

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Posgrados**

**Análisis de Fuentes de Financiamiento para el Crecimiento y Optimización  
de la Rentabilidad de una Tienda Virtual de Artículos Deportivos en  
Ecuador**

**Tesis en torno a una hipótesis o problema de investigación**

**Fabian Andrés Vela Callejas**

**Juan Carlos Chanabá Guerrero  
Ph.D.  
Director de Trabajo de Titulación**

Trabajo de titulación de posgrado presentado como requisito  
para la obtención del título de Máster en Banca y Finanzas

Quito, 01 de diciembre del 2023

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**  
**COLEGIO DE POSGRADOS**

**HOJA DE APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Análisis de Fuentes de Financiamiento para el Crecimiento y Optimización  
de la Rentabilidad de una Tienda Virtual de Artículos Deportivos en  
Ecuador**

**Fabian Andrés Vela Callejas**

Nombre del Director del Programa: Juan José Espinosa de los Monteros  
Título académico: MBA  
Director del programa de: Escuela de Empresas

Nombre del Decano del colegio Académico: Ana María Novillo  
Título académico: Ph.D.  
Decano del Colegio: Business School

Nombre del Decano del Colegio de Posgrados: Hugo Burgos  
Título académico: Ph.D.

**Quito, diciembre del 2023**

## © DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombre del estudiante: Fabian Andrés Vela Callejas

Código de estudiante: 00329964

C.I.: 1803444502

Lugar y fecha: Quito, 01 de diciembre de 2023.

## **ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN**

**Nota:** El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

## **UNPUBLISHED DOCUMENT**

**Note:** The following graduation project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar este trabajo a lo más grande que tengo en mi vida, mi papá y mi mamá, todo se lo debo a ellos. Una vez culminada esta etapa, mi más grande anhelo es “vivirles” más de cerca cada día que pueda, seguir aprendiendo de ellos y disfrutarles porque mi familia es mi más grande alegría.

## **AGRADECIMIENTOS**

Doy gracias a Dios y a la vida por todos los retos, los errores cometidos, los triunfos conseguidos y por la vida que me ha dado.

A mi familia: papás, hermanas y abuelos, que han estado ahí en cada momento. Quienes han sido mi pilar y me han dado fuerzas cuando la cuesta se venía arriba. Pero sobre todo por su cariño y aliento.

A mi novia Dome, por su paciencia y amor, porque jamás dudó de mi y me hace ser mejor cada día.

A mi profesor Juan Carlos Chanaba, por su orientación y por su apoyo durante todo el proceso.

Finalmente, a mis compañeros de clase, son un vivo ejemplo de un buen profesional, pero sobre todo, de un buen ser humano.

# RESUMEN

Esta tesis realiza un análisis detallado de las estrategias de financiamiento para una tienda virtual de indumentaria deportiva en Ecuador, enfocándose específicamente en optimizar la rentabilidad de la empresa. Mediante la evaluación de diversas opciones de financiamiento, el estudio busca determinar cómo estas influyen en el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo del negocio. Para lograr un análisis completo, se emplea una metodología que integra tanto técnicas cualitativas como cuantitativas.

El núcleo de la investigación reside en la aplicación de herramientas financieras como el Modelo de Valoración de Activos de Capital (CAPM), el Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC), el Método Dupont y el análisis de ratios financieros. Estos métodos proporcionan una base sólida para determinar cuál es la opción de financiamiento que más beneficia a la tienda en términos de rentabilidad y crecimiento sostenible financiero.

Este trabajo no solo enriquece la literatura académica en finanzas, sino que también proporciona directrices estratégicas valiosas para los emprendedores en el sector del e-commerce, orientándolos hacia decisiones financieras más informadas y efectivas en un entorno empresarial en constante cambio.

**Palabras clave:** Estrategias de Financiamiento, CAPM, WACC, Método Dupont, Análisis de Ratios Financieros, Optimización de Rentabilidad, Crecimiento Empresarial Sostenible.

## ABSTRACT

This thesis conducts a detailed analysis of financing strategies for a virtual sports apparel store in Ecuador, specifically focusing on optimizing the company's profitability. By evaluating various financing options, the study seeks to determine how these influence the growth and long-term sustainability of the business. To achieve a comprehensive analysis, a methodology that integrates both qualitative and quantitative techniques is employed.

The core of the research lies in the application of advanced financial tools such as the Capital Asset Pricing Model (CAPM), the Weighted Average Cost of Capital (WACC), the Dupont Method, and financial ratio analysis. These methods provide a solid foundation for determining the most beneficial financing option for the store in terms of profitability and sustainable growth.

This work not only enriches the academic literature in finance but also provides valuable strategic guidelines for entrepreneurs in the sports e-commerce sector, guiding them towards more informed and effective financial decisions in a constantly changing business environment.

**Keywords:** Financing Strategies, CAPM, WACC, Dupont Method, Financial Ratio Analysis, Profitability Optimization, Sustainable Business Growth.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>CAPITULO I.....</b>	<b>11</b>
Introducción: .....	11
Planteamiento del problema.....	15
Propósito del Estudio.....	16
Objetivo General.....	17
Objetivos Específicos.....	17
Naturaleza del estudio.....	18
Pregunta General .....	20
Hipótesis nula.....	21
Hipótesis alternativa .....	21
Significado del estudio.....	21
Conclusión .....	22
<b>CAPITULO II .....</b>	<b>25</b>
Marco Conceptual.....	25
Marco Teórico .....	31
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>47</b>
Metodología .....	47
Construcción de Información Financiera .....	47
Inversión inicial en activos.....	48
Presupuesto de Costos .....	50
Proyección Costos Anuales para la adquisición del Inventario.....	51
Tasa de Crecimiento en ventas .....	51
Inflación Anual Proyectada .....	51
Proyección Ingresos .....	53
Gastos Operacionales.....	53
Capital de Trabajo .....	56
Estructura Financiera .....	58
Construcción de Estados Financieros.....	59
Estado de Situación Inicial.....	60
Estado de Resultados .....	61
Flujo de Caja.....	64
Balance General Proyectado .....	66
Herramientas de Análisis Financiero .....	67
CAPM.....	67
WACC.....	69
Análisis de Resultados .....	71
Análisis de Rentabilidad – DUPONT .....	71
Simulación de escenarios .....	73
Conclusiones.....	74
Recomendaciones.....	76
<b>Bibliografía.....</b>	<b>77</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>81</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Inversión en Activos Fijos .....	48
Tabla 2. Inversión en Activos Intangibles.....	49
Tabla 3. Costo en Inventario Inicial.....	50
Tabla 4. Proyección de los Costos Anuales para la Adquisición del Inventario.....	52
Tabla 5. Proyección de Ingresos .....	53
Tabla 6. Gastos Operacionales	
<a href="https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html">https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html</a> .....	54
Tabla 7. Detalle Rol de Pagos .....	55
Tabla 8. Capital de Trabajo .....	57
Tabla 9. Inversión Inicial Total.....	57
Tabla 10. Estructura de Financiamiento.....	58
Tabla 11. Estado de Situación Inicial.....	60
Tabla 12. Tabla Depreciaciones.....	61
Tabla 13. Estado de Resultados.....	63
Tabla 14. Flujo de Caja proyectado a 5 años .....	64
Tabla 15. Modelo CAPM.....	68
Tabla 16. WACC.....	70
Tabla 17. WACC (considerando riesgo país).....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 18. Análisis de Rentabilidad - DUPONT .....	71
Tabla 19. Comportamiento ROE y ROI.....	72
Tabla 20. Resultados .....	73

## CAPITULO I

### **Introducción:**

La revolución digital del siglo XXI ha transformado drásticamente el panorama empresarial global. El comercio electrónico, actor principal en este cambio, ha pasado de ser un canal alternativo a ser el corazón de muchas economías modernas gracias a la innovación tecnológica y a su alcance. Su increíble ascenso es testimonio de la inmensa oportunidad y potencial que ofrece (Chaffey, D. 2019). Dentro del ámbito del comercio electrónico, la industria del e-commerce deportivo ha surgido como una fuerza dominante en los últimos años gracias a esta afición por la actividad física y el bienestar que ha impulsado una demanda creciente de esta indumentaria, llevando a la ropa deportiva a convertirse no solo en un elemento esencial para el ejercicio, sino también en un “statement” de estilo y modo de vida para muchos (Choi, T. 2014). Como resultado, las marcas y tiendas en línea que ofrecen estos productos han experimentado un auge sin precedentes, consolidando su relevancia en el mercado global. Según el informe "Global Ecommerce" de eMarketer, las ventas de e-commerce al por menor en el 2021 superaron los 4.9 trillones de dólares a nivel mundial y se proyectó que crecerían a más de 7 trillones de dólares para 2025. También menciona Shamika N. Sirimanne, Directora de la División de Tecnología y Logística de la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo) que desde la pandemia en el 2020 se ha visto un aumento de las ventas de e-commerce exhaustivo (aproximadamente de un 30% en los primeros meses) y que este no dejará de crecer dada la excelente adopción de este canal.

Entre la indumentaria deportiva más cotizada se encuentra la ropa de fútbol. Este fenómeno se debe a la inmensa popularidad y fama que el fútbol ostenta a nivel global. Siendo conocido como el 'deporte rey', su alcance trasciende fronteras, culturas y edades. Por ende, la

indumentaria relacionada con el fútbol, ya sean camisetas oficiales de equipos, réplicas, zapatos específicos o accesorios, goza de una demanda constante y elevada en prácticamente todos los rincones del planeta. Esta preferencia se refleja no solo en las ventas, sino también en la pasión con la que los aficionados visten los colores de sus equipos favoritos, convirtiendo la ropa de fútbol en más que un simple atuendo, sino en un símbolo de identidad y pertenencia.

Este crecimiento explosivo del e-commerce deportivo ha sido alimentado por el acceso a la tecnología y a la oportunidad de satisfacer la pasión del mercado. Hoy en día, cualquier emprendedor con una idea y el espíritu adecuado puede entrar al mercado y competir. Sin embargo, la expansión y el mantenimiento en este espacio requieren más que sólo pasión y un buen producto. Requieren una planificación financiera sólida y un profundo entendimiento de las diversas fuentes de financiamiento disponibles, pues contemplamos la historia de una tienda de deportes que, comenzando como un pequeño emprendimiento, aspira a transformarse en una gran entidad comercial. En este viaje, las estrategias financieras y la elección correcta de fuentes de financiamiento serán determinantes.

Siendo Cap99 FutbolStore una tienda virtual en indumentaria deportiva en Ecuador, se encuentra en una etapa en la que necesita considerar diversos métodos de financiamiento para potenciar su crecimiento.

En el ámbito financiero, las opciones de financiamiento se pueden clasificar en dos categorías principales: Patrimonio y Deuda. Cada una de estas categorías poseen características distintas y opciones diversas para las empresas que buscan financiamiento.

- Patrimonio
  - Recursos Propios: Se refiere a la financiación que proviene directamente de los fondos de la empresa o del capital personal de los propietarios. Esta opción no incurre en deudas y no requiere reembolso, pero puede limitar el crecimiento debido a la disponibilidad limitada de fondos (Principles of Corporate Finance, 2020)
  - Inversionistas: Incluye la obtención de capital a través de inversionistas externos. Este grupo puede subdividirse en:
    - Emisión de Acciones: La empresa ofrece acciones al público o a inversores privados, lo que resulta en la obtención de capital a cambio de una participación accionaria (Corporate Finance, 2019)
    - Inversionistas Ángeles y Fondos de Capital de Riesgo: Inversores individuales o fondos que proporcionan capital para startups o empresas en expansión a cambio de propiedad accionaria o una participación en los beneficios (Venture Capital and the Finance of Innovation, 2011)
    - FFF – Family, Friends, and Fools: Se refiere al capital provisto por familiares, amigos y otros inversores informales dispuestos a invertir debido a relaciones personales o confianza en el potencial del negocio (Cassar, G, 2004)
  
- Deuda
  - Bancos: Incluye préstamos tradicionales proporcionados por instituciones bancarias. Estos préstamos suelen tener términos y condiciones definidos,

incluyendo tasas de interés y plazos de amortización (Financial Management and Analysis, 2003)

- Tarjeta de Crédito: Uso de líneas de crédito a través de tarjetas de crédito, generalmente adecuadas para gastos operativos a corto plazo o necesidades de capital de trabajo (Schaefer, S. 2005)
- Créditos Comerciales: Financiamiento obtenido a través de acuerdos con proveedores o mediante líneas de crédito comerciales (Financial Management, 2016)

En la teoría financiera, la elección del cómo se puede financiar una empresa se evalúa en función del costo (tasa de interés o costo de capital del financiamiento y como este afecta la rentabilidad) y del riesgo (cómo la estructura de financiamiento afecta el riesgo financiero global de la empresa (Principles of Corporate Finance, 2020). En el contexto de una tienda como Cap99 FutbolStore, la elección entre estas fuentes y la implementación de estrategias financieras se vuelve crucial. Esta investigación tiene el objetivo de proporcionar una guía clara para Cap99 en su deseo de aprovechar fuentes de financiamiento para su crecimiento y para optimizar su rentabilidad.

En el país hay una oportunidad enorme para hacerlo, pues el comercio electrónico en Ecuador incrementó un 24% frente al 2021 y las proyecciones de crecimiento para los siguientes años son muy favorables (Primicias, 2023). También puede ser una guía para otros negocios que buscan navegar por estas aguas y encontrar el camino óptimo hacia el éxito financiero y empresarial. He aquí la relevancia de este estudio, se pretende ofrecer una

comprensión clara de cómo las finanzas, cuando se manejan adecuadamente, pueden ser el motor que impulse el crecimiento y la rentabilidad esperada.

### **Planteamiento del problema**

En un mundo interconectado y globalizado, donde la pasión por el deporte trasciende fronteras, el fútbol se erige como uno de los deportes más populares y seguidos a nivel mundial (*Goldblatt, 2015*). Esta pasión se traduce en una demanda creciente de indumentaria y productos relacionados con el fútbol, abriendo un vasto mercado que tiendas virtuales como Cap99 FutbolStore tienen el potencial de explotar al máximo.

La evolución constante del deporte genera oportunidades únicas de negocio. Cada cambio de temporada trae consigo renovadas esperanzas para los aficionados y cambios en la indumentaria de equipos y selecciones. Estas transformaciones, junto con las transferencias de jugadores entre equipos, generan un ciclo de demanda casi perpetuo. Sin embargo, esto también implica la necesidad de mantener un stock actualizado y variado para atender a una clientela exigente que busca lo último en tendencias deportivas.

Además, hay momentos específicos del año, como festividades, días especiales y eventos deportivos de renombre, donde la demanda se dispara. La Navidad, fechas festivas y otras celebraciones se convierten en periodos en los que la indumentaria de fútbol no solo es un artículo de deseo personal, sino también una opción de regalo popular.

