



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**Trabajo de investigación previo a la obtención del título de
Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA.**

TEMA:

**“PLANIFICACIÓN PRESUPUESTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL
GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA
SEREMPLA S.A.”**

AUTORA: JIMÉNEZ LITUMA MÓNICA DEL ROCÍO

TUTORA: DRA. MANJARRES MYRIAN

AMBATO- ECUADOR

2014

AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

Yo, Mónica del Rocío Jiménez Lituma, con C.I. # 180402210-9, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el Trabajo de Graduación: **“PLANIFICACIÓN PRESUPUESTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA SEREMPLA S. A.”**, es original, auténtico y personal, en tal virtud, la responsabilidad del contenido de este trabajo de graduación, para efectos legales y académicos son, de exclusiva responsabilidad del autor y el patrimonio intelectual de la misma Universidad Técnica de Ambato; por lo que autorizo a la Biblioteca de la Facultad de Contabilidad y Auditoría para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura y publicación según las Normas de la Universidad.

Ambato, 18 de Agosto de 2014

AUTOR



Mónica del Rocío Jiménez Lituma
C.I. 180402210-9

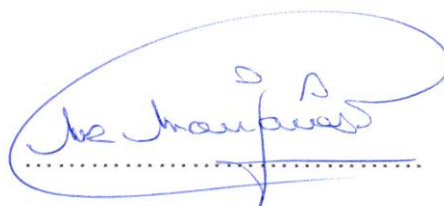
APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dra. Myrian Manjarres, con C.I.# en mi calidad de Tutora del Trabajo de Graduación sobre el Tema **“PLANIFICACIÓN PRESUPUESTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA SEREMPLA S. A.”**, desarrollado por el Srta. Mónica del Rocío Jiménez Lituma, egresada de la Facultad de Contabilidad y Auditoría, Carrera de Contabilidad y Auditoría , considero que dicho Trabajo de Graduación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, modalidad Trabajo Estructurado de manera Independiente de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por la Comisión de Calificación designado por el H. Consejo Directivo.

Ambato, de 18 Agosto de 2014

EL TUTOR



Dra. Myrian Manjarres

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

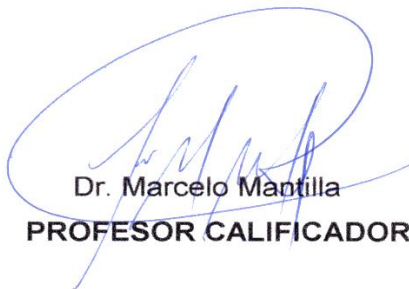
El tribunal de Grado, aprueba el Trabajo de Graduación sobre el tema **“PLANIFICACIÓN PRESUPUESTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA SEREMPLA S. A.”**, elaborado por el Srta. Mónica del Rocío Jiménez Lituma, egresada de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 26 de Agosto de 2014



Dr. Fabián Mera

PROFESOR CALIFICADOR



Dr. Marcelo Mantilla

PROFESOR CALIFICADOR



Eco. Diego Proaño

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

A mi querida hija, quien ha sido mi mayor inspiración para conseguir este ansiado sueño,

A mis padres que supieron guiarme en la vida a través de sus sabias enseñanzas para mejorar y llegar a ser la persona que hoy soy, a ustedes mi eterno agradecimiento.

A mis hermanos que me supieron colaborar en mi formación y se comprometieron con el fin de culminar esta meta.

A todos mis amigos y compañeros que de una u otra forma colaboraron con su apoyo constante para cumplir con este objetivo.

Muchas gracias

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Técnica de Ambato por su excelente calidad académica, a través de sus docentes, quienes nos impartieron sus conocimientos cultivando mi formación académica y profesional.

A Serempla S.A. y con ella a la Gerencia por su colaboración incondicional, haciendo posible la elaboración del presente proyecto.

Así mismo mi profunda gratitud con la Dra. Myriam Manjarres por su guía, comprensión y oportuna dirección, que me brindó a lo largo de la elaboración del presente trabajo de investigación.

Muchas Gracias.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Contenidos	Página
AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN EJECUTIVO.....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO I.....	4
EL PROBLEMA	4
1.1. TEMA	4
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.2.1 Contextualización.....	4
1.2.2. Análisis.- Crítico	9
1.2.3 Prognosis.....	11
1.2.4 Formulación del Problema.....	11
1.2.5 Preguntas directrices:.....	12
1.2.6 Delimitación.....	12
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	12
1.4 OBJETIVOS.....	14
CAPÍTULO II	15
MARCO TEÓRICO.....	15
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	15
2.2. FUNDAMENTACIONES	19
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	21
2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	23
2.4.1. Marco conceptual variable independiente	25
2.4.2. Marco conceptual variable dependiente	39

2.5. HIPÓTESIS	47
2.6. SEÑALAMIENTO VARIABLES DE LA HIPÓTESIS	47
CAPÍTULO III	48
METODOLOGÍA	48
3.1. ENFOQUE.....	48
3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	49
3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	51
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	52
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	55
3.6. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	59
3.7. PLAN DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN	59
CAPÍTULO IV.....	61
ANÁLISIS.- E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	61
4.1. ANÁLISIS	61
4.2. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	103
4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	103
CAPÍTULO V.....	109
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	109
5.1. CONCLUSIONES	109
5.2. RECOMENDACIONES.....	110
CAPÍTULO VI.....	111
PROPUESTA	111
6.1. DATOS INFORMATIVOS	111
6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	112
6.3. JUSTIFICACIÓN.....	112
6.4. OBJETIVOS	113
6.4.1 Objetivo General	113
6.4.1 Objetivos Específicos.....	114

6.5. ANÁLISIS.- DE FACTIBILIDAD	114
6.6. FUNDAMENTACIÓN	115
6.7. METODOLOGÍA. MODELO OPERATIVO	131
FASE I.....	133
Evaluación de la situación de la empresa	133
FASE II	150
Diseño del modelo presupuestal para la empresa SEREMPLA S.A.	150
FASE III	181
Elaboración del presupuesto para la empresa Seremplá S .A. del año	
2014	181
3.1. Presupuesto de ventas	181
3.2. Presupuesto de Producción.....	184
3.3. Presupuesto de gastos administrativos	204
3.4. Presupuesto de Gastos de Ventas	208
3.5. Presupuesto financiero	210
3.6. Presupuesto de Inversión	214
3.7. Balances Proformas	219
6.8 ADMINISTRACIÓN.....	223
6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN	224
6.10. RESULTADO DE PONER EN MARCHA LA PROPUESTA	225
Bibliografía	226
ANEXOS	233

Índices de tablas

Contenidos	Página
Tabla 1: Operacionalización Variable Independiente	57
Tabla 2: Operacionalización Variable Dependiente	58
Tabla 3: Necesidades de los clientes	62
Tabla 4: Fuentes y usos de efectivo	63
Tabla 5: Necesidades de efectivo	64
Tabla 6: Tratamiento de excedentes del efectivo	65
Tabla 7: Liquidez	66
Tabla 8: Periodicidad de control de egresos	67
Tabla 9: Políticas para cobros y pagos	68
Tabla 10: Presupuesto de ventas	69
Tabla 11: Políticas para realizar las ventas	70
Tabla 12: Programación de compras	71
Tabla 13: Necesidades de materias primas	72
Tabla 14: Niveles de cumplimiento	73
Tabla 15: Inventario de Materiales y suministros	74
Tabla 16: Espacio físico	75
Tabla 17: Requerimientos clientes	76
Tabla 18: Satisfacción de clientes	77
Tabla 19: Personal Contratado	78
Tabla 20: Políticas de contratación	79
Tabla 21: Planificación presupuestaria	80
Tabla 22: Necesidad de planificación presupuestaria	81
Tabla 23: Rendimiento financiero	82
Tabla 24: Indicadores de rentabilidad	83
Tabla 25: Grado de satisfacción	84
Tabla 26: Estrategias para atraer nuevos clientes	85
Tabla 27: Planificación y control de inventarios	86

Tabla 28: Adquisición oportuna de inventarios	87
Tabla 29: Cumplimiento de metas fijadas por gerencia	88
Tabla 30: Grado de satisfacción	90
Tabla 31: Atención brindada a clientes	91
Tabla 32: Procedimientos para pedidos de clientes	92
Tabla 33: Tiempo de atención a los pedidos	93
Tabla 34: Cumplimiento de requerimientos	94
Tabla 35: Producto cumple los estándares producción	95
Tabla 36: Planificación presupuestaria	96
Tabla 37: Calidad del producto	97
Tabla 38: Precio de los productos	98
Tabla 39: Operaciones	99
Tabla 40: Planificación y control de inventarios	100
Tabla 41: Hipótesis planificación administrativos	105
Tabla 42: Hipótesis planificación clientes	105
Tabla 43: Hipótesis grado de satisfacción	105
Tabla 44: Hipótesis grado de satisfacción clientes	106
Tabla 45: Frecuencias observadas	106
Tabla 46: Frecuencias esperadas	106
Tabla 47: Cálculo Chi Cuadrado	107
Tabla 48: Matriz metodológica	132
Tabla 49: Análisis FODA (Fortalezas)	140
Tabla 50: Análisis FODA (Debilidades)	140
Tabla 51: Análisis FODA (Oportunidades)	141
Tabla 52: Análisis FODA (Amenazas)	141
Tabla 53: Matriz de evaluación interna	142
Tabla 54: Matriz de evaluación externa	142
Tabla 55: Análisis de índices financieros 2013	147

Tabla 56: Estrategias matriz FODA	157
Tabla 57: Calendario de Producción	162
Tabla 58: Procesos de fabricación	166
Tabla 59: Costos fijos	167
Tabla 60: Costos variables	167
Tabla 61: Porcentaje de depreciaciones	169
Tabla 62: Calendario de Producción presupuestado	186
Tabla 63: Cálculo de % de distribución de las compras	189
Tabla 64: Procesos de fabricación presupuestada	191
Tabla 65: Desembolso por pagos Mano de obra directa	191
Tabla 66: Costos fijos presupuestados	193
Tabla 67: Costos variables presupuestados	193
Tabla 68: Resumen de pago de mano de obra indirecta	196
Tabla 69: Depreciaciones del año 2013	196
Tabla 70: Inventario final de productos terminados	200
Tabla 71: Determinación del porcentaje de utilidad	201
Tabla 72: Costos fijos	201
Tabla 73: Datos punto de equilibrio	202
Tabla 74: Información para el punto de equilibrio	202
Tabla 75: Desembolsos mensuales de remuneraciones	205
Tabla 76: Datos para impuestos	211
Tabla 77: Comparación de los índices año 2013 y 2014	222
Tabla 78: Costos de la propuesta	223
Tabla 79: Previsión de la evaluación	224

Índice de gráficos

Contenidos	Página
Gráfico N° 1: Bombo	7
Gráfico N° 2: Árbol de problemas	9
Gráfico N° 3: Supraordinación de variables	23
Gráfico N° 4: Infraordinación de variables	24
Gráfico N° 5: Necesidades de los clientes	62
Gráfico N° 6: Fuentes y usos de efectivo	63
Gráfico N° 7: Necesidades de efectivo	64
Gráfico N° 8: Tratamiento de excedentes de efectivo	65
Gráfico N° 9: Liquidez	66
Gráfico N° 10: Periodicidad de control de egresos	67
Gráfico N° 11: Políticas para cobros y pagos	68
Gráfico N° 12: Políticas para cobros y pagos	69
Gráfico N° 13: Políticas para realizar las ventas	70
Gráfico N° 14: Programación de compras	71
Gráfico N° 15: Necesidades de materias primas de los clientes	72
Gráfico N° 16: Niveles de cumplimiento	73
Gráfico N° 17: Inventario de Materiales y suministros	74
Gráfico N° 18: Espacio físico	75
Gráfico N° 19: Requerimientos clientes	76
Gráfico N° 20: Satisfacción clientes	77

Gráfico N° 21: Personal Contratado	78
Gráfico N° 22: Políticas de contratación	79
Gráfico N° 23: Planificación presupuestaria	80
Gráfico N° 24: Necesidad de planificación presupuestaria	81
Gráfico N° 25: Rendimiento financiero	82
Gráfico N° 26: Indicadores de rentabilidad	83
Gráfico N° 27: Grado de satisfacción	84
Gráfico N° 28: Estrategias para atraer nuevos clientes	85
Gráfico N° 29: Planificación y control de inventarios	86
Gráfico N° 30: Adquisición oportuna de inventarios	87
Gráfico N° 31: Cumplimiento de metas fijadas por la gerencia	88
Gráfico N° 32: Grado de satisfacción	90
Gráfico N° 33: Atención brindada a clientes	91
Gráfico N° 34: Proceso para pedidos clientes	92
Gráfico N° 35: Tiempo de atención a los pedidos	93
Gráfico N° 36: Cumplimiento de requerimientos y expectativas	94
Gráfico N° 37: Producto cumple con estándares de producción	95
Gráfico N° 38: Planificación presupuestaria	96
Gráfico N° 39: Calidad del producto	97
Gráfico N° 40: Precio de los productos	98
Gráfico N° 41: Operaciones	99
Gráfico N° 42: Planificación y control de inventarios	100

Gráfico N° 43: Tabla Chi cuadrado	107
Gráfico N° 44: Hipótesis	108
Gráfico N° 45: Pronóstico de ventas	119
Gráfico N° 46: Estructura Organizacional	134
Gráfico N° 47: Flujo presupuestal modelo	153
Gráfico N° 48: Punto de equilibrio	203

Índice de cédulas

Contenidos	Página
Cédula 1: Ventas en unidades recuperado de botas	182
Cédula 2: Ventas en unidades desperdicios	182
Cédula 3: Resumen de ventas en unidades y costos	184
Cédula 4: Componentes de la materia prima	188
Cédula 5: Requerimiento total de materia prima	189
Cédula 6: Compras de materia prima	190
Cédula 7: Presupuesto de mano de obra	192
Cédula 8: Componentes de materia prima indirecta	194
Cédula 9: Presupuesto de mano de obra indirecta	195
Cédula 10: Presupuesto de transporte de bota lavada	196
Cédula 11: Presupuesto de depreciación de activos fijos	197
Cédula 12: Presupuesto de arrendamientos	197
Cédula 13: Presupuesto de mantenimiento de maquinaria	198
Cédula 14: Presupuesto de otros costos de fabricación	198
Cédula 15: Presupuesto de otros costos personal	199
Cédula 16: Costo de ventas proyectado desperdicios	204
Cédula 17: Presupuesto de remuneraciones personal	205
Cédula 18: Presupuesto de servicios básicos	206
Cédula 19: Presupuesto de suministros varios	206
Cédula 20: Presupuesto de depreciación de activos fijos	207

Cédula 21: Presupuesto de arrendamiento administrativos	207
Cédula 22: Presupuesto de honorarios administrativos	207
Cédula 23: Presupuesto de comisión ventas botas lavadas	208
Cédula 24: Presupuesto de comisión ventas desperdicios	209
Cédula 25: Presupuesto de arrendamientos de ventas	209
Cédula 26: Presupuesto de gastos de vehículos	210
Cédula 27: Presupuesto de publicidad	210
Cédula 28: Presupuesto de impuestos	213
Cédula 29: Presupuesto de retenciones clientes	213
Cédula 30: Presupuesto de retenciones renta por pagar	214
Cédula 31: Presupuesto de retenciones IVA por pagar	214
Cédula 32: Presupuesto de Inversiones de Capital	215
Cédula 33: Flujo de Presupuestal	216
Cédula 34: Flujo de Presupuestal con decisiones	218

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo principal del presente trabajo de investigación fue determinar la incidencia de la planificación presupuestaria en el grado de satisfacción de los clientes de la empresa Serempla S.A.; estableciendo sus expectativas con el fin de optimizar los recursos disponibles; evitando la posible ruptura del stock, que es una de las causas más relevantes y a la vez ocasiona una disconformidad en los clientes.

El principal problema que tuvo la empresa se encuentra en la planificación financiera, la cual establece los lineamientos de las actividades económicas de la entidad y debido a una programación inoportuna no aplicada en estrategias para cumplir dicha planificación la empresa enfrentó un grave problema en la adquisición de inventarios y suministros para el normal desarrollo de la actividad económica.

El presupuesto financiero es la planeación fundamentada de las estrategias que se cumplen en la planificación financiera, mismas que constituyen una herramienta importante en el medio administrativo de Serempla S.A., la no aplicación de esta herramienta en la empresa produjo que ésta tuviera una determinación inadecuada del capital, costos y gastos innecesarios y a la vez desabastecimiento de inventarios.

De igual manera la elaboración de un correcto y bien estructurado presupuesto hubiera permitido un mejor desarrollo de la empresa, mediante la comparación de los resultados obtenidos en cifras reales y con cifras presupuestadas y/o proyectadas para medir la situación de la empresa y tomar decisiones acertadas en un corto plazo, alcanzando un abastecimiento total en cuanto a inventarios, conllevando a la fidelidad y satisfacción del cliente.

Palabras clave: Planificación financiera, presupuestos, satisfacción al cliente.

INTRODUCCIÓN

La dirección de una empresa se establece mediante la utilización de herramientas financieras y administrativas que colaboran a la dinamización de todos los recursos existentes dentro de la misma, para lo cual el presupuesto se convierte en el elemento que aprovisiona de manera equilibrada partidas financieras, direccionadas al incremento de las ventas a través de una adecuada programación de la producción, permitiendo de esta forma optimizar costos y gastos innecesarios.

Adicionalmente toda empresa está regida por una serie de políticas y procedimientos según sea su naturaleza, responsablemente establecidas por los colaboradores de la misma, que dan su mejor esfuerzo para la consecución de objetivos planteados, como es la entrega oportuna del producto terminado y la satisfacción del cliente.

De esta manera se desarrolla el presente trabajo de investigación, cuyo propósito es generar una guía práctica y didáctica para la adecuada planificación presupuestaria en la empresa Seremplá S. A.

Para conseguir el objetivo planteado del presente trabajo de investigación se ha dividido en seis capítulos, que se detallan a continuación:

En el Capítulo I, establecimiento del tema de investigación, profundizando el problema encontrado a un nivel macro, meso y micro, se realiza un análisis crítico (causa – efecto), se formula y justifica el problema que presenta la empresa y esto a su vez es base para el planteamiento de los objetivos general y específicos.

En el Capítulo II, descripción del marco teórico de variables así como los antecedentes de la investigación para conocer a profundidad el tema a investigar, se fundamenta la parte filosófica y legal y esto permite establecer claramente la hipótesis.

En el Capítulo III, metodología que se utilizó, modalidad, nivel investigación, se establece la población y muestra objeto de estudio, la operacionalización de variables, incorporando los planes y técnicas a utilizar en la recolección y procesamiento de la información.

En el Capítulo IV, procesamiento y tabulación de la información, misma que será representada en forma estadística y gráfica con el respectivo análisis e interpretación de los resultados obtenidos, conjuntamente se comprobará el planteamiento de la hipótesis al aplicar el método del Chi cuadrado.

En el Capítulo V, conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron en el análisis del capítulo IV, mismas que se establecen para mejorar la actividad diaria la empresa.

En el Capítulo VI, diseño de la propuesta, es primordial en la investigación y es una alternativa de solución al problema encontrado. Está estructurada de la información proporcionada por la empresa, antecedentes de la propuesta. Se justifica y plantea los objetivos, se realiza el análisis de factibilidad, se fundamenta científicamente la teoría en la que se basa la propuesta y consecutivamente se desarrolla la planificación operativa para el año 2014, se detalla la administración y la previsión de la evaluación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. TEMA

“Planificación presupuestaria y su incidencia en el grado de satisfacción de los clientes de la empresa Seremplá S. A.”

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Contextualización

Macrocontextualización

Actualmente a nivel mundial el reciclaje ha tomado gran importancia con el fin de concientizar a la población a disminuir progresivamente la contaminación por lo cual en numerosos países el 17 de mayo se estableció como Día Internacional del Reciclaje.

El reciclaje es considerado como la reutilización de diversos materiales como por ejemplo: botellas usadas, latas, periódicos, materiales de caucho, entre otros.

Interpretando a Areal (1995) varios países se plantean enfrentar el problema de los residuos sólidos a través de un régimen de biodegradación y reciclaje. La palabra reciclaje tiene muchos significados, el más importante es el aprovechamiento o recuperación de materiales usados y desechados con el fin de darle un nuevo uso. El policloruro de vinilo (PVC), puede quemarse para dar cloruro de hidrógeno, etileno, etc. Que a su vez pueden, después de varios procesos producen al cloruro de vinilo y posteriormente de nuevo al policloruro de vinilo. Aunque esto se ha conseguido a pequeña escala, no ha dado lugar a ninguna instalación industrial de tamaño superior al de un pequeño proyecto piloto. Además no es satisfactorio desde el punto de vista económico o energético. De

hecho entre un 20 y un 40% del PVC no es PVC sino aditivos. Finalmente, la recogida de PVC o de cualquier grupo homogéneo de materiales es una tarea difícil y no experimentada en el mejor de los casos.

De acuerdo con Tucker (2014) “Las roturas de stock significan problemas a muchos niveles aparte del lógico perjuicio económico. Desde el punto de vista del servicio, las roturas de stock generan un menor índice de satisfacción de nuestros clientes”

De acuerdo a varias investigaciones según Tucker tenemos las siguientes conclusiones:

- Se calcula que, a nivel mundial, el promedio de roturas de stock en los retailers ronda el 8%
- Las roturas de stock tienden a ser más frecuentes en artículos en promoción que en artículos normales
- Las roturas de stock tienden a ser mayores en artículos de alta rotación, independientemente de si están en promoción o no
- Un 20% de las roturas de stock tienen una duración de más de 3 días
- Casi un 75% de las roturas son causadas en el punto de venta

Según Atencio y Salas (2014) en los resultados tenemos: La base de datos inventarios proporciona información que permite verificar las entradas, salidas y existencias de cada producto registrado, en lapsos dados, ya sea en pantalla o impreso.

Mesocontextualización

En la provincia de Tungurahua hay varias iniciativas para la reutilización de los desechos sólidos por ejemplo La Empresa Municipal Mancomunada de Aseo Integral de los cantones de Patate y Pelileo EMMAIT-EP, (2014) “emprendió una iniciativa para inculcar el reciclaje de plástico en la población. Se trata de la colocación de botellas gigantes en distintos lugares de las dos urbes. La idea es que en estos recipientes se coloquen las botellas de plástico ya utilizadas, con ello se reduce el

volumen de desechos y por ende se contribuye al cuidado del medio ambiente”

Citando la página del Ministerio del Ambiente (2014) en la cual La Ministra Lorena Tapia expuso sobre “El Proyecto de Gestión Integral de Desechos Sólidos, el cual expone sobre la iniciativa que comprende la eliminación de todos los botaderos del país para el 2017, la implementación de 80 rellenos sanitarios, que establecerán una mejor calidad de vida para los ciudadanos y facilitará el manejo de desperdicios a nivel nacional. Además, de la implementación del Plan Nacional para la Gestión Integral de Residuos Sólidos a nivel de todos los 221 municipios del Ecuador.

Microcontextualización

Serempla S.A. se constituyó el 04 de Noviembre de 2008, se dedica al procesamiento de materiales polímeros provenientes del reciclaje cuya actividad económica en nuestro entorno es demasiada informal lo cual conlleva a la difícil selección de proveedores que abastezcan constantemente de materia prima suficiente para poder cumplir con la demanda de los clientes.

La empresa se especializa en el reciclaje y lavado de bota usada de policloruro de vinilo (PVC), que representa el 67% de sus ingresos, siendo de vital importancia la provisión oportuna de esta materia prima para el normal desarrollo de la actividad empresarial.

El proceso de lavado que sufre la bota se detalla a continuación:

1. Se adquiere el material a los distintos proveedores, por ser un producto poco común este es escaso en los centros de acopio.
2. Se clasifica el material separando lo adecuado para el proceso de producción y retirando todo material diferente al PVC (policloruro de vinilo).
3. Se cortan las plantas (suelas) y otros productos que sean diferentes al

PVC.

4. Se tritura el material, a través de un molino para proceder al lavado.
5. El lavado se realiza en un bombo donde se colocan los adimentos y detergentes industriales que aseguren la limpieza del producto.
6. El producto es estilado y vendido.

Bombo



Gráfico N° 1: Bombo
Fuente: Serempla S.A.

Una vez realizada la venta del producto terminado, la obtención de la materia prima se torna dificultosa produciendo una eminente ruptura en el stock de inventarios, generando una disminución de la satisfacción y fidelidad por parte de los clientes de Serempla S.A.

La inadecuada planificación ocasiona que no se obtengan niveles

apropiados en inventarios de materia prima, sufriendo una disminución en la producción y esto conlleva a no cumplir la demanda exigida por los clientes, reduciendo las ventas y por ende la utilidad esperada.

Como segunda actividad de Serempla S.A., se encuentra la comercialización de desechos sólidos, la cual representa el 33% restante del total de sus ingresos por ventas.

Esta situación hace imprescindible una planificación integral, la cual abarque procesos tanto productivos, de comercialización y financieros.

1.2.2. Análisis.- Crítico

Relación causa- efecto

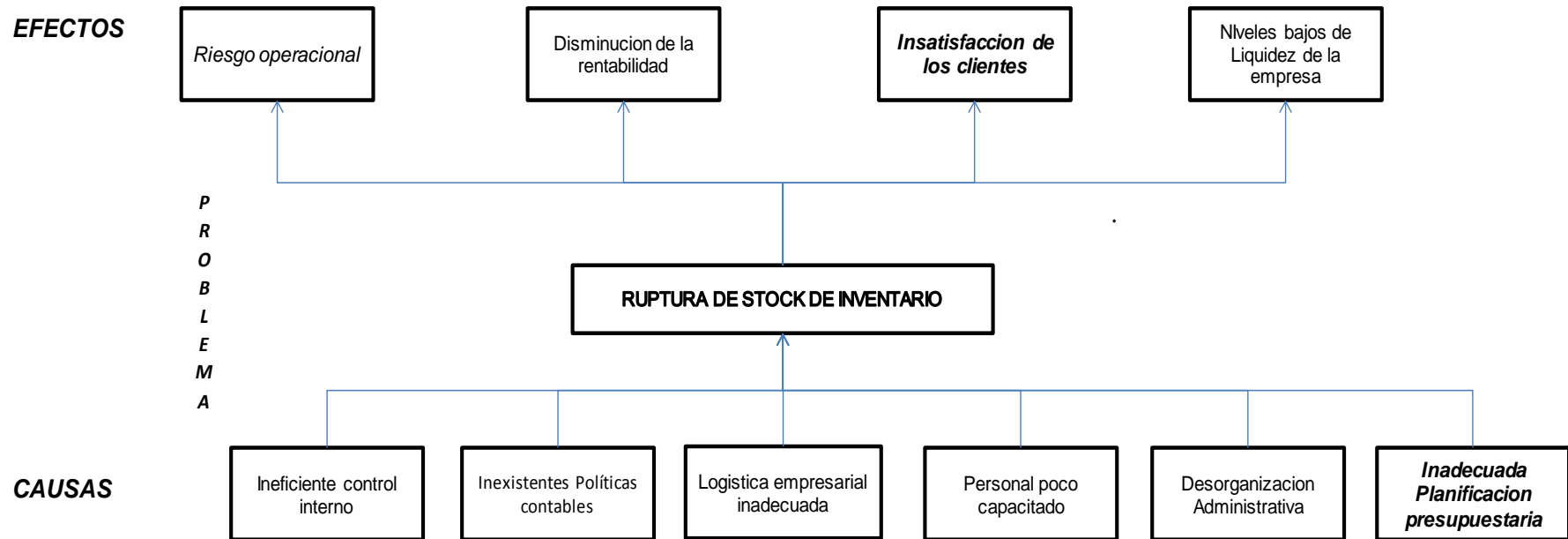


Gráfico 2: Árbol de Problemas
Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Relación causa- efecto

Con el árbol de problemas se encontró las siguientes causas y efectos relacionados:

El ineficiente control interno en la empresa, ha ocasionado una ruptura del stock por no poder mantener niveles adecuados de inventarios, provocando un riesgo operacional en la empresa.

Las inexistentes políticas contables también han llevado a la ruptura del stock de inventarios, ocasionando una disminución en las ventas y a su vez en la rentabilidad, al no contar con el producto necesario para satisfacer al cliente. Según NIIF (2004) “Las políticas contables son los principios específicos, bases, acuerdos, reglas y procedimientos adoptados por la entidad en la elaboración y presentación de estados financieros, los mismos que tendrán información real y oportuna de estos procedimientos dependerá la valoración de inventarios, si estos valorados de manera adecuada y cumpliendo con la normativa vigente podría verse disminuida la utilidad de la empresa”.

Una inadecuada logística empresarial manejada por Serempla S.A. ha causado la ruptura del stock de inventarios, produciendo una insatisfacción de los clientes al no cumplir a tiempo con sus necesidades.

La empresa cuenta con personal poco capacitado lo cual ocasiona también una ruptura en el stock, debido a que el personal no posee la experticia necesaria para adquirir un producto de calidad; así como para realizar una clasificación adecuada; ocasionando pérdida en las ventas programadas y disminución de la liquidez.

La desorganización en la administración produce la inexactitud en la información necesaria sobre la cantidad de kilos por pedido, así como la información relacionada a la producción, ocasionando una ruptura en el stock de inventario.

Una inadecuada planificación presupuestaria ocasiona una ruptura en el stock de inventario provocando la insatisfacción de los clientes, por no entregar los requerimientos en las fechas y cantidades específicas, la ruptura en el stock es un problema de demanda insatisfecha que genera costos cuando no se puede atender a la demanda existente.

1.2.3 Prognosis

La empresa Serempla S. A. recibe la mayoría de sus ingresos por la venta de bota usada lavada, de no contar con un presupuesto adecuado según los requerimientos de los clientes, se perdería la principal fuente de ingresos,

Consideran adicionalmente que su segmento de mercado es mínimo, exponiéndolo a las necesidades de los mismos, la producción de nuestra empresa estará enfocada específicamente en la producción del cliente.

De no provisionarse de manera técnica se podría generar deficiencia en el inventario disponible para la venta, dejando pérdidas significativas a la organización, ya +que el principal ingreso de la empresa es la venta de botas.

Al no poseer los ingresos esperados, se produciría una iliquidez lo que impediría cumplir con las obligaciones adquiridas y que son fijas.

1.2.4 Formulación del Problema

¿Cómo incide la planificación presupuestaria en el grado de satisfacción de los clientes de la empresa SEREMPLA S.A. de la ciudad de Ambato en el año 2013?

- **Variable Independiente:** Planificación presupuestaria
- **Variable Dependiente:** Satisfacción de los clientes

1.2.5 Preguntas directrices:

- ¿Cómo afecta la planificación presupuestaria al proceso productivo de la empresa?
- ¿Cuál ha sido el nivel de satisfacción de los clientes principales de la empresa Serempla S.A. durante el año 2013?
- ¿Cómo se establecería una solución que permita una adecuada planificación presupuestaria para mejorar el grado de satisfacción de los clientes de la empresa?

1.2.6 Delimitación

Campo:	Contabilidad y Auditoría
Área	Financiera
Aspecto:	Planificación presupuestaria
Delimitación Temporal:	Año 2013
Delimitación Espacial:	
Provincia:	Tungurahua
Ciudad	Ambato
Dirección:	Av. Indoamérica y Pasaje Las Minas

1.3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación tiene como principal objetivo dar solución a la inadecuada gestión de inventarios, mejorar esquemas tradicionales de direccionamiento financiero y económico, optimizando la inversión en la empresa y a fortaleciendo las ventas a partir de un nuevo modelo de planificación presupuestaria, puesto que las demandas y exigencias de los clientes se convertirán en los actores primordiales de la captación de

recursos para la empresa.

La inadecuada gestión de inventarios genera costos y gastos innecesarios, debido al inoportuno control se asumen valores por almacenamiento y custodia, en el caso que exista demasiada provisión; caso contrario provoca un gasto adicional por la premura del suministro se ve obligada a pagar más por el producto.

Al no disponer del producto que demanda el cliente por la inadecuada planificación y control de los inventarios, se provoca la pérdida de recursos organizacionales y económicos, impidiendo el logro de metas y objetivos, y esto da como resultado la insatisfacción de los clientes, desembocando en la disminución de la fidelidad de los clientes y de la rentabilidad.

Por lo cual surge la necesidad de establecer una correcta gestión del inventario evitando que se produzca la ruptura del mismo, instaurando una relación que influya entre la empresa y su entorno, misma que permita el conocimiento de la situación y su correcta interpretación, en función de una serie de modelos para optimizar recursos y decidir un cambio en la dirección de las ventas proyectadas de la entidad.

La investigación propuesta beneficia a la empresa, ya que el objetivo es que la organización cuente con una eficiente planificación presupuestaria para mejorar la gestión de inventarios y a la vez cumplir con la satisfacción del cliente, manteniendo un nivel adecuado de stock de inventario, cumpliendo los requerimientos de producción, sin detener la cadena de suministro a los clientes y a su vez no causar gastos innecesarios de almacenamiento de la materia prima.

De la misma forma la investigación abarca en su objetivo, el estudio de cada una de las cuentas contables, mismas que generan la información real de la empresa y a su vez permiten establecer la proyección económica-financiera en los movimientos de la empresa.

La investigación es factible de realizar porque se cuenta con el tiempo suficiente para desarrollar el trabajo que se propone. Se tiene acceso directo a fuentes de información y a la posibilidad de aplicación de los instrumentos de investigación. Además, se dispone de recursos humanos, materiales, tecnológicos, económicos y sobre todo voluntad para cumplir con los objetivos y metas trazadas del presente proyecto.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Determinar la incidencia de la planificación presupuestaria en el grado de satisfacción de los clientes de la empresa Serempla S.A. con el fin de cumplir con sus expectativas optimizando los recursos disponibles.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar la afectación de la planificación presupuestaria en el proceso productivo con la finalidad de la verificación de cumplimiento de metas planteadas por Serempla S.A.
- Establecer el grado de satisfacción de los clientes con relación a la entrega a tiempo de la mercadería con el fin de relacionarlo con problema.
- Proponer un modelo de planificación presupuestaria que evite la ruptura del stock del inventario permitiendo mejorar la satisfacción de los clientes de la empresa.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Es necesario indicar que en la empresa Serempla S.A. no se han realizado trabajos investigativos que enfoquen la problemática planteada, sin embargo, como aporte y respaldo a la presente investigación se han considerado los siguientes trabajos producto de investigaciones anteriores con problemas similares:

Entre los autores de investigaciones relacionadas se cita el trabajo de Gancino (2010) titulado: “La planificación presupuestaria y su incidencia en la información financiera de la fundación Pastaza en el período 2009”, donde los objetivos establecidos fueron evaluar la planificación presupuestaria con la finalidad de promover el desarrollo económico y social de Fundación Pastaza; analizar la información financiera con la finalidad de contribuir a una adecuada toma de decisiones; proponer la implementación de un sistema de control para elaborar presupuestos y de esta manera contribuir al control de la gestión administrativa con la finalidad de reinvertir en nuevos proyecto. La metodología utilizada por Gancino fue un enfoque cuantitativo, y de la cual obtuvo las siguientes conclusiones:

La planificación presupuestaria empírica que utiliza no permite que los distintos departamentos puedan desarrollar sus actividades con eficacia los recursos asignados, son entregados a tiempo; sin embargo, no satisfacen las necesidades porque no se distribuyen de manera adecuada. Por no contar con un estudio previo de requerimientos, provocando insatisfacción en los clientes internos y externos de la empresa.

El personal no posee la suficiente experiencia en elaboración de presupuestos, y estos son asignados por la administración en base a sus criterios, lo que ocasiona que dichos recursos no satisfaga las necesidades de cada departamento.

Gancino principalmente concluye que el bajo nivel de planificación tanto por el deficiente conocimiento técnico de quienes elaboran ésta herramienta de ejecución llamada presupuesto así como también por un mínimo estudio preliminar de necesidades, Seremplá S.A. ha trabajado con una planificación empírica por lo cual es necesario la presente investigación establecer debe planificar su producción a través de una planificación eficiente encaminada a la satisfacción de los clientes.

Según la investigación de Aguilera & Rodríguez (2013) cuyo título fue “Aplicación de la regresión lineal borrosa para la planificación presupuestaria en el hotel de Meliá Santiago de Cuba”, sus objetivos centrales fueron: analizar y evaluar el sistema de planificación presupuestaria en el hotel Meliá Santiago de Cuba y aplicar algunas propuestas metodológicas basadas sobre los subconjuntos borrosos que contribuyan al perfeccionamiento del mismo. Resumiendo las conclusiones tenemos:

La confección de un presupuesto para la empresa turística por ser en un ambiente de incertidumbre, se debe aplicar técnicas avanzadas para el correcto pronóstico de las ventas.

Dentro de esta investigación se utilizó el método regresión lineal borrosa, este método, además teniendo en cuenta el mercado, se pudo limitar un intervalo, para así evitar la circunstancialidad del mercado.

Mientras que Labre (2013), en su trabajo de investigación con el título: “La planificación financiera y su relación con la liquidez de la cooperativa de ahorro y crédito el Calvario Ltda., del Cantón Tisaleo 2010”, cuyos objetivos fueron: analizar la situación actual de la planificación financiera

de la Cooperativa, para la determinación de falencias en la gestión de recursos económicos y administrativos; determinar el grado de iliquidez que presenta la cooperativa para la disponibilidad del efectivo en el desembolso de los créditos; proponer una planificación financiera eficiente que permite evaluar la rentabilidad de la cooperativa, para la toma de decisiones y maximizar financiamiento de los recursos. Donde se utilizó la metodología de investigación de campo, utilizando fuentes primarias de información. Se exponen las conclusiones del estudio:

Es necesario que se trabaje en base a una planificación financiera bien definida, ya que al no contar con esta herramienta corre el riesgo de no saber cuál es su posición financiera, debido que existen nuevas leyes que regulan al sector financiero implantado por el gobierno para controlar el manejo de los recursos económicos.

Es beneficioso trabajar sobre bases de análisis financieros, flujos financieros, análisis de indicadores ya que los resultados permite conocer cuál es la Composición de sus Activos, Pasivos y Patrimonio, para que gerencia pueda tomar decisiones, con un conocimiento amplio sobre la estructura de esta herramienta, determinando la eficiencia de los departamentos, procesos, créditos y financiamiento, determinando nuevas normas de dirección y procedimientos.

Diseñar una Planificación Financiera eficiente en la Cooperativa para determinar el objetivo concreto para el cual se realizará el estudio financiero, que permita mejorar la consecución de sus actividades planteados, el control de flujos, análisis financiero y la liquidez para la toma de decisiones.

Es necesario realizar un exhaustivo análisis de las necesidades de la empresa con el fin de plantear una eficiente herramienta, que permita a Serempla S.A. satisfacer las necesidades de los clientes y así conseguir las metas de la empresa.

Tenemos además Tubón (2011), en su trabajo de investigación: “El Servicio al cliente y su incidencia en las ventas de la industria la raíz del jean del Cantón Pelileo”, cuyos objetivos fueron analizar las estrategias de servicio al cliente actual, aplicando una investigación de campo, para

incrementar el volumen de ventas en la :La industria la Raíz del Jean; elaborar estrategias de servicios al cliente , utilizando técnicas de comercialización, para incrementar el volumen de ventas en la Industria del Jean. La metodología que utilizó Tubón fue el paradigma crítico propositivo. Y llegó a concluir:

De acuerdo con los datos obtenidos se concluye que existe un porcentaje no considerable de clientes que manifiestan que la atención que ofrece la Industria es regular, buena, muy buena.

Hay un porcentaje significativo que señala que el personal debe ser recibido con amabilidad, respeto e importancia.

Un gran porcentaje de clientes considera que la información que le brinda al cliente debería ser clara y precisa.

Se concluye que más de la mitad de clientes encuestados manifiestan que deben existir promociones en los productos.

Existe un porcentaje que considera que el personal de ventas debe ser capacitado en cuanto a servicio al cliente y de esta forma puedan ofrecer sus productos de mejor manera.

La mayor parte de los encuestados consideran que para mejorar el servicio al cliente si es necesario la aplicación de nuevas estrategias.

Según la autora, nos indica que es necesario tratar a los clientes con amabilidad y respeto para tener la fidelidad de los clientes, de esta manera

Finalmente Malliquinga (2011), su trabajado titulado: “El presupuesto financiero como herrramineta para incrementar las ventas de la empresa suelas amazonas S. A. de la ciudad de Ambato”, con los objetivos planteados: recopilar información presupuestaria financiera, para conocer la gestion de la empresa; determinar el nivel de ventas a travez del estado de resultados, con el proposito de conocer su incremento; diseñar el esquema de un presupuesto financiero orientado a mejorar el volumen de ventas en la empresa. La metodologia utilizada fue de campo y bibliografica; se exponen como conclusiones las siguientes:

Se determina que no existe estructura de un presupuesto que permita a la empresa establecer un mejor manejo de los recursos financieros.

No se efectúa un análisis de los requerimientos financieros lo cual limita el manejo de un sistema de ventas en la empresa y así satisfacer los requerimientos de los clientes.

La empresa no cuenta con un modelo particular de asignación de partidas presupuestarias lo cual no permite el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Las acciones empresariales no permiten establecer un presupuesto financiero lo cual afecta las necesidades de los clientes.

Con estas investigaciones previas se puede determinar la importancia del presupuesto para la empresa Serempla S.A. según las necesidades de la empresa, para satisfacer a los clientes.

2.2. FUNDAMENTACIONES

2.2.1. Fundamentación filosófica

El libro “Cómo se investiga” de Blaxter (2008), establece que los procedimientos para investigar efectuados por las ciencias sociales deberían reflejar, lo más fielmente la realidad existente, de manera similar como lo hacen las ciencias naturales. Así mismo el investigador debe ser imparcial e independiente de los objetivos de investigación, para que no existan intereses de por medio. También es posible captar la realidad mediante el uso de instrumentos de investigación como son los experimentos y los cuestionarios.

Bajo el paradigma crítico-propositivo se desarrollará la investigación porque en primer lugar a través de metodologías y técnicas se estudiará la relación entre dos variables, y también basándose en el positivismo o la puntualidad de la realidad vivida se investigará cómo el objetivo de estudio varía.

2.2.1.01. Fundamentación epistemológica

Según Martínez (1996) “el marco epistemológico de las técnicas cuantitativas ha sido vinculado al empirismo y al positivismo lógico mientras que las técnicas cualitativas se enmarcarían en perspectivas como la fenomenología, la búsqueda de la comprensión o el interaccionismo simbólico”.

2.2.1.02. Fundamentación ontológica

Según Rendón (2005) “se justifica la existencia del objeto de la teoría en la realidad y especificar el enfoque particular que se estudia de él, o , como dirían algunos filósofos, determinar el objeto quod y quo de la disciplina” .se resalta la importancia de estudiar la realidad en función de la relación sujeto-objeto, para éste caso cómo en Serempla S.A., inciden los agentes humanos en el comportamiento del problema.

2.2.1.03. Fundamentación axiológica

Según Blaxter, (2008) los procedimientos de las ciencias sociales deberían reflejar, lo más fielmente posible, los de las ciencias naturales. El investigador debe ser objetivo e independiente de los objetivos de investigación. Es posible captar la realidad mediante el uso de instrumentos de investigación como son los experimentos y los cuestionarios. La finalidad de la investigación positivista es ofrecer explicaciones que lleven al control y la previsibilidad. El positivismo ha dominado la forma de conocer el mundo social.

La investigación se realiza en base a la fundamentación filosófica positivista dado que esta se basa en datos reales y comprobados basadas en investigaciones anteriores de hechos que son predecibles con la finalidad de dar una solución lo más cercana a la realidad que experimenta la organización.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El presente proyecto se fundamenta en la legislación actual en Ecuador, así como la normativa vigente.

Serempla S.A., está regulada por las disposiciones de la Superintendencia de Compañías, que rige principalmente sobre la ley de Compañías escrito por el Honorable Congreso Nacional, publicada en el Registro Oficial 312 del 05 de noviembre del 1999: en cuyo artículo 256 dice “Los administradores son solidariamente responsables para con la compañía y terceros:

1. De la verdad del capital suscrito y de la verdad de la entrega de los bienes aportados por los accionistas;
2. De la existencia real de los dividendos declarados;
3. De la existencia y exactitud de los libros de la compañía;
4. Del exacto cumplimiento de los acuerdos de las juntas generales; y,
5. En general, del cumplimiento de las formalidades prescritas por la Ley para la existencia de la compañía.

La responsabilidad establecida en los cuatro primeros numerales que preceden se limita a los administradores en sus respectivos períodos.

Art. 263.- Los administradores están especialmente obligados a:

1. Cuidar, bajo su responsabilidad, que se lleven los libros exigidos por el Código de Comercio y llevar los libros a que se refiere el Art. 440 de esta Ley;
2. Llevar el libro de actas de la junta general;
3. Llevar el libro de actas de las juntas de administradores o directorios, consejos de administración o de vigilancia, si los hubiere;
4. Entregar a los comisarios y presentar por lo menos cada año a la junta general una memoria razonada acerca de la situación de la compañía, acompañada del balance y del inventario detallado y preciso de las existencias, así como de la cuenta de pérdidas y ganancias. La falta de entrega y presentación oportuna del balance por parte del administrador será motivo para que la junta general acuerde su remoción, sin perjuicio de las responsabilidades en que hubiere incurrido;

5. Convocar a las juntas generales de accionistas conforme a la Ley y los estatutos; y, de manera particular, cuando conozcan que el capital de la compañía ha disminuido, a fin de que resuelva si se la pone a liquidación conforme a lo dispuesto en el Art. 198; y,

6. Intervenir en calidad de secretarios en las juntas generales, si en el estatuto no se hubiere contemplado la designación de secretario.

Art. 264.- La responsabilidad de los administradores por actos u omisiones no se extiende a aquellos que, estando exentos de culpa, hubieren hecho constar su inconformidad, en el plazo de diez días a contarse de la fecha en que conocieron de la resolución y dieron noticia inmediata a los comisarios.

Mientras que la Ley del Consumidor escrita por el Honorable Congreso Nacional del Ecuador en el año 2000, publicada en el Registro Oficial No. 116, en el Capítulo V responsabilidades y obligaciones del proveedor, dice lo siguiente:

Art. 17. Obligaciones del proveedor: Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Art. 18.- Entrega del bien o prestación.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, tarifa, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

Por lo que es importante que la empresa Serempla S.A. se plantee las estrategias que tiene para fidelizar a los clientes, con el fin de cumplir con los requerimientos que necesitan.

2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Inclusión de categorías fundamentales

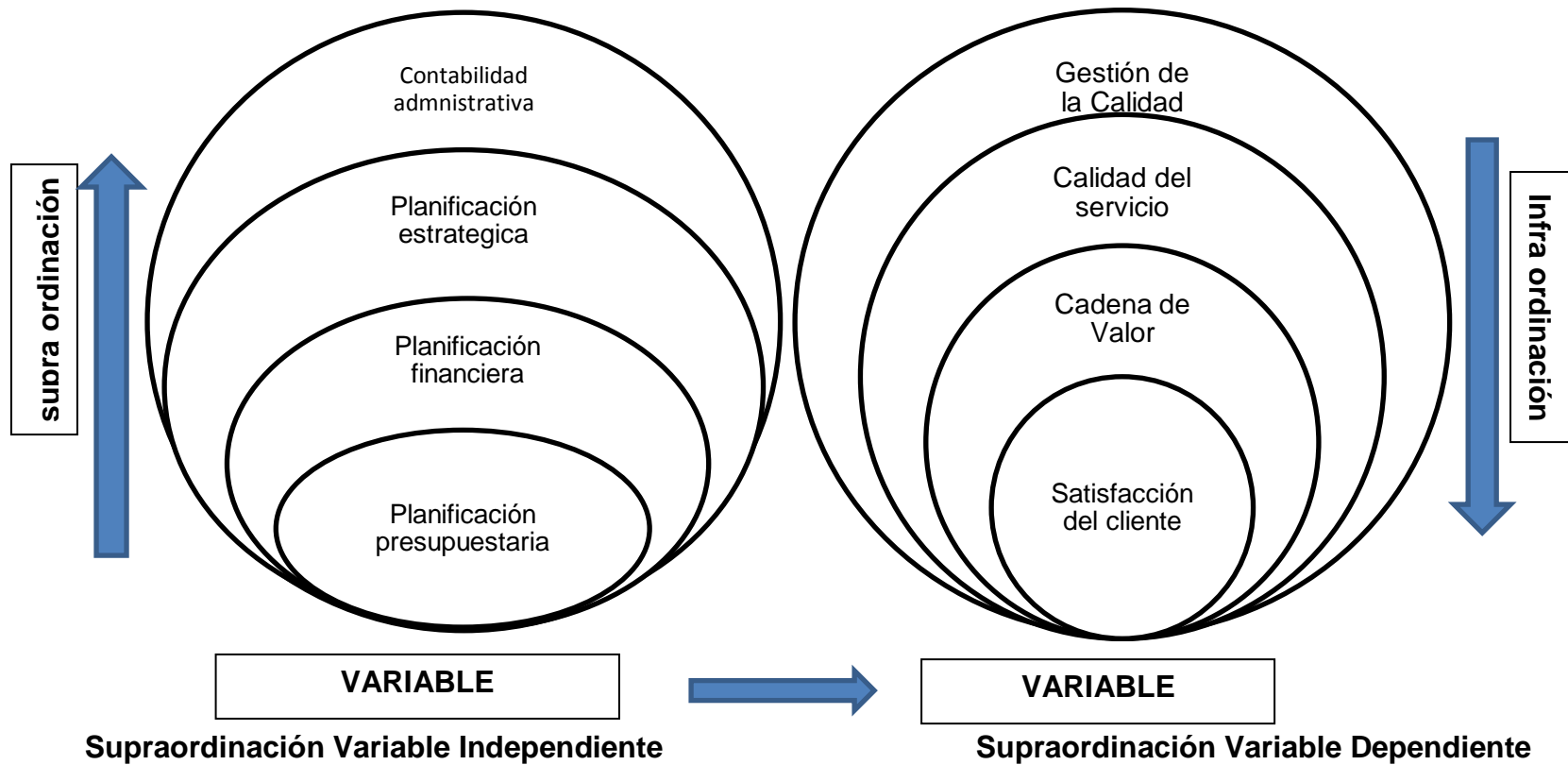


Gráfico 3: Supra Ordinación de Variables

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Infraordinación Variable Independiente

Infraordinación Variable Dependiente

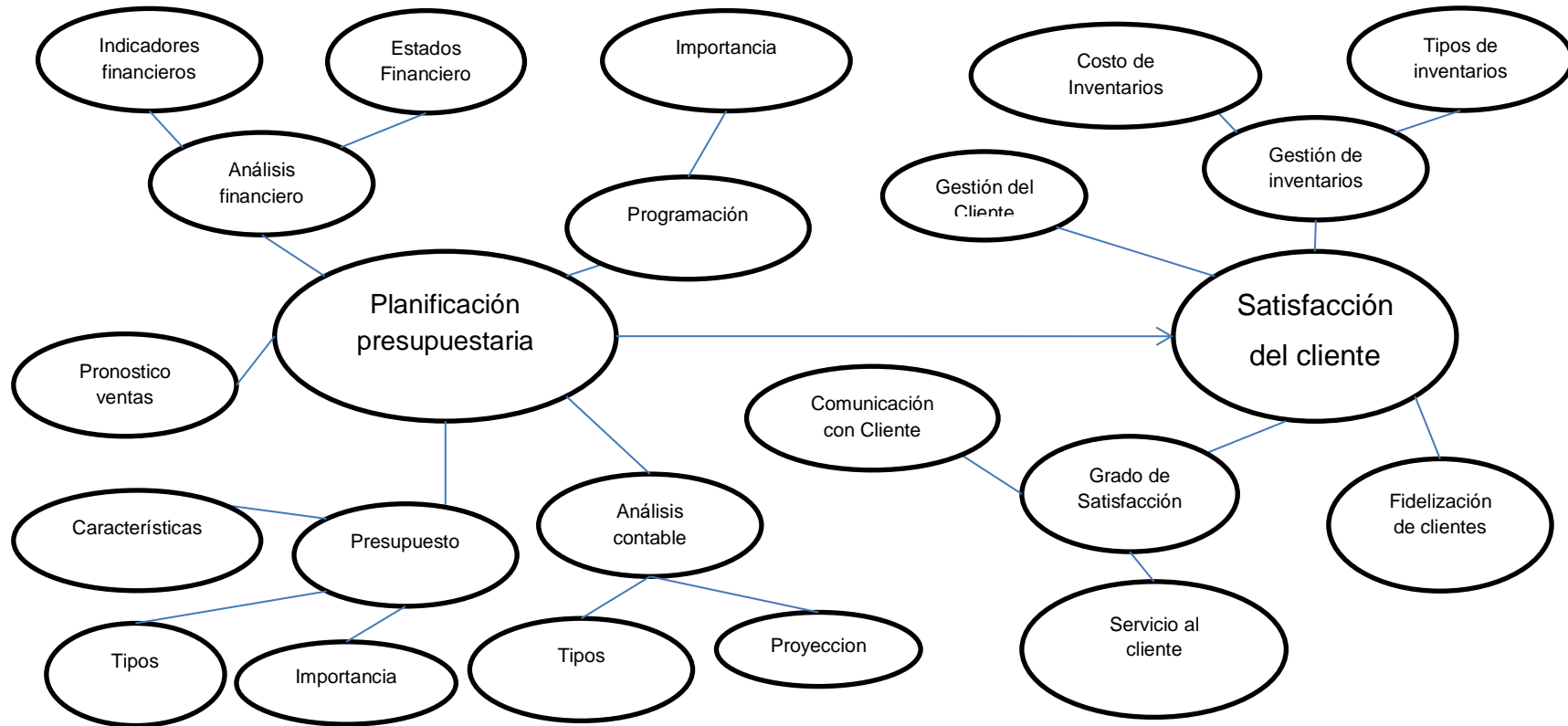


Gráfico 4: Constelación de Ideas
Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

2.4.1. Marco conceptual variable independiente

2.4.1.1 Contabilidad Administrativa

La contabilidad administrativa es una rama de la contabilidad que según Zapata P. (2004) “Es empleada por las personas que toman decisiones internas, como los altos ejecutivos, los jefes de departamento y del personal administrativo, se enfoca en el futuro de la organización, es opcional su aplicación”.

