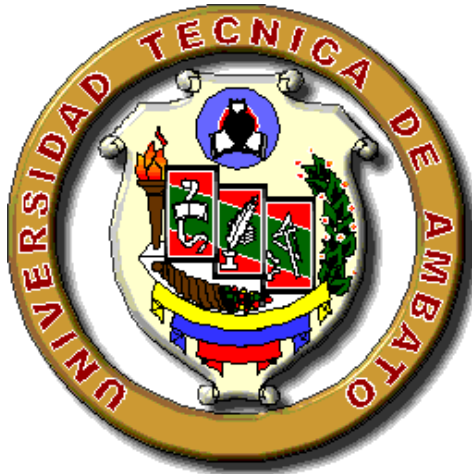


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

ECONOMÍA EMPRESARIAL

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO EN ECONOMÍA**

**TEMA: “LOS INGRESOS ECONÓMICOS Y LA
RENTABILIDAD DE LA EMPRESA EDUCRECER CIA.
LTDA. CAMPUS AMBATO EN EL PERIODO 2014”.**

Autora: Yánez Galeas Jenny Marilu

TUTOR: Eco. Álvaro Hernán Vayas L.

Ambato – Ecuador

2015

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

CERTIFICA:

Yo, Eco. Álvaro Hernán Vayas L., con C.I. #1803293727, en mi calidad de tutor del trabajo investigativo de graduación o titulación sobre el tema: **“LOS INGRESOS ECONÓMICOS Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA EDUCRECE CIA. LTDA. CAMPUS AMBATO EN EL PERIODO 2014”**.

Desarrollado por la egresada: Jenny Marilú Yáñez Gáneas, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos, y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

Ambato, 9 Abril de 2015



TUTOR

Eco. Álvaro Hernán Vayas L.

C.I. # 1803293727

AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

Yo, YÁNEZ GÁLEAS JENNY MARILÚ, con C.I. # 020201096-3, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el Trabajo de Graduación: “Los ingresos económicos y la rentabilidad de la empresa EDUCRECER CIA. LTDA. campus Ambato en el periodo 2014”, es original, autentico y personal, en tal virtud la responsabilidad del contenido de esta Investigación, para efectos legales y académicos son de exclusiva responsabilidad del autora.

Ambato, 9 Abril de 2015



Jenny Marilú Yánez Gáneas

C.I. # 020201096-3

AUTORA

CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente trabajo final de grado o titulación con el tema: **“LOS INGRESOS ECONÓMICOS Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA EDUCRECER CIA. LTDA. CAMPUS AMBATO EN EL PERIODO 2014”**.

Autorizo su reproducción total o parcial, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y que no se utilice con fines de lucro.

Ambato, 9 Abril de 2015



Jenny Marilú Yáñez Gáneas

C.I. # 020201096-3

AUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El tribunal de grado, aprueba el trabajo de graduación, sobre el tema: “LOS INGRESOS ECONÓMICOS Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA EDUCRECER CIA. LTDA. CAMPUS AMBATO EN EL PERIODO 2014”, elaborado por la señorita Jenny Marilú Yáñez Galeas, estudiante de la carrera de economía, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

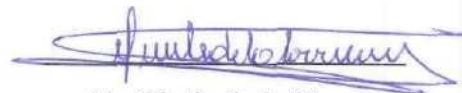
Ambato, mayo del 2015

Para constancia firma



Ing. Mauricio Sánchez

PROFESOR CALIFICADOR



Ab. Cintia de la Torre

PROFESOR CALIFICADOR



Eco. Diego Proaño

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi Esposo Santiago por su apoyo incondicional, a mi hija Anahí, quien es mi inspiración para salir adelante día a día, a mi madre, mi padre quien está en el cielo, mis Hermanos quienes supieron apoyarme de una u otra manera, dándome la fuerza para terminar con mi carrera.

Jenny M. Yánez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Facultad de Contabilidad y Auditoría a sus docentes quienes invirtieron sus conocimientos y paciencia al guiarme a lo largo de mi carrera, a mi tutor por el apoyo incondicional en el presente trabajo.

De igual manera, a la gerente y administradora de la empresa Educrecer Cía. Ltda. campus Ambato.

Jenny M. Yánez

INDICE GENERAL

CONTENIDO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR	iv
APROVACION DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
CAPÍTULO I.....	21
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	21
1.1 Tema.....	21
1.2 Planteamiento del Problema.....	21
1.2.1 Contextualización.....	21
1.2.2 Análisis Crítico	25
1.2.3 Prognosis	26
1.2.4 Formulación del Problema	27
1.2.5 Preguntas Directrices	27
1.2.6 Delimitación.....	27

1.3 Justificación.....	28
1.4 Objetivos	29
1.4.1 Objetivo General	29
1.4.2 OBjetivos Específicos	29
CAPÍTULO II	30
MARCO TEÓRICO.....	30
2.1 Antecedentes Investigativos.....	30
2.2 Fundamentación Filosófica	32
2.3 Fundamentación Legal	33
2.4 CAtegorias Fundamentales	39
2.4.1 Gráficos de Inclusión e Interrelación	39
2.4.2 Categorías Fundamentales de la Variable Independiente	42
2.4.3 Categorías Fundamentales de la Variable Dependiente.....	49
2.5 Hipótesis.....	56
2.6 Señalamiento de Variables.....	56
2.6.1 Variable Independiente	56
2.6.2 Variable Dependiente.....	56
CAPÍTULO III.....	57
MARCO METODOLÓGICO	57
3.1 Enfoque de la Investigación	57
3.2 Modalidades Básicas de la Investigación.....	58

3.2.1 Investigación de Campo.....	58
3.2.2 Investigación Bibliografica	58
3.3 Nivel o Tipo de Investigación	59
3.3.1 Exploratorio.....	59
3.3.2 Descriptivo	60
3.4 Población y Muestra.....	61
3.4.1 Población.....	61
3.4.2 Muestra.....	61
3.5 Operacionalización de Variables.....	62
3.5.1 Ingresos Económicos (Variable Independiente)	63
3.5.2 Rentabilidad (Variable Dependiente).....	64
3.6 Plan de Recolección de Información.....	65
3.6.1. Plan para la Recolección de Información.....	65
3.7 Plan de Procesamiento de Información.....	66
3.7.1 Plan de Procesamiento	66
3.7.2 Plan de Análisis e Interpretación de Resultados	67
CAPÍTULO IV.....	68
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	68
4.1 Análisis e Interpretación de Resultados	68
4.1.1 encuesta dirigida a los clientes de la empresa.....	69
4.1.2 encuesta dirigida a administrador y contador de la empresa.....	70

4.2 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	72
4.2.1 DESARROLLO.....	72
4.2.2 PROCESO DE VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	73
CAPÍTULO V	79
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	79
5.1 Conclusiones	79
5.2 Recomendaciones.....	80
CAPÍTULO VI.....	81
LA PROPUESTA	81
6.1 Datos Informativos.....	81
6.1.1 Título.....	82
6.1.2 Institución Ejecutora	82
6.1.3 Beneficiarios:	82
6.1.4 Ubicación	82
6.1.5 Tiempo Estimado para la Ejecución	82
6.1.6 Equipo Técnico Responsable	82
6.1.7 Costo	83
6.2 Antecedentes de la Propuesta.....	83
6.3 Justificación.....	84
6.4 Objetivos	85
6.4.1 Objetivo General	85

6.4.2	Objetivos Específicos.....	85
6.5	Análisis de Factibilidad.....	85
6.5.1	Factibilidad Organizacional	86
6.5.2	Factibilidad Socio - Cultural	86
6.5.3	Factibilidad Tecnológica.....	86
6.5.4	Factibilidad Legal.....	86
6.6	Fundamentación Científica-Teórica.....	87
6.6.1	Análisis Financiero.....	87
6.6.2	Planificación Estratégica.....	89
6.6.2.1	Proceso de Planificación Estratégica	90
6.6.2.3	Análisis de la matriz FODA	90
6.6.2.4	Implementación de Estrategias	91
6.6.2.4	Sistema de Control Estratégico de la Empresa	92
6.7	Modelo Operativo	94
6.7.1	Fase 1: Evaluación de la Situación Financiera Actual de la Empresa. 96	
6.7.2	Fase 2: Elaboración Planificación Estratégica	112
6.7.3	Fase 3: Sistema de Control Estratégico a través del cuadro de mano integral.....	123
6.7.4	Fase 4: Retroalimentación de información en la Empresa.....	128
6.8	Administración.....	128
6.8.1	Recursos Institucionales.....	128

6.8.2 Recursos Humanos.....	129
6.8.3 Recursos Materiales	129
6.8.4 Recursos Financieros	129
6.8.5 Cronograma.....	129
6.9 Previsión de la Evaluación.....	130
Bibliografía	131
Anexo.....	139

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de Variable Independiente	63
Tabla 2: Operacionalización de Variable Dependiente.....	64
Tabla 3: Técnica y Proceso de Investigación.....	65
Tabla 4: Cuadro de Tabulación.....	66
Tabla 5: Ingresos Económicos	69
Tabla 6: Rentabilidad Económica	70
Tabla 7: Rentabilidad Financiera	71
Tabla 8: Datos para el Cálculo de Corrección	76
Tabla 9: Equipo Técnico Responsables de la Ejecución de la Propuesta	82
Tabla 10: Inversión de Ejecución de la Propuesta	83
Tabla 11: Modelo Operativo	95
Tabla 12: Margen Bruto de Utilidad del año 2014	108
Tabla 13: Rentabilidad Sobre Ventas del año 2014.....	109
Tabla 14: Rentabilidad Sobre Activos del año 2014.....	110
Tabla 15: Rentabilidad Financiera del año 2014.....	111
Tabla 16: Matriz EFI.....	115
Tabla 17: Matriz (EFE)	117
Tabla 18: Control de Objetivos y Estrategias	118

Tabla 19: Plan de Acción	121
Tabla 20: Indicadores para Perspectiva Financiera.....	123
Tabla 21: Indicadores para Perspectiva Cliente	124
Tabla 22: Indicadores para Perspectiva Procesos Internos	126
Tabla 23: Indicadores para la Perspectiva de Aprendizaje	127
Tabla 24: Cronograma de Actividades.....	129
Tabla 25: Previsión de la Evaluación de la Propuesta	130

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Ranking de las Empresas más Rentables de Ecuador.....	22
Gráfico 2: Árbol de Problemas	25
Gráfico 3: Superordinación y Subordinación.....	39
Gráfico 4: Constelación de Ideas V.I.	40
Gráfico 5: Constelación de Ideas V.D.....	41
Gráfico 6: Representación Gráfica de Datos Tabulados	67
Gráfico 7: Ingresos Económicos	69
Gráfico 8: Rentabilidad Económica	70
Gráfico 9: Rentabilidad Financiera	71
Gráfico 10: Campana de Gauss.....	74
Gráfico 11: Tabla de Distribución Normal	75
Gráfico 12: Análisis de Correlación y Regresión Lineal	76
Gráfico 13: Perspectivas del BSC	93
Gráfico 14: Evolución Financiera	101
Gráfico 15: Variación en Ventas.....	103
Gráfico 16: Evolución Financiera Porcentual	105
Gráfico 17: Variación en Ventas Porcentual.....	107
Gráfico 18: Margen Bruto de la Utilidad del año 2014	108
Gráfico 19: Rentabilidad Sobre Ventas del año 2014.....	109

Gráfico 20: Rentabilidad sobre Activos del año 2014	110
Gráfico 21: Rentabilidad Financiera del año 2014	111

RESUMEN EJECUTIVO

La realización del presente trabajo que tiene como tema: “LOS INGRESOS ECONÓMICOS Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA EDUCRECER CIA. LTDA. CAMPUS AMBATO EN EL PERIODO 2014”, se lo hizo en base a que la empresa registra limitados ingresos económicos por lo que necesita diseñar una planificación estratégica fin de mejorar la relación de estas variables en la en la empresa Educrecer Cía. Ltda. campus Ambato.

Esta investigación se ha desarrollado con base a un riguroso proceso de investigación de campo, el cual nos ha permitido conocer con profundidad el problema planteado. Actualmente la empresa no cuenta con una gestión administración eficiente, lo cual le dificulta ofertar un buen servicio.

La sucursal ofrece servicios de nivelación de conocimientos para el ingreso a instituciones de educación superior o cursos preuniversitarios, ofertando capacitación en razonamiento verbal, abstracto y numérico.

Los ingresos económicos son factores importantes dentro de una empresa ya que es la captación de dinero propio o ajeno por la venta, alquiler, préstamos, que le permitan a la institución tener poder de adquisición, de liquidez y solvencia.

Esta investigación servirá como apoyo para que el desempeño de todos los colaboradores de la empresa, sea más efectivo, fructífero y fácil, gracias a todas las personas que apuntalaron en la realización de este trabajo se puede tener una base para una mejor gestión administrativa. Toda la información que contiene esta tesis será de gran utilidad para poder conseguir de los objetivos planteados por la empresa

INTRODUCCIÓN

Los Ingresos económicos y la Rentabilidad han sido temas de mucha importancia y de gran repercusión debido a que afectan directamente a la institución.

Capítulo I. “EL PROBLEMA”, que contiene: tema, planteamiento del problema, la contextualización, análisis crítico, árbol de problemas, prognosis, formulación del problema, preguntas directrices, justificación, objetivo general y los objetivos específicos.

Capítulo II. “MARCO TEÓRICO” lo conforma: antecedentes investigativos, fundamentación filosófica, fundamentación legal, categorías fundamentales, marco conceptual de las variables, red de inclusiones conceptuales, constelación de ideas de las variables, hipótesis y el señalamiento de las variables.

Capítulo III. “METODOLOGÍA”, está integrado por las modalidades básicas de investigación, nivel o tipo de la investigación, población y muestra, operacionalización de las variables y plan de recolección y procesamiento de la información y resultados.

Capítulo IV. “ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS”, el cual lleva los ítems: análisis e interpretación de resultados, verificación de la hipótesis, planteo de la hipótesis, interpretación de la hipótesis.

El capítulo V: “CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES” conformado mediante: las conclusiones y las recomendaciones.

Capítulo VI. “LA PROPUESTA” se basa en los siguientes puntos: datos informativos, antecedentes de la propuesta, justificación, objetivo general, objetivos específicos, análisis de factibilidad, fundamentación científico-teórico, modelo relacionado con la propuesta, modelo operativo, flujograma de la propuesta, administración, previsión de la evaluación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 TEMA

“Los ingresos económicos y la rentabilidad de la empresa Educrecer Cía. Ltda. campus Ambato en el período 2014”.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 CONTEXTUALIZACIÓN

1.2.1.1 Macro - Contextualización

En el Ecuador los ingresos económicos de un individuo es un factor muy importante, porque determina su calidad de vida. Resumiendo el estudio realizado sobre el tema de los ingresos económicos publicado en el diario el Heraldillo por, (Proaño, 2012, pág. 1), menciona que “existen varias herramientas de análisis para poder determinar los ingresos económicos de un individuo en una sociedad, dichas herramientas son indicadores económicos y sociales como, remuneraciones básicas mensuales, el ingreso per cápita o también denominado PIB per cápita (Producto Interno Bruto) el cual se obtiene de la producción total nacional de bienes y servicios divididos para la población total de un país”.

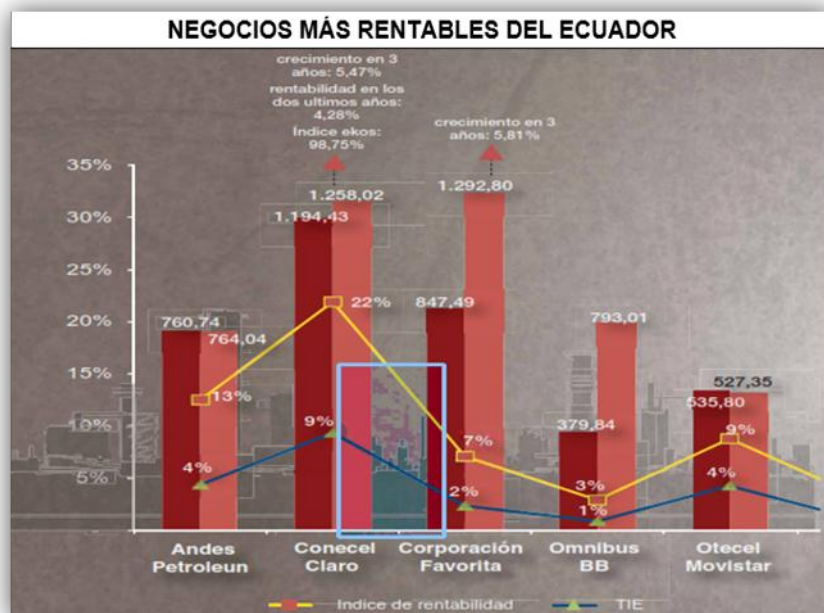
El poder de adquisición, nivel de educación, zona geográfica, ahorro, y otros. En el Ecuador se evidencia una significativa diferencia entre los sectores económicos tanto públicos como privados, siendo así que las organizaciones extraterritoriales (fundaciones, multinacionales, corporaciones, franquicias, son entes que registran un mayor crecimiento y por ende un mayor ingreso para las personas que

intervienen en estos sectores con ingresos promedios por trabajador de 2.100 USD., seguidos por el sector público donde se dieron cifras de 785 USD. cómo ingreso promedio, las personas que se dedican a la agricultura, ganadería, artesanías, micro comerciantes, etc., donde se registra como ingreso promedio mensual de 240 USD. a 528,20 USD. todos estos datos investigados en información del año 2012.

Según el Código P8549.12 del (CIU. 4.0, 2012), nos da a conocer actividades económicas donde hay un ingreso económico considerable al país en el sector educativo, en prestación de servicios como tareas dirigidas, tutorías académicas, preparación para el ingreso a las universidades, centros de enseñanza que ofrecen cursos de recuperación y cursos de repaso para exámenes profesionales.

Según (Ekos, 2012, pág. 28), la revista especializada en estudios económicos expone en el siguiente gráfico cuales son la empresas con mayor rentabilidad en el país, las cuales tienen un fuerte poder de mercado.

Gráfico 1: Ranking de las Empresas más Rentables de Ecuador



Fuente: Revista ECOS

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

1.2.1.2 Meso - Contextualización

La ciudad de Ambato se encuentra situada entre las ciudades más productivas y con índices de mayor empleo en el país. El cantón al ser altamente comercial debido a su ubicación geográfica, se da un alto nivel de flujo de dinero, siendo el ingreso económico de los ambateños un tema puntual de análisis económico. (Diario el comercio, 2013, pág. 10). El nivel socioeconómico no solo se define por el ingreso, el 83,3% de la población de Ambato se encuentra actualmente en el estrato socio económico medio. A esa conclusión llegó el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), luego de realizar una encuesta de los niveles de estratificación en 9.744 hogares en la ciudad. Según el INEC, este es un estudio que clasifica los estratos no solo por los ingresos que percibe cada hogar sino por otro tipo de variables. Se tiene familias que pueden tener ingresos muy altos, pero las variables relacionadas a hábitos de consumo o de educación pueden ser muy bajos. o puede ser lo contrario: un hogar con ingresos bajos y, por ejemplo, niveles de educación bastantes altos.

La rentabilidad en las empresas Ambateñas y de la provincia es aceptable o satisfactoria debido a que sí cubren sus expectativas rentables para los propietarios, Ambato es una de las ciudades del país que cuenta con altos niveles de comercio, producción, transformación de materia prima, etc., fomentando de esa forma las diferentes actividades económicas. La rentabilidad es un factor muy importante en las empresas, los empresarios cada vez tratan de reducir sus costos de operación, aumentar su producción, aumentar sus ventas, etc., para así de esa forma aumentar los ingresos económicos logrando mejorar sus niveles de rentabilidad parciales y total.

1.2.1.3 Micro - Contextualización

La empresa en la sucursal de Ambato, opera 2 promociones anuales, en donde se abren 6 cursos por periodo, con horarios ofertantes de lunes a viernes, sábados y domingos. Pero una reducida cifra de los ingresos económicos de la empresa, no cumple con las expectativas rentables para los propietarios y socios, debido al alto nivel competitivo que exige el sector de servicios en Educación Preuniversitaria.

Este sector requiere de una mayor exigencia entre la teoría y la práctica, para que se desarrolle, crezca, potencie y adquiera ventajas que le permitan un desempeño de calidad para el ingreso a universidades e instituciones de especialización en el país. Al no potenciar estos factores importantes en una empresa conlleva a que cada vez se den mayores costos y gastos y permanecer con utilidades mínimas.

Cada año en los períodos registrados las aulas cuentan con cursos de 25 a 40 estudiantes los cuales generan ingresos económicos a la empresa por alumno la matrícula en los horarios de lunes a viernes es de \$250 USD, y los días sábados, domingos con un precio de \$200 USD.

La empresa Educrecer Cía. Ltda. fue creada en la ciudad de Ambato en el año 2012, la empresa cuenta con sucursales en la ciudad de Quito con 3 campus en las direcciones de Avenida Colón E10-85 y Plácido Caamaño, Madrid E12-240 (Floresta), Av. Cosme Osorio OE&-29 y Mariscal Sucre, en la ciudad de Guayaquil en la calle 1ro de Mayo #1006, en la ciudad de Santo Domingo en la Av. Quevedo, y en la ciudad de Ambato ubicado en el Parque 12 de Noviembre calle Juan León Mera 06-48, en las cuales se ofertan los servicios de cursos de nivelación preuniversitaria en características como:

- Desarrollo en aptitud verbal, numérica, abstracta.
- Sistema de éxito desarrollado 100% en docentes de la Escuela Politécnica Nacional.
- Resolver ejercicios en tiempo record.
- Únicos con Coaching Training Brain.
- Infraestructuras adecuadas.
- Simulación de pruebas de acceso a la universidad estandarizada.

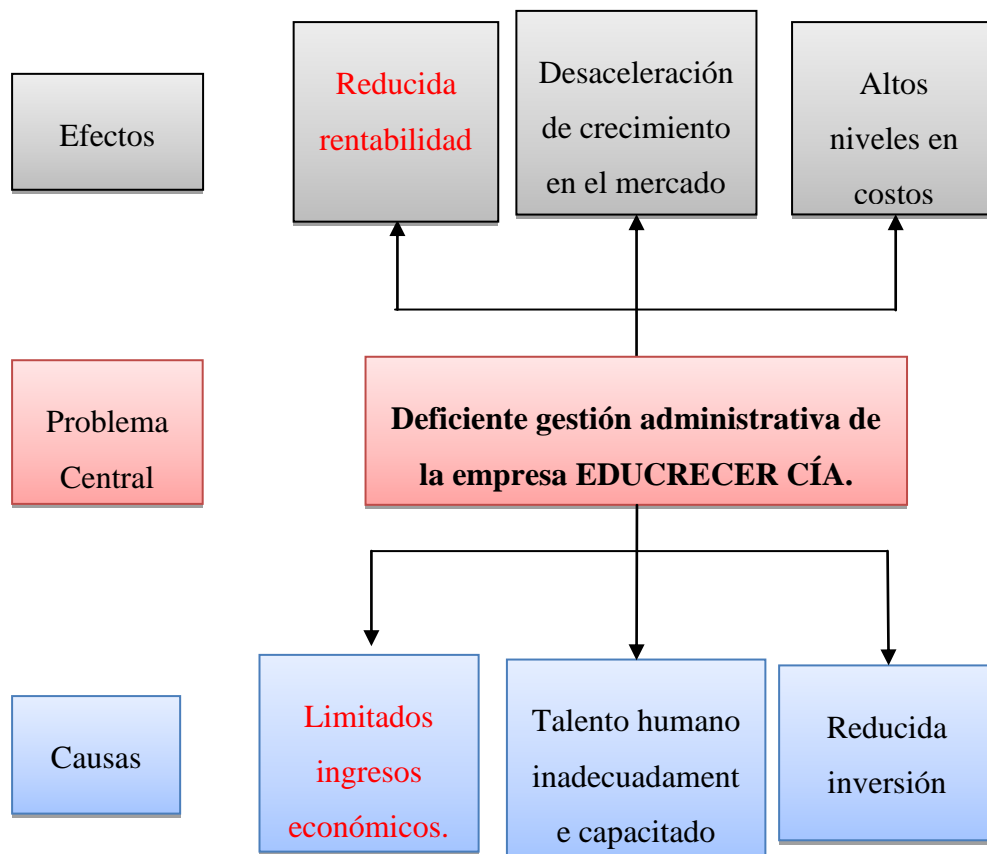
(Libros, CD de test).

1.2.2 ANÁLISIS CRÍTICO

En la empresa Educrecer Cía. Ltda. campus Ambato existe una ineficiente gestión administrativa, causado por limitados ingresos económicos lo cual repercute directamente en una reducida rentabilidad .

1.2.2.1 Árbol de Problemas

Gráfico 2: Árbol de Problemas



Fuente: Resultados de la Investigación
Elaborado por: Yáñez, J (2014)

1.2.2.2 Relación Causa-Efecto

La empresa se encuentra expuesta a serios problemas, por una inadecuada o deficiente gestión administrativa, dado que esta área es el cerebro de la organización y se puede ver afectada por un limitado ingreso económico, factor que se relaciona directamente con la rentabilidad, afectándola de forma parcial y total al desenvolvimiento de la empresa.

