos. El 100% concuerda en que los costos altos y excesivos que involucran realizar, elaborar y presentar ofertas públicas, es considerado un problema financiero, en segundo lugar, son los excesivos periodos de espera para ver retornar la inversión y venta en sus negocios, tercer lugar más predominante, están las barreras

fitosanitarias, es decir, todas las medidas aplicadas a proteger y preservación de los vegetales, así como la radicación de plagas u otras que sirvan para garantizar la calidad de los productos, esto requiere una buena inversión que puede impactar la situación financiera de la entidad.

17. Indique el número de ofertas públicas que han sido rechazadas de las últimas 5 que han sido presentadas

Objetivo: Establecer aspectos estadísticos de incumplimientos, a fin de establecer niveles de mejora con respecto a la guía a diseñar.

	Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a)	1 de cada 5 ofertas públicas presentadas	4	100.00%
b)	2 de cada 5 ofertas públicas presentadas	0	0.00%
c)	3 de cada 5 ofertas públicas presentadas	0	0.00%
d)	4 de cada 5 ofertas públicas presentadas	0	0.00%
e)	Más de 4 operaciones por cada 5 ofertas públicas presentadas	0	0.00%
Total general		4	100.00%



Análisis: El 100% de los encuestados han sido sujeto a rechazo entre 1 de 5 ofertas presentadas.

Interpretación: El 100% de los encuestados ha tenido la misma experiencia, se las han rechazado 1 de 5 de ofertas presentadas, esto significa que en la mayoría de casos los sujetos de estudio cumplen con los requisitos formales, técnicos, legales y financieros, sin embargo considerando que ofertan máximo 1 vez al año, significaría que el riesgo de perder una licitación es elevado.

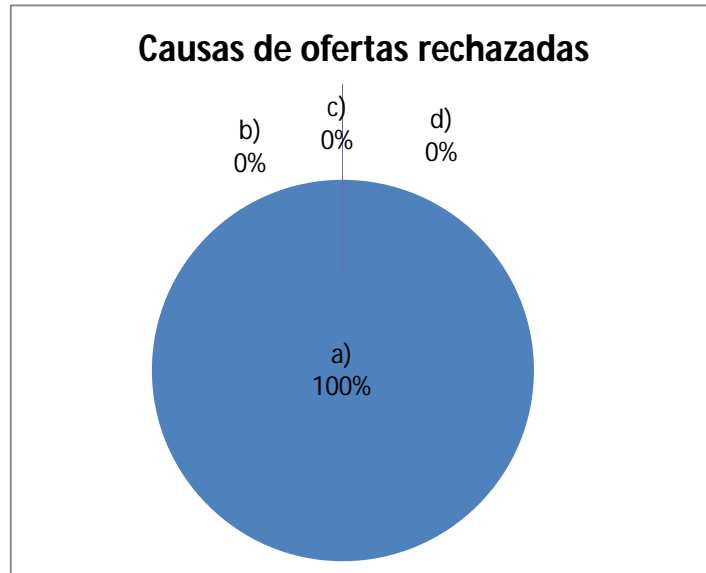
18. Con base a las ofertas presentadas, ¿Qué motivos han sido por los cuales ha sido rechazada alguna de sus ofertas públicas?

Objetivo: Identificar causas principales por las cuales una oferta publica puede ser desestimada.

	Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a)	Desconocimiento de la Normativa legal relacionada a una oferta al Estado	4	100.00%
b)	Falta de controles de calidad en el manejo de inventario destinado para una oferta publica	0	0.00%
c)	Falta de manual de procedimientos para la elaboración de una oferta publica	0	0.00%
d)	No ha presentado	0	0.00%
Total general		4	100.00%

Análisis: El 100% de los encuestados opinan que la razón más fuerte para que las ofertas presentadas al Estado sean rechazadas es el desconocimiento de la normativa legal relacionada a una oferta pública.