Ante tal panorama, el negocio, Cap99 FutbolStore, podría estar capitalizando estas oportunidades de manera significativa. No obstante, un problema persiste y se presenta como un obstáculo para alcanzar este potencial: la falta de capital. Esta escasez no solo limita la capacidad de adquirir un stock adecuado, sino que también restringe las inversiones en

publicidad y promoción, aspectos cruciales para incrementar la visibilidad y atracción de clientes potenciales. La falta de un financiamiento adecuado impide que Cap99 FutbolStore"pueda posicionarse de manera efectiva en el mercado, limitando su crecimiento y la posibilidad de aprovechar todas las oportunidades que el mundo del fútbol ofrece.

En los años en los que Cap99 ha operado como tienda virtual de indumentaria de futbol ha experimentado un gran crecimiento. Sin embargo, este crecimiento ha estado limitado por nuestra capacidad de mantener un inventario adecuado para satisfacer la demanda. Nuestros análisis muestran que, con un incremento del 40% en el inventario, en diciembre del 2022 podríamos haber aprovechado para llegar a un total de ventas aproximado de 11,550 dólares, dada la demanda que había, lo que se traduce en 3,300 dólares de ingresos perdidos solo en el último mes del anterior año.

Es evidente que se requiere una solución financiera que permita superar estos desafíos y llevar a "Cap99 FutbolStore" al lugar deseado en el mercado. La búsqueda de los métodos de financiamiento más adecuados y su análisis se convierte, por lo tanto, en una tarea imperativa para el futuro y éxito del negocio.

### **Propósito del Estudio**

Este estudio tiene como objetivo principal explorar, analizar y evaluar las estrategias de financiamiento disponibles para la expansión de la tienda virtual de artículos deportivos en el contexto ecuatoriano. Se busca proporcionar un entendimiento profundo y matizado de cómo diferentes estrategias de financiamiento podrían impactar en un crecimiento sostenible en el tiempo y la rentabilidad de la tienda.

Para lograr este objetivo, se realizará un análisis detallado de los métodos de financiamiento disponibles con las condiciones financieras y regulatorias en Ecuador, así como una evaluación exhaustiva de las necesidades específicas y el potencial de crecimiento de la tienda. Este análisis incluirá una revisión de literatura relevante, una recopilación y análisis de datos financieros y operativos del negocio y consultas con expertos en finanzas.

Además, se modelarán diferentes escenarios para cada estrategia de financiamiento evaluada, intentando anticipar los posibles resultados y los riesgos asociados. Se espera que, al finalizar este estudio, se llegue a determinar cuál es el método que más le conviene a Cap99 por todo lo mencionado anteriormente.

### **Objetivo General**

Evaluar las alternativas de financiamiento disponibles para la tienda virtual de artículos deportivos en Ecuador, identificando y proponiendo estrategias financieras óptimas que faciliten su expansión y consolidación en el mercado de comercio electrónico, contribuyendo así al fortalecimiento de su posición competitiva y a la consecución de un crecimiento sostenible y rentable.

### **Objetivos Específicos**

- Evaluar diferentes estrategias de financiamiento, incluyendo financiamiento con capital propio y por medio de deuda con Instituciones Financieras, para determinar cuál se alinea mejor con el modelo de negocio de la tienda virtual y la situación económica actual en Ecuador.

- Analizar el impacto proyectado de la estrategia de financiamiento seleccionada en la rentabilidad y crecimiento de la tienda virtual durante un periodo de 5 años, a través de un análisis financiero detallado que incluya proyecciones de flujos de efectivo, análisis de costo de capital / deuda y optimización de la rentabilidad.

### **Naturaleza del estudio**

En el presente estudio, se adopta un enfoque cuantitativo y comparativo para explorar y analizar las diferentes estrategias de financiamiento disponibles y su impacto potencial en la expansión y rentabilidad de una tienda virtual en Ecuador. Este estudio busca aportar insights prácticos y fundamentados sobre cómo seleccionar una estrategia de financiamiento que se alinee con los objetivos de crecimiento y las capacidades operativas de la tienda, en un entorno económico que sigue presentando desafíos para los emprendedores.

- Diseño del estudio:

Comparativo: Se realizará una comparación meticulosa entre diversas estrategias de financiamiento incluyendo financiamiento con deuda y capital.

Longitudinal: También se contempla un análisis proyectado sobre cómo cada estrategia podría influir en la rentabilidad y el crecimiento de la tienda en un periodo de 5 años.

- Variables/Construcciones:

Estrategias de Financiamiento: Las distintas opciones de financiamiento que se analizarán constituyen la variable independiente.

Rentabilidad y Crecimiento: La rentabilidad y el crecimiento de la tienda virtual son las variables dependientes que se desean optimizar.

- Instrumentos:

Para lograr un análisis financiero profundo y coherente en el estudio, se implementarán varias herramientas y modelos financieros que se consideran cruciales en la determinación de costos de capital y evaluación de proyectos. Entre los instrumentos más relevantes a emplear se encuentran:

- WAAC (Costo Promedio Ponderado de Capital): Determina el costo de capital de "Cap99 FutbolStore" teniendo en cuenta tanto el costo de la deuda como el costo del capital propio.
- CAPM (Modelo de Valoración de Activos de Capital): se calcula el rendimiento esperado del patrimonio.
- Modelo Dupont: Refleja el impacto del apalancamiento en el retorno del negocio
- Descuento de flujos de efectivo: se podrá proyectar los flujos futuros y descontarlos al valor presente, lo cual es fundamental para valorar una inversión.
- ROE: es el ratio financiero que analiza la rentabilidad con respecto al patrimonio de la entidad.
- Matriz Comparativa: Una matriz comparativa es una herramienta utilizada para analizar y presentar la relación entre dos o más variables categóricas.

La integración de estos instrumentos permitirá una evaluación detallada de la situación financiera de "Cap99 FutbolStore" y de las opciones de financiamiento más adecuadas para

garantizar un crecimiento sostenido y rentable en el contexto de comercio electrónico de indumentaria deportiva.

- Análisis:

Análisis Comparativo: Se llevará a cabo un análisis comparativo para identificar las ventajas y desventajas de cada estrategia de financiamiento, basado en criterios financieros y operativos.

La elección de este diseño y metodología se basa en la literatura actual que destaca la importancia de una planificación financiera rigurosa y la selección adecuada de estrategias de financiamiento en el éxito y la sustentabilidad de los negocios en línea. Además, el enfoque comparativo y longitudinal permitirá una comprensión profunda y matizada de cómo las decisiones de financiamiento pueden afectar la trayectoria de crecimiento y rentabilidad de la tienda virtual en el medio y largo plazo. Se busca que este estudio contribuya con evidencia empírica y análisis robusto a la toma de decisiones financieras informadas para emprendedores en el ecosistema digital de Ecuador.

### **Pregunta General**

¿Cómo influyen las diferentes estrategias de financiamiento en el crecimiento y rentabilidad de una tienda virtual en Ecuador, y cuál de estas estrategias resulta ser la más efectiva en términos de retorno financiero y expansión sostenible del negocio a lo largo de un periodo de 5 años?

### **Hipótesis nula**

- H0\_1: No existe una relación significativa entre el tipo de financiamiento y el crecimiento sostenible y rentable de la tienda en el ámbito financiero.
- H0\_2: Las distintas fuentes de financiamiento no presentan diferencias significativas en términos de costos y beneficios para la tienda en el ámbito financiero.

### **Hipótesis alternativa**

- Ha\_1: Existe una relación significativa entre el tipo de financiamiento y el crecimiento sostenible y rentable de la tienda en el ámbito financiero.
- Ha\_2: Las distintas fuentes de financiamiento presentan diferencias significativas en términos de costos y beneficios para la tienda en el ámbito financiero.

Estas hipótesis establecen de manera clara y específica lo que deseas investigar y permiten una comprobación objetiva basada en los datos que recolectarás. La primera pareja de hipótesis explora la relación entre el tipo de financiamiento y el crecimiento sostenible y rentable de tu tienda, mientras que la segunda pareja de hipótesis compara las diferentes fuentes de financiamiento en términos de costos y beneficios.

### **Significado del estudio**

El presente estudio se enfoca en desentrañar los desafíos y oportunidades asociadas con el financiamiento para el crecimiento de una tienda en el ámbito financiero, mismo que es crucial para la expansión y sostenibilidad de las operaciones comerciales. Mediante la evaluación crítica y comparativa de diferentes fuentes de financiamiento, esta investigación

aspira a arrojar luz sobre las opciones más viables y rentables que pueden facilitar un crecimiento sostenible de la tienda.

El estudio se adentra en un entorno económico donde el acceso al capital es un facilitador clave del éxito y la expansión, entender las implicancias y las dinámicas de diversas fuentes de financiamiento es imperativo. Este trabajo se alinea con el reconocido problema de la escasez de financiamiento y busca explorar las mejores alternativas disponibles, en el intento de mitigar los desafíos asociados y contribuir al crecimiento sostenible y rentable de la tienda en cuestión. La necesidad del estudio se sustenta en la literatura existente que subraya la importancia del financiamiento adecuado como un pilar para el crecimiento y la estabilidad de las operaciones comerciales (Smith, 2012). Sin embargo, la literatura actual aún deja un vacío en cuanto a la aplicación específica y la evaluación de estas fuentes de financiamiento en el contexto de las tiendas virtuales.

Por lo tanto, esta investigación no solo contribuye a la comprensión teórica de las estructuras de financiamiento del sector financiero, sino que también posee una significancia práctica. Por último, al ofrecer insights derivados de un análisis robusto, el estudio promete enriquecer el discurso académico y práctico en torno a las estrategias de financiamiento en el entorno comercial específico del sector financiero.

## **Conclusión**

Este capítulo ha delineado meticulosamente la necesidad imperante y el propósito central de esta investigación, enfocándose en examinar y analizar las fuentes de financiamiento

viales para impulsar el crecimiento de una tienda en el ámbito financiero. La escasez de financiamiento ha sido identificada como una barrera principal para la expansión y la prosperidad del negocio en cuestión, lo cual instiga la realización de este estudio para desentrañar opciones de financiamiento factibles y optimizar la estrategia financiera de la tienda.

La metodología propuesta, fuertemente arraigada en un diseño cuantitativo, busca recopilar y analizar datos pertinentes para evaluar la relación entre diferentes modalidades de financiamiento y el desempeño económico de la tienda. A través de un análisis riguroso, se aspira a descubrir insights críticos que puedan ayudar a los propietarios de tiendas y a los responsables financieros a tomar decisiones informadas y promover el crecimiento sostenible del negocio.

Las contribuciones anticipadas de este estudio son múltiples y de gran alcance. En el plano teórico, el trabajo aspira a llenar un vacío en la literatura existente, proporcionando una comprensión más profunda de cómo las diferentes fuentes de financiamiento impactan en la operatividad y expansión de las tiendas en el ámbito financiero. En el dominio práctico, los hallazgos podrían servir como un recurso valioso para los propietarios de tiendas y los gestores financieros en el entorno altamente competitivo y dinámico del sector financiero.

Además, al explorar las interacciones entre el financiamiento, el desempeño económico y el crecimiento empresarial, esta investigación se coloca en una posición privilegiada para ofrecer recomendaciones pragmáticas que puedan ser de beneficio para otras entidades comerciales en situaciones similares. El entendimiento generado a través de este estudio puede tener implicaciones significativas para la formulación de políticas y estrategias financieras que favorezcan el crecimiento sostenible en el sector.

Con la finalidad de proporcionar un entendimiento más cabal y bien fundamentado, el siguiente capítulo se enfocará en revisar exhaustivamente la literatura existente relacionada con el financiamiento, las barreras para el crecimiento de las tiendas y las estrategias previamente adoptadas para superar estos desafíos. Este análisis literario no solo establecerá el fundamento teórico del estudio, sino que también ayudará a contextualizar la investigación dentro del discurso financiero más amplio, preparando el terreno para la exploración empírica en los capítulos subsiguientes.

## **CAPITULO II**

### **Marco Conceptual**

Esta investigación se dedica a una evaluación detallada de las metodologías de financiamiento aplicables a una tienda online especializada en ropa deportiva en Ecuador, centrándose específicamente en discernir las alternativas más efectivas y factibles para fomentar tanto el crecimiento sostenido como la rentabilidad de la empresa. Dentro de este marco, el fundamento conceptual sirve como la piedra angular teórica, proporcionando definiciones claras y una terminología esencial para una comprensión integral y precisa del tema investigado (Smith & Johnson, 2020).

Este fundamento conceptual no solo define los términos fundamentales para una interpretación coherente del tema de estudio, sino que también establece un esquema lógico para organizar y vincular dichos términos. Este enfoque contribuye a profundizar el entendimiento sobre cómo las diversas opciones de financiamiento y las tácticas financieras ejercen influencia en la gestión financiera y comercial de una empresa de comercio electrónico para maniobrar exitosamente en el sector fluctuante de la moda deportiva.

La naturaleza compleja y dinámica del comercio electrónico hace indispensable la presencia de un marco conceptual bien articulado, esencial para demarcar con precisión el alcance de la investigación. Este esquema no solo alinea el estudio con las teorías financieras y prácticas vigentes, sino que también garantiza la relevancia, confiabilidad y validez del análisis y las conclusiones en el entorno empresarial contemporáneo (Smith & Johnson, 2020).

A continuación, las definiciones más importantes del material mencionado:

1. Comercio Electrónico o E-Commerce: Se refiere a la compra y venta de bienes o servicios a través de internet, así como a las transferencias de dinero y datos necesarios para ejecutar estas transacciones. (Traver, C. 2019)
2. E-Commerce Deportivo: Es el comercio electrónico especializado en la venta de productos y servicios deportivos (Turban, E. 2011).
3. Planificación Financiera: Proceso de establecer objetivos de negocio, políticas y procedimientos para lograr esos objetivos, y la elaboración de presupuestos para guiar la compañía (Houston, J. 2018).
4. Fuentes de Financiamiento: Son los medios a través de los cuales un individuo o empresa adquiere capital para financiar sus necesidades de gasto (Principles of Corporate Finance 2020).
5. Emprendimiento: El acto de crear un negocio o negocios mientras construye y escala para generar ganancias (Shepherd, D. 2017).
6. Estrategias Financieras: Son planes de acción utilizados por una empresa para alcanzar sus objetivos financieros y metas de negocio (Damodaran, A. 2017).
7. Financiamiento con Recursos Propios: Es el uso de fondos generados internamente o aportados por los propietarios para financiar las operaciones de la empresa (Myers, S. 1984).
8. Deuda por Medio de Tarjetas de Crédito: Es el uso de tarjetas de crédito como una forma de financiamiento a corto plazo para la empresa (Scholnick, B. 2009).
9. Préstamos Bancarios: Son fondos proporcionados por bancos o instituciones financieras a empresas o individuos, sujetos a devolución con intereses (Cole, R. 1998).