Al no contar con talento humano totalmente capacitado o sin conocimientos de cómo proceder en las funciones de la empresa, la gestión administrativa se verá afectada directamente, impidiendo que la empresa crezca y se desarrolle a pasos constantes y firmes, provocando así una desaceleración de crecimiento en el mercado.

La pésima forma de gestionar la empresa es causada por una reducida inversión en varios aspectos como: capacitación, actualización de conocimientos, tecnología en hardware y software, infraestructura adecuada, dicho problema genera efectos negativos en la gestión administrativa, provocando un alto costo de operación y rindiendo menor beneficio a la empresa.

1.2.3 PROGNOSIS

Al no tomar con importancia y responsabilidad una breve y eficaz solución del problema que se analiza sobre una deficiente gestión administrativa de la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA. ubicada en la ciudad de Ambato, seguirá funcionando en la misma condición o aún peor, se irán provocando más problemas consecuentes como, menores ingresos económicos, mantenerse en el mercado sin ganancias, reducidos niveles de rentabilidad, menor captación de clientes, mayores costos de operación, insatisfacción de los clientes internos y externos, pérdida de poder en el mercado, ineficiente competitividad. También se podría decir que esto generaría que los clientes prefieran otras empresas con mejor capacitación y beneficio que ofertan a sus demandantes.

La deficiente administración es un factor que influye fuertemente en el desenvolvimiento interno y externo en una organización, la inversión realizada

muchas de las veces no es rentable, y no satisfacen las expectativas de los propietarios e administradores.

1.2.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Los ingresos económicos influyen en la rentabilidad de la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA.?

1.2.5 PREGUNTAS DIRECTRICES

Con una breve observación del problema en la empresa se planteó las siguientes preguntas que ayudarán a estudiar el problema investigativo.

- ✓ ¿Cuál es la causa de un deficiente ingreso económico que no permite mejorar la gestión administrativa en la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA. campus Ambato?
- ✓ ¿Cuáles son los factores que afectan a la rentabilidad de la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA. campus Ambato?
- ✓ ¿Será la implementación de planificación estratégica, la más idónea para mejorar los ingresos económicos en la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA.?

1.2.6 DELIMITACIÓN

La presente investigación se realizó bajo los siguientes lineamientos:

Campo: Economía.

Área: Ingresos Económicos.

Aspecto: Rentabilidad.

Temporal:

Del problema: Año 2014

De la investigación: Diciembre 2014 a Marzo 2015.

Espacial: Tiene como ámbito de estudio y análisis la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA. ubicada en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato en las calles Juan León Mera y Juan B. Vela.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Esta investigación es importante, ya que se identificarán las capacidades de desenvolvimiento que tiene la empresa, donde se analizará las ventajas y desventajas de la organización, proporcionando así los elementos necesarios para plantear una solución en gestión organizacional que servirá para contrarrestar las dificultades existentes y poner en ejecución un adecuado sistema operativo y administrativo, que redundará en un crecimiento de los ingresos económicos los cuales mejoraran satisfactoriamente su rentabilidad.

Mediante un estudio y evaluación de las variables en este trabajo investigativo, se puede llegar a conclusiones y recomendaciones que mejorarán el desenvolvimiento de la empresa en el mercado.

El problema de la empresa y del sector de servicios educativos de nivelación para el ingreso a instituciones superiores (preuniversitaria), crece rápidamente por la competitividad existente en el mercado, cada vez requiriendo de inversiones más fuertes, para mejorar su gestión administrativa, y poder evitar de esta manera no se afecte la actividad empresarial, en ventas, ingresos económicos, costos de operación, talento humano capacitado y captación de clientes. La empresa tendrá

un mejor desenvolvimiento en el mercado con un propósito firme de recuperar lo invertido y obtener niveles de rentabilidad altos y satisfactorios.

La necesidad de vincular todos aquellos factores de trabajo que se realiza en la empresa, la cual nos permita obtener, mediante parámetros de medición establecidos, si está o no, funcionando de forma correcta, empleando varios indicadores de control que determinará la satisfacción programada del servicio hacia los clientes, con utilización de recursos físicos, económicos y financieros de forma correcta, mejorando la situación actual de la empresa.

Los ingresos económicos son factores importantes para determinar la calidad de vida de una persona y poder de mercado, siendo este factor quien financia las diferentes áreas de operaciones, permitiendo que se fortalezcan y mejoren los objetivos, metas y proyecciones.

Su misión es desarrollar y maximizar el talento y las habilidades de las personas, mediante capacitaciones de alto impacto para su crecimiento personal y académico, se considera que una inversión en la educación es una inversión en el futuro, desde nuestros inicios, nos hemos dedicado a proporcionar herramientas y servicios mediante nuestro sistema éxito para que los estudiantes puedan rendir las diferentes pruebas de selección universitaria.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar los ingresos económicos y su rentabilidad en la empresa Educrecer Cía. Ltda. Campus Ambato en el año 2014.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar los ingresos económicos en la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA. campus Ambato.
2. Evaluar los niveles de rentabilidad de la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA. campus Ambato.

3. Proponer una herramienta económico - administrativa que permita incrementar los ingresos económicos y su rentabilidad en la empresa EDUCRECECER CÍA. LTDA. campus Ambato.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para fundamentar el trabajo investigativo es necesario la recopilación de información de trabajos anteriores ya realizados, estos pueden ser en libros, tesis, artículos y otros.

En la tesis de (Ger, 2013, pág. 9), “La comercialización de café en grano desde Ecuador hacia Japón y los ingresos económicos de los cafeticultores de la provincia de Manabí.” Planteo como objetivo general: Determinar cómo incide la comercialización de café en grano desde Ecuador hacia Japón en los ingresos económicos de los cafeticultores de la provincia de Manabí, con finalidad de contribuir al análisis de Ingresos Económicos, y como objetivos específicos:

- ✓ Fundamentar científicamente la comercialización y los ingresos económicos.
- ✓ Diagnosticar la comercialización de café en grano desde Manabí-Ecuador hacia Japón y la generación de ingresos económicos en los cafeticultores de la provincia de Manabí.
- ✓ Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de café en grano desde Ecuador

hacia Japón que permita mejorar los ingresos económicos de los cafeticultores de la provincia de Manabí.

La autora (Ger, 2013, pág. 68) del trabajo investigativo llega a las siguientes conclusiones:

- ✓ A través del sistema de transferencia de tecnología, los cafeticultores de la provincia de Manabí sigan recibiendo constantemente capacitación de manejo de los cultivos.
- ✓ Con gestiones de PRO ECUADOR ampliar el mercado de exportación de Japón en las ciudades con mayor población, creando la necesidad de importar café en grano.
- ✓ Que el Consejo Cafetalero Nacional del Ecuador facilite información acerca de los mercados internacionales y las oportunidades de exportar a los representantes de las asociaciones de café de la provincia de Manabí.
- ✓ Se recomienda a la “Federación manabita de cafeticultores” aplicar estrategias de precios para lograr mayor rentabilidad.

La finalidad de este trabajo investigativo expone como mejorar los ingresos económicos, a través de estrategias y análisis financieros en la empresa.

Según la tesis de (Salán, 2011, pág. 83), con el tema “El control de gestión de la adquisición de la materia prima para la producción y su incidencia en la rentabilidad empresarial en la planta procesadora Mascorona, en el año 2010”, analizando sus conclusiones dice que, la rentabilidad es un efecto directo del control de gestión que permita tener un conocimiento en cuanto al desarrollo empresarial, permitiendo mejorar sus operaciones internas y externas, incrementando la rentabilidad.

En el trabajo investigativo con el tema “Los procesos de concesión crediticia y su incidencia en la rentabilidad de la Cooperativa de ahorro y crédito dirección provincial de salud de Cotopaxi de la ciudad de Latacunga durante el año 2010”, de (Tapia, 2012, págs. 84-85), se llega a un resumen de las conclusiones obtenidas por la autora del trabajo donde menciona, que a través de un adecuado sistema operativo para la emisión y control de gestión a los demandantes de créditos, como atraer más demandantes, mejorar sus servicios y productos financieros, implementar políticas organizacionales y estrategias mejorando el desenvolvimiento en la empresa para lograr obtener niveles más altos de rentabilidad a través de una mayor capacidad de emisión y captación de dinero en la cooperativa.

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Según, (Bachelard, 2005, pág. 8), define al racionalismo como:

El término racionalismo tiene un significado muy amplio: en general, llamamos racionalista a toda posición filosófica que prima el uso de la razón frente a otras instancias como la fe, la autoridad, lo irracional, la experiencia empírica, etc. Es racionalista todo aquél que cree que el fundamento, el principio supremo, es la razón. Junto con ello, cabe ser racionalista en relación con un género de cuestiones y no serlo en relación con otro. El término racionalismo se usa comúnmente en la historia de la filosofía para designar una cierta forma de fundamentar el conocimiento: cabe pensar que el conocimiento descansa en la razón, o que descansa en la experiencia sensible; así, puesto que valoraron más la razón que los sentidos, podemos llamar racionalistas a Parménides, Platón y Descartes; y podemos decir que Aristóteles, Santo Tomás y, por supuesto, Hume, tienden al empirismo, dado el valor que dieron a la experiencia sensible o percepción.

Para (Kolakowski, 1988, pág. 136) el positivismo es un conjunto de reglamentaciones que rigen el saber humano y que tiende a reservar el nombre de “ciencia” a las operaciones observables en la evolución de las ciencias modernas de la naturaleza. Durante su historia, dice este autor, el positivismo ha dirigido en particular sus críticas contra los desarrollos metafísicos de toda clase, por tanto, contra la reflexión que no puede fundar enteramente sus resultados sobre datos empíricos, o que formula

sus juicios de modo que los datos empíricos no puedan nunca refutarlos.

Esta investigación es mixta se alinea con el paradigma racionalista y positivista a continuación se describe cada uno.

Esta investigación se asocia con el paradigma racionalista porque está encaminada a buscar una explicación a un problema planteado en la sociedad, el mismo que permitirá a través de la investigación científica encontrar alternativas de solución.

La investigación desarrollada también se alinea con el paradigma positivista debido a que se desenvuelve en las ciencias sociales, donde se puede manipular las variables independientemente unas de otras, por lo que se buscan leyes, fórmulas, esquemas matemáticos y estadísticos, determinados para la verificación de hipótesis y análisis de resultados que arrojan la comprobación de hipótesis. Dando un análisis respectivo acerca de la investigación e implementación de posibles y oportunas soluciones a la problemática estudiada.

Considero que la metodología planteada es factible y adecuada para un excelente desarrollo de la investigación, buscando por medio de esta contribuir al mejoramiento económico de la empresa Educrecer Cía. Ltda., siendo siempre participes del desarrollo logrado.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Las instituciones que participan en el sector económico, en prestación de servicios de educación, se encuentran regidas por la ley orgánica de educación superior, siendo la (Secretaria Nacional de Educación Superior, 2008, pág. 5), la institución reguladora de dicha ley. La ley consta de artículos que intervienen en el Ámbito como: objetivos, fines y principios del sistema de educación superior, bajo estas normativas es como deben proceder las instituciones que ofertan este tipo de servicio y puede ser demandado por los individuos en una sociedad, al igual que dicha ley es de control y supervisión, donde se pondrá énfasis en la calidad de enseñanza y conocimientos.

Art. 1.- Ámbito.- Esta Ley regula el sistema de educación superior en el país, a los organismos e instituciones que lo integran; determina derechos, deberes y obligaciones de las personas naturales y jurídicas, y establece las respectivas sanciones por el incumplimiento de las disposiciones contenidas en la Constitución y la presente Ley.

Art. 2.- Objeto.- Esta Ley tiene como objeto definir sus principios, garantizar el derecho a la educación superior de calidad que propenda a la excelencia, al acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna.

Art. 4.- Fines desde la educación.- La educación superior de carácter humanista, cultural y científica constituye un derecho de las personas y un bien público social que, de conformidad con la constitución de la república, responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos.

También está controlada por la ley de (compañías, 1999 - 2013, págs. 16-25), ya que es una empresa que genera ingresos económicos y pertenece a Cía. Ltda. A continuación se detallan la sección en la que se explicada los artículos más importantes para la institución. En sección V que pertenece a la de compañías por responsabilidad limitada.

Los artículos asociados a la empresa en las disposiciones generales son:

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía

Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al

Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente.

En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. No. 113.

Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía se constituirá de conformidad con las disposiciones de la presente en la siguiente Sección.

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Art. 96.- El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

Art. 97.- Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

Artículos donde explica quiénes pueden asociarse

Art. 98.- Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

DEL CAPITAL

Art. 102.- El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías.

Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Art. 103.- Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación. Los certificados de depósito de tales aportes se protocolizarán con la escritura correspondiente. Constituida la compañía, el banco depositario pondrá los valores en cuenta a disposición de los administradores.

DERECHOS, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS

Art. 114.- El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones regales. No obstante cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

- a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto;
- b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;
- c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;
- d) A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;

e) A no ser obligados al aumento de su participación social.

DE LA ADMINISTRACION

Art. 116.- La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

Art. 120.- El o los socios que representen por lo menos el diez por ciento del capital social podrán ejercer ante el Superintendente de Compañías el derecho concedido en el Art. 213. Si el contrato social estableciese un consejo de vigilancia, éste podrá convocar a reuniones de junta general en ausencia o por omisión del gerente o administrador, y en caso de urgencia.

Art. 124.- Los administradores o gerentes estarán obligados a presentar el balance anual y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la propuesta de distribución de beneficios, en el plazo de sesenta días a contarse de la terminación del respectivo ejercicio económico, deberán también cuidar de que se lleve debidamente la contabilidad y correspondencia de la compañía y cumplir y hacer cumplir la Ley, el contrato social y las resoluciones de la junta general.

Art. 125.- Los administradores o gerentes, estarán obligados a proceder con la diligencia que exige una administración mercantil ordinaria y prudente.

DE LA FORMA DEL CONTRATO

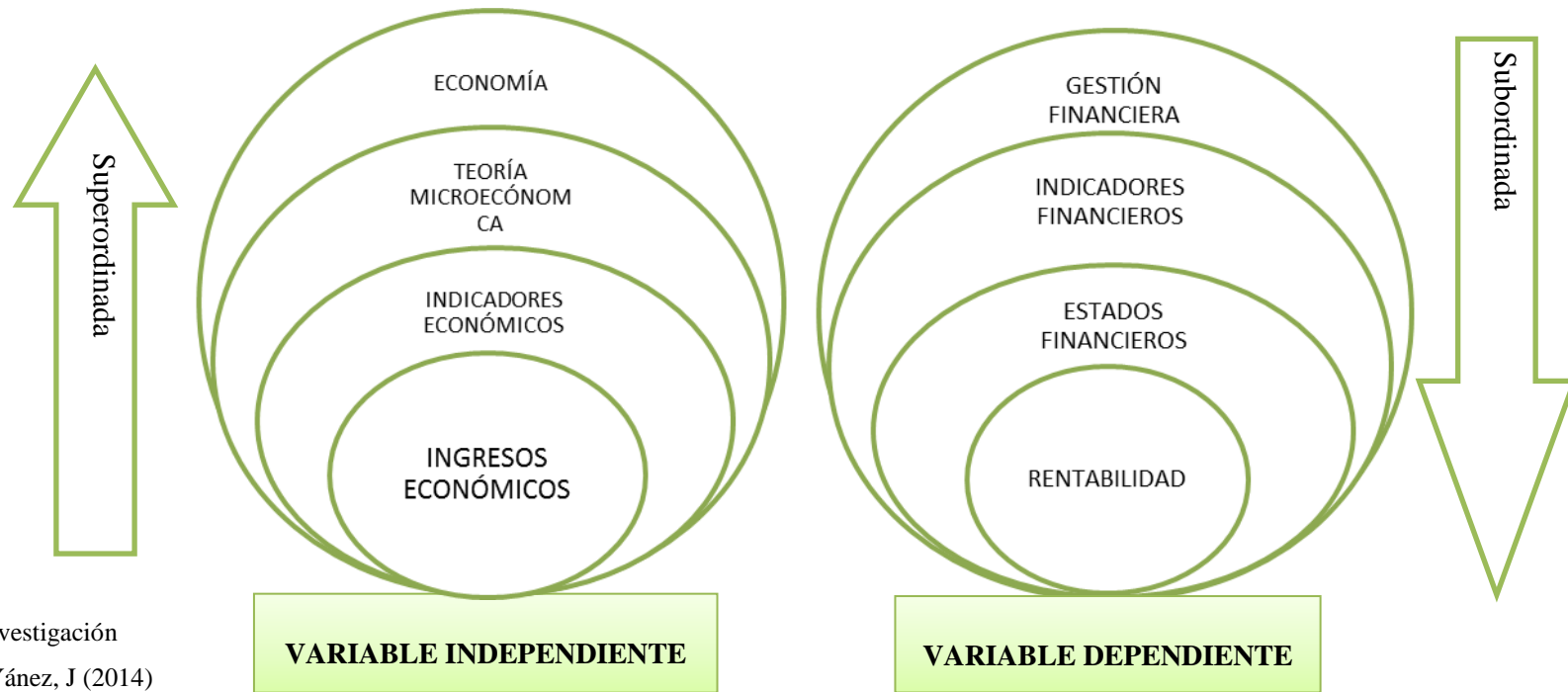
Art. 136.- La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil. El extracto de la escritura contendrá los datos señalados en los numerales 1, 2, 3, 4, 5 y 6 del Art. 137

2.4 CATEGORIAS FUNDAMENTALES

2.4.1 GRÁFICOS DE INCLUSIÓN E INTERRELACIÓN

2.4.1.2 Súper-ordinación y sub-ordinación conceptual

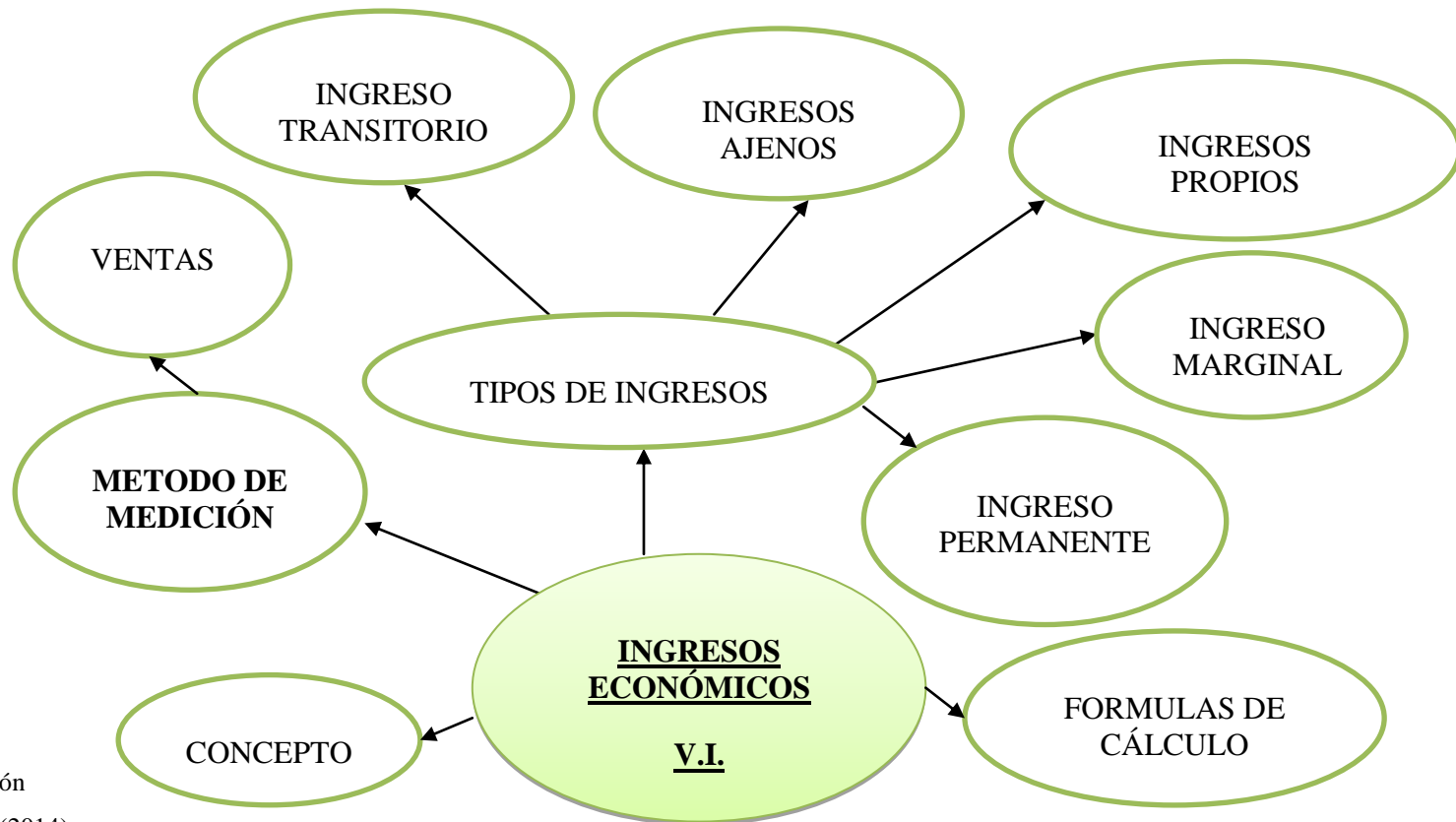
Gráfico 3: Superordinación y Subordinación



Fuente: De la Investigación
Elaborado por: Yáñez, J (2014)

2.4.1.3 Constelación de ideas para Profundizar en el Estudio de las Variables

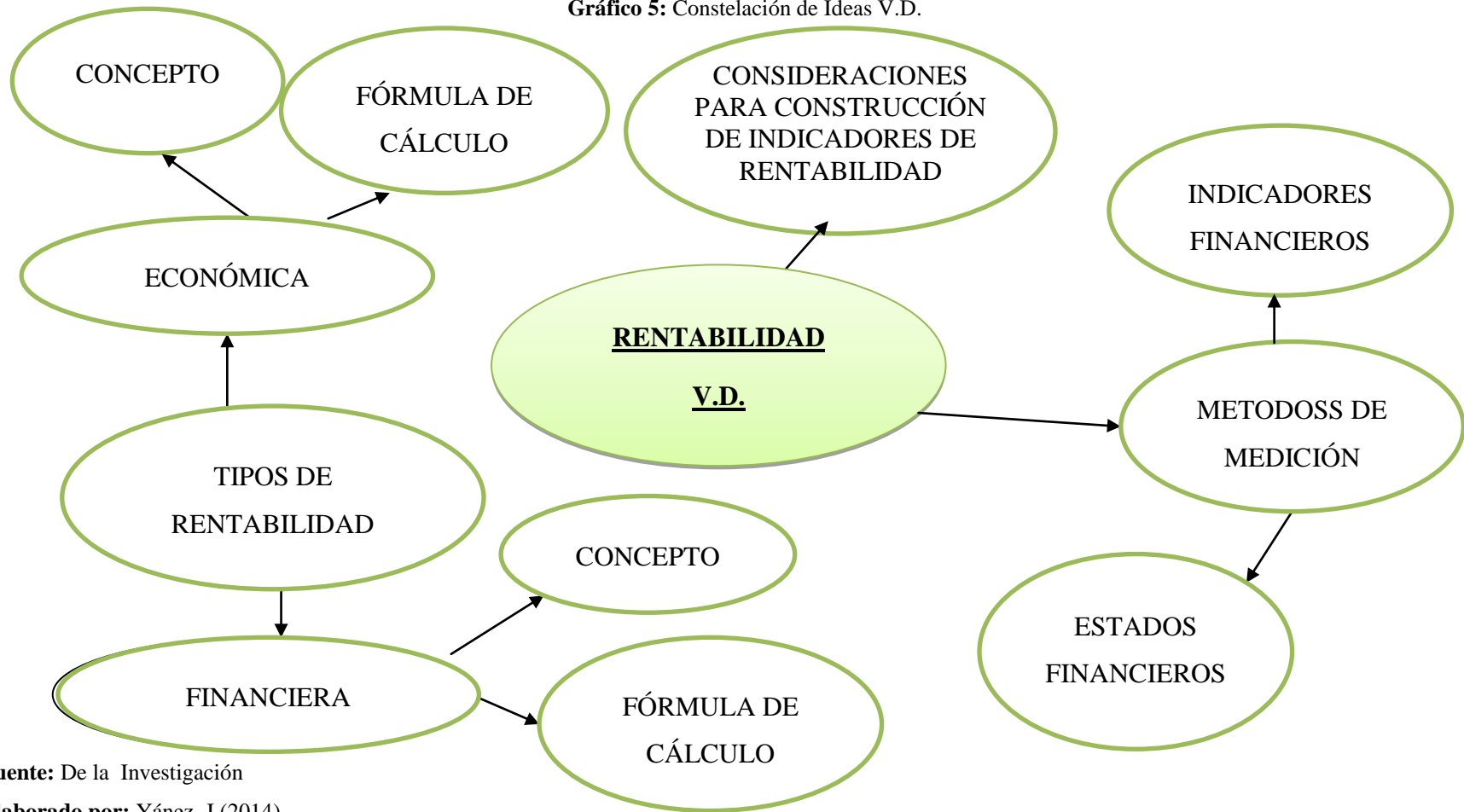
Gráfico 4: Constelación de Ideas V.I.



