



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

**Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniera en
Contabilidad y Auditoría CPA.**

Tema:

**“Planificación empresarial y el cumplimiento de los objetivos institucionales de
los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate”**

Autora: Villafuerte López, Alexandra Jaqueline

Tutor: Ing. Jara Vásquez, Ernesto Alfredo

**Ambato – Ecuador
2018**

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Ing. Ernesto Alfredo Jara Vásquez , con cédula de identidad No. 060173143-2, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación sobre el tema: **“PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL Y EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES DE LOS DISTRIBUIDORES DE INSUMOS AGRÍCOLAS DEL CANTÓN PATATE”**, desarrollado por Alexandra Jaqueline Villafuerte López, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, 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 los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Marzo del 2018

EL TUTOR



.....

Ing. Ernesto Alfredo Jara Vásquez
C.I. 0601731432

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Alexandra Jaqueline Villafuerte López, con cédula de identidad No. 180366826-6, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto investigativo, bajo el tema: **“PLANIFICACION EMPRESARIAL Y EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES DE LOS DISTRIBUIDORES DE INSUMOS AGRÍCOLAS DEL CANTÓN PATATE”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Marzo del 2018

AUTORA



Alexandra Jaqueline Villafuerte López

C.I. 1803668266

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y proceso de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de ese proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Marzo del 2018

AUTORA



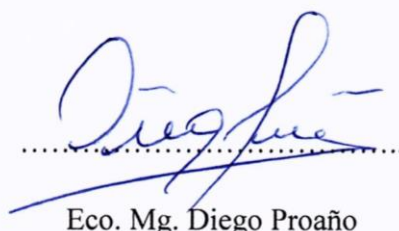
Alexandra Jaqueline Villafuerte López

C.I. 1803668266

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

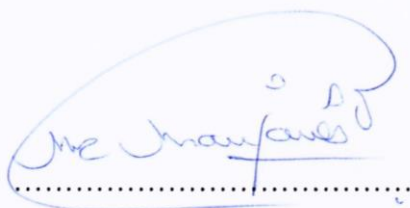
El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación, sobre el tema: **“PLANIFICACION EMPRESARIAL Y EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES DE LOS DISTRIBUIDORES DE INSUMOS AGRÍCOLAS DEL CANTÓN PATATE”**, elaborado por Alexandra Jaqueline Villafuerte López, estudiante de la Carrera de 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, Marzo del 2018



Eco. Mg. Diego Proaño

PRESIDENTE



Dra. Myrian Manjarrés

MIEMBRO CALIFICADOR



Ing. Paulina Pico

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

A Dios por su infinita bondad, por guiarme cada día, porque sentía su presencia en los momentos más difíciles, por darme la sabiduría para poder culminar una meta en mi vida.

A mi hermosa princesa Paula Marianné que con tu sonrisa y amor me motivas a salir adelante, haces que me esfuerce cada día para ser un ejemplo a seguir, eres mi mayor orgullo. Te amo hijita.

A mi esposo, Daniel, quien me brindó su amor, su cariño, comprensión, confianza y su apoyo incondicional.

A mis padres José y Narcisa, por su apoyo, consejos, amor, su ayuda en los momentos difíciles, por proporcionarme los recursos necesarios para que pueda culminar mis estudios.

A mi hermano Christian José, a mis abuelitos, a mi cuñada Gabriela y a mi sobrino Carlitos José, por estar siempre presente motivándome para cumplir mi meta.

Alexandra Villafuerte

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica de Ambato, a sus autoridades y maestros, por compartir sus conocimientos que han contribuido con mi formación profesional.

A mi tutor, el Ingeniero Ernesto Jara por su paciencia y ayuda brindada en la realización del presente trabajo investigativo, permitiendo su exitosa culminación.

Alexandra Villafuerte

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

TEMA: “PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL Y EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES DE LOS DISTRIBUIDORES DE INSUMOS AGRÍCOLAS DEL CANTÓN PATATE”

AUTORA: Alexandra Jaqueline Villafuerte López

TUTOR: Ing. Ernesto Alfredo Jara Vásquez

FECHA: Marzo del 2018

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo analizar de qué manera incide la planificación empresarial sobre el cumplimiento de los objetivos institucionales de los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate. La planificación empresarial es una herramienta que sirve para definir metas y estrategias que van a orientar en el proceso de toma de decisiones. En el presente proyecto se pudo determinar que la mayoría de las empresas no cuentan con una planificación empresarial, no tienen un fin determinado y por ende no han establecido de manera clara sus objetivos. En la investigación se buscó determinar la relación existente entre la inexistencia de planificación empresarial y el incumplimiento de los objetivos institucionales, hecho que ha afectado el desarrollo de las empresas, limitando su crecimiento empresarial. Para el presente proyecto se trabajó con una población integrada por trece almacenes, a través de la aplicación de las encuestas se recopiló información importante que ha sido analizada e interpretada según las opiniones de cada una de las personas encuestadas. Mediante la utilización de herramientas estadísticas se procedió a comprobar la hipótesis planteada. La carencia de cultura empresarial ha hecho que las pequeñas y medianas empresas, se vean afectadas por el

desconocimiento de herramientas empresariales útiles diseñadas para el crecimiento y desarrollo empresarial, por lo que se ha propuesto implementar el uso de una herramienta estratégica que permita a las empresas establecer políticas y puedan tomar medidas en caso de dificultades. Se tiene como objetivo contribuir con un trabajo de contenido científico que sirva de medio investigativo.

PALABRAS DESCRIPTORAS: PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL, OBJETIVOS INSTITUCIONALES, SOCIOS DE NEGOCIOS, ESTRATEGIAS, TOMA DE DECISIONES

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT
CARRER OF ACCOUNTING AND AUDITING

TOPIC: "BUSINESS PLANNING AND COMPLIANCE WITH THE INSTITUTIONAL OBJECTIVES OF DISTRIBUTORS OF AGRICULTURAL SUPPLIES OF CANTÓN PATATE"

AUTHOR: Alexandra Jaqueline Villafuerte López

TUTOR: Ing. Ernesto Alfredo Jara Vásquez

DATE: March 2018

ABSTRACT

The present research aims at analyzing how project planning affects the fulfillment of the institutional objectives of the agricultural input distributors of the Patate canton. Business Planning is a tool that serves to define goals and strategies that will guide the decision-making process. In the present project it was possible to determine that most of the companies do not have a business plan, they do not have a determined purpose and therefore they have not established clearly their objectives. The research sought to determine the relationship between the lack of business planning and non-compliance with institutional objectives, obtaining a fact that has affected the development of companies, limiting their business growth. For the present project we worked with a population consisting of thirteen warehouses, through the application of the surveys we collected important information that has been analyzed and interpreted according to the opinions of each of the people surveyed. Using the statistical tools, we proceeded to verify the hypothesis. The lack of entrepreneurial culture has caused small and medium-sized enterprises to be affected by the lack of useful business tools designed for business growth and development. Therefore, it has been proposed to implement the use of a strategic tool that allows companies establish policies and take action in

case of difficulties. It aims to contribute with a scientific content that serves as a research medium.