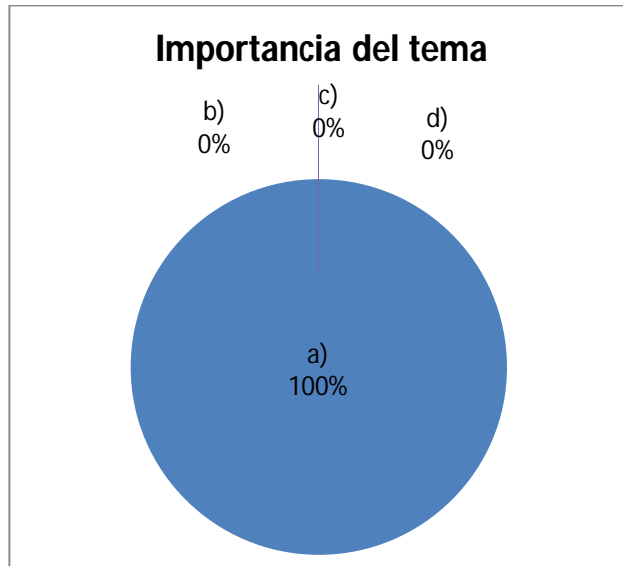
Interpretación: La normativa legal, técnica y aplicaciones financieras son elementos indispensables que los participantes deben conocer para obtener la adjudicación de las ofertas públicas, en la pregunta anterior, se observa que los fracasos sobre intentos, son solo un 20% de todas sus participaciones, sin embargo los sujetos de estudio reconocen su falta o poco conocimiento en la parte legal que rigen las compras estatales, las cuales son principalmente controladas por la Ley de Adquisiciones y contrataciones de la administración pública. Esto representa una oportunidad para la presente investigación de reunir en una guía los requisitos que requiere una oferta pública en su parte legal conjuntamente con estrategias financieras bien definidas.



19. ¿Qué grado de importancia le asigna al hecho que se elabore un documento de carácter técnico que contenga guías y estrategias financieras destinadas para los comerciantes de frutas y verduras que trate sobre la elaboración de ofertas públicas para el Estado a fin de acrecentar sus oportunidades de ofertar en mejores condiciones?

Objetivo: Establecer el nivel de importancia que tendría para el sector, la elaboración del presente trabajo de investigación.

	Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Porcentual
a)	Muy importante	4	100.00%
b)	Importante	0	0.00%
c)	Poco importante	0	0.00%
d)	Nada importante	0	0.00%
Total general		4	100.00%



Análisis: El 100% aseguro considerar muy importante la futura elaboración de un documento de carácter técnico que contenga guías y estrategias financieras destinadas para los comerciantes de frutas y verduras.

Interpretación: El total de los comerciantes encuestados mostro la aceptación del presente trabajo, argumentando en muchos casos, que la posibilidad de conocer más a fondo sobre el tema de las ofertas públicas en la rama de salud podría ayudarles a incursionar en nuevas oportunidad de negocios que ayuden al crecimiento de los negocios que poseen.

INDICES FINANCIEROS APLICADOS EN EVALUACIÓN DE LA CAPACIDAD FINANCIERA DEL OFERTANTE.

Esta etapa consiste en revisar, analizar y evaluar la información financiera, proporcionada por el Ofertante, en cumplimiento a la información solicitada; este análisis servirá para determinar si el ofertante tiene la capacidad financiera para brindar el suministro requerido.

Distribución porcentual de la evaluación financiera (30%)

- > **índice de Liquidez: 10%**
- > **índice de Solvencia: 10%**
- > **Nivel Endeudamiento: 10%**

Índice de liquidez

- El índice de Liquidez se calcula como el Activo Circulante - Inventario entre el Pasivo Circulante.

ÍNDICE DE LIQUIDEZ=	
Activo Circulante - Inventario	
Pasivo Circulante	
Rango	Porcentaje
> 1.51	10%
1.26 a 1.50	9%
1.01 a 1.25	7%
0.76 a 1.00	5%
0.51 a 0.75	2%
< 0.5	0%

Índice de Solvencia

- El índice de Solvencia se calcula como el Activo Circulante entre el Pasivo Circulante.

ÍNDICE DE SOLVENCIA=	
$\frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$	
Rango	Porcentaje
> 1.51	10%
1.26 a 1.50	9%
1.01 a 1.25	7%
0.76 a 1.00	5%
0.51 a 0.75	2%
< 0.5	0%

Índice de Endeudamiento

- El nivel de Endeudamiento se calcula como el Pasivo Total entre el Activo Total.

NIVEL DE ENDEUDAMIENTO=	
$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$	
Rango	Porcentaje
< 60%	10%
60.1 a 65	9%
65.1 a 70	7%
70.1 a 75	5%
75.1 a 80	2%
> 80.1%	0%

Cuando se trate de un Asocio, los Estados Financieros serán presentados por cada una de las sociedades que lo conforman; y para efecto de evaluación se "sumarán" los montos de las que lo integran, y a esta sumatoria se le aplicarán los parámetros anteriores.

Los participantes deberán tener presente que si los estados financieros solicitados no están debidamente auditados e inscritos en el Centro Nacional de Registros, se considerarán NO ELEGIBLES para continuar en el proceso de evaluación.

Las ofertas que en la evaluación financiera hayan alcanzado o superado los porcentajes mínimos establecidos, pasarán a la siguiente fase; caso contrario, serán consideradas como No Elegibles para el proceso de evaluación.