Para Warren, Reeve, & Fess (2005, pág. 2) “La información de contabilidad administrativa incluye datos históricos y estimados que son utilizados por la gerencia para llevar a cabo operaciones cotidianas, planear operaciones futuras y desarrollar estrategias generales de negocios.”

La contabilidad administrativa utiliza como instrumento la planeación que soporta en la planeación a corto plazo. Donde su participación es más evidente.

2.4.1.2 Planificación estratégica

Según Thompson & Strickland (2003, pág. 6) “Se refiere al proceso administrativo de crear una visión estratégica, establecer los objetivos y formular una estrategia, así como implantar y ejecutar dicha estrategia, y después, con el transcurso del tiempo, iniciar cualesquier ajustes correctivos en la visión los objetivos, la estrategias, o su ejecución que parezcan adecuados”.

Reachacha, (2012), describe la planificación financiera de la siguiente manera:

“La Planificación Financiera Estratégica identifica planificación, con dirección y gobierno. Esto es, permite a quien tiene la capacidad decisoria dar una dirección a los acontecimientos en función de los propósitos y objetivos perseguidos”.

2.4.1.3 Planificación financiera

Emery, Finnerty, & Stowe (2000, pág. 646) “crea un croquis para el futuro de la compañía. La planeación es necesaria para establecer las metas de la compañía, escoger las estrategias operativas y financieras, pronosticar los resultados operativos y usar estos pronósticos para monitorear y evaluar el desempeño y creara planes de contingencia para enfrentar circunstancias imprevistas”.

2.4.1.4 Planificación presupuestaria

Al igual que todo proceso de planificación es necesario conocer con qué recursos se contará para el cumplimiento de objetivos, de ésta manera el presupuesto como tal se convierta en una herramienta para la gestión administrativa todo en función de un plan de acción, donde se lleva indicados tiempos de ejecución, responsables y recursos.

Según Muñiz (2009)

El presupuesto es una herramienta de planificación determinada, integra y coordinan las áreas, actividades, departamentos y responsables de una organización, y que expresa en términos monetarios los ingresos, gastos y recursos que se generan en un periodo determinado para cumplir con el objetivos fijado en la estrategia.

En tanto que la programación presupuestaria se entiende como la instancia

en donde se establecen los objetivos específicos y las metas presupuestarias que serán alcanzados a través de la asignación y ejecución de determinados recursos físicos y monetarios, contemplando también la unidad organizativa y el funcionario o los funcionarios responsables.

Según Warren, Reeve, & Fess (2005, pág. 180) “en el proceso de la elaboración el presupuesto se establecen las metas de la empresa, de los equipos y de los individuos.”

Además señala que la planificación Warren, Reeve, & Fess (2005) “elaborar presupuestos apoya el proceso de planeación al exigir que todas las unidades de la organización establezcan sus propias metas para el siguiente periodo”

Según Ramirez Padilla (2008) “el presupuesto puede ser definido como la herramienta que traduce a un lenguaje cuantitativo las acciones que formula la alta administración y cuyo objetivo es colocar la organización en determinada situación financiera durante cierto tiempo”.

Interpretando a Burbano Ruiz (2011) los presupuestos constituyen una expresión financiera de los resultados esperados en la etapa de la planificación, su importancia es relevante, ya que de la calidad de su pronóstico dependerá la eficiencia de la planeación.

Así mismo el presupuesto será fundamental en la etapa de control, permitiendo especificar los resultados, confirmando el logro de las metas y objetivos institucionales.

Con respecto al mismo tema el autor Diaz Cruz, Parra Hernandez, & Lopez Castaneda (2012) “constituye una herramienta útil para la administración, ya que a través de él se establecen metas alcanzables que ponen de manifiesto el liderazgo de los directivos y el compromiso de todos los miembros de la

organización, todo ello en procura de un objetivo en común: incrementar el valor de la empresa”

Del Rio Sanchez & Del Rio Sanchez (2009) “El presupuesto en si, es un plan esencialmente numérico que se anticipa a las operaciones que se pretenden llevar a cabo: pero desde luego que la obtención de resultados razonablemente correctos, dependerá de la información, básicamente estadística que se posea en el momento de efectuar la estimación, ya que además de los datos históricos, es necesario enterarse de todo aquello que se procura realizar, y que afecte de algún modo lo que se planea, para que con base a las experiencias anteriores, puedan proyectarse los posibles resultados a futuro”.

Según Horngren, Sundem, & Stratton (2006), “un presupuesto es la expresión cualitativa de un plan de acción ayudando a coordinar e implementar los planes. Son los instrumentos principales para mantener la disciplina en la planeación administrativa”

Jiménez (2012) “La planificación presupuestaria es para un tiempo de un año, lo realiza la Alta Dirección como los departamentos, sus objetivos son a corto plazo específicos y cuantitativos, la información manejada es principalmente interna, el control es presupuestario, con una formalización alta”.

De esta forma podemos establecer que la planificación presupuestaria es una herramienta que es parte de la contabilidad administrativa

2.4.1.5 Sistemas presupuestarios

Según Warren, Reeve, & Fess (2005) “el objetivo de los sistemas presupuestarios es describir los elementos básicos del proceso de elaborar un presupuesto, los dos tipos principales de presupuestos y el uso de

computadoras para su elaboración”.

2.4.1.6 Análisis.- financieros

Según Palepu, Healy, & Bernand (2002) “el objetivo del análisis financiero consiste en utilizar los datos financieros para evaluar el rendimiento actual y pasado de una compañía y determinar su sostenibilidad futura. Existen dos técnicas importantes relacionadas con el análisis financiero”

Primero, el análisis debe ser sistemático y eficiente y segundo, debe permitir al analista utilizar los datos financieros para explorar los asuntos comerciales. Los análisis de índices y del flujo de fondos son las dos herramientas más comúnmente usadas. El análisis de índices se concentra en evaluar el rendimiento del producto de la compañía en el mercado y sus políticas financieras: en cambio, el análisis del flujo de fondos hace lo propio en la liquidez y flexibilidad financiera de una compañía.

2.4.1.7 Estados Financieros

Los estados financieros son los resúmenes de la actividad económica de una organización, al final de un periodo, la cual indica la situación económica y financiera que atraviesa la misma. Los mismos deben ser presentados de acuerdo a la normativa contable vigente y guardando los principios de contabilidad.

Para Zapata P (2004) “Los estados financieros sin informes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económica de la entidad.”

Según Palepu, Healy, & Bernand (2002) “Los estados financieros sirven para que los propietarios lleven la cuenta de la situación financiera de sus empresas. Por lo general, estas últimas producen periódicas tres informes financieros (1) un estado de resultados que describe el rendimiento operativo durante un cierto periodo de tiempo (2) un balance que detalla los activos de la empresa y como están financiados y (3) un estado de flujo de efectivo que resume los movimientos de caja de la entidad. Dichos estados están acompañados de varias notas al pie y un mensaje y análisis narrativo redactado por la gerencia.”

Sin embargo en nuestra legislación ecuatoriana la presentación de estados financieros son los siguientes:

- Balance General
- Balance de resultados Integral
- Estado de Flujo de efectivo
- Estado de evolución del Patrimonio

2.4.1.8 Tipos de Análisis.- financieros

Según Tanaka Nakasone (2001) Existen varias formas:

Por el momento en el que se realiza:

Ex ante: Análisis de los Estados Financieros proyectados.

Ex post: Análisis de los Estados Financieros históricos, de hechos que ya ocurrieron.

Por la persona que realiza

Interno: Si lo realiza alguien que trabaja en la propia empresa cuyos estados financieros son materia de estudio.

Externo: Si lo realiza una persona externa a la organización.

2.4.1.9 Indicadores financieros

Dentro de las empresas y en especial de Serempla S.A. es fundamental la utilización de los indicadores financieros como herramienta que permita la evaluación de los estados financieros, los mismos que también son llamados razones financieras, las cuales comparan estratégicamente entre diferentes periodos contables con el fin de establecer la homogeneidad de la información.

Según Emery, Finnerty, & Stowe (2000) “razón financiera es el resultado de dividir una partida de estado financiero entre otra. Estas razones ayudan a los analistas a interpretar los estados financieros concentrándose en relaciones específicas”.

Así tenemos que para Hax & Majlef, (2004) “el análisis de razones apunta a caracterizar la empresa en unas pocas dimensiones básicas consideradas como fundamentales para evaluar la salud financiera de una empresa”.

Los tipos de razones según varios autores son:

- Razones de Liquidez
- Razones de endeudamiento
- Razones de rentabilidad
- Razones de rotación
- Razones del mercado de capitales.

2.4.1.10 Análisis contable

Palepu, Healy, & Bernard (2002) “el objeto del análisis contable consiste en evaluar el grado en que la contabilidad de una compañía capta la realidad económica subyacente.”

Al identificar los lugares donde hay flexibilidad contable y evaluar si las normas y cálculos contables de la empresa son adecuados, los analistas pueden evaluar el grado de distorsión contable reordenando en los números contables de una empresa. Otro paso importante de dicho análisis es “revertir” toda distorsión contable reordenando los números de una compañía. El análisis contable atinado mejora la confiabilidad de las conclusiones del análisis financiero.

Según Publicaciones Vertice S.L (2011) “el análisis contable es un conjunto de técnicas destinadas a interpretar las variaciones habidas en la composición y cuantía del patrimonio de la empresa, tanto para conocer el pasado, como para proyectar hacia el futuro unas previsiones que sirvan de guía para gestión de la misma”.

Ahí radica la importancia de esta materia; la finalidad global de toda empresa es su supervivencia en el mercado y el crecimiento constante de su capacidad económica. Por tanto, el objetivo básico de toda empresa es conseguir el máximo beneficio posible, lo que se traduce al máximo sus inversiones y tener la solvencia necesaria para afrontar sus deudas y obligaciones”.

Un correcto análisis contable es necesario para poder direccionar el presupuesto encaminado a cumplir los objetivos empresariales al tiempo de corregir las anomalías que se vean en el manejo de la organización.

2.4.1.11 Tipos de Análisis.- contables

Según Robles Miras (2006) existen dos puntos de vista así:

FORMAL: Lo importante es el aspecto externo y legal de la información. Fundamentalmente consiste en verificar el cumplimiento de la normativa vigente.

INTERPRETATIVO: Se trata de analizar el contenido de la información contable para evaluar la situación económico-financiera de la empresa y su evolución.

2.4.1.12 Proyecciones financieras

Las proyecciones financieras Publicaciones Vertice S.L (2011) “un método básico para el analista consiste en realizar una proyección anual de los estados financieros básicos de la empresa objeto de estudio: una previsión anual de la cuenta de pérdidas y ganancias, del estado de cambios en el patrimonio neto, del estado de flujos de efectivo y del balance”.

Para realizar esta proyección anual los estados financieros históricos constituyen, el principal punto de partida, por lo que el analista atenderá que haber estudiado no sólo los datos del año precedente sino también de los años anteriores.

Es necesario revisar en Serempla S.A. el histórico de los años anteriores para de esta manera, realizar una proyección más adecuada del presupuesto que se necesita para cumplir con los requerimientos de los clientes.

2.4.1.13 Pronósticos de ventas

El pronóstico de ventas es una de las partes más críticas dentro de la presente investigación. Considerando además la importancia que esta tiene

en el presupuesto, dentro del cual es inevitable la brecha entre lo pronosticado y las ventas reales. Para lo cual la forma más efectiva es considerar los hechos históricos con el fin de elaborar un plan de ventas ha pegado a la realidad de la empresa.

Interpretando Render & Heizer (2004) “pronosticar es el arte la ciencia de predecir los eventos futuros. Puede implicar el uso de datos históricos y su proyección hacia el futuro mediante algún tipo de modelo matemático”.

El proceso de pronóstico para las ventas de la empresa SerempláS.A. Se utilizara el presupuesto y disposición de los clientes en su producción.

Para determinar correctamente los presupuestos interpretando a **Ramírez**

- Determinar el objetivo de ventas a conseguir, explicando las estrategias que se utilizaran.
- Establecer un análisis de la demanda futura
- Con todos los involucrados crear un presupuesto de ventas, utilizando los objetivamente la información que tienen la empresa sobre demanda, profesionalismo y experiencia en el mercado.

2.4.1.14 Etapas en el proceso de Análisis.- financiero

Las etapas del proceso de análisis Velez Pareja & Cardenas (2012)

- Etapa preliminar: Determinar el objetivo del análisis, lo cual depende del tipo de usuario. Este objetivo puede ser para: Establecer las causas de un problema y como solucionarlo; Sondar la existencia de un problema; Estudio para absorber un nuevo endeudamiento, abrir una nueva línea de producto, por ejemplo
- Etapa de identificación de los índices que se utilizaran y de recolección de información, identificando las limitaciones de la misma.

- Etapa de análisis formal: La información es agrupada en forma de relaciones, cálculo de los índices, cuadros estadísticos, gráficos.
- Etapa de análisis real: Se estudia la información organizada en la etapa anterior, se emiten juicios mediante la metodología de comparación con parámetros.

2.4.1.15 Presupuesto

Según Del Rio Sanchez & Del Rio Sanchez (2009) “el objetivo del presupuesto es la planificación unificada y sistematizada de las posibles acciones, en concordancia con los objetivos”

Según Selmer, (2002)

El presupuesto puede ser considerado como un conjunto coherente de hipótesis y de datos previsionales evaluados en cifras, fijados antes del comienzo del ejercicio contable, donde se describe el conjunto en actividad. Los datos más importantes constituyen los objetivos que hay que alcanzar, que deben ser ambiciosos pero realistas y establecerse como después de un dialogo entre los responsables entre los responsables, cualquiera que sea su nivel jerárquico.

2.4.1.16 Importancia del presupuesto

Según Hernández, (1986) “La importancia radica en que actúa como un elemento más dentro del proceso de planificación, esto le permite orientar el gasto hacia objetivos y metas racionalmente adoptadas y para las cuales se señalan los conceptos, los volúmenes y el tiempo en el que se desee lograr”.

Interpretando a Rincón Soto, (2011) “El presupuesto debe prever las circunstancias inciertas, trabajar con un propósito establecido, planear metas razonables, procurar obtener los resultados esperados, anticiparse al futuro,

prever el futuro, idear mecanismos para el logro de los objetivos, especialmente análisis estrategias.”

Resumiendo a Diaz Cruz, Parra Hernandez, & Lopez Castaneda, (2012)

- Se puede llegar a tener un control más efectivo de las operaciones empresariales
- Es una excelente herramienta de control, siempre que esta sea revisado continuamente, para garantizar su efectividad.
- Permite evaluar la gestión de la dirección de la empresa, en cuanto al cumplimiento de meta propuesto.
- Consolida el trabajo del equipo pues, una de las características del presupuesto es que debe ser elaborado interdisciplinariamente, apoyado por todos los miembros de la organización.

2.4.1.17 Características del presupuesto

Interpretando a Muniz, (2009) las características que debe poseer un presupuesto son:

- La participación los colaboradores de diferentes áreas de la empresa hace que esta herramienta sea un verdadero sistema para la consecución de sus objetivos.
- Debe priorizar los aspectos más importantes donde se debo poner énfasis.
- Debe proporcionar información concreta sobre los recursos con los que se cuenta: monetarios, humano, tecnológico, instalaciones, materiales además de los detalles que den soporte al mismo.
- Se trata de representar los planes previstos para el periodo futuro, normalmente un año, y explica la forma en que la dirección va a conseguir los objetivos previos.
- El objetivo principal debe ir de la mano con la estrategia, buscando que sea real asumible y coherente.

- Se debe dotar de todos los recursos necesarios a los involucrados con el fin que se puedan cumplir las actividades planeadas.
- Debe incluir procesos de mejora continua.
- El presupuesto deberá incluir datos que ayuden a la correcta toma de decisiones y el análisis de la información.
- El presupuesto permite coordinar e integrar áreas de responsabilidad, y constituye una herramienta de comunicación y de control de la actividad. Su implementación, realización y control deben ser adecuados, si no se controla estos pierden su efectividad la principal característica para la que fueron creados.

Para Hernández, (1986) los principios básicos del presupuesto son:

- Programación
- Universalidad
- Exclusividad
- Unidad
- Especificación
- Periodicidad
- Acuosidad
- Claridad

Estos deben ser debidamente cuidados para lograr la consecución del objetivo de la estrategia.

2.4.1.18 Tipos de presupuesto

Interpretando a Muniz, (2009) los diferentes presupuestos tienen que ver con el cálculo de cada uno de ellos. Así por ejemplo tenemos:

Presupuesto rígido

Este tipo de presupuesto utiliza una misma forma de cálculo sin que haya ningún ajuste tanto en los ingresos como en los gastos, generalmente este tipo de presupuesto se utiliza cuando no hay mayor variación entre lo real y lo presupuestado.

Presupuesto flexible

Este tipo de presupuesto es más utilizado cuando existe diferentes tipos de actividad que están relacionados con los costos fijos y variables. Entre sus ventajas podemos destacar: mayor precisión, mejor previstos para el nivel de actividad. Entre las desventajas requieren mayor laboriosidad, y esfuerzo en la aplicación por primera vez en la empresa.

Presupuesto por Programas

En este tipo de presupuesto se busca determinar por sub-actividades el costo, ayuda a la Administración Pública a planificar con mayor grado de análisis las inversiones y el gasto público.

2.4.1.19 Programación presupuestaria

Programación es “un método racional para interpretar objetivos y metas de un plan general: desagregarlos y organizarlos en programas, proyectos y actividades y determinar los medios administrativos y legales para alcanzar esos objetivos en un tiempo dado”. Hernández, (1986)

Se puede interpretar a la programación como el establecimiento de fechas específicas a fin de cumplir con los objetivos fijados por el plan general.

2.4.1.20 Importancia de la programación presupuestaria

Interpretando a Sippper & Bulfin, (2005) “La programación es el compromiso en el tiempo de los recursos requeridos para realizar el proyecto, Se asigna a cada actividad un tiempo de inicio y un tiempo de terminación. Estos tiempos determinan e tiempo de terminación del proyecto y el uso de recursos en el tiempo”.

Por lo cual podemos indicar que la importancia de la programación en la empresa Serempla S.A. para el presupuesto con el fin de satisfacer a los clientes.

2.4.2. Marco conceptual variable dependiente

2.4.2.1 Gestión de la calidad

Según Sarabia Viejo, (1996) expresa, “debe entenderse por gestión de calidad el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad; incorporándolo por tanto al proceso de gestión, que es como traducimos el término inglés “management” que alude a dirección, gobierno y coordinación de actividades”.

De este modo, una posible definición de gestión de calidad sería el modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente.

Así pues, mediante la gestión de calidad, la gerencia participa en la definición, análisis y garantía de los productos y servicios ofertados por la empresa, interviniendo y haciendo que se realicen los siguientes tipos de actuaciones:

- Definir los objetivos de calidad, aunando para ello los intereses de la empresa con las necesidades de los clientes.
- Conseguir que los productos o servicios estén conformes con dichos objetivos, facilitando todos los medios necesarios para lograrlos.
- Evaluar y vigilar que se alcanza la calidad deseada
- Mejorarla continuamente, convirtiendo los objetivos y la consecuencia de la calidad en un proceso dinámico que evoluciona de modo permanente, de acuerdo con las exigencias del mercado.

2.4.2.2 Calidad de servicio

Ildefonso Grande, (2005), expresa, en términos muy generales, la calidad de un producto se entiende como la medida de su excelencia. Se puede contemplar desde diversas perspectivas (Garvin, 1998; Grönross, 1982 y Lindqvist, 1987).

La primera es la trascendente, es decir, el concepto puro y abstracto de excelencia.

La segunda perspectiva de la calidad es la relacionada con el producto o con las especificaciones de producción.

Pero en marketing la verdadera dimensión de la calidad es la subjetiva, desde la perspectiva del usuario. Los clientes se forjan una expectativa de calidad que procede de tres fuentes (Zeithami, 1993).

- Necesidades Personales
- Los consumidores se han formado expectativas
- Experiencia

2.4.2.3 Cadenas de valor

Según Sainz de Vicuña Ancín, (2001), menciona, desde su estado original de materia prima hasta que es retirado del lineal por el consumidor, el producto es objeto de una serie de aportaciones de valor por parte de los diferentes agentes que participan en la cadena. Esta participación en el valor del producto por parte de las distintas fuerzas que actúan en el proceso de producción-distribución (sector primario-fabricante-distribuidor mayorista-distribuidor minorista), cuyo objetivo último es aportar al consumidor el valor que requiere para satisfacer sus necesidades de consumo, es lo que se denomina cadena de valor.

2.4.2.4 Satisfacción al cliente

Kotler, (2002) menciona, que “el comprador quede satisfecho, o no, después de su compra depende del desempeño de la oferta en relación con las expectativas del comprador. El término satisfacción se refiere a las sensaciones de placer o decepción que tiene una persona al comparar el desempeño (o resultado) percibido de un producto con sus expectativas”.

Como deja en claro esta definición, la satisfacción es función del desempeño percibido y de las expectativas. Si el desempeño se queda corto ante las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si el desempeño coincide con las expectativas el cliente queda satisfecho. Si el desempeño excede las expectativas, el cliente muy satisfecho o encantado.

2.4.2.5 Gestión de inventarios

Según Sarabia (1996), menciona, “el inventario de un almacén incluye todos los bienes y materiales que son usados en los procesos de producción, mantenimiento, distribución y, en general, en la logística de servicios.

Su función es servir de amortiguador entre la demanda de bienes por parte de unos clientes (cuya naturaleza puede ser muy variada) y la capacidad de producción de bienes y servicios de la empresa.

Su objetivo es conseguir un equilibrio entre la calidad de servicio ofrecido a los clientes y la inversión económica necesaria para ello, y que se traduce en un inmovilizado que, en muchos casos, supone unos recursos financieros de dimensiones espectaculares.

2.4.2.6 Tipos de inventario

Según Escudero (2011), expresa, “el personal encargado de la gestión del almacén, generalmente, utiliza dos tipos: los inventarios permanentes y los inventarios periódicos”.

Inventario Permanente

El inventario permanente o “inventarios contable”: consiste en anotar constantemente las entradas y salidas de cada uno de los artículos (modelo, talla, color, etc.) que comercializa la empresa. Los registros contables se anotan en las fichas de control de existencias. Este control de productos se puede realizar en fichas que reflejan las unidades físicas o confeccionando las fichas de almacén que reflejan entradas, salidas y las existencias, con unidades, precios e importes.

El inventario contable nos permite conocer en todo momento la existencia del stock en unidades físicas y valor monetario. Sin embargo, por mucho control que se lleve de entradas y salidas, con el inventario contable no se pueden conocer las depreciaciones (artículos obsoletos o caducos), las mermas (en los productos que se almacenan a granel), los artículos que se han roto o están deteriorados (por daños fortuitos) y tenemos que dar de baja.

Inventarios Periódicos

El inventario periódico o “extracontable” se hace de forma periódica o esporádicamente. Consiste en hacer un recuento físico de las existencias para conocer las cantidades que tenemos en stock al final

de un periodo de explotación, y valorar dichas existencias a precios de coste o de mercado.

El inventario extracontable se hace in situ (lugar donde están ubicados los inventarios) de forma ocular, con el podemos comprobar el estado de los productos en el momento del recuento, si están ubicados en el lugar que les corresponde, han sufrido mermas, están caducados o deteriorados, etc. Según cuando se realicen los inventarios extracontables estos pueden ser:

Inventario Final, consiste en hacer un recuento de las existencias al final del ejercicio económico.

Inventario Rotativo, consiste en hacer un recuento de manera continua y sin detener la actividad de la empresa.

2.4.2.7 Costos de inventarios

Los costos de inventarios se refiere a la valoración de los inventarios así tenemos:

Según Moya (1999), menciona

Costos de fabricar un pedido

Todos los materiales que se utilizan en un proceso de producción, son comprados o fabricados por ese mismo proceso.

Si el inventario es comprado, el costo de hacer un pedido de compra, se calcula como el promedio de todos los gastos anuales en que se incurre, debido al abastecimiento de los materiales.

Si el inventario se produce, entonces el costo de ordenar la producción se calcula como el promedio de todos los gastos en que se incurre debido al papeleo y la programación que hay que hacer para arrancar con la producción. Esta programación incluye la asignación de recursos humanos y de maquinaria para producir estos inventarios.

Costo de Mantenimiento de los Inventarios

Estos costos se generan en función de las cantidades o volúmenes de los inventarios que se mantienen almacenados, costos que provienen de varios rubros que describen a continuación:

- Costo de inmovilización de capital
- Costo por seguros
- Costo por almacenamiento
- Costo por obsolescencia
- Costo por mantenimiento de las instalaciones, equipos de acarreo de materiales e impuestos.
- Costos por planillas pagadas al personal que labora

Costo por Faltantes o Pedidos Pendientes por Demandas no Satisfechas

En muchas empresas existe la política de trabajar con pedidos pendientes, es decir, el usuario de una determinada mercancía hace un pedido, pero en ese momento “NO HAY” en inventario. Sin embargo, el usuario se espera hasta que esté disponible ese inventario.

Costo por Sobrantes

Cuando una mercancía se mantiene en inventario, en cantidades excesivas, este material obviamente no tiene salida. Entonces, todo lo que ha costado mantener este inventario se penaliza como un costo por sobrante.

Costo por Salvamento

Existen algunos inventarios que tienen valor solo en periodo o temporada del año. Tal es el caso de los periódicos de circulación nacional o internacional, los cuales solo tienen el valor el día que se producen. Al día siguiente, estos periódicos los compran algunos locales comerciales, pues les sirven de envolturas.

El valor de recuperación de esos inventarios, pasado su periodo de vida útil se conoce como valor de salvamento de los inventarios.

2.4.2.8 Gestión del cliente

Según Bastos Boubeta, (2006), menciona, “la gestión del cliente se lleva a cabo de dos formas que han de entenderse como complementarias. En la primera, es el departamento administrativo comercial de la empresa, el encargado de organizar y facilitar a los vendedores la información relativa a los clientes. En la segunda, es el departamento comercial el que ha de ocuparse de poner en práctica una serie de acciones enfocadas a atraer y mantener a los clientes en la empresa”.

2.4.2.9 Grado de satisfacción del cliente

Sipper & Bulfin, (2005) “La satisfacción del cliente comprende muchos elementos: necesidades, calidad, costo, servicio y otros. Incluso el proceso de satisfacer a un cliente en el pasado es totalmente diferente al de hoy. Se da importancia a la satisfacción de las necesidades del cliente individual y no las del cliente medio (como con el modelo T de Ford)”

2.4.2.10 Servicio al cliente

Paz Couso, (2005), menciona, “el servicio al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de la empresa y constituye el centro de interés fundamentalmente y la clave de su éxito o fracaso”. El servicio al cliente es algo que podemos mejorar si queremos hacerlo. Todo aquello que apliquemos a una área de la empresa es aplicable a las demás directa o indirectamente implicadas en el servicio al cliente.

2.4.2.11 Comunicación con el cliente

Según Paz Couso, (2005), menciona, “la comunicación tiene un papel fundamental en el servicio al cliente. Considerando que los clientes constituyen la razón de ser la empresa, ya que toda empresa que desee permanecer en el mercado necesita tener clientes fieles, es en la empresa donde la comunicación adquiere especial relevancia”.

La vía más importante que la empresa utiliza para comunicarse con sus clientes es a través de su personal. Aunque estamos en la era de las telecomunicaciones, la mayor parte de los contactos se siguen dando en persona o a través del teléfono, si bien es cierto que cada vez hay más empresas que añaden a estos canales tradicionales la venta a través de internet, el uso de catálogos de venta por correo, etc.

2.4.2.12 Fidelización de clientes

Martínez & Martínez, (2004), menciona, “que los clientes de las empresas vuelvan a adquirir sus productos o servicios es un objetivo común y prioritario de éstas. Llamamos a este hecho fidelización y es la base de rentabilidad de cualquier cosa”.

De lo dicho anteriormente, es fácil concluir el interés de las diferentes empresas en retener a sus clientes actuales, sin menoscabo de encontrar otros nuevos y consiguiendo todos estos objetivos de manera rentable.

Veamos qué beneficios reporta a las empresas la fidelización de la clientela:

1. En primer lugar, garantiza una determinada cifra de ventas, lo que es básico para cualquier organización.
2. El valor del cliente fiel aumenta en el tiempo, puesto que genera nuevas compras y, además, con un esfuerzo comercial menor, lo que lo convierte en más rentable.
3. Los clientes fieles son candidatos a la compra de productos complementarios o diferentes a los que habitualmente consume, llamamos a esto venta cruzada.
4. Los clientes más fieles son normalmente más receptivos a la adquisición de nuevos productos.
5. Los clientes fieles son, por lo general, menos sensibles a variaciones en el precio de los productos o servicios ofrecidos por la empresa.
6. Si bien es cierto que la satisfacción genera fidelidad, también lo es lo contrario, ya que es más fácil satisfacer a un cliente habitual, de quien conocemos muchos detalles acerca de sus necesidades y preferencias, que a otro que nos resulta desconocido.

2.5. HIPÓTESIS

La planificación presupuestaria incide significativamente en el grado de satisfacción de los clientes de la empresa Serempla S. A.

2.6. SEÑALAMIENTO VARIABLES DE LA HIPÓTESIS

- **Variable independiente:** planificación presupuestaria
- **Variable dependiente:** grado de satisfacción de los clientes
- **Unidad de observación:** empresa Serempla S.A.
- **Términos de relación:** incide

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE

La metodología que se utilizó para el presente trabajo fue el enfoque cuali-cuantitativo, la investigación se basó en la recolección de datos, utilización de ciencias matemáticas como la estadística, así como también describir el problema comprobando la hipótesis que se estableció.

En la investigación se interpretó y analizó la problemática de la empresa Serempla S. A., se obtuvieron datos numéricos; a través de encuestas; que fueron tabulados estadísticamente, se analizó la información obtenida y se formuló así una respuesta a la hipótesis y una posible solución.

Como menciona Méndez Rodríguez, (2008) “La investigación cualitativa se basa en razonamiento deductivo, su finalidad metodología es traducir las características económicas y sociales en elementos medibles o bien cuantificables es decir asignan un valor. Con el fin de analizar la información”.

Según Muñoz Razo, (2011) “es de carácter objetivo, pues se dedica a recopilar, procesar y analizar datos de diversos elementos que se pueden contar, cuantificar y medir a partir de una muestra o población de estudio”

Lo que se busca es establecer la relación entre las variables, determinadas en la hipótesis, para formular explicaciones para descubrir la asociación o correlación entre esas variables y una realidad específica.

Muñoz Razo, (2011)“Finalidad descripción de las cualidades características de un fenómeno: tan solo pretende estudiar una parte de la realidad y no busca probar teorías o hipótesis, sino descubrir las cualidades del objeto en estudio”

Utiliza métodos que hacen énfasis en la realidad empírica y pretende el entendimiento y la profundidad de sus hallazgos en vez de su medición y exactitud: de esta forma genera teorías e hipótesis cualitativas

Progresiva, aplicación lenta, mente analítica, cualidades, complejos.

3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se utilizó el tipo de investigación de campo y documental o bibliográfica.

3.2.1. Investigación de Campo

Como mencionan Muñoz Razo & Benassini Félix, (1998) “La investigación de campo es la que se realiza directamente en el medio donde se presenta el fenómeno (problema) de estudio”.

Entre las herramientas de apoyo para este tipo de investigación tenemos:

- Cuestionario
- Entrevista
- Cuestionario
- Observación
- Experimentación

Además para Moreno (1987) “La investigación de campo reúne la información necesaria recurriendo fundamentalmente al contacto directo de los hechos o fenómenos que se encuentran en estudio, ya sea que esto

hechos y fenómenos estén ocurriendo de una manera ajena al investigador o sean provocados por éste con un adecuado control de las variables que intervienen”.

En la investigación de campo se debe recolectar datos e información de directamente de la fuente, siendo la realidad misma donde nace la información, de donde se puede obtener las mejores conclusiones para el estudio.

La investigación de campo se implementó en la empresa Serempla S.A. con el fin de verificar la situación problemática real en la que se desarrolló la investigación.

3.2.2. Investigación Bibliográfica-Documental

Según Méndez (2008) “La investigación bibliográfica cuenta con técnicas para la recopilación y procesamiento de los documentos que soportan cualquiera de los tipos de investigación”.

La investigación bibliográfica además involucra consultas de varias fuentes escritas, libros y documentos que conceptualicen los términos necesarios para la presente investigación.

Bernal Torres (2006) “La investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas posturas o estado actual de conocimiento respecto del tema objeto de estudio”

Para la empresa Serempla S. A. en la presente investigación se efectuó a cabo la investigación documental, se realizó una búsqueda exhaustiva sobre información bibliográfica, hemerográfica, electrónica, entre otros. De la misma se extrajo una síntesis y análisis de datos, para posteriormente

conseguir los datos reales que se construirán y formarán parte del marco teórico.

3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Investigación Exploratoria

Según Llopis Goin, (2004) “la investigación exploratoria intenta obtener una familiarización con un tema del que se tiene conocimiento general, para plantear posteriores investigaciones u obtener hipótesis. Pueden ser investigaciones en las que se precisa obtener información con la que formular hipótesis generales”.

Para Mohammad, (2005) “los estudios de tipo observacional pueden ser participativos. En éstos, el investigador tiene un papel importante, junto con otras unidades del estudio, o puede ser no participativo. Entre los segundos, el caso más común es la encuesta. Un estudio de este tipo puede clasificarse según el medio de comunicación, encuesta por correo, por teléfono o entrevista personal”.

En el nivel explorativo se realizó una inspección de la empresa Serempla S.A. para determinar los problemas a los cuales estaba expuesto para plantear una hipótesis, y determinar la variable dependiente e independiente. Así como conocer la realidad de la empresa.

3.3.2 Investigación Descriptiva

Mohammad, (2005) Menciona que “la investigación descriptiva es una forma de estudio para saber quién, dónde, cuándo, cómo y porqué del sujeto del estudio. La información obtenida en un estudio descriptivo, explica perfectamente a una organización el consumidor, objetos, conceptos y cuentas”. El diseño tiene como objetivos de la investigación:

- Describir las características de ciertos grupos
- Calcular la proporción de gente en una población específica que tiene ciertas características.
- Pronostica

Llopis Goin, (2004), menciona, “la investigación de diagnóstico o descriptiva es aquella en la que ante un problema específico (descenso de las ventas, pérdida de cuota de mercadeo), se pretende realizar un análisis de las actitudes, opiniones y motivaciones que lo han ocasionado con el objeto de obtener información que sirva de ayuda a su resolución y permita proponer alternativas para tomar decisiones o corregir el curso de una acción”.

El nivel descriptivo

En las investigaciones de tipo descriptiva que se utilizó en Serempla S.A. donde se escribe y estudia el fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. El presupuesto y la satisfacción del cliente.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

Para Mohammad, (2005) “debemos definir la población en estudio: a quién se va a estudiar. Además si la población es pequeña deben estudiarse todos sus miembros; pero si es grande, es conveniente escoger una muestra representativa”

Según:

- Cuál es la población deseada
- Cuántos muestra

- Cómo entrar en contacto con los sujetos
- Cómo extraer de la población a los sujetos para la muestra.

Interpretando a Davila Martinez, Malhotra, & Treviño Rosales, (2004) la población objetivo “es la recolección de elementos u objetos que poseen la información basada por el investigador y acerca de la cual se deben realizar las deducciones; se debe definir en forma precisa, caso contrario investigación será ineficaz en el mejor de los casos y engañosa en el peor; para definir la población se debe definir el problema en un enunciado”.

Las características de debe tener la población son:

- Homogeneidad - que todos los miembros de la población tengan las mismas características según las variables que se vayan a considerar en el estudio o investigación.
- Tiempo - se refiere al período de tiempo donde se ubicaría la población de interés. Determinar si el estudio es del momento presente o si se va a estudiar a una población de cinco años atrás o si se van a entrevistar personas de diferentes generaciones.
- Espacio - se refiere al lugar donde se ubica la población de interés. Un estudio no puede ser muy abarcador y por falta de tiempo y recursos hay que limitarlo a un área o comunidad en específico.
- Cantidad - se refiere al tamaño de la población. El tamaño de la población es sumamente importante porque ello determina o afecta al tamaño de la muestra que se vaya a seleccionar, además que la falta de recursos y tiempo también nos limita la extensión de la población que se vaya a investigar.

En la presente investigación la población que se estudió fueron los clientes: tanto los internos encargados de configurar las partidas del presupuesto, así como también los clientes externos quienes necesitan un producto de calidad para satisfacer sus necesidades.

El total de la población consta de 34 individuos distribuidos así:

- 10 clientes Internos
- 24 clientes externos

3.4.2. Muestra

Dentro de la investigación, planteado por motivos metodológicos se indicara Según Lind, Marchal, & Mason, (2004) “Muestra es una porción, o parte, de la población de interés”.

El tamaño de la muestra para Davila Martinez, Malhotra, (2004) “se refiere al número de elementos que se incluirán en el estudio, se consideraran aspectos cualitativas y cuantitativas”.

La fórmula para determinar el tamaño de la muestra según Lind y otros (2004, pág. 319) es:

$$n = \left(\frac{zS}{E} \right)^2$$

Dónde:

n: es el tamaño de la muestra

z: es el valor normal estándar que comprende al tamaño de la muestra

s: es una estimación de la desviación estándar de la población

E: es el máximo error permitido

Para esta investigación no se utilizó una muestra sino se trabajó con toda la población, debido a que el tamaño de la misma no es significativo, como para que justifique trabajar con una muestra. Para la investigación de la variable independiente se trabajó con la población total de clientes internos. Para la investigación de la variable dependiente se establecerá con el total de la población de clientes según las ventas en el año 2013, con el fin de tener los datos más relevantes de la empresa Seremplá S.A.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Interpretando a Silva Ayçaguer, (1997) “es un proceso donde se relaciona parte del concepto y se corresponde los recursos cuantitativos (o cualitativos) con que se mide. Se lleva la noción de lo teórico a lo operativo, y concierne al acto de medición del grado (o la forma) en que el concepto se expresa en una unidad de análisis específica”.

La variable es un aspecto o dimensión de un fenómeno que tiene como características la capacidad de asumir distintos valores, ya sea cuantitativa o cualitativamente. Es la relación causa-efecto que se da entre uno o más fenómenos estudiados.

En el proceso de operacionalización de unas variables es necesario determinar los parámetros de medición a partir de los cuales se establecerá la relación de variables enunciadas por la hipótesis, para lo cual es necesario tener en cuenta:

- Definición nominal
 - Variable a medir
- Definición operacional
 - Dimensiones: Factor a medir.

- Indicadores: Señala como medir cada uno de los factores o rasgos de la variable.

Índices: Ponderación porcentual del valor para investigadores y dimensiones.

3.5.1. Operacionalización de variable independiente: planificación presupuestaria

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS /INSTRUMENTOS
<p>Planificación presupuestaria: Se fundamenta en un plan previsor, coordinador e integrador, que se ve reflejado en un conjunto de documentos expresados en términos monetarios, en relación a las operaciones y recursos con que cuenta la empresa, con el fin de cumplir los objetivos institucionales planteados, en un tiempo determinado.</p>	Operaciones	<p>Monto de ventas</p> <p>Monto de egresos</p> <p>Porcentaje de producción</p>	<p>¿Su empresa cuenta con un presupuesto de Ventas?</p> <p>¿Existen políticas para realizar las ventas en la empresa?</p> <p>¿Existen partidas presupuestarias para costos y gastos?</p> <p>¿Existen un control de los egresos realizados periódicamente?</p> <p>¿Existe operaciones programadas para la planificación de la producción de la empresa?</p> <p>¿Se establecen niveles de cumplimiento de producción dentro de su empresa ?</p>	Encuestas a los colaboradores
	Recursos disponibles	<p>Recursos financieros</p> <p>Recursos materiales</p> <p>Recursos humanos</p>	<p>¿La empresa cuenta con la suficiente liquidez, para afrontar las obligaciones adquiridas a corto y largo plazo?</p> <p>¿Cómo se manejan las necesidades de efectivo?</p> <p>¿Qué tratamiento se da a los excedentes de efectivo?</p> <p>¿Se conoce con anticipación las necesidades o excedentes de efectivo en forma mensual?</p> <p>¿La empresa cuenta con políticas para cobro y pagos?</p> <p>¿Se conoce el momento en que se debe solicitar la reposición de inventario de materiales y suministros?</p> <p>¿Se cumple oportunamente con los requerimientos de los clientes en los niveles requeridos?</p> <p>¿Los niveles de inventario que se manejan generan excesivos costos administrativos?</p> <p>¿El espacio físico con el que cuenta la empresa es el suficiente para cumplir con las necesidades de la producción?</p> <p>¿La empresa tiene suficiente personal contratado para el desarrollo de las actividades productivas?</p> <p>¿La empresa cuenta con políticas para la contratación de personal?</p>	
	Objetivos institucionales	<p>Incremento rentable del 10%</p> <p>Incremento en segmento de mercado del 5%</p>	<p>¿La utilidad obtenida en ventas es la suficiente ?</p> <p>¿Cuenta con indicadores que le ayuden a medir la rentabilidad de la empresa?</p> <p>¿Los clientes están satisfechos con los productos recibidos por parte de la empresa?</p> <p>¿La empresa cuenta con estrategias para atraer nuevos clientes?</p>	Entrevista con la administración de la empresa

Tabla N° 1 Operacionalización Variable Independiente

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

3.5.2. Operacionalización de variable dependiente: Satisfacción del cliente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS /INSTRUMENTOS
Satisfacción del cliente: Es la confianza que obtiene el cliente por la calidad, atención y servicio brindado a tiempo, con el fin de lograr su fidelidad.	Calidad del producto	Estándares 45% de PVC Puro	¿Existen estándares que cumple el producto? ¿Considera que el producto es fiable?	Encuestas a los clientes
	Servicio brindado	Número de pedidos satisfechos / número pedidos realizados	¿Existe un procedimiento para toma de pedidos? ¿La empresa puede cumplir de manera oportuna con los pedidos del cliente?	
	Fidelización de cliente	Logística Precio Capacidad de respuesta	¿La empresa tiene un stock adecuado para cumplir con los requerimientos del cliente? ¿El precio que maneja la empresa es competitivo? ¿Como considera usted que la atención y el servicio prestado por la empresa? Excelente Bueno Regular Malo	

Tabla N° 2 Operacionalización Variable Dependiente

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

3.6. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Gómez, (2006) Recolectar datos implica tres actividades estrechamente vinculadas entre sí:

- Seleccionar o desarrollar un instrumento o método de recolección de los datos, este debe ser confiable.
- Aplicar ese instrumento o método para recolectar datos
- Preparar los datos, observaciones, registros y mediciones realizados para su análisis.

Como menciona Zapata O. A. (2005) “En los trabajos de investigación con metodología cuantitativa, las técnicas más utilizadas son: el experimento, la encuesta o el sondeo y el análisis de contenido”.

Encuestas y cuestionarios

Por medio de las encuestas se trata de recabar información sobre un sector denominado muestra para inferir el comportamiento del universo que se desea indagar. Este tipo de técnica es muy generalizado en las ciencias sociales.

La encuesta puede definirse como un conjunto de técnicas destinadas a reunir, de manera sistemática, datos sobre determinado tema o temas relativos a una población, a través de contactos directos o indirectos con los individuos que integran la población estudiada

3.7. PLAN DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN

Una vez obtenido los datos (valores que obtienen los sujetos en las variables estudiadas), construimos una matriz de datos que sirvió para elaborar un registro por cada sujeto, con una columna de cada variable.

Calelo, (1999)

3.7.1. Procesamiento

- Para revisar la información y proceder a su tabulación es necesario

elaborar una hoja de resumen, en la cual se registrarán las preguntas.

- Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis: manejo de información, estudio estadístico de datos para presentación de resultados.
- Los aspectos considerados dentro del desarrollo de la técnica de recolección fueron relacionados con las variables puestas a consideración en el planteamiento de la hipótesis y el desarrollo de la operacionalización de las variables.

Dichos instrumentos servirán para la recolección suficiente y confiable que facilite la investigación para tener un criterio sobre en qué forma se están manejando los activos fijos y si tienen conocimiento sobre la normativa contable, de la misma manera se realizara una limpieza a la información defectuosa, contradictoria, incompleta y que no sea pertinente al tema planteado.

Se repitió el proceso de recolección de información en ciertos casos, individuales, para corregir errores de contestación y despejar algunas dudas pendientes que tal vez quedarán, se verificará que todas las preguntas estén correctamente planteadas, también se realizara el análisis de respuestas a fin de determinar el tratamiento de los bienes.

Para la tabulación se realizó por un computador, la cual permitió verificar las respuestas de una mejor manera los resultados. Para el análisis de los datos se utilizó la prueba del Chi cuadrado en la verificación de la hipótesis formulada.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS.- E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS

Una vez recolectada la información mediante encuestas realizadas a la población motivo de estudio y con el fin de obtener e interpretar de mejor manera los resultados conseguidos; la información fue tabulada presentándose a través de tablas y gráficos estadísticos para un mejor análisis.

Para la presente investigación se propuso dos cuestionarios con el fin de determinar la información requerida para la consecución de los objetivos planteados: El primero se aplicó al cliente interno de la empresa tanto personal administrativo como operativo. Mientras el segundo aplicado a los clientes externos.

Además se planteó una entrevista con la administración, de esta manera se buscó obtener la información sobre las dos variables motivo de investigación.

CUESTIONARIO DE ENCUESTA DIRIGIDO AL PERSONAL DE LA EMPRESA SEREMPLA S.A.

Así tenemos los resultados de la encuesta practicada cuyo objetivo es Analizar la planificación presupuestaria con la finalidad de la verificación del cumplimiento de metas planteadas por la institución:

1. ¿Considera usted que la empresa conoce con anticipación las necesidades o excedentes de efectivo?

Tabla N° 3. Necesidades de los clientes

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	7	70,00%
NO	3	30,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

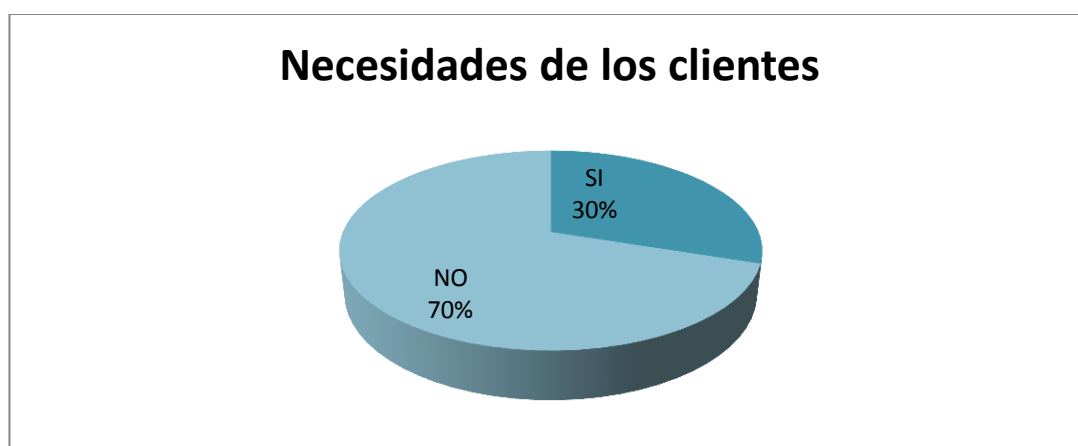


Gráfico N° 5. Necesidades de los clientes

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.- Al analizar los resultados de la pregunta propuesta se determinó que el 30% de los encuestados sabe cuáles son las necesidades o excedentes de efectivo en la empresa, mientras que el 70% de los mismos desconocen esta información.

Interpretación.- Interpretando los resultados generados, se determina la importancia de conocer los ingresos y egresos que tendrá la empresa aunque no sean exactos, servirán como apoyo para la correcta elaboración del presupuesto para la empresa mientras mayor sea el conocimiento, la exactitud de los datos, mejor será la brecha entre lo real y lo presupuestado.

2. ¿La empresa analiza las fuentes y usos de efectivo a fin de controlar su liquidez?

Tabla N° 4. Fuentes y usos de efectivo

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	4	40,00%
NO	6	60,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

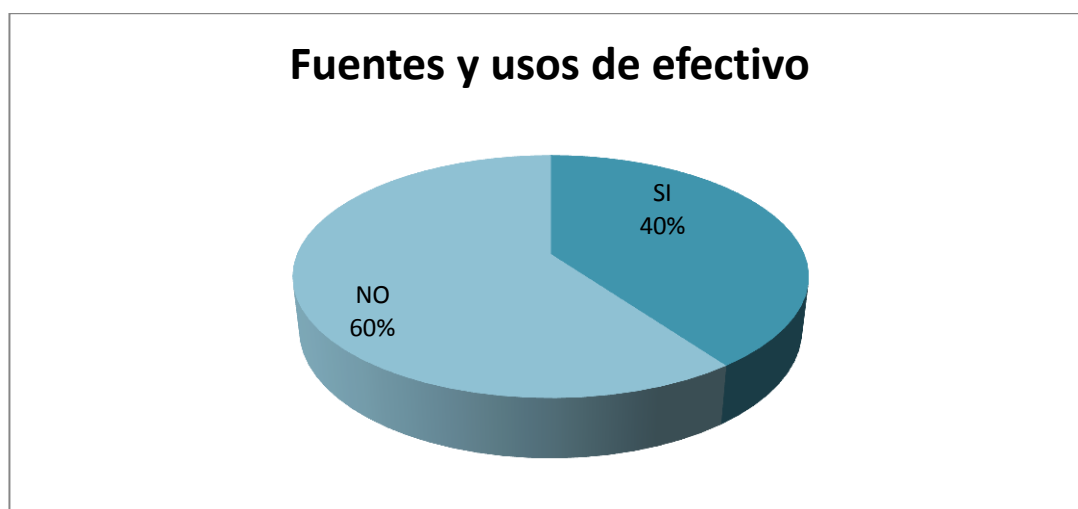


Gráfico N° 6. Fuentes y usos de efectivo

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.- De acuerdo a la segunda pregunta del cuestionario el 40% del total de los encuestados consideran que la empresa realiza control de su liquidez a partir del análisis de sus fuentes y usos. Mientras que el 60% consideran que no se realiza un correcto análisis.

Interpretación.- Es necesario considerar la liquidez de la empresa además con este dato se puede proyectar de mejor manera los ingresos que tiene SEREMPLA S. A. de esta manera se puede establecer el presupuesto.

3. ¿Cómo se cubren las necesidades de efectivo del flujo de caja?