10. Créditos Comerciales: Son extensiones de crédito entre comerciantes, donde los proveedores ofrecen a sus clientes un período para pagar por los bienes y servicios sin interés (Ferris, J. 1981).
11. Capital Social: Se refiere al dinero que los accionistas invierten en una empresa (Wessels, R. 1988).
12. Emisión de Acciones: Es el proceso por el cual una empresa vende nuevas acciones a los inversores para recaudar capital (Ritter, J. 2003).
13. Fondos de Capital de Riesgo: Son fondos que invierten en empresas en etapas tempranas con alto potencial de crecimiento a cambio de una participación accionaria (Sahlman, W. 1990).
14. Inversionista Ángeles: Individuos acaudalados que proporcionan capital para empresas emergentes a cambio de propiedad accionaria o deuda convertible (Ibrahim, D. 2008).
15. Costo de Capital del Financiamiento: Es la tasa de rendimiento que una empresa debe ofrecer a los inversores para inducirlos a invertir en sus valores (Miller, M. 1958).
16. Rentabilidad: Es la capacidad de una empresa para generar ganancias en comparación con sus gastos y otras inversiones relevantes (Ehrhardt, M. 2016).
17. Rentabilidad Esperada: Es el rendimiento promedio que los inversores anticipan sobre una inversión en el futuro (Jaffe, J. 2010).
18. Riesgo: En finanzas, es la posibilidad de que los resultados reales difieran de los resultados esperados (Markowitz, H. 1952).
19. Estructura de Financiamiento: Se refiere a la mezcla específica de deuda a largo plazo y capital que una empresa utiliza para financiar sus operaciones (Myers, S. 1984).

20. Riesgo Financiero: Es el riesgo adicional que enfrentan los accionistas de una empresa debido al uso de la deuda en la estructura de capital de la empresa (Miller, M. 1958).
21. Optimización de Rentabilidad: Es el proceso de ajustar las decisiones financieras y operativas de una empresa para maximizar las ganancias o el valor para los accionistas (Murrin, J. 2000).
22. Stock: Se refiere a las existencias de bienes mantenidas por una empresa para su venta o producción futura (Peterson, R. 1998).
23. Financiamiento Colectivo: Es el uso de pequeñas cantidades de capital de un gran número de individuos para financiar un nuevo proyecto empresarial (Schwienbacher, A. 2014).
24. Análisis Financiero: Es la evaluación de la viabilidad, estabilidad y rentabilidad de una empresa, subempresa o proyecto (Higgins, R. C. 2012).
25. Proyecciones de Flujo de Efectivo: Son estimaciones de las entradas y salidas de efectivo que una empresa espera tener en el futuro (Ehrhardt, M. 2016).
26. Análisis de Rentabilidad: Es un análisis para medir la eficiencia y el rendimiento de las inversiones de la empresa (Ehrhardt, M. 2016).
27. WACC (Weighted Average Cost of Capital - Costo Promedio Ponderado de Capital): Es la tasa de descuento que se utiliza para determinar el valor presente de los flujos de efectivo futuros (Miller, M. 1958).
28. CAPM (Capital Asset Pricing Model - Modelo de Precios de Activos de Capital): Es un modelo que describe la relación entre el riesgo sistemático y la rentabilidad esperada de los activos (Sharpe, W. 1964).

29. Descuento de Flujos de Efectivo: Método utilizado para estimar el valor de una inversión basado en sus flujos de efectivo futuros (Principles of Corporate Finance, 2011).
30. ROE (Return on Equity - Retorno sobre el Patrimonio): Es una medida de la rentabilidad que calcula cuánto beneficio genera una empresa con el dinero de los accionistas (Houston, J. 2012).
31. Modelo Dupont: El Modelo Dupont es un enfoque avanzado para analizar el retorno sobre el patrimonio (ROE). Mientras que el modelo Dupont original descompone el ROE en tres componentes (margen de beneficio, rotación de activos y apalancamiento financiero), la versión avanzada introduce más factores para un análisis más detallado (Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies, 2010).
32. Matriz Comparativa: Una matriz comparativa es una herramienta analítica que se utiliza para comparar y contrastar múltiples variables o aspectos de diferentes opciones, sujetos o entidades. Este método es útil para resaltar similitudes, diferencias y relaciones únicas entre las categorías comparadas (Healey, J. 2015).
33. Patrimonio: Es la diferencia entre los activos y las obligaciones de una empresa; representa la propiedad de los accionistas en la empresa (Warfield, T. 2010).
34. Análisis de Sensibilidad: Es una técnica utilizada para determinar cómo diferentes valores de una variable independiente afectarán a una variable dependiente en particular bajo un conjunto dado de suposiciones (Scott, E. 2000).
35. Sostenibilidad: Es la capacidad de un negocio para mantener operaciones a largo plazo sin agotar los recursos o causar daño ecológico grave (Elkington, J. 1997).

36. Crecimiento Sostenible y Rentable: Es la capacidad de una empresa para aumentar continuamente sus ganancias y tamaño mientras mantiene o mejora su posición competitiva y su eficiencia operativa a largo plazo (Higgins, R. 1998).
37. Indumentaria Deportiva: Ropa y equipos diseñados específicamente para la práctica de deportes (Maguire, J. S. 1999).
38. Retorno Financiero: Es la ganancia o pérdida generada en una inversión en términos porcentuales (Jaffe, J. 2010).
39. Expansión Sostenible del Negocio: Se refiere al crecimiento de una empresa que se lleva a cabo sin incurrir en daños ambientales significativos o en la degradación de los recursos naturales y sociales (Hart, S. 1997).
40. Capital de Trabajo: Es la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes de una empresa. Representa la capacidad que tiene una empresa para continuar con sus operaciones diarias y es un indicador de la salud financiera a corto plazo de la compañía (Fundamentals of Financial Management. 2008).
41. Camiseta de Futbol Version Fan: camisetas para aficionados de poliéster, son las mas comunes ya que son más económicas.
42. Camiseta de Futbol Version Player: es una réplica idéntica fabricada con una tela transpirable ya que es ideal para jugadores.
43. Tasa de crecimiento en ventas: La tasa de crecimiento en ventas es un indicador de rendimiento que mide el aumento porcentual de los ingresos por ventas de una empresa durante un periodo de tiempo determinado. Es un indicador clave de la expansión y salud económica de una empresa (Kotler, P. 2016).

44. Tasa de inflación proyectada: La tasa de inflación proyectada es una estimación del ritmo al que aumentarán los precios generales de bienes y servicios en una economía durante un periodo futuro. Esta proyección es fundamental para la planificación financiera y presupuestaria tanto de entidades privadas como gubernamentales (Principles of Economics. 2028)

## **Marco Teórico**

El marco teórico proporciona una base sólida para comprender las complejidades de las estrategias de financiamiento en una tienda virtual de indumentaria deportiva. Este capítulo se centra en teorías financieras y modelos que son fundamentales para analizar el financiamiento empresarial en el contexto del e-commerce, con especial énfasis en el sector de la moda deportiva. A través de esta revisión, se identifican los enfoques de financiamiento clave, desde el autofinanciamiento hasta el capital externo, y se evalúa su impacto en la operatividad y sostenibilidad de los negocios online. También se aborda la evolución y dinámicas actuales del mercado de e-commerce, resaltando las tendencias, desafíos y oportunidades específicas del sector de indumentaria deportiva. De igual manera, se examina cómo estos factores influyen en la formulación de estrategias y en la toma de decisiones empresariales eficaces.

## **I. Transformación del Comercio Electrónico en la Industria Deportiva**

El comercio electrónico (e-commerce) ha catalizado cambios sin precedentes en muchas industrias, incluida la industria deportiva. Su impacto es multifacético, influyendo tanto a las operaciones internas de las empresas como a las experiencias de los consumidores. La

transformación digital ha permitido a las empresas deportivas expandirse más allá de las fronteras geográficas, llegando a mercados globales con una diversidad de productos que van desde equipos hasta servicios de fitness en línea (Clement, 2019).

El comportamiento del consumidor en la industria deportiva ha sido objeto de numerosos estudios. Los consumidores de hoy demandan una experiencia de compra más personalizada y conveniente. El e-commerce satisface estas necesidades al ofrecer personalización de productos, recomendaciones basadas en el comportamiento previo y servicios de suscripción que proporcionan comodidad y valor agregado (Liu & Zhang, 2012). Además, la integración de tecnologías como la realidad aumentada (AR) en las plataformas de e-commerce permite a los clientes visualizar productos en un entorno virtual, mejorando la decisión de compra y reduciendo las devoluciones (Pantano & Viassone, 2015).

La analítica de datos ha surgido como un componente crítico en la estrategia de e-commerce de la industria deportiva. Los datos de comportamiento del usuario se utilizan para mejorar la experiencia del cliente, optimizar las operaciones de la cadena de suministro y personalizar las ofertas de marketing. El análisis predictivo, por ejemplo, puede identificar tendencias de compra y ayudar a las empresas a gestionar inventarios de forma proactiva (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Las empresas que operan en el espacio del e-commerce deportivo deben navegar en un entorno competitivo, donde la gestión efectiva de la cadena de suministro y las operaciones logísticas son fundamentales para el éxito. Investigadores han enfatizado la importancia de sistemas de logística ágiles y responsivos que puedan adaptarse rápidamente a los cambios en la demanda y las condiciones del mercado (Christopher, 2016). Además, el e-commerce ha

facilitado el surgimiento de modelos de negocio innovadores en la industria deportiva, como plataformas de mercado y suscripciones que ofrecen equipos deportivos (Kannan & Li, 2017).

Las implicaciones medioambientales y sociales del e-commerce también están ganando atención. Las empresas deportivas están adoptando prácticas de sostenibilidad para abordar preocupaciones como el exceso de embalaje y la huella de carbono de la logística. La implementación de empaques ecológicos y la optimización de las rutas de entrega pueden contribuir significativamente a la sostenibilidad ambiental, mientras que el comercio justo y la producción ética de mercancías están transformando las prácticas de adquisición y manufactura (Jones et al., 2016).

## **II. Fuentes de Financiamiento en el E-commerce Deportivo**

Las fuentes de financiamiento son vitales para las empresas que operan en el sector del e-commerce deportivo. Estas fuentes no solo proporcionan el capital necesario para la puesta en marcha y expansión de las empresas, sino que también ofrecen el soporte financiero para la innovación y adaptación a las cambiantes tendencias del mercado. Según el análisis de Brealey, Myers y Allen (2020), la estructura financiera de una empresa del e-commerce deportivo puede incluir capital propio, financiamiento de deuda, subvenciones y financiamiento colectivo (crowdfunding).

El capital de riesgo se ha convertido en una fuente significativa de financiamiento para startups innovadoras en el espacio del e-commerce deportivo, donde inversores buscan empresas con alto potencial de crecimiento y escalabilidad (Gompers & Lerner, 2017). Estos inversores no solo aportan capital, sino también experiencia y una red de contactos que puede ser crucial para el éxito de las empresas emergentes.

Las líneas de crédito y los préstamos bancarios siguen siendo una fuente tradicional de financiamiento para las empresas de e-commerce deportivo de todos los tamaños. Empresas establecidas con historiales crediticios sólidos pueden acceder a tasas de interés más favorables y términos de préstamo (Ross, Westerfield & Jaffe, 2019). Sin embargo, para las nuevas empresas sin un largo historial financiero, obtener crédito puede ser más desafiante, y a menudo tienen que recurrir a opciones como el financiamiento colectivo o inversores ángeles.

El crowdfunding se ha establecido como una alternativa innovadora para las empresas de e-commerce deportivo, permitiendo que pequeñas empresas y startups recauden fondos directamente de consumidores y entusiastas del deporte. Este método no solo genera capital, sino que también valida el interés del mercado y fomenta una comunidad de seguidores leales (Mollick, 2014).

Finalmente, las subvenciones gubernamentales y los incentivos fiscales pueden jugar un papel importante en el apoyo a empresas de e-commerce deportivo, especialmente aquellas que se enfocan en la innovación tecnológica o la sostenibilidad, dos áreas que suelen recibir apoyo público (Aghion, David & Foray, 2009).

### **III. Emprendimiento en el E-commerce Deportivo**

El emprendimiento dentro del sector de e-commerce deportivo implica la creación y gestión de nuevas empresas que buscan satisfacer las demandas de un nicho de mercado altamente dinámico y competitivo. Según Byers, Ehrlich y Wein (2019), el emprendimiento en el comercio electrónico requiere no solo un entendimiento del deporte y sus consumidores sino también una fuerte competencia digital y una estrategia de negocio bien definida que incorpore las últimas tendencias de la industria.

La innovación es un componente clave en el emprendimiento del e-commerce deportivo. Empresas como Under Armour y Adidas han utilizado la innovación en productos y la personalización para diferenciarse y captar una base de clientes leales (Hill & Jones, 2018). Además, la sostenibilidad se ha convertido en un factor cada vez más importante, con consumidores que prefieren marcas que promueven prácticas ecológicas y responsables (Schaltegger & Wagner, 2017).

El emprendimiento en este sector también se ve impulsado por la tecnología, con el uso de herramientas avanzadas de análisis de datos, inteligencia artificial y plataformas de redes sociales para comprender mejor a los clientes y ofrecer experiencias de compra personalizadas (Kotler & Keller, 2016).

La capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado y en la tecnología es esencial para los emprendedores en el e-commerce deportivo, quienes deben estar siempre listos para pivotar o ajustar sus estrategias de negocio en respuesta a nuevas oportunidades o desafíos emergentes (Ries, 2011).

#### **IV. Estrategias Financieras en el E-commerce Deportivo**

Las estrategias financieras en el e-commerce deportivo son fundamentales para la sustentabilidad y el crecimiento a largo plazo de las empresas en este sector. Como indica Brealey, Myers y Allen (2020), una estrategia financiera efectiva debe evaluar la estructura de capital óptima, las opciones de financiamiento y las inversiones estratégicas para maximizar el valor de la empresa.

La planificación financiera en este ámbito implica un análisis cuidadoso de las proyecciones de flujo de efectivo, la gestión del capital de trabajo y el control de costos, lo cual

es crucial para mantener la liquidez y financiar la expansión (Ross, Westerfield & Jordan, 2019). Además, las estrategias de precios y el manejo de inventarios deben estar alineadas con los objetivos financieros y las expectativas de los inversores (Brigham & Houston, 2019).

Para el e-commerce deportivo, las fuentes de financiamiento pueden incluir el capital propio, el financiamiento colectivo, los préstamos bancarios, y la emisión de acciones, cada una con sus propias implicaciones para la estructura de capital y el costo del financiamiento (Myers, 2017). El uso de instrumentos financieros como el WACC y el CAPM puede ayudar en la evaluación del costo de capital y en la toma de decisiones de inversión (Damodaran, 2016).

El crecimiento sostenible y la rentabilidad a menudo requieren una mezcla balanceada de financiamiento interno y externo, asegurando que la empresa mantenga una capacidad de adaptación financiera (Modigliani & Miller, 1958). Esto es particularmente importante en el e-commerce deportivo, donde las tendencias del mercado pueden cambiar rápidamente y las empresas necesitan poder reaccionar con agilidad (Aaker & Moorman, 2017).

## **V. Análisis Financiero y Proyecciones de Flujo de Efectivo**

El análisis financiero y las proyecciones de flujo de efectivo en el e-commerce deportivo son componentes críticos para la evaluación de la salud financiera y la viabilidad a largo plazo de las empresas. Según Penman (2010), el flujo de efectivo operativo es un indicador confiable de la capacidad de una empresa para generar valor. Las proyecciones de flujo de efectivo permiten a los administradores y a los inversores entender las necesidades de financiamiento futuro, planificar inversiones y anticipar posibles déficits de efectivo.