Fuente: De la Investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Gráfico 5: Constelación de Ideas V.D.



Fuente: De la Investigación

Elaborado por: Yánez, J (2014)

2.4.2 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

2.4.2.1 Economía

Según (Gómez & Portilla, 2012, pág. 2), conceptúan a la economía como:

La economía es la ciencia de la administración de los recursos escasos en una sociedad humana. Dentro de un marco de civilización dado, los seres humanos experimentan una serie de necesidades y deseos, tales como la alimentación, el vestido o la educación. Algunos de estos deseos son el resultado de necesidades especiales, que deben ser satisfechas para el mantenimiento de la vida; no obstante, la mayor parte de ellas son el producto de una sociedad civilizada.

Para (Pampillón, 2008, pág. 18), dice que la economía es:

Es la ciencia que estudia el modo en que la sociedad gestiona sus recursos escasos, susceptibles de usos alternativos. Busca lograr una asignación eficiente de dichos recursos entre sus empleos alternativos con el fin de lograr ciertos objetivos. Es por tanto, una ciencia y como tal aspira a formular, mediante un lenguaje propio, riguroso y apropiado, leyes por las cuales se rigen los fenómenos económicos. Como es una ciencia se caracteriza por el método científico, es decir, busca una sistemática que sea capaz de explicar fenómenos reales. La interpretación de los hechos económicos se realiza a través de teorías y modelos que son simplificaciones de la realidad. Las hipótesis en las que se basan dichos modelos deben ser susceptibles de ser contrastadas empíricamente por los hechos. Una teoría económica está vigente cuando no es refutada por los hechos.

La economía es la ciencia que estudia la administración de los recursos escasos y su distribución equitativa a los individuos de una sociedad. Como ciencia enfocada dentro de lo social la economía estudia los fenómenos económicos creando, aplicando o reformulando sus leyes o fórmulas, para entender de qué manera actúan las variables económicas de una sociedad.

2.4.2.2 Teoría Microeconómica

Según (Mayorga, 2009, pág. 332), expone la conceptualización sobre teoría microeconómica:

Término usado para hacer referencia a la parte de la economía que estudia el comportamiento de las unidades individuales – consumidores, las empresas, las industrias y sus interrelaciones. Y grupos y no los grandes agregados a nivel regional o nacional, cuyo estudio corresponde a la macroeconomía. El análisis microeconómico se centra normalmente en la teoría de la demanda del consumidor, en el estudio de la oferta, en la asignación de recursos a la escala de la empresa (teoría de producción) y en la teoría de los precios. Dicho análisis suele desarrollarse en tres etapas: en primer lugar, se supone que los productores y consumidores individuales actúan tomando como dados los precios de las mercancías que compran y venden, en tanto que las cantidades compradas y vendidas resultan las variables dependientes de ese nivel de precios; en el mercado concreto de un bien o servicio determinado constituye el núcleo de la segunda etapa, donde se estudia la formación del precio a partir de las compras y ventas de las mercancías como resultado de las acciones independientes de oferentes y demandantes; en la tercera etapa, la más general, se introducen las interrelaciones entre los diversos mercados del sistema y todos los precios se determinan simultáneamente.

Según (Pindyck & Rubinfeld, 2009, pág. 21), exponen sobre la teoría microeconómica como, “La microeconomía se ocupa de las decisiones que toman las unidades económicas: los consumidores, los trabajadores, los inversores, los propietarios de recursos y las empresas. También se ocupa de la interrelación de los consumidores y las empresas para formar mercados e industrias”.

Siguiendo en la misma línea de investigación de (Pindyck & Rubinfeld, 2009, pág. 21) conceptúan a la microeconomía como:

La microeconomía se ocupa de cuestiones positivas que tienen que ver con la explicación y la predicción de fenómenos. Pero también es importante para el análisis normativo, en el cual nos preguntamos qué decisiones son mejores para una empresa o para la sociedad en su conjunto. Los análisis normativos deben combinarse a menudo con juicios de valor personales, ya que

puede haber en juego cuestiones de equidad y justicia, así como de eficiencia económica.

Se puede conceptualizar a la Microeconomía como la disciplina de la economía cuyo objetivo es el estudio del comportamiento individual de los agentes económicos, principalmente las empresas y los consumidores.

2.4.2.3 Índices Económicos

Según (Sabino, 2010, pág. 183), conceptualiza a los índices económicos como:

Número que sirve para indicar el comportamiento de una o más variables relacionadas: se habla así del índice de precios al consumidor, cuando se calcula lo que vale una canasta de bienes y servicios en un momento dado con respecto a un año base en que se asume que su valor era 100; de índices bursátiles, que calculan el valor promedio de un conjunto de acciones determinado, y de otros índices económicos y financieros. Los índices o ratios financieros son iguales a los coeficientes que se calculan como relación entre diversos componentes de un estado financiero (activos, pasivos, capital, etc.), con la diferencia de que casi siempre se presentan como una relación porcentual.

El criterio resumido de (Pampillón, 2008, pág. 29), no dice que es el resultado de un estudio que muestra, una manera ordenada y comparativa, como la libertad económica los individuos goza, para poder realizar sus actividades, este es medido por el ingreso per cápita, que significa una mayor limitación a la actividad económica, mayor intervención de gobiernos, provocando un bajo nivel de vida a sus habitantes.

Se conceptúa a los índices económicos como un número que representa el resultado de variables o factores económicos de una sociedad, tales como: índices de precios, canasta básica, índices de inflación, entre otros.

2.4.2.4 Ventas

Para (Fischer & Espejo, 2006, pág. 476), conceptúan las ventas como:

La venta es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen algo

(productos, servicios u otros) en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen ésta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo.

Por ello, es imprescindible que todas las personas que están involucradas en actividades de mercadotecnia y en especial, de venta, conozcan la respuesta a una pregunta básica pero fundamental. Consideran que la venta es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen como; Toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio. Ambos autores señalan además, que es, En este punto (la venta), donde se hace efectivo el esfuerzo de las actividades anteriores (investigación de mercado, decisiones sobre el producto y decisiones de precio).

Según (Conde, 2012, pág. 7), define a las ventas como:

Toda venta personal sigue un proceso conformado por varias etapas denominado proceso de ventas que va desde la prospección o búsqueda de clientes, hasta la planeación de la visita de ventas, presentación de la venta, cierre de esta y la posterior relación de postventa. Estar cerca del cliente, en todo momento, es una máxima en la venta. Se debe continuar con el esfuerzo inicial después de haber cerrado la venta, y preocuparnos por cumplir con las expectativas de los clientes: aquellas que fueron creadas por medio de la comunicación y la presentación. Recordar que un cliente satisfecho es la garantía de la continuidad del negocio.

Para (Navarro, 2012, pág. 72), conceptúa a las ventas como; “El proceso de venta atraviesa por una serie de fases que tienen como punto de partida la localización y calificación del cliente, derivando en el cierre de la venta; sin embargo, no todo culmina con una compra, ya que un vendedor hábil buscará siempre dar servicio al cliente para que éste obtenga más valor por su dinero”.

La venta se conceptúa como la acción de ofertar de un producto y/o servicio a una sociedad o demandante para satisfacer sus gustos y necesidades a cambio de un valor monetario.

2.4.2.5 Ingresos Económicos

Según (Rodríguez & Ramón, 2009, pág. 43), dicen que el ingreso económico es, “Un ingreso es una recuperación voluntaria y deseada de activo, es decir, un incremento de los recursos económicos. Se derivan de las transacciones realizadas por la empresa con el mundo exterior que dan lugar a alteraciones positivas en el patrimonio neto de la misma”.

Según (Sabino, 2010, pág. 188), conceptúa a los ingresos económicos como:

Llámesese así a los ingresos que percibe el sector público, y que normalmente se consolidan en el presupuesto nacional, con los que se hace frente a los gastos del gobierno central y sus diferentes organismos. Los ingresos fiscales provienen, fundamentalmente, de los impuestos que se cobran a la población. Tales impuestos pueden ser recaudados por el gobierno central o por los gobiernos regionales y locales, correspondiéndoles a estos últimos una mayor o menor proporción de los mismos según lo estipule el ordenamiento legal vigente. Puede hablarse así, según los casos, de federalismo fiscal o de centralismo fiscal.

Según (Pampillón, 2008, pág. 30), define a los ingresos económicos como, “La cantidad total pagada por los compradores y recibida por los vendedores de un bien; se calcula multiplicando el precio del bien por la cantidad vendida de dicho bien”.

Los ingresos económicos es un sinónimo de la captación de dinero por la ejecución de la actividad económica a la que se dedique la empresa, persona, sector económico, entre otros. Ya sea por la oferta de productos o servicios, al igual que por donaciones, financiación propia o externa.

A.- Tipos de ingresos económicos

Ingresos propios

Para (Cayo, 2008, pág. 5) expone sobre los ingresos ordinarios como: “Entrada bruta de beneficios económicos (recibidos o por recibir), durante el período, en

tanto: (i) Surjan en el curso de actividad ordinaria, (ii) genere un aumento del patrimonio neto, (iii) no se relacione con las aportaciones de propietarios. No se incluye los importes recibidos por cuenta de terceros”.

Los ingresos ordinarios también llamados la entrada de beneficios económicos brutos fuera de pago de impuestos que aumente el patrimonio neto de una empresa en un período de tiempo.

Ingreso disponible

Según (Rodríguez C. , 2009, pág. 69), conceptúa al ingreso disponible como: “Ingreso remanente luego del pago de impuestos (Y – T)”.

Al ingreso disponible se lo puede definir también como ingreso neto que es el que nos queda después del pago de impuestos.

Ingreso marginal

Continuando en la línea investigativa de (Rodríguez C. , 2009, pág. 69), conceptúan al ingreso marginal como:

Variación del ingreso total al incrementarse la producción (más específicamente, al incrementarse en una unidad).

$$IMg = \Delta IT / \Delta Q$$

A partir de la ecuación de la función de demanda se puede derivar la función de ingreso marginal:

$$P = a - b \cdot Q$$

Dado que el ingreso total es P.Q (Precio por la cantidad vendida); multiplicando por Q

$$P \cdot Q = a \cdot Q - b \cdot Q^2$$

$$IT = a \cdot Q - b \cdot Q^2$$

Derivamos para obtener el ingreso marginal:

$$d(P \cdot Q)/dQ = a - 2b \cdot Q$$

Dado que $d(P.Q)/dQ$ es el ingreso marginal, resulta:

$$IMg = a - 2b \cdot Q$$

Lo que implica que el ingreso marginal tiene el doble de pendiente (2b) que la función de demanda (lineal).

El ingreso marginal es la variación del ingreso total afectado por el incremento de una unidad de producto, por la variación del precio que representa el aumento de productos o servicios a ofertar.

Ingreso permanente

Siguiendo en la misma línea de investigación de (Rodríguez C. , 2009, pág. 70) , conceptúa al ingreso permanente como, “Ingreso que persistirá en el futuro; se interpreta como duradero o consolidado”.

Los ingresos permanentes son aquellos que persistirán a largo plazo por la constante demanda de productos y/o servicios producidos por un ofertante.

Ingreso transitorio

Según (Rodríguez C. , 2009, pág. 70), dicen que los ingresos transitorios son, “Ingreso eventual, o que se estima no persistirá en el futuro”.

Se define al ingreso transitorio como aquel ingreso que se da en ciertas temporadas como navidad, inicio de clases, entre otros, o que son de una sola temporada como la producción de ciertos frutos.

Ingresos ajenos

Según (Cayo, 2008, pág. 6), dice que los ingresos ajenos son; “La financiación externa o ajena está constituida por los fondos que provienen del exterior de la empresa”. “La financiación ajena es aquella en la que el titular de los fondos prestados es ajeno a la empresa y por lo tanto hay que devolvérselos”.

B.- Sistema de medición

Para (Cayo, 2008, pág. 7), el sistema de medición de los ingresos lo conceptúa como:

Se utiliza el valor razonable de la contrapartida, recibida o por recibir, derivadas de los ingresos. En los casos de intercambio (permuta) de bienes o servicios por otros bienes o servicios similares, la transacción no se registra como ingresos ordinarios.

En los casos de venta de bienes o prestación de servicios recibiendo como contrapartida otros bienes o servicios de naturaleza diferente, la operación sí produce ingresos ordinarios.

El reconocimiento de la operación debe identificarse razonablemente (en especial en acuerdos que incluyen dar y hacer).

El sistema de medición de los ingresos se la puede definir como un proceso o método de medir los ingresos por una actividad económica, a través de facturación, estados financieros, estados de pérdidas y ganancias.

2.4.3 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

2.4.3.2 Gestión Financiera

Resumiendo (Moyolema, 2011, pág. 16), define a la gestión financiera como una área tradicional de la gestión, encontrada en cualquier organización, que constituye todas las áreas relacionadas con el logro.

La Gestión Financiera actualmente es el conjunto de acciones que sirve para la toma de decisiones, mediante análisis financieros.

2.4.3.3 Indicadores Financieros

Para (Mendiluce, 2001, pág. 162), conceptualiza el término Indicador como:

Cifra, generalmente porcentual, que señala el nivel alcanzado por una determinada magnitud y que se relaciona

comparativamente con algún valor anterior del mismo u otro fenómeno. Por ejemplo, el volumen del dinero circulante es uno de los indicadores utilizados en macroeconomía tanto para observar su propia evolución, como para relacionarlos con otros fenómenos económicos, como las tasas de interés.

Para (Martínez H. , s/f, pág. 1), llega al concepto de indicadores financieros como:

Las razones o indicadores financieros son el producto de establecer resultados numéricos basados en relacionar dos cifras o cuentas bien sea del Balance General y/o del Estado de Pérdidas y Ganancias. Los resultados así obtenidos por sí solos no tienen mayor significado; sólo cuando los relacionamos unos con otros y los comparamos con los de años anteriores o con los de empresas del mismo sector y a su vez el analista se preocupa por conocer a fondo la operación de la compañía, podemos obtener resultados más significativos y sacar conclusiones sobre la real situación financiera de una empresa. Adicionalmente, nos permiten calcular indicadores promedio de empresas del mismo sector, para emitir un diagnóstico financiero y determinar tendencias que nos son útiles en las proyecciones financieras.

Se define a los indicadores financieros como una cifra porcentual generalmente que mide aspectos financieros en una empresa o sociedad como la solvencia, rentabilidad, costos, liquidez entre otros, datos que son de mucha utilidad para el correcto funcionamiento de la empresa.

2.4.3.4 Estados Financieros

Según el informe de la (CONAC, 2009, pág. 3), llega a conceptuar a los estados financieros como:

El objetivo principal de los estados financieros, es suministrar información acerca de la situación financiera, los resultados de la gestión, los flujos de efectivos acontecidos y sobre el ejercicio de la ley de ingresos y del presupuesto de egresos.

A su vez, debe ser útil para que un amplio espectro de usuarios pueda disponer de la misma con contabilidad y oportunidad para tomar decisiones respecto a la asignación de recursos, su administración y control. Así mismo constituyen la base financiera para la evaluación del desempeño, la rendición de cuentas, la transparencia fiscal y la fiscalización externa de las cuentas públicas.

Para (Díaz, 2005, pág. 21), dice sobre los estados financieros que, “Los Estados Financieros, por consiguiente, son los documentos que muestran, cuantitativamente, ya sea total o parcialmente, el origen y la aplicación de los recursos empleados para realizar un negocio o cumplir determinado objetivo, el resultado obtenido en la empresa, su desarrollo y la situación financiera que guarda el negocio”.

Según (Frías, 2013, pág. 7), conceptúa a los estados financieros como, “Los Estados Financieros son los documentos que proporcionan informes periódicos a fechas determinadas, sobre el estado o desarrollo de la administración de una compañía, es decir, la información necesaria para la toma de decisiones en una empresa”.

Se define a los estados financieros como una herramienta que muestra información económica-financiera que sirve principalmente para una adecuada toma de decisiones en la empresa.

2.4.3.5 Rentabilidad

Según (Faga, 2006, pág. 12) Rentabilidad es sinónimo de ganancia, se trata de un objetivo válido para cualquier empresa, ya que a partir de la obtención de resultados positivos ella puede mirar con optimismo no solo su presente, que implica la supervivencia, sino también el futuro, es decir el desarrollo de la organización en el tiempo.

La rentabilidad es un concepto amplio que admite diversos enfoques y proyecciones, y actualmente existen diferentes perspectivas de lo que puede incluirse dentro de este término en relación con las empresas; se puede hablar así de rentabilidad desde el punto de vista económico o financiero, o también se puede hablar de rentabilidad social, incluyendo en este caso aspectos muy variados como pueden ser los aspectos culturales, medioambientales, etc., que vienen a configurar los efectos positivos o negativos que una empresa puede originar en su entorno social o natural.

Para (IE, s/f) conceptúa a la rentabilidad como:

En sentido lato, la noción de rentabilidad es sinónima a la de productividad, o a la de rendimiento. En todos los casos se trata

de un índice, de una relación tal como, por ejemplo, la relación entre un beneficio y un coste incurrido para obtenerlo, entre una utilidad y un gasto, o entre un resultado y un esfuerzo. La noción económica de productividad, como relación entre producción y factores de producción empleados, es de este mismo tipo.

Se puede definir a la rentabilidad como un porcentaje de renta obtenido en relación alguna otra magnitud, frecuentemente sobre el capital invertido. La rentabilidad es siempre un valor relativo en tanto que la renta es un valor absoluto.

A.- Tipos de rentabilidad

Rentabilidad económica

Para (Mendiluce, 2001, pág. 39) lo conceptúa a la rentabilidad económica o también llamada rentabilidad del capital propio como: “Conocida también con la denominación de rentabilidad económica. Es la proporción de la rentabilidad neta obtenida por una empresa en relación a los recursos financieros propios (suma del capital de la sociedad, más las utilidades no distribuidas y más las reservas y provisiones)”.

Según (Camaras.com, s/f) La rentabilidad económica o rendimiento es la relación entre el beneficio antes de intereses e impuestos y el activo total. Se toma el BALL para evaluar el beneficio generado por el activo independientemente de cómo se financia el mismo, y por tanto, sin tener en cuenta los gastos financieros. El estudio del rendimiento permite conocer la evolución y causas de la productividad del activo de la empresa.

Fórmula para rentabilidad económica

Para cuando Calculamos la rentabilidad económica, utilizando el beneficio económico como medida de beneficios y el Activo Total (o Pasivo Total) como medida de recursos utilizados:

$$RE = BE/AT$$

Dónde:

RE: Rentabilidad económica

BE: Beneficio económico

AT: Activo Total

A veces se utilizan los términos ingleses para referirnos a la rentabilidad económica: Return on Assets (ROA) o Return on Investments (ROI).

Rentabilidad financiera

Siguiendo en la misma línea investigativa del sitio web (Camaras.com, s/f), se conceptúa a la rentabilidad financiera como:

La rentabilidad financiera es el ratio más importante que mide el beneficio neto generado en relación a la inversión de los propietarios de la empresa. Sin duda salvo algunas excepciones, los propietarios de una empresa invierten en ella para obtener una rentabilidad suficiente. Por tanto este ratio permite medir la evolución del principal objetivo del inversor.

La rentabilidad financiera, se puede definir como el resultado conocido o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos, es por ello, un concepto de rentabilidad final que al contemplar la estructura financiera de la empresa “en el concepto de resultado y en el de inversión”, viene determinada tanto por los factores incluidos en la rentabilidad económica como por la estructura financiera consecuencia de las decisiones de financiación.

Fórmula para rentabilidad financiera

Calculamos la rentabilidad financiera utilizando el beneficio neto como medida de beneficios y los Fondos Propios como medida de los recursos financieros utilizados:

$$RF = BN/K$$

Dónde:

RF: Rentabilidad financiera

BN = Beneficio Neto

K = Fondos Propios = Capital + Reservas

También se le llama rentabilidad neta o rentabilidad de los fondos propios.

B.- Consideraciones para la construcción de indicadores de rentabilidad

Las consideraciones para la construcción de un indicador rentable tienen que basarse en varios aspectos, cada indicador debe arrojar datos de forma monetaria, relacionar variables económicas-financieras y considerarse dentro de un periodo de tiempo sea parcial o total.

C.- Indicadores financieros

Los indicadores financieros son cifras o índices que nos permiten medir datos monetarios que permita medir cual es el rendimiento de dichos datos en el funcionamiento financiero.

Indicadores de liquidez

Según (Zapata, 2005, pág. 328), "Miden la capacidad que tienen la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo."

Los indicadores de Liquidez muestran el grado con el que la empresa puede cubrir sus deudas con los activos disponibles o los que se pueden convertir en efectivo más rápido.

Indicadores de solvencia

Los indicadores de solvencia de la habilidad que tiene la empresa para cubrir sus compromisos inmediatos.

Indicadores de inversión

Los indicadores de toma de inversión ayudan a determinar si un proyecto es o no conveniente para el inversionista, permiten jerarquizar los proyectos en una cartera de inversión.

Indicador de gestión.

Se denomina indicador de gestión a la expresión cuantitativa del comportamiento y su desempeño dentro de un proceso, cuya magnitud pueda ser comparada con cualquier nivel de referencia, puede estar señalando a desviación sobre la cual se toman acciones correctivas o preventivas.

Los Indicadores de Gestión tienen como principal función medir el grado de rendimiento de una actividad, para su posterior aplicación de medidas en pos del beneficio colectivo de la organización.

Indicadores de cobranza y pago

Según (Briseño Ramírez, 2006, pág. 45), define a los indicadores de cobranza y pago como:

Las cuentas por cobrar constituyen tal vez uno de los activos más importantes de una empresa. Su misma naturaleza de representar las decisiones de concesión de crédito, la gran importancia que para la administración tiene su buen manejo y control en las decisiones financieras, como instrumento que contribuye a elevar el volumen de ventas y a la generación de fondos para el financiamiento de las operaciones corrientes de la empresa. Para todos los fines de la gerencia de crédito se deben considerar dos elementos básicos.

2.5 HIPÓTESIS

Los ingresos económicos inciden en la rentabilidad de la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA. campus Ambato.

2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

2.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

- Ingresos económicos.

2.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE

- Rentabilidad

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Según (Hessen, 2003, págs. 51-54), expone acerca del paradigma racionalista-positivista que:

Esta postura sostiene que es el pensamiento, la razón, la fuente principal del conocimiento humano. Para los racionalistas el conocimiento sólo merece este nombre cuando es lógicamente necesario y universalmente válido. Cuando juzgamos, a partir de la razón, que una cosa tiene que ser precisamente como es y no podría ser de otro modo, y que así es siempre y en todas partes, estamos entonces ante un verdadero conocimiento.

Evidentemente, una forma específica de conocimiento ha servido de modelo a la interpretación racionalista del conocimiento y son las matemáticas, puesto que trata de una forma de conocimiento fundamentalmente conceptual y deductivo. En especial en la geometría, todos los conocimientos se derivan de axiomas y conceptos supremos, de manera que el pensamiento se desarrolla con absoluta independencia de la experiencia, siguiendo sus propias leyes.

La investigación desarrollada se alinea con el paradigma positivista debido a que se desenvuelve en las ciencias sociales, donde se puede manipular las variables independientemente unas de otras, por lo que se buscan leyes, fórmulas, esquemas matemáticos y estadísticos, determinados para la verificación de hipótesis y análisis de resultados que arrojan la comprobación de hipótesis. Dando un análisis respectivo acerca de la investigación e implementación de posibles y oportunas soluciones a la problemática estudiada.

3.2 MODALIDADES BÁSICAS DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1 INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Según (Ortiz & otros, Metodología de la investigación: El proceso y sus técnicas, 2005, pág. 92) mencionan que:

El trabajo de campo asume las formas de la exploración y la observación del terreno, la encuesta, la observación participante y el experimento. La primera se caracteriza por el contacto directo con el objeto de estudio, del modo que trabajan el arqueólogo y el topógrafo. La encuesta consiste en el acopio de testimonios orales y escritos de personas vivas. La observación participante combina los procedimientos de las dos primeras. En ocasiones, el observador oculta su verdadera identidad para facilitar su inmersión en el fenómeno del estudio y la comunicación con los afectados.

El trabajo de campo se apoya en los documentos para la planeación del trabajo y la interpretación de la información recolectada por otros medios.

Se realizó la investigación de campo, para tener un contacto directo con los individuos a investigar y su problemática a resolver, teniendo en conocimiento el lugar de influencia para el estudio.