Tabla N° 5. Necesidades de efectivo

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
PRESTAMOS TERCEROS	1	10,00%
SOBREGIROS	7	70,00%
PRESTAMOS BANCARIOS	0	0,00%
INVERSIONES	0	0,00%
NEGOCIACIÓN PROVEEDORES	2	20,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

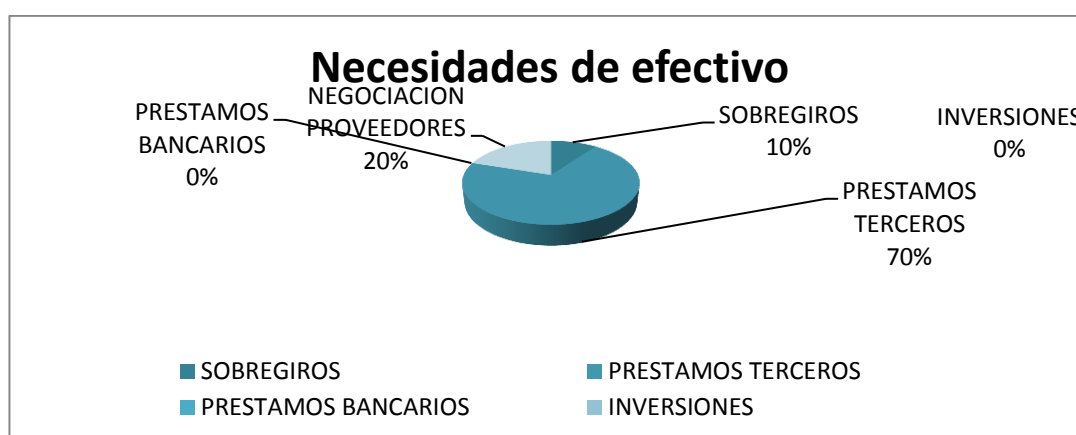


Gráfico N° 7. Necesidades de efectivo

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-El 10% consideran que se puede negociar prestamos con terceros como una forma de obtener financiación mientras el 70% considera que se debe realizar sobregiros, además el 20% propone una negociación con los proveedores parte de del total de los encuestados

Interpretación.- Es importante recalcar que para la correcta operación de la empresa es preciso contar con la suficiente liquidez para afrontar con las obligaciones por lo cual se consideran como posibles formas de conseguir liquidez son Sobregiros a través de una negociación con el banco, negociación directa con los proveedores con el fin de aumentar los días de crédito, préstamos a terceros, además conseguir inversiones de los accionistas, y préstamos bancarios.

4. ¿De qué manera se utiliza los excedentes del efectivo que posee la empresa?

Tabla N° 6. Tratamiento de excedentes del efectivo

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
INVERSIONES	2	20,00%
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	0	0,00%
COMPRA DE INVENTARIOS	8	80,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

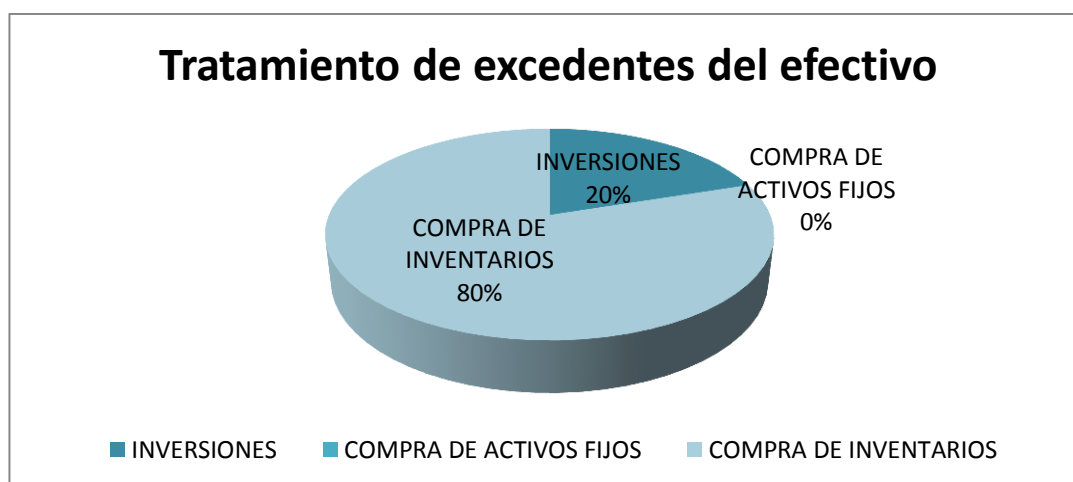


Gráfico N° 8. Tratamiento de excedentes de efectivo

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-Los excedentes del efectivo de la empresa SEREMPLA S. A. se utilizan el 20% en inversiones, mientras que el 80% se utiliza en compras de inventarios, así permitiéndoles desarrollar de mejor manera el funcionamiento de la empresa.

Interpretación.- La empresa al contar con un inventario reciclado y de fácil almacenamiento por lo cual sus excedentes de efectivo son utilizados en su mayoría en compra de inventario para su almacenamiento mientras las inversiones en pólizas también son una opción más.

5. ¿La empresa cuenta con la suficiente liquidez, para afrontar las obligaciones adquiridas a corto y largo plazo?

Tabla N° 7 Liquidez

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
NO	6	60,00%
SI	4	40,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

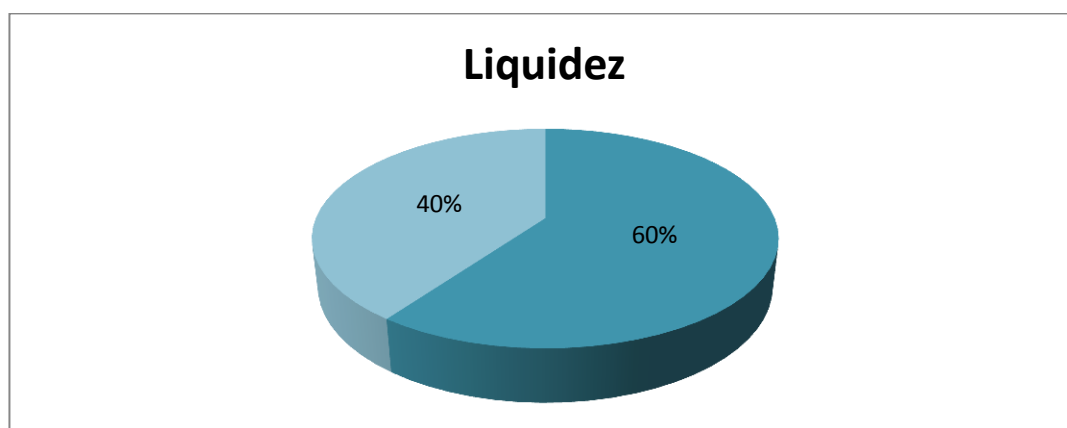


Gráfico N° 9. Liquidez

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-De la pregunta anterior tenemos el 60% del total de los encuestados coinciden con que la empresa cuenta con suficiente liquidez para afrontar las obligaciones adquiridas por SEREMPLA S.A. mientras que el 40% considera que no se cuenta con el efectivo disponible para sus pasivos.

Interpretación.-Con los resultados de la encuesta se obtiene que la empresa en su mayoría puede cubrir sus obligaciones a corto y largo plazo sin embargo la diferencia no es considerable por lo cual, para el presente trabajo es preciso determinar adecuadamente las posibles fuentes de ingresos con el fin de cubrir los gastos así como pasivos pendientes.

6. ¿Con qué periodicidad se realiza un control de los egresos?

Tabla N° 8. Periodicidad de control de egresos

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
MENSUAL	10	100,00%
SEMESTRAL	0	0,00%
ANUAL	0	0,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

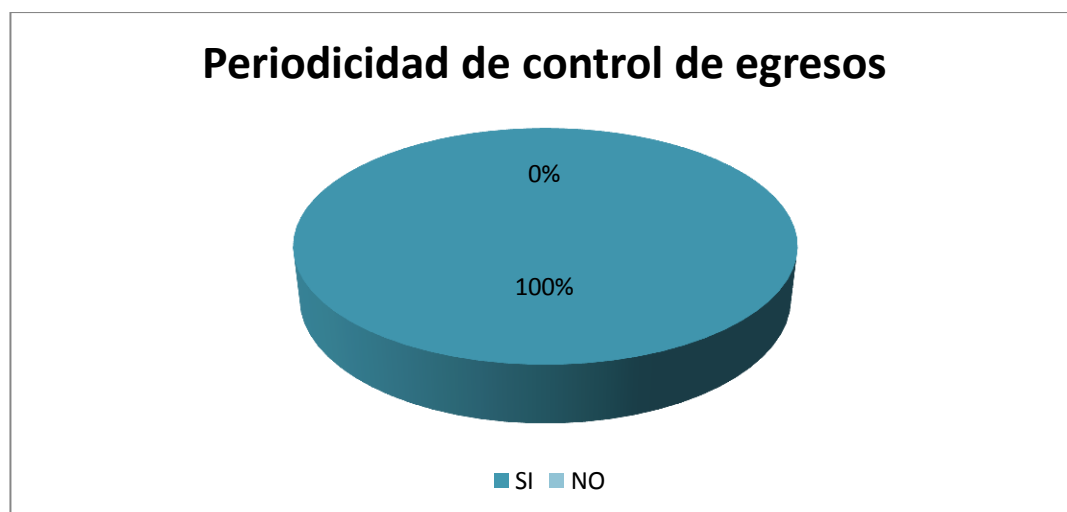


Gráfico N° 10. Periodicidad de control de egresos

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-Al realizar un análisis de la encuesta en la pregunta 6, el 100.00% de la población encuestada se conoce que los registros de egresos son analizados de manera mensual, con el fin de considerar el periodo de ajuste del presupuesto que se propondrá.

Interpretación.-Se ha interpretado los datos y se considera de oportuno que el registro de egresos al igual al de ingresos se registre de manera oportuna cada mes de sus transacciones permitiendo el análisis de las cuentas del estado financiero y de las relevancias así como determinar los correctivos necesarios a fin de cumplir con parámetros del presupuesto.

7. ¿La empresa cuenta con políticas para cobros y pagos?

Tabla N° 9. Políticas para cobros y pagos

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	2	20,00%
NO	8	80,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

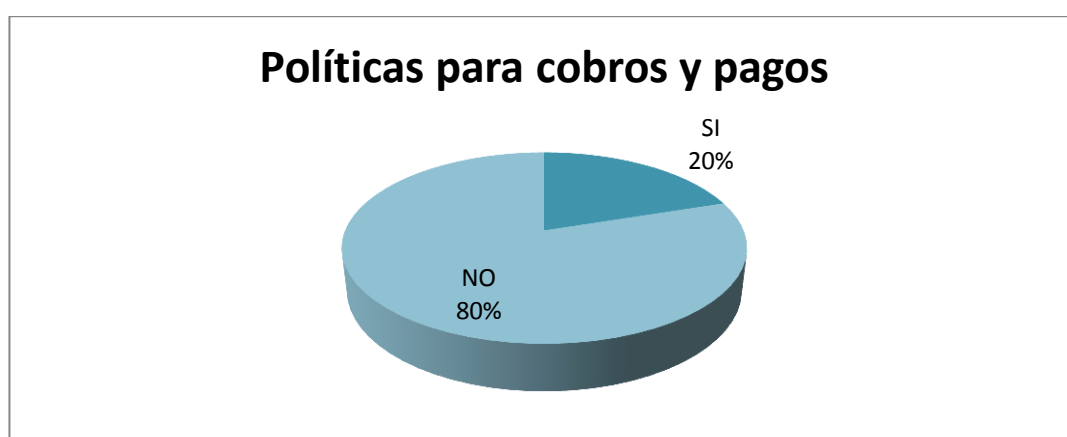


Gráfico N° 11. Políticas para cobros y pagos

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-Según el análisis de la pregunta anterior el 20% de los encuestados consideran que existen políticas de cobros y pagos, aunque éstas no están definidas por escrito y con un convenio formal, sin embargo es oportuno considerar la diferencia de 80% que considera que no existen políticas.

Interpretación.-Es necesario e importante que la empresa mantenga unas políticas claras y especificadas sobre los cobros además de los pagos con el fin de establecer los futuros ingresos como los egresos de efectivo para proyectar de manera adecuada el presupuesto propuesto.

8. ¿Considera que su empresa cuenta con un presupuesto de Ventas?

Tabla N° 10. Presupuesto de ventas

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	1	10,00%
NO	9	90,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

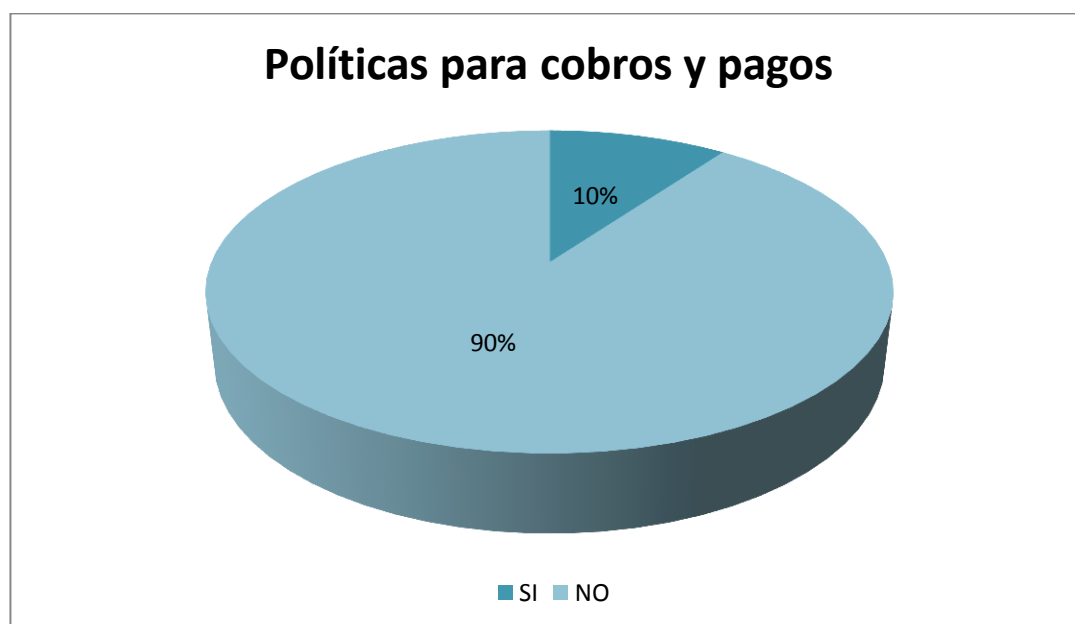


Gráfico N° 12. Políticas para cobros y pagos

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-En un análisis de la información donde los resultados indican que el 10% de las personas encuestadas considera que no se tiene un presupuesto de ventas adecuado mientras el 90% restante considera que es el adecuado.

Interpretación.-Los resultados analizados se pueden interpretar de manera que es necesario establecer un presupuesto de ventas a través de la programación de los clientes que realizan pedidos previos.

9. ¿Existen políticas para realizar las ventas en la empresa?

Tabla N° 11. Políticas para realizar las ventas

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	2	20,00%
NO	8	80,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

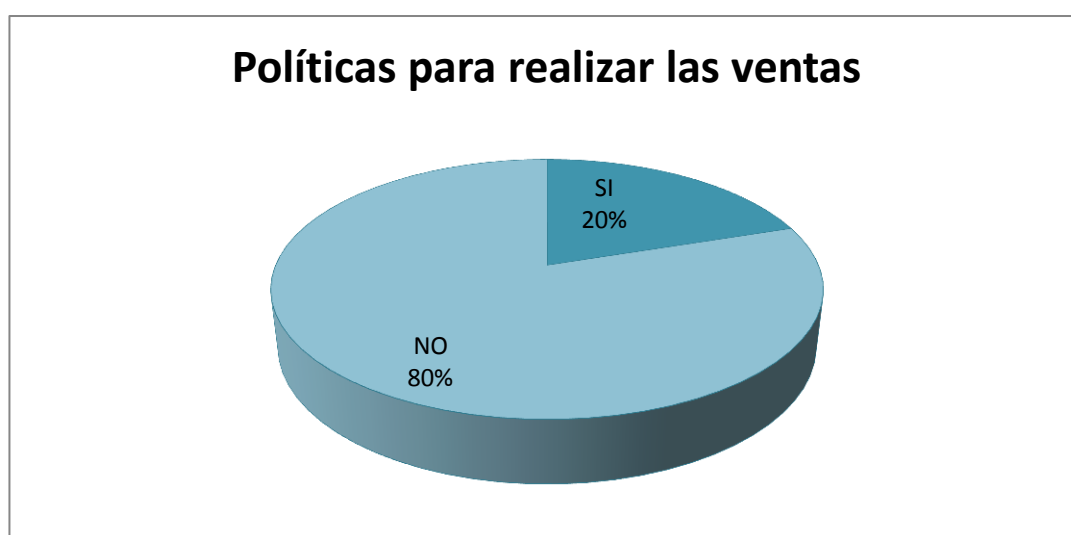


Gráfico N° 13. Políticas para realizar las ventas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-Según los resultados de la encuesta al personal el 20% considera que existen políticas para realizar las ventas, mientras que el 80% considera que no existen establecidas las políticas para las ventas tanto de crédito como de contado.

Interpretación.-Con los resultados analizados se puede interpretar la necesidad inherente de las políticas de ventas de esta forma se podrán pronosticar las ventas, determinando qué puede venderse con base a lo planteado entre los clientes y los proveedores, el plan de ventas prevé la realidad guiando el resto de los planes operativos de la empresa.

10. ¿Considera usted que la empresa debería manejar una programación de compras, para la elaboración de sus productos?

Tabla N° 12. Programación de compras

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	6	60,00%
NO	4	40,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

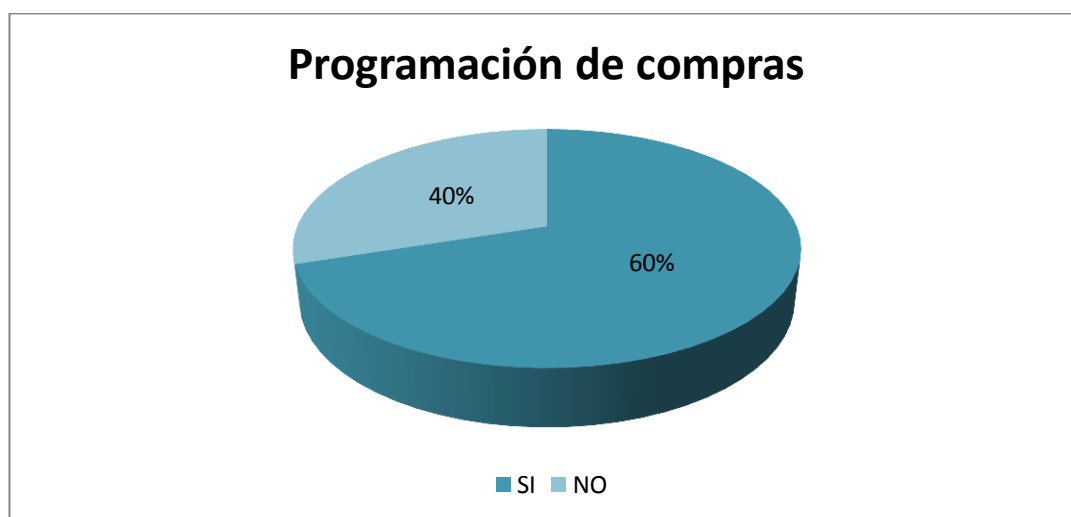


Gráfico N° 14. Programación de compras

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-Del 60% de la población encuestada considera que se debería realizar una programación de compras con el fin de satisfacer las necesidades del cliente mientras que el 40% restante de la población coincide que no se debería realizar una programación.

Interpretación.-Para el correcto aprovisionamiento del inventario es preciso realizar una programación de compras de esta forma pronosticar la elaboración de sus productos.

11. ¿Se coordina con los principales clientes sobre sus necesidades de materias primas para programar los requerimientos de la empresa?

Tabla N° 13. Necesidades de materias primas de los clientes

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	100	100,00%
NO	0	0,00%
Total	100	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

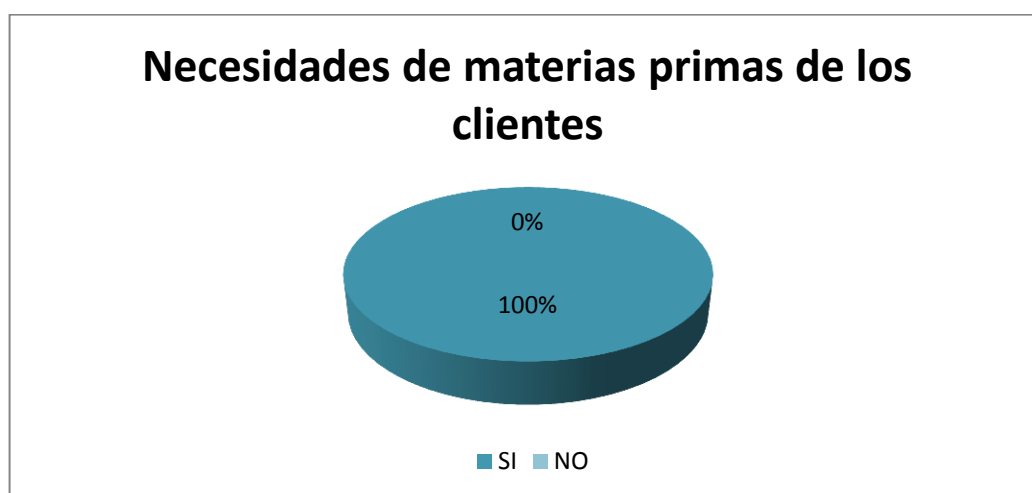


Gráfico N° 15. Necesidades de materias primas de los clientes

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-Según los resultados obtenidos nos indica que el 100.00% de la población encuestada, coordina las entregas con los clientes de manera que se puede acoplar los pedidos.

Interpretación.-De igual manera los datos demuestran que los clientes coordinan sus necesidades de inventario de materias primas con el personal de entrega lo cual nos ayuda en la entrega oportuna de los productos deseados cumpliendo de alguna forma con la satisfacción de los clientes en cuanto a calidad y tiempo de entrega.

12. ¿Se establecen niveles de cumplimiento de producción dentro de su empresa?

Tabla N° 14. Niveles de cumplimiento

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	8	80,00%
NO	2	20,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

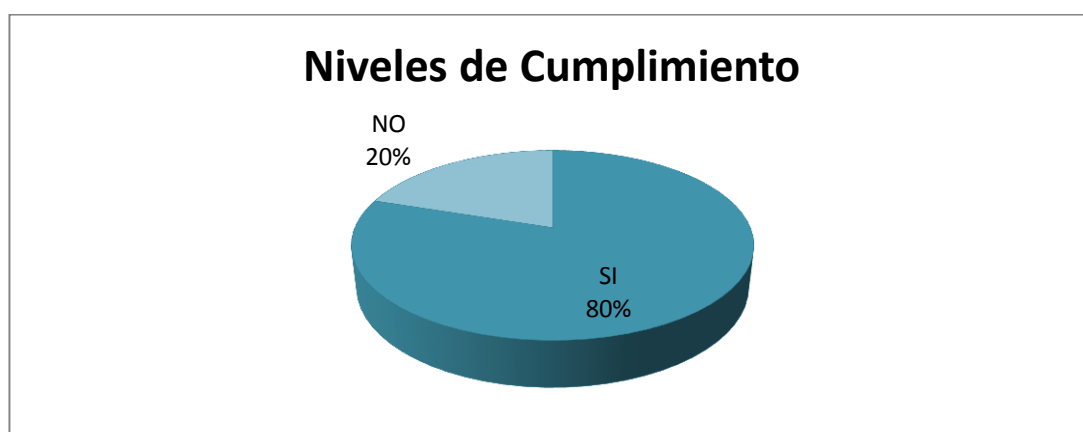


Gráfico N° 16. Niveles de cumplimiento

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-Como resultados obtenidos en la consulta sobre niveles de cumplimiento nos indica que el 80% de la población encuestada presenta y/o cumple con niveles de cumplimiento, mientras que el 20% restante no cumple con lo programado.

Interpretación.-Interpretando los resultados la población encuestada todos desempeñan los niveles de cumplimiento de producción dentro de su empresa a través de estándares con el fin de cumplir con los pedidos de clientes.

13. ¿Se conoce el momento en que se debe solicitar la reposición de inventario de materiales y suministros?

Tabla N° 15. Inventario de Materiales y suministros

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	5	50,00%
NO	5	50,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

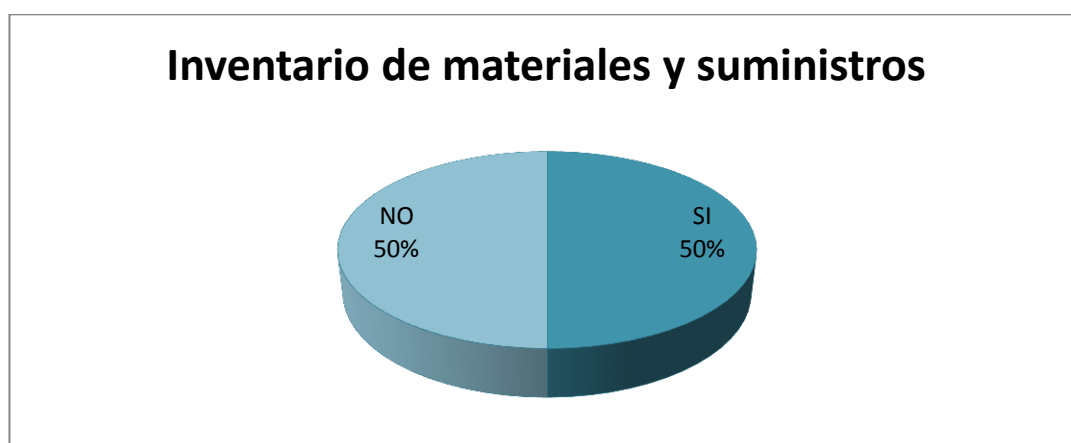


Gráfico N° 17. Inventario de Materiales y suministros

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-

El 50% de la población encuestada coincide con que se conoce el tiempo para solicitar la reposición materiales y suministros, mientras que el 50% restante considera que se tiene esta información.

Interpretación

Interpretando los resultados se puede identificar el momento oportuno para realizar oportunamente de compras con el fin de presupuestar el tiempo adecuado para las nuevas adquisiciones.

14. ¿El espacio físico con el que cuenta la empresa es el suficiente para cumplir con las necesidades de la producción?

Tabla N° 16. Espacio físico

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	2	20,00%
NO	8	80,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

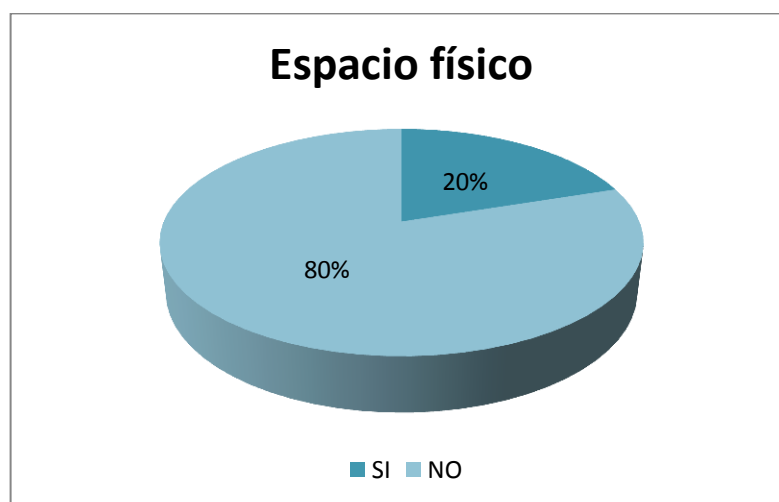


Gráfico N° 18. Espacio físico

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-El 20% de la población encuestada coincide que el espacio disponible es suficiente para el área de producción mientras que el 80% de la población considera que se necesita un lugar más amplio para cubrir todas las necesidades de la producción.

Interpretación.-Interpretando los resultados se puede identificar la importancia de buscar un nuevo lugar para la producción o a su vez buscar un lugar para el almacenamiento de la materia prima.

15. ¿Se cumple oportunamente con los requerimientos de los clientes en los niveles solicitados?

Tabla N° 17. Requerimientos clientes

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	4	40,00%
NO	6	60,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)



Gráfico N° 19. Requerimientos clientes

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-De los resultados obtenidos tenemos que el 40% de la población encuestada considera que se cumplen con los requerimientos de los clientes, mientras que el 60% considera que no se cumple con los requerimientos.

Interpretación.-Es necesario cumplir con los requerimientos de los clientes con el fin de satisfacer sus necesidades y de esta forma lograr un comportamiento positivo de la demanda.

16. ¿Cree usted que los clientes están satisfechos con los productos recibidos por parte de la empresa?

Tabla N° 18. Satisfacción de clientes

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	70	70,00%
NO	3	30,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)



Gráfico N° 20. Satisfacción clientes

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-De los resultados obtenidos en la encuesta se muestra que el 70% de la población considera que los clientes están satisfechos con los productos recibidos por parte de SEREMPLA S.A. sin embargo hay un 30% que no están de acuerdo.

Interpretación.-De acuerdo a los datos obtenidos consideramos que es necesario mejorar el producto que se entrega al cliente con el fin de satisfacer las necesidades del mismo.

17. ¿El personal contratado por la empresa es el suficiente para el desarrollo de las actividades productivas?

Tabla N° 19. Personal Contratado

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	7	70.00%
NO	3	30.00%
Total	10	100.00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)



Gráfico N° 21. Personal Contratado

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-Del total de la población encuestada el 70% considera que el personal contratado es el suficiente para cumplir con todos los requerimientos del cliente mientras que un 30% considera que se debería conseguir mayor personal.

Interpretación.-En base a los datos obtenidos en la encuesta se determina que no sería necesario la contratación de más personal siempre y cuando la producción sea la misma, o su variación no sea muy variante, en todo caso se podría requerir horas extraordinarios o suplementarias.

18. ¿La empresa cuenta con políticas para la contratación de personal?

Tabla N° 20. Políticas de contratación

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	10	100,00%
NO	0	0,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)



Gráfico N° 22. Políticas de contratación

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-De la información recolectada se tiene que el 100% de la población encuestada indica que existen políticas para la contratación del personal.

Interpretación.-Toda la población está de acuerdo con que existen políticas para la contratación de personal.

19. ¿Considera que debería existir una planificación presupuestaria en la empresa Serempla S.A.?

Tabla N° 21. Planificación presupuestaria

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	7	70.00%
NO	3	30.00%
NO SABE	0	0.00%
Total	10	100.00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

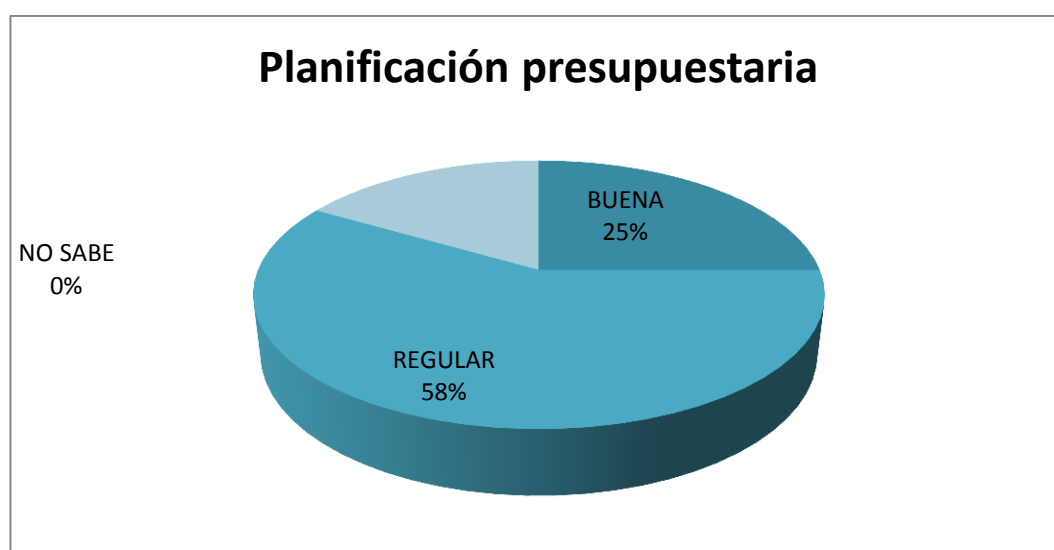


Gráfico N° 23. Planificación presupuestaria

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-Del total de datos obtenidos a partir de la encuesta tenemos que el 70 % considera que la empresa SEREMPLA S. A. Necesita una planificación presupuestaria, mientras que el 30% de la población considera que no es preciso.

Interpretación.-La planificación presupuestaria que tiene la empresa Serempla S.A. debe ser reforzada, ya que actualmente no es técnica por lo cual se puede tomar decisiones incorrectas en base a la información requerida.

20. ¿En qué media considera usted a la necesidad de la empresa por una planificación presupuestaria?

Tabla N° 22. Necesidad de planificación presupuestaria

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
ALTA	6	66.67%
MEDIA	3	33.33%
BAJA	1	11.11%
Total	9	100.00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

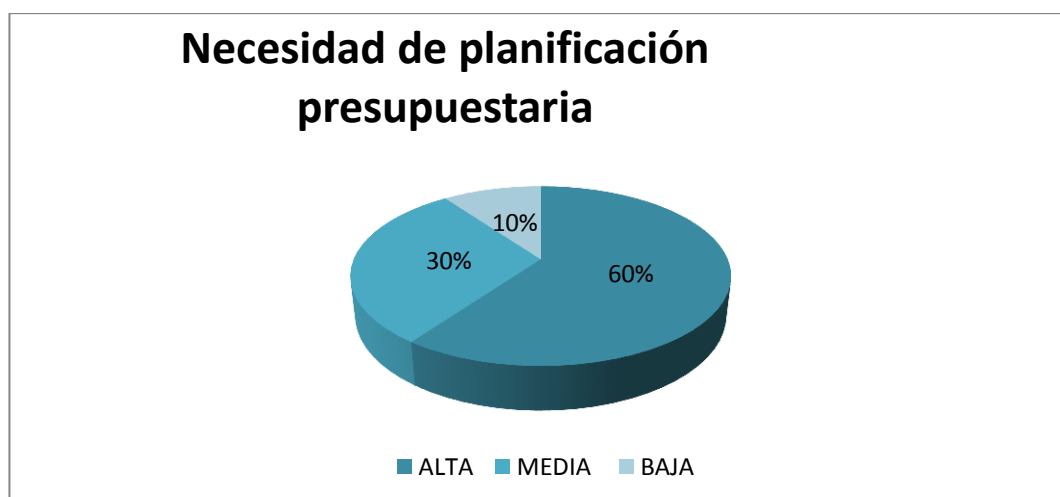


Gráfico N° 24. Necesidad de planificación presupuestaria

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-El 60% de la población encuestada considera de alta importancia la necesidad de una planificación técnica presupuestaria, de igual forma tenemos el 30% que considera que es medianamente trascendental, mientras el 10% piensa que es baja.

Interpretación.-Serempla S.A. necesita una planificación presupuestaria técnica que permita a la organización establecer las metas, objetivos a seguir con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

21. ¿Cómo calificaría usted al rendimiento financiero obtenido en la empresa?

Tabla N° 23. Rendimiento financiero

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
ALTA	4	40,00%
MEDIA	5	50,00%
BAJA	1	10,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

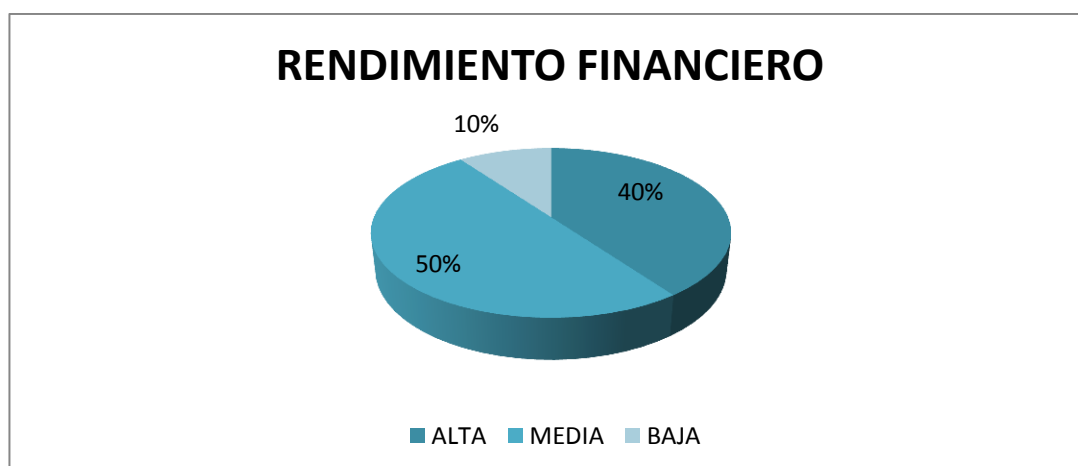


Gráfico N° 25. Rendimiento financiero

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-Según el total de población encuestada el 40% considera que el rendimiento financiero obtenido por la empresa es alto, el 50% considera que es media mientras que el 10% de la población.

Interpretación.-El rendimiento financiero de la empresa es aceptable sin embargo es necesario obtener mayor información y presupuesto con el fin de satisfacer las necesidades de clientes, además de mejorar la eficiencia.

22. ¿Considera usted que los indicadores financieros le ayudarían a medir la rentabilidad de la empresa?

Tabla N° 24. Indicadores de rentabilidad

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	3	30,00%
NO	7	70,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

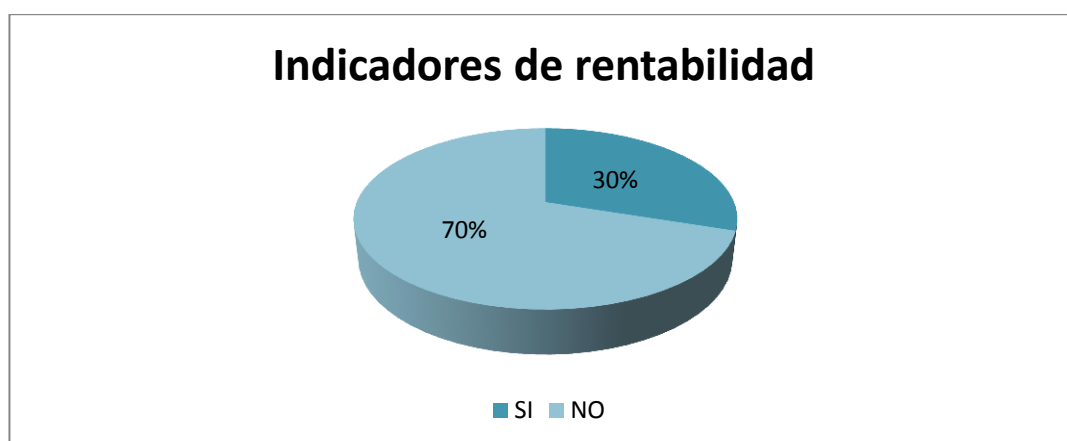


Gráfico N° 26. Indicadores de rentabilidad

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-Con la información obtenida se considera que solo el 30% de los encuestados piensa que se no es necesario la utilización de indicadores financieros, mientras que el 70% considera que es los indicadores financieros son prescindibles para medir la rentabilidad de la empresa SEREMPLA S.A.

Interpretación.-Es necesario concientizar al personal sobre la calidad de la información que se podría obtener en caso de utilizar los indicadores financieros con el fin de medir la rentabilidad de la empresa. Los indicadores financieros relaciones numéricas basadas en la relacionar las cuentas de los estados financieros de los resultados se puede realizar un análisis objetivo sobre las cuentas de mayor significancia.

23. ¿Qué grado de satisfacción considera usted que expresarían los clientes con respecto a los productos recibidos por parte de la empresa?

Tabla N° 25. Grado de satisfacción

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
ALTA	3	30,00%
MEDIA	7	70,00%
BAJA	0	0,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)



Gráfico N° 27. Grado de satisfacción

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-El 100% de la población encuestada solo el 30% considera que los clientes expresarían un grado de satisfacción mientras el 70% considera que los clientes expresarían un grado de satisfacción media.

Interpretación.-La percepción del grado de satisfacción de los clientes que tiene el personal administrativo de la empresa SEREMPLA S.A. es medio lo que significa que se puede determinar que hay que respaldar de mejor manera el producto y servicio del cliente.

24. ¿Cuáles son las estrategias que tiene la empresa para atraer nuevos clientes?

Tabla N° 26. Estrategias para atraer nuevos clientes

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
FIDELIZACIÓN DE CLIENTES	1	10,00%
BUENA CALIDAD	4	40,00%
CUMPLIMIENTO TIEMPO ENTREGA	3	30,00%
BUEN SERVICIO	2	20,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

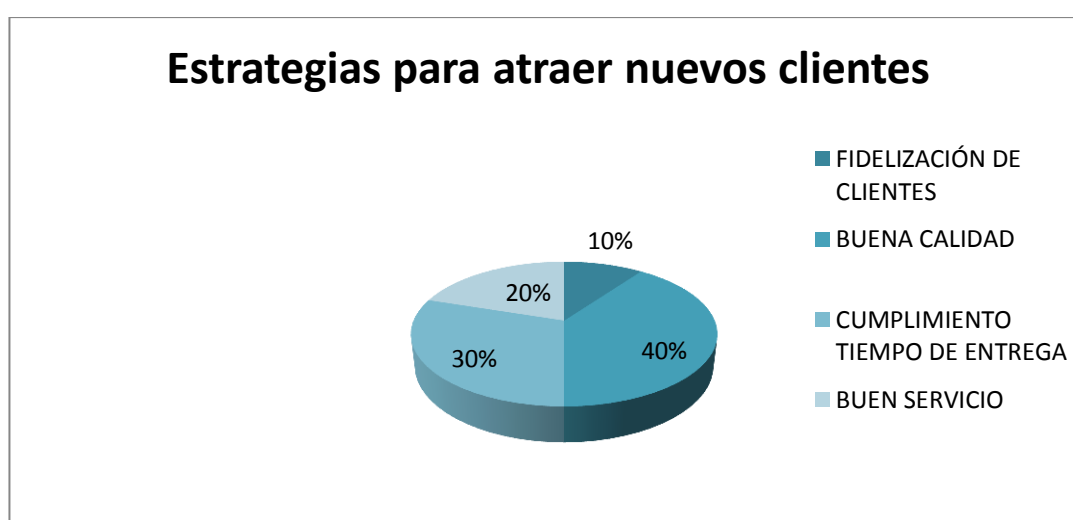


Gráfico N° 28. Estrategias para atraer nuevos clientes

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-Según la información recolectada sobre estrategias para atraer nuevos clientes que se encuentran 40% considera la buena calidad, 30% cumplimiento en el tiempo de entrega, el 20% el buen servicio, el 10% restante considera que el buen servicio es una factor para atraer nuevos clientes.

Interpretación.-Según los resultados obtenidos, la empresa debería ampliar sus horizontes de clientes y aplicando las estrategias como: fidelización de clientes, buena calidad, cumplimiento tiempo de entrega y buen servicio.

25. ¿En qué medida considera que los inventarios que maneja la empresa Serempla S.A. son planificados y controlados oportunamente?

Tabla N° 27. Planificación y control de inventarios

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
ALTA	2	20,00%
MEDIA	3	30,00%
BAJA	5	50,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

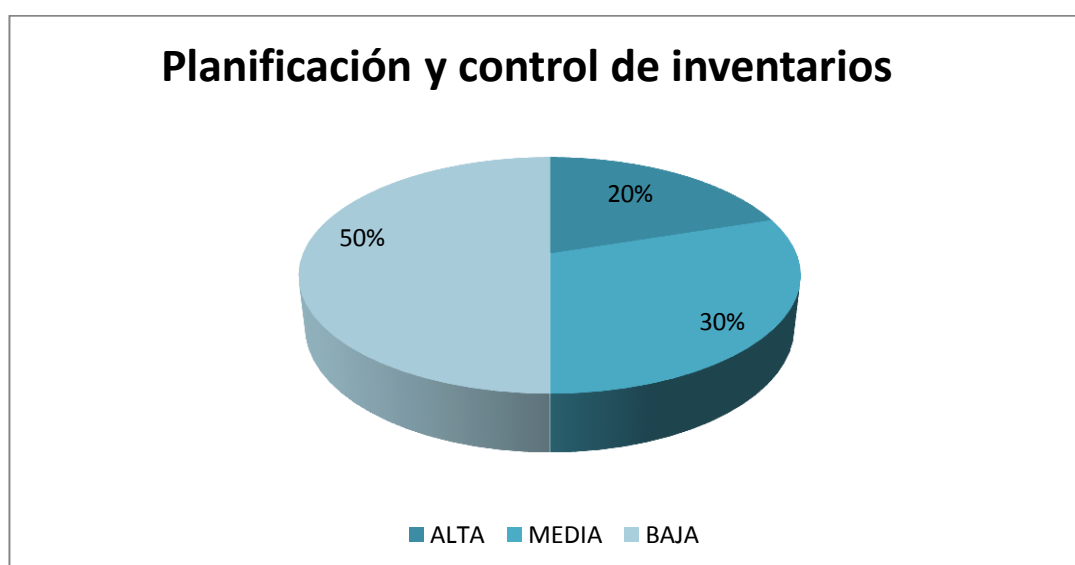


Gráfico N° 29. Planificación y control de inventarios

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-De acuerdo a la información recolectada en la encuesta el 50% de la población supone que la planificación y control de inventarios es baja de igual manera el 30% considera que es media y un 20% alta.

Interpretación.-De acuerdo de a la investigación realizada se determina que no existe una adecuada planificación y control respecto de los inventarios que maneja la empresa.

26. ¿Considera usted que las adquisición de los inventarios es oportuna para la producción y ventas?

Tabla N° 28. Adquisición oportuna de inventarios

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	2	20,00%
NO	6	60,00%
NO SABE	2	20,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

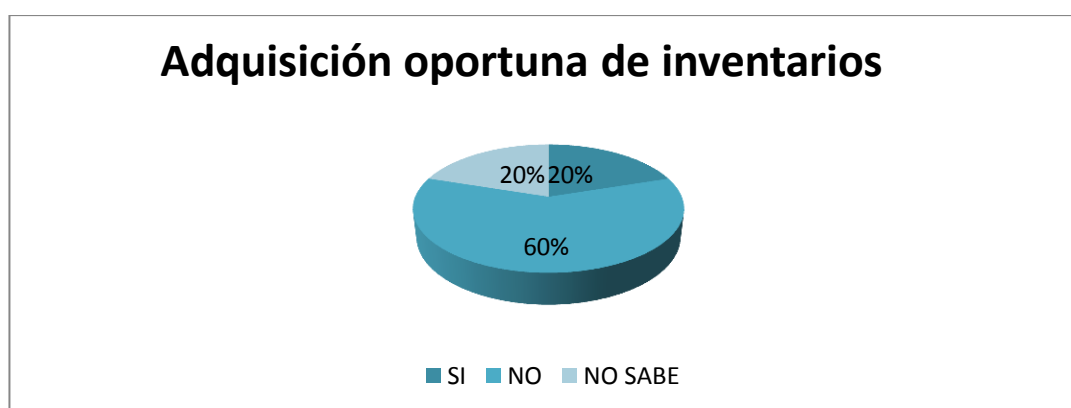


Gráfico N° 30. Adquisición oportuna de inventarios

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-Según la información recolectada podemos encontrar que el 60% considera que la adquisición de inventario para la producción y ventas no es oportuna, mientras que el 20% considera que es adecuada, el 20% restante no sabe.

Interpretación.-Se puede interpretar que la mayoría de la población considera que no es adecuada la planificación de las compras de materias primas que necesita la empresa como es el recuperado de botas, es necesario determinar las una planificación debido a la escasas que se podría presentar en el momento de producir, al no contar con suficiente materia prima, no se podría cumplir con las necesidades del cliente.

27. ¿En qué medida cree usted que la entidad ha cumplido con las metas fijadas por la alta gerencia?

Tabla N° 29. Cumplimiento de metas fijadas por la alta gerencia

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	3	30,00%
NO	6	60,00%
NO SABE	1	10,00%
Total	10	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

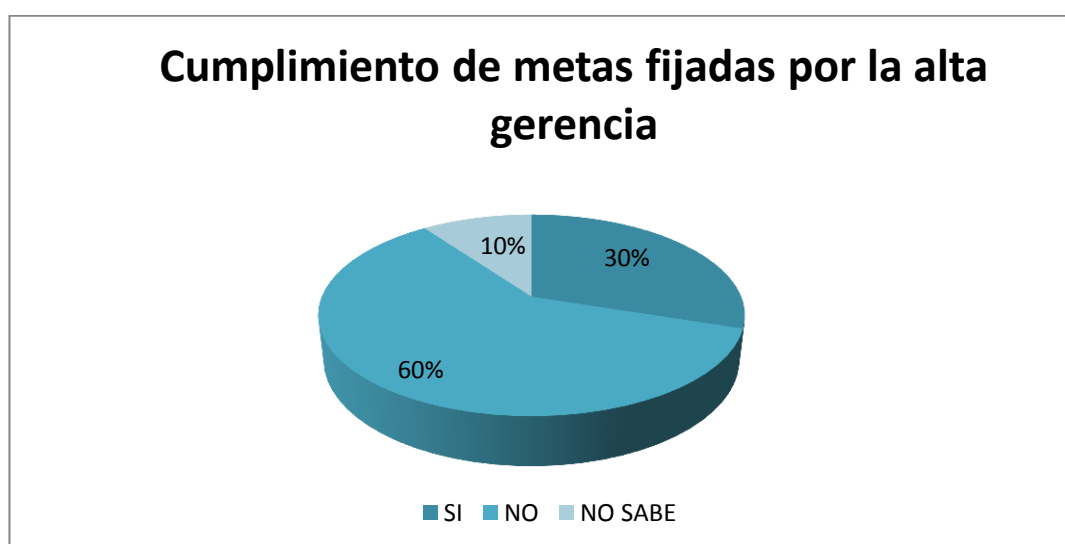


Gráfico N° 31. Cumplimiento de metas fijadas por la alta gerencia

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-Según la información obtenida a través de las encuestas el 60% de la población considera que no se ha cumplido con las metas fijadas por la alta gerencia, el 30% que sí, mientras que el 10% restante responde que no sabe.

Interpretación.-Según las respuestas conseguidas en la encuesta las metas fijadas por la alta gerencia no se han logrado, lo cual nos da la perspectiva que hay que estructurar correctamente las estrategias que nos ayuden a conseguirlas.

CUESTIONARIO DE ENCUESTA DIRIGIDO A LOS CLIENTES EXTERNOS DE LA EMPRESA SEREMPLA S.A.

Así tenemos los resultados de la encuesta practicada cuyo objetivo Establecer el grado de satisfacción de los clientes con relación a la entrega a tiempo de la mercadería con el fin relacionarlo con problema estableciendo su correlación:

1. ¿Qué grado de satisfacción le ofrece el producto que adquiere en la empresa Serempla S.A.?

Tabla N° 30. Grado de satisfacción

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
ALTA	2	8,33%
MEDIA	11	45,83%
BAJA	11	45,83%
Total	24	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

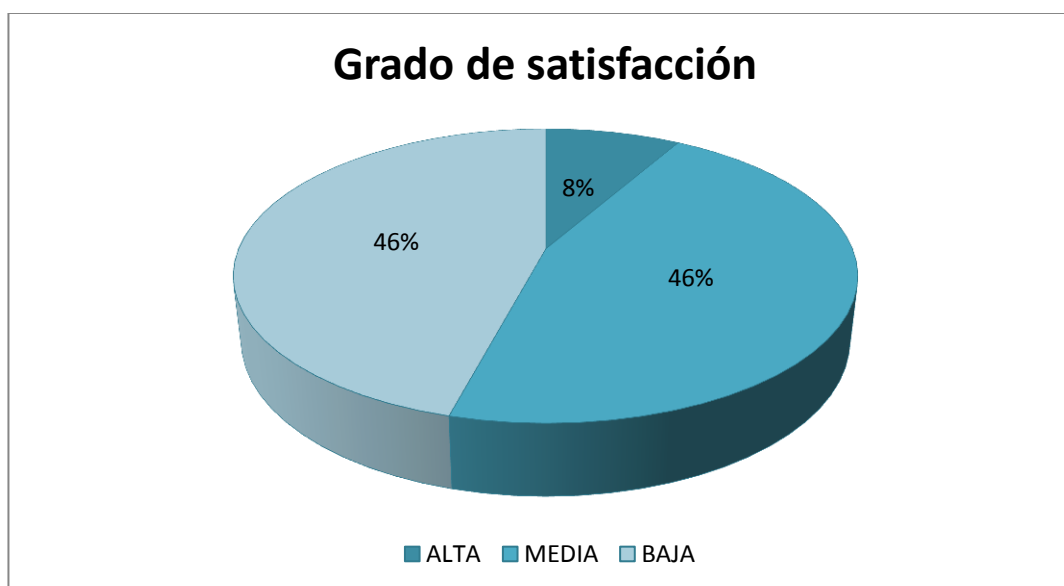


Gráfico N° 32. Grado de satisfacción

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta que busca el grado de satisfacción de los clientes el 46% considera que es media, 8% alta y 46% baja.

Interpretación.-Si bien es cierto el grado de satisfacción del cliente es medianamente aceptable, es necesario mejorarla atención a través del cumplimiento de los pedidos como la calidad del producto y demás estrategias que conlleven una satisfacción integral.