En el contexto del e-commerce deportivo, donde las ventas y los gastos pueden fluctuar significativamente debido a temporadas deportivas y lanzamientos de productos, la precisión

en la proyección de flujo de efectivo es esencial. Esto requiere un entendimiento profundo de los patrones de consumo de los deportes y una capacidad para adaptar rápidamente las operaciones y el marketing (Horngren et al., 2017).

El uso de herramientas de análisis financiero como el EBITDA y el análisis de ratios proporciona información valiosa sobre la rentabilidad, la eficiencia operativa y la solidez financiera de las empresas de e-commerce deportivo. Por ejemplo, el ratio de liquidez rápida puede ser particularmente relevante para las empresas de e-commerce deportivo que necesitan mantener un nivel adecuado de liquidez para manejar las operaciones del día a día y financiar el crecimiento (Gitman, 2017).

Además, las proyecciones de flujo de efectivo son fundamentales para la valoración de empresas en el e-commerce deportivo, donde el valor presente de los flujos de efectivo futuros es un componente clave en la determinación del valor empresarial (Damodaran, 2012). Las empresas deben equilibrar las inversiones en crecimiento, como la adquisición de nuevos clientes y la expansión del mercado, con la generación de flujos de efectivo positivos para sostener las operaciones y financiar la innovación (Koller et al., 2010).

## **VI. Gestión de Riesgos y Opciones de Inversión**

La gestión de riesgos es un aspecto fundamental para cualquier empresa de e-commerce deportivo que busque un crecimiento sostenible y rentable. Según Tufano (1996), la gestión de riesgos financieros implica la identificación, análisis y respuesta a factores de riesgo que podrían afectar adversamente el capital y los ingresos de la empresa. En el e-commerce deportivo, estos riesgos pueden incluir la volatilidad de la demanda, las fluctuaciones en los costos de adquisición de clientes y los cambios rápidos en la tecnología.

Las empresas pueden usar diversos instrumentos financieros para mitigar estos riesgos, incluyendo derivados como futuros y opciones, para cubrirse contra fluctuaciones de precios en los mercados de materias primas o divisas (Hull, 2012). La diversificación de la cartera de productos y la expansión geográfica también son estrategias clave para la dispersión del riesgo (Markowitz, 1952).

La opción de inversión en el e-commerce deportivo no es menos crucial. Los inversores suelen analizar el rendimiento ajustado por riesgo de las empresas antes de comprometer capital. El Modelo de Valoración de Activos de Capital (CAPM), que relaciona sistemáticamente el riesgo y el retorno esperado de los activos, es una herramienta utilizada para evaluar si una inversión es adecuada dado su riesgo (Sharpe, 1964). Las empresas de e-commerce deportivo que demuestran una gestión de riesgos sólida y una rentabilidad ajustada por riesgo atractiva son más propensas a atraer inversiones.

Al planificar inversiones, las empresas también deben considerar el coste de capital, que es el retorno requerido por los inversores para asumir el riesgo de invertir en la empresa. El Coste Medio Ponderado de Capital (WACC) proporciona una medida del coste promedio de todas las fuentes de capital, incluidas las acciones y la deuda (Modigliani & Miller, 1958). Mantener un WACC bajo a través de una estructura de financiamiento óptima puede aumentar el valor de la empresa y facilitar un crecimiento sostenible y rentable.

## **VII. Estructura de Financiamiento y Sostenibilidad Financiera**

La estructura de financiamiento de una empresa de comercio electrónico deportivo tiene un impacto significativo en su sostenibilidad financiera. La elección entre financiamiento con deuda y financiamiento con recursos propios es un tema ampliamente debatido en la literatura

financiera. Modigliani y Miller (1958) en su teorema de irrelevancia argumentan que, bajo ciertas condiciones, la estructura de financiamiento de una empresa no afecta su valor. Sin embargo, en la práctica, las condiciones del mercado y la presencia de impuestos, costos de quiebra y asimetrías de información hacen que la estructura de capital sea una decisión relevante para la gestión (Myers, 1984).

El equilibrio entre el uso de deuda y capital propio es crucial para la rentabilidad y el crecimiento a largo plazo. Demasiada deuda puede aumentar el riesgo de insolvencia, especialmente si la empresa enfrenta fluctuaciones en los flujos de efectivo. Por otro lado, una alta dependencia del capital propio puede diluir la propiedad y potencialmente desincentivar a los fundadores y accionistas.

El financiamiento colectivo, o crowdfunding, ha emergido como una opción alternativa para las startups y pequeñas empresas de e-commerce deportivo. Mollick (2014) destaca que el crowdfunding no solo proporciona financiamiento sin diluir la propiedad, sino que también puede validar la demanda del mercado y aumentar la base de clientes y fans.

La sostenibilidad financiera también implica tener un capital de trabajo adecuado para soportar las operaciones diarias. La capacidad de una empresa para gestionar eficientemente su inventario, cuentas por cobrar y cuentas por pagar puede influir significativamente en su liquidez y estabilidad financiera (Smith, 1980).

Por último, la emisión de acciones y la participación de inversores ángeles y fondos de capital riesgo son también vías importantes de financiamiento que proporcionan no solo capital, sino también experiencia y redes de contacto que pueden ser cruciales para el crecimiento de una empresa de e-commerce deportivo (Hellmann y Puri, 2002).

## VIII. Riesgo Financiero y Optimización de Rentabilidad

El riesgo financiero en el contexto del comercio electrónico deportivo puede derivarse de múltiples factores, incluyendo la volatilidad del mercado, la competencia, y las fluctuaciones en los costos y los ingresos. La gestión del riesgo financiero es esencial para asegurar la rentabilidad y la supervivencia a largo plazo de la empresa. Para mitigar estos riesgos, las empresas pueden emplear diversas estrategias financieras, como la diversificación de fuentes de ingresos, la cobertura financiera y una sólida planificación financiera (Markowitz, 1952; Froot, Scharfstein, & Stein, 1993).

La optimización de la rentabilidad implica la evaluación cuidadosa del rendimiento de las inversiones frente a los riesgos asumidos. En este sentido, la rentabilidad esperada debe considerar no solo los retornos financieros, sino también los riesgos asociados. El modelo de valoración de activos de capital (CAPM), propuesto por Sharpe (1964), es un modelo ampliamente utilizado para estimar la rentabilidad esperada de un activo teniendo en cuenta su riesgo y el tiempo de inversión.

Además, el cálculo del costo promedio ponderado de capital (WACC) proporciona a las empresas de e-commerce deportivo un indicador de la rentabilidad mínima que deben obtener de sus inversiones para satisfacer a sus inversores y financistas (Modigliani & Miller, 1958). Las decisiones de inversión deben, por tanto, generar un retorno superior al WACC para crear valor para la empresa.

El análisis de sensibilidad y las simulaciones de Monte Carlo se utilizan para modelar y prever los efectos de la incertidumbre en los proyectos de inversión, lo cual es fundamental en un mercado tan dinámico como el del comercio electrónico deportivo (Hertz, 1964; Damodaran, 2002).

Al profundizar en cómo el comercio electrónico deportivo puede gestionar y optimizar el riesgo y la rentabilidad, se hace evidente la importancia de una estrategia financiera bien fundada y adaptativa. El desafío para las empresas es encontrar el equilibrio adecuado entre el riesgo y la rentabilidad que maximice el valor a largo plazo

## **IX. Fuentes de Financiamiento y Estructura de Capital**

Las fuentes de financiamiento son vitales para el crecimiento y la expansión de cualquier negocio, y esto no es diferente para el e-commerce deportivo. La estructura de capital de una empresa se refiere a la forma en que una empresa financia sus operaciones y crecimiento a través de diferentes fuentes de capital, que pueden incluir la deuda (préstamos bancarios, emisión de bonos, créditos comerciales) y el capital (emisión de acciones, inversión de capital de riesgo, inversores ángeles). La teoría de la estructura de capital, introducida por Modigliani y Miller (1958), sostiene que en mercados perfectos el valor de una empresa es independiente de su estructura de capital. Sin embargo, en la práctica, las imperfecciones del mercado como los impuestos, la bancarrota y los costos de agencia, afectan esta premisa (Myers, 1984).

La elección entre las fuentes de financiamiento está influenciada por factores como el costo del capital, los términos y condiciones del financiamiento, y el impacto en la rentabilidad y el riesgo de la empresa. Las empresas de comercio electrónico deportivo a menudo comienzan con financiamiento con recursos propios y capital semilla de inversores ángeles, antes de pasar a rondas de financiamiento más sustanciales como el capital de riesgo o la oferta pública inicial (IPO) para el crecimiento a gran escala (Ruhnka & Young, 1991).

El financiamiento colectivo ha emergido como una fuente de financiamiento alternativa, permitiendo a las startups aprovechar pequeñas cantidades de capital de un gran número de

individuos, generalmente facilitado por plataformas en línea. Esto puede ser particularmente ventajoso para las empresas de comercio electrónico deportivo con una fuerte presencia en redes sociales o una base de clientes leales (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2014).

La estructura de financiamiento adoptada por una empresa de e-commerce deportivo puede tener implicaciones significativas tanto para su flexibilidad operativa como para su capacidad de sobrevivir en períodos de incertidumbre financiera. Por lo tanto, la elección de la estructura de financiamiento adecuada es una decisión estratégica clave que debe estar alineada con los objetivos generales de la empresa y su estrategia de crecimiento sostenible.

## **X. Impacto de las Fuentes de Financiamiento en la Rentabilidad y el Crecimiento Sostenible**

Las fuentes de financiamiento no solo facilitan el funcionamiento y la expansión de las empresas de comercio electrónico deportivo, sino que también tienen un impacto directo en su rentabilidad y crecimiento sostenible. La rentabilidad puede verse influenciada por el costo del capital; por ejemplo, el uso excesivo de deuda puede aumentar la carga de intereses y disminuir las ganancias netas, mientras que el capital de accionistas no incurre en costos recurrentes, pero puede diluir la propiedad y el control (Jensen & Meckling, 1976).

El crecimiento sostenible de una empresa se refiere a su capacidad para aumentar sus ingresos y beneficios a lo largo del tiempo, sin incurrir en riesgos financieros excesivos. La financiación adecuada puede apoyar este crecimiento sostenible al permitir inversiones en tecnología, marketing y expansión de la infraestructura sin comprometer la liquidez o la solvencia de la empresa (Myers & Majluf, 1984).

En la práctica, las empresas que mantienen un equilibrio entre deuda y capital tienden a experimentar un crecimiento sostenible, ya que se benefician de la disciplina de pago que implica la deuda y de la flexibilidad que proporciona el capital propio. Esta teoría se refleja en el modelo de crecimiento sostenible de Robert C. Higgins, que muestra cómo la política de dividendos, la proporción de beneficios retenidos y la rentabilidad sobre el patrimonio afectan la tasa de crecimiento que una empresa puede sostener sin necesidad de financiamiento adicional (Higgins, 1977).

La relación entre financiamiento y rentabilidad también se ve afectada por la etapa de desarrollo en la que se encuentra la empresa. Las startups pueden no preocuparse inmediatamente por la rentabilidad mientras buscan crecer rápidamente y capturar la cuota de mercado, optando por financiamiento de riesgo, que no exige reembolsos inmediatos, pero las empresas establecidas pueden enfocarse más en préstamos y bonos para financiar operaciones de bajo riesgo y de crecimiento incremental (Zider, 1998).

Para asegurar un crecimiento sostenible y rentable, las empresas de comercio electrónico deportivo deben alinear cuidadosamente su estrategia de financiamiento con su planificación estratégica general, asegurando que la estructura de capital apoye los objetivos de negocio a largo plazo mientras se gestionan los riesgos asociados.

## **XI. Medición y Gestión del Crecimiento Sostenible en el E-commerce Deportivo**

El crecimiento sostenible en el e-commerce deportivo se refiere a la capacidad de una empresa para aumentar sus ingresos y beneficios de manera constante y responsable a lo largo del tiempo. Este concepto se extiende más allá de la mera rentabilidad financiera para incluir también el impacto ambiental y social de las operaciones de la empresa. El crecimiento

sostenible se puede medir mediante una serie de indicadores financieros y no financieros, que incluyen la tasa de crecimiento de las ventas, la rentabilidad sobre el capital, la retención de clientes, la huella de carbono y la satisfacción del empleado.

La gestión efectiva del crecimiento sostenible implica la implementación de estrategias que equilibren las necesidades de financiamiento con las inversiones en iniciativas sostenibles. Según Slack y Parent (2006), en la industria deportiva, esto puede implicar la adopción de prácticas de negocio responsables como el uso de materiales sostenibles en la fabricación de productos y la implementación de una logística y un marketing ecológicos.

La adopción de tecnologías de la información avanzadas, como la planificación de recursos empresariales (ERP) y la inteligencia de negocios (BI), facilita la eficiencia operativa y la toma de decisiones basada en datos, lo cual es esencial para el crecimiento sostenible (Davenport, 2006). Las empresas de e-commerce deportivo que invierten en estas tecnologías pueden mejorar la gestión de su cadena de suministro, la personalización de productos y la experiencia del cliente, lo que a su vez puede conducir a un crecimiento sostenible a largo plazo.

Además, las empresas deben estar preparadas para responder a los cambios rápidos en el mercado y adaptarse a las tendencias emergentes. La flexibilidad y la agilidad son cruciales para mantener la competitividad y fomentar un crecimiento sostenible. La literatura sugiere que las empresas que pueden innovar y adaptarse rápidamente tienen una ventaja significativa en el mercado (Teece, 2007).

La gestión del crecimiento sostenible es un proceso continuo que requiere una revisión y ajuste constantes de la estrategia empresarial. Las empresas de e-commerce deportivo deben comprometerse con la innovación continua y la mejora de la sostenibilidad para asegurar su éxito a largo plazo.

## **XVII. Integración de los Hallazgos con la Hipótesis y Pregunta de Investigación**

La revisión de la literatura y la discusión teórica anterior proporcionan un contexto en el cual podemos situar las hipótesis y la pregunta de investigación de este estudio. Basado en la evidencia y teorías presentadas, se puede postular que el acceso a fuentes de financiamiento diversificadas mejora la capacidad de un negocio de e-commerce deportivo para invertir en tecnología y prácticas sostenibles, lo cual, a su vez, puede llevar a un crecimiento sostenible y a una rentabilidad a largo plazo.

La hipótesis se fundamenta en la teoría del Pecking Order y en las discusiones sobre la rentabilidad a largo plazo asociada con inversiones en sostenibilidad. La pregunta de investigación busca explorar esta relación en el contexto del e-commerce deportivo, centrándose en cómo las fuentes de financiamiento impactan en el crecimiento sostenible y en la rentabilidad.

## **XVIII. Metodología de la Investigación y su Relación con el Marco Teórico**

La metodología de la investigación es el puente entre la teoría y la recolección de datos empíricos, diseñada para probar las hipótesis propuestas. En este caso, la metodología elegida debería permitir examinar la influencia de las fuentes de financiamiento en el crecimiento sostenible y la rentabilidad en el e-commerce deportivo.