3.2.2 INVESTIGACIÓN BIBLIOGRAFICA

Siguiendo la misma línea de investigación de (Ortiz & otros, Metodología de la investigación: El proceso y sus técnicas, 2005, pág. 110), hay dos tipos de investigación documental como son:

Argumentativa (exploratoria). Este escrito trata de probar que algo es correcto o incorrecto, deseable o indeseable y que requiere solución. Discute consecuencias y soluciones alternas, y llega a una conclusión crítica después de evaluar los datos investigados. Una vez que el tema ha sido seleccionado, el siguiente paso básico es generar preguntas sobre el mismo que puedan guiar la recolección de información significativa al desarrollar la investigación. Existe también el requisito de que el investigador tome partido o determine una postura personal

sobre un asunto controvertido, que tratará de apoyar, o probar, con su escrito.

Informativa (expositiva). Este escrito es básicamente una panorámica acerca de la información relevante de diversas fuentes confiables sobre un tema específico, sin tratar de aprobar u objetar alguna idea o postura. Toda la información presentada se basa en lo que se ha encontrado en las fuentes. La contribución del estudiante radica en analizar y seleccionar de esta información aquello que es relevante para su investigación. Por último, el estudiante necesita organizar la información para cubrir todo el tema, sintetizar las ideas y después presentarlas en un reporte final que, a la vez, sea fluido y esté claramente escrito.

La investigación que se empleó, sirve para la recolección de información por medio de encuestas, entrevistas, o análisis, entre otras, para un mejor conocimiento y comportamiento de las variables a estudiar.

3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1 EXPLORATORIO

En concordancia con (Grajales, www.tgrajales.net, 2000, pág. 58), expone que:

Los estudios exploratorios nos permiten aproximarnos a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuyen con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular. Con el propósito de que estos estudios no se constituyan en pérdida de tiempo y recursos, es indispensable aproximarnos a ellos, con una adecuada revisión de la literatura. En pocas ocasiones constituyen un fin en sí mismos, establecen el tono para investigaciones posteriores y se caracterizan por ser más flexibles en su metodología, son más amplios y dispersos, implican un mayor riesgo y requieren de paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador. El estudio exploratorio se centra en descubrir.

El estudio es realizado a nivel experimental o explorativo, ya que este nos permite familiarizarnos con las variables de estudio, y tener conocimientos más profundos sobre dichas variables para basarse en el estudio exploratorio para centrarse en descubrir.

3.3.2 DESCRIPTIVO

De acuerdo con (Tamayo & Tamayo, 1999, pág. 44) explica acerca del tipo de investigación descriptivo y menciona que:

Se propone este tipo de investigación describir de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés.

Características:

Este tipo de estudio busca únicamente describir situaciones o acontecimientos; básicamente no está interesado en comprobar explicaciones, ni en probar determinadas hipótesis, ni en hacer predicciones. Con mucha frecuencia las descripciones se hacen por encuestas (estudios por encuestas), aunque éstas también pueden servir para probar hipótesis específicas y poner a prueba explicaciones.

Ejemplos de investigaciones descriptivas son los siguientes:

- ✓ Un censo de población.
- ✓ Determinar las preferencias de los habitantes de una ciudad por ciertos programas de televisión.
- ✓ Determinar algunas características de las escuelas públicas de un país.

Etapas de la investigación descriptiva

- ✓ Definir en términos claros y específicos qué características se desean describir.
- ✓ Expresar cómo van a ser realizadas las observaciones; cómo los sujetos (personas, escuelas, por ejemplo) van a ser seleccionados de modo que sean muestra adecuada de la población; qué técnicas para observación van a ser utilizadas (cuestionarios, entrevistas u otras) y si se

someterán a una pre-prueba antes de usarlas; cómo se entrenará a los recolectores de información.

✓

Recoger los datos e

Informar apropiadamente los resultados.

Se aplicó un nivel de tipo descriptivo el cual busca desarrollar una imagen o fiel representación del fenómeno estudiado a partir de sus características. Para el presente trabajo investigativo se mide las variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno bajo análisis.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 POBLACIÓN

Resumiendo Según (D'Angelo, s/f, pág. 2), “define a la población como Conjunto de individuos, objetos, elementos o fenómenos a ser estudiados.

La presente investigación se realizó a la empresa EDUCRECER CIA LTDA., de la ciudad de Ambato; por lo tanto, la población involucrada en el estudio lo conformaron el personal administrativo (Administrador y contador) y clientes existentes de la sucursal.

3.4.2 MUESTRA

Para (Izquierdo, 2002, pág. 133), al referirse a una muestra manifiesta, que “Es un subconjunto representativo de elementos de una población o universo”.

La muestra que se consideró para el presente trabajo es igual a la población; por lo tanto no se empleó ningún tipo de muestreo, se tomó en cuenta al personal administrativo (Administrador y Contador) y a 40 estudiantes que se encuentran matriculados actualmente, los elementos seleccionados fueron en forma individual y directa; todos los integrantes de la misma fueron encuestados.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Para (Herrera, Naranjo, & Medina, 2004, pág. 118) la operacionalización de variables de la hipótesis “es un procedimiento por el cual se pasa del plano abstracto de la investigación al plano operativo, traduciendo cada variable de la hipótesis a manifestaciones directamente observables y medibles, en el contexto en que se ubica el objeto de estudio, de manera que oriente la recolección de información”.

3.5.1 INGRESOS ECONÓMICOS (VARIABLE INDEPENDIENTE)

Tabla 1: Operacionalización de Variable Independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEMS	TÉCNICA / INSTRUMENTO
<p>Un ingreso es una recuperación voluntaria y deseada de activo a través de las ventas, es decir, un incremento de los recursos económicos. Se derivan de las transacciones realizadas por la empresa con los clientes que dan lugar a alteraciones positivas en el patrimonio neto de la misma.</p>	Ventas	Directa	¿La venta directa genera mayores ingresos económicos en la empresa?	<p>Técnica: Ficha Observación y Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario (ANEXO 1)</p>
		Indirecta	¿La venta indirecta será la más óptima para rendir mayor ingreso económico en la empresa?	
	Precios	Oferta	¿La oferta del servicio cubre la satisfacción del cliente?	
		Competencia	¿La empresa se estandariza con los servicios de la competencia?	
Cientes	Estudiantes	¿Qué tipo de clientes son los que demandan con mayor frecuencia los servicios que oferta la Empresa?		

Fuente: De la Investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

3.5.2 RENTABILIDAD (VARIABLE DEPENDIENTE)

Tabla 2: Operacionalización de Variable Dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA/ INSTRUMENTO
<p>Rentabilidad es la relación entre utilidades obtenidas y el capital invertido, detallado en los estados financieros. No solo se basa en la utilidad obtenida sino en la capacidad de los propietarios para obtener réditos Económicos.</p>	Rentabilidad sobre activos	Utilidad/ Activos	¿Cuál es el nivel obtenido anualmente de la rentabilidad de los activos de la empresa?	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>(ANEXO 2)</p>
	Rentabilidad sobre ventas	Utilidad/ Ventas	¿En qué nivel se encuentra las ventas anuales de su empresa?	
	Rentabilidad de las inversiones	Utilidad/ Inversiones	¿Cuál es la rentabilidad de inversión anual?	
	Rentabilidad total	(Rentabilidad económica + Rentabilidad financiera)	¿Cuál es el nivel de la rentabilidad anualmente?	

Fuente: De la Investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Comprende el conjunto de elementos y estrategias que se emplean durante el proceso de recolección de datos relevantes para la verificación de hipótesis de acuerdo con el enfoque escogido.

La lista de encuestas consta de tres partes: el primer bloque es de 10 preguntas para ingresos económicos, el segundo bloque es de 7 para rentabilidad económica y el tercer bloque es de 9 preguntas para rentabilidad financiera.

3.6.1. PLAN PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Este plan contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de investigación, de acuerdo con el enfoque escogido, considerando los siguientes elementos:

- Se investigó al personal administrativo (administrador y secretaria) y a 40 estudiantes pertenecientes a la empresa Educrecer Cia. Ltda. Campus Ambato.
- Se utilizará el instrumento del cuestionario y las técnicas de entrevista y encuesta.
- Se explica a continuación cómo se realiza el procedimiento de recolección de información.

Tabla 3: Técnica y Proceso de Investigación

TÉCNICA	PROCEDIMIENTO
Entrevista	-A través de la utilización de un cuestionario.
Cuestionario	-Se realizará la encuesta al personal administrativo (administrador y secretaria), y a 40 estudiantes pertenecientes a la empresa Educrecer Cia Ltda. Campus Ambato.

Fuente: De la investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

3.7 PLAN DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN

Metodológicamente para (Herrera, Naranjo, & Medina, 2004, págs. 174-178), la construcción de la información se opera en dos fases: plan para la recolección de la información y plan para el procesamiento de la información.

3.7.1 PLAN DE PROCESAMIENTO

Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente.

Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.

Se aplicará las tablas de datos conformadas con información de las preguntas del cuestionario para los bloques de Innovación, Productividad y Rentabilidad. Teniendo en cuenta el formato de tablas a explicar.

Tabla 4: Cuadro de Tabulación

PREGUNTA N° XYZ	
N° encuestados	Porcentaje %

Fuente: De la Investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Se optó por la utilización de gráficos en pastel, lineales, dispersión, en sus distintas representaciones. Como el siguiente:

Gráfico 6: Representación Gráfica de Datos Tabulados



Fuente: De la investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

3.7.2 PLAN DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Para el análisis de los resultados estadísticos, se destaca las tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo a los objetivos e hipótesis.

Para la interpretación de resultados, se lo realizó con el apoyo del marco teórico.

Se realizó un análisis de correlación y regresión lineal con datos tomados de la empresa.

El mecanismo a utilizado para comprobar la hipótesis es el método t student.

Establecimiento de conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Después de haber recogida la información necesaria para poder procesar, la misma que fue retroalimentada, bajo revisión y filtrado para el estudio de este proyecto, para el desarrollo de este capítulo se procede a desarrollar el análisis de la variable independiente y variable dependiente, las mismas que se plantearon para el estudio la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA. Sucursal Ambato.

El análisis de resultados es entrelazar los datos mediante efectos que arroja dicha a investigación.

Al levantar la información propuesta se dio paso al análisis e interpretación de resultados, dando a conocer como se da el comportamiento de las variables y sus causas; con una encuesta en cuanto a los Ingresos Económicos (VI), dirigida a 40 clientes las mismas que están conformadas por 10 preguntas y para Rentabilidad (VD), dirigida a Administrador y Contador por 16 preguntas.

Con la información de la fuente respectiva se obtendrá un margen porcentual, por los que se apoyará para relacionar dichas variables.

También se realizó un análisis de correlación y regresión lineal para ver el grado relación que existen entre la variable ingresos económicos y rentabilidad de la empresa.

4.1.1 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA

1. Bloque de preguntas para Ingresos Económicos ver información en anexo en anexo 1

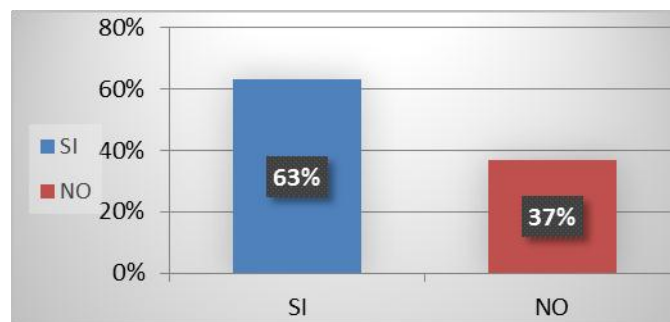
Tabla 5: Ingresos Económicos

NÚMERO	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	252	63%
2	No	148	37%
Total		400	100%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Gráfico 7: Ingresos Económicos



Fuente: Tabla 5

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Análisis

Los ingresos económicos de la sucursal están planteados por un bloque de preguntas aplicables a 40 clientes, de las preguntas propuestas el 63% de los encuestados mencionaron que si están de acuerdo, mientras que un 37% se encuentran descontentos.

Interpretación

Los ingresos económicos de la entidad dependen mucho del servicio que se esté ofertando, para poder mantenerse en el mercado competitivamente, con clientes

existentes y potenciales, siendo esta la clave para mejorar la situación económica actual de la empresa, teniendo en cuenta un plan de métodos a emplearse: visitas a colegios, tarjetas de presentación, publicidad en diarios locales, radio, tv, publicidad volante, financiación en el pago por matrículas, profesionales totalmente capacitados, para esto es necesario contar con un presupuesto rentable para solventar dichos gastos.

4.1.2 ENCUESTA DIRIGIDA A ADMINISTRADOR Y CONTADOR DE LA EMPRESA

✓

Bloque de preguntas

para Rentabilidad Económica ver información anexo 2

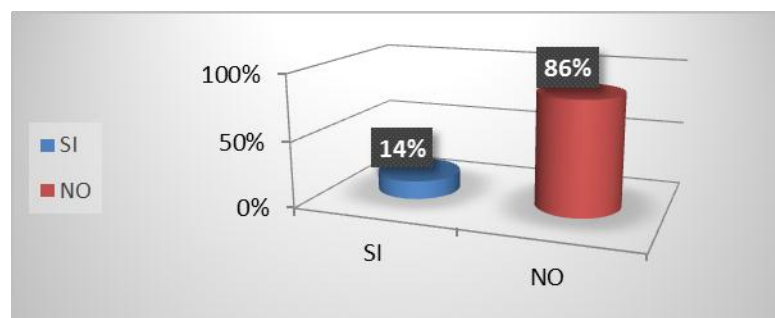
Tabla 6: Rentabilidad Económica

NÚMERO	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	4	14%
2	No	12	86%
Total		14	100%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Gráfico 8: Rentabilidad Económica



Fuente: Tabla 6

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Análisis

La rentabilidad económica de la empresa no es gestionada, controlada y evaluada, adecuadamente, el 86% de este factor tiene inconvenientes, mientras que apenas el 14% sabe que la rentabilidad económica es importante para la empresa.

Interpretación

La rentabilidad económica está conformada por la rentabilidad sobre inversiones y rentabilidad sobre ventas, esta no se encuentra en un rango aceptable ya que durante el año de estudio la rentabilidad es baja, debido a que no se lleva una gestión financiera-económica idónea.

✓

Bloque de preguntas
para Rentabilidad financiera ver información anexo 3

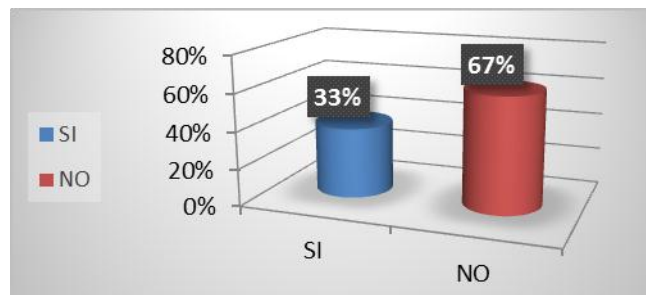
Tabla 7: Rentabilidad Financiera

NÚMERO	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	6	33%
2	No	12	67%
Total		18	100%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Gráfico 9: Rentabilidad Financiera



Fuente: Tabla 7

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Análisis

La rentabilidad financiera de la empresa se la gestiona inadecuadamente, por lo que el 67% en este factor es ineficiente, y el 33% representa la efectividad de administración de la sucursal.

Interpretación

La rentabilidad financiera está conformada por la rentabilidad sobre activos y rentabilidad sobre el patrimonio, estas dos rentabilidades parciales no se encuentran desempeñándose adecuadamente ocasionando que se dé pérdidas o una improductividad de los recursos financieros de la empresa.

4.2 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

La aplicación del análisis estadístico se calculó a través del estimador estadístico t student, por medio de la cual permitió establecer los valores observados y esperados, dando paso a la comprobación de frecuencias a partir de la hipótesis que se desea comprobar.

A continuación se presenta la verificación de la hipótesis planteada en esta investigación, con un análisis de correlación y regresión lineal, con la información documentada de la fuente interna de la empresa.

4.2.1 DESARROLLO

Hipótesis

Los ingresos económicos inciden en la rentabilidad de la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA. campus Ambato.

Variable independiente:

Ingresos económicos

Variable dependiente:

Rentabilidad

4.2.2 PROCESO DE VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Para fundamentar la investigación, si la hipótesis es confirmada o no, por un conjunto de datos, necesitamos aplicar el siguiente procedimiento estadístico.

1.-Planteamiento de la hipótesis

Modelo Lógico

H₀: Los ingresos económicos no inciden en la rentabilidad de la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA. campus Ambato.

H₁: Los ingresos económicos si inciden en la rentabilidad de la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA. campus Ambato.

2.-Nivel de confianza

Se realizó el análisis de la comprobación de la hipótesis con una probabilidad de confianza del 95%, obtenido un nivel de significancia del 5% como margen de error.

$\alpha = 0,05$

3.- Modelo Estadístico

En esta investigación se realizó un análisis de correlación lineal entre las dos variables de estudio con la aplicación de la siguiente ecuación.

$$r = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{(n(\Sigma X^2) - (\Sigma x)^2)(n(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2)}}$$

Además se determinara la ecuación de regresión con la siguiente ecuación.

$$y = a + bx$$

Donde las ecuaciones para a y b son:

$$a = \left(\frac{\sum y}{n}\right) - b(\sum x/n) \quad b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

El modelo estadístico por el número de datos en esta investigación se aplicó T Student.

Ecuación:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

4.- Regla de Decisión

Prueba te de t student aplicando el coeficiente de correlación el grado de libertad es:

$$gl = n-2$$

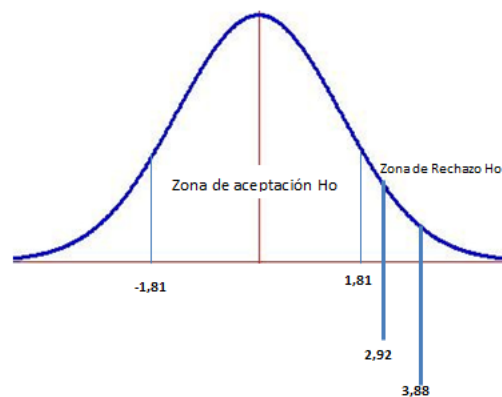
$$gl = 4-2$$

$$gl = 2$$

Si a un nivel de confianza del 95% con un α de 0,05 que es igual a $\pm 1,96$ como,

t_c es 2.92, por lo tanto la regla de decisión es aceptar H_0 si t_c es $< t_t$.

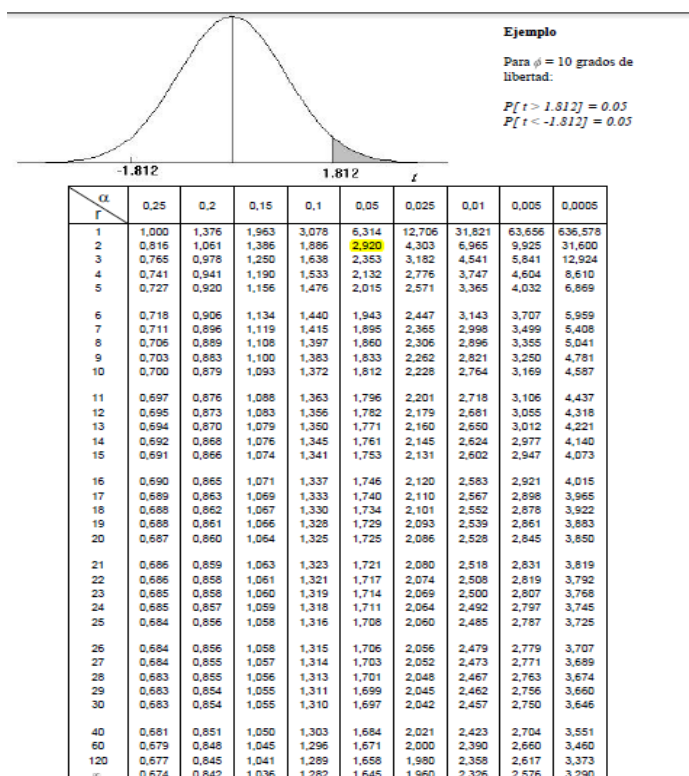
Gráfico 10: Campana de Gauss



Fuente: Verificación de la hipótesis

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Gráfico 11: Tabla de Distribución Normal



Fuente: La investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

5.- Cálculo del modelo estadístico y toma de decisión.

a.- Cálculo de t student

Para calcular la t de student en esta investigación se elaboró una tabla con información documentada tomada de la empresa, luego se procede a elaborar un análisis de correlación y regresión lineal para la variable dependiente ingresos económicos y la variable independiente rentabilidad.

Ver información detallada de los valores para las variables de estudio, tomadas del balance general y estado de resultados del año 2014, anexo 3 y 4.

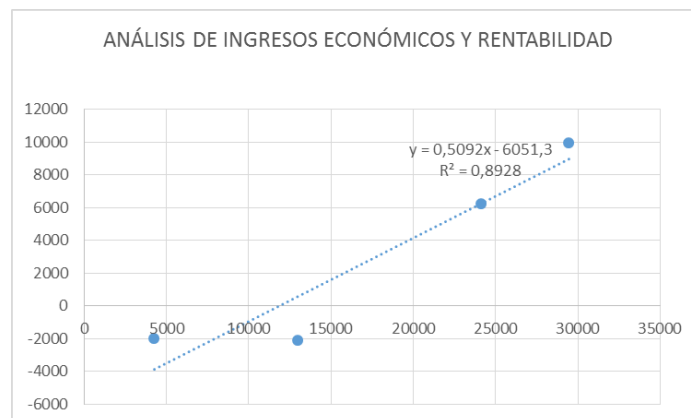
Tabla 8: Datos para el Cálculo de Corrección

Ingresos Económicos	Porcentaje	Rentabilidad			
X	%	Y	XY	X ²	y ²
29468,86	0,78	9905,8674	291914620	868413710	98126208,9
4250	-0,16	-2031,9728	-8635884,4	18062500	4128913,46
24147,5	0,49	6222,9167	150267881	583101756	38724692,3
13002,5	-0,17	-2158,9711	-28072021,7	169065006	4661156,21
70868,86		11937,8402	405474594	1638642972	145640971
Utilidad Neta	2980,84				
Utilidad por Cobrar	9718,99				
Total	12699,83				

Fuente: Información Interna documentada

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Gráfico 12: Análisis de Correlación y Regresión Lineal



Fuente: Información Interna documentada

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Calculo del análisis de correlación lineal.

La correlación entre dos variables busca determinar el grado de relación que existe entre ellas. Para determinar esta relación se procede al desarrollo con la siguiente ecuación.

$$r = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{(n(\Sigma X^2) - (\Sigma x)^2)(n(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2)}}$$

$$r = \frac{775877252.1}{821119444}$$

$$r = 0.90$$

Análisis: El coeficiente de correlación es un número que varía entre +1 y -1. Su magnitud indica el grado de relación entre las variables, si es 0 no existe correlación, en este caso tenemos un coeficiente de 0.90, lo que nos refleja una alta relación entre variables.

Cálculo del análisis de regresión

La regresión lineal es una técnica empleada para desarrollar una ecuación que permita expresar la relación entre dos variables. Es decir, permite pronosticar o predecir el valor de una variable en función de los valores dados de la otra:

Desarrollo de ecuaciones:

$$b = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$b = \frac{775877252.1}{1532176571}$$

$$b = 0.51$$

$$a = \left(\frac{\Sigma y}{n}\right) - b \left(\frac{\Sigma x}{n}\right)$$

$$a = 2984.46 - 0.51 (17717.21)$$

$$a = -6051.32$$

Dónde: $y = a + bx$

$$y = 0,51 * x - 6051.32$$

Cálculo del estimador estadístico t student

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0.94\sqrt{4-2}}{\sqrt{1-0.94^2}}$$

$$t = 3.88$$

5.-Decisión y Conclusión

Decisión

Como (t_c) calculado está en la zona de rechazo de (H_0) o Hipótesis nula, entonces se acepta (H_1) o Hipótesis alternativa.

Conclusión

El valor de t_c es mayor a lo establecido en la regla de decisión, por lo tanto se ubica en la zona de rechazo, lo que quiere decir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, llegando a la conclusión que los ingresos económicos inciden en la rentabilidad de la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA. campus Ambato.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Luego de haber realizado la investigación titulada “los ingresos económicos y la rentabilidad de la empresa Educrecer cía. Ltda. campus Ambato en el período 2014”, se ha llegado a las siguiente conclusiones:

Respecto al objetivo específico 1 que dice “Analizar los ingresos económicos de la empresa Educrecer Cía. Ltda. campus Ambato”.

- ✓ Se concluye que la empresa registra ingresos económicos relativamente bajos debido a que no cuentan con un sistema adecuado de organización, control y evaluación interna, las metas y objetivos estratégicos no se cumplen a cabalidad, provocando así un declive de clientes.

Respecto al objetivo específico 2 se va “Evaluar la rentabilidad de la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA. campus Ambato.”