2. ¿Considera que la atención que brinda por la empresa es la adecuada?

Tabla N° 31. Atención brindada a clientes

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SATISFACTORIA	6	25,00%
REGULAR	17	70,83%
INSATISFACTORIA	1	4,17%
Total	24	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)



Gráfico N° 33. Atención brindada a clientes

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-De la información recolectada en las informaciones obtenidas de los clientes, 71% de los encuestados consideran que la atención recibida por parte de la empresa es regular, el 25% la considera satisfactoria, mientras que el 4% la considera insatisfactoria.

Interpretación.-La atención al cliente es uno de los puntos más importantes como estrategia para conservar a los compradores además de conseguir nuevos, por lo cual es forzoso mejorar el cuidado y calidad de servicio.

3. ¿Existe un procedimiento para realizar los pedidos?

Tabla N° 32. Procedimientos para pedidos de clientes

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	7	29,17%
NO	17	70,83%
Total	24	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

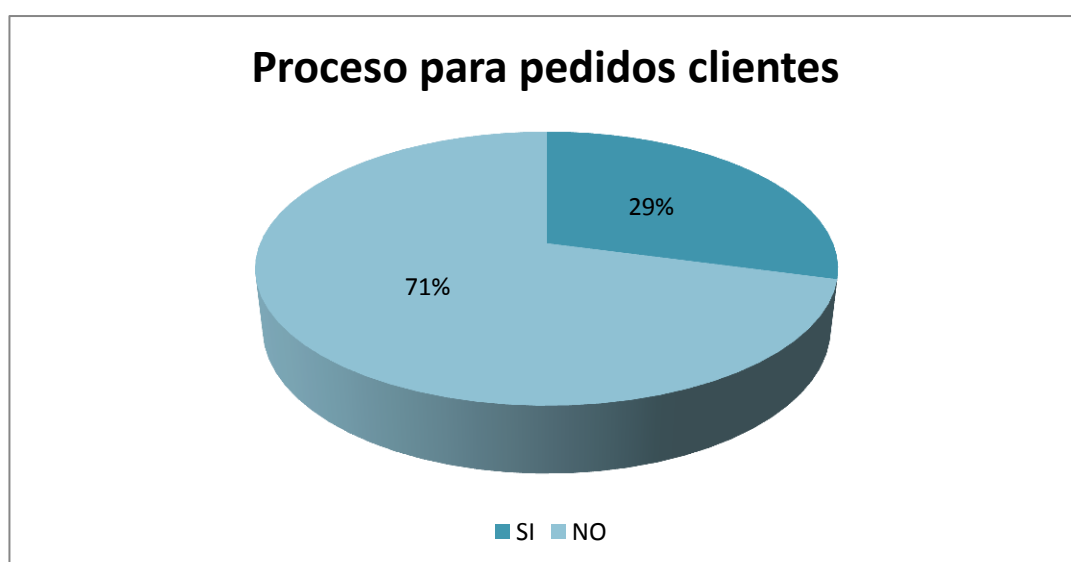


Gráfico N° 34. Proceso para pedidos clientes

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.- Del total de clientes tan solo el 29% de ellos, coincide en que existe un procedimiento para realizar los pedidos, mientras el 71% no se maneja con pedidos.

Interpretación.- De esta pregunta se obtiene que no todos los clientes programan pedidos, por lo cual es menester proyectar los pedidos de los clientes que manejan sus requerimientos con anterioridad con el fin de cumplir con el tiempo de entrega de los mismos.

4. ¿De qué manera considera usted que sus pedidos de compras son atendidos por parte de la empresa?

Tabla N° 33. Tiempo de atención a los pedidos

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
INMEDIATAMENTE	1	11,11%
CASI INMEDIATAMENTE	3	33,33%
EN UN TIEMPO ACEPTABLE	4	44,44%
TARDÍAMENTE	1	11,11%
MUY TARDÍAMENTE	0	0,00%
Total	9	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)



Gráfico N° 35. Tiempo de atención a los pedidos

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-El 45% de la población encuestada confirma que la alternativa en un tiempo aceptable, mientras que el 33% coincide que es casi inmediatamente, el 11% considera inmediatamente, el 11% piensa que los pedidos son entregados tardíamente.

Interpretación.-Interpretando los resultados conseguidos de la población la mayoría considera que la entrega de los pedidos es entregados en un periodo de tiempo aceptable y casi inmediatamente. Dándonos una buena perspectiva de como se está manejando el proceso de pedidos.

5. ¿En qué forma la empresa ha cumplido con sus requerimientos y expectativas?

Tabla N° 34. Cumplimiento de requerimientos y expectativas

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
EXCELENTE	1	4,17%
MUY BUENA	3	12,50%
BUENA	19	79,17%
REGULAR	1	4,17%
INSATISFACTORIA	0	0,00%
Total	24	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

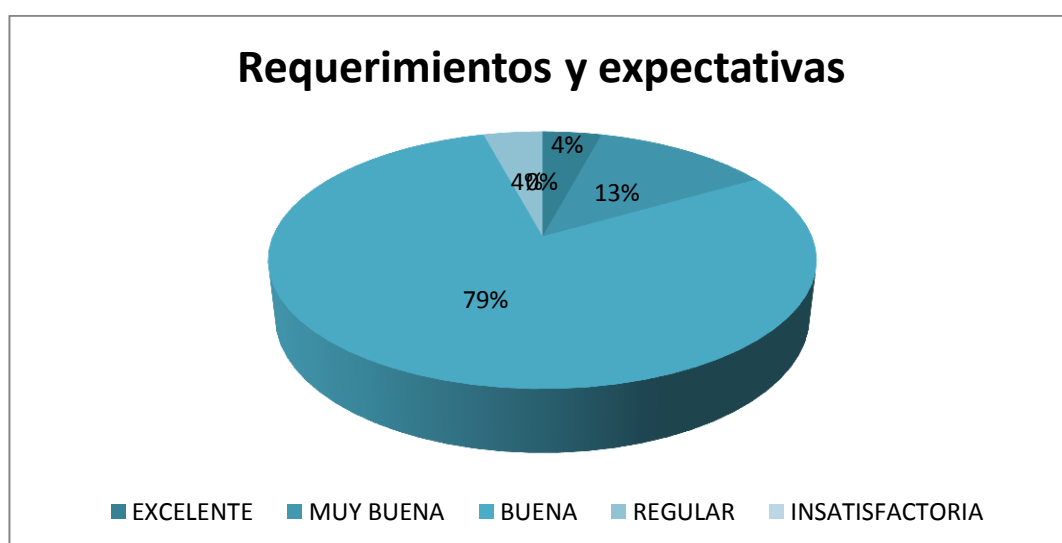


Gráfico N° 36. Cumplimiento de requerimientos y expectativas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.- Los porcentajes que se obtuvieron en relación con cumplimiento de requerimientos y expectativas el 79% considera opinan que es buena, el 13% muy buena, el 4% regular y 4% restante que considera insatisfactoria.

Interpretación.-Según los resultados obtenidos se determina que la opinión de los clientes respecto a cumplimiento de requerimientos y expectativas es buena sin embargo esta puede ser mejorada.

6. ¿EL producto cumple con todos los estándares necesarios en la cadena de producción?

Tabla N° 35. Producto cumple con los estándares en cadena de producción

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
EXCELENTE	0	0,00%
MUY BUENA	7	29,17%
BUENA	13	54,17%
REGULAR	4	16,67%
INSATISFACTORIA	0	0,00%
Total	24	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

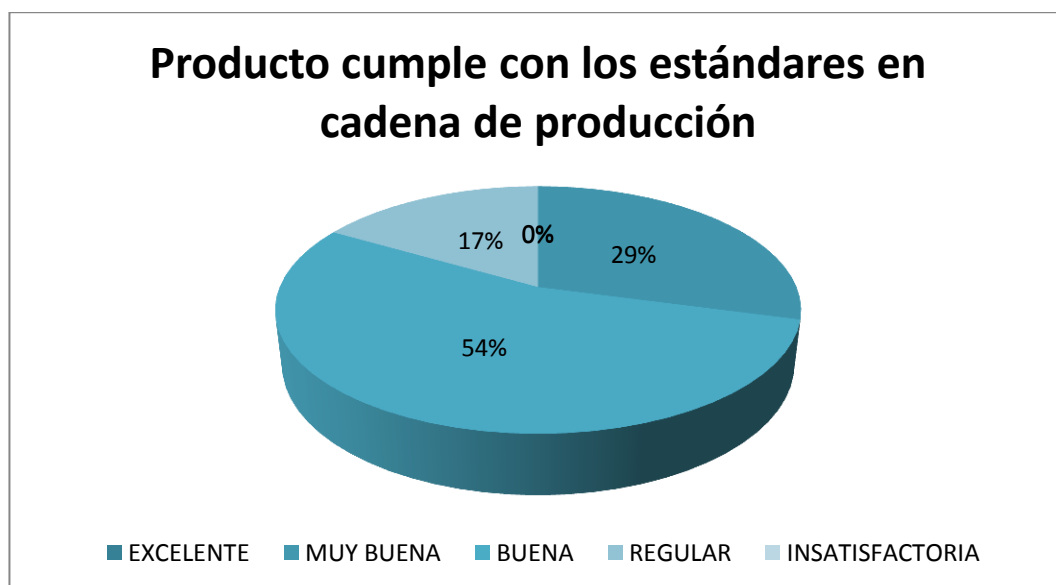


Gráfico N° 37. Producto cumple con los estándares en cadena de producción

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.- De acuerdo a los resultados de la encuesta el 54% de la población considera que los productos cumplen con los estándares en la cadena de producción el 29% muy buena, el 17% regular, y el 0% insatisfactorias.

Interpretación.- La calidad de los productos es buena sin embargo se puede mejorar con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

7. ¿Considera que existe una adecuada planificación presupuestaria en la empresa Serempla S.A.?

Tabla N° 36. Planificación presupuestaria

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
MUY BUENA	6	25,00%
BUENA	12	50,00%
REGULAR	6	25,00%
Total	24	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

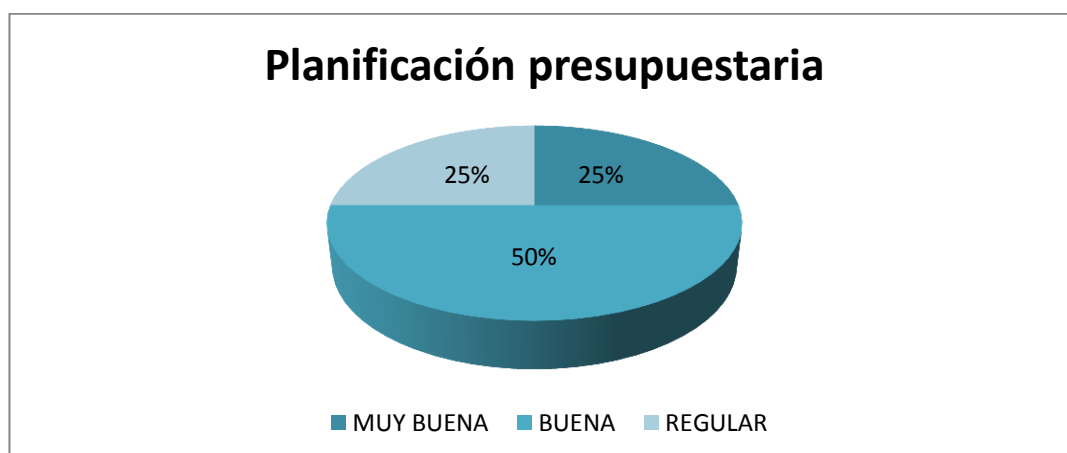


Gráfico N° 38. Planificación presupuestaria

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.- La pregunta se realizó a los clientes para conocer cómo perciben la planificación presupuestaria de Serempla S.A. el 50% opina que es buena, mientras el 25% considera que es muy buena además el 25% restante que es regular.

Interpretación.- La percepción de la planificación presupuestaria implementada en la empresa es buena, lo cual nos da una buena idea del trabajo realizado, sin embargo debería mejorar.

8. ¿Cómo califica la calidad percibida del producto entregado por la empresa?

Tabla N° 37. Calidad del producto

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
EXCELENTE	0	0,00%
MUY BUENA	5	20,83%
BUENA	16	66,67%
REGULAR	3	12,50%
INSATISFACTORIA	0	0,00%
Total	24	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

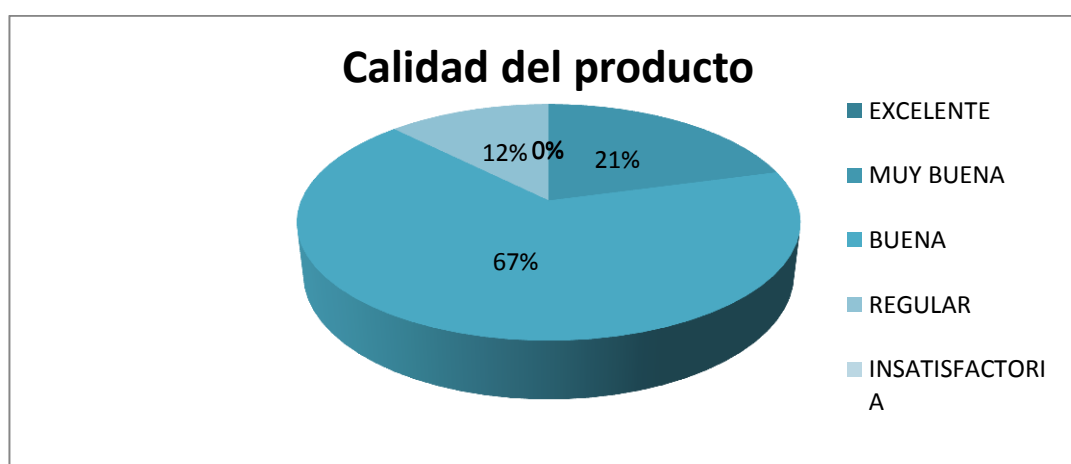


Gráfico N° 39. Calidad del producto

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-El 67% de la población encuestada considera que la calidad de los productos es buena, el 21% considera que es muy buena, 12% excelente y el 0% insatisfecha y 0% excelente.

Interpretación.- A través de los resultados de la encuesta de califica la calidad percibida del producto entregado por la empresa, se considera como buena en su mayoría lo cual nos da un buen parámetro, debido a que los productos reciclados no siempre se encuentran en las mejores condiciones, mientras que los clientes que realizan pedidos consideran que es muy buena debido a que ellos nos proporcionan los estándares que debe cumplir el producto.

9. ¿Considera que el precio de los productos entregados por la empresa es razonable?

Tabla N° 38. Precio de los productos

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	22	91,67%
NO	2	8,33%
Total	24	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

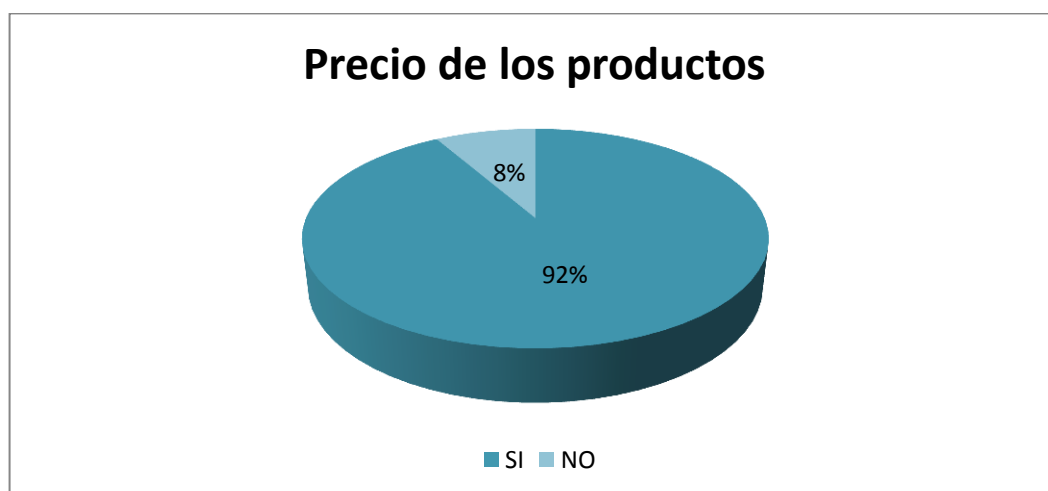


Gráfico N° 40. Precio de los productos

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.-

Según la encuesta realizada se puede concluir que el 92% de los encuestados considera que el precio de los productos es aceptable, mientras el 8% de los mismos consideran que no es aceptable.

Interpretación

Los resultados de esta pregunta son positivos, debido a que se plantea que por el factor precio los clientes se encuentran satisfechos.

10. ¿Cómo considera usted que la empresa Serempla S.A. realiza sus operaciones a fin de cumplir con los requerimientos de los clientes?

Tabla N° 39. Operaciones

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
BUENA	6	25,00%
REGULAR	14	58,33%
MALA	4	16,67%
Total	24	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

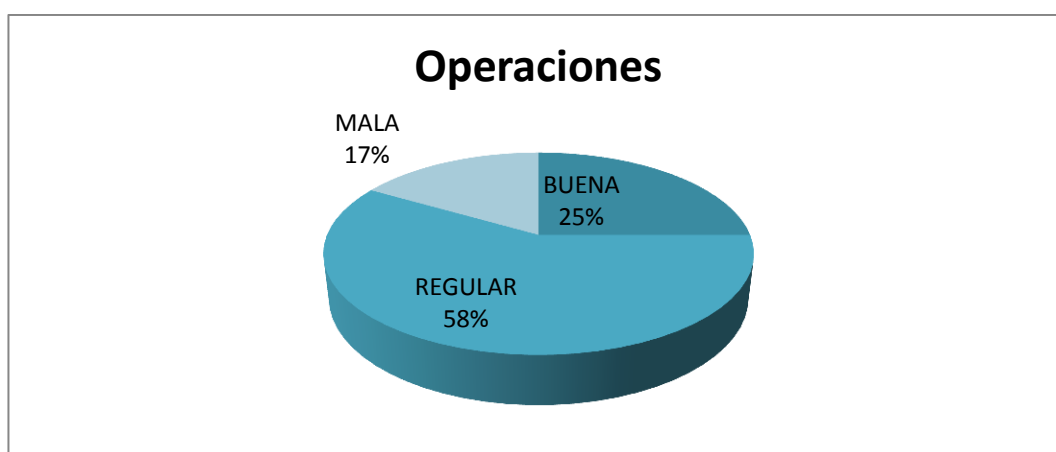


Gráfico N° 41. Operaciones

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.- De los resultados obtenidos en la encuesta se concluye que el 100% considera que las operaciones realizadas para cumplir con los requerimientos de los clientes son buenas.

Interpretación.- Los clientes consideran adecuadas las operaciones que maneja la empresa Serempla, sin embargo es oportuno buscar mejorar los procesos con el fin de entregar un producto de calidad permitiendo además una expansión del mercado.

11. ¿En qué medida considera que los inventarios que maneja la empresa Serempla S.A. son planificados y controlados oportunamente?

Tabla N° 40. Planificación y control de inventarios

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
ALTA	1	4,17%
MEDIA	9	37,50%
BAJA	14	58,33%
Total	24	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

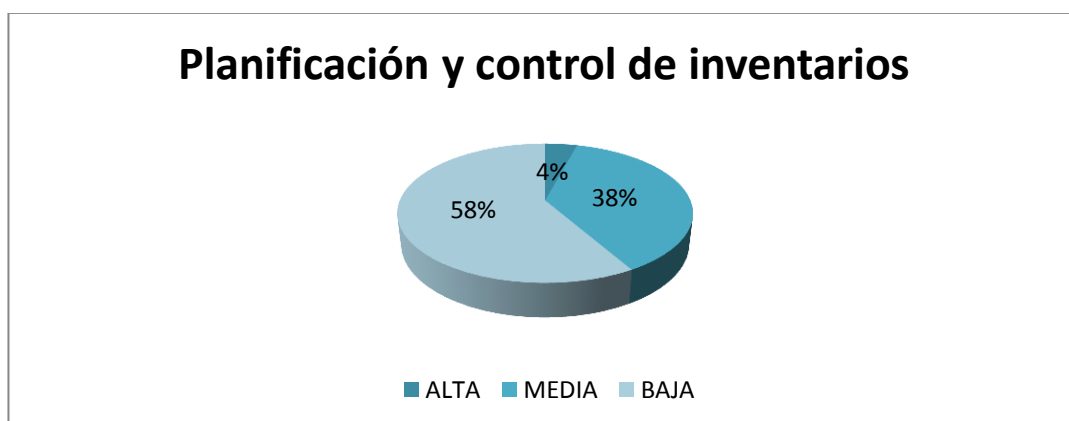


Gráfico N° 42. Planificación y control de inventarios

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Análisis.- Según los datos obtenidos a través de las encuestas se considera que el 58% de la población mediría a media la planificación y control a los inventarios que tiene la empresa Serempla S.A. como baja, mientras que el 38% considera que es media, el 4% restante opina que es alta.

Interpretación.- De acuerdo a la investigación realizada se puede concluir que la planificación que se realiza en cuanto al control y manejo de inventario es baja se determina que no existe una adecuada planificación y control respecto de los inventarios que maneja la empresa.

ENTREVISTA

Se estableció como un instrumento de investigación la entrevista a la alta gerencia con el objetivo de diagnosticar la incidencia de la planificación presupuestaria en el grado de satisfacción de los clientes de la empresa SEREMPLA S.A. con el fin de cumplir con sus expectativas optimizando los recursos disponibles.

A continuación se describe el cuestionario:

1. ¿Actualmente cuál es el método de planificación que tiene su empresa?

La administración se basa en una negociación de exclusividad, es bastante empírica.

2. ¿Cuáles son las principales fuentes de ingresos de efectivo en la empresa?

La principal fuente de ingresos, en la empresa Serempla S.A. son las ventas por bota reciclada y triturada; además de venta de residuos de materiales y de los artículos

3. ¿Cuáles son las principales fuentes de financiamiento que tiene la empresa?

Las principales fuentes de financiamiento que se pueden mencionar son negociación con los proveedores, y con los clientes; negociación con los bancos además de la utilización de fondos propios.

4. ¿Cuáles son los objetivos que desea cumplir dentro de la institución?

- Establecer políticas contables y financieras.
- Realizar un mejor control de costos.
- Ser más eficientes

- Tener mayor rentabilidad

5. ¿Cuenta con indicadores que le ayuden a medir la rentabilidad de la empresa?

Las decisiones se establecen mediante los estados financieros proporcionados por el área contable-financiera.

6. ¿Los clientes están satisfechos con los productos recibidos por parte de la empresa?

Se considera que la satisfacción del clientes está en función del cumplimiento de sus requerimientos en base a la cantidad solicitada, calidad y precio.

7. ¿Qué hace la empresa para tener un mayor control de los procesos orientados al cliente?

Se da seguimiento lo establecido por el cliente, trabajando bajo pedido.

8. ¿De qué manera se mide el grado de satisfacción de su cliente?

Según los pedidos y en la consideración del cliente.

9. ¿La empresa cuenta con estrategias para atraer nuevos clientes, por favor especifique?

Por el momento no se tiene previsto el crecimiento, sin embargo luego de los próximos 18 meses se planteará la expansión de mercado. Además por el monto se trata de exclusividad con los clientes.

10. ¿Considera que la Utilidad obtenida en las ventas se puede mejorar o es suficiente?

La utilidad obtenida es aceptable.

4.2. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Una vez aplicadas las encuestas y la entrevista a la población objeto de estudio, se observó que la empresa cuenta con una planificación empírica, basada en la experiencia de la administración, sin embargo la empresa ha logrado posicionarse en el mercado con su principal ingreso que es la venta de bota usada lavada.

Los principales objetivos que desea cumplir la administración en la empresa Serempla S.A. son: Establecer políticas contables y financieras; realizar un mejor control de costos; ser más eficientes; tener una mayor rentabilidad. A pesar de ello no se han establecido las estrategias, ni una planificación con actividades definidas para cumplirlos.

Serempla tiene negociación exclusiva con ciertos clientes, de ahí la necesidad de mantener un alto grado de satisfacción de los mismos, ya que estos son de vital importancia en el monto global de los ingresos.

De lo antes expuesto se puede observar que una planificación presupuestaria de acuerdo a las necesidades de Serempla S.A. ayudaría a cumplir con los objetivos planteados por la administración, brindando un producto de calidad y en el momento oportuno, para lograr la fidelidad y satisfacción al cliente.

4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Para la verificación de la hipótesis del presente trabajo investigativo la hipótesis inicialmente planteada es la siguiente: La planificación presupuestaria incide en el grado de satisfacción de los clientes de la empresa Serempla S. A.

Se tomaron las dos preguntas que identifican cada una de las variables al total de la población de esta manera:

- Variable independiente: Planificación presupuestaria

¿En qué medida considera que los inventarios que maneja la empresa Serempla S.A. son planificados y controlados oportunamente?

- Variable dependiente: Satisfacción de los clientes

¿Qué grado de satisfacción le ofrece el producto que adquiere en la empresa Serempla S. A.?

Para la verificación de la hipótesis se utilizó el análisis matemático estadístico Chi Cuadrado (X^2), para las preguntas clave tomadas de las dos encuestas para determinar si se acepta o rechaza la hipótesis.

4.3.1. Planteamiento de la hipótesis

Planteamiento de la hipótesis nula

Ho: La planificación presupuestaria NO incide en el grado de satisfacción de los clientes de la empresa Serempla S. A.

Planteamiento de la hipótesis alternativa

H1: La planificación presupuestaria incide en el grado de satisfacción de los clientes de la empresa Serempla S. A.

4.3.2. Nivel de significación

El nivel de error aprobado para la presenta investigación es del 0.05, con un nivel de confianza del 95%.

4.3.3. Cálculo del estadístico de prueba

El cálculo de del estadístico de prueba que se utilizó fue el Chi Cuadrado o JI cuadrado.

1. ¿En qué medida considera que los inventarios que maneja la empresa Serempla S.A. son planificados y controlados oportunamente?

Personal Administrativo

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
ALTA	2	20,00%
MEDIA	3	30,00%
BAJA	5	50,00%
Total	10	100,00%

Tabla N° 41

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Clientes externos

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
ALTA	1	4,17%
MEDIA	9	37,50%
BAJA	14	58,33%
Total	24	100,00%

Tabla N° 42

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

2. ¿Qué grado de satisfacción considera usted que expresarían los clientes con respecto a los productos recibidos por parte de la empresa?

Personal Administrativo

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
ALTA	3	30,00%
MEDIA	7	70,00%
BAJA	0	0,00%
Total	10	100,00%

Tabla N° 43

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Cientes externos

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
ALTA	2	8,34%
MEDIA	11	45.83%
BAJA	11	45.83%
Total	24	100,00%

Tabla N° 44

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

El resumen de las preguntas anteriores se presenta en el siguiente cuadro:

Frecuencias observadas

Variable dependiente	Variable independiente			
	PREGUNTAS	ALTA	MEDIA	BAJA
ALTA	2	1	2	5
MEDIA	0	10	8	18
BAJA	1	1	9	11
TOTAL	3	12	19	34

Tabla N° 45

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Frecuencias esperadas

Variable dependiente	Variable independiente			
	PREGUNTAS	ALTA	MEDIA	BAJA
ALTA	0,441176471	1,764705882	2,794117647	5
MEDIA	1,588235294	6,352941176	10,05882353	18
BAJA	0,970588235	3,882352941	6,147058824	11
TOTAL	3	12	19	34

Tabla N° 46

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Cálculo Chi Cuadrado

O	E	(O-E)	(O-E) ²	(O-E) ² /E
2	0,44	1,56	2,43	5,51
0	1,59	(1,59)	2,52	1,59
1	0,97	0,03	0,00	0,00
1	1,76	(0,76)	0,58	0,33
10	6,35	3,65	13,30	2,09
1	3,88	(2,88)	8,31	2,14
2	2,79	(0,79)	0,63	0,23
8	10,06	(2,06)	4,24	0,42
9	6,15	2,85	8,14	1,32
			X²	11,66

Tabla N° 47

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Grados de Libertad

$$gl = (f-1)(c-1)$$

$$gl = (3-1)(3-1)$$

$$gl = 4$$

Margen de Error

$$ME = 0.05$$

Tabla para la aplicación de Chi

Chi Tabla = 9.48

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	11

Gráfico N° 43

4. Regla de Decisión

Para comprobación de la hipótesis se tomó en cuenta así:

$X^2_t \geq X^2_c =$ se acepta la hipótesis nula

$X^2_t \leq X^2_c =$ se acepta la hipótesis alterna

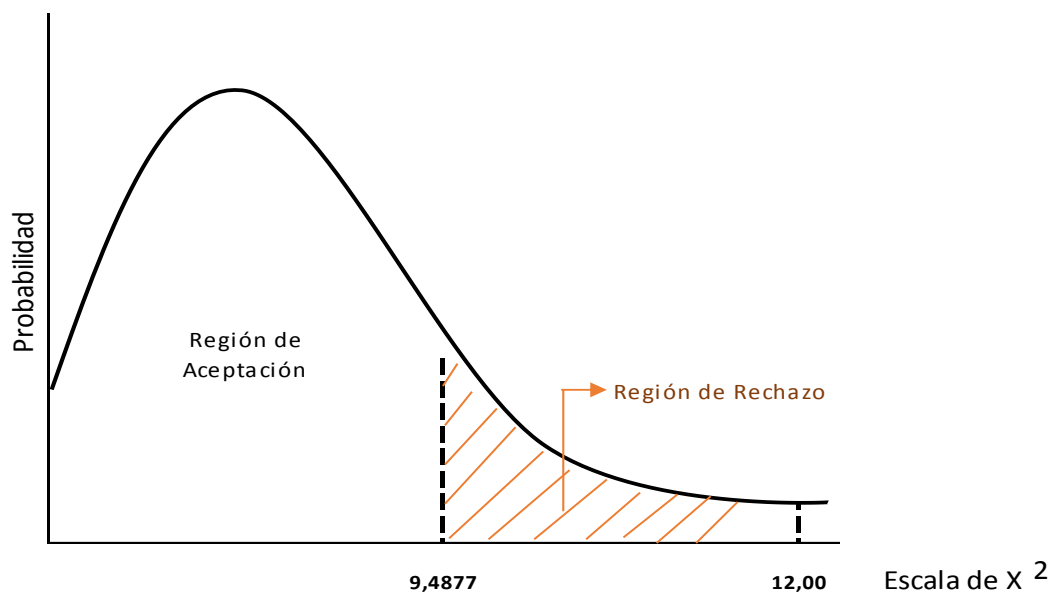


Gráfico N° 44
Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Conclusión de la hipótesis

Realizada la comprobación a través del método estadístico del Chi cuadrado donde el valor resultante es $X^2_c = 11.66$ que es mayor para $X^2_t=9.4877$; se aplicó la regla de decisión para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa.

La planificación presupuestaria incide en el grado de satisfacción de los clientes de la empresa Serempla S. A.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

1. Se ha comprobó que la planificación presupuestaria incide en el grado de satisfacción del cliente, de acuerdo a la información recolectada a través de las encuestas a los clientes de la empresa Seremplá S.A.
2. La empresa Seremplá S.A. tiene un deficiente control en cuanto a sus inventarios, lo cual podría afectar la productividad y con ello la entrega oportuna de la mercadería a los clientes provocando insatisfacción. La planificación adecuada tanto para la producción como para el área administrativa, procura un control interno apropiado para el inventario evitando la ruptura del stock, así las ventas se incrementan, así mismo se utilizarían de manera eficiente los recursos disponibles.
3. Los clientes son parte fundamental para la empresa por lo cual es necesario mantener cubiertos sus requerimientos, entregando un producto de calidad, que cumpla con las especificaciones solicitadas en un lapso de tiempo óptimo. De esta manera se puede conseguir su fidelidad, al tiempo de establecer estrategias para incrementar los posibles consumidores. El pronóstico de ventas es la parte fundamental para realizar una adecuada programación de la producción, y así cumplir con los pedidos a tiempo de los clientes, la satisfacción al cliente es un punto que se debe mejorar a través de políticas, enfocadas en el buen servicio, con un producto de calidad. Según la encuesta aplicada en la empresa a los clientes internos el 70% considera que es media; mientras que los clientes externos considera que el 87.5% media por lo que esta debe mejorarse ya que los clientes son pocos.

4. Por último la empresa no cuenta con un plan estratégico, manual de políticas ni un presupuesto, por lo tanto no se cumplan las metas, objetivos trazados, ni el alto grado de satisfacción del cliente en SEREMPLA S. A., el desarrollo del mismo ayudará en forma significativa a incrementar y mejorar la gestión contable administrativa.

5.2. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda la elaboración y práctica el modelo de planificación presupuestaria que ayude a la empresa a cumplir con sus objetivos y metas, mejorando la gestión de la administración financiera y organizativa garantizando el alto grado de satisfacción del cliente, permitiendo el crecimiento de la misma.
2. Estructurar políticas de acuerdo a las necesidades de la empresa, con el fin de controla de manera adecuada el stock de los inventarios, así poner en práctica una planificación de la producción que satisfaga las necesidades de nuestros clientes en cuanto al tiempo de entrega de los productos.
3. Establecer las necesidades de los clientes, a fin de implementar políticas que generen productos que cumplan con los estándares de calidad, consiguiendo su fidelidad, además plantear estrategias para atraer nuevos compradores; se debe planear las entregas de pedidos de manera que el cliente se encuentre satisfecho con los pedidos realizados. Pronosticar adecuadamente los productos a entregar a los clientes, con el fin mantener un stock adecuado de producto.
4. Realizar una planificación de producción estableciendo los recursos disponibles para cumplir con el tiempo de entrega de los productos a los clientes de manera eficiente y oportuna. Además establecer los costos de producción, analizando cuales podrían ser reducidos para incrementar la rentabilidad de la empresa.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1. DATOS INFORMATIVOS

TÍTULO: Modelo de Planificación operativa para la empresa SEREMPLA S.A.

INSTITUCIÓN EJECUTORA: SEREMPLA S.A.

BENEFICIARIOS:

- Accionistas
- Empleados
- Clientes

UBICACIÓN: Av. Indoamérica y Pasaje Las Minas en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.

TIEMPO:

Fecha Inicial: 01 de enero de 2014

Fecha Final: 31 de diciembre de 2014

EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE:

- Gerente: Ing. Xavier Ramos
- Asistente de Gerencia: Ing. Carlos Villamil
- Investigador: Srta. Mónica Jiménez

6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

De acuerdo a las conclusiones y recomendaciones obtenidas en la presente investigación: la empresa tiene una deficiente planificación y control de sus inventarios lo cual podría afectar la productividad; la satisfacción al cliente debe mejorar a través de políticas, enfocadas en el buen servicio y en un producto de calidad; por último la misma no cuenta con un plan operativo, manual de políticas, ni presupuesto lo que conlleva a un bajo grado de satisfacción del cliente de Serempla S.A., comprobando de esta forma la necesidad de implementar una planificación operativa conjuntamente con un presupuesto que ayude a mejorar la satisfacción del cliente a través de una entrega oportuna de productos de calidad y a bajo costo.

Serempla S.A. no posee ningún tipo de estudio en esta área debido a que no se han realizado investigaciones anteriormente en esta empresa. De esta forma el actual trabajo es la base para la realización de la presente propuesta.

6.3. JUSTIFICACIÓN

A partir de la investigación realizada se propone un modelo que ayudará a la solución directa del problema: la ruptura del stock es uno de los lineamientos para ejecutar una planificación operativa, el mismo que servirá de guía e instrumento para consulta unificando los procesos de la empresa, y emitiendo una razonable línea de partida para las próximas planificaciones así como presupuesto.

Serempla es una empresa en crecimiento por lo tanto es primordial establecer estrategias que vayan de la mano con los objetivos institucionales, de manera que se precisa una planificación operativa donde se establecerá un proceso ordenado y sistemático, que permita organizar los recursos y planes de acuerdo con las metas planteadas por la alta gerencia.

Se debe tener muy claros los lineamientos estratégicos que marcan la actividad económica, la oportuna identificación de las necesidades presume uno de los aspectos más significativos y trascendentales en la planificación estratégica de la empresa, incorporando acciones que se llevarán a cabo para lograr los objetivos tanto a largo como a corto plazo, el análisis y la selección de las estrategia implican sobre todo, tomar decisiones relativas con base en información obtenida, y de esta manera conducir a la empresa al futuro que desea llegar.

La presente propuesta planteada es un gran aporte para la organización, por lo que se cuenta con la toda la ayuda, el apoyo del Gerente y del personal que labora en la misma, se dispone además de completa información sobre los movimientos y transacciones que realiza, y a la vez dicho modelo es de gran importancia para las personas que laboran dentro de la empresa; pues se considera que la propuesta presentada en la presente investigación ayudará a mejorar a la empresa en su crecimiento no solo en el ámbito de la rentabilidad, sino también a incrementar el grado de satisfacción de los clientes, fomentando su fidelidad e incrementando el número de los mismos.

El modelo a presentar se constituirá en una guía de trabajo que se aplicará de una manera ordenada y consistente, lo cual permitirá a la organización desarrollarse optimizando sus recursos de una manera práctica, eficaz y eficiente.

6.4. OBJETIVOS

6.4.1 Objetivo General

Resolver el problema de la ruptura del stock a través del diseño de un modelo de planificación presupuestaria permitiendo mejorar la satisfacción de los clientes de la empresa.

6.4.1 Objetivos Específicos

- Valorar la situación financiera como la planificación existente de la empresa determinando el modelo que más se ajuste a las necesidades de la organización.
- Diseñar un Modelo de planificación operativa con la información recolectada para satisfacer a los clientes.
- Socializar el Modelo de planificación estratégica y presupuestaria para la aplicación por el personal de la empresa, utilizando métodos claros y comprensibles.

6.5. ANÁLISIS.- DE FACTIBILIDAD

6.5.1. Ámbito Organizacional

En el ámbito organizacional la presente propuesta es posible, ya que los colaboradores tanto personal administrativo como el operativo tienen la predisposición del caso para llevarla a cabo.

6.5.2. Ámbito Económico

En ámbito económico es viable la propuesta debido a que la organización cuenta con los recursos necesarios para la aplicación de la presente herramienta.

6.5.3. Ámbito Tecnológico

En campo tecnológico la propuesta es factible ya que la organización cuenta con los recursos tecnológicos precisos.

6.5.4. Ámbito Legal

En el ámbito legal el presente trabajo es factible debido a que no existen normas que lo impidan.

6.5.5. Ámbito Ambiental

En campo ambiental el presente trabajo no afecta el medio ambiente debido a que no se realizará ensayos ni pruebas que afecten los recursos naturales.

6.6. FUNDAMENTACIÓN

Con el fin de robustecer el conocimiento respecto a la propuesta planteada a continuación se presentan y analizan los conceptos fundamentales de la misma:

Planificación estratégica

La planeación estratégica, forma parte del proceso administrativo que se enfoca en determinar las metas organizacionales, estableciendo estrategias para cumplir con los objetivos de la empresa, a través de la declaración de misión, visión, políticas, así como implementar la estrategia, el análisis de la ejecución con el fin de establecer los correctivos necesarios a fin de llegar al objetivo propuesto dando lugar a la anticipación de la toma de decisiones.

Planificación operativa

Se considera un plan que generalmente va hasta un año en el horizonte de tiempo, implica orientar las actividades rutinarias a la consecución de los objetivos y políticas, a través del compromiso de todas las áreas de la empresa de una manera técnica, enfocándose primordialmente en el producto y servicios prestados. Además esta planificación maneja indicadores financieros para el control de su avance.

Interpretado a Burack, (1990) “Es de corto alcance ayuda a establecer parámetros sobre dotación del personal y áreas insuficientes o excedentes en recursos humanos, los análisis de planificación operativa servían para la definición de requisitos para sus sistemas de trabajo”.

Lozano Rojo, (2002) “La planificación operativa de un recurso operativo en concreto, estamos ante una programación. Todo recurso operativo, además de una cierta capacitación de prestar servicios, tiene una disponibilidad limitada y, además no puede hacer dos cosas simultáneamente, por lo que habrá de secuenciar su actividad”

Planificación presupuestaria

Se fundamenta en un plan previsorio, coordinador e integrador, que se ve reflejado en un conjunto de documentos expresados en términos monetarios, en relación a las operaciones y recursos con que cuenta la empresa, con el fin de cumplir los objetivos institucionales planteados, en un tiempo determinado.

Análisis.- FODA (Fortalezas Oportunidades Debilidades y Amenazas)

Constituye una herramienta o técnica gerencial válida para todo tipo de organizaciones así como públicas o privadas, esta técnica facilita la evaluación situacional de la empresa y determina los factores que influyen en el funcionamiento de la empresa. Tanto los factores internos como exterior hacia la institución.

Según Ponce Talancon, (2006) “El análisis FODA consistente en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de la organización, así como su evaluación externa; es decir. Las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada”.

Según (Ramírez Rojas)

Metodología

Procedimiento para elaborar un análisis FODA

1. Identificación criterios de análisis
2. Determinación de condiciones reales de actuación en relación a las variables internas y externas del análisis.
3. Asignación de una ponderación para cada una de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, listadas (matriz).
4. Cálculo de los resultados
5. Determinación del balance estratégico.
6. Graficación y análisis de los resultados
7. Obtener conclusiones.

Gestión de Tesorería: según Olsina i Pau, (2012) “se define como el conjunto de técnicas y procedimientos destinados a gestionar ópticamente los fondos monetarios de la empresa.

Presupuestos de tesorería, también considerado como flujo de caja en esta tipo presupuesto se considera tanto las entradas como salidas del efectivo a fin de estructurar la situación financiera de la empresa dentro de un año calendario, dentro del mismo se establece las necesidades de efectivo, como también el destino de los excedentes, con el fin conocer las mininos de efectivo que debe tener la empresa para cumplir con todas sus obligaciones.

Saldo mínimo de efectivo

La gestión correcta del efectivo dentro de la empresa Serempla S.A. determinará los valores mínimos que debe tener para no caer en préstamos, o sobregiros que acarreen costos innecesarios, además se debe estar pendiente de no mantener un valor elevado de efectivo ya que de igual forma este podría invertirse y generar mayores beneficios que estar amortizado.

Interpretando a Diaz Cruz, Parra Hernandez, & Lopez Castaneda, (2012):

- Se deben hallar los ciclos de inventario $360/(\text{rotación de}$

inventarios)

- Se encuentran los ciclos de clientes $360/(\text{rotación de clientes})$
- Se hallan los ciclos de proveedores $360/(\text{rotación de proveedores})$

Luego se encuentra el ciclo de rotación del efectivo; de acuerdo al número de días de cobro menos el número de días de pago a proveedores.

También se puede hallar del ciclo de inventario (+) el ciclo de cuentas por pagar y (-) el ciclo de proveedores.

Por último se divide el total de desembolsos operacionales para rotación del efectivo.

Tipos de Presupuestos

El presupuesto maestro: es un análisis exhaustivo del primer año del plan a largo plazo; resume las actividades planeadas de todas las subunidades de una organización, califica los objetivos de ventas, las actividades causantes de costos, las compras, la producción, el ingreso neta, la posición de efectivo y cualquier otro objetivo examen del primer año del plan a largo plazo, interpretando Horngren T., Sundem L., & Stratton O., (2006)

Componentes del presupuesto maestro

Según **Horngren** tenemos:

Presupuesto operativo

- Presupuesto de ventas (y otros presupuestos causantes de costos, según sea necesario)
- Presupuesto de compras
- Presupuesto de costo de ventas
- Presupuesto de gastos operativos.
- Estados de resultados presupuestarios

Presupuesto Financiero

- Presupuesto de capital
- Presupuesto de efectivo
- Balance General presupuestario

Como es el caso de la empresa Serempla S. A se agregará el presupuesto de producción, por ser una empresa de tipo industrial.

El presupuesto flexible: según Maqueda Lafuente, (1992) “van dando, paulatinamente, entrada a las modificaciones necesarias a medida en que van siendo conocida las desviaciones”

El Pronósticos de ventas: según Lawrence J., (2003) es “la predicción de las ventas de la empresa en un periodo de tiempo dado, con base a los datos externos así como también internos, los mismos que se utilizan como entrada clave para el proceso de planificación financiera”

Según Mendoza Roca, (2004) existen las siguientes técnicas para pronosticar las ventas en una empresa.

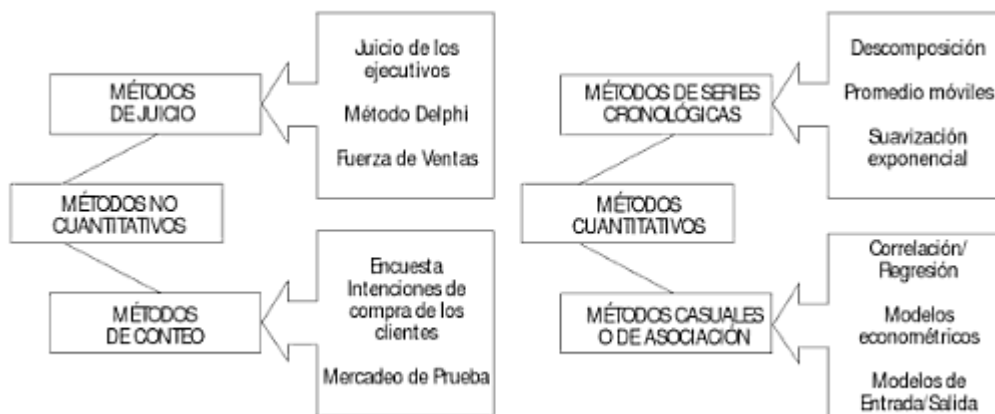


Gráfico N° 45

Elaborado por: Calixto Mendoza

Se revisaron los distintos tipos de pronósticos de ventas, sin embargo la empresa Serempla S.A. debido a su forma de trabajo y sus procesos

propios, la planificación de las ventas se llevara según la programación de producción de sus clientes principales.

Presupuesto de producción

Interpretando Diaz Cruz, Parra Hernandez, & Lopez Castaneda, (2012) es una herramienta fundamental, se debe utilizar para dirigir las operaciones, se establecen las unidades por producir, materia prima requerida en la producción, las compras de materia prima , mano de obra, así como los costos indirectos de fabricación.

Según Burbano Ruiz, (2011) para el presupuesto de producción “se deben considerar tres factures: las unidades existentes al comienzo del periodo, el estimativo de ventas y la política sobre el inventario final de productos terminados”

En la empresa Serempla S.A. considerado el tipo de inventario que maneja de igual forma el proceso de producción: se determinaran los costos en que incurre para determinar el presupuesto de producción donde se incluyan los tres elementos al costo.

Pasos para realizar un presupuesto producción

Necesariamente de debe analizar la capacidad de producción y el cumplimiento de metas que tiene programada la empresa con el fin de satisfacer; la demanda de los clientes. De esta forma se podrá planear, coordinar y controlar todo a través de políticas para el control de niveles óptimos de inventarios, almacenamiento además del establecimiento de la capacidad instalada.

Los componentes del presupuesto de producción son:

- Unidades a producir
- Presupuesto de materia prima
- Presupuesto de mano de obra

- Presupuesto de costos indirectos de fabricación
- Costo unitario de producción
- Inventario final de productos terminados
- Estado proforma de costos de producción y ventas

Costo materia prima

Sinisterra V & Polanco L, (2007) “El costo de materia prima hace referencia a todos los materiales que integran físicamente el producto terminado o que se pueden asociar fácilmente con el”

Inventarios

Dado que Serempla S.A. es una empresa fundamentalmente creada con el fin de ayudar al medio ambiente a través de sus actividades de reciclamiento. Según Gómez Atencio & Salas Jiménez, (2004) “a diferencia de cualquier otro proceso productivo, el manejo de los desechos requiere un procedimiento no convencional para el Control de Inventarios, ya que los desechos que se reciben originalmente son procesados en las líneas de producción regulares se cuenta con materias primas que pasan por una transformación del cual finalmente se obtiene un producto terminando”

Siendo los inventarios pilar fundamental tanto como en ventas como en el crecimiento de la empresa, por lo cual se dará especial cuidado a los mismos. Además dada la naturaleza de la materia prima que requiere Serempla S.A. de difícil acceso, necesita socios estratégicos, además de la fidelización de sus proveedores determinando el cumplimiento del canal de distribución.

El método de valoración de inventarios

La empresa será el costo promedio ponderado, es el tipo de valoración permite un costo mayoritariamente balanceado debido a que con cada compra y venta se va ajustando a la cantidad de inventario que existe

valorándolo en forma promedia.

Así, según Horngren, Sundem, & Stratton, (2006) “método de costeo del inventario basado en el costo promedio ponderado del inventario durante el periodo. Dicho costo se calcula dividiendo el costo del artículo en existencias para venta ente el número de unidades en existencia”

Ruptura del Stock Viciania Pérez, (2014) “se entiende como ruptura de stock “a la situación donde no dispone de existencias para poder servir los pedidos de los clientes, en las condiciones que ellos especifican (plazo de tiempo y precio)”

Debido a la ruptura de stock, las organizaciones pueden experimentar diferentes costos algunos difíciles de calcular.

Stock de seguridad de acuerdo a Parra Guerrero, (2005) “también llamado stock de protección, de reserva, de acopio, este es utilizado por la empresa para hacer frente a las fluctuaciones en exceso de la demanda, además de los retrasos imprevistos en la recepción de pedidos de los clientes”.

Control de Inventarios

Control de inventarios con incertidumbre según Emery, Finnerty, & Stowe, (2000) “se conoce con certeza la demanda futura, manteniendo un valor de existencias de seguridad evitando la incertidumbre de tiempo de entrega”.

Costo anual = Costo de resurtido+ Costo de mantenimiento+ Costos de existencias agotadas

Interpretando a Bonini, Hausman, & Bierman, (2001)

“Existen dos decisiones a tomarse en cuenta cuando hacer un pedido y el tamaño del pedido, se supone que se conocen el tiempo de producción

necesario para el reabastecimiento y el índice de la demanda. Debe tomar“

Inventario de seguridad y nivel de servicio

Interpretando a Sippner & Bulfin, (2005) El inventario de seguridad o amortiguador sirve como respaldo para evitar que pare la producción, y de esta manera se cumpla con los niveles de satisfacción del cliente.

El inventario debe estar en función del servicio al cliente. Con la entrega oportuna del producto final, el inventario de seguridad cumple con el objetivo de asegurarse de cumplir con los pedidos del cliente.

La prueba del servicio es posible satisfacer una fracción específica de la demanda a un costo mínimo, se debe estimar el costo de un faltante además evaluar el nivel de seguridad deseado.

Según Lozano Rojo, (2002) “el nivel de servicio, como elemento de medida de la calidad, es un indicador muy efectivo para poder establecer un servicio a dar, o para poder medir la calidad del servicio prestado”.

“Determinar los límites máximos y mínimos que establecen el intervalo de aceptación que aplica el cliente sobre estos criterios. Se entiende que los valores que no están dentro de este intervalo son valores inaceptables”.

La demanda y el tiempo de entrega sigue siendo una incertidumbre, se verá que la tasa infinita de reabastecimiento, la emisión de la orden

Los niveles de stocks deben alcanzarse según un nivel de servicio determinado para entonces determinar el nivel de seguridad necesario y si dicho monto superara lo deseado, el stock de seguridad, además de permitir satisfacer la demanda para un periodo de tiempo, teniendo en cuenta que la variabilidad en la demanda.

La capacidad y el ciclo de vida de los inventarios permitirán maximizar el

índice de atención, con un abastecimiento oportuno a según la actividad productiva que se genere durante un periodo de tiempo este año, es una tarea compleja que deberá iniciarse identificando los niveles actuales de inventario así como también la rotación, disponibilidad del mismo.

Debemos asegurar los niveles oportunos de inventario frente a los pedidos de clientes importantes para fortalecer la fidelidad de los mismos con cadenas de abastecimiento que anticipe y disminuya la posibilidad de una ruptura del stock, respaldada por la capacidad de adaptación de los proveedores y los clientes, aquellos que deberán sincerar sus niveles de inventario, así como una tarea conjunta entre todos los que conforman dicha cadena para un manejo eficiente del abastecimiento de la cadena de suministros.

Stock de suministros de Industriales: es necesario conservar el lugar de trabajo como también mantener las instalaciones y equipos en óptimas condiciones por lo cual el objeto de existencia de este tipo de inventario la existencia del mismo debe ser suficiente para evitar el costo por abastecimiento pedido, entre otros.

Mano de Obra Directa

La mano de obra directa está claramente relacionada con el personal que involucrado directamente en la fabricación del producto terminado. Es uno de los rubros más importantes dentro del costo del artículo.