Alternativamente, un enfoque cualitativo podría proporcionar una comprensión más profunda de cómo las empresas perciben y gestionan la relación entre financiamiento, crecimiento sostenible y rentabilidad. Esto podría implicar estudios de caso o entrevistas en profundidad con líderes empresariales en el sector del e-commerce deportivo (Yin, 2018).

## **XIX. Implicaciones Prácticas y Teóricas de la Investigación**

Los hallazgos de esta investigación tienen el potencial de contribuir tanto a la teoría del e-commerce deportivo como a la práctica empresarial. Teóricamente, el estudio puede ampliar el entendimiento de las teorías financieras en el contexto del e-commerce, especialmente relacionadas con el modelo de Pecking Order y la sostenibilidad empresarial (Myers & Majluf, 1984). Además, puede ayudar a llenar los vacíos en la literatura relacionados con la rentabilidad a largo plazo en el sector digital (Carroll & Shabana, 2010)

## **CAPITULO III**

El presente capítulo representa un componente esencial de esta investigación, donde se detallan la metodología y el análisis financiero de los datos recogidos para explorar las estrategias de financiamiento para el caso. Se enfoca en describir con precisión los métodos empleados para evaluar las opciones de financiamiento y su impacto en la rentabilidad y el crecimiento. A través de lo expuesto, se busca no solo comprender la situación financiera actual de la tienda, sino también proyectar su desarrollo futuro bajo diferentes estrategias de financiamiento.

### **Metodología**

#### **Construcción de Información Financiera**

Desde su inicio, Cap99 FutbolStore operó como una empresa informal, sin un sistema de contabilidad estructurado. Esta falta de registros formales, sin embargo, no disminuye la riqueza de experiencias y conocimientos adquiridos a lo largo de los años. En este punto crucial de transición, se hace imperativo la construcción de los estados financieros, no solo como un ejercicio retrospectivo, sino también como un paso esencial hacia la formalización, de Cap99.

El proceso de construcción y proyección de los estados financieros se emprende con el propósito de establecer una base sólida para la transición de Cap99 a una operación empresarial.

## Inversión inicial en activos

Se inicia con la determinación precisa de la inversión inicial, que, al ser una tienda virtual, las necesidades de activos fijos e intangibles de Cap99 difieren significativamente de las de un negocio de venta al por menor tradicional. Por lo tanto, la inversión inicial se enfocará en aquellos activos críticos que respaldan directamente el modelo de negocio en línea.

Tabla 1. Inversión en Activos Fijos

<b>INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>\$ 500.00</b>
Perchero	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Escritorio y Silla	1	\$ 250.00	\$ 250.00
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>			<b>\$ 2,095.00</b>
Computadora	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Celular	1	\$ 850.00	\$ 850.00
Equipo de internet	1	\$ 45.00	\$ 45.00
<b>VEHICULOS</b>			<b>\$ 2,000.00</b>
Moto	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
<b>TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$ 4,595.00</b>

Elaborado por: Fabián Vela

Tabla 2. Inversión en Activos Intangibles

<b>INVERSIÓN ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>COSTO TOTAL (\$)</b>
Estudio de Factibilidad	\$ 425.00
Gastos de Constitución	\$ 100.00
Patentes y Marca	\$ 420.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 945.00</b>
Amortización anual (5 años)	\$ 189.00

**Elaborado por:** Fabián Vela

La inversión total en activos fijos, que asciende a \$4,595.00, comprende equipos de cómputo y mobiliarios diseñados para facilitar una gestión eficiente y un entorno de trabajo. Además, una moto se incluye para asegurar la agilidad logística y la capacidad de respuesta en las operaciones diarias.

Por otro lado, la inversión en activos intangibles, con un total de \$945.00, refleja el compromiso de la tienda con una fundación sólida en prácticas de negocio y protección de la propiedad intelectual. El estudio de factibilidad, los gastos de constitución y el registro de patentes y marcas forman un pilar clave en la estructuración legal y el posicionamiento de mercado de Cap99. La amortización anual de estos activos, está estimada en \$189.00 durante los próximos cinco años.

## Presupuesto de Costos

Se ha elaborado un presupuesto detallado que refleja los costos asociados con la adquisición de inventario. Este presupuesto es esencial para determinar la inversión inicial necesaria y establecer las bases para una estrategia de precios eficaz y una planificación financiera adecuada.

Tabla 3. Costo en Inventario Inicial

INVENTARIO ADQUIRIR	CANTIDAD	PRECIO COMPRA	TOTAL
Camiseta Bebe	30	26.00	780.00
Camiseta Version Fan	80	38.00	3,040.00
Camiseta Player	40	45.00	1,800.00
TOTAL	150		5,620.00

**Elaborado por:** Fabián Vela

Se planea adquirir un total de 150 camisetas para el primer mes, distribuidas en tres categorías distintas que reflejan la diversidad de la clientela y la calidad. La adquisición incluye 30 camisetas para bebés a un precio unitario de \$26.00. Además, se comprarán 80 camisetas de la versión para fanáticos a \$38.00 cada una. Por último, 40 camisetas de la versión 'Player' se adquirirán a un costo de \$45.00 por unidad.

El costo total de inversión en inventario asciende a \$5,620.00, lo que proporciona una estimación clara de los fondos requeridos para el stock inicial en el mes 1.

## **Proyección Costos Anuales para la adquisición del Inventario**

La adquisición de inventario ha sido proyectada con una visión a largo plazo, abarcando desde el año base 2024 hasta 2028. En el primer año, se establece el costo de adquisición de inventario basado en los precios actuales y el volumen proyectado para cada tipo de camiseta. Se espera adquirir 360 camisetas de bebé, 960 camisetas versión fan y 480 camisetas player, con un costo total de \$67,440.00.

A partir del segundo año, se proyecta un crecimiento anual del 15% en la cantidad de unidades vendidas, reflejando un incremento sostenido en la demanda.

## **Tasa de Crecimiento en ventas**

Se ha adoptado una tasa de crecimiento anual del 15%, superior al promedio de crecimiento del 9% observado en la competencia. Esta decisión estratégica se fundamenta en la experiencia de Cap99 y en la identificación de oportunidades de mercado específicas para la tienda virtual.

## **Inflación Anual Proyectada**

Paralelamente, los precios de compra se ajustarán en un 2.56% anual para considerar la inflación promedio esperada. Esta proyección permite calcular de manera anticipada los costos anuales y asegurar la planificación financiera necesaria para el crecimiento de la tienda.

En la planificación financiera a largo plazo, la tasa de inflación proyectada se ha establecido en un 2.56%, basada en las estadísticas publicadas por el Banco Central en su Boletín Mensual de

Inflación de Agosto. Esta tasa refleja las condiciones económicas actuales del Ecuador y puede estar alineada con previsiones gubernamentales futuras.

Tabla 4. Proyección de los Costos Anuales para la Adquisición del Inventario

	2024	2025	2026	2027	2028
Camiseta Bebe	360	414	476	547	629
Precio	\$ 26.00	\$ 26.67	\$ 27.35	\$ 28.05	\$ 28.77
<b>COSTOS</b>					
<b>CAMISETA BEBE</b>	<b>\$ 9,360.00</b>	<b>\$ 11,039.56</b>	<b>\$ 13,017.76</b>	<b>\$ 15,342.45</b>	<b>\$ 18,094.06</b>
Camiseta Version					
Fan	960	1,104	1,269	1,459	1,677
Precio	\$ 38.00	\$ 38.97	\$ 39.97	\$ 40.99	\$ 42.04
<b>COSTOS</b>					
<b>CAMISETA FAN</b>	<b>\$ 36,480.00</b>	<b>\$ 43,025.97</b>	<b>\$ 50,722.57</b>	<b>\$ 59,809.88</b>	<b>\$ 70,506.43</b>
Camiseta Player	480	552	634	729	838
Precio	\$ 45.00	\$ 46.15	\$ 47.33	\$ 48.55	\$ 49.79
<b>COSTOS</b>					
<b>CAMISETA</b>					
<b>PLAYER</b>	<b>\$ 21,600.00</b>	<b>\$ 25,475.90</b>	<b>\$ 30,009.43</b>	<b>\$ 35,389.47</b>	<b>\$ 41,722.33</b>
<b>TOTAL COSTO</b>					
<b>ANUALES</b>	<b>\$ 67,440.00</b>	<b>\$ 79,541.43</b>	<b>\$ 93,749.76</b>	<b>\$ 110,541.80</b>	<b>\$ 130,322.82</b>

**Elaborado por: Fabián Vela**

## Proyección Ingresos

Tomando en cuenta los mismos datos en cuanto a tasa de crecimiento y la inflación proyectada, se puede calcular la proyección de ingresos.

Tabla 5. Proyección de Ingresos

	2024	2025	2026	2027	2028
Camiseta Bebe	360	414	476	547	629
Precio Venta	\$ 38.00	\$ 38.97	\$ 39.97	\$ 40.99	\$ 42.04
<b>INGRESOS CAMISETA BEBE</b>	<b>\$ 13,680.00</b>	<b>\$ 16,134.74</b>	<b>\$ 19,025.96</b>	<b>\$ 22,423.58</b>	<b>\$ 26,445.17</b>
Camiseta Version Fan	960	1,104	1,269	1,459	1,677
Precio Venta	\$ 58.00	\$ 59.48	\$ 61.01	\$ 62.57	\$ 64.17
<b>INGRESOS CAMISETA FAN</b>	<b>\$ 55,680.00</b>	<b>\$ 65,671.22</b>	<b>\$ 77,418.66</b>	<b>\$ 91,288.76</b>	<b>\$ 107,615.07</b>
Camiseta Player	480	552	634	729	838
Precio Venta	\$ 64.00	\$ 65.64	\$ 67.32	\$ 69.04	\$ 70.81
<b>INGRESOS CAMISETA PLAYER</b>	<b>\$ 30,720.00</b>	<b>\$ 36,232.40</b>	<b>\$ 42,680.08</b>	<b>\$ 50,331.69</b>	<b>\$ 59,338.43</b>
<b>TOTAL INGRESOS ANUALES</b>	<b>\$ 100,080.00</b>	<b>\$ 118,038.36</b>	<b>\$ 139,124.70</b>	<b>\$ 164,044.04</b>	<b>\$ 193,398.67</b>

Elaborado por: Fabián Vela

## Gastos Operacionales

Se ha establecido un presupuesto de gastos operacionales, los mismos reflejan los costos asociados con la administración y el funcionamiento de la tienda en línea. El presupuesto operacional total para el año es de \$26,771.08.

Tabla 6. Gastos Operacionales

<b>GASTOS DE OPERACIONALES</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>PRESUPUESTO ANUAL</b>
Sueldos y salarios	\$ 1,103.42	\$ 13,241.08
Empaques	\$ 37.50	\$ 450.00
Arriendo	\$ 250.00	\$ 3,000.00
Envíos y encomiendas	\$ 525.00	\$ 6,300.00
Honorarios Profesionales (Contador)	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Otros Servicios	\$ 135.00	\$ 1,620.00
Publicidad	\$ 80.00	\$ 960.00
<b>TOTAL GASTO DE OPERACIÓN</b>		<b>\$ 26,771.08</b>

**Elaborado por:** Fabián Vela

Sueldos y Salarios: El elemento más significativo del presupuesto es la remuneración del personal, solo se considera un administrador, con un costo mensual de \$1,103.42 y un presupuesto anual de \$13,241.08. Este costo considera todas las obligaciones legales y provisiones sociales, asegurando un entorno laboral justo y regulado:

Tabla 7. Detalle Rol de Pagos

ROL DE PAGOS Y PROVISIONES										
NÓMINA	BÁSICO	BONIFICA- CIONES	APORTE INDIVID. 9,45%	LÍQ. A PAGAR	Provisiones sociales					Costo total
					AP. PATR. 12,15%	13RO.	14TO.	Fondo de reserva	Vacaciones	
Administrador	800.00		75.60	724.40	97.20	66.67	39.58	66.64	33.33	1,103.42
<b>TOTAL</b>	<b>800.00</b>	-	<b>75.60</b>	<b>724.40</b>	<b>97.20</b>	<b>66.67</b>	<b>39.58</b>	<b>66.64</b>	<b>33.33</b>	<b>1,103.42</b>

**Elaborado por:** Fabián Vela

Empaques: Se destina un promedio de \$0.25 por camiseta en promedio para empaques, sumando un gasto mensual de \$37.50 y anual de \$450.00.

Arriendo: El arriendo mensual de \$250.00 en un espacio de coworking, con un total anual de \$3,000.00, proporciona a Cap99 un lugar de trabajo colaborativo y flexible, adecuado para una tienda virtual.

Envíos y Encomiendas: Los costos de logística ascienden a \$525.00 mensuales, alcanzando \$6,300.00 al año. Se calcula multiplicando \$3.5 por camiseta en promedio, asegurando la entrega oportuna de los pedidos.

Honorarios Profesionales: Los servicios de una contadora profesional implican un gasto mensual de \$100.00 y un total anual de \$1,200.00, vital para el cumplimiento fiscal y la gestión financiera adecuada.

Otros Servicios: Con un presupuesto de \$135.00 mensuales y \$1,620.00 anuales, se cubre la asistencia operativa durante periodos de alta demanda, garantizando así la continuidad del negocio.

Publicidad: Una inversión mensual de \$80.00 en publicidad, que totaliza \$960.00 al año, asegura la visibilidad de la tienda en redes sociales, atrayendo a nuevos clientes y manteniendo el engagement con los existentes.

### **Capital de Trabajo**

La planificación financiera de Cap99 incorpora un análisis detallado del capital de trabajo necesario para operar eficientemente y sin interrupciones. Este capital es el fondo esencial que apoyará las operaciones diarias durante los primeros meses críticos de actividad. Para calcularlo, se han sumado los costos mensuales de inventario (\$5,620.00), y los gastos operacionales (\$2,230.92), resultando en un total mensual de \$7,850.92.

Para asegurar la continuidad operativa durante el periodo inicial, se ha determinado que el capital de trabajo debe cubrir al menos tres meses. Por lo tanto, este monto mensual se ha multiplicado por tres, concluyendo que la inversión necesaria en capital de trabajo para este periodo es de \$23,552.77.

Tabla 8. Capital de Trabajo

<b>INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>RUBRO</b>	<b>EGRESO</b>	
	<b>ANUAL</b>	<b>MENSUAL</b>
COSTOS DE INVENTARIO	\$ 67,440.00	\$ 5,620.00
GASTOS OPERACIONALES	\$ 26,771.08	\$ 2,230.92
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 94,211.08</b>	<b>\$ 7,850.92</b>
<b>CÁLCULO DEL CAPITAL (TRES MESES)</b>		<b>\$ 23,552.77</b>

**Elaborado por:** Fabián Vela

Se ha calculado una inversión inicial total que abarca activos fijos, activos diferidos e intangibles, y el capital de trabajo, arrojando un total de \$29,092.77.