- Se llega a la conclusión que incurren bajos niveles de rentabilidad, causados por una inadecuada administración, está es afectada directamente al no saber qué área necesita ser evaluada y controlada por los propietarios, y no se puede obtener niveles de retos esperados del capital invertido. Los niveles de rentabilidad de la empresa registrados por las actividades económicas realizadas, no son lo suficientemente aceptables, y no es factible mantenerse posicionado en el mercado, hay una clara desventaja frente a la competencia.

Respecto al objetivo específico 3 donde se “Proponer una herramienta económico-administrativa que permita incrementar los ingresos económicos y su rentabilidad en la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA. campus Ambato”.

- Después de analizar el problema se concluye que actualmente la sucursal Ambato no cuenta con una guía o planificación estratégica adecuada u oportuna de cómo debería desempeñarse en el ámbito interno, para alcanzar y cumplir con eficiencia y eficacia, el funcionamiento normal de la empresa.

5.2 RECOMENDACIONES

- Para poder obtener mayores ingresos económicos en la empresa, se debería realizar un

análisis periódico financiero que permita evaluar los ingresos económicos y dar cumplimiento a metas y objetivos estratégicos planteados.

- Contar con un sistema de indicadores económicos y financieros para medir la rentabilidad de la empresa, que permita tomar decisiones adecuadas y oportunas, frente a las desventajas y amenazas de la empresa en el ámbito interno y externo.
- Se recomienda una planificación estratégica y una evaluación a través del cuadro e mano integral, en la empresa para mejorar su desenvolvimiento en el sector económico, donde se pueda profundizar un análisis de fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que tiene la misma. Se deberá plantear objetivos estratégicos, modelos operativos, entre otros, dando apertura oportuna para mejorar los ingresos económicos y obtener niveles de rentabilidad satisfactorios para los administradores, propietarios y socios de la empresa.

CAPÍTULO VI

LA PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS

6.1.1 TÍTULO

“Aplicación de Modelo de Planificación Estratégica para incrementar los ingresos económicos en la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA” sucursal Ambato.

6.1.2 INSTITUCIÓN EJECUTORA

Empresa EDUCRECER CÍA. LTDA. sucursal Ambato.

6.1.3 BENEFICIARIOS:

✓	Directivos
✓	Personal
administrativo	
✓	Personal docente
✓	Estudiantes

6.1.4 UBICACIÓN

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Dirección: Calle Juan León Mera 06-48 entre Juan B. Vela y Cevallos

6.1.5 TIEMPO ESTIMADO PARA LA EJECUCIÓN:

Fecha Inicio: Enero 2015

Fecha Final: Abril 2015

6.1.6 EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE

Tabla 9: Equipo Técnico Responsables de la Ejecución de la Propuesta

RESPONSABLE	CARGO
Gerente General	Ing. Marjorie Vargas
Administrador Sucursal	Ing. Angélica Tirado
Contador Sucursal	Jenny Yánez
Investigadora	Jenny Yánez

Fuente: Educrecer Cía. Ltda.

Elaborado por: Yánez, J (2014)

6.1.7 COSTO

Para la ejecución de la propuesta empleó una inversión de \$ 1220,00

Tabla 10: Inversión de Ejecución de la Propuesta

COSTO		
N.-	RUBRO	VALOR
1	Suministros de oficina	800
2	Foto copias	80
3	Internet	160
4	Impresiones	80
5	Anillados	50
6	Imprevistos 10%	50
TOTAL		1220

Fuente: Jenny Yánez

Elaborado por: Yánez, J (2014)

6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

La investigación realizada ha permitido comprobar que en la empresa EDUCRECER CÍA. LTDA. sucursal Ambato se dan falencias en la administración, implicando actividades de planeación, organización, ejecución, dirección y control, lo que no ha permitido que la institución crezca a corto y largo plazo de forma constante, generada por un limitado ingreso económico a la sucursal, restringiendo de esa forma la actividad económica.

El desconocimiento de una adecuada planificación estratégica por parte del personal administrativo de la sucursal, conlleva a un inadecuado manejo de los recursos económicos de la institución, por lo tanto la institución va provocando una desmotivación en mejoras o cambios positivos, debido en gran parte a que no se da una administración autónoma en la sucursal.

Al no tener una planificación estratégica adecuada y autónoma, afecta directamente a la utilidad y rentabilidad de la misma, lo que se pudo comprobar al aplicar la ficha de observación y encuesta a los individuos de estudio, permitiendo obtener resultados que respaldan lo mencionado anteriormente. A su vez, esto provoca que la sucursal no cumpla con los objetivos planteados a largo y corto plazo, provocando la salida de las actividades por parte del personal, lo cual es motivo de quejas e inconvenientes con los clientes ocasionando también la pérdida de ingresos económicos que afecta directa e indirectamente a varios aspectos de la sucursal y por ende al prestigio de la misma que se convierte directamente en competitividad local y regional.

6.3 JUSTIFICACIÓN

Vivimos en un contexto sumamente cambiante, debido a la globalización del área tecnológica, de conocimientos, comunicación, investigación, entre otras. Es por eso que se cree conveniente aplicar una planificación estratégica que nos permita de esta manera lograr ser altamente productivos, competitivos, innovadores, rentables y eficientes, para de esa forma reducir costos, tiempo ocio de los empleados y aumentar las ganancias.

La empresa Educrecer Cía. Ltda. sucursal Ambato se encuentra en una evidente desventaja frente a la competencia, ya que no conoce bien el mercado en el cual se desenvuelve, sin tener una idea clara de qué área interna de la sucursal debe ejecutar un manejo óptimo para poder ser más productiva lo que generaría mayores ingresos económicos y por ende ser más rentable.

Por lo tanto, la empresa Educrecer Cía. Ltda., requiere de una planificación estratégica para la toma de decisiones oportunas que permitan un buen desempeño y desarrollo personal y profesional.

Cabe indicar, que el desarrollo de la presente propuesta es una medida de solución al problema, ya que responde a las necesidades de la empresa, una planificación estratégica que direcciona a lograr reducir costos y gastos, de igual manera a reducir pérdidas materiales y económicas, logrando con ello que la empresa sea más eficiente y pueda establecerse competitivamente en el mercado, marcando un estándar para el sector, teniendo así más capacidad para crecer y brindar un mejor servicio con calidad y responsabilidad para los clientes internos y externos.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un modelo de planificación estratégica para la empresa Educrecer Cía. Ltda. Sucursal Ambato que permita aumentar y optimizar los ingresos económicos.

6.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Evaluar la situación económica actual de la sucursal mediante un análisis financiero, para identificar sus ventajas y desventajas.
2. Elaborar una planificación estratégica la cual permita mejorar la calidad de trabajo y servicios a ofertar.
3. Evaluar la planificación estratégica a través del cuadro de mano integral en la empresa Educrecer Cía. Ltda.

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Con la presente propuesta se desea contribuir a mejorar la situación económica actual de la empresa Educrecer Cía. Ltda., a fin que la misma tenga una administración eficaz y su rentabilidad sea relativamente aceptable.

6.5.1 FACTIBILIDAD ORGANIZACIONAL

La empresa Educrecer Cía. Ltda., cuenta con la coordinación y participación del personal administrativo, beneficiarios directos de la investigación, y docentes lo que permitirá el desarrollo eficiente de la propuesta planteada anteriormente.

6.5.2 FACTIBILIDAD SOCIO - CULTURAL

La propuesta es factible desde el punto de vista socio – cultural, si la empresa Educrecer Cía. Ltda., cuenta con ingresos económicos considerables, podrá desenvolverse mejor en el mercado local, con personal capacitado para ofertar un servicio de mejor calidad.

6.5.3 FACTIBILIDAD TECNOLÓGICA

Desde el punto de vista tecnológico, es factible la realización de la propuesta ya que se dispone de equipos de calidad y tecnología de punta e internet para que el docente pueda capacitar de forma más práctica a los estudiantes. 5 Factibilidad Económica – Financiera

Como se determinó a través del estudio investigativo se necesita un capital para cubrir los gastos de inversión y ejecución de la planificación estratégica, para la aplicación se cuenta con el aporte económico de los directivos de la empresa, con el fin de mejorar la calidad de sus actividades y que a su vez se vea reflejada su rentabilidad.

6.5.4. FACTIBILIDAD LEGAL

La propuesta se podrá realizar en éste ámbito, ya que la empresa Educrecer Cía. Ltda., en la actualidad cumple con todas las disposiciones impuestas por el Ministerio de Educación y en el Reglamento General a La Ley Orgánica de Educación Superior en el año 2008.

6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA-TEÓRICA

6.6.1 ANÁLISIS FINANCIERO

El análisis financiero está compuesto por técnicas y herramientas que nos permite diagnosticar la situación actual de la empresa con el fin de tomar las mejores decisiones.

Los objetivos fundamentales del análisis financiero es conocer la situación financiera de la empresa, los resultados de las operaciones y los cambios en su situación financiera, a fin de predecir su evolución en el futuro.

Las herramientas y técnicas de análisis de dicha investigación son:

- Análisis horizontal
- Análisis vertical

6.6.1.2 Análisis Horizontal

Este nos permite identificar la composición y estructura de los estados contables, para poder determinar la participación de cada cuenta en el estado financiero. Con referencia sobre el total de activo, pasivos y patrimonio para el balance general y sobre el total de ventas para el estado de resultado.

Para determinar la variación relativa (en números) sería $P2-P1$. Ejemplo: En el año 1 se tenía un activo de 200 y en el año 2 el activo fue de 250, entonces tenemos $250 - 200 = 50$, es decir que el activo se incrementó o tuvo una variación positiva de 50 en el periodo analizado.

Para determinar la variación relativa (en porcentaje) de un periodo respecto a otro, se debe aplicar una regla de tres. En el año 1 se tenía un activo de 200 y en el año 2 el activo fue de 250. La fórmula sería $((P2/P1)-1)*100$, entonces esto es igual a; $((250/200)-1)*100 = 25\%$. Quiere decir que el activo obtuvo un crecimiento del 25% en relación al periodo anterior.

6.6.1.3 Análisis Vertical

Análisis vertical nos permite determinar el comportamiento interna de la empresa en un periodo si ha sido bueno, regular o malo.

Análisis vertical es determinar que tanto representa cada cuenta del activo dentro del total del activo, se debe dividir la cuenta que se quiere determinar, por el total del activo y luego se procede a multiplicar por 100. Si el total del activo es de 100 y el disponible es de 30, entonces tenemos $(20/100)*100 = 20\%$, es decir que el disponible es el 20% del total de los activos. El mismo procedimiento se aplica en el caso del pasivo y patrimonio y en el estado de resultado

6.6.1.4 Indicadores Financieros

Los indicadores son utilizados para mostrar las relaciones que existen entre las diferentes cuentas obtenidas de los estados financieros; desde el punto de vista del inversionista, esta será la predicción del futuro para la empresa, mientras que para la administración del negocio, es útil como una forma de anticipar las condiciones futuras y, como punto de partida para la planeación de aquellas operaciones de futuro de eventos.

Para esta investigación se analizara solo el indicador de rentabilidad para medir la situación actual de la empresa.

6.6.1.5 Indicadores de Rentabilidad

Sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa, controla los costos y gastos, es así como ayuda a convertir las ventas en utilidades.

A continuación el estudio de cada indicador de rentabilidad:

Margen Bruto: Nos permite conocer la rentabilidad de ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de impuestos.

$$\text{Margen bruto} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}} * 100$$

Rentabilidad Sobre Ventas: muestra la utilidad de la empresa por cada unidad de venta.

$$\text{Rentabilidad Sobre Venta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} * 100$$

Rentabilidad Económica (ROA): es una medida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia para financiación de los mismos.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Activo Total}} * 100$$

Rentabilidad Financiera (ROE): se puede definir como el resultado conocido o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} * 100$$

6.6.2 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Se define planificar como un conjunto de proceso, sistemas y pasos a seguir para alcanzar un conjunto de objetivos ya sea a corto o largo plazo, siendo una guía técnica de cómo actuar.

La planeación estratégica es una herramienta de diagnóstico, análisis, retroalimentación y de toma de decisiones colectivas, en cuanto a las actividades que se realizan en la institución, siendo la planificación estratégica una guía integral de cómo, cuándo, con que, quien, donde se actuara para alcanzar un

objetivo parcial o total y específico o general, con la ayuda de estrategias y políticas organizacionales que permita crecer y desarrollarse interna y externamente en el sector económico de participación.

Por lo tanto la planificación estratégica es una guía detallada e integral de cómo se debe proceder para alcanzar los objetivos planteados en la empresa.

6.6.2.1 PROCESO DE PLANIFICACION ESTRATÉGICA

Para desarrollo del proceso de planificación estratégica es primordial seguir las siguientes recomendaciones:

1. Establecimientos de objetivos.
2. Estrategia de planeación.
3. Establecimiento de metas.
4. Desarrollar la filosofía de la compañía.
5. Establecer políticas.
6. Planear la estructura de la organización.
7. Proporcionar información controlada.
8. Motivar al personal.

6.6.2.3 ANÁLISIS DE LA MATRIZ FODA

La Matriz FODA es una parte importante de la planificación estratégica que no se debe omitir, ya que en esta herramienta de planificación vemos cual es la realidad interna y externa de la organización.

FODA es una sigla que resume cuatro conceptos: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Que se toma en cuenta dos aspectos como:

- Si son internos o externos a la organización.
- Si son convenientes o inconvenientes para la organización.

Se define al análisis FODA como:

Fortalezas: Son las características y capacidades internas de la empresa que le permite desarrollarse con éxito y lo que le distingue de la competencia.

Debilidades: Son las características y falencias internas, que influyen las pérdidas de recursos en la institución.

Oportunidades: Son factores externos a la empresa que le permiten tener ventajas frente a la competencia.

Amenazas: Son aquellos factores externos negativos que no le permiten a la empresa desenvolverse adecuadamente en el mercado local.

La utilidad del FODA radica en diseñar las estrategias para utilizar las fortalezas en forma tal que la organización pueda aprovechar las oportunidades, enfrentar las amenazas y superar las debilidades. De un buen análisis FODA surge toda una gama de planes de acción estratégicos y proyectos para lograr el éxito.

6.6.2.4 IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS

Las estrategias son las formas, técnicas o métodos que se adoptara para conseguir los objetivos o metas planteados para alcanzar la mejora de la empresa.

La estrategia se le conoce como un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un fin; es el plan a ejecutarse por el gerente de la empresa para alcanzar sus metas y objetivos, la idea de futuro que tiene, a donde quiere llegar con su empresa y de qué manera lo va a conseguir.

Objetivos de las estrategias

A la hora de definir la estrategia de una empresa, tenemos que fijar una serie de objetivos o metas que deseamos alcanzar. Ante todo, debemos buscar el crecimiento requerido y rentable para nuestra empresa.

Los principios para alcanzar estos objetivos son:

Diversificar el riesgo: crear diferentes alternativas, no poner todo el esfuerzo en una única opción. Al disponer de más alternativas, tendremos más posibilidades de triunfar.

Avanzar poco a poco: plantear objetivos de crecimiento no excesivamente ambiciosos y en todas las áreas.

Analizar el entorno: la empresa tiene que identificar el entorno en el que va a trabajar y conocer tanto sus limitaciones como las alternativas.

Buscar la mejora continua: clave para retener más clientes, ganar cuota de mercado y penetrar en nuevos mercados.

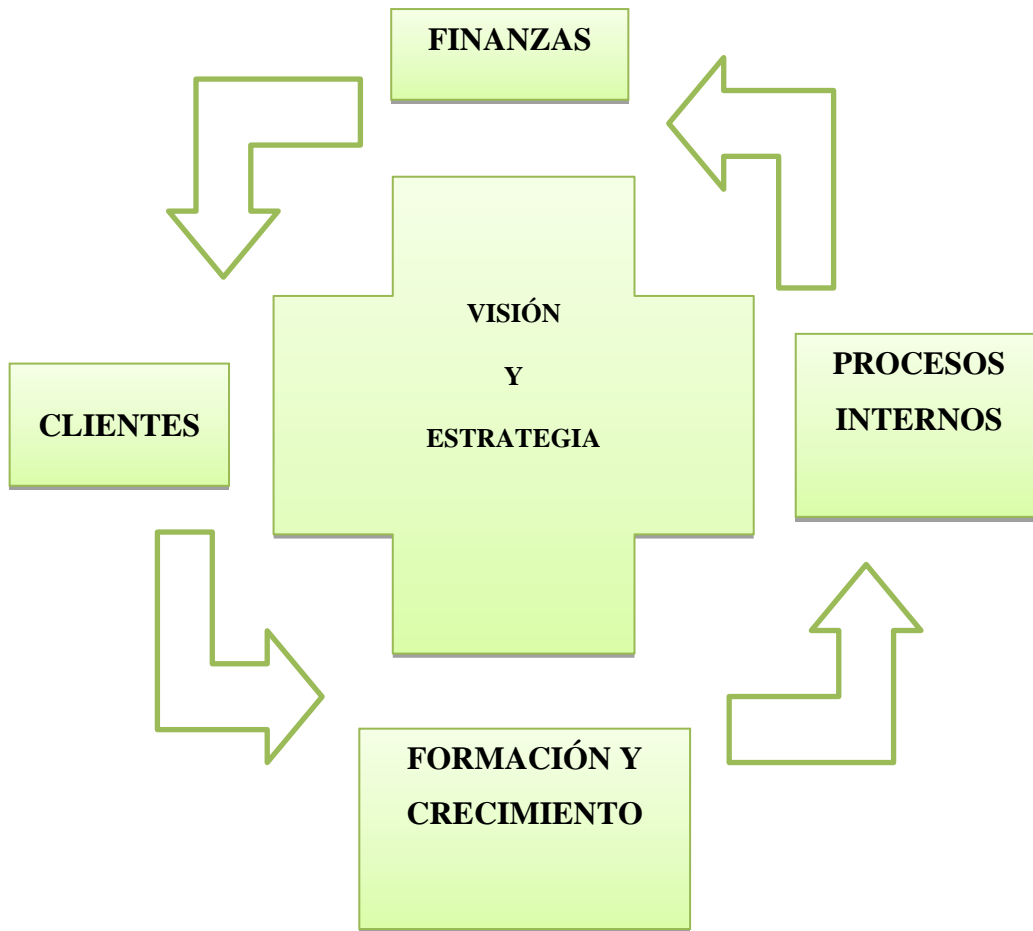
Gestionar para crecer: las empresas tienen que crecer; si se estancan, corren el riesgo de desaparecer.

6.6.2.4 SISTEMA DE CONTROL ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

Se dará seguimiento y control del desempeño de la empresa con la utilización de la herramienta administrativa Cuadro de mando integral o Balanced Score Card (BSC).

El Balanced Score Card es una metodología de trabajo que ayuda a las organizaciones a traducir la estrategia en términos de mediciones, de modo que impulse el comportamiento y el desempeño de las personas hacia el logro de los objetivos estratégicos.

Gráfico 13: Perspectivas del BSC



Fuente: La Investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

PERSPECTIVA FINANCIERA

Los objetivos financieros son necesarios e indiscutibles en cualquier actividad económica, los indicadores financieros se basan en la contabilidad de la empresa mostrando el pasado de la misma.

PERSPECTIVA DEL CLIENTE

En esta perspectiva se mide la relación que existe con el cliente y sus expectativas sobre el negocio para poder alcanzar el desempeño financiero de la empresa.

PERSPECTIVA DE PROCESOS INTERNOS

Se refiere a los procesos de negocios internos, su adecuación para la obtención de la satisfacción del cliente y consecuentemente alcanzar el logro con niveles financieros satisfactorios.

PERSPECTIVA DEL DESARROLLO DE LAS PERSONAS Y EL APRENDIZAJE

Esta se refiere a la capacitación laboral y el desarrollo de la cultura organizacional fuertemente orientada al mejoramiento individual y corporativo.

6.7 MODELO OPERATIVO

Para el desarrollo de un plan estratégico que nos permita incrementar de los ingresos económicos se debe ejecutar el siguiente modelo operativo, conteniendo las partes o fases específicas a seguir para generar una guía concreta para mejorar los ingresos económicos de la sucursal Ambato y todos los aspectos y áreas claves de la sucursal.

Tabla 11: Modelo Operativo

FAS ES	ETAPAS	MET AS	ACTIVIDADES	RECURSO S	RESPONSABLE S	TIEM PO
Fase 1	Evaluación de la situación Económica de la sucursal	En un 100%	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los estados Financieros: balance general y estado de Resultados • Análisis de Indicador Rentabilidad 	Humano/ Material	Gerente Contador Investigadora	2 Mes.
Fase 2	Elaboración de la Planificación estratégica.	En un 100%	<ul style="list-style-type: none"> • Reunión con el gerente y contador. • Elaboración de la FODA. • Desarrollo del plan de acción 	Humano/ Material	Gerente Contador Investigadora	10 Días
Fase 3	Evaluación de la planificación estratégica a través del cuadro de mano integral.	En un 100%	<ul style="list-style-type: none"> • Reunión con el gerente y contador. • Toma de decisiones correctivas. 	Humano/ Material	Gerente Contador Investigadora	7 Días
Fase 4	Retroalimentación de la información	En un 100%	<ul style="list-style-type: none"> • Correcciones de los errores y desventajas. 	Humano/ Material	Gerente Contador Investigadora	15 Días

Fuente: La Investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

**ANÁLISIS FINANCIERO PARA MEJORAR LOS INGRESOS
ECONÓMICOS Y RENTABILIDAD DE LA EMPRESA EDUCRECER
CÍA. LTDA. CAMPUS AMBATO.**

**6.7.1 FASE 1: EVALUACIÓN DE LA SITUACIÓN FINANCIERA
ACTUAL DE LA EMPRESA.**

La empresa Educrecer Cía. Ltda. Sucursal Ambato, Fue creada el 10 de septiembre del año 2012, ubicada en la calle Mera entre Bolívar y Rocafuerte. La Educrecer Cía. Ltda., se constituye por escritura pública, establecimiento privado con fines de lucro, cuyo objeto social principal es la prestación de actividades relacionadas con capacitación, educación básica, media y preuniversitaria. Inicia sus actividades con la siguiente estructura organizacional, con Administrador, secretaria, agente vendedor, personal docente y con auxiliar de limpieza y mensajería, bajo la dirección y supervisión de la Junta General Ordinaria Universal de socios de la compañía con su sede principal en la ciudad de Quito. Consta de escritura pública celebrada ante la Notaria Trigésima del cantón Quito, Dr. Mariela Poso Acosta el primero de Agosto del 2012 y fue inscrita en el registro mercantil del mismo Cantón.

El equipo de trabajo de la sucursal Ambato, considera que una inversión en la educación, es una inversión para el futuro desde nuestros inicios, nos hemos dedicado a proporcionar herramientas y servicios para que los aspirantes a las universidades logren su objetivo.

Nuestro trabajo se califica en tres categorías

- Preparación
preuniversitaria, que incluye: apoyo Vocacional, identificación de fortalezas, Intereses ocupacionales, planes de estudio, preferencias, habilidades, tipos de personalidades, apoyo académico según la carrera y universidad a la que aplique el aspirante

- Ayuda académica específica: Nivelación de materias para nivel secundario superior, elaboración de tesis, proyectos específicos, ingresos a instituciones militares.
- El entrenamiento para crecimiento personal de estudiantes, padres y docentes: Alcanzar metas, encontrar estabilidad, descubrir el propósito en la vida, cambiar de actitud.
- Crecer sucursal abato apoya a miles de estudiantes directamente en sus respectivos colegios o en nuestras instalaciones, mediante capacitaciones de alto impacto tanto para docentes como estudiante, generando soluciones en línea por medio de nuestro portal **www.aprendiendoahora.com**.

Misión

Ofrecer a nuestros clientes un servicio de calidad y responsabilidad, asegurando la enseñanza de conocimientos con ética y compromiso.

Visión

Ser reconocidos por nuestros clientes y en el mercado como la empresa más confiable y capacitada en la oferta de servicios de educación de nivelación, para el ingreso a instituciones de educación superior a nivel local y nacional.