KEYWORDS: BUSINESS PLANNING, INSTITUTIONAL OBJECTIVES, BUSINESS PARTNERS, STRATEGIES, DECISION MAKING

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
ABSTRACT.....	x
ÍNDICE GENERAL.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA.....	2
1.1 Tema de Investigación.....	2
1.2 Planteamiento del Problema.....	2
1.2.1 Contextualización.....	2
1.2.1.1 Contexto Macro.....	2
1.2.1.2 Contexto Meso.....	3
1.2.1.3 Contexto Micro.....	4
1.2.2 Análisis Crítico.....	6
1.2.2.1 Árbol de Problemas.....	6
1.2.2.2 Relación Causa – Efecto.....	7
1.2.3 Prognosis.....	7
1.2.4 Formulación del Problema.....	8
1.2.5 Preguntas Directrices.....	8
1.2.6 Delimitación.....	8

1.3 Justificación.....	8
1.4 Objetivos	10
1.4.1 Objetivo General	10
1.4.2 Objetivos Específicos.....	10

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO.....	11
2.1 Antecedentes Investigativos	11
2.2 Fundamentación Filosófica	14
2.3 Fundamentación Legal	15
2.4 Categorías Fundamentales.....	18
2.4.1 Conceptualización de las Variables.....	21
2.4.1.1 Marco Conceptual Variable Independiente.....	21
2.4.1.2 Marco Conceptual Variable Dependiente	27
2.5 Hipótesis.....	32
2.6 Señalamiento de Variables	32

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO	33
3.1 Enfoque	33
3.2 Modalidades básicas de la Investigación	34
3.3 Niveles de Investigación	36
3.4 Población y Muestra.....	37
3.4.1 Población.....	37
3.4.2 Muestra.....	38
3.5 Operacionalización de Variables.....	38
3.5.1 Variable independiente: Planificación empresarial.....	39
3.5.2 Variable dependiente: Objetivos Institucionales.....	40
3.6 Plan de recolección de la Información	41
3.7 Plan de procesamiento de la Información	41

CAPÍTULO IV

RESULTADOS.....	43
4.1 Principales Resultados.....	43
4.2 Interpretación de Resultados	43

4.3 Verificación de la Hipótesis	62
4.3.1 Planteamiento de la Hipótesis	63
4.3.2 Modelo Matemático	63
4.3.3 Modelo Lógico	63
4.3.4 Determinación de Significancia	63
4.3.5 Preguntas seleccionadas para la Verificación de la Hipótesis.....	64
4.3.6 Aplicación de la fórmula para la Comprobación de la Hipótesis.....	65
4.4 Recomendaciones	68
4.5 Propuesta de Solución	68
4.5.1 Tema de la Propuesta	68
4.5.2 Datos Informativos	69
Referencias Bibliográficas	118
ANEXOS	122

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico 1 Árbol de Problemas.....	6
Gráfico 2 Super-ordinación de las Variables.....	18
Gráfico 3 Subordinación Conceptual de la Variable Independiente.....	19
Gráfico 4 Subordinación Conceptual de la Variable Dependiente.....	20
Gráfico 5 Características Disímiles de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa...	34
Gráfico 6 Planificación Empresarial.....	44
Gráfico 7 Definición la Misión y Visión.....	45
Gráfico 8 Cumplimiento de la Planificación Empresarial.....	46
Gráfico 9 Recursos Necesarios para el giro del Negocio.....	47
Gráfico 10 Plan de comercialización	48
Gráfico 11 Plan de Reclutamiento de Personal.....	49
Gráfico 12 Plan de Capacitación al Personal.....	50
Gráfico 13 Manual de Funciones.....	51
Gráfico 14 Comportamiento del Personal.....	52
Gráfico 15 La Planificación Empresarial y el Cumplimiento de los Objetivos.....	53
Gráfico 16 Plan de Inversiones.....	54
Gráfico 17 Objetivos a Corto y Largo Plazo.....	55
Gráfico 18 Empresas que han Socializado los Objetivos.....	56
Gráfico 19 Empresas que han Definido Estrategias.....	57
Gráfico 20 Expectativas del Cliente.....	58
Gráfico 21 Cumplimiento de los Objetivos.....	59
Gráfico 22 Resultado de los Estados Financieros.....	60
Gráfico 23 Actualización de los Objetivos Institucionales.....	61
Gráfico 24 Utilización de Objetivos Institucionales.....	62

Gráfico 25 Análisis Horizontal Grupo Activo.....	87
Gráfico 26 Análisis Horizontal Grupo Pasivo.....	88
Gráfico 27 Análisis Horizontal Grupo Patrimonio.....	89
Gráfico 28 Análisis Horizontal Ingresos por Ventas.....	91
Gráfico 29 Análisis Horizontal Ganancia Bruta.....	92
Gráfico 30 Análisis Horizontal Gastos.....	93
Gráfico 31 Análisis Vertical Activo 2016.....	95
Gráfico 32 Análisis Vertical Activo 2015.....	96
Gráfico 33 Análisis Vertical Pasivo y Patrimonio 2016.....	96
Gráfico 34 Análisis Vertical Pasivo y Patrimonio 2015.....	97
Gráfico 35 Análisis Vertical Ingresos 2016.....	100
Gráfico 36 Análisis Vertical Ingresos 2015.....	100
Gráfico 37 Capital de Trabajo.....	102
Gráfico 38 Liquidez Corriente.....	103
Gráfico 39 Prueba Ácida.....	104
Gráfico 40 Rotación Cuentas por Cobrar.....	105
Gráfico 41 Plazo Promedio de Cobros.....	106
Gráfico 42 Rotación de Inventarios.....	107
Gráfico 43 Plazo Promedio de Inventarios.....	108
Gráfico 44 Plazo Promedio de Pagos.....	110
Gráfico 45 Ciclo de Caja.....	111
Gráfico 46 Endeudamiento a Corto Plazo.....	112
Gráfico 47 Apalancamiento Total.....	114
Gráfico 48 Margen de Rentabilidad Bruta.....	115
Gráfico 49 Margen de Rentabilidad Neta.....	115
Gráfico 50 Rentabilidad del Patrimonio.....	116

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1 Operacionalización de la Variable Independiente.....	39
Tabla 2 Operacionalización de la Variable Dependiente.....	40
Tabla 3 Planificación Empresarial.....	44
Tabla 4 Definición de la Misión y Visión.....	45
Tabla 5 Cumplimiento de la Planificación Empresarial.....	46
Tabla 6 Recursos necesarios para el Giro del Negocio.....	47
Tabla 7 Plan de Comercialización.....	48
Tabla 8 Plan de reclutamiento de Personal.....	49
Tabla 9 Plan de capacitación al Personal.....	50
Tabla 10 Manual de Funciones.....	51
Tabla 11 Comportamiento del Personal.....	52
Tabla 12 La Planificación Empresarial y el Cumplimiento de los Objetivos.....	53
Tabla 13 Plan de Inversiones.....	54
Tabla 14 Objetivos a Corto y Largo Plazo.....	55
Tabla 15 Empresas que han Socializado los Objetivos.....	56
Tabla 16 Empresas que han Definido Estrategias.....	57
Tabla 17 Expectativas del Cliente.....	58
Tabla 18 Cumplimiento de los Objetivos.....	59
Tabla 19 Resultado de los Estados Financieros.....	60
Tabla 20 Actualización de los Objetivos Institucionales.....	61
Tabla 21 Utilización de Indicadores.....	62
Tabla 22 Tabla de Frecuencias Estadísticas de las Variables.....	65
Tabla 23 Modelo Operativo de la Propuesta.....	80

Tabla 24 Matriz FODA.....	76
Tabla 25 Matriz de Perfil Competitivo.....	82
Tabla 26 Análisis Horizontal Balance General.....	86
Tabla 27 Análisis Horizontal Grupo Activo.....	87
Tabla 28 Análisis Horizontal Grupo Pasivo.....	88
Tabla 29 Análisis Horizontal Grupo Patrimonio.....	89
Tabla 30 Análisis Horizontal Estado de Resultados.....	90
Tabla 31 Análisis Horizontal Ingresos por Ventas.....	91
Tabla 32 Análisis Horizontal Ganancia Bruta.....	92
Tabla 33 Análisis Horizontal Gastos.....	93
Tabla 34 Análisis Vertical Estado de Situación Financiera.....	94
Tabla 35 Análisis Vertical Activo.....	95
Tabla 36 Análisis Vertical Pasivo y Patrimonio.....	96
Tabla 37 Análisis Vertical Estado de Resultados.....	99
Tabla 38 Análisis Vertical Ingresos.....	100
Tabla 39 Capital de Trabajo.....	102
Tabla 40 Liquidez Corriente.....	103
Tabla 41 Prueba Ácida.....	104
Tabla 42 Rotación Cuentas por Cobrar.....	105
Tabla 43 Plazo Promedio de Cobros.....	106
Tabla 44 Rotación de Inventarios.....	107
Tabla 45 Plazo Promedio de Inventarios.....	108
Tabla 46 Rotación Cuentas por Pagar.....	109
Tabla 47 Plazo Promedio de Pagos.....	110
Tabla 48 Ciclo de Caja.....	111
Tabla 49 Endeudamiento a Corto Plazo.....	112

Tabla 50 Apalancamiento Total.....	113
Tabla 51 Margen de Rentabilidad Bruta.....	114
Tabla 52 Margen de Rentabilidad Neta.....	115
Tabla 53 Rentabilidad del Patrimonio.....	116

ÍNDICE DE FIGURAS

CONTENIDO	PÁGINA
Figura 1 Distribución T – student.....	64
Figura 2 Determinación t-student.....	66
Figura 3 Ejemplo de Indicadores de Gestión.....	77

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación se encuentra enfocado en el estudio de cómo la planificación empresarial incide en el cumplimiento de los objetivos institucionales de los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate, cabe recalcar que la planificación empresarial es parte fundamental para el buen manejo de una empresa, pues se reúne los requisitos necesarios para cumplir objetivos, planes, programas y actividades tomando en cuenta el entorno tanto social como económico. Una adecuada planificación lleva a una empresa el éxito.