Tabla 9. Inversión Inicial Total

<b>RESUMEN DE INVERSIONES</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>RUBRO</b>
Inversión de activos fijos	\$ 4,595.00
Inversión de activos diferidos e intangibles	\$ 945.00
Inversión en capital de trabajo	\$ 23,552.77
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>\$ 29,092.77</b>

**Elaborado por:** Fabián Vela

## Estructura Financiera

Al considerar la inversión total, se ha optado por un enfoque estratégico en el que se comienza el ejercicio financiero con un aporte de capital propio de \$12,000. Este aporte inicial nos permite realizar cálculos preliminares sobre la estructura financiera del negocio, mientras que la diferencia restante, \$17,092.77, se prevé financiar mediante un préstamo con el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (BIESS) a un plazo de 5 años y con una tasa de interés del 12%, resultando en una cuota mensual fija de \$380.22.

Tabla 10. Estructura de Financiamiento

<b>ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>MONTO DE INVERSIÓN</b>	<b>PORCENTAJE DE INVERSIÓN</b>
CAPITAL APORTADO	\$ 12,000.00	41.25%
CAPITAL FINANCIADO	\$ 17,092.77	58.75%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 29,092.77</b>	<b>100.00%</b>
Interés de Financiamiento	12.0%	anual
Tiempo de Financiamiento	60	meses
Cuota Fija	\$380.22	mensual

**Elaborado por:** Fabián Vela

La justificación para este esquema de financiamiento inicial se basa en el propósito principal de esta tesis, que es examinar el método más adecuado de financiación para la operación de Cap99. Por lo tanto, si bien se comienza con valores determinados para capital propio y financiamiento por deuda, el estudio no se limita a estos montos iniciales. Una vez

completado el análisis financiero detallado, se procederá a realizar simulaciones variando las proporciones de deuda y capital propio. Esta metodología nos permitirá evaluar diversos escenarios y determinar la estructura de financiamiento óptima que ofrezca la mejor combinación en términos de rentabilidad y crecimiento sostenible del negocio.

### **Construcción de Estados Financieros**

Habiendo consolidado la información financiera pertinente, estamos en posición de presentar el estado de situación inicial para ilustrar con claridad el punto de partida económico de la empresa.

## Estado de Situación Inicial

Tabla 11. Estado de Situación Inicial

<b>ESTADO DE SITUACION INICIAL</b>			
<b><u>ACTIVOS</u></b>			
<b>CORRIENTE</b>			<b>\$ 23,552.77</b>
CAPITAL DE TRABAJO		<b>\$ 23,552.77</b>	
<b>NO CORRIENTE</b>			<b>\$ 5,540.00</b>
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		<b>\$ 4,595.00</b>	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 500.00		
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 2,095.00		
VEHICULOS	\$ 2,000.00		
<b>DIFERIDOS E INTANGIBLES</b>		<b>\$ 945.00</b>	
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 425.00		
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 100.00		
PATENTES Y MARCAS	\$ 420.00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$ 29,092.77</b>
<b><u>PASIVO</u></b>			
<b>CORRIENTE</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ 17,092.77</b>
-	\$ -		
<b>NO CORRIENTE</b>		<b>\$ 17,092.77</b>	
Préstamo bancario alargo plazo	\$ 17,092.77		
<b><u>PATRIMONIO</u></b>			<b>\$ 12,000.00</b>
Capital Social	\$ 12,000.00		
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>			<b>\$ 29,092.77</b>

Elaborado por: Fabián Vela

La tabla siguiente detalla el cálculo de las depreciaciones anuales para los activos fijos, utilizando el método de depreciación acelerada. Esta metodología nos permite reflejar el uso y el desgaste de los activos de una manera que corresponde más estrechamente con la realidad operativa de la empresa. Los muebles y enseres, los equipos de cómputo, y los vehículos han sido evaluados teniendo en cuenta su vida útil esperada y su valor residual, que se estima como el 20% de su valor inicial.

Tabla 12. Tabla Depreciaciones

<b>DEPRECIACIONES ACCELERADA ANUALES</b>	<b>VALOR</b>	<b>AÑOS DE VIDA</b>	<b>VALOR REISDUA L</b>	<b>DEPRECIACIÓ N ANUAL</b>
MUEBLES Y ENSERES	\$ 500.00	10	100	\$ 40.00
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 2,095.00	3	419	\$ 558.67
VEHICULOS	\$ 2,000.00	5	400	\$ 320.00
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 4,595.00</b>		<b>\$ 919.00</b>	<b>\$ 918.67</b>
Valor residual a los 5 años				

**Elaborado por:** Fabián Vela

### **Estado de Resultados**

El estado de resultados proyectado está basado en una estimación de los ingresos, que se ha derivado del presupuesto de ingresos proyectado; y el costo de ventas se ha calculado a partir del presupuesto de costos preparado anteriormente. Además, se han incluido los gastos

operacionales, los cuales fueron proyectados con la tasa de inflación proyectada, las depreciaciones pertinentes y el Gasto Financiero, el cual proviene del interés anual conforme la tabla de amortización del préstamo incluida en los anexos. Adicionalmente se han tenido en cuenta las obligaciones legales y fiscales, incluyendo la participación a trabajadores, el impuesto a la renta, y la reserva legal, que son indispensables para cumplir con las regulaciones pertinentes.

Tabla 13. Estado de Resultados

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 100,080.00	\$ 118,038.36	\$ 139,124.70	\$ 164,044.04	\$ 193,398.67
(-) COSTO DE VENTAS	\$ -67,440.00	\$ -79,541.43	\$ -93,749.76	\$ -110,541.80	\$ -130,322.82
<b>(=) RESULTADO BRUTO EN VENTAS</b>	<b>\$ 32,640.00</b>	<b>\$ 38,496.92</b>	<b>\$ 45,374.94</b>	<b>\$ 53,502.24</b>	<b>\$ 63,075.85</b>
(-) GASTOS OPERACIONALES					
(-) GASTOS	\$ -26,771.08	\$ -27,456.42	\$ -28,159.30	\$ -28,880.18	\$ -29,619.51
(-) DEPRECIACIONES	\$ -918.67	\$ -918.67	\$ -918.67	\$ -918.67	\$ -918.67
(-) AMORTIZACIONES	\$ -189.00	\$ -189.00	\$ -189.00	\$ -189.00	\$ -189.00
<b>(=) RESULTADO OPERACIONAL</b>	<b>\$ 4,761.25</b>	<b>\$ 9,932.84</b>	<b>\$ 16,107.97</b>	<b>\$ 23,514.39</b>	<b>\$ 32,348.67</b>
(-) GASTOS NO OPERACIONALES					
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ 1,908.29	\$ 1,571.65	\$ 1,192.32	\$ 764.88	\$ 283.23
<b>(=) RESULTADO ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES</b>	<b>\$ 2,852.96</b>	<b>\$ 8,361.18</b>	<b>\$ 14,915.64</b>	<b>\$ 22,749.50</b>	<b>\$ 32,065.43</b>
(-) 15% PARTICIPACIÓN EMPLEADOS	\$ 427.94	\$ 1,254.18	\$ 2,237.35	\$ 3,412.43	\$ 4,809.81
<b>(=) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 2,425.02</b>	<b>\$ 7,107.00</b>	<b>\$ 12,678.30</b>	<b>\$ 19,337.08</b>	<b>\$ 27,255.62</b>
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 533.50	\$ 1,563.54	\$ 2,789.23	\$ 4,254.16	\$ 5,996.24
<b>(=) RESULTADO ANTES DE RESERVAS</b>	<b>\$ 1,891.51</b>	<b>\$ 5,543.46</b>	<b>\$ 9,889.07</b>	<b>\$ 15,082.92</b>	<b>\$ 21,259.38</b>
(-) 5% RESERVA LEGAL	\$ 94.58	\$ 277.17	\$ 494.45	\$ 754.15	\$ 1,062.97
<b>(=) RESULTADO NETO EN EL EJERCICIO</b>	<b>\$ 1,796.94</b>	<b>\$ 5,266.29</b>	<b>\$ 9,394.62</b>	<b>\$ 14,328.77</b>	<b>\$ 20,196.41</b>

Elaborado por: Fabián Vela

## Flujo de Caja

Tabla 14. Flujo de Caja proyectado a 5 años

FLUJO DE CAJA (CON CRÉDITO)						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>(=) RESULTADO NETO DEL EJERCICIO</b>		\$ 1,796.94	\$ 5,266.29	\$ 9,394.62	\$ 14,328.77	\$ 20,196.41
(+) DEPRECIACIÓN OPERATIVA		\$ 918.67	\$ 918.67	\$ 918.67	\$ 918.67	\$ 918.67
(+) AMORTIZACIÓN		\$ 189.00	\$ 189.00	\$ 189.00	\$ 189.00	\$ 189.00
(+) RESERVAS		\$ 94.58	\$ 277.17	\$ 494.45	\$ 754.15	\$ 1,062.97
(-) Inversión en Propiedad Planta y Equipo (activos fijos)	\$ 4,595.00			\$ 2,095.00		
(-) Inversión diferidos e intangibles	\$ 945.00					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	\$ 23,552.77					
(+) RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO						\$ 23,552.77
(+) VALOR RESIDUAL						\$ 919.00
(+) CRÉDITO RECIBIDO	\$ 17,092.77					
(-) PAGO DEL CAPITAL		\$ 2,654.34	\$ 2,990.98	\$ 3,370.31	\$ 3,797.75	\$ 4,279.40
<b>(=) FLUJO DE CAJA NETOS</b>	<b>\$ -12,000.00</b>	<b>\$ 344.84</b>	<b>\$ 3,660.15</b>	<b>\$ 5,531.43</b>	<b>\$ 12,392.84</b>	<b>\$ 18,087.65</b>
<b>(=) FLUJO DE CAJA LIBRE</b>		<b>\$ 344.84</b>	<b>\$ 3,660.15</b>	<b>\$ 5,531.43</b>	<b>\$ 12,392.84</b>	<b>\$ 18,087.65</b>

**Elaborado por:** Fabián Vela

El flujo de caja es una representación vital de la salud financiera del negocio en el tiempo. El flujo de caja proyectado refleja el rendimiento financiero del negocio bajo la influencia de la estructura de financiamiento elegida con crédito.

En el año 0, que representa el inicio de las operaciones, se observa una salida neta de fondos de \$12,000.00, lo cual se atribuye principalmente al capital propio para la inversión inicial. A partir del año 1, el flujo de caja neto comienza a ser positivo, lo que indica que la empresa empieza a recuperar su inversión y a generar beneficios. La recuperación del capital de trabajo al final del período proyectado devuelve al flujo de caja la inversión operativa inicial, mientras que el valor residual refleja la estimación del valor recuperable de los activos fijos al final de su vida útil.

Los pagos del capital reflejan la deuda contraída para la financiación inicial. El flujo de caja libre, que es el flujo de caja neto menos los pagos de capital, muestra los fondos que efectivamente tiene la empresa para reinversión o distribución a los inversores. Es importante destacar que el crédito recibido ha permitido una inversión inicial significativa, lo que a su vez ha permitido a la empresa capitalizar las oportunidades de crecimiento en el mercado.

## Balance General Proyectado

El balance general es una fotografía financiera de la empresa y es fundamental para evaluar su situación financiera. Para Cap99, el balance general proyectado proporciona una visión detallada de la estructura financiera de la empresa a lo largo de cinco años, incluyendo activos, pasivos y patrimonio.

<b>ACTIVOS</b>	2024	2025	2026	2027	2028
<b>CORRIENTE</b>					
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES	\$ 344.84	\$ 3,660.15	\$ 5,531.43	\$ 12,392.84	\$ 18,087.65
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 23,552.77	\$ 23,552.77	\$ 23,552.77	\$ 23,552.77	\$ 23,552.77
<b>NO CORRIENTE</b>					
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>	<b>\$ 3,676.33</b>	<b>\$ 2,757.67</b>	<b>\$ 1,839.00</b>	<b>\$ 920.33</b>	<b>\$ 1.67</b>
MUEBLES Y ENSERES	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 2,095.00	\$ 2,095.00	\$ 2,095.00	\$ 2,095.00	\$ 2,095.00
VEHICULOS	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	\$ (918.67)	\$ (1,837.33)	\$ (2,756.00)	\$ (3,674.67)	\$ (4,593.33)
<b>DIFERIDOS E INTANGIBLES</b>	<b>\$ 756.00</b>	<b>\$ 567.00</b>	<b>\$ 378.00</b>	<b>\$ 189.00</b>	<b>\$ -</b>
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$ 425.00	\$ 425.00	\$ 425.00	\$ 425.00	\$ 425.00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00
PATENTES Y MARCAS	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00
AMORTIZACION ACUMULADA	\$ (189.00)	\$ (378.00)	\$ (567.00)	\$ (756.00)	\$ (945.00)
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 28,329.94</b>	<b>\$ 30,537.59</b>	<b>\$ 31,301.20</b>	<b>\$ 37,054.94</b>	<b>\$ 41,642.09</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>CORRIENTE</b>	<b>\$ 961.45</b>	<b>\$ 2,817.72</b>	<b>\$ 5,026.57</b>	<b>\$ 7,666.58</b>	<b>\$ 10,806.05</b>
(-) 15% PARTICIPACIÓN EMPLEADOS	\$ 427.94	\$ 1,254.18	\$ 2,237.35	\$ 3,412.43	\$ 4,809.81
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 533.50	\$ 1,563.54	\$ 2,789.23	\$ 4,254.16	\$ 5,996.24
<b>NO CORRIENTE</b>	<b>\$ 14,438.43</b>	<b>\$ 11,447.45</b>	<b>\$ 8,077.14</b>	<b>\$ 4,279.40</b>	<b>\$ 0.00</b>
Préstamo bancario alargo plazo	\$ 14,438.43	\$ 11,447.45	\$ 8,077.14	\$ 4,279.40	\$ 0.00
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 15,399.88</b>	<b>\$ 14,265.17</b>	<b>\$ 13,103.72</b>	<b>\$ 11,945.98</b>	<b>\$ 10,806.05</b>
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 12,930.07</b>	<b>\$ 16,272.42</b>	<b>\$ 18,197.48</b>	<b>\$ 25,108.96</b>	<b>\$ 30,836.04</b>
Capital Social	\$ 11,038.55	\$ 10,728.96	\$ 8,308.41	\$ 10,026.04	\$ 9,576.66
RESERVA LEGAL	\$ 94.58	\$ 277.17	\$ 494.45	\$ 754.15	\$ 1,062.97
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 1,796.94	\$ 5,266.29	\$ 9,394.62	\$ 14,328.77	\$ 20,196.41
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 28,329.94</b>	<b>\$ 30,537.59</b>	<b>\$ 31,301.20</b>	<b>\$ 37,054.94</b>	<b>\$ 41,642.09</b>

Elaborado por: Fabián Vela

## Herramientas de Análisis Financiero

### CAPM

Se ha llevado a cabo un análisis del Capital Asset Pricing Model (CAPM) para determinar el costo de capital esperado para el inversionista de Cap99.