Nuestro Liderazgo

El liderazgo para la empresa es contar con experiencia combinada de más de 30 años en capacitación y coaching. Además colabora en proyectos de gestión universitaria integral del abandono con el objetivo de disminuir el índice de deserción universitaria

6.7.1.1 Estados de Situación financiera (Analizar) año 2014

EMPRESA EDUCRECER CÍA LTDA. CAMPUS AMBATO

BALANCE GENERAL

	SEMESTRE 1 1-01-2014 / 01-06- 2014	SEMESTRE 2 01-07-2014 / 01- 12-2014
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE	\$ 34.820,25	\$ 25.550,40
ACTIVO CORRIENTE DISPONIBLE	\$ 23.780,00	\$ 15.580,00
Caja Chica	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Bancos	\$ 22.580,00	\$ 14.380,00
ACTIVO CORRIENTE EXIGIBLE		
Cuentas y Doc. Por cobrar clientes	\$ 1.500,00	\$ 2.500,00
Provisión cuentas incobrables	\$ (480,00)	\$ (575,00)
Crédito tributario a favor contribuyente	\$ 3.260,25	\$ 3.900,40
Crédito tributario a favor contribuyente	\$ 260,00	\$ 345,00
ACTIVO CORRIENTE REALIZABLE		
Inventario	\$.500,00	\$ 3.800,00
ACTIVO FIJO		
Muebles y Enceres	\$ 10.000,00	\$ 11.500,00
TOTAL ACTIVO	\$ 44.820,25	\$ 37.050,40
PASIVO		
CORRIENTE CORTO PLAZO	\$ 9.239,10	\$ 9.081,98
PROVEEDORES		
Proveedores	\$ 2.500,00	\$ 980,00
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS		
Obligaciones Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 285,00	\$ -
Retenciones en la Fuente	\$ 4.774,10	\$ 3.881,98
OBLIGACIONES LABORALES		
IESS por Pagar	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Beneficios Sociales	\$ 480,00	\$ 3.020,00
LARGO PLAZO		
PRESTAMOS BANCARIOS		
Banco de Internacional	\$ 3.500,00	\$ 5.000,00
TOTAL PASIVO	\$ 12.739,10	\$ 14.081,98
PATRIMONIO	\$ 32.081,15	\$ 22.968,42
CAPITAL		
Capital	\$ 27.750,31	\$ 31.187,41
RESULTADOS		
Resultado de Ejercicios Anteriores	\$ 1.350,00	\$ 1.500,00
Resultado del Ejercicio	\$ 2.980,84	\$ (9.718,99)
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 44.820,25	\$ 37.050,40

6.7.1.2 Estados de Resultados (Analizar) año 2014

EMPRESA EDUCRECER CÍA LTDA. CAMPUS AMBATO ESTADOS DE RESULTADOS

	Semestre 1 1-01-2014 / 01-06- 2014	Semestre 2 01-07-2014 / 01-12-2014
INGRESOS		
Ventas	\$ 48.500,00	\$ 25.800,00
Costo de Ventas	\$ 9.239,10	\$ 6.381,98
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 9.260,90	\$ 19.418,02
(-)GASTOS OPERACIONALES	\$ 36.168,06	\$ 29.047,01
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 30.788,30	\$ 24.069,88
Sueldos y Salarios	\$ 18.000,00	\$ 9.325,00
Aporte a la Seguridad Social	\$ 1.200,00	\$ 871,88
Beneficios Sociales e Indemnizaciones	\$ 692,30	\$ 1.852,00
Suministro y Materiales	\$ 256,00	\$ 150,00
Publicidad y comunicación	\$ 3.240,00	\$ 4.586,00
Energía, Agua Potable y telecomunicación	\$ 800,00	\$ 685,00
Arriendo	\$ 6.600,00	\$ 6.600,00
Gastos de Venta	\$ 5.379,76	\$ 4.977,13
Sueldos y Salarios	\$ 3.640,00	\$ 2.640,00
Aporte a la Seguridad Social	\$ 340,34	\$ 246,80
Beneficios Sociales e Indemnizaciones	\$ 115,00	\$ 680,00
Mantenimiento y Reparación	\$ 98,42	\$ 147,33
Transporte	\$ 390,00	\$ 450,00
Viáticos	\$ 256,00	\$ 215,00
Provisión deudas incobrables	\$ 480,00	\$ 575,00
Otros Gastos	\$ 60,00	\$ 23,00
RESULTADO OPERACIONAL	\$ 3.092,84	\$ (9.628,99)
Gastos No Deducibles	\$ 112,00	\$ 90,00
Retenciones Asumidos	\$ 112,00	\$ 90,00
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	\$ 2.980,84	\$ (9.718,99)
15% Distribución para Trabajadores	\$ 447,13	\$ -
Impuesto Renta	\$ -	\$ -
BENEFICIO DESPUÉS DE IMPUESTOS	\$ 2.533,71	\$ (9.718,99)

6.7.1.3 Análisis de Balance General por el Método Horizontal

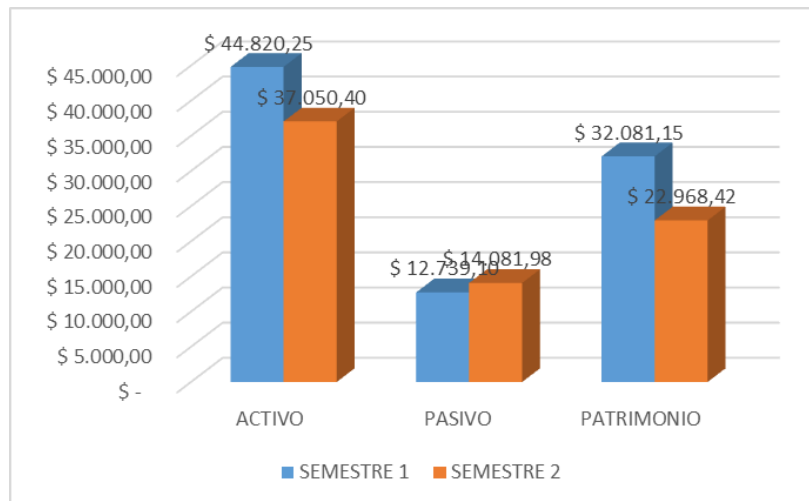
EMPRESA EDUCRECER CÍA LTDA. CAMPUS AMBATO

BALANCE GENERAL

	SEMESTRE 1 1-01-2014 / 01- 06-2014	SEMESTRE 2 01-07-2014 / 01-12-2014	Variación Absoluta	Variación Relativa
ACTIVO				
ACTIVO CORRIENTE	\$ 34.820,25	\$ 25.550,40	\$ 9.269,85	26,62%
ACTIVO CORRIENTE DISPONIBLE	\$ 23.780,00	\$ 15.580,00	\$ 8.200,00	34,48%
Caja Chica	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ -	0,00%
Bancos	\$ 22.580,00	\$ 14.380,00	\$ 8.200,00	36,32%
ACTIVO CORRIENTE EXIGIBLE				
Cuentas y Doc. Por cobrar clientes	\$ 1.500,00	\$ 2.500,00	\$(1.000,00)	-66,67%
Provisión cuentas incobrables	\$ (480,00)	\$ (575,00)	\$ 95,00	-19,79%
Crédito tributario a favor contribuyente	\$ 3.260,25	\$ 3.900,40	\$ (640,15)	-19,63%
Crédito tributario a favor contribuyente	\$ 260,00	\$ 345,00	\$ (85,00)	-32,69%
ACTIVO CORRIENTE REALIZABLE				
Inventario	\$ 6.500,00	\$ 3.800,00	\$ 2.700,00	41,54%
ACTIVO FIJO				
Muebles y Enceres	\$ 10.000,00	\$ 11.500,00	\$ 1.500,00	-15,00%
ACTIVO	\$ 44.820,25	\$ 37.050,40	\$ 7.769,85	17,34%
PASIVO				
CORRIENTE CORTO PLAZO	\$ 9.239,10	\$ 9.081,98	\$ 157,12	1,70%
PROVEEDORES				
Proveedores	\$ 2.500,00	\$ 980,00	\$ 1.520,00	60,80%
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS				
Obligaciones Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 285,00	\$ -	\$ 285,00	100,00%
Retenciones en la Fuente	\$ 4.774,10	\$ 3.881,98	\$ 892,12	18,69%
OBLIGACIONES LABORALES				
IESS por Pagar	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ -	0,00%
Beneficios Sociales	\$ 480,00	\$ 3.020,00	\$ (540,00)	-529,17%
LARGO PLAZO				
PRESTAMOS BANCARIOS				
Banco de Internacional	\$ 3.500,00	\$ 5.000,00	\$ 1.500,00	-42,86%
PASIVO	\$ 12.739,10	\$ 14.081,98	\$ 1.342,88	-10,54%
PATRIMONIO	\$ 32.081,15	\$ 22.968,42	\$ 9.112,73	28,41%
CAPITAL				
Capital	\$ 27.750,31	\$ 31.187,41	\$(3.437,10)	-12,39%
RESULTADOS				
Resultado de Ejercicios Anteriores	\$ 1.350,00	\$ 1.500,00	\$ (150,00)	-11,11%
resultado del Ejercicio	\$ 2.980,84	\$ (9.718,99)	\$ 2.699,83	426,05%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 44.820,25	\$ 37.050,40	\$ 7.769,85	17,34%

Representación gráfica con respecto al modelo de análisis horizontal del Balance General

Gráfico 14: Evolución Financiera



Fuente: Educrecer Cía. Ltda.

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Análisis

La sucursal Ambato durante el año de estudios no registra una actividad económica significativa, lo que genera que se dé pérdida en la utilización de los recursos con los que cuenta, llegando a obtener patrimonios bajos durante el Segundo semestre de estudio, como podemos darnos cuenta hay una diferencia natatoria en relación de un semestre con otro en cuanto al Activo, Pasivo y Patrimonio.

- ✓ la variación del activo en relación del primer y segundo semestre del año 2014 es de 26.62%
- ✓ Las obligaciones a largo plazo con instituciones financieras tuvo una variación del 42.86%.
- ✓ El patrimonio también varía negativamente con un 28.41%

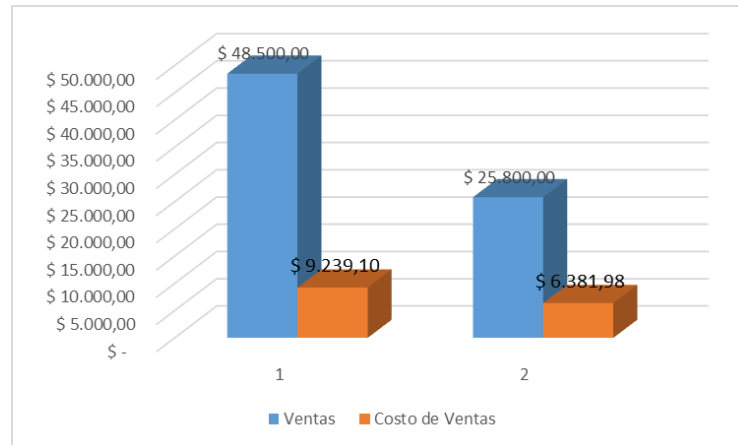
6.7.1.4 Análisis de Estado de Resultados por el Método Horizontal

EMPRESA EDUCRECER CÍA LTDA. CAMPUS AMBATO ESTADOS DE RESULTADOS

	Semestre 1 1-01-2014 / 01-06-2014	Semestre 2 01-07-2014 / 01-12- 2014	Variación Absoluta	Variación Relativa
INGRESOS				
Ventas	\$ 48.500,00	\$ 25.800,00	\$ (22.700,00)	-46,80%
Costo de Ventas	\$ 9.239,10	\$ 6.381,98	\$ (2.857,12)	-30,92%
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 9.260,90	\$ 19.418,02	\$ (19.842,88)	-50,54%
(-)GASTOS OPERACIONALES	\$ 36.168,06	\$ 29.047,01	\$ (7.121,05)	-19,69%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 30.788,30	\$ 24.069,88	\$ (6.718,42)	-21,82%
Sueldos y Salarios	\$ 8.000,00	\$ 9.325,00	\$ (8.675,00)	-48,19%
Aporte a la Seguridad Social	\$ 1.200,00	\$ 871,88	\$ (328,12)	-27,34%
Beneficios Sociales e indemnizaciones	\$ 692,30	\$ 1.852,00	\$ 1.159,70	167,51%
Suministro y Materiales	\$ 256,00	\$ 150,00	\$ (106,00)	-41,41%
Publicidad y comunicación	\$ 3.240,00	\$ 4.586,00	\$ 1.346,00	41,54%
Energía, Agua Potable y telecomunicac	\$ 800,00	\$ 685,00	\$ (115,00)	-14,38%
Arriendo	\$ 6.600,00	\$ 6.600,00	\$ -	0,00%
Gastos de Venta	\$ 5.379,76	\$ 4.977,13	\$ (402,63)	-7,48%
Sueldos y Salarios	\$ 3.640,00	\$ 2.640,00	\$ (1.000,00)	-27,47%
Aporte a la Seguridad Social	\$ 340,34	\$ 246,80	\$ (93,54)	-27,48%
Beneficios Sociales e Indemnizac.	\$ 115,00	\$ 680,00	\$ 565,00	491,30%
Mantenimiento y Reparación	\$ 98,42	\$ 147,33	\$ 48,91	49,70%
Transporte	\$ 390,00	\$ 450,00	\$ 60,00	15,38%
Viáticos	\$ 256,00	\$ 215,00	\$ (41,00)	-16,02%
Provisión deudas incobrables	\$ 480,00	\$ 575,00	\$ 95,00	19,79%
Otros Gastos	\$ 60,00	\$ 23,00	\$ (37,00)	-61,67%
RESULTADO OPERACIONAL	\$ 3.092,84	\$ (9.628,99)	\$ (12.721,83)	-411,33%
Gastos No Deducibles	\$ 112,00	\$ 90,00	\$ (22,00)	-19,64%
Retenciones Asumidos	\$ 112,00	\$ 90,00	\$ (22,00)	-19,64%
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	\$ 2.980,84	\$ (9.718,99)	\$ (12.699,83)	-426,05%
15% Distribución para Trabajadores	\$ 447,13	\$ -		
Impuesto Renta	\$ -	\$ -		
BENEFICIO DESPUÉS DE IMPUESTOS	\$ 2.533,71	\$ (9.718,99)	\$ (12.252,70)	-483,59%

Representación gráfica con respecto al modelo de análisis horizontal de Estado de Resultados

Gráfico 15: Variación en Ventas



Fuente: Educrecer Cía. Ltda.

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Análisis

Mediante este análisis nos podemos dar cuenta claramente como las ventas van bajando de un semestre en relación otro en el año de estudio, por lo tanto la empresa sufre una pérdida desfavorable en la utilidad bruta en ventas, siendo este factor el más significativo porque es el que genera los ingresos.

- ✓ La variación en ventas es muy significativa en relación de un semestre a otro con un decrecimiento del -46.80%.
- ✓ La variación en los sueldos y beneficios sociales a los empleados tiene una variación alta y afecta negativamente en la utilidad de la empresa.
- ✓ La diferencia entre el resultado del periodo de un semestre a otro es negativa ya que claramente se puede observar que no genera utilidades.

6.7.1.5 Análisis de Balance General por el Método Vertical

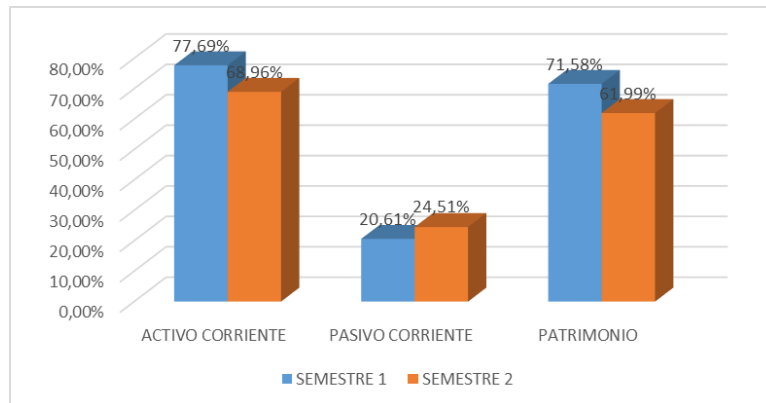
EMPRESA EDUCRECER CÍA LTDA. CAMPUS AMBATO

BALANCE GENERAL

	SEMESTRE 1		%	SEMESTRE 2	
	1-01-2014 / 01-06-2014			01-07-2014 / 01-12-2014	%
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE	\$ 34.820,25	77,69%	\$ 25.550,40	68,96%	
ACTIVO CORRIENTE DISPONIBLE	\$ 23.780,00	53,06%	\$ 15.580,00	42,05%	
Caja Chica	\$ 1.200,00	2,68%	\$ 1.200,00	3,24%	
Bancos	\$ 22.580,00	50,38%	\$ 14.380,00	38,81%	
ACTIVO CORRIENTE EXIGIBLE					
Cuentas y Doc. Por cobrar clientes	\$ 1.500,00	3,35%	\$ 2.500,00	6,75%	
Provisión cuentas incobrables	\$ (480,00)	-1,07%	\$ (575,00)	-1,55%	
Crédito tributario a favor contribuyente	\$ 3.260,25	7,27%	\$ 3.900,40	10,53%	
Crédito tributario a favor contribuyente	\$ 260,00	0,58%	\$ 345,00	0,93%	
ACTIVO CORRIENTE REALIZABLE					
Inventario	\$ 6.500,00	14,50%	\$ 3.800,00	10,26%	
ACTIVO FIJO					
Muebles y Enceres	\$ 10.000,00	22,31%	\$ 11.500,00	31,04%	
TOTAL ACTIVO	\$ 44.820,25	100,00%	\$ 37.050,40	100,00%	
PASIVO					
CORRIENTE CORTO PLAZO	\$ 9.239,10	20,61%	\$ 9.081,98	24,51%	
PROVEEDORES					
Proveedores	\$ 2.500,00	5,58%	\$ 980,00	2,65%	
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS					
Obligaciones Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 285,00	0,64%	\$ -	0,00%	
Retenciones en la Fuente	\$ 4.774,10	10,65%	\$ 3.881,98	10,48%	
OBLIGACIONES LABORALES					
IESS por Pagar	\$ 1.200,00	2,68%	\$ 1.200,00	3,24%	
Beneficios Sociales	\$ 480,00	1,07%	\$ 3.020,00	8,15%	
LARGO PLAZO					
PRESTAMOS BANCARIOS					
Banco de Internacional	\$ 3.500,00	7,81%	\$ 5.000,00	13,50%	
TOTAL PASIVO	\$ 12.739,10	28,42%	\$ 14.081,98	38,01%	
PATRIMONIO	\$ 32.081,15	71,58%	\$ 22.968,42	61,99%	
CAPITAL					
Capital	\$ 27.750,31	61,91%	\$ 31.187,41	84,18%	
RESULTADOS					
Resultado de Ejercicios Anteriores	\$ 1.350,00	3,01%	\$ 1.500,00	4,05%	
Resultado del Ejercicio	\$ 2.980,84	6,65%	\$ (9.718,99)	-26,23%	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 44.820,25	100,00%	\$ 37.050,40	100,00%	

Representación gráfica con respecto al modelo de análisis vertical del Balance General

Gráfico 16: Evolución Financiera Porcentual



Fuente: Educrecer Cía. Ltda.

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Análisis:

Este análisis nos permite medir las variaciones en porcentajes de los aspectos más significativos en el año de estudio.

- ✓ La de cuentas y documentos por cobrar en el semestre uno es de 3.35% y para el semestre dos da un incremento de 3.40%, más en relación al primero.
- ✓ La cuenta beneficios sociales es otra que tiene una diferencia de 7.06% en relación al primero ya que es el segundo semestre donde se les paga todos los beneficios a los empleados.
- ✓ La provisión de cuentas por cobrar registra un 3.35% y en el segundo aumenta a un 6.75%.

6.7.1.6 Análisis de Estado de Resultados por el Método Vertical

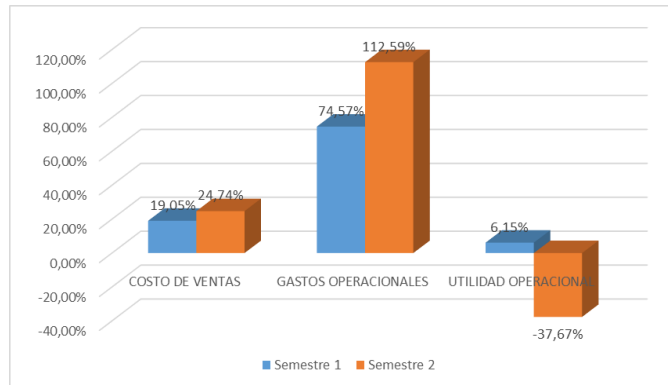
EMPRESA EDUCRECER CÍA LTDA. CAMPUS AMBATO

ESTADO DE RESULTADOS

Cuentas	SEMESTRE 1		SEMESTRE 2	
	1-01-2014 / 01-06-2014	%	1-01-2014 / 01-06-2014	%
INGRESOS				
Ventas	\$ 48.500,00	100,00%	\$ 25.800,00	100,00%
Costo de venta	\$ 9.239,10	19,05%	\$ 6.381,98	24,74%
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 39.260,90	80,95%	\$ 19.418,02	75,26%
(-)GASTOS OPERACIONALES	\$ 36.168,06	74,57%	\$ 29.047,01	112,59%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 30.788,30	63,48%	\$ 24.069,88	93,29%
Sueldos y Salarios	\$ 18.000,00	37,11%	\$ 9.325,00	36,14%
Aporte a la Seguridad Social	\$ 1.200,00	2,47%	\$ 871,88	3,38%
Beneficios Sociales e Indemnizaciones	\$ 692,30	1,43%	\$ 1.852,00	7,18%
Suministro y Materiales	\$ 256,00	0,53%	\$ 150,00	0,58%
Publicidad y comunicación	\$ 3.240,00	6,68%	\$ 4.586,00	17,78%
Energía, Agua Potable y telecomunicación	\$ 800,00	1,65%	\$ 685,00	2,66%
Otros Gastos	\$ 6.600,00	13,61%	\$ 6.600,00	25,58%
Gastos de Venta	\$ 5.379,76	11,09%	\$ 4.977,13	19,29%
Sueldos y Salarios	\$ 3.640,00	7,51%	\$ 2.640,00	10,23%
Aporte a la Seguridad Social	\$ 340,34	0,70%	\$ 246,80	0,96%
Beneficios Sociales e Indemnizaciones	\$ 115,00	0,24%	\$ 680,00	2,64%
Mantenimiento y Reparación	\$ 98,42	0,20%	\$ 147,33	0,57%
Transporte	\$ 390,00	0,80%	\$ 450,00	1,74%
Gastos de viaje y alimentación	\$ 256,00	0,53%	\$ 215,00	0,83%
Provisión deudas incobrables	\$ 480,00	0,99%	\$ 575,00	2,23%
Otros Gastos	\$ 60,00	0,12%	\$ 23,00	0,09%
RESULTADO OPERACIONAL	\$ 3.092,84	6,38%	\$ (9.628,99)	-37,32%
Gastos No Deducibles	\$ 112,00	0,23%	\$ 90,00	0,35%
Retenciones Asumidos	\$ 112,00	0,23%	\$ 90,00	0,35%
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	\$ 2.980,84	6,15%	\$ (9.718,99)	-37,67%
15% Distribución para Trabajadores	\$ 447,13	0,92%	\$ -	0,00%
Impuesto Renta	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
BENEFICIO DESPUÉS DE IMPUESTOS	\$ 2.533,71	5,22%	\$ - (9.718,99)	-37,67%

Representación gráfica con respecto al modelo de análisis vertical del Estado de Resultados

Gráfico 17: Variación en Ventas Porcentual



Fuente: Educrecer Cía. Ltda.

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Análisis

Este análisis nos permite darnos cuenta la variación de un semestre a otro en porcentajes con relación de las ventas del año de estudio.

- ✓ La variación de los costos operacionales es relativamente alto en los dos semestres, pero en el segundo se incrementa en un 38,02% en relación al primero.
- ✓ El costo de venta aumenta en un 5,69% en relación al primer semestre.
- ✓ Hubo una pérdida en las utilidades operaciones en el segundo semestre de -37,67%

6.7.1.7 Análisis del Indicadores Rentabilidad

Mediante este indicador se medirá la utilidad, ganancia o beneficio de la empresa Educrecer Cía. Ltda. Por semestres del año 2014.

Para para realizar dicho análisis se efectuó con la evaluación de los siguientes indicadores. Además se toma referencia las empresas del sector, con el análisis de la superintendencia de compañías ver anexo 5.

Margen Bruto De Utilidad

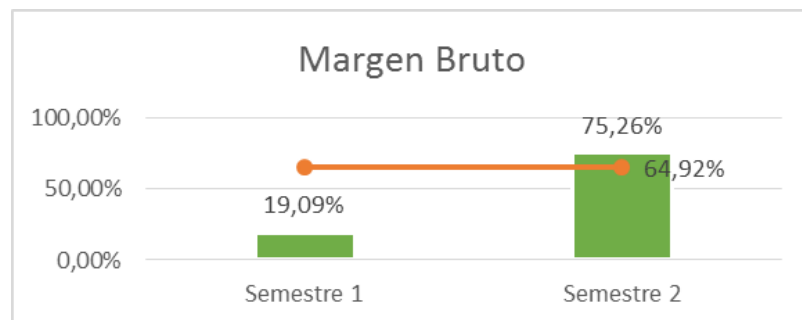
Tabla 12: Margen Bruto de Utilidad del año 2014

MARGEN BRUTO				
Fórmula		Semestre 1	Semestre 2	SECTOR
Utilidad Bruta / Ventas Netas * 100	Utilidad Bruta	\$ 9.260,90	\$ 19.418,02	
	Ventas Netas	\$ 48.500,00	\$ 25.800,00	
RESULTADO		0,190946392	0,752636434	64,92%
		19,09%	75,26%	
		64,92%	64,92%	

Fuente: Estados Financieros de la Empresa

Elaborado por: Yánez, J (2014)

Gráfico 18: Margen Bruto de la Utilidad del año 2014



Fuente: Estados Financieros de la Empresa

Elaborado por: Jenny Yánez

Interpretación

El margen bruto en el año 2014 no es satisfactorio porque el primer semestre del año registra el 80.75%, y el segundo semestre un 75.26%, en cuanto a las ventas realizadas por las a las ventas de la empresa, con relación al promedio del sector calculado por la SUPERCIAS está sobre el 64.92.