El proyecto se ha desarrollado de la siguiente forma:

Capítulo I.- Plantea el problema existente en las empresas, analizando su contextualización a nivel nacional, provincial y cantonal, se determina las causas y efectos del mismo mediante el árbol de problemas y se delimita el campo de estudio justificando las razones de importancia, para el desarrollo de la investigación y finalmente formulando los objetivos que se pretende alcanzar.

Capítulo II.- Comprende el marco teórico que respalda nuestra investigación en el cual se especifican los antecedentes investigativos que se relacionan con el tema planteado, las fundamentaciones: filosófica, científica – teórica y legal, contribuyen al desarrollo de la investigación, por último, se presenta el planteamiento de la hipótesis.

Capítulo III.- En esta sección se detalla la metodología de la investigación, la cual incluye los distintos tipos, métodos y técnicas de investigación que se utilizaron la recolección, procesamiento y análisis información, también contiene la operacionalización de las variables.

Capítulo IV.- Contiene el análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la encuesta que se realizó a los propietarios y/o gerentes de las empresas, también se incluye la verificación de la hipótesis, delimitaciones de estudio, conclusiones y recomendaciones, y presenta un bosquejo de la propuesta de solución.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN

“Planificación empresarial y el cumplimiento de los objetivos institucionales de los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate.”

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Contextualización

1.2.1.1 Contexto Macro

Desde el inicio de los tiempos, la agricultura, igual que la caza y pesca ha sido una de las actividades que ha realizado el hombre para conseguir subsistir. A lo largo de la historia de nuestro país, la agricultura ha representado una de las actividades más importante para la economía nacional; por lo que representa para el país: generador de fuentes de trabajo, sustento para la alimentación, entre otros.

De acuerdo con (Larrea, 2016), en su publicación, nos dice que:

La agricultura ha significado a lo largo de nuestra historia, y más aún en el actual contexto globalizado, la actividad primaria de mayor importancia en la economía nacional por cuanto representa para el país: a) El asentamiento del mayor conglomerado poblacional y, por consiguiente, su mayor fuente de trabajo. b) El sustento real para la alimentación de la población. c) La materia prima indispensable para la agroindustria, otra importante fuente de trabajo. d) Un gran impulso para el sector comercial interno, por la oferta de productos primarios e industriales terminados. e) Una inagotable fuente de divisas para el erario nacional, a través de la exportación de su producción. f) La agricultura constituye, cuando es debidamente atendida e incentivada, un infranqueable dique que puede impedir las constantes migraciones masivas de los habitantes del agro hacia los grandes centros urbanos, donde se incrementa en proporción geométrica los extensos cinturones de miseria, lo que, debido al galopante e incesante aumento de las poblaciones insatisfechas, ocasiona un incontrolable incremento de la delincuencia, común y organizada. g) Sin una adecuada atención al sector agrario, no puede surtir efecto positivo ninguna acción en los sectores de la educación, salud, laboral y, por supuesto, en lo económico y social. (pág. s/p)

Para la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2001) ;

Según investigaciones realizadas en diversas revistas y otros documentos registrados existe un ligero aumento de la producción en 1995-98, éste apenas superó el crecimiento de la población, y en el decenio de 1990 de hecho que disminuyó en términos per cápita. Además, el lento crecimiento y las acusadas fluctuaciones anuales de la producción de alimentos siguen planteando importantes problemas crónicos a los países MA (menos adelantados), y constituyen las causas principales del aumento de la pobreza y la inseguridad alimentaria. Entre 1969-71 y 1996-98, la proporción de personas desnutridas con respecto al total de la población de estos países aumentó, pasando del 38 por ciento al 40 por ciento, mientras que en cifras totales las personas desnutridas aumentaron de 116 millones a 235 millones. En cambio, en el resto de los países en desarrollo, la proporción de personas desnutridas con respecto al total de la población fue del 18 por ciento en 1996-98. Además, los indicadores de pobreza muestran que la proporción de personas que vive por debajo de la línea de pobreza (calculada en 1 dólar EE.UU. por día) ha aumentado en muchos países MA (menos adelantados). A continuación figura un breve examen de los principales factores internos que explican la situación actual de la agricultura en los países MA (menos adelantados). Se destacan las esferas en que una mejora de las políticas, las instituciones y las inversiones puede acelerar el crecimiento agrícola hasta que alcance los niveles que contribuyan a reducir la pobreza rural y aumentar la seguridad alimentaria.

Conforme a varios sucesos, esta actividad se ve afectada por diversos elementos que son inevitables como plagas, por lo que se requiere inmediatamente de la utilización de agroquímicos para poder combatirlos y salvar la producción, por lo que se ha visto la oportunidad de comercializar los insumos necesarios en este sector, creando en nuestro país existen un gran número de empresas que se dedican a la comercialización de insumos agrícolas, por lo que es necesario tener claro los lineamientos a seguir según la actividad que desempeñen, es de mucha importancia emplear herramientas que sirvan para asegurar el éxito y duración de una empresa, de ahí la importancia de una adecuada planificación empresarial; porque está ligada a varios factores empresariales como una adecuada toma de decisiones la misma que conlleva a la consecución de los objetivos propuestos y por ende al éxito empresarial.

1.2.1.2 Contexto Meso

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) reveló que Ecuador posee 7,3 millones de hectáreas dedicadas a la agricultura y la mayoría se encuentran ubicadas en el Sur del país como Manabí, Guayas, Loja, Los Ríos y Esmeraldas.

La provincia de Tungurahua es reconocida por su producción agrícola; en la que en su mayoría produce gran variedad de verduras, hortalizas, frutas, entre otros; los mismos que son utilizados para el consumo y en su mayoría para comercialización y de este modo satisfacer las necesidades de la población de la provincia, como del país. Es por ello que la comercialización de insumos agrícolas, se la realiza en pequeñas, medianas y grandes empresas, las mismas que están ubicadas en su mayoría en la ciudad de Ambato, como también en cada uno de los cantones y sus alrededores.

En su mayoría las empresas son creadas de manera práctica, sin haber establecido una visión a futuro y estrategias de crecimiento empresarial; al pensar que con el paso del tiempo se van a adaptar al medio en que van a competir; no obstante definir una estrategia es de vital importancia porque permite a las empresas posicionarse en el mercado, lograr un capital que les permita sobrevivir a las adversidades.

Las empresas comercializadoras de insumos agrícolas, en su mayoría las pequeñas y medianas se han visto afectadas principalmente por la competencia, al no contar con un sistema de control de gestión, o a su vez tienen un sistema de control de gestión inadecuado; lo que no les permite crear estrategias que les lleve a establecerse en el mercado garantizando su continuidad por lo que no les permite evaluar de manera correcta y oportuna las operaciones que se presentan dentro de la organización, por lo que algunos han llegado a tomar la penosa decisión de concluir sus actividades. Es por ello, que se considera necesario elaborar un conjunto de herramientas que permitan mejorar su desempeño organizacional.

1.2.1.3 Contexto Micro

El cantón Patate, posee varios atractivos turísticos como son, las cascadas, senderos turísticos, bosques y demás encantos que atraen a los turistas cada fin de semana; pero posee además un atractivo turístico adicional el cual lo identifica a nivel nacional, se trata de los coloridos y aromáticos huertos, en ellos se gran variedad de frutas como la chirimoya, tomate de árbol, mandarina, aguacate y el mejor durazno del Ecuador.