Según Diaz Cruz, Parra Hernandez, & Lopez Castaneda, (2012) “la mano de obra se divide en directa e indirecta. La primer es aquella que participa directamente en la elaboración del producto y se conforma principalmente por la labor de los operarios”

Es necesario un control del presupuesto de mano de obra así:

- Establecer número de obreros y tiempo de producción.
- Calcular costo de mano de obra

- Prever los fondos para pago salarios.
- Indicadores de productividad.

Costos Indirectos de Fabricación

Los costos indirectos de fabricación forman todos los costos adicionales en los que incurre la empresa con el fin de elaborar los productos terminados entre ellos tenemos los suministros, materiales, mano de obra indirecta, materia prima indirecta, entre otros.

Estos se pueden dividir entre costos fijos y variables así:

Costos fijos Cuevas V., (2001) “se agregan a los productos y servicios por medio de una tasa predeterminada” Considerando cuales son los márgenes de contribución”

Costos variables Vazquez, (2014) “aquellos rubros cuyos insumos mensuales guardan una vinculación directamente proporcional con el nivel real de actividad. En otras palabras, son los que se erogan al producir y comercializar una unidad de producto”.

Determinación de los costos indirectos de fabricación

Los costos indirectos de fabricación incluyen todos los costos de manufactura que no son corresponden a materia prima directa ni mano de obra directa, los mismos que son difícilmente de cuantificar en forma individual.

Debido a la dificultad al establecer los costos indirectos por unidad se establecen métodos para estimar en base a datos históricos a través a partir de tasas predeterminadas. Se debe considerar que los mismos cambian de periodo a periodo la estimación será razonable para que sea lo más real posible.

Fórmula para la tasa predeterminada

$$\text{Tasa predeterminada de CI} = \frac{\text{Total de CI estimados}}{\text{Base de aplicación}}$$

Como base para la aplicación se pueden utilizar:

- Unidades Producidas
- Horas maquina
- Horas mano de obra directa
- Horas mano de obra indirecta
- Número de empleados
- Entre otros

En nuestro caso al tener un solo producto producido no será necesario asignar los costos a varios productos.

Al final del periodo es necesario ajustar los costos aplicados contra los costos reales a fin de obtener la diferencia entre lo estimado y lo ejecutado este tipo de análisis contribuye a mejorar los futuros cálculos de la tase predeterminada o tasa estimada.

Costos por órdenes de producción

La producción se basa en una hoja de costos, donde se acumulan el total de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación invertidos para esa producción.

Determinación de los precios de venta

Una parte importante de los presupuestos, es la determinación del precio de venta al público debido a que estos ayudaran a aumentar el grado de satisfacción al cliente, por lo que se debe tener un especial cuidado al determinarlos.

Margen de contribución

Según Fullana Belda & Paredes Ortega, (2008) "Contribución de un

producto es la aportación económica de un producto o servicio a la cobertura de los costes fijos totales del periodo y a la obtención de beneficio neto para la empresa”

Fórmula

$$\text{Contribucion } (MB_p) = VN_p - CV_p$$

Como indica Fullana Belda & Paredes Ortega, (2008) “Contribución unitaria es la aportación económica de una unidad de producto a la cobertura de los costes fijos y a obtención de beneficio”

Punto de Equilibrio

Según Horngren, Sundem, & Stratton, (2006) “es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al total de costos: es decir la utilidad operativa es cero.”

Así Horngren, Sundem, & Stratton, (2006) “el punto de equilibrio mensual expresado Este análisis es importante para evitar pérdidas operativas”.

Calendario de Producción

El calendario de producción indicará mensualmente la cantidad que se debe producir, a partir de las ventas estimadas, el inventario final que debe tener la empresa al final del mes, el total de unidades requeridas para la producción.

El calendario de fechas que indica según internet, (2014) “cuando tienen que estar disponibles los productos finales. Para ello es necesario discretizar el horizonte de tiempo que se presenta ante la empresa en intervalos de duración reducida que se tratan como unidades de tiempo. Habitualmente se ha propuesto el empleo de la semana laboral como unidad de tiempo natural para el plan maestro”

Presupuesto financiero

Según Estupiñan & Estupiñan, (2006) “Incluye el presupuesto de inversión, de financiación y de ingresos, costos y gastos de un periodo, coordinándose todas las proyecciones conjuntamente para que salga de ella el cash flow mensual, para ir efectuándose la comparación con las ejecuciones y así analizar sus variaciones, determinando responsabilidades y proponiendo los cambios necesarios y en general si son posibles, para adoptar alternativas de inversión y de financiación”.

Planificación de Flujo de caja

Según Welsch, Hilton, Gordon, & Rivera Noverola, (2005) “presenta las fuentes y los usos planificados para el efectivo durante el año presupuestado”

Como indica Van Horne & Wachowicz, (2002) “se calcula mediante una proyección de efectivo de una empresa a lo largo de diferentes periodos. Revela el momento y la cuantía de las entradas y salidas esperadas de efectivo en el periodo estudiado”.

La empresa Serempla S.A. utilizará el flujo de caja de manera que pueda determinar los tiempos en los que debe realizar pagos y cobros gestionando de mejor manera el uso del efectivo para afrontar de manera oportuna sus obligaciones a corto plazo.

Estado de flujo de caja

Según Van Horne & Wachowicz, (2002) “es el resumen de los cambios de una empresa en cuanto a su posición financiera entre un periodo y otro; también se le conoce como estado de fuentes y usos de fondos, o estado de cambios de situación financiera”

Balances Proforma

Los estados financieros con las cuentas contables, y valores son según lo presupuestado

Según Welsch, Hilton, Gordon, & Rivera Noverola, (2005) “requiere el uso de del presupuesto de caja, del presupuesto de desembolsos de capital y de otros presupuestos para llegar a los saldos estimados”

Van Horne & Wachowicz, (2002) “la elaboración de balances generales y estados financieros proforma permite a los directores financieros analizar los efectos de diferentes decisiones de políticas en la situación y desempeño financiero de las empresa”.

Emery, Finnerty, & Stowe, (2000) “son estados financieros que muestran los resultados operativos pronosticados (o proyectados) o el impacto de planes específicos”.

**MODELO DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA PARA LA EMPRESA
SEREMPLA S.A.**



6.7. METODOLOGÍA. MODELO OPERATIVO

El presente trabajo investigativo es un plan operativo, enfocado a la planificación presupuestaria que se puede expresar de forma cuantitativa sobre los objetivos de la empresa así como determinar sus principales políticas internas y sus operaciones en cada una de sus áreas.

A través del presente modelo se pretende contribuir con el mejoramiento de la organización tanto administrativa como financiera, pues contará con una herramienta que facilitará el cumplimiento de las políticas y procedimientos así como con los objetivos planteados, por la alta administración.

La presente propuesta, se divide en tres fases que estarán claramente expuestas y direccionadas para su posterior aplicación, si así es considerado por parte de la administración de la empresa, además se muestra el desarrollo de cada etapa y la segregación de las mismas.

Matriz metodológica

Nº	FASES	ETAPAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO
1	Evaluación de la situación actual de la empresa	<p>Descripción de la estructura organizacional y funcional de la empresa</p> <p>Análisis financiero de la empresa</p> <p>Análisis de las características empresariales</p>	<p>Presentación de la estructura Información General de la empresa Funciones del personal</p> <p>Análisis Vertical Balance de Situación 2013 Análisis Vertical Estado de Resultados 2013 Análisis de los principales índices o razones financieras 2013</p> <p>Análisis Foda</p>	Investigador	2 Semanas
2	Diseño de un Modelo de Planificación operativa	<p>Declaración de los objetivos de la empresa</p> <p>Diseño del plan operacional de la empresa</p>	<p>Objetivo Misión Visión Valores Institucionales Cedulas presupuestarias Presupuesto de operación Presupuesto de ventas Presupuesto de producción Mano de obra directa. Presupuesto de Costos Indirectos de fabricación Determinación de Costos fijos Determinación de Costos variables Estado de costos de producción Punto de equilibrio Costo de ventas de productos no fabricados Presupuesto de gastos administrativos Presupuesto de Gastos de Ventas Presupuesto financiero Presupuesto de Impuestos Presupuesto de Inversión Flujo de Caja proyectado Balances proforma</p>	Investigador	2 Semanas
3	Desarrollo del modelo de planificación operativa para Serempla S. A.	<p>Desarrollo de plan presupuestario para el año 2014 de la empresa Serempla S. A.</p>	<p>Cedulas presupuestarias Presupuesto de operación Presupuesto de ventas Presupuesto de producción Mano de obra directa. Presupuesto de Costos Indirectos de fabricación Determinación de Costos fijos Determinación de Costos variables Estado de costos de producción Punto de equilibrio Costo de ventas de productos no fabricados Presupuesto de gastos administrativos Presupuesto de Gastos de Ventas Presupuesto financiero Presupuesto de Impuestos Presupuesto de Inversión Flujo de Caja proyectado Balances proforma</p>	Investigador	2 semanas

Tabla N° 48

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

FASE I

Evaluación de la situación de la empresa

1.1. Antecedentes

Serempla S. A. es una empresa constituida en el año 2008, con la actividad principal de venta al por mayor y menor de Reciclamiento además como actividades secundarias ventas de vehículos automotores, accesorios, partes y piezas de vehículos, computadoras, incluso partes y piezas y materiales de reciclamiento. Sin embargo en la actualidad la empresa se dedica a la producción de material reciclado de PVC, además de la comercialización de materiales de residuos.

Serempla cuenta con sus oficinas administrativas ubicadas en la ciudad de Ambato en la Av. Indoamérica y Pasaje las Mina, la fábrica se encuentra en la Av. Bolivariana y Seymour.

La empresa está constituida como Sociedad Anónima, de manera que debe presentar información a los entes de control tales como Servicio de Rentas Internas, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Ministerio de Relaciones Laborales, Superintendencia de Compañías: entre otras.

La empresa cuenta varios objetivos por cumplir de este modo la administración debe coordinar, organizar, controlar con el fin gestionar de manera oportuna los recursos necesarios, en un tiempo determinado.

Debido a la situación de la empresa y dada su naturaleza se realizará un estudio preliminar a través del análisis FODA, para determinar las estrategias a seguir además determinar las políticas que se llevarán a cabo con el fin de tener los supuestos necesarios según los cuales se aplicaran los presupuestos

.

.

1.2. Estructura Organizacional

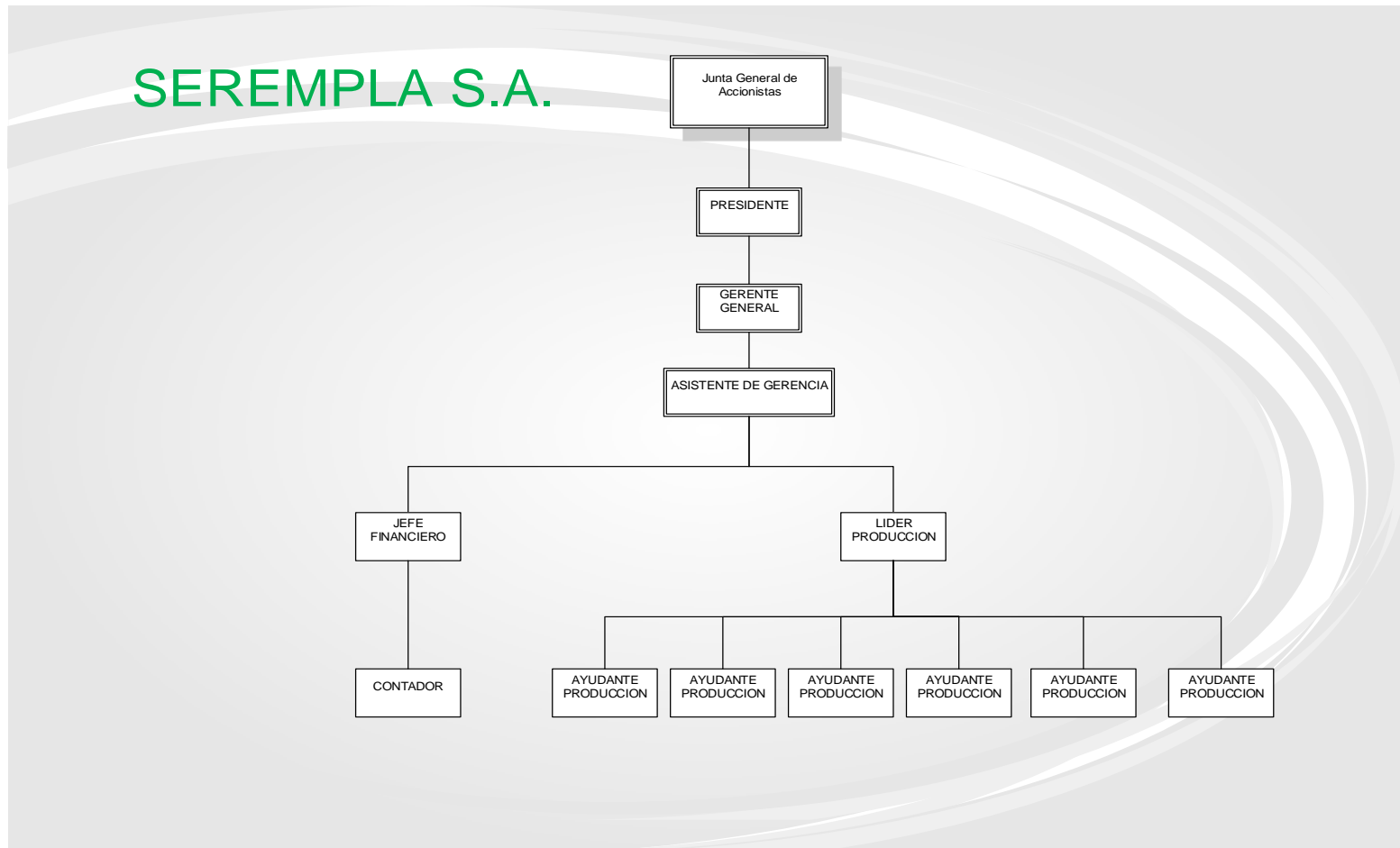


Gráfico N° 46

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

1.3. Funciones del personal de la empresa

Junta General de Accionistas

Es el máximo organismo de control y fiscalización en la empresa Anónima es el rector de las decisiones claves de la empresa, se reúne generalmente una vez al año con el fin de revisar y aprobar informes contables, y tomar las decisiones más importantes. La junta general, compuesta por los accionistas legalmente convocados y reunidos, es el máximo organismo de gobierno y dirección de la compañía.

Funciones:

- a) Designar Presidente y al Gerente general
- b) Designar un Comisario principal con su respectivo suplente
- c) Decidir sobre la contratación de Auditor externo, cuando de conformidad con la ley se requiera.
- d) Conocer y pronunciarse sobre el balance, la cuenta de pérdidas y ganancias, los informes que presentan los Administradores, el Comisario Revisor. Adoptando resoluciones sobre dichos informes.
- e) Resolver acerca de la distribución de Utilidades
- f) Fijar la retribución a los administradores, comisarios y auditor externo
- g) Acordar aumento disminución de capital, fusión, transformación, escisión, cambio de denominación o de domicilio
- h) Resolver sobre emisión de acciones
- i) Resolver sobre la constitución y el destino de las reservas especiales
- j) Autorizar al Gerente General para que otorgue los poderes generales
- k) Autorizar la celebración y/o ejecución de actos o contratos que obliguen a la compañía, cuando la cuantía, en cada caso particular, sea superior al cincuenta por ciento del valor del patrimonio

- l) Autorizar la enajenación, venta, hipoteca, y cualquier desgravamen sobre os bienes inmuebles de propiedad de la compañía
- m) En caso de liquidación designar

Presidente

Es la persona nombrada por la Junta General de Accionistas, quien será el responsable de las siguientes funciones

Funciones

- a) Convocar y presidir las sesiones de La Junta General de Accionistas
- b) Autorizar con su firma y la del Gerente General, los certificados provisionales y los títulos de acciones, así como las actas de Juntas Generales
- c) Cumplir y velar porque se cumplan las obligaciones legales, estatutarias, y las decisiones de la Junta General
- d) Firmar conjuntamente con el Gerente General, o en su efecto autorizarlos para que celebre los actos.

Gerente

Es la persona nombrada por la Junta General de Accionistas, quien es responsable de las decisiones operacionales de la empresa, así como:

- a) Convocar y presidir las sesiones de Junta General de Accionistas.
- b) Organizar la puesta en marcha de la empresa y dirigir la misma dentro de los planes administrativos y legales.
- c) Mantener bajo su responsabilidad todos los bienes de la Compañía o sus archivos.
- d) Suscribir toda clase de contratos con personas naturales, e instituciones públicas o privadas, convenios de interés para la empresa,

en especial contratos laborales y contratar a los trabajadores de la Compañía y dar por terminados dichos contratos cuando fuere el caso.

e) Se encargará del control de la contabilidad de la empresa, presentará anualmente a la Junta General un balance general y de situación de pérdidas y ganancias con sus respectivos anexos.

f) Vigilar el cumplimiento de las normas de ética profesional en todas las actividades de la compañía y coordinar horarios de atención al cliente en los diferentes servicios de la empresa.

g) Cumplir con los demás deberes y atribuciones que le correspondan de acuerdo a la Ley, el contrato social, reglamentos internos y resoluciones de la Junta General que le fueren aplicables.

Asistente de Gerencia

Es la persona encargada de planificar, organizar, dirección y control de las operaciones de la empresa que se encaminaran a la consecución de los objetivos fijado por la alta gerencia.

Funciones

- a. Gestionar todas las actividades de la empresa.
- b. Generar las oportunidades de negocios para fortalecer las operaciones de la empresa.
- c. Representación de la empresa ante los clientes internos y externos.
- d. Cumplir con acciones de comunicación dentro de la organización.

Jefe Financiero

Es la persona encargada de la revisión y previsión, de las operaciones económicas y financieras en la empresa, así como el análisis de todos los datos monetarios que maneja la organización.

Funciones

- a. Realiza análisis de las decisiones financieras de la empresa.
- b. Analiza la cantidad de inversión necesaria para alcanzar las ventas esperadas.
- c. Ayudar a elaborar decisiones concretas que se deban tomar en la empresa.
- d. Analizar las cuentas relevantes e individuales del balance general con el fin de conseguir información ventajosa de la posición financiera de la empresa.
- e. Analizar las cuentas individuales del estado de pérdidas y ganancias: ingresos y costos y gastos.
- f. Analizar los flujos de efectivo ocasionados en la operación de la actividad económica.
- g. Negociar con clientes, créditos y pagos de proveedores.
- h. Autorizar préstamos para empleados.
- i. Elaborar reportes financieros, de ventas y producción para la Gerencia.
- j. Deberá llevar a cabo actividades asignadas por el Gerente.

Contador

Es la persona encargada de los registros contables, de la investigación financiera, así el ingreso de la información

Funciones

- a. Elaborar los Estados Financieros según las fechas solicitadas por la Gerencia con el fin de aprobar y tomar los respectivos correctivos a las diferentes cuentas, de manera oportuna y fiable.
- b. Controlar el adecuado registro de las transacciones contables.
- c. Examinar el valor de los inventarios de mercadería y efectuar ajustes respectivos, de acuerdo a la producción.
- d. Revisar pagos y cobros a proveedores corroborando los cálculos presentados.
- e. Participar en reuniones de Gerencia Financiera, para el análisis de información.
- f. Elaborar declaraciones de impuestos a los entes de control tales como Servicio de Rentas Internas, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Superintendencia de Compañías, entre otros.
- g. Revisar las facturas de compra y de venta para su contabilización, de forma que cumpla con todas la características de legalidad según las normas vigentes.
- h. Revisar y firmar conciliaciones bancarias.
- i. Revisar y comparar gastos mensuales.
- j. Preparar asientos por ajustes varios a la contabilidad, procurado el orden contable.

Entre otras solicitadas por la administración

1.4. Análisis.- FODA

A continuación de realizar el análisis FODA con el fin de realizar un correcto observación de las estrategias y presupuesto, de acuerdo a

Matriz de impacto

Dentro de los factores internos controlables de por la empresa tenemos:

FORTALEZAS	ALTO	MEDIO	BAJO
Conocimiento de los procesos de producción	x		
Calidad del producto		X	
Cumplimiento de normas y estándares de calidad	x		
Disponibilidad de mano de obra calificada	x		
Sistemas de distribución	x		
Capacidad instalada para la producción primaria.			X
Producción a bajo costo.			X

Tabla N° 49

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

DEBILIDADES	ALTO	MEDIO	BAJO
Comunicación con proveedores		X	
Falta de posicionamiento en el Mercado	x		
Falta de publicidad y promoción	x	X	
Innovación tecnológica		X	
Instalaciones	x		
Inexistencia de políticas por escrito	x		

Tabla N° 50

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

OPORTUNIDADES	ALTO	MEDIO	BAJO
Apertura comercial	x		
Ventajas Competitivas	x		
Lealtad del cliente	x		
Expansión del mercado		x	
Apoyo gubernamental al medio ambiente			x
Respuesta inmediata a la demanda del mercado	x		

Tabla N° 51

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

AMENAZAS	ALTO	MEDIO	BAJO
Dificultad de encontrar nuevos proveedores	x		
Competencia desleal		x	
Insatisfacción del cliente		x	
Escases de materia prima	x		
Variación climática	x		
Incremento del precio de materia prima	x		

Tabla N° 52

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

1.5. Matrices de evaluación

MATRIZ DE EVALUACION INTERNA

FACTORES	PESO	CALIFICACION	PONDERADO
FORTALEZAS			
Conocimiento de los procesos de producción	0,20	2	0,40
Cumplimiento de normas y estándares de calidad	0,25	1	0,25
Disponibilidad de mano de obra calificada	0,05	3	0,15
Sistemas de distribución	0,05	3	0,15
DEBILIDADES			
Falta de posicionamiento en el Mercado	0,07	2	0,14
Falta de publicidad y promoción	0,05	3	0,15
Instalaciones	0,20	2	0,40
Inexistencia de políticas por escrito	0,15	1	0,45
TOTAL	1,00		2,09

Tabla N° 53

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Matriz de evaluación externa

MATRIZ DE EVALUACION EXTERNA

FACTORES	PESO	CALIFICACION	PONDERADO
AMENAZAS			
Dificultad de encontrar nuevos proveedores	0,20	2	0,40
Escases de materia prima	0,10	2	0,20
Variación climática	0,10	3	0,30
Incremento del precio de materia prima	0,10	1	0,10
OPORTUNIDADES			
Apertura comercial	0,05	3	0,15
Ventajas Competitivas	0,05	3	0,15
Lealtad del cliente	0,15	2	0,30
Respuesta inmediata a la demanda del mercado	0,25	1	0,25
TOTAL	1		1,85

Tabla N° 54

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

1.6. Análisis.- financiero

El análisis financiero que se realizará, servirá para examinar el comportamiento de la proyección realizada, además de detectar las desviaciones y sus causas servirán también para descubrir cómo mejorar la gestión de la organización.

Se utilizará los estados financieros principales como son el balance general y el estado de pérdidas y ganancias, para lograr un análisis e interpretación de la situación financiera de la entidad, además se consultará los diferentes informes y documentos anexos a los mismos, como una herramienta para que los usuarios externos, principalmente los acreedores puedan tomar decisiones.

La información que se procese debe basarse en criterios similares en el tiempo y su aplicación debe ser común en toda la entidad. En la empresa, la persona encargada de realizar este proceso será el contador, con la participación de las áreas conexas, además el informe debe ser discutido en la junta directiva.

Los principales temas que se deben revisar son: inventarios en exceso; las cuentas por cobrar y cuentas por pagar; inversión en activos fijos; condiciones operativas; volumen de ventas no proporcional; planificación y distribución incorrecta de la utilidad.

Las técnicas y métodos que se utilizarán para facilitar la visión a estos problemas se encuentran:

1. Método comparativo o análisis vertical.
2. Método comparativo, análisis horizontal
3. Método de Razones y proporciones financieras.

Método comparativo

Se compararán los balances de 2 periodos diferentes expresados en los mismos términos para observar los cambios obtenidos en cada grupo del balance así: Activo, Pasivo y Patrimonio de la entidad en términos monetarios. Estos cambios son importantes porque proporcionan una guía a la administración de la empresa sobre lo que sucedió en el transcurso del tiempo.

Cuando se analiza el estado de resultado se examinan cada una de las cuentas según las ventas netas las cuales representarían el 100%, además el balance general con el mismo procedimiento, donde el 100% es el activo y el pasivo más el patrimonio, se analizan las cuentas que los componen con respecto a estos.

Análisis.- financiero de los Estados Financieros del año 2013

A continuación se presenta el análisis de la información según los estados financieros 2013 y 2012. Con los cuales se realizó diferentes tipos de análisis con el fin de conseguir establecer la situación actual de la empresa Serempla, y como beneficiará la presente propuesta al mejoramiento de su actual estatus.

Análisis.- Vertical Balance de Situación 2013

Para mejor comprensión del presente análisis se revisara en grupos así tenemos el Activo:

Activo

Realizando el análisis de las cuentas más representativas, la cuenta BANCOS representa el 11.88% del total de activos que posee la empresa, esta cuenta se ve afectada debido a la cuentas por cobrar – CLIENTES que representa el 18.13% y a su vez también por los ANTICIPOS A PROVEEDORES entregados que representa el 25.95% del total de

activos; Además la empresa en su cuenta INVENTARIOS representa el 15.91% del total de activos.

Pasivo

Analizando el Pasivo Corriente, podemos observar la cuenta **PROVEEDORES** es medianamente significativa para el giro de la actividad económica, la misma que representa el 73.63%, del total de las obligaciones contraídas de la empresa a terceros, la sobreestimación de esta cuenta se debe porque la empresa no cuenta con la suficiente liquidez para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

Patrimonio

El patrimonio la cuenta más representativa es la Reserva Facultativa, ya que la empresa prefiere no repartir las utilidades sino transferirla a las reservas, cabe destacar que si la empresa cubriera parcialmente o en su totalidad las obligaciones contraídas el resultado del ejercicio fuera más significativo para la misma.

Análisis.- Vertical Estado de Resultados 2013

Se establecerá a través del análisis vertical la situación actual de la empresa. Para facilidad de la interpretación de los resultados se dividirá en grupos

Ingresos

Al realizar el análisis de los **INGRESOS** que logró la empresa, el 76.67% son ingresos que se obtuvieron de la venta de los bienes de la actividad a la que se dedica la empresa, el 32.67% por la venta de residuos.

Egresos

El **costo de venta y producción** representa un porcentaje del 43.77% de los ingresos totales que tiene la empresa, ya que representa el valor de

los inventarios que una empresa traspone de su balance a su resultado, motivo por el cual los costos afectan negativamente a la utilidad bruta de la empresa.

En cuanto los **gastos** de la empresa representan un valor del 18.75% que es netamente bajo en relación a los ingresos de la empresa.

Dando como resultado entre la diferencia de ingresos y los costos y gastos una utilidad del 10.01% en relación de los ingresos que tuvo la empresa.

1.7. Análisis.- de los principales índices o razones financieras 2013

Clase	Indicador	Definición	Fórmula de Cálculo	Cálculo	Resultado	Interpretación
Índices de Rentabilidad	Rendimiento sobre el Patrimonio	Es el porcentaje de las utilidades netas representan sobre el patrimonio.	$(\text{Utilidad Neta}/\text{Patrimonio}) * 100$	$= (42972,01/20000,00) * 100$	215%	La utilidad neta representa más del 100% sobre el patrimonio de la empresa.
	Rendimiento sobre el Activo Total	Es la capacidad del activo para producir utilidades. Cada dólar invertido en activo total, cuanto genera de utilidad neta.	$(\text{Utilidad Neta}/\text{Activo Total}) * 100$	$= (42972,01/247292,16) * 100$	17%	Por cada dólar que invirtió la empresa, se tiene un rendimiento de 17%, sobre el activo total invertido en la empresa.
	Margen bruto de Utilidad	Muestra la capacidad de la empresa en el manejo de sus ventas para generar utilidades brutas.	$(\text{Utilidad Bruta}/\text{Ventas Netas}) * 100$	$= (123489,10/429311,93) * 100$	29%	La empresa obtiene un 29% de utilidad bruta, que se genera con las ventas de la empresa.
	Margen de Utilidad Operacional	Representa cuanto reporta cada dólar de ventas en la generación de utilidades operacionales.	$(\text{Utilidad Operacional}/\text{Ventas Netas}) * 100$	$= (42972,01/429311,93) * 100$	10%	Por cada dólar de venta de la empresa, se genera una utilidad operacional del 10%.
	Rendimiento de Capital	Es capacidad que tiene la empresa para generar ganancias a su favor.	Utilidad Neta/Capital Invertido	$= 42972,01 / 20000,00$	2,15	La empresa genera ganancias a su favor de 2,15
Índices de Liquidez	Capital de trabajo	Mide o evalúa la liquidez necesaria para que la empresa continúe funcionando fluidamente.	Activo corriente – Pasivo corriente	$= 219625,44 - 27838,39$	191787,05	La empresa cuenta con el activo corriente suficiente para poder cubrir las deudas a corto plazo.
	Prueba Acida	Indica la capacidad de la empresa para cubrir pasivos a corto plazo, en forma inmediata, sin tener que recurrir a la venta de sus inventarios.	$(\text{Activo corriente} - \text{Inventarios}) / \text{Pasivo corriente}$	$= (219625,44 - 39351,9) / 27838,39$	6,48	Por cada dólar que tiene de deuda a corto plazo, la empresa puede cubrir en su totalidad.
	Razón corriente	Indica la capacidad de la empresa para hacer frente a sus deudas a corto plazo comprometiendo sus activos corrientes.	Activo corriente/Pasivo corriente	$= 219625,44 / 27838,39$	7,89	Por cada dólar de deuda corriente que tiene la empresa, hay un respaldo de 7,89 dólares en activo corriente, para ser frente a sus obligaciones a corto plazo.
Razones de Actividad	Días de Inventario	Evalúa hipotéticamente cuántos días podría operar la empresa sin reponer sus inventarios, manteniendo el mismo nivel de ventas.	$(\text{Inventarios} * 360) \div \text{Ventas}$	$= (39351,90 * 360) / 429311,93$	33,00	La empresa podría operar hipotéticamente 33 días, manteniendo el mismo nivel de ventas y sin reponer sus inventarios.
	Rotación de Inventarios	Indica el número de veces en que, en promedio, el inventario ha sido repuesto.	$\text{Ventas} \div \text{inventarios}$	$= 429311,93 / 39351,90$	10,91	El inventario a tenido una rotación o sido repuesto 10,91 veces.
	Rotación del Capital de Trabajo	Mide la relación que existe entre el monto de los ingresos y el monto de la inversión neta en recursos a corto plazo.	$\text{Ventas} \div \text{Capital de Trabajo}$	$= 429311,93 / 191787,05$	2,24	La empresa cuenta con una rotación de capital de trabajo (relación entre el monto de los ingresos y el monto de la inversión) de 2,24 veces.

Tabla N° 55

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

De acuerdo con el análisis realizado a través de los indicadores financieros se determina que la empresa Serempla S. A. la utilidad neta representa más del 100% sobre el patrimonio, lo cual representa que el patrimonio de la empresa, por cada dólar que invirtió la empresa, se tiene un rendimiento de 17%, sobre el activo total invertido en la empresa, la empresa obtiene un 29% de utilidad bruta, que se genera con las ventas de la empresa; por cada dólar de venta de la empresa, se genera una utilidad operacional del 10%; la empresa genera ganancias a su favor de 2,15

La empresa cuenta con el activo corriente suficiente para poder cubrir las deudas a corto plazo; por cada dólar que tiene de deuda a corto plazo, la empresa puede cubrir en su totalidad.

Por cada dólar de deuda corriente que tiene la empresa, hay un respaldo de 7,89 dólares en activo corriente, para ser frente a sus obligaciones a corto plazo; la empresa podría operar hipotéticamente 33 días, manteniendo el mismo nivel de ventas y sin reponer sus inventarios.

El inventario ha tenido una rotación o sido repuesto 10,91 veces; la empresa cuenta con una rotación de capital de trabajo (relación entre el monto de los ingresos y el monto de la inversión) de 2,24 veces.

1.8. Análisis de la planificación presupuestaria

La planificación que maneja la empresa Serempla S.A. es más empírica, y basada en la negociación exclusiva con los clientes, de acuerdo a las necesidades inmediatas de producción sin tener una previsión adecuada para cumplir con los pedidos de los consumidores.

Los objetivos planteados por la administración no son concretos, ni específicos, por lo cual la planificación presupuestada propuesta ayudará en gran manera a incrementar las ventas, mejorando la satisfacción del cliente.

Dada la naturaleza del negocio, Serempla S.A. debe cumplir de manera ideal con la entrega oportuna en el lugar y fecha acordada con los clientes, además mantener un stock apropiado para el momento de existir escases de la materia prima o hasta reabastecerse del mismo.

La planificación oportuna de las ventas, los costos y gastos colaborará con una producción eficiente con la utilización de los recursos existentes, de forma que se dispongan de los productos en el momento que se requiera para la entrega a los clientes.

Es necesario mantener una liquidez para la adquisición de materia prima y otros costos relacionados a la producción con un mínimo de efectivo disponible para cualquier eventualidad.

1.9. Establecimiento del grado de satisfacción de los clientes

Para establecer el grado de satisfacción de los clientes se realizaron las encuestas en el capítulo IV, donde los resultados nos indican que el 46% de la población investigada posee un bajo grado de satisfacción respecto a los servicios y bienes entregados por Serempla S.A., mientras el 46% adicional considera un término medio para su grado de satisfacción esta medido en base a la calidad, así como la entrega a tiempo del producto.

El trabajo principalmente se basa en el pedido del cliente.

FASE II

Diseño del modelo presupuestal para la empresa SEREMPLA S.A.

Siendo Serempla S. A una empresa primeramente comercial y desde el último trimestre del año 2013, cambia su actividad económica a industrial, lo cual determina un cambio de los objetivos como también un cambio en el comportamiento financiero-contable de la empresa. En tal virtud y considerando la importancia de tener un alto grado de satisfacción al cliente, logrando cumplir con las expectativas y entrega oportuna de los pedidos, se plantea un modelo presupuestal que además será base para la implementación de futuros presupuesto empresariales, de esta manera se solucionara el problema de la ruptura del stock, sino que además se espera cumplir con todas las obligaciones a corto plazo.

Por lo anteriormente señalado al no contar con la suficiente información histórica para formular el presupuesto, se lo realizará con la información recolectada, así como la tendencia que se considera que tendrá la empresa.

Considerando que al no tener los datos históricos, la proyección será más dificultosa, se revisará a fondo información obtenida en el año 2013 que servirá para elaborar el presupuesto para el año 2014.

Además se han fusionado con conceptos técnicos de varios autores con el fin de dar a la organización una herramienta que agregue valor a gestión administrativa, así como para incrementar el grado de satisfacción de los clientes con entregas oportunas.

Los factores internos de la empresa

El cálculo de las ventas proyectadas donde se requiere un análisis de varios factores internos que inciden en forma significativa en el presupuesto final

tenemos: la organización de ventas; la política de promoción; cambios en los productos; la capacidad de producción; el régimen financiero; la proyección de la utilidad. Se hará un pequeño detalle de cada punto con relación a la Serempla S.A.

La organización de ventas

La capacidad de ventas que posee la empresa se basa en el funcionamiento de los convenios con los clientes específicos que trata directamente de una venta exclusiva al menos en el corto plazo, al elaborar el presupuesto de ventas es necesario establecer correctamente los planes para su realización nos ayuden a cumplir con las expectativas de los clientes.

Cambios en los productos

Los productos cambiarán solo si los clientes, solicitan un cambio en ellos de manera que se puede establecer las especificaciones concretas de manera que los cambios no estarían presentes a corto plazo, puede surgir la necesidad de eliminar o introducir cambios en cuanto a presentación, calidad o funcionamiento de ciertos productos. Estas modificaciones deben tener su influencia en el volumen de ventas.

La capacidad de producción

La capacidad de producción de la planta no es necesariamente la más eficiente debido a la incursión en esta actividad sin embargo están en capacidad de ventas, ya que no es posible prever un volumen de operaciones que exceda a la capacidad de producción de la empresa. El límite del presupuesto de ventas no está determinado por la producción máxima sino por la producción óptima. Es evidente que la capacidad productiva de la planta puede modificarse hasta el monto máximo a permitir el crecimiento de las ventas.

El régimen financiero

El presupuesto de ventas de la empresa debe tomarse en cuenta el aumento o disminución del volumen de operaciones, los factores financieros como el volumen de capital de trabajo, los plazos de cobro de clientes, plazos de pago a los proveedores.

2.2. Flujo presupuestal modelo

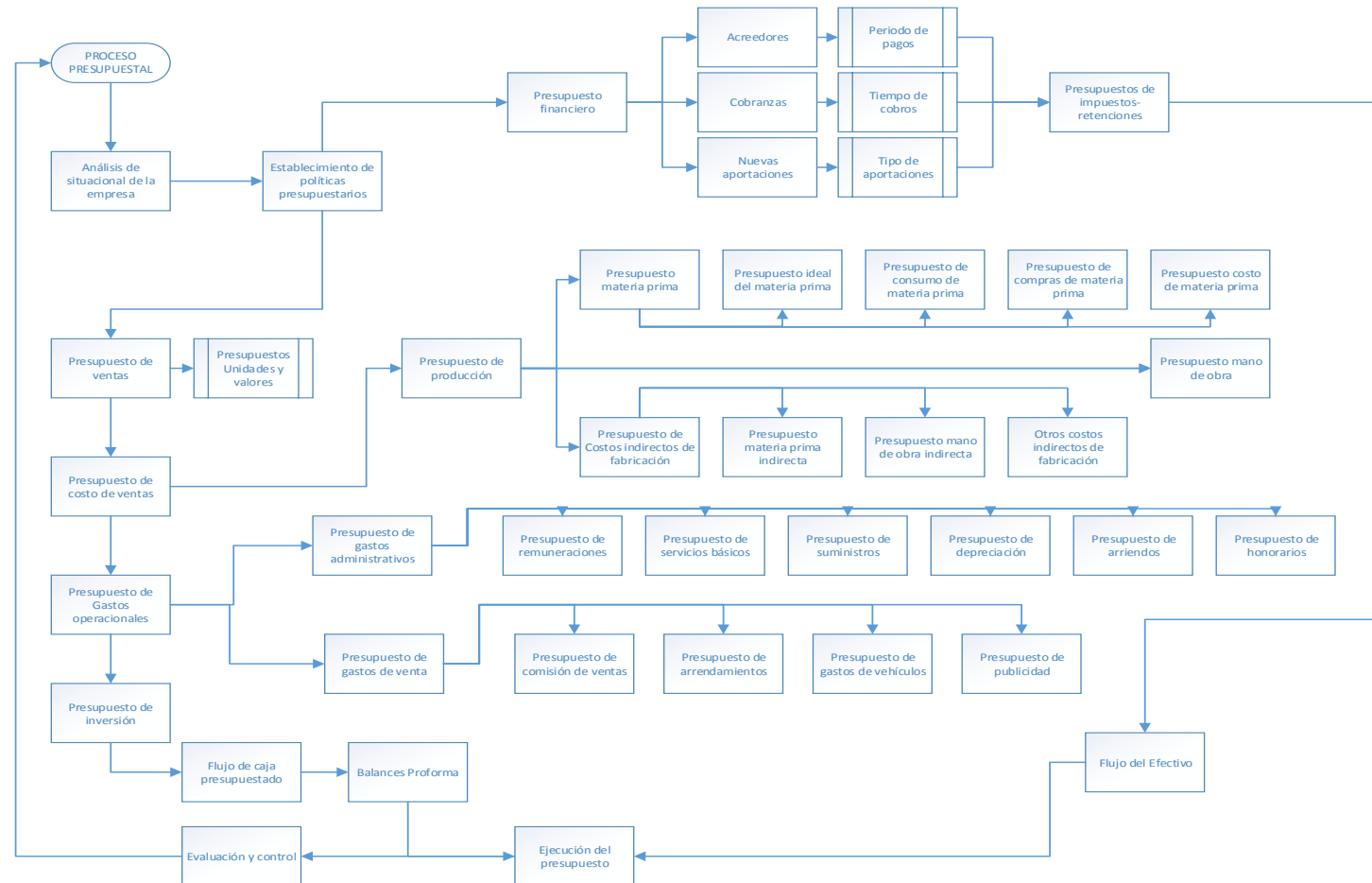


Gráfico N° 47

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

2.3. Declaración de la Misión y Visión

Se propone la siguiente misión y visión

2.3.1. Misión

La misión de Serempla S.A. entregar un producto de calidad, cumpliendo los requerimientos de los clientes, dando principal importancia al medio Ambiente.

2.3.2. Visión

Ser una empresa líder en el mercado nacional en el reciclamiento de productos, brindando una seguridad ambiental a la colectividad.

2.3.3. Valores institucionales

- **Trabajo en Equipo**

El trabajo conjunto de todos los colaboradores en la empresa mejorando la comunicación para conseguir los objetivos planteados.

- **Lealtad**

Lealtad para con la empresa además de un sentimiento de mejora continua enfocada al servicio a los clientes.

- **Responsabilidad**

Llevar todo el trabajo con absoluta responsabilidad para que todos los procesos se ejecuten en el tiempo exacto, respondiendo de manera oportuna a los clientes en general.

- **Honestidad**

Compromiso para trabajar con ética de manera íntegra y honesta,

para cumplir con los principios y políticas establecidos por la empresa.

2.3.4. Estrategias corporativas

Con la información recopilada en el análisis situacional de la empresa Serempla S.A. se establece con el análisis FODA la matriz para determinar las estrategias para la empresa.

Establecimiento de estrategias corporativas según Análisis.- FODA

Establecer un stock mínimo de materia prima, que ayude a contrarrestar la demanda en caso de escases.

Garantizar que los proveedores surtan con la suficiente materia prima, para evitar el incremento de proveedores, de esta manera no incurriendo en gastos innecesarios. A través de convenios con los proveedores.

Realizar publicidad de la empresa, promocionando los productos que oferta, para de esta manera contrarrestar el no posicionamiento en el mercado nacional.

Dar a conocer de una mejor forma a la actividad que se dedica la empresa, para así poder atraer nuevos proveedores que oferten las materias primas a más bajos costos.

Introducir el producto en nuevos mercados locales y nacionales, que se dediquen a la misma actividad económica, basando en los estándares de calidad que maneja.

Aprovechar el conocimiento sobre los procesos de producción, para mejorar y lograr que la producción sea más eficiente, utilizando de la mejor forma los recursos disponibles existentes y previstos por la empresa.

Realizar un estudio de la infraestructura con la que cuenta la empresa actualmente para la producción, para analizar la posibilidad de expandir o mejorar de una u otra forma dicho espacio físico.

Establecer, realizar y difundir políticas por escrito, para que puedan ser conocidas y regidas por el personal que labora en la empresa, permitiendo de esta forma mejorar la eficiencia y eficacia interna de la empresa.

		MATRIZ FODA	
Factores Externos →		AMENAZAS	OPORTUNIDADES
	Factores Internos ↓	Dificultad de encontrar nuevos proveedores Escases de materia prima Variación climática Incremento del precio de materia prima	Apertura comercial Ventajas Competitivas Lealtad del cliente Respuesta inmediata a la demanda del mercado
FORTALEZAS		EFA	EFO
Conocimiento de los procesos de producción Cumplimiento de normas y estándares de calidad Disponibilidad de mano de obra calificada Sistemas de distribución		Establecer un stock mínimo de materia prima, que ayude a contrarrestar la demanda en caso de escases por los diferentes factores que se pueden presentar. Garantizar que los proveedores surtan con la suficiente materia prima, para evitar el incremento de proveedores, de esta manera no incurriendo en gastos innecesarios.	Introducir el producto en nuevos mercados locales y nacionales, que se dediquen a la misma actividad económica, basando en los estándares de calidad que maneja. Aprovechar el conocimiento sobre los procesos de producción, para mejorar y lograr que la producción sea mas eficiente, utilizando de la mejor forma los recursos disponibles existentes y previstos por la empresa.
DEBILIDADES		EDA	EDO
Falta de posicionamiento en el Mercado Falta de publicidad y promoción Instalaciones Inexistencia de políticas por escrito		Realizar publicidad de la empresa, promocionando los productos que oferta, para de esta manera contrarrestar el no posicionamiento en el mercado nacional. Dar a conocer de una mejor forma a la actividad que se dedica la empresa, para así poder atraer nuevos proveedores que oferten la materias primas a mas bajos costos.	Realizar un estudio de la infraestructura con la que cuenta la empresa actualmente para al producción, para analizar la posibilidad de expandir o mejorar de una u otra forma dicho espacio físico. Establecer, realizar y difundir políticas por escrito, para que puedan ser conocidas y regidas por el personal que labora en la empresa, permitiendo de esta forma mejorar la eficiencia y eficacia interna de la empresa.

Tabla N° 56
Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

2.4 Presupuesto Operacional

El presupuesto operacional detalla la actividad de la empresa en corto plazo, que permite pronosticar las operaciones de la empresa así como los ingresos y egresos para establecer un resultado que obtendrá la empresa.

2.4.1. Presupuesto de ventas

Una vez revisada la información pertinente a los presupuestos de ventas, donde existen varios métodos para su proyección, la empresa Serempla S.A. determinará sus ventas estimadas de dos formas diferentes así:

- **Venta de productos elaborados por la empresa (recuperado de bota lavada):** a este presupuesto está preparado de acuerdo a los requerimientos de los clientes.
- **Venta de productos no elaborados por la empresa (desperdicios):** este presupuesto estará preparado con base al último año de comercialización, debido a que no se mantiene información de los años anteriores, siendo el presente una base para los futuros presupuestos.

Para lo cual se propone el siguiente modelo:

**Cédula No.
SEREMPLA S.A.
Resumen de ventas
productos proyectado en unidades
año**

MESES	PVC lavada	Productos reciclados
	Unidades	Unidades
Enero		
Febrero		
Marzo		
Abril		
Mayo		
Junio		
Julio		
Agosto		
Septiembre		
Octubre		
Noviembre		
Diciembre		
TOTAL		

Luego de determinar las unidades a vender, obtendremos el presupuesto de ventas totales donde se incluyen los precios de venta presupuestados, para el caso del producto elaborado, la empresa no puede proponer un cambio de precio a corto plazo debido a los convenios previamente realizados con los principales clientes.

Para el presupuesto de ventas de artículos comercializados, considerando que no se mantiene un número de artículos, ni costos de los mismos, por ser un artículo especial, así como su comercialización se procederá a realizar un estimado según la información obtenida del año anterior.

Se presenta a continuación el formato a utilizar:

Cédula No. 3
SEREMPLA S.A.
Resumen de ventas
estimado por productos
año

MESES	Totales	PVC lavada		Productos reciclados	
		Unidades	Importe	Unidades	Importe
Enero					
Febrero					
Marzo					
Abril					
Mayo					
Junio					
Julio					
Agosto					
Septiembre					
Octubre					
Noviembre					
Diciembre					
TOTAL					

2.4.2. Presupuesto de producción

Una vez determinado el presupuesto de ventas, se determinara las unidades a producir así como todos los elementos del costos que s e deben determinar para conseguir el presupuesto de producción, ya que de este depende la correcta previsión de los materiales y la adecuada planificación de entregas para conseguir un alto grado de satisfacción de los clientes.

Una vez conocidas la cantidad de unidades presupuestadas para la venta del producto elaborado es necesario determinar en primer lugar el número de unidades que debemos producir, estas deben ser suficientes de manera que no haya una pérdida de ventas por no contar con el producto, además de mantener demasiado stock evitando incurrir en gastos innecesarios de almacenamiento.

Se aplicara en función de la siguiente formula:

$$\textit{Unidades a producir} = VP + IFPT - IIPT$$

Dónde:

VP: Ventas presupuestadas

IFPT: Inventario ideal final de productos terminados

IIPT: Inventario inicial de productos terminados

Donde las **ventas presupuestadas** provienen de la cedula de ventas presupuestadas del año.

El **Inventario ideal final de productos terminados** es el inventario final presupuestado que espera la empresa tener al final del año. Con estas unidades se evita el desabastecimiento de producto para la entrega oportuna de los pedidos a clientes.

Este se determinara a través de la fórmula:

$$IFPT = \frac{\text{Unidades presupuestadas para la venta}}{\text{Rotación de inventario de productos terminados}}$$

Donde la rotación de inventario de productos terminados se determinará de la siguiente manera:

$$\begin{aligned} &\text{Rotación de inventario de productos terminados} \\ &= \frac{\text{Numero de días del año}}{\text{Duración del proceso productivo (días)}} \end{aligned}$$

La duración del proceso productivo es obtenida a través del tiempo que se demora en transformar un lote de producción desde la compra de la materia prima hasta la obtención del producto terminado.

El **Inventario inicial de productos terminados (IIPT)**: corresponde al inventario inicial de productos terminados para el presupuesto del año actual, este dato se obtiene del inventario final del periodo anterior.

Calendario de producción

Después de establecer las unidades a producir crearemos el calendario de producción mensual con el siguiente formato:

SEREMPLA S.A.
CALENDARIO DE PRODUCCION

DESCRIPCION	TOTALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Ventas estimadas													
+ Inventario final de producto terminado													
= Requerimiento total de unidades a producidas													
- Inventario inicial de producto terminado													
= Cantidad a producir													

Tabla N° 57

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Este calendario indica cuanto se producirá de manera mensual, como ayuda a la producción además nos ayudara a establecer el presupuesto de materia prima.

Presupuesto de Materia prima

El presupuesto de materia prima se divide en presupuesto de consumo de materia prima, determinación del inventario de materia prima final, presupuesto compra de materia prima, presupuesto de costo de materia prima utilizada.

En el caso de la empresa Serempla S.A. la materia prima será la bota usada sin lavar, misma que es recolectada en los diferentes centros de acopio.

Presupuesto de consumo de materiales

El presupuesto de consumo de materia prima, se realizará una vez determinadas las unidades a producir, para lo cual se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Consumo M P} = \text{Unid. producir} \times \text{cantidad de material requerido}$$

Unidades a producir: Las unidades a producir se determinaron previamente.

Cantidad de material requerido: La cantidad de material requerido se establece según la experiencia del personal técnico de producción.

Determinación del inventario final de materia prima

El inventario de materia prima de la empresa Serempla S. A. es un producto perdurable, esto permite su almacenamiento y conservación; sin embargo la capacidad de la empresa limita las compras por cuanto, no dispone del espacio físico necesario para almacenar la materia prima, por lo que incurrirán en costos adicionales de almacenaje.

Otra restricción que tiene la empresa es la adquisición de materia prima debido a que el material tiende a escasear en temporadas, por lo cual la empresa busca la mejor manera para negociar las respectivas compras a los proveedores, como adquisiciones en un volumen alto de esta forma se los fideliza para conseguir inventarios de calidad a un costo aceptable.

Para poder determinar las unidades de inventario final de materia prima, se cuantifica el volumen con relación a la producción, de acuerdo a la rotación del inventario, el mismo que constituye una herramienta para establecer el nivel adecuado según el volumen de producción, con la siguiente fórmula:

$$\text{IFMP} = \frac{\text{Unidades necesarias para la producción}}{\text{Rotación de inventario de materia prima}}$$

$$\text{Rotación de inventario de materia prima} = \frac{\text{Número de días del año}}{\text{Duración del proceso compras (días)}}$$

Presupuesto de compra de materia prima

Una vez determinada la cantidad a consumir de materia prima, así como la cantidad de inventario final de reserva, determinaremos la cantidad de kilos total a adquirir la fórmula que se aplicara tanto para unidades como en precios:

Unidades a consumir	
unidades en inventario final de materia	
+ prima	
<hr/>	
= unidades necesarias	
- unidades de inventario inicial	
<hr/>	
= unidades a comprar	
= valor de compra de materia prima	
X presupuestada	
<hr/>	
= valor total de compra de materia prima	

Presupuesto de costo de la materia prima

El presupuesto de costo de materia prima se valorará a través del costo promedio ponderado, este valor representa el costo de la materia prima que ciertamente se utilizará en la producción de la bota lavada.

Cédula No.
SEREMPLA S.A.
Componentes de Materia Prima
Año

PRODUCTO	COMPONENTES	CANTIDAD A PRODUCIR	MATERIA PRIMA		TIEMPO DE REPOSICIÓN	REQUERIMIENTO TOTAL DE MATERIA PRIMA	ROTACION	IMP
			Unidad	Req. Uni.				
TOTAL								

Presupuesto de mano de obra

El presupuesto de mano de obra incluyen todos los costos en los que incurre la empresa con el fin de producir los productos terminados, estos costos incluyen la cantidad de horas de mano de obra directa. En este se incluyen los sueldos básicos, comisiones, horas extras, aporte patronal, décimo tercero, décimo cuarto, fondo de reserva, vacaciones.

Considerando que la mano de obra es de vital importancia por ser uno de los montos más representativos en el costo total del artículo, permite planear las finanzas de Serempla.