Análisis

La empresa tiene un margen bruto no aceptable ya que el primer semestre es relativo pero le segundo provoca un declive natatorio, debido a que existe un fuerte rubro que está afectando a los costos, y en un futuro problemas de rentabilidad.

Rentabilidad Sobre Ventas (Margen Neto)

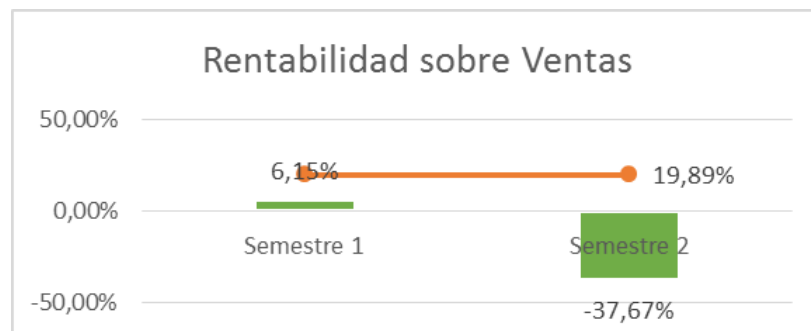
Tabla 13: Rentabilidad Sobre Ventas del año 2014

RENTABILIDAD SOBRE DE VENTAS (margen neto)				
Fórmula		Semestre 1	Semestre 2	SECTOR
Utilidad Neta / Ventas Netas * 100	Utilidad Neta	\$ 2.980,84	\$ (9.718,99)	
	Ventas Netas	\$ 48.500,00	\$ 25.800,00	
RESULTADO		0,061460619	-0,376705039	19,89%
		6,15%	-37,67%	19,89%
		19,89%	19,89%	

Fuente: Estados Financieros de la Empresa

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Gráfico 19: Rentabilidad Sobre Ventas del año 2014



Fuente: Estados Financieros de la Empresa

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Interpretación

El primer semestre presenta un porcentaje positivo pero poco significativo del 6.15%, y el segundo decae en -37.67% debido a que existe una pérdida neta del

ejercicio. El primer semestre ce acerca al análisis del sector que es de 8.30% según la SUPERCIAS.

Análisis

Los problemas financieros de la empresa no se encuentran incluidos en los gastos operacionales, ya que los porcentajes que se obtienen en este indicador son poco significativos con respecto a los resultados que arrojan el margen bruto de las ventas.

Rentabilidad Económica Sobre Activos (ROA)

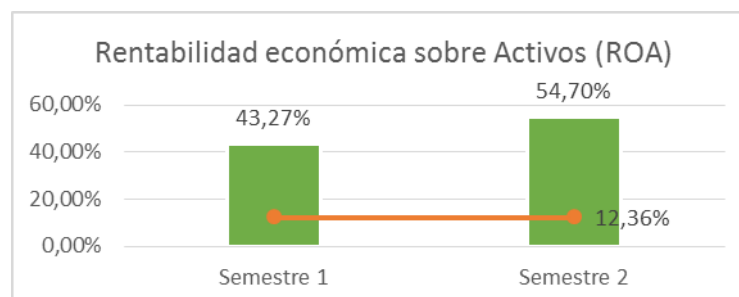
Tabla 14: Rentabilidad Sobre Activos del año 2014

RENTABILIDAD ECONÓMICA SOBRE ACTIVOS (ROA)				
Fórmula		Semestre 1	Semestre 2	SECTOR
Utilidad Bruta /Actvo Total	Utilidad Bruta	\$ 39.260,90	\$ 19.418,02	
	Activo Total	\$ 90.742,06	\$ 35.498,48	
	RESULTADO	0,432664844	0,54700997	0,1236
		43,27%	54,70%	12,36%
		12,36%	12,36%	

Fuente: Estados Financieros de la Empresa

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Gráfico 20: Rentabilidad sobre Activos del año 2014



Fuente: Estados Financieros de la Empresa

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Interpretación

En el primer semestre la empresa cuenta con un 43.27% en cuanto a la rentabilidad de los activos, mientras que para el segundo subió al 54.70 %, en relación a la del sector que es el 17.96%.

Análisis

Como podemos darnos cuenta la empresa cuenta con activos en un muy buen rango pero no son utilizados de la mejor manera para beneficio de ella.

Rentabilidad Financiera (ROE)

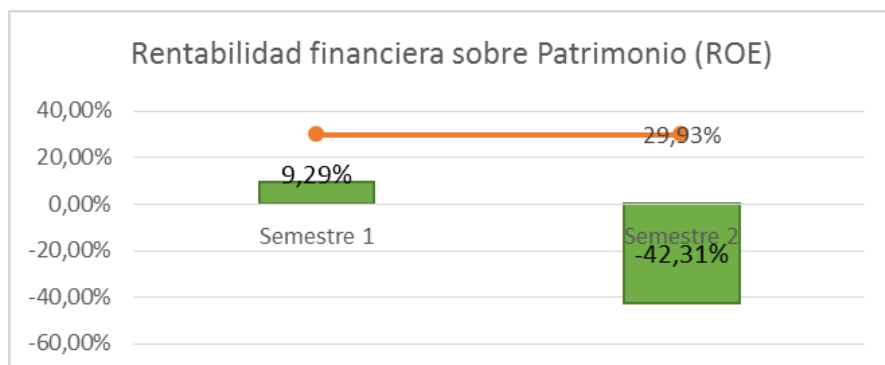
Tabla 15: Rentabilidad Financiera del año 2014

RENTABILIDAD FINANCIERA SOBRE EL PARTIMONIO (ROE)				
Fórmula		Semestre 1	Semestre 2	SECTOR
Utilidad Neta / Patrimonio	Utilidad Neta	\$ 2.980,84	\$ (9.718,99)	
	Patrimonio	\$ 32.081,15	\$ 22.968,42	
	RESULTADO	0,092915622	-0,42314578	29,93%
		9,29%	-42,31%	29,93%
		29,93%	29,93%	

Fuente: Estados Financieros de la Empresa

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Gráfico 21: Rentabilidad Financiera del año 2014



Fuente: Estados Financieros de la Empresa

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Interpretación

Los porcentajes del resultado antes de impuestos son inferiores con respecto al patrimonio ya que el 2014 representa el primer semestre un valor porcentual de 9.29% y el segundo semestre -42, 31%, tuvo una perdida muy representativa para la empresa. En relación al análisis del sector hay una diferencia muy distante ya que es el 29.93% para estar en relación con la rentabilidad Financiera del mercado.

Análisis

Nuestro resultado antes de impuesto es muy inferior con respecto al patrimonio de la empresa.

6.7.2 FASE 2: ELABORACIÓN PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

MATRIZ FODA

Ambiente Interno

Análisis de las Fortalezas

- | | |
|--|---------------------|
| ✓
entre socios. | Buena relaciones |
| ✓
responsabilidad con los clientes. | Alto nivel de |
| ✓
equipos de calidad y tecnología. | Adquisición de |
| ✓
infraestructura de buen nivel. | Disponemos de una |
| ✓
con personal comprometido | Servicio de Calidad |

Análisis de las Debilidades

- | | |
|-------------------|-----------------------|
| ✓
a empleados. | Falta de capacitación |
|-------------------|-----------------------|

- ✓ edificio propio No contar con un
- ✓ logística. Subutilización de la
- ✓ personal permanente No contar con un
- ✓ no rentable Situación económica

Ambiente externo

Análisis de las Oportunidades

- ✓ Aprovechar las necesidades que el clientes requiera y no se esté ofertando en el mercado
- ✓ Fuerte poder adquisitivo del segmento meta
- ✓ Un eficaz nivel de respuesta.
- ✓ Ser una empresa flexible.
- ✓ Oferta del servicio a un sector definido.

Análisis de las Amenazas

- ✓ Ingresos de nuevos competidores al mercado
- ✓ Incremento de nuevos impuestos
- ✓ Mercado potencialmente competitivo.

- ✓ Diversificada gama de servicios.
- ✓ Incremento en los precios de los insumos materiales.

6.7.2.1 Análisis de Evaluación de Factores Externos e Internos

Las matrices de evaluación de factores externos (EFE) y de evaluación de factores internos (EFI), determinan los aspectos positivos y negativos del entorno externo e interno de la empresa para definir un balance entre los mismo.

Para el análisis de la matriz EFI y EFE, y poder realizarlo de una manera más efectiva es aplicando ponderación por criterio.

Matriz de evaluación de factores internos (EFI)

- ✓ Se extraen las fortalezas y debilidades encontradas en el análisis interno realizado.
- ✓ Se asigna un peso relativo a cada una de ellas; la escala es de 0 (no es importante) a 1 (muy importante). Este peso indica la importancia relativa que tiene cada factor para alcanzar el éxito.
- ✓ Sumar todos los pesos asignados a cada uno de los factores, la suma debe ser igual a 1.
- ✓ Asignar una calificación de 1 a 4 a cada una de las fortalezas y debilidades donde:

1= Debilidad Mayor

2= Debilidad Menor

3= Fortaleza Menor

4= Fortaleza Mayor

- ✓ Se multiplica el peso de cada factor con su calificación para obtener el peso ponderado.
- ✓ Por último, se suman los pesos ponderados para determinar el total ponderado de la organización.
- ✓ El puntaje ponderado muestra la posición interna de la organización. El valor de 2 indica un balance entre las fortalezas y debilidades, un valor mayor a la media indica una posición interna fuerte, así mismo un valor por debajo de la media muestra que la organización internamente posee muchas debilidades.

Tabla 16: Matriz EFI

FORTALEZAS		PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
F1	Buena relaciones entre socios.	0.08	4	0.32
F2	Alto nivel de responsabilidad con los clientes.	0.09	4	0.36
F3	Adquisición de equipos de calidad y tecnología.	0.07	3	0.21
F4	Disponemos de una infraestructura de buen nivel.	0.15	4	0.60
F5	Servicio de Calidad con personal comprometido	0.11	3	0.33
DEBILIDADES		PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
D1	Falta de capacitación a empleados.	0.09	2	0.18
D2	No contar con un edificio propio	0.08	1	0.08
D3	Subutilización de la logística.	0.10	2	0.20
D4	No contar con un personal permanente	0.11	2	0.22
D5	Situación económica no	0.12	1	0.12

	rentable			
Total Ponderado				2.50

Fuente: La investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Análisis

El resultado ponderado arrojó un valor de 2,62 lo que indica que la sucursal Ambato tiene un sistema estratégico con buen enfoque sin embargo sus debilidades organizativas y administrativas coartan su desarrollo por lo que se hace necesario un plan estratégico en la empresa.

Matriz de evaluación de factores internos (EFE)

- ✓ Se extraen las oportunidades y amenazas encontradas en el análisis externo ya realizado.
- ✓ Se asigna un peso relativo a cada una de ellas; la escala es de 0 (no es importante) a 1 (muy importante). Este peso indica la importancia relativa que tiene cada factor para alcanzar el éxito.
- ✓ Sumar todos los pesos asignados a cada uno de los factores, la suma debe ser igual a 1.
- ✓ Asignar una calificación de 1 a 4 a cada uno de los factores anteriores, para indicar como responde la empresa a cada factor, para esto:

1= Amenaza Menor

2= Amenaza Menor

3= Oportunidad Menor

4= Oportunidad Mayor

- ✓ Se multiplica el peso de cada factor con su calificación para obtener el peso ponderado.
- ✓ Sumar todos los pesos ponderados para determinar el total ponderado de la empresa.
- ✓ El puntaje ponderado indica hacia donde están inclinadas las oportunidades con las amenazas; donde el valor de 2 indica un balance total entre las oportunidades y amenazas, un valor mayor indica que la empresa está respondiendo de la mejor manera frente a las oportunidades y amenazas y por último un valor menor a la media indica que no se está aprovechando las oportunidades ni evitando las amenazas.

Tabla 17: Matriz (EFE)

OPORTUNIDADES		PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
O1	Aprovechar las necesidades que el cliente requiera y no se esté ofertando en el mercado	0.08	4	0.32
O2	Fuerte poder adquisitivo del segmento meta	0.09	4	0.36
O3	Un eficaz nivel de respuesta.	0.07	3	0.21
O4	Ser una empresa flexible.	0.15	4	0.60
O5	Oferta del servicio a un sector definido.	0.11	3	0.33
AMENAZAS		PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
A1	Ingresos de nuevos competidores al mercado	0.09	2	0.18
A2	Incremento de nuevos impuestos	0.10	1	0.10
A3	Mercado potencialmente	0.08	1	0.08

	competitivo.			
A4	Diversificada gama de servicios.	0.11	2	0.22
A5	Incremento en los precios de los insumos materiales.	0.12	1	0.12
Total Ponderado				2.52

Fuente: La Investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Análisis:

El resultado ponderado total arrojó el valor de 2,52 lo que indica que la Sucursal Ambato está por encima de la media (2), lo que muestra que se está aprovechando las oportunidades y minimizando los efectos negativos de las amenazas dentro de su mercado, lo cual tiene una consecuencia lógica de la permanencia dentro del mercado. En este caso el peso ponderado total de las oportunidades es de 1.82 y de las amenazas es 0.92, lo cual establece que el medio es favorable para el desarrollo del servicio dentro de la provincia.

6.7.2.2 Sistemas de Control de Objetivos y Estrategias

Tabla 18: Control de Objetivos y Estrategias

OBJETIVOS	ESTRATÉGIAS	RESPONSABLES
Incrementar los ingresos	Mayor promoción en el servicio	Área administrativa
Incremento gama de servicios.	variedad de servicios en capacitación superior	Área administrativa Área de Ventas. Área Marketing.
Aumentar la utilidad neta	Mayor control de gastos	Área administrativa Área de Ventas
Mejorar control de costos y gastos	Mejorar la eficiencia operativa, para poder controlar costos y gastos	Área administrativa Área de Ventas.

Aumentar el número de clientes	Brindar un servicio de calidad, facilidad de pago a los posibles clientes.	Área administrativa Área de Ventas.
Medir la satisfacción del cliente	Adoptar el servicio posventa	Área de Ventas.
Mejorar la calidad del servicio	Conocer y evaluar la participación activa del personal	Área de Ventas
Lograr procesos internos de alta eficiencia	Comprender el segmento de clientes, mediante procesos internos de eficacia	Área administrativa Área de Ventas.
Aplicar tecnología interna adecuada	Actualización de software y hardware actual para el desarrollo del trabajo.	Área tecnológica
Efectivizar procesos de capacitación	Establecer un cronograma adecuado de actividades y registrar de manera clara cada requerimiento del cliente	Área administrativa
Cursos de capacitación a los empleados.	Incrementar capacitación cada tres meses	Área administrativa
Motivación empleados	Premiar al personal a través de su desempeño	Área administrativa
Fomentar el control de calidad de servicios.	Medir el desempeño de los trabajadores continuamente	Área administrativa
Implementación de herramientas de medición del desempeño de la empresa	Utilización del cuadro de mano integral	Área administrativa

Fuente: La Investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

6.7.2.3 Elaboración del Plan de acción

Tabla 19: Plan de Acción

PERSPECTIVA	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	RESPONSABLES	TIEMPO
Financiera	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar ingresos • Aumentar la utilidad Neta • Mejorar control de costos y gastos 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor promoción en el servicio. • Mayor control en gastos operativos • Mejorar la eficiencia operativa para poder controlar costos y gastos. 	Administradora Contadora	1 Mes
Cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar número de clientes • Medir la satisfacción del cliente • Mejorar la calidad del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar servicio de calidad, aumentar publicidad, brindar facilidad de pago a posibles clientes. • Evaluar la satisfacción del cliente para medir si el servicio ofertante es satisfactorio • Conocer y evaluar la participación activa del personal para que no existan reclamos por parte del cliente. 	Administradora	2 Meses
Procesos internos	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar procesos internos de alta eficiencia • Aplicar tecnología interna adecuado 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprender el segmento de clientes, mediante procesos internos de eficacia. • Actualización de software y hardware actual para el desarrollo del trabajo • Establecer un cronograma adecuado de actividades y registrar de manera clara cada requerimiento del 	Administradora Agente de ventas	2 Meses

	<p>efectivizar procesos de capacitación.</p>	<p>cliente.</p>		
<p>Prospectiva de aprendizaje</p>	<ul style="list-style-type: none"> • capacitar empleados • motivación a los empleado 	<ul style="list-style-type: none"> • capacitación cada tres meses. • personal a través del desempeño en un 50% 	<p>Incrementar</p> <p>Premiar al</p>	<p>Administradora</p> <p>3 Meses</p>

Fuente: La Investigación
Elaborado por: Jenny Yáñez

6.7.3 FASE 3: SISTEMA DE CONTROL ESTRATÉGICO ATRAVES DEL CUADRO DE MANO INTEGRAL

Se dará seguimiento al control y desempeño de la empresa con la utilización de la herramienta administrativa Cuadro de mando integral o Balanced Score Card (BSC).

6.7.3.1 Cuadro de Mano Integral

Como se observó, el BSC es un sistema de gestión que se aplica 4 perspectivas: financiera, de clientes, de procesos y perspectiva de aprendizaje, estos son primordiales para el buen desarrollo de la empresa.

6.7.3.2 Indicadores

La perspectiva financiera de la empresa

Se han tomado en cuenta los siguientes aspectos que llevarán a la empresa a un control adecuado:

Tabla 20: Indicadores para Perspectiva Financiera.

Objetivo 1	Incrementar ingresos
Estrategia	Mayor promoción en el servicio
Indicador	Tasa de crecimiento de ingresos
Meta	Incrementar el 0.100% el servicio ofertante
Fórmula	$\frac{\text{Ingresos}}{\text{Total Activos}} * 100\% = \frac{74300}{81870} * 100\% = 0.90\%$
Frecuencia de medición	Semestral
Fuente	Estado de resultado, balance General de la empresa
Objetivo 2	Aumentar la utilidad neta
Estrategia	Mayor control de los gastos en la empresa
Indicador	Margen de utilidad neta
Meta	Incrementar la utilidad en un 0.25%

Fórmula	$\frac{\text{utilidad neta}}{\text{ingresos}} * 100\% = \frac{12699.83}{74300} * 100\% = 0.17\%$
Frecuencia de medición	Semestral
Fuente	Estado de resultado de la empresa
Objetivo3	Mejorar control de costos y gastos
Estrategia	Mejorar la eficiencia operativa para poder controlar costos y gastos
Indicador	Índice de variación de costos y gastos
Meta	Disminuir en un 0.40%
Fórmula	$\frac{\text{Costos y gastos 1} - \text{Costos y Gastos 2}}{\text{Costos y gastos 2}} * 100\% = \frac{45407.16 - 35428.99}{80836.15} * 100\%$ = 0.12%
Frecuencia de medición	Semestral
Fuente	Estado de resultado de la empresa
Objetivo3	Incrementar gama de servicios
Estrategia	Implementar servicios en capacitación superior
Indicador	Índice de variación de servicios
Meta	Aumentar en un 80%
Fórmula	$\frac{\# \text{ de servicios ofertantes}}{\# \text{ servicios por ofertarse}} * 100\% = \frac{2}{6} * 100\% = 33\%$
Frecuencia de medición	Trimestral
Fuente	Empresa

Fuente: La Investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

La perspectiva del cliente

De esta depende la generación del ingreso, el objetivo principal se centrara siempre en la obtención de una mayor apertura en el mercado.

Tabla 21: Indicadores para Perspectiva Cliente

Objetivo 1	Aumentar el número de clientes
-------------------	---------------------------------------

Estrategia	Brindar un servicio de calidad, facilidad de pago a los posibles clientes
Indicador	Índice de incremento nuevos clientes
Meta	Aumentar en un 80% semestral
Fórmula	$\frac{\text{numero clientes } n}{\text{numero clientes año 1}} * 100\% = \frac{300}{550} * 100\% = 0.54\%$
Frecuencia de medición	Semestral
Fuente	Base de datos empresa
Objetivo 2	Medir la satisfacción del cliente
Estrategia	Evaluar la satisfacción del cliente para medir si el servicio ofertante es satisfactorio
Indicador	Puntuación obtenida de cuestionarios
Meta	Llegar a satisfacer en un 100%
Fórmula	Encuesta de satisfacción = 45%
Frecuencia de medición	Semestral
Fuente	Clientes
Objetivo3	Mejorar calidad del servicio
Estrategia	Conocer y evaluar la participación activa del personal
Indicador	Reclamos resueltos del total de reclamos recibidos (índice de eficacia)
Meta	Llegar al 20% de reclamos resueltos y hacer que el servicio brindado genere cero reclamos
Fórmula	$\frac{\text{Reclamos resueltos}}{\text{total reclamos}} * 100\% = \frac{2}{10} * 100\% = 0.20\%$
Frecuencia de medición	Semestral
Fuente	Clientes

Fuente: La Investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

La perspectiva de procesos internos

Los objetivos e indicadores se basan en la medición de costos, calidad, servicios y tiempo.

Tabla 22: Indicadores para Perspectiva Procesos Internos

Objetivo 1	Lograr procesos internos de alta eficiencia
Estrategia	Comprender el segmento de clientes, mediante procesos internos de eficacia
Indicador	Índice de eficiencia
Meta	Obtener el 20% de reclamos resueltos para obtener el 100% procesos internos eficientes
Fórmula	$\frac{\text{reclamos resueltos}}{\text{total reclamos}} * 100\% = \frac{2}{10} * 100\% = 0.20\%$
Frecuencia de medición	Trimestral
Fuente	Clientes
Objetivo 2	Aplicar tecnología interna adecuada
Estrategia	Actualización de Software y Hardware actual para el desarrollo del trabajo
Indicador	Software y Hardware
Meta	Aumentar tecnología interna en un 40%
Fórmula	$\frac{\text{Numero de Software y hardware}}{\# \text{ personal}} = \frac{3}{6} = 50\%$
Frecuencia de medición	Semestral
Fuente	Computadores de la empresa y personal
Objetivo3	Efectivizar proceso de capacitación
Estrategia	Establecer un cronograma adecuado de actividades y registrar de manera clara cada requerimiento del cliente
Indicador	# de aprobados / # reprobados (índice de eficacia)
Meta	Llegar al 100% de clientes satisfechos
Fórmula	$\frac{\# \text{ reprobados} - \# \text{ reprobados}}{\text{Total clientes}} * 100\% = \frac{200 - 350}{350} * 100\% = - 0.42\%$
Frecuencia de medición	Semestral
Fuente	Clientes y base de datos de la empresa

Fuente: La Investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

La perspectiva de aprendizaje

Los objetivos e indicadores sirven como base para el desempeño futuro de la empresa y refleja su capacidad para adaptarse a nuevas realidades, cambiar y mejorar.

Tabla 23: Indicadores para la Perspectiva de Aprendizaje

Objetivo 1	Capacitar empleados
Estrategia	Incrementar capacitación cada tres meses
Indicador	Índice de empleados que cumplan con el requerimiento
Meta	Obtener el 100% de empleados capacitados
Fórmula	$\frac{\# \text{ empleados que no cumplen con los requisitos}}{\# \text{ total de empleados}} * 100\% = \frac{2}{6} * 100\% = 0.33\%$
Frecuencia de medición	Anual
Fuente	Base de datos empresa
Objetivo 2	Motivación a los empleados
Estrategia	Premiar al personal por su desempeño
Indicador	Índice de personal reconocido
Meta	Motivar a todo el personal en un 25%
Fórmula	$\frac{\text{Numero personal Reconocidos}}{\# \text{ empleados}} = \frac{1}{6} = 0.16\%$
Frecuencia de medición	Anual
Fuente	Base de datos empresa

Fuente: La Investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Conclusiones:

- Se ha conseguido cumplir con el objetivo general que es el de diseñar una planificación estratégica en la empresa Educrecer Cía. Ltda. Por lo que no se puede rechazar la hipótesis, es necesaria la aplicación de planificación estratégica para un mejor desenvolvimiento de la empresa.

- Se logró evaluar la situación económica de la empresa a través del balance general y estado de resultados y la aplicación de estados financieros de rentabilidad, los mismos que nos ayudan a tomar correcciones necesarias para el mejoramiento de la empresa.
- Se logró cumplir con el objetivo específico de realizar el diagnóstico estratégico de la empresa e identificar los aspectos positivos y negativos de la misma, por lo tanto se ratifica la hipótesis de que dicho diagnóstico mostrará que la empresa no maneja apropiadamente su proceso de toma de decisiones
- Se cumple con la evaluación de la planificación estratégica a través del cuadro de mano integral con la aplicación de indicadores de gestión los cuales nos ayudan de una forma más directa a detectar la ausencia de objetivos medibles que no permiten que la empresa centre su atención en la misión y visión; y además la organización no tiene rumbo establecido, simplemente se obtienen resultados dispersos sin un progreso controlado de los mismos.