Para (Moreta, 2015)

... al menos 60.000 plantas, entre frutales y ornamentales, produce la Asociación Agropecuario Quinlata del cantón Patate (Tungurahua). Estas se

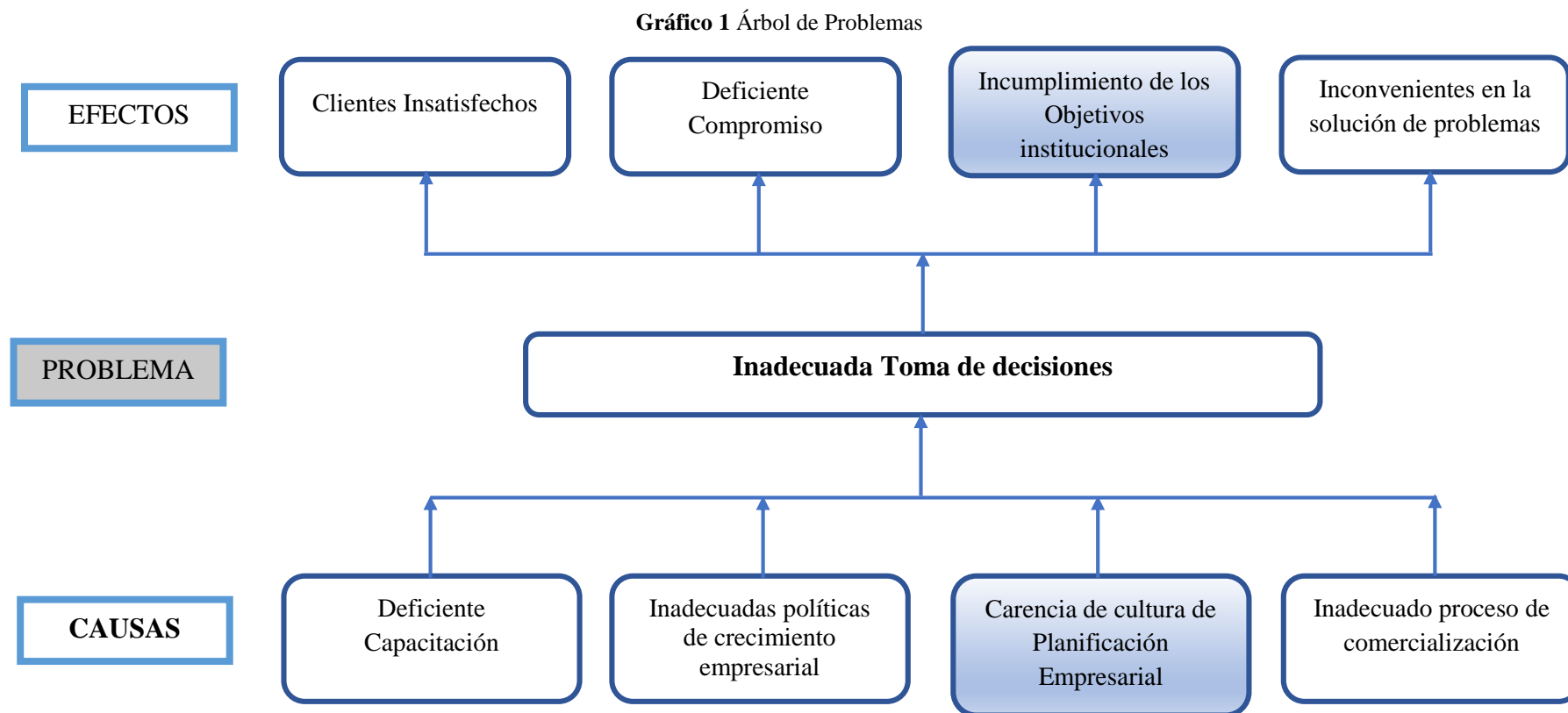
comercializan a los fruticultores de provincias como Tungurahua, Chimborazo, Imbabura y Pichincha. Sus 19 integrantes trabajan desde el 2010 en esta iniciativa productiva. Ellos proveen de plantas a los proyectos de reactivación frutícola impulsados por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (Magap) y la Secretaría del Buen Vivir. El plan está a cargo de la Asociación de Productores Alternativos El Belén, en Cevallos. Al menos 90 familias de este cantón y sectores aledaños son los beneficiarios. Este proyecto se inició a mediados del 2014 y finalizará en el próximo año. Eso hizo que sus pedidos aumentaran. El año pasado, la producción llegó a 6 000 plantas entre minirrosas, durazno, claudia y otras variedades. Estas se comercializaron en Guayaquil, Ambato, Riobamba y otras urbes. El ingreso fue de USD 6 000.

Patate posee grandes facultades de riqueza en sus tierras, que permiten la producción agrícola en grandes escalas, lamentablemente hoy en día se ve afectada por diversas circunstancias naturales como son, plagas, insectos, etc., por lo que se han establecido en el sector diversos distribuidores de insumos agrícolas los mismos que se dedican a la venta de fungicidas, pesticidas, abonos que permiten ayudar al control de dichas plagas, además de servicio técnico personalizado con la finalidad de facilitarle el trabajo al agricultor cuidando sus cultivos.

Sin embargo, un factor que afecta al sector es la toma de decisiones que casi siempre las realiza el propietario por intuición esto se ha dado por el conformismo en cuanto a la formación académica por creer que las clases de administración básica recibidas durante sus estudios realizados son suficientes y no contratan al personal adecuado que sirva de guía en la dirección de sus negocios, es por ello que no cuentan con herramientas de gestión, o las que poseen falencias limitando la capacidad de inversión. La problemática persiste cada día con mayor fuerza, lo que ha provocado el incumplimiento de los objetivos institucionales e inconvenientes en la solución de problemas en consecuencia no han podido ser respaldadas, llevando a las empresas a riesgos de cierre, es por esta razón que una de las actividades más importantes dentro de una organización es la planificación empresarial, herramienta que permite a una organización seguir operando en el mercado con competitividad siendo únicos en el mercado.

1.2.2 Análisis Crítico

1.2.2.1 Árbol de Problemas



Fuente: Investigación

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

1.2.2.2 Relación Causa – Efecto

Una vez determinada y analizada la problemática en los distribuidores de insumos agrícolas de Patate, como: La inadecuada toma de decisiones, cuya causa principal se considera la carencia de cultura de planificación empresarial, y el efecto principal el incumplimiento de los objetivos.

Sabiendo que la planificación empresarial frente al cumplimiento de los objetivos es una herramienta administrativa muy importante que garantiza la continuidad de una empresa, el cual es posible mediante un análisis a la situación de la entidad y del entorno en que se desenvuelve, en función de las estrategias a seguir para la consecución de los objetivos y de este modo alcanzar el éxito.

La deficiente capacitación al personal es otra de las causas que influyen en la problemática planteada pues las empresas deben considerar que la capacitación es una estrategia valiosa para que el personal brinde una adecuada atención al cliente.

Otra causa es el inadecuado proceso de comercialización, el cual se ha llevado de manera empírica sin contar con algo establecido en un documento, lo que conlleva a tener inconvenientes en la solución de problemas.

1.2.3 Prognosis

La planificación empresarial, es una de las herramientas más importantes a aplicar en cualquier institución, ya sea esta de producción, comercialización o de servicios, el no aplicar una adecuada planificación empresarial acarrea graves problemas, afectando directamente a la consecución de los objetivos planteados, y las decisiones que se tomen en beneficio de las entidades no tendrán el mismo impacto ya que serán inadecuadas.

La no aplicación de una adecuada planificación empresarial en los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate, afectará de una manera negativa en el cumplimiento de los objetivos.

1.2.4 Formulación del problema

¿Es la carencia de cultura de Planificación Empresarial la que incide sobre el cumplimiento de los objetivos institucionales en los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate?

- **Variable independiente:** Planificación empresarial
- **Variable dependiente:** Objetivos institucionales

1.2.5 Preguntas directrices

- ¿Se ha utilizado en las instituciones una herramienta que les ayude a implementar estrategias de crecimiento empresarial?
- ¿De qué manera incide la carencia de cultura de Planificación Empresarial sobre la inadecuada toma de decisiones?
- ¿Cómo afecta al crecimiento económico e institucional el incumplimiento de los objetivos institucionales?
- ¿Qué modelo permitirá llevar a cabo la consecución de los objetivos institucionales?