Los procesos de producción que maneja la empresa no son totalmente tecnificados y requieren de la maniobra directa de los obreros, se establecerán los procesos claramente identificados y las horas que se necesitan para cada uno de los procesos a fin de establecer la utilización de las horas necesarias para cumplir con los requerimientos de los clientes, procesos:

- Clasificado
- Triturado
- Lavado.

Según la experiencia del personal de producción se ha establecido las horas estándar para el proceso de clasificado y lavado así:

PROCESO	KILOS	TIEMPO EN HORAS
Clasificado	600 kilos	8 horas diarias
Lavado	1200 kilos	8 horas diarias

Tabla N° 58

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

La cédula que se ocupará para el presupuesto de mano de obra:

Cédula
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Mano de Obra Directa
Año 2014

T	CARGO	SUELDO	BONO	T.INGRESOS	A. IESS	ANT	A PAGAR	11,15% APORTE PATRONAL	1% IECE SECAP	XIII.S.	XIV.S.	FONDO DE RESERVA	VACAC.	TOTAL	COSTO
1,00	N. N.														
2,00	N. N.														
3,00	N. N.														
4,00	N. N.														
5,00	N. N.														
6,00	N. N.														
<i>Presupuesto mensual</i>															
<i>Presupuesto anual</i>															

Se debe obtener las estimaciones porcentuales basadas en la experiencia de los jefes d producción, además se debería obtener las unidades producidas por la cantidad de horas requeridas para la producción del producto.

Presupuesto de Costos Indirectos de fabricación

El presupuesto de la empresa Serempla para los costos indirectos incluye:

- Materia prima indirecta
- Mano de obra indirecta
- Depreciaciones
- Arrendamientos
- Transporte
- Mantenimiento
- Suministros en general

Pertenece todas las cuentas necesarias para la producción, y que no son fáciles de identificar en el producto final.

Para poder determinar el presupuesto se deben tomar en cuenta costos indirectos de fabricación de periodos anteriores, con el fin de seguir la tendencia, analizaremos cada una de las partidas que tiene la empresa estableciendo de la mejor manera los costos variables y fijos además tiene convenios con algunos proveedores.

Como costos fijos tenemos:

COSTOS FIJOS

CUENTA	VALOR
Mano de obra indirecta	\$
Arriendos	\$
Depreciaciones	\$
Uniformes	\$
Alimentación trabajadores	\$
TOTAL	\$

Tabla N° 59

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Como costos variables:

**SEREMPLA S.A.
COSTOS VARIABLES**

CUENTA	VALOR
Materia prima indirecta	
Suministros y Materiales	
Gastos de viaje	
Servicios de alquiler de camión sin chofer	
Otros bienes de producción	
Estibadores	
Implementos de seguridad	
TOTAL	

Tabla N° 60

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Los modelos propuestos para los presupuestos son:

Presupuesto de materias primas indirectas

La empresa utiliza para la producción materiales adicionales como aditivos de limpieza además agua de tanquero para el lavado, por lo cual estos materiales se incluirán en el presupuesto de materia prima.

Cédula
SEREMPLA S.A.
Componentes de la Materia prima indirecta
Año

Producto: Botas lavadas

PRODUCTO	COMPONENTES	CANTIDAD A PRODUCIR	MATERIA PRIMA		REQUERIMIENTO TOTAL DE	Precio Unitario	TOTAL ANUAL	VALOR MENSUAL
			UNIDAD	REQ. UNIT.				
Bota lavada	Detergente		Kilos					
	Agua de Tanquero		m3					
	TOTAL	0						

Presupuesto de mano de obra indirecta

El presupuesto de mano de obra indirecta que para Serempla se considerará al supervisor de la fábrica como personal indirecto quien tendrá entre sus funciones el verificar que se cumplan con los objetivos de tiempos de entrega.

Se muestra a continuación el modelo propuesto para ello

Cédula
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de remuneraciones Mano de Obra Indirecta
Año 2014

Producto: Botas lavadas

PRESUPUESTO DE REMUNERACIONES MANO DE OBRA INDIRECTA															
T	CARGO	SUELDO	BONO	T.INGRESOS	A. IESS	ANT	A PAGAR	11,15%	1,00%	XIII.S.	XIV.S.	F.R.	VACAC.	TOTAL	COSTO
1	NN														
MENSUAL															
ANUAL															

Presupuesto de transporte de bota

El presupuesto de transporte es el rubro de transporte por la carga, descarga, y transporte de la bota, este valor será variable según los kilos de bota que se compren. Este valor esta negociado con los proveedores por un monto de

\$0.0125 por kilo transportado.

A continuación se presenta el modelo propuesto.

Cédula
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Transporte de bota lavada
Año
Producto: Botas lavadas

MESES	COMPRA DE MPD	COSTO POR KILO TRANSP.	DESEMBOLSO MENSUAL
Enero			
Febrero			
Marzo			
Abril			
Mayo			
Junio			
Julio			
Agosto			
Septiembre			
Octubre			
Noviembre			
Diciembre			
TOTAL			

Presupuesto de depreciación de Activos Fijos

El valor de depreciación se toma del cálculo realizado por el contador, este valor es fijo; el porcentaje de depreciación será estimada en base a los máximos aceptados por la administración tributaria siendo las siguientes:

DETALLE	% ANUAL
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10%
Equipo de computación y software	33%

Tabla N° 61

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Se propone el siguiente modelo de presupuesto:

Cédula
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de depreciación de Activos Fijos
Año
Producto: Botas lavadas

Detalle	Valor en libros	% Dep.	Gasto Dep.	Valor libros Dep. Acum.	Dep. Acum.
Activo fijo 1					
Activo fijo 2					
TOTAL					

Presupuesto de arrendamientos

Serempla S. A. tiene convenios de arrendamiento con sus proveedores por dos años por lo cual los costos de los mismos no variaran según el acuerdo por contrato, se propone el siguiente formato:

Cédula
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Arrendamientos
Año
Producto: Botas lavadas

SERVICIO DE ARRENDAMIENTO	GASTOS REALES MENSUALES	PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
Arriendo de Fabrica			
Arrendamiento maquinaria			
TOTAL			

Presupuesto de mantenimiento de maquinaria

La empresa posee maquinaria como activo fijo, el mismo que requiere mantenimiento, para lo cual se realiza mensualmente.

Se propone el siguiente formato:

Cédula
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de mantenimiento de maquinaria
Año
Producto: Botas lavadas

CUENTAS	GASTOS REALES MENSUALES	INCREMENTO PROYECTADO	PRESUP. MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
Combustibles-Lubricantes				
Repuestos				
Mantenimiento General				
TOTAL				

Presupuesto de materiales

El presupuesto de materiales varios incluye repuestos, materiales varios, que en su totalidad son difíciles de cuantificar, además uniformes, implementos de seguridad ocupacional, además de otros bienes cuyo valor no es representativo para clasificarlo como un activo fijo. Se propone un formato así.

Cédula
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de materiales
Año
Producto: Botas lavadas

CUENTAS	GASTOS REALES MENSUALES	INCREMENTO PROYECTADO	PRESUP. MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
Suministros y Materiales				
Otros bienes de producción				
Implementos de seguridad				
Uniformes				
TOTAL				

Presupuesto de servicios

El presupuesto de servicios incluirá los viáticos que debe asumir la empresa para conseguir el material, servicios de alquiler de camión para trasladar la bota, estibadores, alimentación trabajadores, se propone el modelo así:

Cédula
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de servicios
Año
Producto: Botas lavadas

CUENTAS	GASTOS REALES MENSUALES	INCREMENTO PROYECTADO	PRESUP. MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
Viáticos				
Servicios de alquiler de camión sin chofer				
Estibadores				
Alimentación trabajadores				
TOTAL				

2.4.3. Presupuesto de gastos administrativos

El presupuesto administrativo incluye gastos pertinentes a la función administrativa, tales como financieras, contables.

Para el caso de la empresa Serempla S.A. los gastos administrativos están distribuidos entre:

- Presupuesto de remuneraciones
- Presupuesto de Servicios Básicos
- Presupuesto de Suministros varios administración
- Presupuesto de depreciación de equipos de computación
- Presupuesto de arriendos
- Presupuesto de honorarios

Presupuesto de remuneraciones del personal administrativo

La empresa cuenta con un asistente de gerencia, un financiero y un contador, los cuales cobran un sueldo básico y no hay horas extras o bonos adicionales para el personal administrativo; se propone el siguiente modelo

Cédula
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de remuneraciones del personal administrativo
Año

T	CARGO	SUELDO	BONO	TOTAL INGRESOS	A. IESS	ANT	A PAGAR	11,15%	1% IECE SECAP	XIII.S.	XIV.S.	F.R.	VACAC.	TOTAL	COSTO
A	NN														
A	NN														
A	NN														
TOTAL MENSUAL															
TOTAL ANUAL															

Presupuesto de servicios básicos

La empresa cuenta con convenios con Conecel, por lo cual los valores no se modifican, se propone el siguiente presupuesto:

Cédula
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Servicios Básicos
Año

SERVICIO	GASTOS REALES MENSUALES	INCREMENTO	PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
TELECOMUNICACIONES				
TOTAL				

Presupuesto de suministros varios administrativos

En este presupuesto se incluyen los gastos en papeleo administrativo que tendrá la empresa para lo cual se recomienda el siguiente formato:

Cédula
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Suministros varios Administración
Año

CONCEPTO	GASTOS REALES MENSUALES	INCR.	PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
Hojas de papel Bond				
Suministros varios				
Tintas impresora				
Varios				
TOTAL:				

Presupuesto de depreciación de Activos Fijos

El presupuesto de depreciación se realizará en base al cálculo realizado por el contador, este valor es fijo; el porcentaje de depreciación será estimada en base a los máximos aceptados por la administración tributaria según la tabla número 61:

Para lo cual se propone el siguiente formato:

Cédula
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Depreciación de Equipos
Año

CONCEPTO	Val. Libros	% Dep.	Gasto Dep.	Val. Libros Dep.Acum.	Dep. Acum.
NN					
NN					
TOTAL					

Presupuesto de arrendamientos

El arrendamiento para el área administrativa según el contrato estipulado entre el proveedor y la empresa, éste incluirá los servicios básicos. Se propone el siguiente formato:

Cédula
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de arrendamientos
Año

ARRIENDOS	GASTOS REALES MENSUALES	INCREM./ DISMIN.	PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
Arriendo de Oficinas (incluye luz-agua)				
TOTAL				

Presupuesto de honorarios

La empresa Serempla S. A. realizará el presupuesto de honorarios profesionales basado en los datos históricos:

Cédula
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Honorarios
Año

Personal	GASTOS REALES MENSUALES	COEFIC. INCREM./ DISMIN.	PRESUPUEST O MENSUAL	PRESUPUEST O ANUAL
Gerente				
Auditor				
TOTAL				

2.4.4. Presupuesto de gastos de venta

El presupuesto de gastos de comercialización o venta se determinarán así:

- Presupuesto comisión de ventas
- Presupuestos de Arrendamientos
- Presupuestos gastos de vehículos
- Presupuesto de publicidad

Presupuesto de comisiones por producto vendido

Serempla S.A. no tiene personal contratado para la venta de sus productos (vendedores), sin embargo cancela un valor por comisión en ventas. Por lo cual se tiene los siguientes formatos según las ventas de los productos, la comisión sobre la base imponible de las facturas por el 2.2%:

Cédula
SEREMPLA
Presupuesto de Comisiones por producto vendido
PRODUCTO: BOTAS LAVADAS
2,2% DE COMISIÓN SOBRE TOTAL DE VENTAS

<i>MES</i>	<i>COMISIÓN</i>			
	<i>CANTIDAD</i>	<i>PRECIO DE VENTA</i>	<i>TOTAL VENTAS</i>	<i>COMISIÓN</i>
ENERO				
FEBRERO				
MARZO				
ABRIL				
MAYO				
JUNIO				
JULIO				
AGOSTO				
SEPTIEMBRE				
OCTUBRE				
NOVIEMBRE				
DICIEMBRE				
TOTALES:				

Cédula
SEREMPLA
Presupuesto de Comisiones por producto vendido
PRODUCTO: Desperdicios
2,2% DE COMISIÓN SOBRE TOTAL DE VENTAS

MES	COMISIÓN			
	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL VENTAS	COMISIÓN
ENERO				
FEBRERO				
MARZO				
ABRIL				
MAYO				
JUNIO				
JULIO				
AGOSTO				
SEPTIEMBRE				
OCTUBRE				
NOVIEMBRE				
DICIEMBRE				
TOTALES:				

Presupuesto de arrendamientos

La empresa renta una camioneta para movilización y ventas de los artículos de desperdicios. Se muestra el siguiente formato:

Cédula
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Arrendamientos
Año

ARRIENDOS	GASTOS REALES MENSUALES	COEFIC. INCREM./ DISMIN.	PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
Arriendo de camioneta				
TOTAL				

Presupuestos de gastos de vehículos

La camioneta alquilada por la empresa deberá utilizarse combustibles además de mantenimiento de la camioneta por lo cual es necesarias planificación, se propone el siguiente presupuesto:

Cédula
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Gastos Vehículos
Año

CONCEPTO	GASTOS REALES MENSUALES	INCR.	PRESUP. MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
Combustibles				
Mantenimiento General				
TOTAL				

Presupuesto de publicidad

La empresa Serempla S.A. debe realizar gastos en tarjetas de presentación, volantes, entre otros.

Cédula
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Publicidad
Año

CONCEPTO	GASTOS REALES MENSUALES	INCR.	PRESUP. MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS				
TOTAL				

2.4.5. Presupuesto de Inversiones

El presupuesto de capital, será según lo planificado.

2.4.6. Presupuesto Financiero

Flujo de Caja

El flujo de caja es parte fundamental en la empresa ayudará a gestionar de manera adecuada los ingresos y egresos de efectivo, evitando la iliquidez y a su vez aprovechar los excesos de efectivo.

Para lo cual se propone el siguiente formato:

<i>Cédula</i> SEREMPLA S.A. <i>Flujo de caja presupuestado</i> Año													
DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Saldo Inicial													
ENTRADAS DE EFECTIVO													
Ventas de Contado													
Cobro a Clientes ventas a crédito													
Total Entradas de Efectivo:													
SALIDAS DE EFECTIVO													
DE PRODUCCIÓN													
Compra de Materia Prima Directa													
Compra de Materiales Indirectos													
Pago transporte													
Arrendamientos													
Mantenimiento de maquinaria													
Varios Costos indirectos													
Pago de Mano de Obra Directa													
Pago de Mano de Obra Indirecta													
Subtotal Salidas de costos de producción													
COSTO DE VENTAS DE PRODUCTOS NO FABRICADOS													
Costo de ventas													
Subtotal Salidas Costo de Ventas													
GASTOS ADMINISTRATIVOS													
Remuneraciones													
Honorarios													
Servicios Básicos													
Arrendamientos													
Suministros													
Subtotal Salidas Gastos Administrativos													
GASTOS DE VENTA													
Comisiones en venta													
Arrendamientos													
Gastos vehiculos													
Publicidad													
Subtotal Salidas Gastos de Venta													
Adquisición de Activos Fijos													
Adquisición mobiliario													
Adquisición maquinaria													
Adquisición software													
Adquisición muebles y enseres													
Subtotal de Salidas por adquisiciones de Activos fijos													
Total Salidas de Efectivo:													
Saldo final de Caja Bancos													
Nivel Mínimo Liquedez													
Excedente/ Necesidad													

2.4.7. Balances proforma

Los balances proforma son el resultado final de todas las estimaciones previas, donde se mostrará los resultados previstos para el periodo. La presentación se realizará en el formato establecido en la empresa:

- Balance de resultados
- Balance financiero

FASE III

Elaboración del presupuesto para la empresa Serempla S .A. del año 2014

Una vez establecido el modelo que se utilizará para la planificación operacional presupuestaria para la empresa Serempla S. A., a continuación se aplica para el año 2014. Con el establecimiento de los siguientes supuestos:

- Toda la producción así como los niveles de ventas se medirá en kilos de botas usadas lavadas.
- Las estimaciones serán de manera mensual
- Según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) la inflación anual acumulada a enero del 2014 es 2.92%.

3.1. Presupuesto de ventas

La empresa tiene dos artículos para la venta el primero es la comercialización de desperdicios y la venta de bota lavada producto de reciclaje; como se mencionó en el punto 6.6 de fundamentación teórica, la empresa determinará el número de unidades a vender en función de la programación de producción de sus clientes principales.

3.1.1. Ventas de recuperado de bota usada lavada unidades (kilos)

Los clientes requieren entregas mensuales del producto terminado recuperado de bota usada lavada que será de 45,000 kilos desde enero hasta junio y de 50,000 kilos de Julio a diciembre. Este requerimiento es específico y exclusivo según los principales clientes.

Cédula No. 1
SEREMPLA S.A.
Resumen de ventas
Productos recuperado de bota lavada
MENSUAL AÑO 2014

MESES	PVC lavada
	Unidades
Enero	45.000
Febrero	45.000
Marzo	45.000
Abril	45.000
Mayo	45.000
Junio	50.000
Julio	45.000
Agosto	50.000
Septiembre	50.000
Octubre	50.000
Noviembre	50.000
Diciembre	50.000
TOTAL	570.000

3.1.2. Ventas de desperdicios unidades

Las unidades presupuestadas para la venta de desperdicio, por no contar con los requerimientos de los clientes, se establecerá la proyección de acuerdo al 15% de crecimiento estimado con respecto a las ventas del año 2013.

Cédula No. 2
SEREMPLA S.A.
Resumen de ventas Productos desperdicio
MENSUAL AÑO 2014

MESES	Productos reciclados
	Unidades
Enero	5.745
Febrero	5.745
Marzo	5.745
Abril	5.745
Mayo	5.745
Junio	5.745
Julio	5.745
Agosto	5.745
Septiembre	5.745
Octubre	5.745
Noviembre	5.745
Diciembre	5.745
TOTAL	69.000

El total de ventas de desperdicios para el año del 2013 fue de \$ 140.266,31

2013 ventas desperdicios \$ 140.266,31

Porcentaje de crecimiento 15%

Total de ventas proyectadas \$ 161.306,26

El precio de venta para los productos está determinado por el convenio existente con los clientes; para nuestro caso se aplicará los siguientes precios:

Para el producto terminado recuperado de bota lavada el precio considerado es de \$1.15 por kilo de bota vendido.

Según estimación de la administración se prevé que para el caso de los desperdicios el precio de venta promedio es de 2.34 por artículo, además se establece el crecimiento del 15% sobre las ventas.

Así tenemos:

Ventas desperdicios 2013	\$140.266,31
x Porcentaje crecimiento	15%
= Total ventas	\$161.306,26
Meses	12
Precio de venta unitario	\$2,34
Valor ventas mensuales	\$ 13.442,19
Unidades a vender	\$ 5.744,52

Se redondea a 5745 unidades de venta mensuales a un precio de \$ 2.34.

3.1.3. Presupuesto de ventas costo

Según el formato de ventas de productos tenemos:

Cédula No. 3
SEREMPLA S.A.
Resumen de ventas
estimado por productos
año 2014

MESES	PVC lavada			Productos reciclados			Totales
	Unidades	Valor unitario	Importe	Unidades	Valor unitario	Importe	
Enero	45.000	\$ 1,20	\$ 54.000,00	5.745	\$ 2,34	\$ 13.443,30	\$ 67.443,30
Febrero	45.000	\$ 1,20	\$ 54.000,00	5.745	\$ 2,34	\$ 13.443,30	\$ 67.443,30
Marzo	45.000	\$ 1,20	\$ 54.000,00	5.745	\$ 2,34	\$ 13.443,30	\$ 67.443,30
Abril	45.000	\$ 1,20	\$ 54.000,00	5.745	\$ 2,34	\$ 13.443,30	\$ 67.443,30
Mayo	45.000	\$ 1,20	\$ 54.000,00	5.745	\$ 2,34	\$ 13.443,30	\$ 67.443,30
Junio	45.000	\$ 1,20	\$ 54.000,00	5.745	\$ 2,34	\$ 13.443,30	\$ 67.443,30
Julio	50.000	\$ 1,20	\$ 60.000,00	5.745	\$ 2,34	\$ 13.443,30	\$ 73.443,30
Agosto	50.000	\$ 1,20	\$ 60.000,00	5.745	\$ 2,34	\$ 13.443,30	\$ 73.443,30
Septiembre	50.000	\$ 1,20	\$ 60.000,00	5.745	\$ 2,34	\$ 13.443,30	\$ 73.443,30
Octubre	50.000	\$ 1,20	\$ 60.000,00	5.745	\$ 2,34	\$ 13.443,30	\$ 73.443,30
Noviembre	50.000	\$ 1,20	\$ 60.000,00	5.745	\$ 2,34	\$ 13.443,30	\$ 73.443,30
Diciembre	50.000	\$ 1,20	\$ 60.000,00	5.745	\$ 2,34	\$ 13.443,30	\$ 73.443,30
TOTAL	570.000		\$ 684.000,00	68.940		\$ 161.319,60	\$ 845.319,60

3.2. Presupuesto de Producción

El presupuesto de producción determinará cómo, cuándo y cuánto producir para satisfacer los pedidos de los clientes.

3.2.1. Unidades a Producir

Una vez conocidas la cantidad de unidades presupuestadas para la venta del producto elaborado es necesario determinar en primer lugar el número de unidades que debemos producir en función de la siguiente formula:

$$\text{Unidades a producir} = VP + IFPT - IIPT$$

Para lo cual procedemos a calcular el Inventario ideal de Productos Terminados

3.2.1.1 Inventario de Productos terminados

La cantidad de unidades que se van a producir deben ser suficientes para abarcar la demanda, como se mencionó en el diseño del modelo de presupuestario se utilizará la fórmula mencionada en el punto 2.4.1. donde se detalla la misma:

Para su aplicación es necesario calcular el inventario final de productos terminados que espera la empresa tener al final del año 2014 en base a la siguiente fórmula:

$$\text{IFPT} = \frac{\text{Unidades presupuestadas para la venta}}{\text{Rotación de inventario de productos terminados}}$$
$$= \frac{\text{Rotación de inventario de productos terminados}}{\text{Duración del proceso productivo (días)}} \times \text{Número de días del año}$$

Según los datos establecidos por el área logística de la empresa Serempla se determina que el tiempo utilizado para la transformación del inventario es de cuatro días.

$$\text{Rotacion del IPT} = \frac{360}{4}$$

$$\text{Rotacion del IPT} = 90 \text{ veces}$$

$$\text{IFPT} = \frac{570000}{90}$$

$$\text{IFPT} = 6333 \text{ Kilos}$$

De esta manera, se obtiene 6333 kilos como inventario ideal al final del periodo para evitar el desabastecimiento de producto para la entrega oportuna de los pedidos a clientes.

El IIPT (**inventario inicial de productos terminados**) que para el año 2014 fue de 0 Kilos en función de que el producto elaborado por la empresa su totalmente vendido, según información que consta en el estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2013 que se describe en los anexo 3.

$$\text{Unidades a producir} = 570000 + 6333 - 0$$

$$\text{Unidades a producir} = 576\ 333$$

3.2.1.2. Calendario de producción

Luego de determinar el número de unidades a producir se determinara el calendario de producción para establecer el unidades (kilos) lo que se debe producir a fin de cumplir con los pedidos de los clientes.

SEREMPLA S.A. CALENDARIO DE PRODUCCION

DESCRIPCION	TOTALES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Ventas estimadas	570000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	50000	50000	50000	50000	50000	50000
+ Inventario final de producto terminado	6333	6333	6333	6333	6333	6333	6333	6333	6333	6333	6333	6333	6333
= Requerimiento total de unidades a producidas	576333	51333	51333	51333	51333	51333	51333	56333	56333	56333	56333	56333	56333
- Inventario inicial de producto terminado	0	0	6333	6333	6333	6333	6333	6333	6333	6333	6333	6333	6333
= Cantidad a producir	576333	51333	45000	45000	45000	45000	45000	50000	50000	50000	50000	50000	50000

Tabla N° 62

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

3.2.2. Presupuesto de Materia prima

En el presupuesto de materia prima del año 2014 se establecerá el producto bota usada sin lavar a utilizar, consumir, comprar además el inventario final a mantener en stock, para evitar la ruptura del stock.

El IIMP inventario inicial de materia prima será para el año 2014 de 54647 Kilos según el balance presentado al 31 de diciembre de 2014.

3.2.2.1. Presupuesto de consumo de materiales

Al consumo de materia prima a utilizar para el año 2014 se estimará en base a la siguiente formula:

$$\text{Consumo M P} = \text{Unid. producir} \times \text{cantidad de material requerido}$$

Donde las unidades a producir serán las establecidas en el punto en el punto anterior (unidades a producir) y la cantidad de material requerido es igual al 1.30 por kilos, este valor es obtenido del máximo porcentaje que se tiene por mermas en el proceso productivo según la administración.

$$\text{Consumo M P} = 576333 \times 1.30$$

$$\text{Consumo M P} = 576333 \times 1.30$$

$$\text{Consumo M P} = 749\ 233 \text{ Kilos}$$

El total de kilos de recuperado de bota usada sin lavar a consumir será de 749233 kilos para el año 2014.

3.2.2.2 Determinación Presupuesto de Inventario final de materia prima

Para determinar las unidades de inventario final, se establecerá según la rotación del inventario de materia prima:

Aplicaremos

$$\text{IFMP} = \frac{\text{Unidades necesarias para la producción}}{\text{Rotación de inventario de materia prima}}$$

$$\text{Rotación de inventario de materia prima} = \frac{\text{Número de días del año}}{\text{Duración del proceso compras (días)}}$$

De acuerdo a los datos obtenidos por la administración aproximadamente cada

12 días demora llegar el inventario desde el pedido hasta que llega a las bodegas.

$$\text{Rotación de inventario de materia prima} = \frac{360}{12}$$

$$\text{Rotación de inventario de materia prima} = 30$$

$$\text{IFMP} = \frac{749232,90}{30}$$

$$\text{IFMP} = 24974$$

Aplicando la siguiente cédula encontraremos:

Unidades requeridas: de la materia prima para la producción de un kilo de producto terminado es de 1,30 kilos.

Cédula No. 4
SEREMPLA S.A.
Componentes de Materia Prima
Año 2014

PRODUCTO	COMPONENTES	CANTIDAD A PRODUCIR	MATERIA PRIMA		TIEMPO DE REPOSICIÓN (días)	REQUERIMIENTO TOTAL DE MATERIA PRIMA	ROTACION	IFMP
			Unidad	Req. Uni.				
BOTA LAVADA	Recuperado bota usada sin lavar	576.333	Kilo	1,30	12	749233	30	24974
TOTAL		576.333				749233		24974

El inventario final de materias primas deberá ser de 24974 kilos, para evitar la ruptura del stock.

3.2.2.3 Presupuesto de compra de materia prima

Una vez determinada la cantidad a consumir de materia prima, así como la cantidad de inventario ideal final de materia prima se procede a determinar la cantidad a adquirir.

Cédula No. 5
SEREMPLA S.A.
Requerimiento total de Materia Prima
Año 2014

MATERIA PRIMA	DISPONIBLE AL EMPEZAR			APROVISIONAMIENTO					COMPRAS		
	IMP 2013	VALOR U.	VALOR T.	IMP 2014	REQUER. MPD	NECESIDAD TOTAL	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL COMPRA
Recuperado de botas	54650	\$ 0,6650	\$ 36.342,25	24974	749233	774207,33	\$ 0,67	\$ 518.718,91	719557	\$ 0,67	\$ 482.103,41
TOTAL		\$ 36.342,25				774207,33		\$ 518.718,91			\$ 482.103,41

Unidades a consumir	749.233
+ unidades en inventario final de materia prima	24974
<hr/>	
= unidades necesarias	774207
- unidades de inventario inicial	54650
<hr/>	
= unidades a comprar	719557
x valor de compra de materia prima presupuestada	\$ 0,67
<hr/>	
= valor total de compra de materia prima	\$ 482.103,41

Para determinar el número de kilos a comprar mensualmente utilizaremos el método de ajuste mensual para determinar las compras de materia prima

CÁLCULO DE % DE DISTRIBUCIÓN DE LAS COMPRAS

MES	CANTIDAD	%
Enero	51333	0,09
Febrero	45000	0,08
Marzo	45000	0,08
Abril	45000	0,08
Mayo	45000	0,08
Junio	45000	0,08
Julio	50000	0,09
Agosto	50000	0,09
Septiembre	50000	0,09
Octubre	50000	0,09
Noviembre	50000	0,09
Diciembre	50000	0,09
PROD. TOTAL	576333	1,00

Tabla N° 63

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Cédula No. 6
SEREMPLA S.A.
Cuadro de distribución de compras totales
Año 2014

Producto: Botas lavadas

MES	%	RECUPERADO DE BOTAS			TOTAL DE COMPRAS
		CANTIDAD	P. UNITARIO	P.TOTAL	
Enero	9%	64090	0,67	42.940,13	42.940,13
Febrero	8%	56183	0,67	37.642,57	37.642,57
Marzo	8%	56183	0,67	37.642,57	37.642,57
Abril	8%	56183	0,67	37.642,57	37.642,57
Mayo	8%	56183	0,67	37.642,57	37.642,57
Junio	8%	56183	0,67	37.642,57	37.642,57
Julio	9%	62425	0,67	41.825,07	41.825,07
Agosto	9%	62425	0,67	41.825,07	41.825,07
Septiembre	9%	62425	0,67	41.825,07	41.825,07
Octubre	9%	62425	0,67	41.825,07	41.825,07
Noviembre	9%	62425	0,67	41.825,07	41.825,07
Diciembre	9%	62425	0,67	41.825,07	41.825,07
TOTALES	1,00	719557		482.103,41	482.103,41

3.2.2.4 Presupuesto de costo de la materia prima

El presupuesto de costo de materia prima se valorará a través del costo promedio ponderado, este valor representa el costo de la materia prima que ciertamente se utilizará en la producción de la bota lavada.

Aplicando el siguiente formato así:

Inventario Inicial Materia Prima	\$ 36.361,80
+ Compras	<u>\$ 482.103,41</u>
= Materia Prima Disponible	\$ 518.465,21
- Inventario Final de Mat. Prima	<u>\$ (16.732,87)</u>
= Materia Prima Utilizada	<u>\$ 501.732,34</u>

El costo de materia prima será de \$ 501 732.34 dólares.

3.2.3. Mano de obra directa.

La empresa cuenta con seis obreros que laboran directamente con la producción del lavado de bota usada. Dentro de este rubro se tomará en cuenta los costos de los operarios de la fábrica, todos los costos que implican

los beneficios sociales, incluyendo bonos por cumplimiento de estándares.

Se debe considerar que el proceso de producción tiene dos fases, la primera es la clasificación del material de PVC así como la separación del material valido, que cumpla con los estándares requeridos por los clientes, como segundo la trituración del material, lavado de bota, y por ultimo secado y almacenamiento para la posterior entrega.

Luego de la observación debida se establece lo siguiente por persona:

PROCESO	KILOS	TIEMPO EN HORAS
Clasificado	600 kilos	8 horas diarias
Lavado	1300 kilos	8 horas diarias

Tabla N° 64

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Estos datos como base para la realización del presupuesto de producción bel sueldo de cada uno de los operarios es el básico más el bono de \$50 por cumplimiento de estándares. Más todos los beneficios de ley.

3.2.3.1 Desembolso por pagos Mano de obra directa

Meses	Desembolso mensual	Desembolso ocasional	Total mensual
Enero	2.821,69	1.171,02	3.992,71
Febrero	2.821,69		2.821,69
Marzo	2.821,69		2.821,69
Abril	2.821,69		2.821,69
Mayo	2.821,69		2.821,69
Junio	2.821,69		2.821,69
Julio	2.821,69		2.821,69
Agosto	2.821,69	2.040,00	4.861,69
Septiembre	2.821,69		2.821,69
Octubre	2.821,69		2.821,69
Noviembre	2.821,69		2.821,69
Diciembre	2.821,69	2.342,04	5.163,73
TOTAL	33.860,28	5.553,06	39.413,34

Tabla N° 67

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

3.2.3.2. Según lo establecido en el rol del personal proyectado para el año 2014 así:

**Cédula No. 7
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Mano de Obra Directa
Año 2014**

Producto: Botas lavadas

T	CARGO	SUELDO	BONO	T.INGRESOS	A. IESS	ANT	A PAGAR	0,11	0,01	XIII.S.	XIV.S.	F.R.	VACAC.	TOTAL	COSTO
MO	AUXILIAR DE SERVICIOS EN GENERAL	340,34	50,00	390,34	36,89		353,45	43,52	3,90	32,53	28,33	32,52	16,26	157,07	547,41
MO	AUXILIAR DE SERVICIOS EN GENERAL	340,34	50,00	390,34	36,89		353,45	43,52	3,90	32,53	28,33	32,52	16,26	157,07	547,41
MO	AUXILIAR DE SERVICIOS EN GENERAL	340,34	50,00	390,34	36,89		353,45	43,52	3,90	32,53	28,33	32,52	16,26	157,07	547,41
MO	AUXILIAR DE SERVICIOS EN GENERAL	340,34	50,00	390,34	36,89		353,45	43,52	3,90	32,53	28,33	32,52	16,26	157,07	547,41
MO	AUXILIAR DE SERVICIOS EN GENERAL	340,34	50,00	390,34	36,89		353,45	43,52	3,90	32,53	28,33	32,52	16,26	157,07	547,41
MO	AUXILIAR DE SERVICIOS EN GENERAL	340,34	50,00	390,34	36,89		353,45	43,52	3,90	32,53	28,33	32,52	16,26	157,07	547,41
Presupuesto mensual		2.042,04	300,00	2.342,04	221,32	-	2.120,72	261,14	23,42	195,17	170,00	195,09	97,59	942,40	3.284,44
Presupuesto anual		24.504,48	3.600,00	28.104,48	2.655,87	-	25.448,61	3.133,65	281,04	2.342,04	2.040,00	2.341,10	1.171,02	11.308,86	39.413,34

3.2.4. Presupuesto de Costos Indirectos de fabricación

Para poder determinar los costos indirectos de fabricación se dividieron los costos fijos y variables. La empresa por cambiar su actividad económica en el año 2013, no cuenta con información histórica de los ejercicios fiscales anteriores, por lo cual la clasificación de los costos será subjetiva según su comportamiento inicial.

COSTOS FIJOS

CUENTA
Mano de obra indirecta
Arriendos
Depreciaciones
Uniformes
Alimentación trabajadores

Tabla N° 66

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

COSTOS VARIABLES

CUENTA
Materia prima indirecta
Suministros y Materiales
Gastos de viaje
Servicios de alquiler de camión sin chofer
Otros bienes de producción
Estibadores
Implementos de seguridad

Tabla N° 67

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

El incremento para los gastos variables se calculará en base al valor de inflación que existió en el año anterior, además a continuación se obtiene de

los cálculos:

Cantidad producida 2013 113735 kilos producidos en 4 meses

Cantidad a producir 2014 576.333 kilos anuales

$$\text{Porcentaje de incremento} = \frac{576\,333}{113\,735} \times 100$$

$$\text{Porcentaje de incremento} = 506.7 \%$$

A este valor le sumamos el valor de la inflación para el año 2013. Que según el INEC fue de 2.70% anual.

El porcentaje de incremento sería de 509.4 %.

3.2.4.1 Materia prima indirecta

Dado que la empresa se dedica al reciclado de bota y venta de lavado de bota, la materia prima serán el detergente así como el agua que se utiliza para el lavado de las botas.

*Cédula No. 8
SEREMPLA S.A.
Componentes de la Materia prima indirecta
Año 2014*

Producto: Botas lavadas

PRODUCTO	COMPONENTES	CANTIDAD A PRODUCIR	MATERIA PRIMA		REQUERIMIENTO TOTAL DE MATERIA PRIMA	Precio Unitario	TOTAL ANUAL	VALOR MENSUAL
			UNIDAD	REQ. UNIT.				
Bota lavada	Detergente	576.333	Kilos	0,001286	741	1,95	1.444,95	120,41
	Agua de Tanquero	576.333	Metro Cubico	0,000379	219	12,00	2.624,13	218,68
	TOTAL	576333					4.069,08	339,09

El valor total a pagar anual por materias primas indirectas es igual a \$4069.08

3.2.4.2 Mano de Obra Indirecta

La empresa Serempla S.A. como mano de obra indirecta tiene al supervisor o líder del área productiva. Por lo cual podemos indicar el siguiente cuadro.

Cédula No. 9

SEREMPLA S.A.

Presupuesto de remuneraciones Mano de Obra Indirecta

Año 2014

Producto: Botas lavadas

PRESUPUESTO DE REMUNERACIONES MANO DE OBRA INDIRECTA														
T	CARGO	SUELDO	BONO	F.INGRESOS	A. IESS	A PAGAR	11,15%	1,00%	XIII.S.	XIV.S.	F.R.	VACAC.	TOTAL	COSTO
MIO	SUPERVISOR	340,34	250,00	590,34	55,79	534,55	65,82	5,90	49,20	28,33	49,18	24,60	223,03	813,37
MENSUAL		340,34	250,00	590,34	55,79	534,55	65,82	5,90	49,20	28,33	49,18	24,60	223,03	813,37
ANUAL		4.084,08	3.000,00	7.084,08	669,45	6.414,63	789,87	70,84	590,34	340,00	196,70	295,17	2.676,33	9.760,41

Resumen de pago de mano obra indirecta

MESES	Desembolso mensual	Desembolso ocasional	Total mensual
Enero	711,24	\$ 295,17	1.006,41
Febrero	711,24		711,24
Marzo	711,24		711,24
Abril	711,24		711,24
Mayo	711,24		711,24
Junio	711,24		711,24
Julio	711,24		711,24
Agosto	711,24	\$ 340,00	1.051,24
Septiembre	711,24		711,24
Octubre	711,24		711,24
Noviembre	711,24		711,24
Diciembre	711,24	\$ 590,34	1.301,58
Total	8.534,90	1.225,51	9.760,41

Tabla N° 68

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

3.2.4.3 Presupuestos de Otros costos indirectos de fabricación

- Presupuesto de transporte de bota

Según lo acordado con los proveedores de transporte se pagara el 0,0125 por kilo transportado.

Cédula No. 10
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Transporte de bota lavada
Año 2014

Producto: Botas lavadas

MESES	COMPRA DE MPD	COSTO POR KILO TRANSP.	DESEMBOLSO MENSUAL
Enero	56.875,15	0,0125	\$ 710,94
Febrero	56.875,15	0,0125	\$ 710,94
Marzo	56.875,15	0,0125	\$ 710,94
Abril	56.875,15	0,0125	\$ 710,94
Mayo	56.875,15	0,0125	\$ 710,94
Junio	56.875,15	0,0125	\$ 710,94
Julio	63.194,61	0,0125	\$ 789,93
Agosto	63.194,61	0,0125	\$ 789,93
Septiembre	63.194,61	0,0125	\$ 789,93
Octubre	63.194,61	0,0125	\$ 789,93
Noviembre	63.194,61	0,0125	\$ 789,93
Diciembre	63.194,61	0,0125	\$ 789,93
TOTAL	720.418,52		\$ 9.005,23

- Presupuesto de depreciaciones

Las depreciaciones aunque no son erogaciones de dinero, se consideran costos que de manera pertinente se calcularan a continuación:

Cuadro de depreciación:

SEREMPLA
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS 2013

DESCRIPCION	FECHA COMPRA	COSTO TOTAL	Dep 33,33%	Dep. 5%	Dep. 10%	Dep Acum. 2013	Total	Valor en Libros
MAQUINARIA Y EQUIPOS								
MAQUINARIA Y EQUIPOS	01/01/2013	7.000,00			7.000,00	-	-	7.000,00
CIZALLA CORTE BOTA	30/08/2013	600,00			5,00	25,00	25,00	575,00
MOLINO GT01	30/08/2013	18.874,29			157,29	786,43	786,43	18.087,86
BANDA TRANSPORTADORA	30/08/2013	500,00			4,17	20,83	20,83	479,17
TOTAL		26.974,29	-	-	7.166,45	832,26	832,26	26.142,03
EQUIPO DE COMPUTACION								
Equipo de Computación Servidor	06/02/2013	1.130,00	33,90	-	-	400,06	400,06	729,94
Equipo de Computación Computador portatil	07/05/2013	775,00	23,25	-	-	203,85	203,85	571,15
TOTAL		1.905,00	57,16	-	-	603,91	603,91	1.301,09
TOTAL ACTIVOS FIJOS		28.879,29	57,16	-	7.166,45	1.436,17	1.436,17	27.443,12

Tabla N° 69

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Presupuesto estimado:

Cédula No. 11
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de depreciación de Activos Fijos
Año 2014
Producto: Botas lavadas

MAQUINARIA	Valor en libros 2013-12-31	% Dep.	Gasto Dep. 2014	Valor libros Dep. Acum. 2013	Dep. Acum. 2014
MONTACARGA	7.000,00	0%	-	-	-
CIZALLA CORTE BOTA	600,00	10%	60,00	20,00	80,00
MOLINO GT01	18.874,29	10%	1.887,43	629,14	2.516,57
BANDA TRANSPORTADORA	500,00	10%	50,00	16,67	66,67
TOTAL	26974,29		1.997,43	665,81	2.663,24

- **Presupuestos de arriendos**

La empresa con el fin de realizar su actividad económica mantiene arriendos tanto de fábrica como de maquinaria, por lo cual adjuntamos el siguiente

Los valores no variaran debido al convenio que existe con los proveedores para dos años; los servicios básicos se pagan incluidos en el arriendo de la fábrica por lo que no se consideró un presupuesto de servicios básicos.

Cédula No. 12
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Arrendamientos
Año 2014
Producto: Botas lavadas

SERVICIO DE ARRENDAMIENTO	GASTOS REALES MENSUALES 2013	COEFIC. INCREM./ DISMIN.	PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
Arriendo de Fabrica	1.500,00	1,00	1.500,00	18.000,00
Arrendamiento maquinaria	204,85	1,00	204,85	2.458,20
TOTAL	1.704,85		1.704,85	20.458,20

- **Presupuesto de Mantenimientos de Maquinaria**

De acuerdo a las especificaciones de la maquinaria esta requiere mensualmente mantenimientos que permitan su correcto funcionamiento, y así evitar cualquier corte en la producción de la empresa y por lo tanto la correcta y oportuna entrega de los pedidos a los clientes.

Cédula No. 13
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de mantenimiento de maquinaria
Año 2014

Producto: Botas lavadas

CUENTAS	GASTOS REALES MENSUALES 2013	INCREMENTO PROYECTADO	PRESUP. MENSUAL 2014	PRESUPUES TO ANUAL 2014
Combustibles- Lubricantes	90,36	509,4%	460,32	5.523,89
Repuestos	45,95	509,4%	234,08	2.809,01
Mantenimiento General	100,00	509,4%	509,43	6.113,20
TOTAL	236,31		1.203,84	14.446,10

- **Presupuesto de Otros costos de fabricación**

Este presupuesto incluye suministros y materiales, gastos de viaje, servicios de alquiler de camión, otros bienes de producción, además de estibadores estos valores son variables, de acuerdo a la producción, por lo cual se estimó el valor de incremento, de acuerdo a la cantidad de kilos presupuestados a producir en el año 2014 para la cantidad de kilos producidos el año anterior (2013).

Cédula No. 14
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de varios costos
Año 2014

Producto: Botas lavadas

CUENTAS	GASTOS REALES MENSUALES 2013	INCREMENTO PROYECTADO	PRESUP. MENSUAL 2014	PRESUP. ANUAL 2014
Suministros y Materiales	80,00	509%	407,55	4.890,56
Gastos de viaje	125,50	509%	639,34	7.672,06
Servicios de alquiler de camion	60,00	509%	305,66	3.667,92
Otros bienes de producción	70,03	509%	356,76	4.281,07
Estibadores	69,50	509%	354,06	4.248,67
TOTAL	405,03		2.063,36	24.760,29

- **Presupuestos de Otros costos de personal**

Dentro de los costos del personal tenemos uniformes, implementos de seguridad, alimentación de los trabajadores.

En el caso de los implementos de seguridad y uniformes se adquieren una vez al año, el precio de los valores del año anterior.

Alimentación del personal de los trabajadores se estimará de acuerdo al del año anterior.

Cédula No. 15
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de adicionales trabajadores
Año 2014
Producto: Botas lavadas

CUENTAS	GASTOS REALES MENSUALES 2013	INCREMENTO PROYECTADO	PRESUP. MENSUAL 2014	PRESUPUES TO ANUAL 2014
Implementos de seguridad	341,65	102,92%	351,63	351,63
Uniformes	800,00	102,92%	823,36	823,36
Alimentacion trabajadores	289,51	102,92%	297,96	3.575,56
TOTAL	1.431,16		1.472,95	4.750,55

Una vez establecidos los costos de ventas para la elaboración del producto a través de los tres elementos del costo, y su respectiva proyección para cada caso específico.

3.2.4.4 Estado de Costos de Producción

A continuación se muestra el estado de costos de producción:

SEREMPLA S. A. COSTO DE PRODUCCIÓN AÑO 2014

Inventario Inicial Materia Prima		\$ 36.361,80
+ Compras		\$ 482.103,41
= Materia Prima Disponible		\$ 518.465,21
- Inventario Final de Mat. Prima		\$ (16.732,87)
= Materia Prima Utilizada		\$ 501.732,34
+MOD		\$ 39.413,34
= Costo Primo		\$ 541.145,68
+ CIF		\$ 86.778,32
Materia Prima Indirecta	\$ 4.069,08	
MOI	\$ 9.760,41	
Transporte	\$ 8.994,47	
Depreciación	\$ 1.997,43	
Arrendamientos	\$ 18.000,00	
Mantenimiento maquinaria	\$ 14.446,10	
Otros costos trabajadores	\$ 4.750,55	
Otros Costos indirectos	\$ 24.760,29	
COSTO DE PRODUCCIÓN		\$ 627.924,00

Con el costo de producción podemos establecer el costo unitario de producto de esta manera:

INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS TERMINADOS

PRODUCTO	COSTO PRODUCCIÓN 2014	CANTIDAD A PRODUCIR 2014	COSTO UNITARIO	IPT 2014	INVENTARIO FINAL 2014
Botas lavadas	\$ 627.924,00	576.333	1,089515954	6.333	\$ 6.899,90
TOTAL	\$ 627.924,00	576.333	1,089515954	6.333	\$ 6.899,90

Tabla N° 70
Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

El costo unitario sería de 1.0712 por kilo de recuperado de bota usada lavada, y el inventario final de producto terminado será de \$6784.24.

El porcentaje de utilidad por el producto de recuperado de bota usada lavada será de 8.5%, considerando el precio de venta que se acordado previamente con el cliente.

Porcentaje de utilidad venta de botas lavadas
AÑO 2014

Detalle	Botas lavadas
Costo de Productos Terminados	621.024,09
Cantidad a producir 2014	576333
Costo Unitario de Productos Terminados	1,078
Precio de venta fijado por los clientes	1,200
Diferencia	0,122
Porcentaje de utilidad	11,4%

Tabla N° 71

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

3.2.4.5 Punto de equilibrio

Se procede a establecer la división de los costos en fijos y variables con el fin de establecer el punto de equilibrio.

Costos fijos dentro de la fabricación se muestran a continuación:

SEREMPLA S.A.
COSTOS FIJOS

CUENTA	VALOR
Mano de Obra	\$ 49.173,75
Arriendos	\$ 1.704,85
Depreciaciones	\$ 1.997,43
Uniformes	\$ 823,36
Alimentacion trabajadores	\$ 3.575,56
TOTAL	\$ 57.274,95

Tabla N° 72

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

El punto de equilibrio es aquel donde los Ingresos totales se igualan a los Costes totales, vendiendo por encima de dicho punto se obtienen beneficios y vendiendo por debajo se obtienen pérdidas.

DATOS

Precio Venta	1,20
Coste Unitario	1,08
Gastos Fijos Mes	4.747
Pto. Equilibrio	38.977
\$ Ventas Equilibrio	46.772

Tabla N° 73

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

Según este cuadro se puede concluir que la cantidad de equilibrio para la producción de la empresa mensual es de 52.439 kilos de bota de esta manera no tendremos una pérdida operativa en la fabricación.

INFORMACION	P.E.
Q Ventas	38.977
\$ Ventas	\$ 46.771,81
Costo Variable	\$ 41.998,90
Costo Fijo	\$ 4.772,91
Costo Total	\$ 46.771,81
Beneficio	\$ -

Tabla N° 74

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

A continuación se muestra el grafico donde se representa los principales valores a considerarse para la evaluación del punto de equilibrio.

Gráfico punto de equilibrio

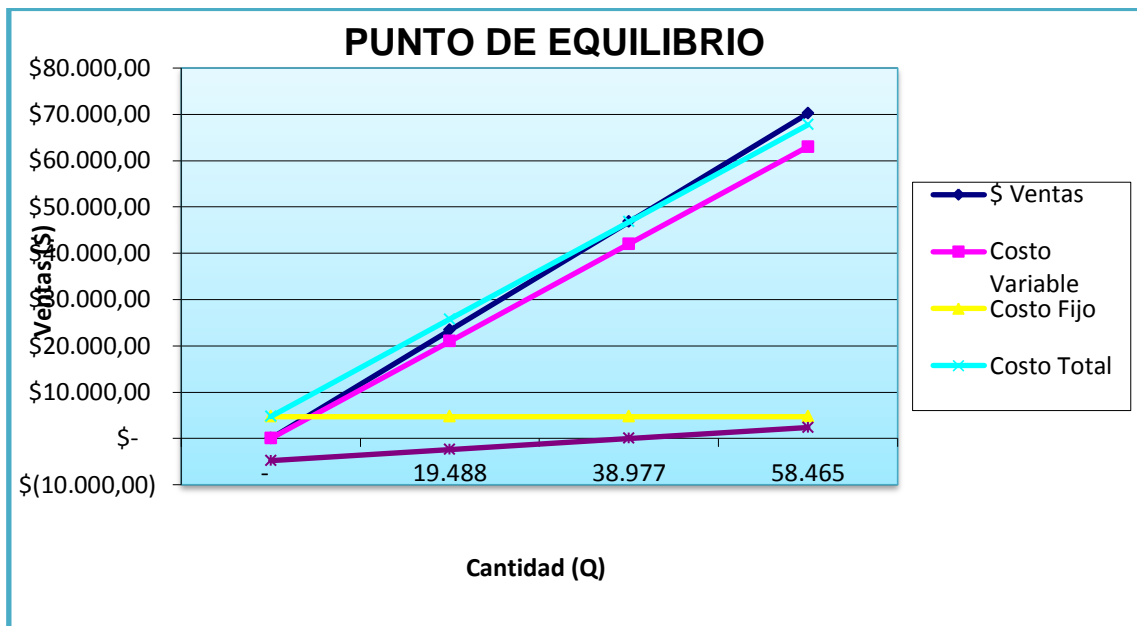


Gráfico N° 48

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

3.2.5. Costo de ventas de productos no fabricados

La empresa Serempla S. A. también obtiene ingresos por las ventas de los desperdicios las mismas que pertenecen a los clientes, y que como forma adicional se venden, consideradas en un 37% del ingreso total.

Los costos de ventas de los mismos son de un 60% de total de ventas de este producto según lo acordado con los proveedores. Así tenemos el presupuesto de costo de ventas para productos no fabricados.

Además no se mantiene un inventario inicial ni final, debido a que solo nos facturan los que se vende debido a la naturaleza del producto.

Cédula No. 16
SEREMPLA S.A.
Costo de ventas proyectado
Desperdicios
año 2014

MESES	Productos reciclados	VALOR UNITARIO PROMEDIO		TOTAL COSTO DÓLARES
	Unidades	Precio de venta	Costo de ventas	
Enero	6.000	\$ 2,34	\$ 1,40	\$ 8.424,00
Febrero	5.500	\$ 2,34	\$ 1,40	\$ 7.722,00
Marzo	6.000	\$ 2,34	\$ 1,40	\$ 8.424,00
Abril	5.500	\$ 2,34	\$ 1,40	\$ 7.722,00
Mayo	6.000	\$ 2,34	\$ 1,40	\$ 8.424,00
Junio	5.500	\$ 2,34	\$ 1,40	\$ 7.722,00
Julio	6.000	\$ 2,34	\$ 1,40	\$ 8.424,00
Agosto	5.500	\$ 2,34	\$ 1,40	\$ 7.722,00
Septiembre	6.000	\$ 2,34	\$ 1,40	\$ 8.424,00
Octubre	5.500	\$ 2,34	\$ 1,40	\$ 7.722,00
Noviembre	6.000	\$ 2,34	\$ 1,40	\$ 8.424,00
Diciembre	5.500	\$ 2,34	\$ 1,40	\$ 7.722,00
TOTAL	69.000	\$ 2,34	\$ 1,40	\$ 96.876,00

3.3. Presupuesto de gastos administrativos

Una vez determinados los costos de venta. Se revisaran los gastos operacionales que también influyen en el resultado del ejercicio contable.