Los componentes clave del modelo CAPM en este análisis son:

- Retorno libre de riesgo (Rf): Este es el retorno que se espera de una inversión sin riesgo. Se ha utilizado el valor de 4.27%, según Rita Nazaret de Bloomberg en una noticia del 29 de noviembre del 2023, que refleja la tasa de rendimiento de los bonos del Tesoro, los activos más seguros del mercado.
- Beta (B): Representa el grado de riesgo relativo de una inversión en comparación con el mercado en general. Para Cap99, se ha optado por una beta de 1.16, la cual se obtuvo de la investigación del profesor Aswath Damodaran, valor que pertenece al sector Retail Online, lo cual indica que la inversión es ligeramente más volátil que el mercado
- Beta Apalancada: representa el riesgo de la empresa ajustado por su estructura de capital con deuda (Principios de Finanzas Corporativas, 2021). El valor es de 2.26, esta cifra implica que la empresa es más volátil que el promedio del mercado, debido al apalancamiento financiero.
- Beta total: es una beta que tiene en cuenta tanto el riesgo operativo como el riesgo financiero sin hacer distinción entre ellos; es decir una beta que no ha sido

ajustada para separar el efecto del apalancamiento financiero. La beta que hemos optado es la de la Industria al por menor online de Damodaran

- Retorno del mercado (Rm): es el retorno promedio esperado de las empresas de la industria es del 9.70%, acorde a las empresas de la industria.
- Country Risk Premium: Según Aswath Damodaran, la prima de riesgo país para Ecuador se sitúa en el 17.73%

A través de la fórmula:  $K_e = R_f + B * (R_m - R_f)$ , considerando la beta total los resultados son los siguientes:

Tabla 15. Modelo CAPM

Rf = Retorno libre de riesgo	4.27%
Beta Desapalancada	1.16
Beta Apalancada	2.26
Beta Total	1.49
Rm = Retorno del mercado	9.70%
Tasa de riesgo de Ecuador (Country risk premium)	17.73%
CAMP con Riesgo País	25.82%
CAMP sin riesgo país	12.36%

**Elaborado por: Fabián Vela**

El CAPM considerando el riesgo país nos da 25.82% mientras que sin riesgo país nos da un valor de 12.36%. Se decidió la beta general para capturar el riesgo total de los activos. No tomamos ninguna de las otras dos mencionadas porque no se quiere distorsionar el análisis

incluyendo el impacto que tienen los pasivos o estructura de capital. La diferencia entre ambos porcentajes del CAPM no da a conocer el impacto significativo que el riesgo país puede tener en las expectativas de retorno de un inversor. Al incorporar la prima de riesgo por país, el costo de capital aumenta drásticamente, reflejando la percepción de un riesgo mayor y, por lo tanto, la necesidad de una mayor tasa de retorno para atraer inversores.

## **WACC**

El Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) calcula el costo promedio de los diferentes componentes de financiamiento de una empresa, ponderados por su proporción respectiva en la estructura de capital total de la empresa (Principios de Finanzas, 2020).

- E es el valor de mercado del capital propio o equity.
- $K_e$  es el costo del capital.
- D es el valor de la deuda.
- $K_d$  es la tasa de interés de la deuda.
- T es la tasa impositiva.

Para nuestros cálculos utilizamos 12,000 como el valor del capital propio, un 25.82% como el costo de capital (valor inicial del CAPM), 17,093 como el valor de la deuda, un 12% como el costo de la deuda y una tasa impositiva del 33.70%, calculada de la siguiente manera:  $15\% + 22\% * (1 - 15\%)$ , siendo que el 15% representa la repartición de los trabajadores y el 22% el impuesto a la renta.

Tabla 16. WACC

$$\text{WAAC} = \frac{E}{E + D} (K_e) + \frac{D}{E + D} (K_d) (1-T)$$

$$\text{WAAC} = \frac{12,000}{29,093} 25.82\% + \frac{17,093}{29,093} 12.00\% 66.30\%$$

$$\text{WAAC} = 15.32\%$$

**Elaborado por:** Fabián Vela

El resultado es 15.32%, lo que implica el costo promedio de los recursos financieros para la empresa. Este es el retorno mínimo que la empresa debe generar sobre su capital total para satisfacer las expectativas de sus inversores y acreedores.

## Análisis de Resultados

### Análisis de Rentabilidad – DUPONT

Tabla 17. Análisis de Rentabilidad - DUPONT

		Formula	2024	2025	2026	2027	2028	Promedio
1	ROI	EBIT / Inversión	16.81%	32.53%	51.46%	63.46%	77.68%	48.39%
2	ROE	Utilidad neta / Patrimonio	13.90%	32.36%	51.63%	57.07%	65.50%	44.09%
3	ROA	Utilidad neta / Activos	6.34%	17.25%	30.01%	38.67%	48.50%	28.15%

**Elaborado por:** Fabián Vela

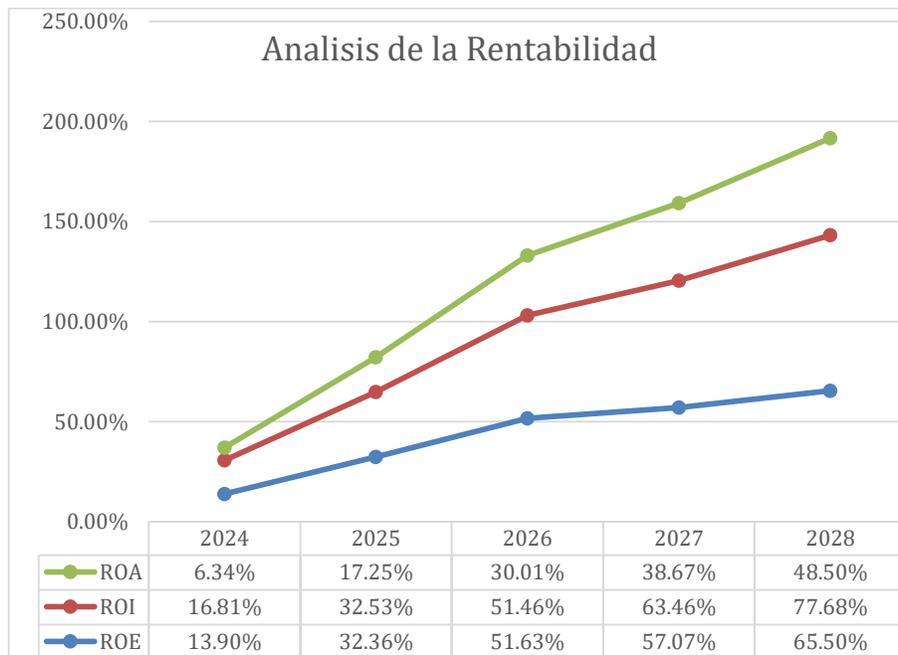
El análisis de la rentabilidad revela tendencias positivas que apuntan hacia una gestión operativa eficiente y una capacidad de generación de valor en aumento. A continuación, se

ROI: La combinación del margen operativo y la rotación de activos resulta en un ROI promedio del 48.39%. Esto sugiere que cada dólar invertido en la empresa está generando un retorno creciente, una señal de eficiencia en el uso de la inversión total.

ROE: La rentabilidad sobre el patrimonio muestra un saludable aumento año tras año, alcanzando un 65.50% en 2028 con un promedio del 44.09%. Este índice es indicativo de una sólida capacidad para generar beneficios para los accionistas y refleja una gestión eficaz del capital invertido.

ROA: La progresión del ROA hasta un 48.50% en 2028, con un promedio del 28.15%, destaca la creciente habilidad de la tienda para generar ganancias a partir de sus activos totales, esencial para el crecimiento sostenible del negocio.

Tabla 18. Comportamiento ROE y ROI



**Elaborado por: Fabián Vela**

## Simulación de escenarios

Tabla 19. Resultados

	1	2	3	4	5	6
<b>APORTE CAPITAL</b>	\$ 3,000.00	\$ 6,000.00	\$ 9,000.00	\$ 10,500.00	\$ 12,000.00	\$ 15,000.00
<b>DEUDA</b>	\$ 26,092.77	\$ 23,092.77	\$ 20,092.77	\$ 18,592.77	\$ 17,092.77	\$ 14,092.77
<b>TOTAL INVERSION</b>	\$ 29,092.77	\$ 29,092.77	\$ 29,092.77	\$ 29,092.77	\$ 29,092.77	\$ 29,092.77
<b>RESULTADOS</b>						
<b>CAPM sin riesgo</b>	12.36%	12.36%	12.36%	12.36%	12.36%	12.36%
<b>CAPM con riesgo</b>	25.82%	25.82%	25.82%	25.82%	25.82%	25.82%
<b>WACC</b>	9.80%	11.64%	13.48%	14.40%	15.32%	17.17%
<b>VAN</b>	\$ 10,860.16	\$ 9,507.63	\$ 8,103.73	\$ 7,384.43	\$ 6,654.48	\$ 5,165.03
<b>TIR</b>	64.08%	49.04%	41.01%	38.18%	35.82%	32.13%
<b>ROE (2024)</b>	32.31%	20.49%	16.15%	14.87%	13.90%	12.52%
<b>ROI (2024)</b>	18.13%	17.66%	17.22%	17.01%	16.81%	16.41%
<b>ROA (2024)</b>	4.43%	5.10%	5.74%	6.04%	6.34%	6.92%
<b>FLUJO (2024)</b>	\$ (1,718.95)	\$ (1,031.02)	\$ (343.09)	\$ 0.88	\$ 344.84	\$ 1,032.77

Elaborado por: Fabián Vela

## **Conclusiones**

Como se puede observar en la tabla 20 anteriormente presentada, se han corrido simulaciones que nos han permitido comparar los distintos escenarios de estructuración financiera para Cap99. A través de la variación del apalancamiento, que oscila desde una contribución de capital de \$3,000.00 (10% del financiamiento total) hasta \$15,000.00 (52% del financiamiento total), se han obtenido perspectivas valiosas sobre la correlación entre la estructura financiera y los indicadores clave de desempeño.

El análisis ha demostrado que un aumento en el apalancamiento, caracterizado por una mayor proporción de deuda, resulta en un incremento en el Retorno sobre el Capital Propio (ROE) y el Retorno sobre la Inversión (ROI). Esto se explica por el efecto de apalancamiento financiero, que magnifica los retornos obtenidos de las operaciones de la empresa cuando la rentabilidad de estas supera el costo de la deuda. En este sentido, los escenarios con mayor apalancamiento muestran un efecto positivo en el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), proporcionando resultados financieros más atractivos.

Se puede observar también que el Aporte de Capital tiene una influencia directa en el Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC), donde un mayor apalancamiento conlleva a un WACC menor, beneficiando el valor de la empresa desde una perspectiva de costos de financiamiento. Esta relación inversa entre apalancamiento y WACC resalta la ventaja de costear inversiones con deuda en escenarios de tasas de interés favorables.

Por otro lado, el análisis del Retorno sobre los Activos (ROA) sugiere que un menor apalancamiento se asocia con un ROA decreciente, lo cual podría interpretarse como una disminución en la eficiencia operativa relativa a la totalidad de los activos. Esto subraya la

importancia de considerar el equilibrio entre el uso eficiente de los activos y la estructura de capital.

Dentro de los escenarios analizados, el Escenario 1 destaca como el óptimo para maximizar la rentabilidad y asegurar un crecimiento sostenible, dada la combinación de un ROE elevado, un WACC bajo y valores robustos de VAN y TIR. Sin embargo, la elección de la estructura de financiamiento óptima no es ajena al perfil de riesgo de Cap99 y su estrategia financiera.

En este caso, se ha decidido adoptar una postura que se alinea con el Escenario 4, que presenta un apalancamiento con una deuda del 63.91% (\$18,592.77) y un capital propio del 36.09% (\$10,500.00). Esta decisión se fundamenta en la naturaleza del inventario, siendo indumentaria deportiva, cuya liquidez y capacidad de venta mitigarían significativamente el riesgo de una inversión no recuperable. Esto conlleva asumir riesgos que pueden ser controlados, con el fin de capitalizar el apalancamiento para generar rentabilizar el negocio y un crecimiento sostenible en el tiempo.

## **Recomendaciones**

1. Para los emprendedores como mi persona:
  - Realizar investigaciones longitudinales para evaluar el impacto a largo plazo de diferentes estructuras de financiamiento en la rentabilidad y el crecimiento sostenible de sus empresas.
  - Comparar el desempeño financiero de Cap99 con competidores directos que optan por diferentes estrategias de financiamiento para entender mejor las ventajas y desventajas de diversas aproximaciones.
2. Para los lectores en general:
  - Permanecer actualizados en las últimas tendencias de financiamiento y gestión empresarial, especialmente en el contexto del e-commerce que considero es parte fundamental de lo que se viene en el futuro.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

- Aaker, D. A., & Moorman, C. (2017). *Strategic Market Management*. Wiley.
- Aghion, P., David, P. A., & Foray, D. (2009). Science, technology and innovation for economic growth: Linking policy research and practice in 'STIG Systems'. *Research Policy*, 38(4), 681-693.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585-609.
- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2020). *Principles of Corporate Finance*. McGraw-Hill Education.
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2016). *Financial Management: Theory & Practice*. Cengage Learning.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management*. Cengage Learning.
- Byers, T., Ehrlich, S. B., & Wein, A. J. (2019). *Technology Ventures: From Idea to Enterprise*. McGraw-Hill Education.
- Cassar, G. (2004). The financing of business start-ups. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 261-283.
- Chaffey, D. (2019). *Digital Business and E-Commerce Management (7th ed.)*. Pearson.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson UK.
- Christopher, M. (2016). *Logistics & Supply Chain Management*. Pearson UK.
- Clement, J. (2019). *The Statista Digital Market Outlook - Segment Report*. Statista Digital Market Outlook.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods*. McGraw-Hill Education.
- Damodaran, A. (2016). *Investment Valuation: Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset*. Wiley.
- Damodaran, A. (2021). *Corporate Finance: Theory and Practice*. 5th ed. Wiley.
- Drury, C. (2018). *Management and Cost Accounting*. Cengage Learning.

- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone.
- eMarketer. (2020). *Global Ecommerce Update 2021*. eMarketer. [Online] Available: <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-forecast-2021>
- Fabozzi, F. J., & Peterson, P. P. (2003). *Financial Management and Analysis*. John Wiley & Sons.
- Ferris, J. S. (1981). A transactions theory of trade credit use. *The Quarterly Journal of Economics*, 96(2), 243-270.
- Froot, K. A., Scharfstein, D. S., & Stein, J. C. (1993). Risk Management: Coordinating Corporate Investment and Financing Policies. *The Journal of Finance*, 48(5), 1629-1658.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2022). *Principles of Managerial Finance*. 16th ed. Pearson.
- Gitman, L. J., Juchau, R., & Flanagan, J. (2017). *Principles of Managerial Finance*. Pearson Higher Education AU.
- Goldblatt, D. (2015). *The Game of Our Lives: The Meaning and Making of English Football*. Penguin Books.
- Gompers, P., & Lerner, J. (2004). *The Venture Capital Cycle*. MIT Press.
- Hart, S. L. (1997). Strategies for a Sustainable World. *Harvard Business Review*, 75(1), 66-76.
- Hellmann, T., & Puri, M. (2002). Venture Capital and the Professionalization of Start-Up Firms: Empirical Evidence. *Journal of Finance*, 57(1), 169-197.
- Higgins, R. C. (1977). How Much Growth Can a Firm Afford?. *Financial Management*, 6(3), 7-16.
- Higgins, R. C. (1998). *Analysis for financial management*. Irwin/McGraw-Hill.
- Higgins, R. C. (2012). *Analysis for Financial Management*. McGraw-Hill/Irwin.
- Hill, C. W., & Jones, G. R. (2018). *Strategic Management: An Integrated Approach*. Cengage Learning.