1.2.6 Delimitación

- **Campo:** Ciencias Contables y Financieras
- **Área:** Administración financiera
- **Aspecto:** Gestión administrativo-financiera
- **Espacial:** Distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate
- **Tiempo problema:** Año 2016
- **Tiempo estudios:** Marzo – Diciembre del 2017

1.3 JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto de investigación se enfocará en la importancia de la investigación, la recolección de sus resultados los que colaborarán con la solución de la problemática en las ventas bajas que presentan los Distribuidores de Insumos Agrícolas del cantón

Patate: con el objetivo de obtener la mayor información con respecto a los socios de negocios y su entorno, como: proveedores, clientes, asociaciones, etc.

El proyecto de investigación brinda un aporte tanto a los clientes propietarios de los negocios, siendo una guía en sus acciones facilitando la toma de decisiones. Al aplicar un adecuado modelo de planificación empresarial, se pretende alcanzar los objetivos institucionales preestablecidos.

El presente trabajo investigativo es importante porque la planificación empresarial es una herramienta que sirve para gestionar y dirigir una organización la misma que ayuda a prevenir y disminuir los riesgos, al contar con un documento en donde se plasmen la definición del negocio, planteando el alcance de este.

La presente investigación tiene por interés implementar una herramienta que sirva de apoyo a nivel administrativo – financiero, la misma que servirá como guía para el empresario, permitiendo determinar acciones adecuadas para la consecución de los objetivos institucionales.

El trabajo investigativo es novedoso, ya que presentará alternativas de mejoramiento y desarrollo que permitirán fortalecer la gestión administrativa – financiera, permitiendo de esta manera mejorar las relaciones tanto con clientes internos y externos.

La Universidad Técnica de Ambato, la carrera de Contabilidad y Auditoría, los profesionales en esta área y los estudiantes dispondrán de un documento que servirá para futuras investigaciones sobre la Planificación empresarial y el cumplimiento de los objetivos.

El impacto que se pretende generar con este estudio es en el área administrativa - financiera, debido a que existe muy poco conocimiento por parte de propietarios y trabajadores de los distribuidores de insumos agrícolas acerca de la utilidad de una adecuada planificación empresarial y sus beneficios. Además, se logrará tomar medidas al identificar las situaciones de vulnerabilidad y así determinar medidas para disminuir el riesgo en beneficio de las empresas objeto de estudio.

La factibilidad de ejecución del presente trabajo investigativo está en que se cuenta con información como: artículos científicos, páginas web, estudios, así como la colaboración de los propietarios y trabajadores de los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate.

1.4 OBJETIVOS

Con el desarrollo de la presente investigación se pretende alcanzar los siguientes objetivos.

1.4.1 Objetivo General

Analizar la incidencia de la planificación empresarial sobre el cumplimiento de los objetivos institucionales de los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Examinar la planificación empresarial, mediante cuestionarios con la finalidad de determinar si existen medidas sobre la toma de decisiones.
- Establecer un nivel de cumplimiento de los objetivos institucionales de los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate.
- Proponer un modelo de planificación, que conduzca a mejorar el proceso de toma de decisiones mediante el manejo de canales de negocio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

El desarrollo del presente trabajo investigativo cuenta con la fundamentación conceptual y teórica de las variables de estudio: Planificación empresarial y Cumplimiento de los objetivos institucionales, guiándonos en trabajos similares al tema de investigación, los mismos que sirven como antecedentes.

De acuerdo con el trabajo investigativo de (Cabezas, 2014), denominado “**La Planificación Administrativa Financiera y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Haro Llantas.**” ha llegado a las siguientes conclusiones:

El diagnóstico realizado, demuestra que la empresa Haro Llantas mantiene cifras muy bajas en su patrimonio, lo que no le ha permitido realizar inversiones para fortalecer su crecimiento.

En lo referente al manejo administrativo se observan falencias en cuanto a la definición de la misión, visión y políticas y principios empresariales, por esta razón se han perdido oportunidades de crecimiento y la captación de mayor número de clientes externos.

La implementación de un modelo administrativo-financiero como el que se propone en el presente trabajo, permitirá administrar eficientemente los recursos que dispone la empresa. (pág. 144)

En el trabajo se ha concluido que la Planificación empresarial es una práctica importante dentro del desempeño empresarial, puesto que representa una guía que sirve para desarrollar diversas actividades dentro de la organización permitiendo de este modo el desarrollo y crecimiento empresarial.

Según (Ramírez, 2017), en su tesis de grado “La planificación empresarial y la rentabilidad económica en las empresas distribuidoras de tableros aglomerados en el cantón Ambato.” concluye y recomienda que:

La planificación empresarial en las empresas que han sido analizadas no se cumple en su totalidad, razón por la cual ocasiona problemas en los distintos departamentos de las empresas. Cabe recalcar que en la parte operativa no existe medidas que den solución al inadecuado manejo de desperdicios generados en el proceso de corte.

Elaborar una planificación empresarial apropiada en donde se incluyan políticas que ayuden al inadecuado manejo de desperdicios, además cada planificación debe llevar sus respectivos programas, actividades y responsables, de esta manera se podrá cumplir al 100% los objetivos planteados por las empresas. También, se debe realizar el respectivo seguimiento a dichos programas para que las organizaciones sean más eficientes y competitivas. (pág. 78)

En el trabajo investigativo expresa que, aunque las empresas cuenten con una planificación empresarial estructurada, no la aplican adecuadamente. Por eso se considera importante que se establezca una adecuada planificación que incluyan políticas y que además se cumplan con la finalidad de cumplir sus objetivos.

Según (Sánchez, 2016), en su proyecto de investigación “La planificación financiera y la rentabilidad de la empresa textil Static Moda S.A de la ciudad de Ambato.” opina que:

A pesar de la existencia de una planificación financiera en la empresa, esta no es relevante al momento de tomar decisiones, por lo que la empresa se ve afectada en el desarrollo económico de la misma, haciendo mal uso de sus recursos, una vez analizados los datos recogidos al personal administrativo de la empresa, se puede determinar que no tiene claras sus metas y objetivos, estos no son definidos en base a lo que quiere llegar la empresa, por lo que no toma en consideración factores internos como las diferentes áreas de la empresa y factores externos como clientes, para cumplir con sus fines. (pág. 73)

En la investigación citada, menciona que la existencia de la planificación financiera es importante en una organización y que al usarla adecuadamente será de gran utilidad porque permite a las empresas aprovechar de la mejor manera sus recursos, y además determinar de manera clara sus metas y objetivos.

Según, (Palacios, 2015) en su investigación “La Planificación Empresarial Y La Rentabilidad De Los Productores De Aguardiente En La Parroquia Ramón Campaña Del Cantón Pangua” menciona que

Los productores deberán contar con una previa planificación para la distribución del producto, con el fin de evitar negociaciones con los intermediarios, pudiéndolo hacer directamente con el consumidor y ser sometida a controles que permita conocer el cumplimiento de objetivos.

Diseñar estrategias para la conformación de una asociación con procedimientos de comercialización del aguardiente con la finalidad de mitigar la informalidad con los intermediarios fomentando una adecuada

planificación en la distribución del producto a través de estrategias de comercialización que permita incrementar su rentabilidad. (págs. 76-77)

Al contar con una correcta planificación empresarial, se pueden establecer procedimientos y políticas para realizar negociaciones directas evitando intermediarios y de este modo también se permitirá conocer el cumplimiento de los objetivos.

(Tarziján, 2013) en su libro “**Fundamentos de Estrategia Empresarial**” indica que:

El establecimiento de objetivos y de los caminos de acción para lograr dichos objetivos debe ser precedido por un diagnóstico de la empresa, incluyendo un análisis del entorno competitivo que enfrenta y de la posición de la empresa en dicho entorno. Un buen diagnóstico de la situación actual de la empresa es muy importante para la adecuada determinación de sus objetivos y, fundamentalmente, para la elección del camino de acción conducente al logro de dichos objetivos.