Este presupuesto está basado en:

- Presupuesto de remuneraciones
- Presupuesto de servicios básicos
- Presupuesto de suministros varios
- Presupuesto de depreciación
- Presupuesto de arrendamientos
- Presupuesto de honorarios

3.3.1. Presupuesto de remuneraciones

La empresa cuenta con tres personas en el área administrativa los cuales, no cuentan con bonos, además de reciben todos los derechos de ley.

Así tenemos el presupuesto:

Cédula No. 17
SEREMPLA S.A.

Presupuesto de remuneraciones del Personal Administrativo

Año 2014

T	SUELDO	T.INGRESOS	A. IESS	A PAGAR	11,15%	1,00%	XIII.S.	F.R.	VACAC.	TOTAL	COSTO
A	347,45	347,45	32,83	314,62	38,74	3,47	28,95	28,94	14,48	142,92	490,37
A	352,85	352,85	33,34	319,51	39,34	3,53	29,40	29,39	14,70	144,70	497,55
A	600,00	600,00	56,70	543,30	66,90	6,00	50,00	49,98	25,00	226,21	826,21
TOTAL MENSUAL	1.300,30	1.300,30	122,88	1.177,42	144,98	13,00	108,36	108,31	54,18	513,84	1.814,14
TOTAL ANUAL	15.603,60	15.603,60	1.474,54	14.129,06	1.739,80	156,04	1.300,30	1.299,78	650,15	6.166,07	21.769,67

Desembolsos mensuales del gasto remuneraciones

Resumen de desembolsos Remuneraciones administrativos

Meses	Desembolso mensual	Desembolso ocasional
Enero	1.566,60	\$ 650,15
Febrero	1.566,60	
Marzo	1.566,60	
Abril	1.566,60	
Mayo	1.566,60	
Junio	1.566,60	
Julio	1.566,60	
Agosto	1.566,60	\$ 1.020,00
Septiembre	1.566,60	
Octubre	1.566,60	
Noviembre	1.566,60	
Diciembre	1.566,60	\$ 1.300,30
TOTAL	18.799,22	2.970,45

Tabla N° 75

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

3.3.2. Presupuesto de Servicios Básicos

Para determinar el presupuesto de Servicios Básicos, se tiene un convenio con Conecel por concepto de telecomunicaciones, al ser un contrato establecido como postpago el valor no varía.

Cédula No. 18
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Servicios Básicos
Año 2014

SERVICIO	GASTOS REALES MENSUALES 2013	INCREMENTO	PRESUPUESTO MENSUAL 2014	PRESUPUESTO ANUAL 2014
TELECOMUNICACIONES	70,00	1,00	70,00	840,00
TOTAL	70,00		70,00	840,00

3.3.3. Presupuesto de Suministros varios administración

Los gastos se establecen en base a los datos del año anterior, el presupuesto para este año. Al no tener la información necesaria para proyectar los costos por suministros, se utilizarán los datos proyectados por la gerencia.

Cédula No. 19
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Suministros varios Administración
Año 2014

CONCEPTO	GASTOS REALES MENSUALES 2013	INCREMENTO	PRESUP. MENSUAL 2014	PRESUPUESTO ANUAL 2014
Hojas de papel Bond	5,00	1,027	5,14	61,62
Suministros varios	20,00	1,027	20,54	246,48
Tintas impresora	21,00	1,027	21,57	258,80
Varios	100,00	1,027	102,70	1.232,40
TOTAL:	146,00		149,94	1.799,30

3.3.4. Presupuesto de depreciación de equipos de computación

Para el presente presupuesto se toma como base los porcentajes de depreciación que se aplica según la normativa vigente de la administración tributaria.

Cédula No. 20
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Depreciación de Equipos
Año 2014

CONCEPTO	Val. Libros 2013-12-31	% Depreciación	Gasto Dep. 2014	Val. Libros Dep.Acum. 2013	Dep. Acum. 2014
Equipo de Computación Servidor	1.130,00	33%	372,90	400,06	772,96
Equipo de Computación Computador portatil	775,00	33%	258,31	203,85	462,15
TOTAL	1.905,00		631,21	603,91	1.235,11

3.3.5. Presupuesto de arriendos

La empresa Serempla S. A. arrienda sus oficinas por un único valor donde se incluye el pago de Agua y Luz, por lo que o se incluyen en otros presupuestos. Este valor está en el contrato que es para dos años.

Cédula No. 21
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de arrendamientos
Año 2014

ARRIENDOS	GASTOS REALES MENSUALES 2013	COEFIC. INCREM./ DISMIN.	PRESUPUESTO MENSUAL 2014	PRESUPUESTO ANUAL
Arriendo de Oficinas (incluye luz-agua)	300,00	1,00	300,00	3.600,00
TOTAL				3.600,00

3.3.6. Presupuesto de honorarios

El presupuesto de honorarios para el caso de la empresa Serempla S.A. se establece de los valores pagados al Gerente General como las asesorías a los auditores, los cuales según la Junta General de socios como el convenio que se tiene con la firma auditora por la asesoría.

Cédula No. 22
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Honorarios
Año 2014

ARRIENDOS	GASTOS REALES MENSUALES 2013	COEFIC. INCREM./ DISMIN.	PRESUPUESTO MENSUAL 2014	PRESUPUESTO ANUAL
Honorarios Gerente	2.000,00	1,00	2.000,00	24.000,00
Honorarios financiero	1.000,00		1.000,00	1.000,00
TOTAL				25.000,00

3.4. Presupuesto de Gastos de Ventas

Los gastos de venta incluyen todos los egresos que se generan con el fin de entregar el producto terminado a los clientes, está compuesto por los siguientes presupuestos:

- *Presupuesto comisión de ventas*
- *Presupuesto de arrendamientos*
- *Presupuesto de mantenimiento de vehículos*
- *Presupuesto de publicidad*

3.4.1. Presupuesto comisión de ventas

La empresa Seremplá S.A. no mantiene personal de venta debido a la forma natural en que se desenvuelve el negocio, sin embargo comisiona por las ventas así tenemos:

Cédula No. 23
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Comisiones por producto vendido
Año 2014
PRODUCTO: BOTAS LAVADAS
2,2% DE COMISIÓN SOBRE TOTAL DE VENTAS

MES	COMISION			
	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL VENTAS	COMISIÓN
ENERO	45.000	1,20	54.000,00	1.188,00
FEBRERO	45.000	1,20	54.000,00	1.188,00
MARZO	45.000	1,20	54.000,00	1.188,00
ABRIL	45.000	1,20	54.000,00	1.188,00
MAYO	45.000	1,20	54.000,00	1.188,00
JUNIO	45.000	1,20	54.000,00	1.188,00
JULIO	50.000	1,20	60.000,00	1.320,00
AGOSTO	50.000	1,20	60.000,00	1.320,00
SEPTIEMBRE	50.000	1,20	60.000,00	1.320,00
OCTUBRE	50.000	1,20	60.000,00	1.320,00
NOVIEMBRE	50.000	1,20	60.000,00	1.320,00
DICIEMBRE	50.000	1,20	60.000,00	1.320,00
TOTALES:	570.000,00		684.000,00	15.048,00

Cédula No. 24
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Comisiones por producto vendido
Año 2014
PRODUCTO: Desperdicios
2,2% DE COMISIÓN SOBRE TOTAL DE VENTAS

MES	COMISION			
	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL VENTAS	COMISIÓN
ENERO	6.000,00	2,34	14.040,00	308,88
FEBRERO	5.500,00	2,34	12.870,00	283,14
MARZO	6.000,00	2,34	14.040,00	308,88
ABRIL	5.500,00	2,34	12.870,00	283,14
MAYO	6.000,00	2,34	14.040,00	308,88
JUNIO	5.500,00	2,34	12.870,00	283,14
JULIO	6.000,00	2,34	14.040,00	308,88
AGOSTO	5.500,00	2,34	12.870,00	283,14
SEPTIEMBRE	6.000,00	2,34	14.040,00	308,88
OCTUBRE	5.500,00	2,34	12.870,00	283,14
NOVIEMBRE	6.000,00	2,34	14.040,00	308,88
DICIEMBRE	5.500,00	2,34	12.870,00	283,14
TOTALES:	69.000,00		161.460,00	3.552,12

3.4.2. Presupuestos de Arrendamientos

La camioneta se utiliza para la entrega de productos. Entre otros temas de ventas. Se tiene convenio con el proveedor de forma que no existe incremento para esta partida presupuestaria.

Cédula No. 25
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Arrendamientos
Año 2014

ARRIENDOS	GASTOS REALES MENSUALES 2013	COEFIC. INCREM./ DISMIN.	PRESUPUESTO MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
Arriendo de camioneta	677,58	1,00	677,58	8.130,96
TOTAL	677,58		677,58	8.130,96

3.4.3. Presupuestos gastos de vehículos

Corresponden a los gastos que se ocasionan con el uso de la camioneta rentada por la empresa, se utiliza como la base para el incremento el porcentaje de inflación debido a que se mantienen los mismos gastos para el año.

Cédula No. 26
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de mantenimiento de vehículos
Año 2014

CONCEPTO	GASTOS REALES MENSUALES 2013	INCREMENTO	PRESUP. MENSUAL 2014	PRESUPUESTO ANUAL 2014
Combustibles	30,00	1,027	30,81	369,72
Mantenimiento General	120,00	1,027	123,24	1.478,88
TOTAL	150,00		154,05	1.848,60

3.4.4. Presupuesto de publicidad

El presupuesto incluye tarjetas de presentación y obsequios clientes.

Cédula No. 27
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Publicidad
Año 2014

CONCEPTO	GASTOS REALES MENSUALES 2013	INCREMENTO	PRESUP. MENSUAL 2014	PRESUPUESTO ANUAL 2014
ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS	20	1,027	20,54	246,48
TOTAL	20		20,54	246,48

3.5. Presupuesto financiero

El presupuesto financiero, evalúa los recursos financieros disponibles a fin de gestionarlos correctamente y afrontar las necesidades de efectivo. Además incluye el balance general.

Donde se detalla los ingresos y egresos de efectivo, ajustando las limitaciones

3.5.1. Pago a proveedores

Las compras de que se realizan a los proveedores, son de contado. Por lo cual se necesita mantener el efectivo suficiente para cumplir con dichas obligaciones.

3.5.2. Cobro de clientes

A fin de considerar los ingresos de efectivo que tendrá la empresa por cobro a clientes, es necesario establecer de forma correcta, los mismo, las ventas de residuos son al contado, mientras la venta de recuperado de bota lavada tiene un plazo de cobro de 30 días.

3.5.3. Presupuesto de Impuestos

De acuerdo a la ley de régimen tributario interno las sociedades son agentes de retención, tanto del impuesto a la renta como de impuesto al valor agregado, por lo tanto es necesario establecer los montos a retener, así como los valores que nos retendrán los clientes.

Serempla S. A.
Datos para impuestos

<i>DETALLE</i>	<i>% retención Imp. Rta</i>	<i>% Retención IVA</i>	<i>% Grava IVA</i>
Presupuesto de ventas	1%	100%	12%
Presupuesto de compra de materia prima	1%	30%	12%
Presupuesto de transporte de bota	1%		0%
Presupuestos de arriendos	2%		12%
Presupuestos de arriendos inmuebles	8%		12%
Presupuestos de arriendos inmuebles PN	8%	100%	12%
Presupuesto de mantenimientos de maquinaria	2%		12%
Costo de ventas de productos no fabricados	1%		12%
Presupuesto de Servicios Básicos	0%		12%
Presupuesto de Suministros varios administración	1%		12%
Presupuesto de honorarios	8%	100%	12%
Presupuesto comisión de ventas	8%	100%	12%
Presupuestos mantenimiento de vehículos	2%		12%
Presupuesto de publicidad	1%		12%

Tabla N° 76

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

3.5.3.1 (Impuesto al valor agregado) IVA Cobrado:

Las ventas que realiza la empresa gravan 12% de IVA, por lo cual se puede calcular los valores cobrados por este concepto.

3.5.3.2 (Impuesto al valor agregado) IVA Pagado:

Las compras estimadas por la empresa Serempla S.A. de compra de materia prima, compra de materia prima indirecta, arriendos, mantenimientos de maquinaria, otros costos de personal, compra de material de desperdicios, servicios básicos, suministros varios administración, honorarios, comisión de ventas, gastos de vehículos, de publicidad.

3.5.3.3 (Impuesto al valor agregado) IVA por pagar

Se establece de la diferencia entre el IVA cobrado y el IVA pagado. El valor debe ser positivo.

3.5.3.4 Crédito tributario (Impuesto al valor agregado) IVA por compras

Se establece de la diferencia entre el IVA cobrado y el IVA pagado. Valor negativo.

3.5.3.5. Retenciones IVA clientes por compras

Nuestros clientes al ser exportadores nos realizan el 100% de retención del IVA.

3.5.3.6. Crédito tributario por retenciones IVA clientes

Cuando las retenciones de clientes de son compensados con el IVA por pagar, este se sigue acumulando en la cuenta de crédito tributario por retenciones IVA clientes, que al ser exportadores nos realizan el 100%.

Cédula No. 28
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de impuestos
Año 2014

MESES	VENTAS	IVA VENTAS	COMPRAS	IVA COMPRAS	IVA POR PAGAR	CRED. TRIBUTARIO COMPRAS	CRED. TRIBUTARIO O ACUM. COMPRAS	RET. IVA CLIENTES	CRED. TRIBUTARIO RET CLIENTES	CRED. TRIBUTARIOS ACUM.
							\$ 4.168,13			\$ 25.836,23
ENERO	\$ 67.443,30	\$ 8.093,20	\$ 63.798,53	\$ 7.655,82	\$ 437,38	\$ 437,38	\$ 3.730,75	\$ 6.480,00	\$ -	\$ 32.316,23
FEBRERO	\$ 67.443,30	\$ 8.093,20	\$ 57.773,23	\$ 6.932,79	\$ 1.160,41	\$ 1.160,41	\$ 2.570,34	\$ 6.480,00	\$ -	\$ 38.796,23
MARZO	\$ 67.443,30	\$ 8.093,20	\$ 58.500,97	\$ 7.020,12	\$ 1.073,08	\$ 1.073,08	\$ 1.497,26	\$ 6.480,00	\$ -	\$ 45.276,23
ABRIL	\$ 67.443,30	\$ 8.093,20	\$ 57.773,23	\$ 6.932,79	\$ 1.160,41	\$ 1.160,41	\$ 336,85	\$ 6.480,00	\$ -	\$ 51.756,23
MAYO	\$ 67.443,30	\$ 8.093,20	\$ 58.500,97	\$ 7.020,12	\$ 1.073,08	\$ 336,85	\$ -	\$ 6.480,00	\$ 736,23	\$ 57.500,00
JUNIO	\$ 67.443,30	\$ 8.093,20	\$ 57.773,23	\$ 6.932,79	\$ 1.160,41	\$ -	\$ -	\$ 6.480,00	\$ 1.160,41	\$ 62.819,58
JULIO	\$ 73.443,30	\$ 8.813,20	\$ 62.815,48	\$ 7.537,86	\$ 1.275,34	\$ -	\$ -	\$ 7.200,00	\$ 1.275,34	\$ 68.744,24
AGOSTO	\$ 73.443,30	\$ 8.813,20	\$ 62.087,74	\$ 7.450,53	\$ 1.362,67	\$ -	\$ -	\$ 7.200,00	\$ 1.362,67	\$ 74.581,57
SEPTIEMBRE	\$ 73.443,30	\$ 8.813,20	\$ 62.815,48	\$ 7.537,86	\$ 1.275,34	\$ -	\$ -	\$ 7.200,00	\$ 1.275,34	\$ 80.506,23
OCTUBRE	\$ 73.443,30	\$ 8.813,20	\$ 62.087,74	\$ 7.450,53	\$ 1.362,67	\$ -	\$ -	\$ 7.200,00	\$ 1.362,67	\$ 86.343,56
NOVIEMBRE	\$ 73.443,30	\$ 8.813,20	\$ 62.815,48	\$ 7.537,86	\$ 1.275,34	\$ -	\$ -	\$ 7.200,00	\$ 1.275,34	\$ 92.268,21
DICIEMBRE	\$ 73.443,30	\$ 8.813,20	\$ 62.087,74	\$ 7.450,53	\$ 1.362,67	\$ -	\$ -	\$ 7.200,00	\$ 1.362,67	\$ 98.105,54
TOTAL	\$ 845.319,60	\$ 101.438,40	\$ 728.829,81	\$ 87.459,58	\$ 13.978,82	\$ 4.168,13	\$ 8.135,20	\$ 82.080,00	\$ 9.810,69	

3.5.4. Presupuesto retenciones clientes

Nuestros clientes principales son exportadores, además de sociedades, por lo cual la retención es del 1% en bienes y el 100% del IVA por retenciones según la tabla que se adjunta en los anexos

Cédula No. 29
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de retenciones clientes
Año 2014

MESES	VENTAS SOCIEDADES	IVA VENTAS	TOTAL FACTURA	1%RET. RENTA	RET. IVA CLIENTES	TOTAL RETENCION	VALOR A COBRAR
ENERO	\$ 54.000,00	\$ 6.480,00	\$ 60.480,00	\$ 540,00	\$ 6.480,00	\$ 7.020,00	\$ 53.460,00
FEBRERO	\$ 54.000,00	\$ 6.480,00	\$ 60.480,00	\$ 540,00	\$ 6.480,00	\$ 7.020,00	\$ 53.460,00
MARZO	\$ 54.000,00	\$ 6.480,00	\$ 60.480,00	\$ 540,00	\$ 6.480,00	\$ 7.020,00	\$ 53.460,00
ABRIL	\$ 54.000,00	\$ 6.480,00	\$ 60.480,00	\$ 540,00	\$ 6.480,00	\$ 7.020,00	\$ 53.460,00
MAYO	\$ 54.000,00	\$ 6.480,00	\$ 60.480,00	\$ 540,00	\$ 6.480,00	\$ 7.020,00	\$ 53.460,00
JUNIO	\$ 54.000,00	\$ 6.480,00	\$ 60.480,00	\$ 540,00	\$ 6.480,00	\$ 7.020,00	\$ 53.460,00
JULIO	\$ 60.000,00	\$ 7.200,00	\$ 67.200,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 7.800,00	\$ 59.400,00
AGOSTO	\$ 60.000,00	\$ 7.200,00	\$ 67.200,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 7.800,00	\$ 59.400,00
SEPTIEMBRE	\$ 60.000,00	\$ 7.200,00	\$ 67.200,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 7.800,00	\$ 59.400,00
OCTUBRE	\$ 60.000,00	\$ 7.200,00	\$ 67.200,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 7.800,00	\$ 59.400,00
NOVIEMBRE	\$ 60.000,00	\$ 7.200,00	\$ 67.200,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 7.800,00	\$ 59.400,00
DICIEMBRE	\$ 60.000,00	\$ 7.200,00	\$ 67.200,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 7.800,00	\$ 59.400,00
TOTAL	\$ 684.000,00	\$ 82.080,00	\$ 766.080,00	\$ 6.840,00	\$ 82.080,00	\$ 88.920,00	

3.5.5. Presupuesto de retenciones por pagar

3.5.5.1 Retenciones de impuesto a la renta

Se calcularon de acuerdo a los pagos programados en la siguiente cédula

presupuestal

Cédula No. 30
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de retenciones renta por pagar
Año 2014

MESES	BASE IMPONIBLE	1%	BASE IMPONIBLE	2%	BASE IMPONIBLE	8%	BASE IMPONIBLE	10%	TOTAL A PAGAR
ENERO	\$ 54.848,20	\$ 548,48	\$ 3.112,12	\$ 62,24	\$ 5.296,88	\$ 423,75	\$ 83,33	\$ 6,67	\$ 1.041,14
FEBRERO	\$ 48.749,80	\$ 487,50	\$ 3.112,12	\$ 62,24	\$ 5.271,14	\$ 421,69	\$ 83,33	\$ 6,67	\$ 978,10
MARZO	\$ 49.451,80	\$ 494,52	\$ 3.112,12	\$ 62,24	\$ 5.296,88	\$ 423,75	\$ 83,33	\$ 6,67	\$ 987,18
ABRIL	\$ 48.749,80	\$ 487,50	\$ 3.112,12	\$ 62,24	\$ 5.271,14	\$ 421,69	\$ 83,33	\$ 6,67	\$ 978,10
MAYO	\$ 49.451,80	\$ 494,52	\$ 3.112,12	\$ 62,24	\$ 5.296,88	\$ 423,75	\$ 83,33	\$ 6,67	\$ 987,18
JUNIO	\$ 48.749,80	\$ 487,50	\$ 3.112,12	\$ 62,24	\$ 5.271,14	\$ 421,69	\$ 83,33	\$ 6,67	\$ 978,10
JULIO	\$ 53.712,34	\$ 537,12	\$ 3.112,12	\$ 62,24	\$ 5.428,88	\$ 434,31	\$ 83,33	\$ 6,67	\$ 1.040,34
AGOSTO	\$ 53.010,34	\$ 530,10	\$ 3.112,12	\$ 62,24	\$ 5.403,14	\$ 432,25	\$ 83,33	\$ 6,67	\$ 1.031,26
SEPTIEMBRE	\$ 53.712,34	\$ 537,12	\$ 3.112,12	\$ 62,24	\$ 5.428,88	\$ 434,31	\$ 83,33	\$ 6,67	\$ 1.040,34
OCTUBRE	\$ 53.010,34	\$ 530,10	\$ 3.112,12	\$ 62,24	\$ 5.403,14	\$ 432,25	\$ 83,33	\$ 6,67	\$ 1.031,26
NOVIEMBRE	\$ 53.712,34	\$ 537,12	\$ 3.112,12	\$ 62,24	\$ 5.428,88	\$ 434,31	\$ 83,33	\$ 6,67	\$ 1.040,34
DICIEMBRE	\$ 53.010,34	\$ 530,10	\$ 3.112,12	\$ 62,24	\$ 5.403,14	\$ 432,25	\$ 83,33	\$ 6,67	\$ 1.031,26
TOTAL	\$ 620.169,22	\$ 6.201,68	\$ 37.345,46	\$ 746,88	\$ 64.200,12	\$ 5.136,00	\$ 1.000,00	\$ 80,04	\$ 12.164,60

3.5.5.2 Retenciones de Impuesto al valor agregado (IVA) pagar

La mayoría de proveedores son sociedades, sin embargo de las cuales, la mayoría de compras de materia prima, honorarios, y arriendo a personas naturales.

Cédula No. 31
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de retenciones IVA por pagar
Año 2014

MESES	BASE IMPONIBLE	30% IVA	BASE IMPONIBLE	70% IVA	BASE IMPONIBLE	100% IVA	VALOR A PAGAR
ENERO	\$ -	\$ -	\$ 61,13	\$ 42,79	\$ 465,63	\$ 465,63	\$ 508,42
FEBRERO	\$ -	\$ -	\$ 61,13	\$ 42,79	\$ 462,54	\$ 462,54	\$ 505,33
MARZO	\$ -	\$ -	\$ 61,13	\$ 42,79	\$ 465,63	\$ 465,63	\$ 508,42
ABRIL	\$ -	\$ -	\$ 61,13	\$ 42,79	\$ 462,54	\$ 462,54	\$ 505,33
MAYO	\$ -	\$ -	\$ 61,13	\$ 42,79	\$ 465,63	\$ 465,63	\$ 508,42
JUNIO	\$ -	\$ -	\$ 61,13	\$ 42,79	\$ 462,54	\$ 462,54	\$ 505,33
JULIO	\$ -	\$ -	\$ 61,13	\$ 42,79	\$ 481,47	\$ 481,47	\$ 524,26
AGOSTO	\$ -	\$ -	\$ 61,13	\$ 42,79	\$ 478,38	\$ 478,38	\$ 521,17
SEPTIEMBRE	\$ -	\$ -	\$ 61,13	\$ 42,79	\$ 481,47	\$ 481,47	\$ 524,26
OCTUBRE	\$ -	\$ -	\$ 61,13	\$ 42,79	\$ 478,38	\$ 478,38	\$ 521,17
NOVIEMBRE	\$ -	\$ -	\$ 61,13	\$ 42,79	\$ 481,47	\$ 481,47	\$ 524,26
DICIEMBRE	\$ -	\$ -	\$ 61,13	\$ 42,79	\$ 478,38	\$ 478,38	\$ 521,17
TOTAL	\$ -	\$ -	\$ 733,58	\$ 513,48	\$ 5.664,01	\$ 5.664,06	\$ 6.177,54

3.6. Presupuesto de Inversión

De acuerdo a los requerimientos de la empresa Serempla S.A. se han

planteado la adquisición de muebles y enseres, un escritorio y silla para el área administrativa.

Para el área productiva se planteó una compra de maquinaria y mobiliario necesario para cumplir con los pedidos de clientes.

Además se tiene planeado la adquisición de un sistema contable, que permita el ingreso de la información de costos con el fin de mejorar los reportes y por consiguiente las decisiones a tomar.

Cédula No. 32
SEREMPLA S.A.
Presupuesto de Inversiones de Capital
Año 2014

NOMBRE DEL BIEN	Fecha de Adquisición	Valor en Libros	% Dep.	Meses a Depreciar	Gasto Depreciación	DEPARTAMENTO ASIGNADO
Muebles y Enseres	oct-14	1.500,00	10%	3	(37,50)	ADMINIST.
TOTAL:		1.500,00		3	(37,50)	
Mobiliario	jul-14	3.000,00	10%	6	(150,00)	PRODUCCIÓN
Maquinaria	jul-14	10.000,00	10%	6	(500,00)	PRODUCCIÓN
TOTAL:		13.000,00			(650,00)	
Equipo de Cómputo	sep-14	2.000,00	33,33%	4	(222,20)	ADMINIST.
TOTAL:		2.000,00		4	(222,20)	
TOTAL		16.500,00			(909,70)	

3.6.1 Flujo de Caja proyectado

Este presupuesto es básico su importante radica en la gestión del efectivo así la empresa podrá conseguir la financiación de ser necesaria así como también tendrá oportunidad de invertir los fondos que se encuentren en demasía.

Con los datos anteriores se presenta el flujo presupuestal

Flujo presupuestal

Cédula No. 33
SEREMPLA S.A.
Flujo de caja presupuestado
Año 2014

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Saldo Inicial	\$ 29.806,80	\$ 11.685,61	\$ 12.784,61	\$ 13.002,41	\$ 14.047,44	\$ 14.265,24	\$ 15.284,54	\$ 3.532,06	\$ 7.275,16	\$ 11.591,02	\$ 17.234,12	\$ 23.549,98	\$ 29.806,80
ENTRADAS DE EFECTIVO													
Ventas de Contado	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 161.319,60
Cobro a Clientes x ventas a crédito	\$ 44.823,10	\$ 54.000,00	\$ 54.000,00	\$ 54.000,00	\$ 54.000,00	\$ 54.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 674.823,10
IVA Cobrado en ventas	\$ 8.093,20	\$ 8.093,20	\$ 8.093,20	\$ 8.093,20	\$ 8.093,20	\$ 8.093,20	\$ 8.813,20	\$ 8.813,20	\$ 8.813,20	\$ 8.813,20	\$ 8.813,20	\$ 8.813,20	\$ 101.438,40
Rentención de clientes	\$ (7.020,00)	\$ (7.020,00)	\$ (7.020,00)	\$ (7.020,00)	\$ (7.020,00)	\$ (7.020,00)	\$ (7.800,00)	\$ (7.800,00)	\$ (7.800,00)	\$ (7.800,00)	\$ (7.800,00)	\$ (7.800,00)	\$ (88.920,00)
Cobro deudas pendientes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otras cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Entradas de Efectivo:	\$ 59.339,60	\$ 68.516,50	\$ 68.516,50	\$ 68.516,50	\$ 68.516,50	\$ 68.516,50	\$ 74.456,50	\$ 74.456,50	\$ 74.456,50	\$ 74.456,50	\$ 74.456,50	\$ 74.456,50	\$ 848.661,10
SALIDAS DE EFECTIVO													
DE PRODUCCIÓN													
Compra de Materia Prima Directa	\$ 42.940,13	\$ 37.642,57	\$ 37.642,57	\$ 37.642,57	\$ 37.642,57	\$ 37.642,57	\$ 41.825,07	\$ 41.825,07	\$ 41.825,07	\$ 41.825,07	\$ 41.825,07	\$ 41.825,07	\$ 482.103,41
Anticipo Proveedores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (5.000,00)	\$ (5.000,00)	\$ (5.000,00)	\$ (5.000,00)	\$ (5.000,00)	\$ (5.000,00)	\$ (25.000,00)
Compra de Materiales Indirectos	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 4.069,08
Pago de Mano de Obra Directa	\$ 3.992,71	\$ 2.821,69	\$ 2.821,69	\$ 2.821,69	\$ 2.821,69	\$ 2.821,69	\$ 2.821,69	\$ 4.861,69	\$ 2.821,69	\$ 2.821,69	\$ 2.821,69	\$ 2.821,69	\$ 39.413,34
Pago de Mano de Obra Indirecta	\$ 1.006,41	\$ 711,24	\$ 711,24	\$ 711,24	\$ 711,24	\$ 711,24	\$ 711,24	\$ 1.051,24	\$ 711,24	\$ 711,24	\$ 711,24	\$ 711,24	\$ 9.760,41
Pago transporte	\$ 801,12	\$ 702,29	\$ 702,29	\$ 702,29	\$ 702,29	\$ 702,29	\$ 780,32	\$ 780,32	\$ 780,32	\$ 780,32	\$ 780,32	\$ 780,32	\$ 8.994,47
Arrendamientos	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 20.458,20
Mantenimiento de maquinaria	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 14.446,10
Varios Costos indirectos	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 17.675,40
Varios costos empleados	\$ 1.472,95	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 4.750,55
Subtotal Salidas de costos de producción	\$ 54.934,06	\$ 46.896,48	\$ 46.896,48	\$ 46.896,48	\$ 46.896,48	\$ 46.896,48	\$ 51.157,02	\$ 48.537,02	\$ 46.157,02	\$ 46.157,02	\$ 46.157,02	\$ 49.089,40	\$ 576.670,95
COSTO DE VENTAS DE PRODUCTOS NO FABRICADOS													
Costo de ventas	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 96.876,00
Subtotal Salidas Costo de Ventas	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 96.876,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS													
Remuneraciones	\$ 2.216,75	\$ 1.566,60	\$ 1.566,60	\$ 1.566,60	\$ 1.566,60	\$ 1.566,60	\$ 1.566,60	\$ 2.586,60	\$ 1.566,60	\$ 1.566,60	\$ 1.566,60	\$ 2.866,90	\$ 21.769,67
Honorarios	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00
Servicios Básicos	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 840,00
Arrendamientos	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Suministros	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 1.799,30
Subtotal Salidas Gastos Administrativos	\$ 5.736,69	\$ 5.086,54	\$ 5.086,54	\$ 5.086,54	\$ 5.086,54	\$ 5.086,54	\$ 5.086,54	\$ 6.106,54	\$ 5.086,54	\$ 5.086,54	\$ 5.086,54	\$ 6.386,84	\$ 64.008,97
GASTOS DE VENTA													
Comisiones en venta	\$ 1.496,88	\$ 1.471,14	\$ 1.496,88	\$ 1.471,14	\$ 1.496,88	\$ 1.496,88	\$ 1.628,88	\$ 1.603,14	\$ 1.628,88	\$ 1.603,14	\$ 1.628,88	\$ 1.603,14	\$ 18.625,86
Arrendamientos	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 8.130,96
Gastos vehiculos	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 1.848,60
Publicidad	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 246,48
Subtotal Salidas Gastos de Venta	\$ 2.349,05	\$ 2.323,31	\$ 2.349,05	\$ 2.323,31	\$ 2.349,05	\$ 2.349,05	\$ 2.481,05	\$ 2.455,31	\$ 2.481,05	\$ 2.455,31	\$ 2.481,05	\$ 2.455,31	\$ 10.226,04
na pagado	\$ 7.655,82	\$ 6.932,79	\$ 7.020,12	\$ 6.932,79	\$ 7.020,12	\$ 6.932,79	\$ 7.537,86	\$ 7.450,53	\$ 7.537,86	\$ 7.450,53	\$ 7.537,86	\$ 7.450,53	\$ 87.459,58
Retención na por Pagar	\$ (674,55)	\$ (502,48)	\$ (499,39)	\$ (502,48)	\$ (499,39)	\$ (502,48)	\$ (499,39)	\$ (517,66)	\$ (514,57)	\$ (517,66)	\$ (514,57)	\$ (517,66)	\$ (6.262,28)
Retención Impuesto renta por Pagar	\$ (964,28)	\$ (1.041,14)	\$ (978,10)	\$ (987,18)	\$ (978,10)	\$ (987,18)	\$ (978,10)	\$ (1.040,34)	\$ (1.031,26)	\$ (1.040,34)	\$ (1.031,26)	\$ (1.040,34)	\$ (12.097,62)
Impuestos por pagar	\$ 6.016,99	\$ 5.389,17	\$ 5.542,63	\$ 5.443,13	\$ 5.542,63	\$ 5.443,13	\$ 6.060,37	\$ 5.892,53	\$ 5.992,03	\$ 5.892,53	\$ 5.992,03	\$ 5.892,53	\$ 69.099,68
Adquisición de Activos Fijos													
Adquisición mobiliario	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.000,00
Adquisición maquinaria	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10.000,00
Adquisición software	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.000,00
Adquisición muebles y enseres	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.500,00
Subtotal de Salidas por adquisiciones de Activos fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 13.000,00	\$ -	\$ 2.000,00	\$ 1.500,00	\$ -	\$ -	\$ 16.500,00
Total Salidas de Efectivo:	\$ 77.460,79	\$ 67.417,50	\$ 68.298,70	\$ 67.471,46	\$ 68.298,70	\$ 67.497,20	\$ 86.208,98	\$ 70.713,40	\$ 70.140,64	\$ 68.813,40	\$ 68.140,64	\$ 71.546,08	\$ 650.905,96
Saldo final de Caja Bancos	\$ 11.685,61	\$ 12.784,61	\$ 13.002,41	\$ 14.047,44	\$ 14.265,24	\$ 15.284,54	\$ 3.532,06	\$ 7.275,16	\$ 11.591,02	\$ 17.234,12	\$ 23.549,98	\$ 26.460,40	\$ -
Nivel Mínimo Líquidez	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Excedente/ Necesidad	\$ 6.685,61	\$ 7.784,61	\$ 8.002,41	\$ 9.047,44	\$ 9.265,24	\$ 10.284,54	\$ (1.467,94)	\$ 2.275,16	\$ 6.591,02	\$ 12.234,12	\$ 18.549,98	\$ 21.460,40	\$ -

Decisiones Financieras

Luego de analizada la información financiera de acuerdo a la información recolectada en las diferentes cédulas y obtenido el flujo de efectivo donde se establecen las posibles utilidades del exceso de efectivo:

- Inversiones a corto plazo
- Compra de activos fijos
- Compra de mayor inventario de materia prima
- Descontar los anticipos entregados para compra de materia prima

Se recomienda en la empresa Serempla S. A. una inversión a corto plazo, la tasa pasiva en diciembre de 2013, es de 4.33% anual.

Formas para cubrir las necesidades de efectivo:

- Conseguir préstamos bancarios.
- Negociación con proveedores para mayor cantidad de tiempo para los pagos
- Prestamos de socios
- Anticipo de clientes
- De no ser mucho la diferencia se puede contratar un sobregiro ocasional

Se recomienda un descuento de los anticipos proveedores que se entregaron, con el fin de negociar, los pagos con los proveedores.

A continuación se presenta el flujo presupuestal con los datos propuestos.

Flujo presupuestal con decisiones financieras

Cédula No. 34
SEREMPLA S.A.
Flujo de caja presupuestado con decisiones
Año 2014

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Saldo Inicial	\$ 29.806,80	\$ 4.985,61	\$ 5.084,61	\$ 5.002,41	\$ 5.047,44	\$ 5.065,24	\$ 5.584,54	\$ 5.002,06	\$ 5.045,16	\$ 5.061,02	\$ 5.059,12	\$ 5.074,98	\$ 29.806,80
ENTRADAS DE EFECTIVO													
Ventas de Contado	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 13.443,30	\$ 161.319,60
Cobro a Clientes x ventas a crédito	\$ 44.823,10	\$ 54.000,00	\$ 54.000,00	\$ 54.000,00	\$ 54.000,00	\$ 54.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 674.823,10
IVA Cobrado en ventas	\$ 8.093,20	\$ 8.093,20	\$ 8.093,20	\$ 8.093,20	\$ 8.093,20	\$ 8.093,20	\$ 8.813,20	\$ 8.813,20	\$ 8.813,20	\$ 8.813,20	\$ 8.813,20	\$ 8.813,20	\$ 101.438,40
Retención de clientes	\$ (7.020,00)	\$ (7.020,00)	\$ (7.020,00)	\$ (7.020,00)	\$ (7.020,00)	\$ (7.020,00)	\$ (7.800,00)	\$ (7.800,00)	\$ (7.800,00)	\$ (7.800,00)	\$ (7.800,00)	\$ (7.800,00)	\$ (88.920,00)
Cobro deudas pendientes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otras cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Entradas de Efectivo:	\$ 59.339,60	\$ 68.516,50	\$ 68.516,50	\$ 68.516,50	\$ 68.516,50	\$ 68.516,50	\$ 74.456,50	\$ 74.456,50	\$ 74.456,50	\$ 74.456,50	\$ 74.456,50	\$ 74.456,50	\$ 848.661,10
SALIDAS DE EFECTIVO													
DE PRODUCCIÓN													
Compra de Materia Prima Directa	\$ 42.940,13	\$ 37.642,57	\$ 37.642,57	\$ 37.642,57	\$ 37.642,57	\$ 37.642,57	\$ 41.825,07	\$ 41.825,07	\$ 41.825,07	\$ 41.825,07	\$ 41.825,07	\$ 41.825,07	\$ 482.103,41
Anticipo Proveedores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (500,00)	\$ (14.170,00)	\$ (3.700,00)	\$ (3.100,00)	\$ (1.755,00)	\$ (1.100,00)	\$ (4.500,00)	\$ (28.825,00)
Compra de Materiales Indirectos	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 339,09	\$ 4.069,08
Pago de Mano de Obra Directa	\$ 3.992,71	\$ 2.821,69	\$ 2.821,69	\$ 2.821,69	\$ 2.821,69	\$ 2.821,69	\$ 2.821,69	\$ 4.861,69	\$ 2.821,69	\$ 2.821,69	\$ 2.821,69	\$ 5.163,73	\$ 39.413,34
Pago de Mano de Obra Indirecta	\$ 1.006,41	\$ 711,24	\$ 711,24	\$ 711,24	\$ 711,24	\$ 711,24	\$ 711,24	\$ 1.051,24	\$ 711,24	\$ 711,24	\$ 711,24	\$ 711,24	\$ 9.760,41
Pago transporte	\$ 801,12	\$ 702,29	\$ 702,29	\$ 702,29	\$ 702,29	\$ 702,29	\$ 780,32	\$ 780,32	\$ 780,32	\$ 780,32	\$ 780,32	\$ 780,32	\$ 8.994,47
Arrendamientos	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 1.704,85	\$ 20.458,20
Mantenimiento de maquinaria	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 1.203,84	\$ 14.446,10
Varios Costos indirectos	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 1.472,95	\$ 17.675,40
Varios costos empleados	\$ 1.472,95	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 297,96	\$ 4.750,55
Subtotal Salidas de costos de producción	\$ 54.934,06	\$ 46.896,48	\$ 46.896,48	\$ 46.896,48	\$ 46.896,48	\$ 46.396,48	\$ 36.987,02	\$ 49.837,02	\$ 48.057,02	\$ 49.402,02	\$ 50.057,02	\$ 49.589,40	\$ 572.845,95
COSTO DE VENTAS DE PRODUCTOS NO FABRICADOS													
Costo de ventas	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 96.876,00
Subtotal Salidas Costo de Ventas	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 8.424,00	\$ 7.722,00	\$ 96.876,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS													
Remuneraciones	\$ 2.216,75	\$ 1.566,60	\$ 1.566,60	\$ 1.566,60	\$ 1.566,60	\$ 1.566,60	\$ 1.566,60	\$ 2.586,60	\$ 1.566,60	\$ 1.566,60	\$ 1.566,60	\$ 2.866,90	\$ 21.769,67
Honorarios	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00
Servicios Básicos	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 840,00
Arrendamientos	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Suministros	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 149,94	\$ 1.799,30
Subtotal Salidas Gastos Administrativos	\$ 5.736,69	\$ 5.086,54	\$ 5.086,54	\$ 5.086,54	\$ 5.086,54	\$ 5.086,54	\$ 5.086,54	\$ 6.106,54	\$ 5.086,54	\$ 5.086,54	\$ 5.086,54	\$ 6.386,84	\$ 64.008,97
GASTOS DE VENTA													
Comisiones en venta	\$ 1.496,88	\$ 1.471,14	\$ 1.496,88	\$ 1.471,14	\$ 1.496,88	\$ 1.496,88	\$ 1.628,88	\$ 1.603,14	\$ 1.628,88	\$ 1.603,14	\$ 1.628,88	\$ 1.603,14	\$ 18.625,86
Arrendamientos	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 677,58	\$ 8.130,96
Gastos vehículos	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 154,05	\$ 1.848,60
Publicidad	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 20,54	\$ 246,48
Subtotal Salidas Gastos de Venta	\$ 2.349,05	\$ 2.323,31	\$ 2.349,05	\$ 2.323,31	\$ 2.349,05	\$ 2.349,05	\$ 2.481,05	\$ 2.455,31	\$ 2.481,05	\$ 2.455,31	\$ 2.481,05	\$ 2.455,31	\$ 10.226,04
Na pagado	\$ 7.655,82	\$ 6.932,79	\$ 7.020,12	\$ 6.932,79	\$ 7.020,12	\$ 6.932,79	\$ 7.537,86	\$ 7.450,53	\$ 7.537,86	\$ 7.450,53	\$ 7.537,86	\$ 7.450,53	\$ 87.459,58
Retención Iva por Pagar	\$ (674,55)	\$ (502,48)	\$ (499,39)	\$ (502,48)	\$ (499,39)	\$ (502,48)	\$ (499,39)	\$ (517,66)	\$ (514,57)	\$ (517,66)	\$ (514,57)	\$ (517,66)	\$ (6.262,28)
Retención Impuesto renta por Pagar	\$ (964,28)	\$ (1.041,14)	\$ (978,10)	\$ (987,18)	\$ (978,10)	\$ (987,18)	\$ (978,10)	\$ (1.040,34)	\$ (1.031,26)	\$ (1.040,34)	\$ (1.031,26)	\$ (1.040,34)	\$ (12.097,62)
Impuestos por pagar	\$ 6.016,99	\$ 5.389,17	\$ 5.542,63	\$ 5.443,13	\$ 5.542,63	\$ 5.443,13	\$ 6.060,37	\$ 5.892,53	\$ 5.992,03	\$ 5.892,53	\$ 5.992,03	\$ 5.892,53	\$ 69.099,68
Adquisición de Activos Fijos													
Adquisición mobiliario	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.000,00
Adquisición maquinaria	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10.000,00
Adquisición software	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.000,00
Adquisición muebles y enseres	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.500,00	\$ -	\$ -	\$ 1.500,00
Subtotal de Salidas por adquisiciones de Activos fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 13.000,00	\$ -	\$ 2.000,00	\$ 1.500,00	\$ -	\$ -	\$ 16.500,00
Inversiones													
Inversiones a corto plazo	\$ 6.700,00	\$ 1.000,00	\$ 300,00	\$ 1.000,00	\$ 200,00	\$ 1.000,00	\$ 3.000,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Intereses Ganados													
Subtotal de Inversiones	\$ 6.700,00	\$ 1.000,00	\$ 300,00	\$ 1.000,00	\$ 200,00	\$ 1.000,00	\$ 3.000,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 25.200,00
Total Salidas de Efectivo:	\$ 84.160,79	\$ 68.417,50	\$ 68.598,70	\$ 68.417,46	\$ 68.498,70	\$ 67.997,20	\$ 75.038,98	\$ 74.413,40	\$ 74.440,64	\$ 74.458,40	\$ 74.440,64	\$ 74.446,08	\$ 647.080,96
Saldo final de Caja Bancos	\$ 4.985,61	\$ 5.084,61	\$ 5.002,41	\$ 5.047,44	\$ 5.065,24	\$ 5.584,54	\$ 5.002,06	\$ 5.045,16	\$ 5.061,02	\$ 5.059,12	\$ 5.074,98	\$ 5.085,40	\$ 5.085,40
Nivel Mínimo Liquidez	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Excedente/ Necesidad	\$ (14,39)	\$ 84,61	\$ 2,41	\$ 47,44	\$ 65,24	\$ 584,54	\$ 2,06	\$ 45,16	\$ 61,02	\$ 59,12	\$ 74,98	\$ 85,40	\$ 85,40

3.7. Balances Proformas

La información de todos los presupuestos previos nos servirá para proyectar los balances presupuestados o proforma.

Así tenemos el balance general

3.7.1. Balance de Resultados

SEREMPLA S. A.	
Estado de Resultados presupuestado	
Al 31 de diciembre del 2014	
DETALLE	VALOR
INGRESOS	\$ 845.319,60
Ventas	\$ 845.319,60
Recuperado de bota usada lavada	\$ 684.000,00
Desperdicios	\$ 161.319,60
Otros ingresos	\$ -
Intereses Ganados	\$ -
EGRESOS	
Costos	\$ 717.900,09
Costo de ventas Recuperado	\$ 621.024,09
Costo de ventas desperdicios	\$ 96.876,00
Utilidad Operativa	\$ 127.419,51
Gasto	\$ 72.700,27
Gastos Administrativo	\$ 43.874,11
Gasto de Ventas	\$ 28.826,16
Utilidad antes de Impuestos	\$ 54.719,23
15% participación trabajadores	\$ 8.207,89
23% Impuesto a la renta	\$ 10.697,61
Utilidad Neta del Ejercicio	\$ 35.813,73

3.7.2. Balance de Financiero

SEREMPLA S. A.
Balance General
Al 31 de diciembre del 2014

ACTIVO

ACTIVO CORRIENTE	\$	98.226,67
Caja – Bancos	\$	5.085,40
Clientes	\$	66.518,40
Inventarios	\$	26.622,87
Inventario Materias Primas	\$	16.732,87
Inventario Productos terminados	\$	6.899,90
Inventarios de productos no elaborados	\$	2.990,10
Credito Tributario IVA compras y retenciones	\$	98.105,54
Credito Tributario I R	\$	6.840,00
ACTIVO NO CORRIENTE	\$	42.447,78
Maquinaria y Equipo	\$	39.974,29
Muebles y enseres	\$	1.500,00
Equipo de Computacion	\$	3.905,00
(-) Depreciacion Acumulada	\$	(2.931,51)
OTROS ACTIVOS	\$	38.636,14
TOTAL ACTIVO	\$	<u>179.310,59</u>

PASIVO

PASIVO CORRIENTE	\$	12.134,36
Proveedores	\$	9.423,40
Otras cuentas por pagar		
less por pagar	\$	1.158,53
Retenciones Fuente por pagar	\$	1.031,26

Retenciones IVA por pagar	\$	521,17
15% trabajadores	\$	8.207,89
Impuesto a la renta por pagar	\$	10.697,61
PATRIMONIO	\$	167.176,23
CAPITAL	\$	20.000,00
Capital suscrito pagado	\$	20.000,00
RESERVAS	\$	111.362,50
Reserva Legal	\$	10.000,00
Reserva Facultativa	\$	101.362,50
RESULTADOS	\$	35.813,73
Resultado del ejercicio	\$	35.813,73
 PASIVO + PATRIMONIO	 \$	 <u>179.310,59</u>

Una vez realizada la planificación presupuestaria se aplica a los principales indicadores financieros con el fin de establecer su incidencia

Comparación de los índices Financieros año 2013 y año 2014 (presupuestado)

Clase	Indicador	Definición	Fórmula de Cálculo	Resultado 2013	Interpretación	Resultado 2014	Incremento	Interpretación
Índices de Rentabilidad	Rendimiento sobre el Patrimonio	Es el porcentaje de las utilidades netas representan sobre el patrimonio.	$(\text{Utilidad Neta}/\text{Patrimonio}) * 100$	215%	La utilidad neta representa más del 100% sobre el patrimonio de la empresa.	274%	59%	La utilidad neta representará en el 2014 es de 274% sobre el patrimonio de la empresa. Incrementándose en un 59% al del año anterior.
	Rendimiento sobre el Activo Total	Es la capacidad del activo para producir utilidades. Cada dólar invertido en activo total, cuanto genera de utilidad neta.	$(\text{Utilidad Neta}/\text{Activo Total}) * 100$	17%	Por cada dólar que invirtió la empresa, se tiene un rendimiento de 17%, sobre el activo total invertido en la empresa.	20%	3%	Por cada dólar que invirtió la empresa, se tendrá un rendimiento del 20%, sobre el activo total invertido en la empresa. Se incrementa el 3% con respecto al 2013.
	Margen bruto de Utilidad	Muestra la capacidad de la empresa en el manejo de sus ventas para generar utilidades brutas.	$(\text{Utilidad Bruta}/\text{Ventas Netas}) * 100$	29%	La empresa obtiene un 29% de utilidad bruta, que se genera con las ventas de la empresa.	6%	-22%	La empresa obtendrá un 6% de utilidad bruta, que generará con las ventas del 2014 la empresa, tiene una disminución del 22%.
	Margen de Utilidad Operacional	Representa cuanto reporta cada dólar de ventas en la generación de utilidades operacionales.	$(\text{Utilidad Operacional}/\text{Ventas Netas}) * 100$	10%	Por cada dólar de venta de la empresa, se genera una utilidad operacional del 10%.	6%	-4%	Por cada dólar que venderá la empresa, se generará una utilidad operacional del 6%, a diferencia del año 2013 donde se obtuvo 10%
	Rendimiento de Capital	Es capacidad que tiene la empresa para generar ganancias a su favor.	Utilidad Neta/Capital Invertido	2,15	La empresa genera ganancias a su favor de 2,15	1,79	(0,36)	La empresa generará ganancias a su favor de 1,79 para el año 2014, disminuirá en 0,36.
Índices de Liquidez	Capital de trabajo	Mide o evalúa la liquidez necesaria para que la empresa continúe funcionando fluidamente.	Activo corriente – Pasivo corriente	191787,05	La empresa cuenta con el activo corriente suficiente para poder cubrir las deudas a corto plazo.	86.092,32	(105.694,73)	La empresa cuenta con el 86092,32 dolares suficiente para poder cubrir las deudas a corto plazo.
	Prueba Acida	Indica la capacidad de la empresa para cubrir pasivos a corto plazo, en forma inmediata, sin tener que recurrir a la venta de sus inventarios.	$(\text{Activo corriente} - \text{Inventarios})/\text{Pasivo corriente}$	6,48	Por cada dólar que tiene de deuda a corto plazo, la empresa puede cubrir en su totalidad.	5,90	(0,57)	Por cada dólar que tiene de deuda a corto plazo, la empresa puede cubrir en su totalidad. Este valor disminuye en 0,57
	Razón corriente	Indica la capacidad de la empresa para hacer frente a sus deudas a corto plazo comprometiendo sus activos corrientes.	Activo corriente/Pasivo corriente	7,89	Por cada dólar de deuda corriente que tiene la empresa, hay un respaldo de 7,89 dólares en activo corriente, para ser frente a sus obligaciones a corto plazo.	8,09	0,21	Por cada dólar de deuda corriente que tendrá la empresa, se respalda con 8,09 dólares en activo corriente, para ser frente a sus obligaciones a corto plazo. Disminuye en 0,21 al año anterior.
Razones de Actividad	Días de Inventario	Evalúa hipotéticamente cuántos días podría operar la empresa sin reponer sus inventarios, manteniendo el mismo nivel de ventas.	$(\text{Inventarios} * 360) \div \text{Ventas}$	33,00	La empresa podría operar hipotéticamente 33 días, manteniendo el mismo nivel de ventas y sin reponer sus inventarios.	11,34	(21,66)	La empresa podría operar hipotéticamente 11 días, manteniendo el mismo nivel de ventas y sin reponer sus inventarios.
	Rotación de Inventarios	Indica el número de veces en que, en promedio, el inventario ha sido repuesto.	$\text{Ventas} \div \text{Inventarios}$	10,91	El inventario a tenido una rotación o sido repuesto 10,91 veces.	31,75	20,84	El inventario tendrá una rotación o será repuesto 31 veces. 20 veces mas que el año anterior
	Rotación del Capital de Trabajo	Mide la relación que existe entre el monto de los ingresos y el monto de la inversión neta en recursos a corto plazo.	$\text{Ventas} \div \text{Capital de Trabajo}$	2,24	La empresa cuenta con una rotación de capital de trabajo (relación entre el monto de los ingresos y el monto de la inversión) de 2,24 veces.	9,82	7,58	La empresa cuenta con una rotación de capital de trabajo (relación entre el monto de los ingresos y el monto de la inversión) de 9,82 veces. Incrementando 7,58 veces con respecto al año anterior.