6.7.4 FASE 4: RETROALIMENTACIÓN DE INFORMACION EN LA EMPRESA

Se analizará a la institución constantemente de forma parcial y total mediante una retroalimentación de las actividades de la sucursal, para poder corregir errores y podernos enfocarnos en las desventajas que está atravesando, para poder poner en ejecución el análisis de la planificación estratégica y emplear las herramientas de medición como el cuadro de mano integral para un desempeño eficiente. Se retroalimentara con la participación de la Administradora, contadora de la sucursal y del Gerente general de la empresa.

6.8 ADMINISTRACIÓN

6.8.1 RECURSOS INSTITUCIONALES

EDUCRECER CÍA. LTDA.

6.8.2 RECURSOS HUMANOS

- ✓ Investigadora
- ✓ Administradora de la sucursal
- ✓ Talento humano

6.8.3 RECURSOS MATERIALES

- ✓ Computador
- ✓ Fotocopias
- ✓ Útiles de oficina
- ✓ Carpetas

6.8.4 RECURSOS FINANCIEROS

- ✓ Investigadora
- ✓ Sucursal

6.8.5 CRONOGRAMA

Tabla 24: Cronograma de Actividades

Meses/Semanas	Febrero				Marzo				Abril
	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 1
Evaluación de la situación Económica de la sucursal									
Elaboración de la planificación estratégica									

Análisis de la planificación a través del cuadro de mano integral									
Retroalimentación de la organización									

Fuente: Investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Tabla 25: Previsión de la Evaluación de la Propuesta

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA	
PREGUNTAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Qué evaluar?	La evolución de la sucursal, una vez ejecutada la planificación estratégica.
2.- ¿Por qué evaluar?	Para el mejoramiento de las estrategias, resultados y actividades de la sucursal.
3.- ¿Para qué evaluar?	Para verificar la factibilidad de la propuesta. Para poder tomar decisiones con respecto a la propuesta y optar por los correctivos necesarios.
4.- ¿Con qué criterios?	Criterios de pertinencia (respecto al problema que tiene la sucursal).

	Eficacia (respecto al logro de los objetivos y metas). Eficiencia (uso óptimo de los recursos). Sostenibilidad (que los resultados se mantengan a corto y largo plazo).
5.- ¿Qué indicadores?	Los indicadores serán cualitativos y cuantitativos.
6.- ¿Quién evalúa?	Se encargara de la evaluación la administradora de la sucursal.
7.- ¿Cuándo evaluar?	Durante el proceso y al terminar la propuesta.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Bibliografía

Universidad de Chile. (2011). *Indicadores financieros*.

Alcántara, M. (2013). *Indicadores financieros*. España: UAEH.

Armijo, M. (2009). *Manual de planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público*. CEPAL.

Bachelard, G. (2005). *Compromiso Racionalista*. Mexico, df.

Bravo, S. (2003). Rentabilidad. En S. Bravo, *Rentabilidad*.

Briseño Ramírez, H. (2006). *Indicadores Financieros*. Mexico.

Buitrón, A. (Noviembre de 2011). *www.clave.com.ec*. Obtenido de [www.clave.com.ec: http://www.clave.com.ec/index.php?idSeccion=585](http://www.clave.com.ec/index.php?idSeccion=585)

Casanovas, A. (2013). *Gestión de políticas de empresa*. España: KPMG .

- Cayo, L. (2008). *www.luiscayoasociados.com.pe*. Obtenido de *www.luiscayoasociados.com.pe*:
<http://www.luiscayoasociados.com.pe/NIC18ingresos.pdf>
- CIIU. 4.0. (2012). *SISTEMA INTEGRADO DE CONSULTA DE CLASIFICACION DE NOMENCLATURAS*. Recuperado el 2015, de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/resul_correspondencia.php?id=P8549.12&ciiu=12
- compañías, L. d. (5 de Noviembre de 1999 - 2013). Obtenido de Ley de Compañías:
http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf
- Compostela, S. (2010). *Dirección estratégica empresarial*. Producciones khartum S.L.
- CONAC. (2009). *Estados Financieros*.
- Conde, E. (2012). Factores de éxito en las ventas. En E. Coende, *Factores de éxito en las ventas* (pág. 8). Eumed.net.
- D'Angelo, S. (s/f). *Población y muestra*.
- Dávalos, N. (1984). Rentabilidad . En N. Dávalos, *Rentabilidad* (págs. 504-505).
- David, F. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. México: Pearson/Pentrice Hall.
- Diario el comercio. (2013). Ingresos Economicos. *Ingresos Economicos*.
- Díaz, A. (2005). Finanzas I. En A. Díaz, *Finanzas I* (pág. 21). México D.F.: Fondo Editorial FCA.
- Dummrauf, G. (2003). Fianzas . En G. Dummrauf, *Finanzas Empresariales* (pág. 2).

- Ekos, R. (2012). Ranking de las empresas rentables de Ecuador . *Ekos*.
- Faga, H. A. (2006). *Cómo profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores de rentabilidad* . Granica.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2006). *www.eumed.net*. Obtenido de www.eumed.net: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/oel/bid-goldmark.pdf>
- Frías, M. (1 de Marzo de 2013). Manual de contabilidad básica. *Manual de contabilidad básica*.
- García, A. (s/f). *Los elementos de la organización*. inBESTeam.
- Ger, A. (2013). *La comercialización de café en grano desde Ecuador hacia Japón y los ingresos económicos de los cafeticultores de la provincia de Manabí*. Manabi.
- Gómez, H. G., & Portilla, J. (2012). Conceptos económicos básicos. En H. G. Gomez, & J. Portilla, *Conceptos económicos básicos* (pág. 1). Valencia.
- Grajales, T. (2000). *www.tgrajales.net*. Obtenido de www.tgrajales.net: <http://www.tgrajales.net>
- Grajales, T. (2000). *www.tgrajales.net*. Obtenido de www.tgrajales.net: [Http://www.tgrajales.net](http://www.tgrajales.net)
- Guimaraes, H. (julio de 2010). Propuesta de sistema de Gestión de Planificación estratégica para la cartera de proyectos del Instituto Metropolitano de patrimonio cultural de Caracas. *Propuesta de sistema de Gestión de Planificación estratégica para la cartera de proyectos del Instituto Metropolitano de patrimonio cultural de Caracas*. Caracas, Venezuela.
- Herrera, L. (2002). Tutoría de la investigación. En L. Herrera, *Tutoria de la investigación* (págs. 174-178; 183-185). Quito: Diemerino.

- Herrera, L. (2004). *Tutoria de la investigación científica*. Quito: Editorial Diemerino.
- Herrera, Naranjo, & Medina. (2004). *Tutoria de la investigación científica*. Quito: Editorial Diemerino.
- Hessen. (2003). Teoría del conocimiento. En Hessen, *Teoría del conocimiento* (págs. 51-54). México: Tomo.
- IE. (s/f). www.iniciativasempresariales.com. Obtenido de www.iniciativasempresariales.com: <http://www.iniciativasempresariales.com>
- INEC. (2012). Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos. *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos*. Ecuador.
- Izquierdo, E. (2002). *Investigación científica. Métodos y diseños de investigación*. Loja: Cosmos.
- Jarrin, E. (noviembre de 2007). PROPUESTA DE UN MODELO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA COMO SOPORTE A LA GESTIÓN DE PETROECUADOR. *PROPUESTA DE UN MODELO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA COMO SOPORTE A LA GESTIÓN DE PETROECUADOR*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Kolakowski. (1988). *Contenido y método de la economía*. Madrid.
- Larrañaga, O. (2009). Distribución de ingresos y crecimiento económico en Chile. *Distribución de ingresos y crecimiento económico en Chile*. Santiago de Chile.
- Lorenzo, A. (2012). Conceptos de estrategia empresarial. En A. Lorenzo, *Conceptos de estrategia empresarial* (págs. 3-4). Unión Europea: eoi.

- Martínez. (s/f). *www.gestiopolis.com*. Obtenido de *www.gestiopolis.com*:
<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fullocs/ger/plaestrategica.htm>
- Martínez, H. (s/f). Indicadores financieros y su interpretación. En H. Martínez, *Indicadores financieros y su interpretación* (pág. 1).
- Mayorga, N. (2009). Teoría microeconómica. En N. Mayorga.
- Mendiluce, F. (2001). Indicadores financieros. En F. Mendiluce, *Indicadores financieros* (pág. 162).
- Moyolema, M. (2011). *LA GESTION FINANCIERA Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD. AMBATO.*
- Navarro, M. (2012). Técnicas de ventas. En M. Navarro, *Técnicas de ventas* (pág. 75). México: Red Tercer Milenio.
- Orlich, J. (s/f). El análisis FODA. *El análisis FODA*. Universidad para la cooperación internacional.
- Orozco, M. (septiembre de 2006). Módulo de planeación estratégica. *Módulo de planeación estratégica*. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.
- Ortiz, F. (2005). *www.universitas.net.ve*. Obtenido de *www.universitas.net.ve*:
<http://www.universitas.net.ve/biblioteca/datos/documental.pdf>
- Ortiz, F., & otros. (2 de junio de 2005). *Metodología de la investigación: El proceso y sus técnicas*. México.
- Pampillón, R. (2008). Diccionario de economía. En R. Pampillón, *Diccionario de economía* (pág. 18). Madrid - España: Editorial IE .
- Perea, Ó. (s/f). Plan estratégico del tercer sector de acción social. En Ó. Perea, *Plan estratégico del tercer sector de acción social*. Madrid: Plataforma de ONG de acción social.

Pérez, C. (2008).

Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2009). Microeconomía. En R. Pindyck, & D. Rubinfeld, *Microeconomía* (pág. 21). Madrid: Pearson Educación S. A.

Proaño, D. (27 de 09 de 2012). *www.elheraldo.com.ec*. Obtenido de *www.elheraldo.com.ec*: www.elheraldo.com.ec/index.php?fecha=2012-09-27&seccion=Editoriales¬icia=19130

Puga, M. (s/f). Las finanzas y el sistema financiero (Familia y empresas). *Las finanzas y el sistema financiero (Familia y empresas)*, 2. Chile.

Rodríguez, & Ramón. (2009). *www.expansion.com*. Obtenido de *www.expansion.com*: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/ingreso.html>

Rodríguez, C. (2009). Diccionario de economía. En C. Rodríguez, *Diccionario de economía* (pág. 69). Mendoza.

Camaras.com. (s/f). Obtenido de *Camaras.com*: <http://www.camaras.com>

Sabino, C. (2010). Diccionario de economía y finanzas. En C. Sabino, *Diccionario de economía y finanzas* (pág. 147). Caracas: Panapo.

Salán, M. (2011). El control de gestión de la adquisición de la materia prima para la producción y su incidencia en la rentabilidad empresarial en la planta procesadora Mascorona, en el año 2010. *El control de gestión de la adquisición de la materia prima para la producción y su incidencia en la rentabilidad empresarial en la planta procesadora Mascorona, en el año 2010*. Ambato, Tungurahua, Ecuador.

Sánchez, J. (2002). *www.5campus.com*. Obtenido de *www.5campus.com*: <http://www.5campus.com/leccion/anarenta>

Santana, M. (2001). Analisis de rentabilidad de una unidad de transporte urbano e el sur de la ciudad de Quito. *Analisis de rentabilidad de una unidad de*

transporte urbano e el sur de la ciudad de Quito. Quito, Pichincha, Ecuador.

Secretaria Nacional de Educación Superior, T. y. (2008). *Ley orgánica de educación superior*. Quito.

Spiegel, M. (s/f). Estadística. En M. Spiegel, *Estadística* (págs. 268 -341). Chile: Industrias graficas 3F S.A.

Tamayo, M. (2004). *El Proceso de la Investigación Científica* (Cuarta Edición ed.). Mexico.

Tamayo, M. T. (1999). Aprender a investigar. En M. T. Tamayo, *La investigación* (pág. 44). Bogotá: Arfo Editores Ltda.

Tamayo, M. T. (1999). *Aprender a investigar*. Bogotá: Arfo Editores Ltda.

Tamayo, M., & Tamayo. (1999). *Aprender a investigar*. Bogotá: Arfo Editores Ltda.

Tapia, F. (2012). Los procesos de concesión crediticia y su incidencia en la rentabilidad de la Cooperativa de ahorro y crédito dirección provincial de salud de Cotopaxi de la ciudad de Latacunga durante el año 2010. *Los procesos de concesión crediticia y su incidencia en la rentabilidad de la Cooperativa de ahorro y crédito dirección provincial de salud de Cotopaxi de la ciudad de Latacunga durante el año 2010*. Ambato, Tungurahua, Ecuador.

TPM. (s/f). www.perio.unlp.edu.ar. Obtenido de www.perio.unlp.edu.ar: http://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/mision_vision%20claras.pdf

Vergés, J. (2011). Rentabilidad. En J. Vergés, *Rentabilidad*.

Vergés, J. (2011). Rentabilidad. En J. Vergés, *Rentabilidad* (pág. 22).

Villafaña, R. (2007). *www.centropoveda.org*. Obtenido de *www.centropoveda.org*:

http://www.centropoveda.org/IMG/pdf/Planificacion_estراتيجية.pdf

Yanez, J. (2014). Economía. En J. Yanez, *Diccionario economico* (pág. 210).
Ambato: mj.

Zapata, P. (2005).

ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE ECONOMÍA

ENCUESTAS INGRESOS ECONÓMICOS

OBJETIVO:

Recoger la información necesaria para el análisis de los ingresos económicos de la empresa Educrecer Cía. Ltda. campus Ambato.

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente la pregunta y responda con la mayor sinceridad posible.

Esta encuesta será dirigida a 40 estudiantes de la sucursal, con el propósito de dar solución al problema que se presenta en la empresa sucursal Ambato.

Sus respuestas son muy importantes para alcanzar nuestro objetivo.

Gracias por su colaboración

BLOQUES PREGUNTAS:

1.- Bloque de preguntas de los ingresos económicos

Tabla Anexo 1: Ingresos Económicos

N°	Preguntas	Alternativas	
		SI	NO
1	¿Cree usted que la institución satisface sus expectativas?	27	13
2	¿Cree usted que es un mejor servicio, el pago de la matrícula por medio de una cuenta bancaria?	19	21
3	¿Cree usted que la venta directa por parte de un funcionario de la sucursal es mejor?	15	25
4	¿Cree usted que los precios del servicio influyen en la competitiva de la sucursal en el mercado local?	29	11
5	¿Cree usted que es conveniente que un agente vendedor visite su colegio para promocionar el servicio?	35	5
6	¿Cree usted que el precio del servicio es accesible?	10	30
7	¿Cree usted que el talento humano de la sucursal se encuentra debidamente capacitado?	34	6
8	¿Le gustaría a usted que la institución realice un seguimiento post-venta?	31	9
9	¿Cree usted que el pago se debe dar por plazos?	40	0

10	¿Cree usted que el costo de la matricula cubre sus necesidades educativas?	12	28
TOTAL FRECUENCIA		252	148
TOTAL PORCENTAJE		63%	37%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

ANEXO 2

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE ECONOMÍA
ENCUESTAS RENTABILIDAD

OBJETIVO:

Recoger la información necesaria para el análisis de los ingresos económicos de la empresa Educrecer Cía. Ltda. campus Ambato.

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente la pregunta y responda con la mayor sinceridad posible.

Esta encuesta es dirigida a la Administradora y Secretaria de la sucursal, con el propósito de dar solución al problema que se presenta en la empresa sucursal Ambato.

Sus respuestas son muy importantes para alcanzar nuestro objetivo.

Gracias por su colaboración

BLOQUE DE PREGUNTAS

2.- Boque de preguntas de la Rentabilidad Económica

Tabla Anexo 2: Rentabilidad Económica

N°	Preguntas	Alternativas	
		SI	NO
1	¿La sucursal tiene un departamento financiero?		2
2	¿Conoce usted qué es la rentabilidad económica?		2
3	¿Cree usted que la rentabilidad económica es importante en la administración de la sucursal?	2	
4	¿Cree usted que se da una adecuada productividad del capital en la sucursal?		2
5	¿Se utiliza en la empresa indicadores de medición para la rentabilidad económica?		2
6	¿La rentabilidad sobre ventas es alta?		2
7	¿La rentabilidad sobre inversiones es aceptable?		2
TOTAL FRECUENCIA		2	12
TOTAL PORCENTAJE		14%	86%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

3.- Bloque de preguntas de la Rentabilidad Financiera

Tabla Anexo 2: Rentabilidad financiera

N°	Preguntas	Alternativas	
		SI	NO
1	¿Conoce sobre la rentabilidad financiera?		2
2	¿Utiliza indicadores financieros para medir la rentabilidad financiera de la sucursal?		2
3	¿Cree usted que los recursos financieros son utilizados adecuadamente?		2
4	¿Es constante la evaluación del área financiera en la sucursal?	2	
5	¿Se lleva un control de estados contables periódicamente?	2	
6	¿La rentabilidad sobre el patrimonio es alta?		2
7	¿La rentabilidad sobre activos es aceptable?		2
8	¿Se ha realizado auditorías internas en la sucursal?	2	
9	¿Cree usted que la rentabilidad total de la sucursal se encuentra en un punto de equilibrio?		2
TOTAL FRECUENCIA		6	12
TOTAL PORCENTAJE		33%	67%

Fuente: Encuesta Aplicada

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

Anexo 3

DATOS TOMADOS DE LA EMPRESA PARA LA VARIABLE INGRESOS ECONÓMICOS

Tabla Anexo 3: Ingresos Económicos

FACTORES DE INGRESOS ECONÓMICOS		SEMESTRE 1 (2014)	SEMESTRE 2 (2014)
FINANCIACIÓN PROPIA	Capital	\$ 27.750,31	\$ 31.187,41
FINANCIACIÓN AJENA	P. Bancos	\$ 3.500,00	\$ 5.000,00
VENTA DIRECTA	Vendedor	\$ 31.525,00	\$ 16.770,00
VENTA INDIRECTA	Empresa	\$ 16.975,00	\$ 9.030,00
TOTAL		\$ 19.937,58	\$ 15.496,85

Fuente: Información Interna Documentada

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

**DATOS TOMADOS DE LA EMPRESA PARA LA VARIABLE
RENTABILIDAD**

ANEXO 4

Tabla Anexo 4: Rentabilidad

RENTABILIDAD DE LA EMPRESA	SEMESTRE 1 (2014)	SEMESTRE 2 (2014)
MARGEN BRUTO	80,95%	75,26%
MARGEN NETO	6,15%	-37,67%
RENT. ECONÓMICA	43,27%	54,70%
RENT. FINANCIERA	9,29%	-42,31%
TOTAL	34,91%	12,49%

Fuente: Información Interna Documentada

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

ANEXO 5

**PROMEDIO DEL SECTOR EN CUANTO SUPERINTENDENCIA DE
COMPAÑÍAS.**

Estructura de indicadores en cuanto al promedio del sector **p855**, que pertenece a las empresas que se dedican a generar ingresos económicos por medio de enseñanza y capacitación.

Tabla - Anexo 6: Tabla de Indicadores con respeto al sector

MARGEN BRUTO				MARGEN NETO			
Promedio	máximo	mínimo	Desviación estándar	Promedio	máximo	mínimo	Desviación estándar
0,6492	1,8854	-1,0331	1,3962	0,1989	2,0884	-0,5651	1,2672

ENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO				RENTABILIDAD OPERACIONAL DEL PATRIMONIO			
Promedio	máximo	mínimo	Desviación estándar	Promedio	máximo	mínimo	Desviación estándar
0,1236	1,6541	-0,9888	1,1236	0,2993	2,3790	-0,7314	1,4069

Fuente: CIU

Elaborado por: Yáñez, J (2014)

ANEXO 6

NOMBRAMIENTO DE LA EMPRESA

Quito, 28 de Septiembre del 2012.


Señora Ingeniera:
MARJORI SILVANA VARGAS CISNEROS
Ciudad.-

De mi consideración:

NOMBRAMIENTO: 002-EC-CIA-12.- Cúmpleme informarle que la Junta General Ordinaria Universal de Socios de la Compañía **EDUCRECER CIA LTDA**; en su sesión celebrada el día de hoy viernes 28 de Septiembre del 2012, y en ratificación de la norma expresada en su cláusula Vigésimo Séptimo del estatuto de la Compañía, tuvo el acierto de elegir a Usted **GERENTA GENERAL**, por un período de 3 años, con las atribuciones constantes en el estatuto social de la misma.

De acuerdo con el estatuto, Usted tendrá la representación legal de la compañía.

El Estatuto Social de la Compañía consta en la escritura pública celebrada ante la Notaria Trigésima Primera del Cantón Quito, Dra. Mariela Pozo Acosta, el 01 de Agosto del 2012. La escritura fue inscrita en el Registro Mercantil del Cantón Quito, bajo el número 3200; tomo 143, el día 26 de Septiembre del 2012.


Ing. **IVAN PATRICIO SANDOVAL PALIS**
SECRETARIO AD-HOC

RAZÓN DE ACEPTACIÓN.- Quito, 28 de Septiembre de 2012.- Ref. Nombramiento N° 002-EC-CIA-12.- Acepto el cargo de **GERENTA GENERAL** de la Compañía **EDUCRECER CIA LTDA**; para el cual he sido elegido y me comprometo a desempeñar fiel y legalmente, de conformidad con el Estatuto y más disposiciones legales a fin de cumplir con los objetivos de la compañía.


ING. **MARJORI SILVANA VARGAS CISNEROS**
GERENTE GENERAL
C.C. 171162555-6

NOTARIA PRIMERA DE QUITO
EN APLICACION A LA LEY DE MODERNIZACION
Y A LA LEY NOTARIAL
DOY FE que la fotocopia que ANTECEDE está
conforme con el original que me fue presentado
en Quito, Folios (Litas)
30 ENE. 2013
Ing. J. P. Sandoval Palis
Con esta fecha queda inscrito el presente documento
bajo el N° 13727 del Registro de
Nombramientos Tomo N° 143

ANEXO 7 REGISTRO UNICO DEL CONTRIBUYENTE



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES

NUMERO RUC: 1792412803001
RAZON SOCIAL: EDUCRECER CIA. LTDA.
NOMBRE COMERCIAL: CRECER
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS
REPRESENTANTE LEGAL: VARGAS CISNEROS MARJORI SILVANA
CONTADOR: AGUAS GRANJA GISELA PATRICIA

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 10/01/2013 FEC. CONSTITUCION: 26/09/2012
FEC. INSCRIPCION: 10/01/2013 FECHA DE ACTUALIZACIÓN: 18/04/2013

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ACTIVIDADES RELACIONADAS CON CAPACITACION EN EDUCACION BASICA, MEDIA Y

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: LA FLORESTA Barrio: LA MARISCAL Calle: CRISTOBAL COLON Número: E 10-85 Intersección: CAAMAÑO Oficina: PB Referencia ubicación: A UNA CUADRA DE LA PLAZA ARTIGAS Telefono Trabajo: 022524127 Telefono Trabajo: 026005888 Celular: 0979206766 Email: info@aprendiendoahora.com Web: WWW.APRENDIENDOAHORA.COM

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- * ANEXO ACCIONISTAS, PARTICIPES, SOCIOS, MIEMBROS DEL DIRECTORIO Y ADMINISTRADORES
- * ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- * ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- * DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA, SOCIEDADES
- * DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 004 ABIERTOS: 4
JURISDICCION: 1 REGIONAL NORTE PICHINCHA CERRADOS: 0



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



Usuario: SAMP080213 Lugar de emisión: QUITO/PAEZ N22-57 Y Fecha y hora: 18/04/2013 12:48:09



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES

NUMERO RUC: 1792412803001
RAZON SOCIAL: EDUCRECEC CIA. LTDA.

No. ESTABLECIMIENTO: 004 ESTADO ABIERTO LOCAL COMERCIAL FEC. INICIO ACT. 10/01/2013
NOMBRE COMERCIAL: CRECEC FEC. CIERRE:
FEC. REINICIO:

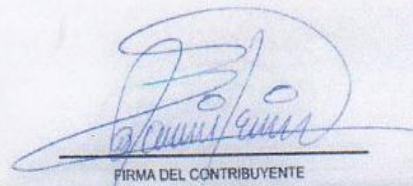
ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

ACTIVIDADES RELACIONADAS CON CAPACITACION EN EDUCACION BASICA, MEDIA Y PREUNIVERSITARIA.
ACTIVIDADES DE ASESORAMIENTO Y GESTION, COMBINADOS.
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MATERIAL EDUCATIVO

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: MATRIZ Calle: MERA Número: 03-14 Intersección: ROCAFUERTE
Referencia: A DOS CUADRAS DEL PAQUE CENTRAL Telefono Trabajo: 032821108 Telefono Trabajo: 032423354 Email:
info@aprendiendoahora.com




FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: SAMP050213 Lugar de emisión: QUITO/PAEZ N22-57 Y Fecha y hora: 18/04/2013 12:48:09

ANEXO 8
INSTALACIONES PREUNIVERSITARIO CFRECER CAMPUS AMBATO