- Horngren, C. T., Sundem, G. L., & Stratton, W. O. (2017). *Introduction to Management Accounting*. Pearson.
- Hull, J. C. (2012). *Options, Futures, and Other Derivatives*. Prentice Hall.
- Ibrahim, D. M. (2008). Business Angels: The Other Venture Capitalists. *University of Michigan Journal of Law Reform*, 42, 120.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Jones, P., Comfort, D., & Hillier, D. (2016). Sustainability in the global shop window. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 44(4), 366-381.
- Kannan, P. K., & Li, H. A. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22-45.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2010). *Intermediate Accounting*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education, Inc.
- Koller, T., Goedhart, M., & Wessels, D. (2010). *Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2019). *E-commerce 2019: business. technology. society*. Pearson.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce: Business, Technology, Society*. 13th ed. Pearson.
- Liang, T-P., & Turban, E. (2011). Introduction to the Special Issue Social Commerce: A Research Framework for Social Commerce. *International Journal of Electronic Commerce*, 16(2), 5-14.

- Liu, C., & Zhang, E. (2012). *E-commerce and Information Technology in Hospitality and Tourism*. Cengage Learning.
- Mankiw, N. G. (2018). *Principles of Economics* (8th ed.). Cengage Learning.
- Markowitz, H. (1952). Portfolio selection. *The Journal of Finance*, 7(1), 77-91.
- Metrick, A., & Yasuda, A. (2011). *Venture Capital and the Finance of Innovation*. John Wiley & Sons.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16.
- Myers, S. C. (1984). The capital structure puzzle. *Journal of Finance*, 39(3), 575-592.
- Pantano, E., & Viassone, M. (2015). Engaging consumers on new integrated multichannel retail settings: Challenges for retailers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 25, 106-114.
- Penman, S. H. (2021). *Financial Statement Analysis and Security Valuation*. 6th ed. McGraw-Hill Education.
- Primicias. (2023). Las ventas en línea alcanzarán los USD 4.000 millones en 2022. [Online] Available: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ventas-comercio-electronico-ecuador/>
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. F. (2019). *Corporate Finance*. McGraw-Hill Education.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. F. (2021). *Corporate Finance*. 12th ed. McGraw-Hill Education.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2019). *Fundamentals of Corporate Finance*. McGraw-Hill Education.

## ANEXOS

### Anexo 1. Simulación Préstamo Bancario – Tabla de Amortización

<b>Ord.</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Cuota fija</b>	<b>Amortización</b>	<b>Monto Adeudado</b>
1	17,092.77	170.93	380.22	209.29	16,883.48
2	16,883.48	168.83	380.22	211.38	16,672.09
3	16,672.09	166.72	380.22	213.50	16,458.60
4	16,458.60	164.59	380.22	215.63	16,242.96
5	16,242.96	162.43	380.22	217.79	16,025.17
6	16,025.17	160.25	380.22	219.97	15,805.21
7	15,805.21	158.05	380.22	222.17	15,583.04
8	15,583.04	155.83	380.22	224.39	15,358.65

9	15,358.65	153.59	380.22	226.63	15,132.02
10	15,132.02	151.32	380.22	228.90	14,903.12
11	14,903.12	149.03	380.22	231.19	14,671.93
12	14,671.93	146.72	380.22	233.50	14,438.43
AÑO 1		1,908.29		2,654.34	
13	14,438.43	144.38	380.22	235.83	14,202.59
14	14,202.59	142.03	380.22	238.19	13,964.40
15	13,964.40	139.64	380.22	240.58	13,723.83
16	13,723.83	137.24	380.22	242.98	13,480.85
17	13,480.85	134.81	380.22	245.41	13,235.43
18	13,235.43	132.35	380.22	247.86	12,987.57

19	12,987.57	129.88	380.22	250.34	12,737.23
20	12,737.23	127.37	380.22	252.85	12,484.38
21	12,484.38	124.84	380.22	255.38	12,229.00
22	12,229.00	122.29	380.22	257.93	11,971.07
23	11,971.07	119.71	380.22	260.51	11,710.57
24	11,710.57	117.11	380.22	263.11	11,447.45
AÑO 2		1,571.65		2,990.98	
25	11,447.45	114.47	380.22	265.74	11,181.71
26	11,181.71	111.82	380.22	268.40	10,913.31
27	10,913.31	109.13	380.22	271.09	10,642.22
28	10,642.22	106.42	380.22	273.80	10,368.42

29	10,368.42	103.68	380.22	276.54	10,091.89
30	10,091.89	100.92	380.22	279.30	9,812.59
31	9,812.59	98.13	380.22	282.09	9,530.49
32	9,530.49	95.30	380.22	284.91	9,245.58
33	9,245.58	92.46	380.22	287.76	8,957.82
34	8,957.82	89.58	380.22	290.64	8,667.17
35	8,667.17	86.67	380.22	293.55	8,373.63
36	8,373.63	83.74	380.22	296.48	8,077.14
AÑO 3		1,192.32		3,370.31	
37	8,077.14	80.77	380.22	299.45	7,777.70
38	7,777.70	77.78	380.22	302.44	7,475.25

39	7,475.25	74.75	380.22	305.47	7,169.79
40	7,169.79	71.70	380.22	308.52	6,861.27
41	6,861.27	68.61	380.22	311.61	6,549.66
42	6,549.66	65.50	380.22	314.72	6,234.94
43	6,234.94	62.35	380.22	317.87	5,917.07
44	5,917.07	59.17	380.22	321.05	5,596.02
45	5,596.02	55.96	380.22	324.26	5,271.76
46	5,271.76	52.72	380.22	327.50	4,944.26
47	4,944.26	49.44	380.22	330.78	4,613.48
48	4,613.48	46.13	380.22	334.08	4,279.40
AÑO 4		764.88		3,797.75	

49	4,279.40	42.79	380.22	337.43	3,941.97
50	3,941.97	39.42	380.22	340.80	3,601.17
51	3,601.17	36.01	380.22	344.21	3,256.96
52	3,256.96	32.57	380.22	347.65	2,909.32
53	2,909.32	29.09	380.22	351.13	2,558.19
54	2,558.19	25.58	380.22	354.64	2,203.55
55	2,203.55	22.04	380.22	358.18	1,845.37
56	1,845.37	18.45	380.22	361.77	1,483.60
57	1,483.60	14.84	380.22	365.38	1,118.22
58	1,118.22	11.18	380.22	369.04	749.18
59	749.18	7.49	380.22	372.73	376.45

60	376.45	3.76	380.22	376.45	0.00
AÑO 5		283.23		4,279.40	

Fuente: Fabian Vela

Anexo 2. Beta por Industria – DAMODARAN

<i>Industry Name</i>	<i>Number of firms</i>	<i>Beta</i>
Advertising	61	1.08
Aerospace/Defense	72	1.07
Air Transport	17	1.61
Apparel	51	1.10
Auto & Truck	19	1.28
Auto Parts	52	1.20
Bank (Money Center)	7	0.83
Banks (Regional)	598	0.64
Beverage (Alcoholic)	23	0.78
Beverage (Soft)	41	0.79

Broadcasting	29	1.13
Brokerage & Investment Banking	39	1.13
Building Materials	42	1.09
Business & Consumer Services	169	0.93
Cable TV	13	0.94
Chemical (Basic)	48	0.99
Chemical (Diversified)	5	1.36
Chemical (Specialty)	97	0.93
Coal & Related Energy	29	0.83
Computer Services	116	1.12
Computers/Peripherals	52	1.18
Construction Supplies	46	1.02
Diversified	29	1.02
Drugs (Biotechnology)	547	0.89
Drugs (Pharmaceutical)	287	0.91
Education	38	1.15
Electrical Equipment	122	1.06
Electronics (Consumer & Office)	22	0.96
Electronics (General)	157	0.89
Engineering/Construction	61	1.06
Entertainment	118	0.88
Environmental & Waste Services	86	0.95

Farming/Agriculture	32	0.87
Financial Svcs. (Non-bank & Insurance)	235	0.80
Food Processing	101	0.64
Food Wholesalers	18	1.03
Furn/Home Furnishings	40	0.88
Green & Renewable Energy	25	0.98
Healthcare Products	265	0.83
Healthcare Support Services	129	0.85
Healthcare Information and Technology	139	0.79
Homebuilding	30	1.46
Hospitals/Healthcare Facilities	32	1.28
Hotel/Gaming	66	1.56
Household Products	140	0.73
Information Services	77	1.01
Insurance (General)	21	0.68
Insurance (Life)	26	0.98
Insurance (Prop/Cas.)	55	0.64
Investments & Asset Management	348	0.93
Machinery	125	1.05
Metals & Mining	86	0.90
Office Equipment & Services	22	1.00
Oil/Gas (Integrated)	3	1.26

Oil/Gas (Production and Exploration)	278	1.18
Oil/Gas Distribution	57	1.16
Oilfield Svcs/Equip.	135	1.21
Packaging & Container	26	0.92
Paper/Forest Products	15	1.14
Power	55	0.67
Precious Metals	93	0.76
Publishing & Newspapers	29	1.41
R.E.I.T.	238	1.21
Real Estate (Development)	25	0.85
Real Estate (General/Diversified)	11	0.78
Real Estate (Operations & Services)	61	0.92
Recreation	69	0.87
Reinsurance	2	1.16
Restaurant/Dining	79	1.34
Retail (Automotive)	30	1.30
Retail (Building Supply)	15	1.54
Retail (Distributors)	85	0.97
Retail (General)	17	0.90
Retail (Grocery and Food)	14	0.24
Retail (Online)	75	1.16
Retail (Special Lines)	85	1.28

Rubber& Tires	3	1.09
Semiconductor	70	1.00
Semiconductor Equip	40	1.07
Shipbuilding & Marine	11	1.04
Shoe	11	0.98
Software (Entertainment)	101	0.96
Software (Internet)	36	0.77
Software (System & Application)	388	0.91
Steel	32	0.95
Telecom (Wireless)	16	0.53
Telecom. Equipment	96	0.87
Telecom. Services	58	0.66
Tobacco	15	0.72
Transportation	21	0.91
Transportation (Railroads)	6	0.84
Trucking	35	1.11
Utility (General)	16	0.74
Utility (Water)	17	0.73
Total Market	7582	0.94
Total Market (without financials)	6253	0.98

### **Anexo 3. Beta Total por sector**

<b>Nombre de la industria</b>	<b>Número de empresas</b>	<b>Beta</b>
Publicidad	58	1,63
Aeroespacial	77	1.41
Transporte aéreo	21	1.42
Vestir	39	1.32
Auto y camión	31	1,54
Autopartes	37	1.47
Banco (Centro de dinero)	7	1.08
Bancos (regionales)	557	0,50
Bebida (Alcohólica)	23	1.01
Bebida (suave)	31	1.30
Radiodifusión	26	1.32
Corretaje y banca de inversión	30	1.20
Materiales de construcción	45	1.28
Servicios para empresas y consumidores	164	1.17
Televisión por cable	10	1.26
Químico (Básico)	38	1.25
Químico (Diversificado)	4	1.41
Químico (Especialidad)	76	1.28
Carbón y energía relacionada	19	1,45
Servicios Informáticos	80	1.17
Computadoras/Periféricos	42	1.29
Suministros de construcción	49	1.26
Diversificado	23	1.04
Medicamentos (Biotecnología)	598	1.24
Medicamentos (farmacéuticos)	281	1.27
Educación	33	1.10
Equipo eléctrico	110	1,59
Electrónica (consumo y oficina)	dieciséis	1,54
Electrónica (general)	138	1.20
Ingeniería/Construcción	43	1.20
Entretención	110	1,45
Servicios ambientales y de residuos	62	1.02

Agricultura/Agricultura	39	1.14
Servicios financieros. (No bancarias y aseguradoras)	273	0,89
Procesamiento de alimentos	92	0,92
Mayoristas de Alimentos	14	1.12
Muebles/muebles para el hogar	32	1.27
Energía verde y renovable	19	1,60
Productos para el cuidado de la salud	254	1.16
Servicios de apoyo sanitario	131	1.16
Información y tecnología sanitaria	138	1.47
Construcción de viviendas	32	1,50
Hospitales/Centros de atención médica	34	1.17
Hotel/Juegos	69	1.46
Productos domésticos	127	1.16
Servicios de información	73	1,40
Seguro (general)	21	1.23
Seguro (Vida)	27	0,94
Seguro (Prop/Cas.)	51	0,80
Inversiones y gestión de activos	600	0,62
Maquinaria	116	1.22
Metales y Minería	68	1.29
Equipos y servicios de oficina	dieciséis	1.18
Petróleo/Gas (Integrado)	4	0,98
Petróleo/Gas (Producción y Exploración)	174	1.26
Distribución de petróleo/gas	23	0,99
Servicios/Equipos para yacimientos petrolíferos	161	1.38
Embalaje y contenedor	25	0,95
Productos de papel/forestales	7	1.38
Fuerza	48	0,73
Metales preciosos	74	1.23
Editoriales y periódicos	20	1.11
REIT	223	1.06
Desarrollo inmobiliario)	18	1,52
Bienes Raíces (General/Diversificado)	12	0,79
Bienes Raíces (Operaciones y Servicios)	60	1.35
Recreación	57	1.42
Reaseguro	1	0,83

Restaurante/Comedor	70	1.41
Comercio minorista (automotor)	30	1,52
Comercio minorista (suministros de construcción)	15	1,79
Minorista (Distribuidores)	69	1.28
Comercio minorista (general)	15	1.36
Comercio minorista (comestibles y alimentos)	13	0,67
Venta al por menor (en línea)	63	1,49
Retail (Líneas Especiales)	78	1,48
Neumáticos de goma	3	0,84
Semiconductor	68	1.61
Equipo de semiconductores	30	1,76
Construcción naval y marina	8	0,94
Zapato	13	1.33
Software (entretenimiento)	91	1.36
Software (Internet)	33	1,55
Software (sistema y aplicación)	390	1.47
Acero	28	1.34
Telecomunicaciones (inalámbrica)	dieciséis	1.03
Telecomunicaciones. Equipo	79	1.23
Telecomunicaciones. Servicios	49	0,88
Tabaco	15	2.00
Transporte	18	1.06
Transporte (ferrocarriles)	4	1.11
Camionaje	35	1,55
Utilidad (general)	15	0,64
Utilidad (Agua)	dieciséis	1.15
Mercado Total	7165	1.16
Mercado total (sin finanzas)	5649	1.29

Fuente: [https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New\\_Home\\_Page/datafile/Betas.html](https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html)