Tabla N° 77

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

6.8 ADMINISTRACIÓN

La presente propuesta será puesta en a aprobación de Gerencia y su posterior ejecución.

Al final del año presupuestado la empresa debe realizar una comparación entre lo presupuestado y lo real, lo cual permitirá establecer el motivo de las diferencias. Y evitarla al próximo año mejorar las estimaciones.

Este plan debe ser desarrollado por el jefe financiero de Serempla S.A.

COSTOS

DETALLE	VALOR
Computadora	\$ 1.000,00
Movilización	\$ 50,00
Impresiones	\$ 80,00
Comunicación	\$ 20,00
Copias	\$ 12,00
Internet	\$ 33,40
Resmas de papel bond	\$ 15,00
Anillados	\$ 8,00
Empastados	\$ 48,00
Pendrive	\$ 18,00
SUBTOTAL	\$ 1.284,40
Imprevistos 5%	\$ 64,22
TOTAL	\$ 1.348,62

Tabla N° 78

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Preguntas	Plan de Acción
1. ¿Qué evaluar?	La comparación entre el balance presupuestado y el real
2. ¿Por qué evaluar?	Encontrar las principales desviaciones
3. ¿Para qué evaluar?	Para mejorar lograr mayor eficiencia en cuanto al manejo de los recursos.
4. ¿Quién evalúa?	Jefe financiero
5. ¿Cuándo evaluar?	Terminado el año presupuestado.
6. ¿Cómo evaluar?	Mediante un análisis comparativo del balance presupuestado y real
7. ¿Cuáles son las fuentes de información?	La información contable, estados financieros y sus auxiliares.

Tabla N° 79

Elaborado por: Jiménez, M. (2014)

6.10. CONCLUSIONES FINALES

A través de la propuesta anteriormente descrita se logrará cumplir con los objetivos y metas planteadas y a la vez dar la solución al problema de ruptura del stock, con el diseño de una planificación de ventas se determinó la cantidad de inventario que debe adquirir la empresa para cumplir con el calendario de producción de acuerdo a los requerimientos de los clientes, de esta manera el grado de satisfacción al cliente se incrementará y a la vez dará como resultado el incremento esperado en ventas.

Al analizar los resultados arrojados por los indicadores de rentabilidad y liquidez, la gerencia deberá tomar las decisiones que mejor convengan para la empresa y de esta manera poder aprovechar los recursos disponibles de ésta para alcanzar el objetivo primordial de una buena gestión administrativa.

Es así como la empresa presentaría un rendimiento sobre el patrimonio de 274% un margen muy considerable y que a comparación con el año anterior tiene un incremento en 59% que es la tasa que obtienen los propietarios de la empresa en relación a la inversión representada en el patrimonio registrado contablemente en la empresa. Adicionalmente se logrará cumplir con el incremento en ventas, el cual será de un 97% cumpliendo de este modo con el objetivo planteado en el presente proyecto.

Bibliografía

- Aguilera Cuevas, S., & Rodríguez Betancourt, R. (2013). *Aplicación de la regresión lineal borrosa para la planificación presupuestaria en el Hotel Meliá Santiago de Cuba*. Santiago de Cuba.
- Areal Guerra, R. (1995). *Introducción a la química de los polímeros*. España, España: EDITORIAL REVERTE S. A.
- Atencio Gómez, Y., & Salas Jiménez, J. C. (30 de 09 de 2014). Desarrollo de un sistema de inventarios para el manejo de desechos. *Tecnología en Marcha*.
- Bastos Boubeta, A. I. (2006). *Fidelización del cliente: Introducción a la venta personal y a la dirección de ventas*. Madrid: Ideaspropias Editorial.
- Bernal Torres, C. A. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Segunda ed.). México, México: Pearson Educación.
- Blaxter, L., Hughes, C., & Tight, M. (2008). *Cómo se investiga*. Barcelona: Editorial Graó.
- Bonini, C. E., Hausman, W. H., & Bierman, H. (2001). *Análisis cuantitativo para los negocios*. Bogota: Irwin McGraw-Hill.
- Burack, E. H. (1990). *Planificación y aplicaciones creativas de recursos humanos, una orientación estratégica*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos S. A.
- Burbano Ruiz, J. E. (2011). *Presupuestos, Un enfoque de direccionamiento estratégico, gestión, y control de recursos* (Cuarta ed.). Bogota: Mc Graw Hill.
- Calelo, H. (1999). *Método y antimétodo: proceso y diseño de la investigación interdisciplinaria en ciencias humanas*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Colihue S.R.L.
- Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad. (31 de 03 de 2004). Políticas contables, cambios en las estimaciones contables y errores. *NIC 8*.

- Coordinadora Nacional de Empresas Públicas Municipales Mancomunadas de Aseo Integral- EP. (27 de 09 de 2014). <http://www.conemmai.com/>. Obtenido de <http://www.conemmai.com/iniciativa-para-reciclar-en-los-cantones-de-patate-y-pelileo-de-la-provincia-de-tungurahua/>
- Cuevas V., C. F. (2001). *Contabilidad de costos un enfoque gerencial y de gestión*. Bogotá: Pearson Educación.
- Davila Martinez, J. F., Malhotra, N. K., & Treviño Rosales, M. E. (2004). *Investigación de mercados un enfoque aplicado*. México: Pearson Educación.
- Del Rio Sanchez, C., & Del Rio Sanchez, R. (2009). *El presupuesto, Generalidades, tradicionl, areas y niveles de responsabilidades, base cero, teoria y practica* (Decima ed.). Mexico: Cengage Learning.
- Diaz Cruz, M. C., Parra Hernandez, R., & Lopez Castaneda, L. M. (2012). *Presupuestos, Enfoque para la planeacion financiera* (Primera ed.). Bogota, Colombia: Pearson.
- Emery, D. R., Finnerty, J. D., & Stowe, J. D. (2000). *Fundamentos de Administración Financiera*. México, México: Pearson Prentice Hall.
- Escudero Serrano, M. J. (2011). *Gestión de aprovisionamiento : administración*. Madrid: Paraninfo S.A.
- Estupiñan Gaitán, R., & Estupiñan Gaitán, O. (2006). *Análisis Financiero y de Gestión*. México: Ecoe Ediciones.
- Fullana Belda, C., & Paredes Ortega, J. (2008). *Manual de contabilidad de costes*. Madrid: Delta publicaciones.
- Gancino Vega, A. I. (2010). "La planificación presupuestaria y su incidencia en la información financiera de la fundación Pastaza en el período 2009". Ambato: Universidad Tecnica de Ambato.
- Gómez Atencio, Y., & Salas Jiménez, J. C. (2004). Desarrollo de un sistema de inventarios para el manejo de desechos. *Tecnología en Marcha*, 11.
- Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas.
- Hax, A. C., & Majlef, N. S. (2004). *Estrategias para el liderzgo competitivo*.

- Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica S.A.
- Hernández, C. (1986). *Planificación y programación*. San José, Costa Rica: Editorial Univerdad Estatal a Distancia.
- Horngren T., C., Sundem L., G., & Stratton O., W. (2006). *Contabilidad Administrativa*. Mexico: Pearson Educación.
- Horngren, C. T., Sundem, G. L., & Stratton, W. O. (2006). *Contabilidad Administrativa*. México: Pearson Educación .
- Ildelfonso Grande, E. (2005). *Marketing de los servicios*. España: Esic Editorial.
- Jiménez, M. (08 de 11 de 2012). ACCIÓN FORMATIVA: PLANIFICACIÓN PRESUPUESTARIA. Andalucía, España.
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales*. México: Pearson Educación.
- Labre Panimboza, N. M. (2013). *La planificación financiera y su relación con la liquidez de la Cooperativa de ahorro y crédito el Calvario Ltda., del Cantón Tisaleo 2010*. Ambato.
- Lawrence J., G. (2003). *Principios de Administración Financiera* . Mexico: Pearson Educación.
- Lind, D. A., Marchal, W. G., & Mason, R. D. (2004). *Estadística para Administración y Economía*. México: Alfaomega Grupo Editor S.A.
- Llopis Goin, R. (2004). *Grupos de discusión*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Lozano Rojo, J. R. (2002). *Cómo y dónde optimizar los costes logísticos: en el sistema integral de operaciones y en las diferentes áreas de actividad logística*. Madrid: FC Editorial.
- Malliquinga Colcha, B. A. (2011). *El presupuesto Financiero como herramientas para incrementar las ventas de la empresa Suelas Amazonas S.A. de la ciudad de Ambato*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Maqueda Lafuente, F. J. (1992). *Dirección estratégica y planificación financiera en la PYME*. Madrid: Díaz de Santos.
- Martínez, C. (1996). *Introducción al trabajo cualitativo de investigación*. México, Mexico.
- Martínez, R., & Martínez, V. (2004). *Gestión de la clientela manera de*

- conseguir y retener clientes rentables*. Madrid: Esic Editorial.
- Méndez Rodríguez, A. (2008). *La investigación en la era de la información: Guía para realizar*. México: Editorial Trillas.
- Mendoza Roca, C. (2004). *Presupuestos para empresas de manufactura*. Barranquilla: Edición Uninorte.
- Ministerio del Ambiente. (08 de 03 de 2014). *www.ambiente.gob.ec*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/tag/desechos-solidos/>
- Mohammad, N. N. (2005). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*. Mexico: Limusa.
- Moreno Bayardo, M. G. (1987). *Introducción a la metodología de la investigación educativa*. Mexico: EDITORIAL EL PROGRESO.
- Moya Navarro, M. J. (1999). *Control de Inventarios Investigación de Operaciones 4*. San José: EUNED.
- Muniz , L. (2009). *Control Presupuestario Planificación, elaboración y seguimiento del presupuesto*. Barcelona, España: Profit.
- Muñoz Razo, C. (2011). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis* (Segunda ed.). Mexico: Pearson.
- Muñoz Razo, C., & Benassini Félix, M. (1998). Investigación de Campo. En C. Muñoz Razo, & M. Benassini Félix, *CÓMO ELABORAR Y ASESORAR UNA INVESTIGACION DE TESIS* (pág. 93). México: Pearson Educación.
- Olsina i Pau, F. X. (2012). *Gestión de tesorería, presupuestos y previsiones de tesorería con excel*. Quito: Profit Editorial.
- Palepu, K. G., Healy, P. M., & Bernard, V. L. (2002). *Análisis y valoración de negocios*. México, México: International Thomson Editores S.A.
- Parra Guerrero , F. (2005). *Gestión de stocks*. España: ESIC Editorial.
- Paz Couso, R. (2005). *Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente*. Ideaspropias Editorial: Madrid.
- Plan maestro de Producción*. (31 de Julio de 2014). Obtenido de <https://sites.google.com/site/planmaestroitcg/5-5-plan-maestro-de-produccion>

- Ponce Talancon, H. (2006). La Matriz FODA una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales . *Contribuciones a la Economía*, 16.
- Publicaciones Vertice S.L. (2011). *Análisis Contable*. Madrid, España: Editorial Vertice.
- Ramirez Padilla, D. N. (2008). *Contabilidad Administrativa* (Octava ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Ramírez Rojas, J. L. (s.f.). Procedimientos para la elaboración de una análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas .
- Reachacha, J. E. (04 de 2012). *Planificación estratégica de las empresas*. Obtenido de <http://johanaelizabethreachacha.blogspot.com/2012/04/caracteristicas-de-la-planificacion.html>
- Render, B., & Heizer, J. (2004). *Principios de administración de operaciones*. (Quinta, Ed.) México: Pearson Educación.
- Rendón Rojas, M. Á. (2005). *Bases teóricas y filosóficas de la bibliotecología*. México: Universidad Nacional Autónoma de México .
- Rincón Soto, C. A. (2011). *Costos para pyme: Guía de costos para micro y pequeños empresarios: una manera fácil y sencilla de crecer*. Bogota, Colombia: ECOE EDICIONES.
- Robles Miras, M. (2006). *La contabilidad y su análisis. Ciencia? Arte? Prestidigitación?* México: Ediciones Díaz de Santos.
- Sainz de Vicuña Ancín, J. (2001). *La distribución comercial: opciones estratégicas*. Madrid: Esid Editorial.
- Sarabia Viejo, A. (1996). *La investigación operativa una herramienta para la adopción de decisiones*. España: Ed. Gráfica Ortega.
- Selmer, C. (2002). *Hacer y defender un presupuesto, herramientas, métodos y argumentos*. Bilbao: Deusto.
- Silva Ayçaguer, L. C. (1997). *Cultura Estadística e Investigación Científica en el*


- Campo de la Salud: Una mirada crítica*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Sinisterra V, G., & Polanco L, L. E. (2007). *Contabilidad administrativa*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Sipper, D., & Bulfin, R. L. (2005). *Planeación y control de la producción*. México: McGraw-Hill.
- Tanaka Nakasone, G. (2001). *Análisis de Estados Financieros Para la Toma de Decisiones* (560 ed.). Lima, Perú: Fondo editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Thompson, A. A., & Strickland, A. J. (2003). *Administración estratégica*. México, México: Mc Graw Hill.
- Tubón Punguil, M. E. (2011). *"El servicio al cliente y su incidencia en la venta de la industria la raíz del jeans del cantón Pelileo"*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Tucker, H. (30 de 09 de 2014). *www.slimstock.com*. Obtenido de <http://www.slimstock.com/es/noticias/item/153-el-verdadero-impacto-de-las-roturas-de-stock-en-el-mundo-del-retail>
- Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2002). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Pearson Prentice Hall.
- Vazquez, J. C. (2014). *Costos*. Editorial Aguilar.
- Velez Pareja, I., & Cardenas, A. Z. (16 de 07 de 2012). *Cash Flow*. Recuperado el 01 de 04 de 2014, de http://cashflow88.com/MBA_Prof/Analisis_de_razones_actual_AZC_0714.pdf
- Viciano Pérez, A. (2014). *Aprovisionamiento y almacenaje en la venta*. COMV0108. IC Editorial.
- Warren, C. S., Reeve, J. M., & Fess, P. E. (2005). *Contabilidad Administrativa* (Octava ed.). Mexico: Thomson.
- Welsch, G. A., Hilton, R. W., Gordon, P. N., & Rivera Noverola, C. (2005). *Presupuestos Planificación y control*. México.
- Zapata, O. A. (2005). *Herramientas para elaborar tesis e investigaciones*

socioeducativas. México: Editorial Pax México.


Zapata, P. (2004). *Contabilidad General*. (M. G. Hill, Ed.) Bogota, Colombia.

ANEXOS

ANEXO 1

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CUESTIONARIO	
Objetivo:	Analizar la planificación presupuestaria con la finalidad de la verificación del cumplimiento de metas planteadas por la institución
Instrucciones: Lea detenidamente las preguntas y marque con una X su respuesta elegida. Su colaboración es de A. Marque con una X en SI o NO según sea su respuesta.	
N°	Preguntas
1	¿Se conoce con anticipación las necesidades o excedentes de efectivo en forma mensual? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
2	¿La empresa analiza las fuentes y usos de efectivo a fin de controlar su liquidez? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
3	¿Cómo se cubren las necesidades de efectivo del flujo de caja? SOBREGIROS <input type="checkbox"/> PRESTAMOS TERCEROS <input type="checkbox"/> PRESTAMOS BANCARIOS <input type="checkbox"/>
4	¿Qué tratamiento tiene los excedentes del efectivo que posee la empresa? INVERSIONES <input type="checkbox"/> NEGOCIACIÓN PROVEEDORES <input type="checkbox"/> INVERSIONES <input type="checkbox"/> COMPRA DE ACTIVOS FIJOS <input type="checkbox"/> COMPRA DE INVENTARIOS <input type="checkbox"/>
5	¿La empresa cuenta con la suficiente liquidez, para afrontar las obligaciones adquiridas a corto y largo plazo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
6	¿Con qué periodicidad se realiza un control de los egresos? MENSUAL <input type="checkbox"/> SEMESTRAL <input type="checkbox"/> ANUAL <input type="checkbox"/>
7	¿La empresa cuenta con políticas para cobros y pagos? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
8	¿Considera que su empresa cuenta con un presupuesto de Ventas? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
9	¿Existen políticas para realizar las ventas en la empresa ? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
10	¿Considera usted que la empresa debería manejar una programación de compras, para la elaboración de sus SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
11	¿Se coordina con los principales clientes sobre sus necesidades de materias primas para programar los requerimientos SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
12	¿Se establecen niveles de cumplimiento de producción dentro de su empresa ? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
13	¿Se conoce el momento en que se debe solicitar la reposición de inventario de materiales y suministros? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
14	¿El espacio físico con el que cuenta la empresa es el suficiente para cumplir con las necesidades de la producción? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
15	¿Se cumple oportunamente con los requerimientos de los clientes en los niveles solicitados? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
16	¿Cree usted que los clientes están satisfechos con los productos recibidos por parte de la empresa? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
17	¿El personal contratado por la empresa es el suficiente para el desarrollo de las actividades productivas? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
18	¿La empresa cuenta con políticas para la contratación de personal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
19	¿Considera que existe una adecuada planificación presupuestaria en la empresa Serempla S.A? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> NO SABE <input type="checkbox"/>
20	¿En que media considera usted a la necesidad de la empresa por una planificación presupuestaria? ALTA <input type="checkbox"/> MEDIA <input type="checkbox"/> BAJA <input type="checkbox"/>
21	¿La utilidad obtenida en ventas es la suficiente ? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
22	¿Considera usted que los indicadores financieros le ayudarían a medir la rentabilidad de la empresa? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
23	¿Qué grado de satisfacción considera usted que expresarían los clientes con respecto a los productos recibidos por parte ALTA <input type="checkbox"/> MEDIA <input type="checkbox"/> BAJA <input type="checkbox"/>
24	¿Cuáles son las estrategias que tiene la empresa para atraer nuevos clientes? <hr/> <hr/> <hr/>
25	oportunamente? ALTA <input type="checkbox"/> MEDIA <input type="checkbox"/> BAJA <input type="checkbox"/>
26	¿Considera usted que las adquisición de los inventarios es oportuna para la producción y ventas? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> NO SABE <input type="checkbox"/>
27	¿En qué medida cree usted que la entidad ha cumplido con las metas fijadas por la alta gerencia? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> NO SABE <input type="checkbox"/>
Gracias por su colaboración!	

ANEXO 2

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CUESTIONARIO	
Objetivo:	• Establecer el grado de satisfacción de los clientes con relación a la entrega a tiempo de la mercadería con el fin relacionarlo con problema estableciendo su correlación.
Instrucciones:	Lea detenidamente las preguntas y marque con una X su respuesta elegida. Su colaboración es de importancia para alcanzar los objetivos de la presente investigación.
A. Marque con una X en SI o NO según sea su respuesta.	
N°	Preguntas
1.	¿Qué grado de satisfacción le ofrece el producto que adquiere en la empresa Serempla S.A? ALTA <input type="checkbox"/> MEDIA <input type="checkbox"/> BAJA <input type="checkbox"/>
2.	¿Considera que la atención que brinda por la empresa es la adecuada? SATISFACTORIA <input type="checkbox"/> REGULAR <input type="checkbox"/> INSATISFACTORIA <input type="checkbox"/>
3.	¿Existe un procedimiento para realizar los pedidos? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Si la respuesta es afirmativa por favor pase a la pregunta 4, caso contrario a la 5.
4.	¿De qué manera considera usted que sus pedidos son atendidos por parte de la empresa? INMEDIATAMENTE <input type="checkbox"/> CASI INMEDIATAMENTE <input type="checkbox"/> EN UN TIEMPO ACEPTABLE <input type="checkbox"/> TARDIAMENTE <input type="checkbox"/> MUY TARDIAMENTE <input type="checkbox"/>
5.	¿En qué forma la empresa a cumplido con sus requerimientos y expectativas? EXCELENTE <input type="checkbox"/> MUY BUENA <input type="checkbox"/> BUENA <input type="checkbox"/> REGULAR <input type="checkbox"/> INSATISFACTORIA <input type="checkbox"/>
6.	¿EL producto cumple con todos los estandares necesarios en la cadena de producción ? EXCELENTE <input type="checkbox"/> MUY BUENA <input type="checkbox"/> BUENA <input type="checkbox"/> REGULAR <input type="checkbox"/> INSATISFACTORIA <input type="checkbox"/>
7.	¿Considera que existe una adecuada planificacion presupuestaria en la empresa Serempla S.A? EXCELENTE <input type="checkbox"/> MUY BUENA <input type="checkbox"/> BUENA <input type="checkbox"/>
8.	¿Cómo califica la calidad percibida del producto entregado por la empresa? EXCELENTE <input type="checkbox"/> MUY BUENA <input type="checkbox"/> BUENA <input type="checkbox"/> REGULAR <input type="checkbox"/> INSATISFACTORIA <input type="checkbox"/>
9.	¿Considera que el precio de los productos entregados por la empresa son razonables? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
10.	¿Cómo considera usted que la empresa Serempla S.A realiza sus operaciones a fin de cumplir con los requerimientos de lo clientes? PLANIFICADA <input type="checkbox"/> IMPROVISADA <input type="checkbox"/> DESCONOCE <input type="checkbox"/>
11.	¿En qué medida considera que los inventarios que maneja la empresa Serempla S.A son planificados y controlados oportunamente? ALTA <input type="checkbox"/> MEDIA <input type="checkbox"/> BAJA <input type="checkbox"/>
<i>Gracias por su colaboración!</i>	

ANEXO 3

Análisis.- Vertical de Balances

SEREMPLA S.A.		
Estado de Situacion Financiera		
Balance al: 2013/12		
Cuenta	2013	Variación Relativa
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE	\$ 219.625,44	88,81%
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	\$ 29.806,80	12,05%
CAJA CHICA	\$ 430,00	0,17%
Caja Chica	\$ 430,00	0,17%
BANCOS	\$ 29.376,80	11,88%
Banco Pichincha	\$ 29.376,80	11,88%
ACTIVOS FINANCIEROS	\$ 53.019,50	21,44%
DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 51.823,10	20,96%
Clientes	\$ 44.823,10	18,13%
Varios deudores por Cobrar	\$ 7.000,00	2,83%
OTRAS CUENTAS POR COBRAR	\$ 1.196,40	0,48%
Anticipos Empleados	\$ 196,40	0,08%
Otras cuentas por Cobrar	\$ 1.000,00	0,40%
INVENTARIOS	\$ 39.351,90	15,91%
INVENTARIOS DE MATERIA PRIMA	\$ 36.361,80	14,70%
Inv. Materia Prima	\$ 36.361,80	14,70%
INVENTARIOS DE PROD. TERM. Y MERCAD. EN	\$ 2.990,10	1,21%
Inv. Prod. Terminados en Almacen Comp. T	\$ 2.990,10	1,21%
SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS	\$ 64.170,92	25,95%
ANTICIPOS A PROVEEDORES	\$ 64.170,92	25,95%
Anticipo a Proveedores	\$ 3.529,12	1,43%
ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	\$ 33.276,32	13,46%
CRÉDITO TRIBUTARIO A FAVOR DE LA EMPRESA	\$ 30.004,36	12,13%
C. T. IVA Adquisiciones	\$ 4.168,13	1,69%
CT IVA x Retenciones	\$ 25.836,23	10,45%
CRÉDITO TRIBUTARIO A FAVOR DE LA EMPRESA	\$ 3.271,96	1,32%
CT favor Empresa IR Corriente	\$ 3.271,96	1,32%
Anticipo de Impuesto a la Renta	\$ -	0,00%
ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 27.666,72	11,19%
PROPIEDADES. PLANTA Y EQUIPO	\$ 27.666,72	11,19%
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 26.974,29	10,91%
Maquinaria y Equipo	\$ 26.974,29	10,91%
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 1.905,00	0,77%
Equipo de Computacion	\$ 1.905,00	0,77%
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA PROPIEDADES.	\$ (1.212,57)	-0,49%
(-) Depreciacion Acumulada Maquinaria y	\$ (665,80)	-0,27%
(-) Depreciacion Acumulada Equipos de Co	\$ (546,77)	-0,22%
TOTAL DEL ACTIVO	\$ 247.292,16	100,00%

PASIVO		
PASIVO CORRIENTE	\$ 27.838,39	11,26%
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	\$ 21.101,77	8,53%
LOCALES	\$ 21.101,77	8,53%
Proveedores	\$ 9.423,40	3,81%
Varias Cuentas por pagar PISA	\$ 11.305,57	4,57%
Otros ctas por pagar descuentos	\$ 275,50	0,11%
Cuentas x pagar tarjeta de Credito	\$ 97,30	0,04%
Pagos Efectivo en Transito	\$ -	0,00%
OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES	\$ 4.044,38	1,64%
CON LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA	\$ 1.638,83	0,66%
RETENCIONES IVA	\$ 674,55	0,27%
Retenciones Iva por Pagar	\$ 674,55	0,27%
RETENCIONES FTE	\$ 964,28	0,39%
Retenciones Fuente por Pagar	\$ 964,28	0,39%
Impuesto a la renta por Pagar	\$ -	0,00%
CON EL IEISS	\$ 891,32	0,36%
APORTES IEISS.	\$ 891,32	0,36%
Aporte less por Pagar	\$ 891,32	0,36%
POR BENEFICIOS DE LEY A EMPLEADOS	\$ 1.514,23	0,61%
REMUNERACIONES	\$ 141,96	0,06%
Remuneraciones por Pagar	\$ 141,96	0,06%
BENEFICIOS DE LEY EMPLEADOS	\$ 1.372,27	0,55%
Decimo tercero	\$ 338,78	0,14%
Decimo Cuarto	\$ 1.033,49	0,42%
ANTICIPOS DE CLIENTES	\$ 2.692,24	1,09%
Anticipos Cliente	\$ 1,64	0,00%
Ant. Clientes por Confirmar	\$ 2.690,60	1,09%
PASIVO NO CORRIENTE	\$ 820,04	0,33%
PROVISIONES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS	\$ 820,04	0,33%
JUBILACION PATRONAL	\$ 767,76	0,31%
OTROS BENEFICIOS NO CORRIENTES PARA LOS	\$ 52,28	0,02%
TOTAL DEL PASIVO	\$ 28.658,43	11,59%
PATRIMONIO NETO		
CAPITAL	\$ 20.000,00	8,09%
CAPITAL SUSCRITO o ASIGNADO	\$ 20.000,00	8,09%
Capital Sus. Asig.	\$ 20.000,00	8,09%
RESERVAS	\$ 192.292,72	77,76%
RESERVA LEGAL	\$ 10.000,00	4,04%
Reserva Legal	\$ 10.000,00	4,04%
RESERVAS FACULTATIVA Y ESTATUTARIA	\$ 182.292,72	73,72%
Reserva Facultativa	\$ 182.292,72	73,72%
RESULTADOS ACUMULADOS	\$ (36.631,00)	-14,81%
RESULTADOS ACUMULADOS PROVENIENTES DE LA	\$ (36.631,00)	-14,81%
Resultados Acum Prov. De la Adopcion de	\$ (36.631,00)	-14,81%
Resultado del Ejercicio	\$ 42.972,01	17,38%
TOTAL DEL PATRIMONIO	\$ 218.633,73	88,41%
TOTAL DEL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 247.292,16	100,00%

SEREMPLA S.A.		
Estado de Resultados Integral		
Balance al: 2013/12		
Análisis Vertical		
Cuenta	2013	Variación Relativa
INGRESOS		
		-
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$ 429.311,93	100,00%
VENTA DE BIENES	\$ 329.144,12	-76,67%
VENTAS BIENES CON IVA	\$ 329.144,12	-76,67%
Ventas Bienes con Iva	\$ 329.144,12	-76,67%
PRESTACION DE SERVICIOS	\$ 140.266,31	-32,67%
VENTAS DE RESIDUOS CON IVA	\$ 140.266,31	-32,67%
Ventas de residuos con IVA	\$ 140.266,31	-32,67%
OTROS INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$ (40.098,50)	9,34%
(-) DEVOLUCIONES EN VENTAS	\$ (40.098,50)	9,34%
OTROS INGRESOS	\$ 0,44	0,00%
OTROS INGRESOS	\$ 0,44	0,00%
Otros Ingresos por Rentas	\$ 0,44	0,00%
Otros Ingresos por diferencias	\$ 0,44	0,00%
	\$	
TOTAL INGRESOS	(429.312,37)	100,00%
COSTOS Y GASTOS		
COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN	\$ 305.823,27	-71,24%
COSTO DE VENTAS	\$ 187.903,14	-43,77%
COSTO DE VENTAS INV. EN ALMACEN TERCEROS	\$ 187.903,14	-43,77%
Costo de ventas Inv. no producidos	\$ 124.495,00	-29,00%
Costo de ventas Inv. Desperdicios	\$ 63.408,14	-14,77%
COSTO DE PRODUCCION	\$ 117.920,13	-27,47%
Co. MATERIALES UTILIZADOS O PRODUCTOS VE	\$ 75.680,92	-17,63%
Co. INVENTARIOS DE MATERIA PRIMA	\$ 75.680,92	-17,63%
Co. Inv. Materia Prima Prod. Proce	\$ 75.680,92	-17,63%
(+) MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 13.207,66	-3,08%
Co. SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	\$ 13.207,66	-3,08%
Co. SUELDOS. SALARIOS Y DEMÁS REMUN	\$ 10.536,01	-2,45%
Co. Sueldos	\$ 9.441,07	-2,20%
Co. Horas Extras 100%	\$ 133,60	-0,03%
Co. Bono	\$ 961,34	-0,22%
Co. APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (\$ 976,11	-0,23%
Co. Aporte Patronal	\$ 869,87	-0,20%
Co. Aporte Iece	\$ 53,12	-0,01%
Co. Aporte Secap	\$ 53,12	-0,01%
Co. BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZAC	\$ 1.695,54	-0,39%
Co. Decimo Tercer Sueldo	\$ 885,42	-0,21%

Co. Decimo Cuarto Sueldo	\$ 749,07	-0,17%
Co. Vacaciones	\$ 23,63	-0,01%
Co. Desahucio	\$ 37,42	-0,01%
Co.(+) MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 2.701,33	-0,63%
Co.SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	\$ 2.701,33	-0,63%
Co. SUELDOS. SALARIOS Y DEMÁS REMUN	\$ 1.869,07	-0,44%
Co. Sueldos	\$ 1.780,00	-0,41%
Co. Horas Extras 100%	\$ 89,07	-0,02%
Co.APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (i	\$ 531,11	-0,12%
Co. Aporte Patronal	\$ 513,31	-0,12%
Co. Aporte lece	\$ 8,90	0,00%
Co. Aporte Secap	\$ 8,90	0,00%
Co. BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZA	\$ 301,15	-0,07%
Co. Decimo Tercer Sueldo	\$ 148,34	-0,03%
Co. Decimo Cuarto Sueldo	\$ 78,61	-0,02%
Co. Vacaciones	\$ 74,20	-0,02%
Co.(+) OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRIC	\$ 26.330,22	-6,13%
Co.DEPRECIACIÓN PROPIEDADES. PLANTA Y EQ	\$ 665,80	-0,16%
Co. Depreciacion Maquinaria y Equip	\$ 665,80	-0,16%
Co.MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	\$ 400,00	-0,09%
Co.Mantenimientos y Reparaciones	\$ 400,00	-0,09%
Co.SUMINISTROS MATERIALES Y REPUESTOS	\$ 503,79	-0,12%
Co.Suministros y Materiales	\$ 320,00	-0,07%
Co. Repuestos y Accesorios	\$ 183,79	-0,04%
Co.OTROS COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 24.760,63	-5,77%
Co.ARRENDAMIENTO OPERATIVO	\$ 6.819,40	-1,59%
Co. Arrendamiento de Inmuebles	\$ 6.000,00	-1,40%
Co. Arrendamiento Maquinaria	\$ 819,40	-0,19%
Co.COMBUSTIBLES	\$ 361,44	-0,08%
Co. Combustibles	\$ 361,44	-0,08%
Co.TRANSPORTE	\$ 3.435,00	-0,80%
Co. Transporte	\$ 3.435,00	-0,80%
Co.GASTOS DE VIAJE	\$ 1.515,49	-0,35%
Co. Gastos de Viaje	\$ 502,00	-0,12%
Co. Gastos de Alimentacion	\$ 1.013,49	-0,24%
Co. OTROS GASTOS BIENES	\$ 2.539,89	-0,59%
Co Otros Bienes Produccion	\$ 1.080,13	-0,25%
Co Bienes Medicina	\$ 40,66	-0,01%
Co Uniformes	\$ 52,50	-0,01%
Co Implementos de Seguridad	\$ 1.366,60	-0,32%
Co. OTROS GASTOS SERVICIOS	\$ 10.089,41	-2,35%
Co. Otros gastos servicios	\$ 7.322,26	-1,71%
Co Mano obra Estibadores	\$ 278,00	-0,06%
Co Mano Obra Edificaciones	\$ 1.670,13	-0,39%
Co Transporte flete (bota)	\$ 240,00	-0,06%
Co. Alimentacion trabajadores	\$ 579,02	-0,13%
GASTOS	\$ 80.517,09	-18,75%
GASTOS DE VENTA	\$ 29.080,31	-6,77%
Ve.HONORARIOS. COMISIONES Y DIETAS A PER	\$ 10.162,32	-2,37%
Ve. Honorarios Profesionales	\$ 800,00	-0,19%

Ve. Honorarios Comisiones	\$ 9.362,32	-2,18%
Ve.MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	\$ 1.433,20	-0,33%
Ve. Mantenimientos	\$ 1.137,64	-0,26%
Ve. Reparaciones	\$ 295,56	-0,07%
Ve.PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	\$ 161,40	-0,04%
Ve. Promoción y Publicidad	\$ 161,40	-0,04%
Ve.COMBUSTIBLES	\$ 336,92	-0,08%
Ve. Combustibles	\$ 336,92	-0,08%
Ve.TRANSPORTE	\$ 1.198,80	-0,28%
Ve. Transporte	\$ 1.198,80	-0,28%
Ve.GASTOS DE VIAJE	\$ 2.674,57	-0,62%
Ve. Gastos de Viaje	\$ 2.308,00	-0,54%
Ve. Gastos de Alimentacion	\$ 366,57	-0,09%
Ve .AGUA. ENERGÍA. LUZ. Y TELECOMUNICACI	\$ 19,64	0,00%
Ve. Telecomunicaciones	\$ 19,64	0,00%
Ve.OTROS GASTOS	\$ 13.093,46	-3,05%
Ve.OTROS GASTOS BIENES	\$ 1.617,55	-0,38%
Ve. Otros gastos Bienes	\$ 1.553,39	-0,36%
Ve. Repuestos y accesorios	\$ 64,16	-0,01%
Ve.OTROS GASTOS SERVICIOS	\$ 11.475,91	-2,67%
Ve. Arrendamiento Vehiculos	\$ 6.775,80	-1,58%
Ve. Servicio de Limpieza	\$ 3.360,11	-0,78%
Ve Otros Gastos Servicios	\$ 1.340,00	-0,31%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 46.984,70	-10,94%
SUELDOS. SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	\$ 5.884,00	-1,37%
Sueldos	\$ 5.084,00	-1,18%
Bono empresa	\$ 800,00	-0,19%
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (incluido	\$ 714,96	-0,17%
Aporte Patronal	\$ 656,08	-0,15%
Aporte lece	\$ 29,44	-0,01%
Aporte Secap	\$ 29,44	-0,01%
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	\$ 823,18	-0,19%
Decimo Tercer Sueldo	\$ 490,32	-0,11%
Decimo Cuarto Sueldo	\$ 318,00	-0,07%
Desahucio	\$ 14,86	0,00%
HONORARIOS. COMISIONES Y DIETAS A PERSON	\$ 28.911,99	-6,73%
Honorarios Profesionales Gerencia	\$ 24.000,00	-5,59%
Honorarios Profesionales Financieros	\$ 3.035,56	-0,71%
Honorarios Profesionales varios	\$ 1.876,43	-0,44%
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	\$ 1.055,45	-0,25%
Mantenimientos	\$ 1.055,45	-0,25%
ARRENDAMIENTO OPERATIVO	\$ 1.304,36	-0,30%
Arrendamiento de Inmuebles P.N.	\$ 1.304,36	-0,30%
COMBUSTIBLES	\$ 263,18	-0,06%
Combustibles	\$ 263,18	-0,06%
TRANSPORTE	\$ 907,00	-0,21%
Transporte	\$ 907,00	-0,21%
GASTOS DE GESTIÓN (agasajos a accionista	\$ 287,85	-0,07%
Agasajos Trabajadores	\$ 287,85	-0,07%

GASTOS DE VIAJE	\$ 475,05	-0,11%
Gastos de Viaje	\$ 396,17	-0,09%
Gastos de Alimentacion	\$ 78,88	-0,02%
AGUA. ENERGÍA. LUZ. Y TELECOMUNICACIONES	\$ 913,93	-0,21%
Telecomunicaciones	\$ 913,93	-0,21%
NOTARIOS Y REGISTRADORES DE LA PROPIEDAD	\$ 10,00	0,00%
Notarios y registradores de la Propiedad	\$ 10,00	0,00%
IMPUESTOS. CONTRIBUCIONES Y OTROS	\$ 739,08	-0,17%
Impuestos	\$ 576,64	-0,13%
Contribuciones	\$ 162,44	-0,04%
DEPRECIACIONES:	\$ 546,77	-0,13%
PROPIEDADES. PLANTA Y EQUIPO	\$ 546,77	-0,13%
Depreciacion Maquinaria y Equipo	\$ 57,16	-0,01%
Depreciacion Equipos de Computacion	\$ 489,61	-0,11%
OTROS GASTOS	\$ 4.147,90	-0,97%
OTROS GASTOS BIENES	\$ 1.811,07	-0,42%
Suministros y materiales de Oficina	\$ 797,72	-0,19%
Equipos y Mobiliario	\$ 1.013,35	-0,24%
Otros Suministros	\$ -	0,00%
OTROS GASTOS SERVICIOS	\$ 2.336,83	-0,54%
Servicios Asesorias Empresas	\$ 450,00	-0,10%
Servicio de Alimentacion	\$ 140,00	-0,03%
Servicios de Encomiendas	\$ 14,24	0,00%
Servicio Dominio	\$ 67,72	-0,02%
Gasto adecuacion instalaciones	\$ 1.664,87	-0,39%
GASTOS FINANCIEROS	\$ 156,92	-0,04%
INTERESES	\$ 1,78	0,00%
Intereses bancarios	\$ 1,78	0,00%
COMISIONES	\$ 155,14	-0,04%
Comisiones Bancarias	\$ 155,14	-0,04%
GASTOS NO DEDUCIBLES	\$ 4.295,16	-1,00%
No Ded. Retenciones Asumidas	\$ 145,57	-0,03%
No Ded. Impuestos	\$ 2.535,35	-0,59%
No Ded. Multas	\$ 49,40	-0,01%
No Ded. Intereses	\$ 0,88	0,00%
No Ded sin sustento documento	\$ 786,71	-0,18%
No Ded. diferencias Pagos	\$ 9,49	0,00%
No Ded Jubilación patronal	\$ 767,76	-0,18%
Otros Gastos no deducibles	\$ -	0,00%
TOTAL GASTOS	\$ 386.340,36	-89,99%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 42.972,01	-10,01%

ANEXO 4

Tabla de retenciones de impuesto a la renta

DETALLE DE PORCENTAJES DE RETENCION CONFORME LA NORMATIVA VIGENTE (Conforme el concepto y porcentaje a retener, verifique el código necesario para su declaración en el formulario 103)	Porcentajes vigentes	
Intereses y comisiones que causen en operaciones de crédito entre las instituciones del Sistema Financiero	1%	
Pagos por transporte privado de pasajeros o transporte público o privado de carga	1%	
Aquellos efectuados por concepto de energía eléctrica	1%	
Compra de bienes muebles de naturaleza corporal excepto combustible	1%	(*)(**)
Pagos en actividades de construcción de obra material inmueble, urbanización, lotización o actividades similares	1%	**
Por seguros y reaseguros (10% del valor de las primas facturadas)	1%	**
Pagos o créditos en cuenta que se realicen a compañías de arrendamiento mercantil establecidas en el Ecuador, sobre las cuotas de arrendamiento e inclusive la de opción de compra	1%	**
Pagos por servicios de medios de comunicación y de agencias de publicidad	1%	**
Pagos a personas naturales por servicios donde prevalezca la mano de obra sobre el factor intelectual	2%	**
Pagos o créditos realizados por las empresas emisoras de tarjetas de crédito a sus establecimientos afiliados	2%	**
Ingresos por intereses o descuentos y cualquier otro rendimiento financiero generados por préstamos, cuentas corrientes, certificados financieros, pólizas de acumulación, depósitos a plazo, certificados de inversión, avales, fianzas y cualquier otro tipo de documentos similares. No procede retención a los intereses pagados a instituciones controladas por la Superintendencia de Bancos, ni a los intereses pagados en libretas de ahorro a la vista a personas naturales, ni a los rendimientos por depósitos a plazo fijo de un año o más pagados por las instituciones financieras nacionales a naturales y sociedades excepto a instituciones del sistema financiero.	2%	**
Los intereses que cualquier entidad del sector público que actúe en calidad de sujeto activo de impuestos, tasas y contribuciones especiales de mejoras, reconozca a favor del sujeto pasivo	2%	**
Por regalías, derechos de autor, marcas, patentes y similares a Sociedades	2%	**
Pagos no contemplados con porcentajes específicos de retención	2%	**
Honorarios, comisiones y demás pagos realizados a personas naturales profesionales nacionales o extranjeras residentes en el país por más de seis meses, que presten servicios en los que prevalezca el intelecto sobre la mano de obra, siempre y cuando, los mismos estén relacionados con su título profesional.”.	10%	****

Pagos a deportistas, entrenadores, árbitros y miembros de cuerpos técnicos y artistas nacionales o extranjeros residentes que no se encuentren en relación de dependencia (caso contrario se rige a la tabla de personas naturales) Utilización o aprovechamiento de la imagen o renombre	10%	*****
Honorarios, comisiones y demás pagos realizados a personas naturales nacionales o extranjeras residentes en el país por más de seis meses, que presten servicios en los que prevalezca el intelecto sobre la mano de obra, siempre y cuando, dicho servicio no esté relacionado con el título profesional que ostente la persona que lo preste.”.	8%	****
Honorarios y demás pagos realizados a personas naturales nacionales o extranjeras residentes en el país por más de seis meses, que presten servicios de docencia.”.	8%	****
Cánones, regalías, derechos o cualquier otro pago o crédito en cuenta que se efectúe a personas naturales con residencia o establecimiento permanente en el Ecuador relacionados con la titularidad, uso, goce o explotación de derechos de propiedad intelectual definidos en la Ley de Propiedad Intelectual	8%	
Los pagos realizados a notarios y registradores de la propiedad y mercantil en sus actividades notariales o de registro	8%	
Los pagos por concepto de arrendamiento de bienes inmuebles	8%	
Los realizados a artistas tanto nacionales como extranjeros residentes en el país por mas de seis meses	8%	
Por regalías, derechos de autor, marcas, patentes y similares a Naturales	8%	
Sin convenio de doble tributación intereses y costos financieros por financiamiento de proveedores externos (si el valor se encuentra dentro de la tasa activa maxima referencial del BCE se retiene el 5%, si excede el valor se retiene el 24%)	entre 5 y 24	*****
Sin convenio de doble tributación intereses de créditos externos registrados en el BCE (si el valor se encuentra dentro de la tasa activa maxima referencial del BCE se retiene el 5%, si excede el valor se retiene el 24%)	entre 5 y 24	*****
Sin convenio de doble tributación por otros conceptos	24%	*****
Sin convenio de doble tributación intereses y costos financieros por financiamiento de proveedores externos (si el valor se encuentra dentro de la tasa activa maxima referencial del BCE se retiene el 5%, si excede el valor se retiene el 23%)	entre 5 y 23	
Sin convenio de doble tributación intereses de créditos externos registrados en el BCE (si el valor se encuentra dentro de la tasa activa maxima referencial del BCE se retiene el 5%, si excede el valor se retiene el 23%)	entre 5 y 23	
Sin convenio de doble tributación por otros conceptos	23%	
Sin convenio de doble tributación intereses y costos financieros por financiamiento de proveedores externos (si el valor se encuentra dentro de la tasa activa maxima referencial del BCE se retiene el 5%, si excede el valor se retiene el 22%)	entre 5 y 22	*****

Sin convenio de doble tributación intereses de créditos externos registrados en el BCE (si el valor se encuentra dentro de la tasa activa máxima referencial del BCE se retiene el 5%, si excede el valor se retiene el 22%)	entre 5 y 22	*****
Sin convenio de doble tributación por otros conceptos	22%	*****
Pagos al exterior no sujetos a retención	No aplica retención	
Con convenio de doble tributación	Porcentaje dependerá del convenio	
* Modificaciones vigentes desde el 01/04/2008 según Resolución NAC - DGER2008 - 0250 publicada en el R. O. 299 del 20/03/2008		
** Modificaciones vigentes desde el 01/05/2008 según Resolución NAC - DGER2008 - 0512 publicada en el R. O. 325 del 28/04/2008		
*** Modificaciones vigentes desde el 01/01/2009 según Decreto Presidencial publicado en el R.O. 497-S DEL 30/12/2008.		
**** Modificaciones vigentes desde el 01/06/2010 según Resolución NAC - DGRCGC10-00147 publicada en el R.O. 196 del 19/05/2010		
***** Modificaciones vigentes desde el 01/01/2011 según Código de la Producción		
***** Vigentes para el período fiscal 2012 según Código de la Producción		
***** Modificaciones vigentes desde el 08/07/2013 según Resolución NAC - DGRCGC13-00313 publicada en el R.O. 31 del 08/07/2013		

CONSIDERAR:

El monto mínimo para efectuar retenciones es de \$50. De realizarse pagos a proveedores permanentes se efectuará la retención sin importar el monto (por permanente entiéndase dos o más compras en un mismo mes calendario).
El comprobante de retención deberá ser entregado en un plazo de cinco días hábiles a partir de la emisión del comprobante de venta.
No están sujetos a retención en la fuente del impuesto a la renta:
Instituciones y Empresas del Sector Público, incluido el BID, CAF, CFN, ONU y Bco. Mundial.
Instituciones de educación superior (legalmente reconocidas por el CONESUP).
Instituciones sin fines de lucro (legalmente constituidas).
Los pagos por venta de bienes obtenidos de la explotación directa de la agricultura, acuicultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca siempre que no se modifique su estado natural.
Misiones diplomáticas de países extranjeros.
Pagos por concepto de reembolso de gastos, compra venta de divisas, transporte público de personas, ni en la compra de inmuebles o de combustibles.
Los obtenidos por trabajadores por concepto de bonificación de desahucio e indemnización por despido intempestivo, en la parte que no exceda lo determinado por el Código Tributario.
Los obtenidos por concepto de las décima tercera y décima cuarta remuneraciones.
Los obtenidos por concepto de becas para el financiamiento de estudios, especialización o capacitación.

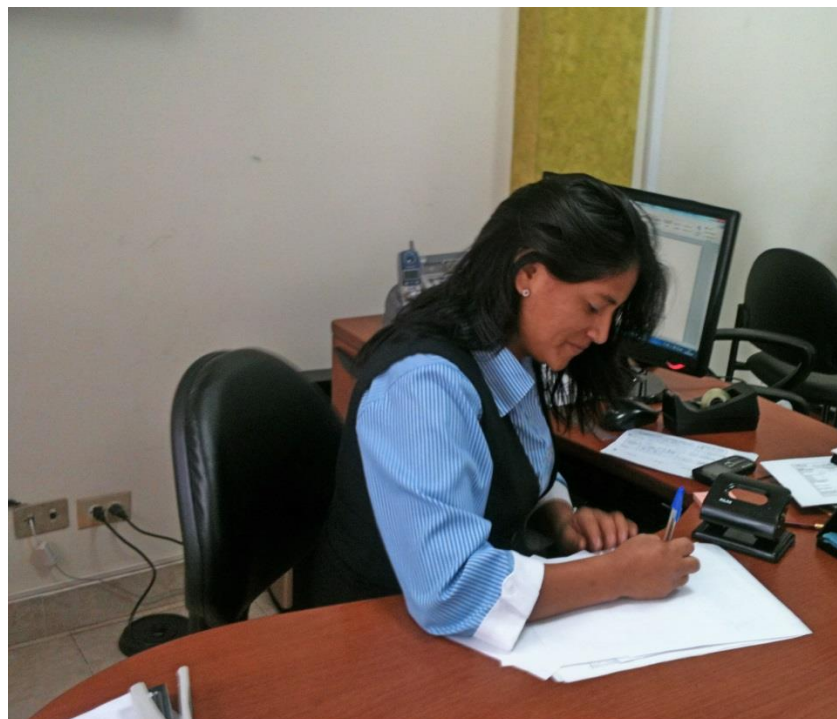
ANEXO 5

RETENCIONES EN LA FUENTE DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO								
AGENTE DE RETENCIÓN (Comprador ; el que realiza el pago)	RETENIDO: El que vende o transfiere bienes, o presta servicios.							
	ENTIDADES Y ORGANISMOS DEL SECTOR PÚBLICO Y EMPRESAS PÚBLICAS	CONTRIBUYENTES ESPECIALES	SOCIEDADES	PERSONAS NATURALES				
				OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD	NO OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD			
					EMITE FACTURA O NOTA DE VENTA	SE EMITE LIQUIDACIÓN DE COMPRAS DE BIENES O ADQUISICIÓN DE SERVICIOS (INCLUYE PAGOS POR ARRENDAMIENTO AL EXTERIOR)	PROFESIONALES	POR ARRENDAMIENTO DE BIENES INMUEBLES PROPIOS
ENTIDADES Y ORGANISMOS DEL SECTOR PÚBLICO Y	BIENES NO RETIENE	BIENES NO RETIENE	BIENES 30%	BIENES 30%	BIENES 30%	BIENES 100%	BIENES -----	BIENES -----
	SERVICIOS NO RETIENE	SERVICIOS NO RETIENE	SERVICIOS 70%	SERVICIOS 70%	SERVICIOS 70%	SERVICIOS 100%	SERVICIOS 100%	SERVICIOS 100%
CONTRIBUYENTES ESPECIALES	BIENES NO RETIENE	BIENES NO RETIENE	BIENES 30%	BIENES 30%	BIENES 30%	BIENES 100%	BIENES -----	BIENES -----
	SERVICIOS NO RETIENE	SERVICIOS NO RETIENE	SERVICIOS 70%	SERVICIOS 70%	SERVICIOS 70%	SERVICIOS 100%	SERVICIOS 100%	SERVICIOS 100%
SOCIEDAD Y PERSONA NATURAL OBLIGADA A	BIENES NO RETIENE	BIENES NO RETIENE	BIENES NO RETIENE	BIENES NO RETIENE	BIENES 30%	BIENES 100%	BIENES -----	BIENES -----
	SERVICIOS NO RETIENE	SERVICIOS NO RETIENE	SERVICIOS NO RETIENE	SERVICIOS NO RETIENE	SERVICIOS 70%	SERVICIOS 100%	SERVICIOS 100%	SERVICIOS 100%
CONTRATANTE DE SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN	BIENES NO RETIENE	BIENES -----	BIENES -----	BIENES -----	BIENES -----	BIENES -----SERVICIOS 100%	BIENES -----	-----
	SERVICIOS NO RETIENE	SERVICIOS 30%	SERVICIOS 30%	SERVICIOS 30%	SERVICIOS 30%		SERVICIOS 30%	SERVICIOS 30%
COMPAÑÍAS DE SEGUROS Y REASEGUROS	BIENES NO RETIENE	BIENES NO RETIENE	BIENES 30%	BIENES 30%	BIENES 30%	BIENES 100%	BIENES -----	BIENES -----
	SERVICIOS NO RETIENE	SERVICIOS NO RETIENE	SERVICIOS 70%	SERVICIOS 70%	SERVICIOS 70%	SERVICIOS 100%	SERVICIOS 100%	SERVICIOS 100%
EXPORTADORES (UNICAMENTE EN LA ADQUISICIÓN DE	BIENES NO RETIENE	BIENES NO RETIENE	BIENES 100%	BIENES 100%	BIENES 100%	BIENES 100%	BIENES 100%	-----
	SERVICIOS NO RETIENE	SERVICIOS NO RETIENE	SERVICIOS 100%	SERVICIOS 100%	SERVICIOS 100%	SERVICIOS 100%	SERVICIOS 100%	-----

ANEXO 6

Fotos

Realización de la encuesta



Materia Prima



Clasificado



Almacenamiento Producto terminado







Mano de Obra directa e indirecta





Mermas



Producto terminado