Mientras que en las instituciones con fines de lucro el objetivo debiese ser crear y capturar valor, en las organizaciones sin fines de lucro los objetivos de la estrategia pueden ser diferentes. A modo de ejemplo, en una institución educacional en que no se busque maximizar el valor económico, los objetivos pueden ser medidos, por ejemplo, en términos de cantidad y calidad de las solicitudes de admisión, diversidad de los estudiantes, reconocimientos y publicaciones de sus profesores, y desempeño profesional de sus alumnos.

En el libro citado, recalca la importancia de contar con un modelo de negocio para poder llevar a cabo la consecución de los objetivos, el mismo que debe ser complemento de las decisiones que se tome en la empresa; en nuestro caso se puede denominar a la Planificación Empresarial como modelo de negocios.

Según (Arce, 2010) en su publicación “**Como Lograr Definir Objetivos Y Estrategias Empresariales**” indica que:

Las estrategias de una empresa deben reunir las siguientes características:

- deben ser los medios o las formas que permitan lograr los objetivos; los objetivos deben ser los “fines” y las estrategias “los medios” que permitan alcanzarlos. deben guiar al logro de los objetivos con la menor cantidad de recursos, y en el menor tiempo posible.
- deben ser claras y comprensibles para todos.
- deben estar alineadas y ser coherentes con los valores, principios y cultura de la empresa.

- deben considerar adecuadamente la capacidad y los recursos de la empresa.
- deben representar un reto para la empresa.
- deben poder ejecutarse en un tiempo razonable. Podemos utilizar estrategias, por ejemplo:
- para aprovechar oportunidades que se presenten en el entorno de la empresa.
- para hacer frente a las amenazas del entorno, por ejemplo, para neutralizar o eliminar las fortalezas o estrategias de la competencia.
- para aprovechar o reforzar las fortalezas o ventajas de la empresa.
- para neutralizar o eliminar las debilidades de la empresa.

Toda empresa debe tener una finalidad, y para ello se deben establecer estrategias para cumplir esa finalidad, es el presente trabajo de investigación las empresas a estudiar en su mayoría no tienen establecidos sus objetivos, pero en el artículo citado nos habla acerca de su importancia, por ejemplo, sirven para llevar un seguimiento de la evolución empresarial.

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

La presente investigación se enfoca en el paradigma crítico propositivo. Crítico porque cuestiona el problema contextualizado en base al esquema a seguir para realizar la investigación. Propositivo porque la investigación se basa en proponer una alternativa de solución al problema trazado.

Epistemológico

La investigación tiene fundamento epistemológico, porque permite adoptar nuevos conocimientos referentes a la planificación empresarial y al cumplimiento de los objetivos institucionales.

Ontológico

Partiendo de la problemática planteada, la antología se enfoca en mejorar el proceso de toma de decisiones en los Distribuidores de Insumos Agrícolas del cantón Patate.

Axiológico

Las empresas que van a ser objeto de estudio pueden presentar varios problemas de gestión por lo cual los resultados emitidos deben ser verdaderos y fiables poniendo así en práctica nuestros valores como: respeto, responsabilidad, ética.

Respeto porque al tratar con las personas encargadas de la administración se lo debe hacer con mucha consideración y también poniendo en práctica el valor de la humildad.

Responsabilidad porque al realizar el trabajo, se debe cumplir con todo lo planeado para que los resultados obtenidos sean confiables.

Ética ya que un profesional debe tener siempre presente este valor que implica ser discreto y realizar cualquier proceso de manera adecuada.

Metodológico

El presente trabajo investigativo, será realizado en base a un diseño metodológico lo que garantiza un orden en su elaboración y presentación.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La presente investigación se fundamenta en las siguientes leyes:

- Ley de Gestión ambiental Ecuador
- Código de la producción
- Ley Orgánica del consumidor

Ley de Gestión ambiental Ecuador

(LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL ECUADOR, 2004) – TITULO III – INSTRUMENTOS DE GESTION AMBIENTAL – CAPITULO V

Art. 33.- Establécense como instrumentos de aplicación de las normas ambientales los siguientes: parámetros de calidad ambiental, normas de efluentes y emisiones, normas técnicas de calidad de productos, régimen de permisos y licencias administrativas, evaluaciones de impacto ambiental, listados de productos contaminantes y nocivos para la salud humana y el medio ambiente, certificaciones de calidad ambiental de productos y servicios y otros que serán regulados en el respectivo reglamento. (pág. 6)

Art.34.- También servirán como instrumentos de aplicación de normas ambientales, las contribuciones y multas destinadas a la protección ambiental y uso sustentable de los recursos naturales, así como los seguros de riesgo y sistemas de depósito, los mismos que podrán ser utilizados para incentivar acciones favorables a la protección ambiental. (pág. 6)

Art. 35.- El Estado establecerá incentivos económicos para las actividades productivas que se enmarquen en la protección del medio ambiente y el manejo sustentable de los recursos naturales. Las respectivas leyes determinarán las modalidades de cada incentivo. (pág. 6)

(LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL ECUADOR, 2004) – TITULO V – DE LA INFORMACION Y VIGILANCIA AMBIENTAL

Art. 39.- Las instituciones encargadas de la administración de los recursos naturales, control de la contaminación ambiental y protección del medio ambiente, establecerán con participación social, programas de monitoreo del estado ambiental en las áreas de su competencia; esos datos serán remitidos al Ministerio del ramo para su sistematización; tal información será pública. (pág. 7)

Art. 40.- Toda persona natural o jurídica que, en el curso de sus actividades empresariales o industriales estableciere que las mismas pueden producir o están produciendo daños ambientales a los ecosistemas, está obligada a informar sobre ello al Ministerio del ramo o a las instituciones del régimen seccional autónomo. La información se presentará a la brevedad posible y las autoridades competentes deberán adoptar las medidas necesarias para solucionar los problemas detectados. En caso de incumplimiento de la presente disposición, el infractor será sancionado con una multa de veinte a doscientos salarios mínimos vitales generales. (pág. 7)

(CÓDIGO DE LA PRODUCCIÓN, 2010) – LIBRO III – Del fomento y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES)

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES. - La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código. En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento. (pág. 27)

(LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 2000) – CAPITULO V –
RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

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. (pág. 6)

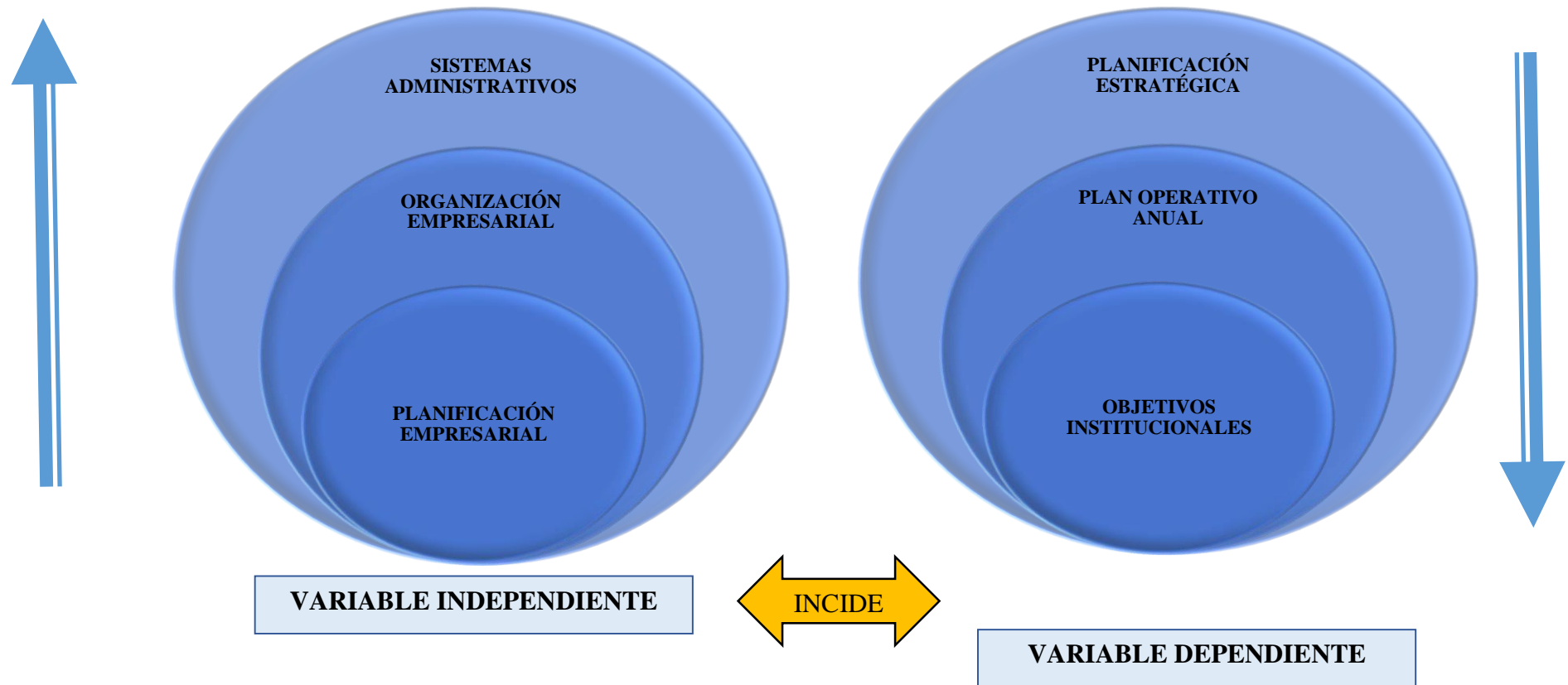
Art. 21.- FACTURAS. -El proveedor está obligado a entregar al consumidor, factura que documente el negocio realizado, de conformidad con las disposiciones que en esta materia establece el ordenamiento jurídico tributario. (pág. 7)

En caso de que al momento de efectuarse la transacción, no se entregue el bien o se preste el servicio, deberá extenderse un comprobante adicional firmado por las partes, en el que constará el lugar y la fecha en la que se lo hará y las consecuencias del incumplimiento o retardo. (pág. 7)

En concordancia con lo previsto en los incisos anteriores, en el caso de prestación de servicios, el comprobante adicional deberá detallar, además los componentes y materiales que se empleen con motivo de la prestación del servicio, el precio por unidad de los mismos y de la mano de obra; así como los términos en que el proveedor se obliga, en los casos en que el uso práctico lo permita. (pág. 7)

2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

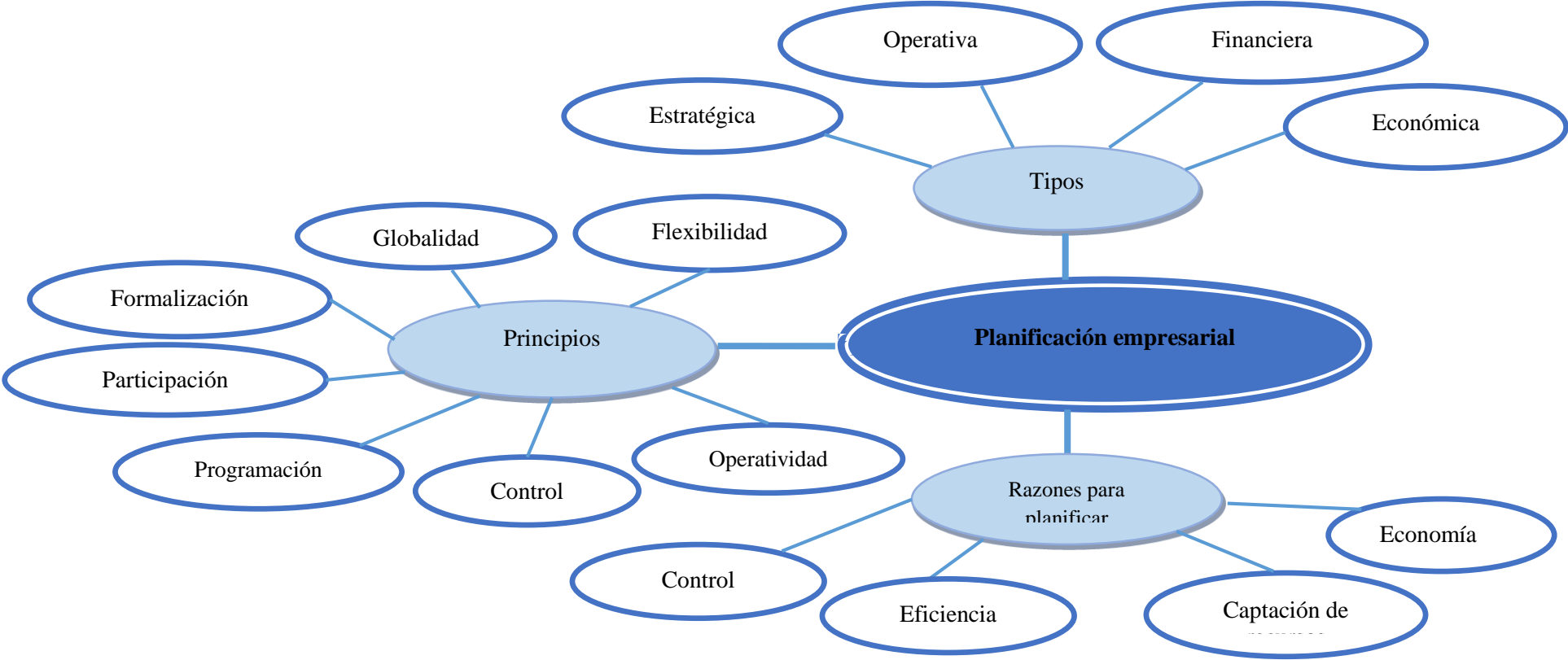
Gráfico 2: Super-ordinación de las variables



Elaborado: Alexandra Villafuerte
Fuente: Investigación Bibliográfica

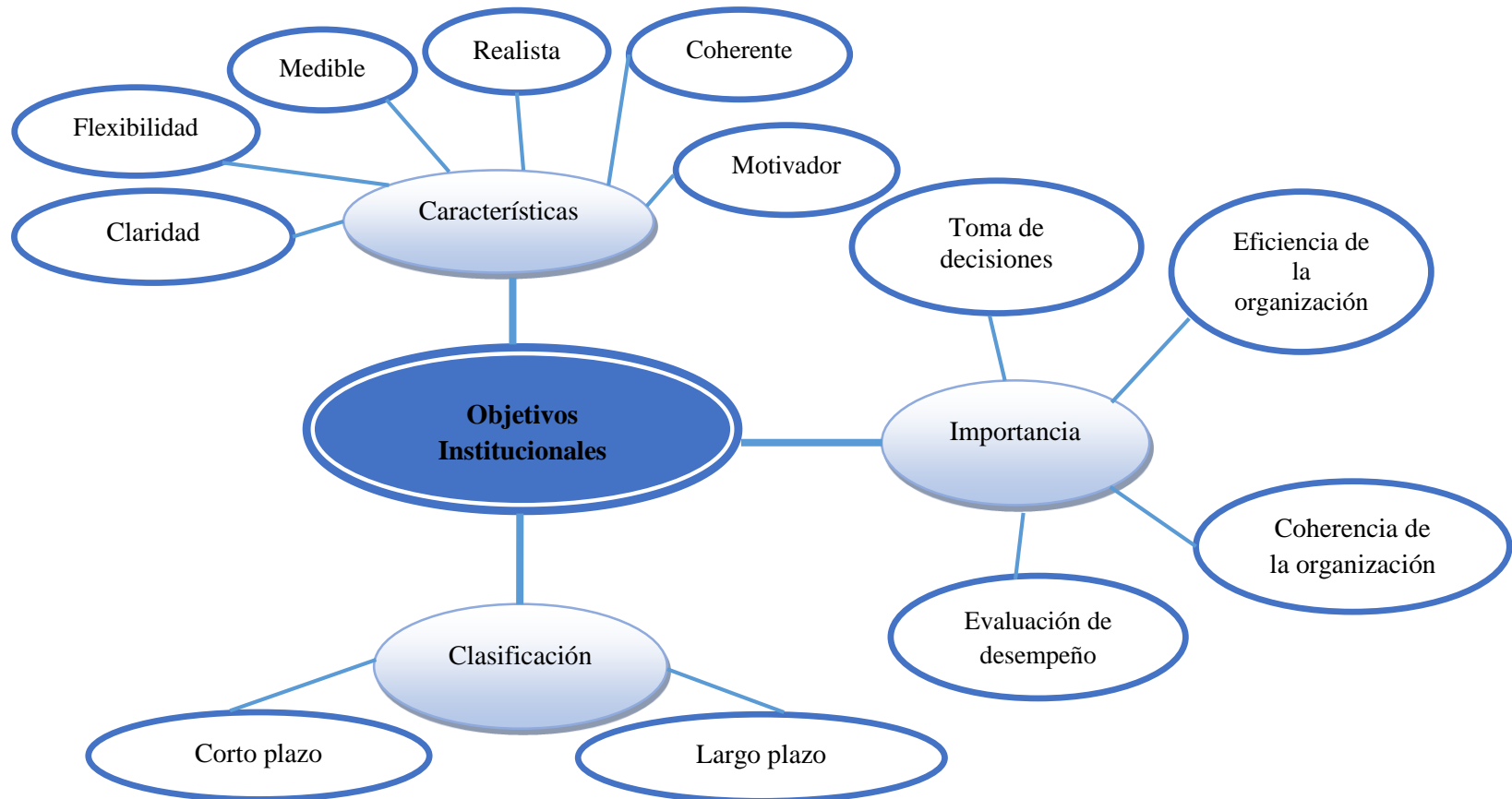
Red de Categorías

Gráfico 3: Subordinación conceptual de la variable independiente: Planificación empresarial



Elaborado: Alexandra Villafuerte
Fuente: Investigación Bibliográfica

Gráfico 4: Subordinación conceptual de la variable dependiente



Elaborado: Alexandra Villafuerte
Fuente: Investigación Bibliográfica

2.4.1 Conceptualización de las variables

2.4.1.1 Marco Conceptual Variable Independiente

Variable Independiente: Planificación empresarial

Sistemas Administrativos

Según (Paraco, 2015) menciona que son aquellos creados para dar apoyo a los administradores, que tienen un objetivo específico. Son más que todo un conjunto de partes interdependientes que actúan en forma conjunta. Un sistema administrativo comprende todas las funciones administrativas como la planificación, dirección, coordinación, ejecución y control. La organización como sistema. Es un conjunto de cargos cuyas reglas y normas de comportamiento, deben sujetarse a todos sus miembros y así, valerse el medio que permite a una empresa alcanzar determinados objetivos.

Según (Gómez G. , 1997) opina que es un sistema es una serie de elementos que forman una actividad, un procedimiento o un plan de procedimientos que buscan una meta o metas comunes, mediante la manipulación de datos, energía o materia. (pág. 4)

Como puede observarse, las definiciones varían y son congruentes en cuanto a su contenido, sin embargo, la utilización de términos como método, procedimiento y sistema, han dificultado la conceptualización de esos elementos para precisar un modelo de definición. Con todos los elementos expuestos, es posible afirmar que sistema es el resultado de un conjunto de procedimientos previamente coordinados, destinados a un objetivo común.

Organización Empresarial

Es un grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos. Cabe destacar que una organización sólo puede existir cuando hay personas que se comunican y están dispuestas a actuar en forma coordinada para lograr su misión. Las organizaciones funcionan mediante normas que han sido establecidas para el cumplimiento de los propósitos.

Planificación Empresarial

Son ideas que marcan cursos de acción, contienen los principios de la empresa en relación con su misión y visión. Las políticas revelan la intencionalidad con la cual se va a desempeñar la empresa en lo estratégico y en lo táctico. Las políticas de una empresa se dirigen a varias secciones: Personal, Sistemas, Procedimientos, Métodos, Procesos, Planes, Proyectos, Presupuestos, etc.

Razones para planificar

Para una empresa es importante saber su situación actual, así como, debe definir la meta que desea alcanzar, para encaminar sus esfuerzos en conseguir esa meta; el logro de una meta se va construyendo a base que se cumplen objetivos.

Control: propicia el desarrollo de una empresa al establecer el control sobre todo lo planeado.

Eficiencia: los negocios prosperan cuando utilizan sus recursos de la forma más provechosa. La planificación debe tener como uno de sus objetivos conseguir una asignación óptima de recursos para conseguir un incremento de la rentabilidad de la empresa.

Captación de recursos: los inversores (accionistas, bancos, obligacionistas, etc.) exigen a las empresas donde invierten realizar una buena planificación, ya que nadie invierte en una firma que no tiene una idea clara de hacia dónde se dirige.

Economía de tiempo, esfuerzo, y dinero: la planificación permite cometer errores sobre el papel evitando, de esta manera, sorpresas desagradables (hay que tener en cuenta que, si se falla al planificar, se está planificando fallar).

Principios

Según, (Maqueda, 1996) manifiesta que de la práctica empresarial y de las publicaciones sobre el tema, se deduce una serie de principios que hoy en día son generalmente aceptados como fundamento de los sistemas de planificación. Estos principios son los siguientes. (pág. 12)

Primer principio: FLEXIBILIDAD

El proceso de planificación debe ser adaptable a las condiciones cambiantes; por tanto, debe haber flexibilidad en los planes de la organización.

Segundo principio: GLOBALIDAD

El plan debe incorporar en el tiempo en el corto, mediano y largo plazo; además a todas las áreas de la empresa y en los distintos planes parciales.

Tercer principio: FORMALIZACIÓN

La planificación formal es mentalidad estratégica (visión futurista, nuevos clientes, nuevas tecnologías), además significa que la organización se va a desprender de ese plan cuando sea necesario.

Cuarto principio: PARTICIPACIÓN

Se debe socializar a todas las áreas o personal de la empresa.

Quinto principio: PROGRAMACIÓN

La planificación debe completarse con sus correspondientes programas y presupuestos. Hay quien llama, con acierto, a los programas “planes de acción” porque la acción no se inicia hasta que se formula un programa.

Sexto principio: CONTROL

Se debe llevar un control, sobre los planes y programas que forman parte del plan estratégico.

Séptimo principio: OPERATIVIDAD

El plan debe llevarse a cabo y cumplirse, si el plan no se emplea no es un plan operativo.

Tipos de Planificación

Planificación Estratégica

Según (De la Peña Alberto, 2012) refiere que la planificación estratégica consiste en “definir los objetivos y los planes de la empresa a largo plazo de una forma paulatina. Con la planificación estratégica se pretende definir el rumbo de la empresa a largo plazo a través de la formulación de objetivos y el establecimiento de planes de acción a largo plazo.” (pág. 107)

Es una técnica basada en una serie de pasos con la finalidad de lograr el objetivo buscado mediante varias metas específicas establecidas. La planeación estratégica busca desarrollar una o todas las etapas del proceso.

Planificación Operativa

Para (De la Peña Alberto, 2012)

La planificación operativa, pretende coordinar evaluar y controlar el conjunto de planes de acción que se tienen que realizar a corto plazo para alcanzar los objetivos definidos en la planificación estratégica, siendo por lo tanto una herramienta puesta a disposición de esta última. (pág. 107)

Consiste en formular planes a corto plazo que pongan de relieve las diversas partes de la organización. Se utiliza para describir lo que las diversas partes de la organización deben hacer para que la empresa tenga éxito a corto plazo.

Principios básicos de la planificación:

Participación: es la manera mediante la cual las personas de una organización elaboran en una planificación de acuerdo con actividades programadas.

Realismo: significa que la planificación es real y por medio de ella existe la probabilidad de saber que un problema ataca en las distintas organizaciones.

Flexibilidad: la institución puede adecuar a las circunstancias, existe métodos por alcanzar un sistema de evaluación para hacer cambios relativos acorde a las necesidades.

Precisión: es necesario ser claro y conciso, ya que consiste en planificar con claridad y exactitud para lograr las metas propuestas.

Métodos Y Herramientas De La Planificación Operativa

La planificación operativa le hacen requerir métodos y herramientas particulares. Entre esos rasgos destacan:

Fases De La Planificación Operativa

Fase de planificación. Se trata de establecer cómo se van a llevar a cabo diversas actividades.

Fase de ejecución. Representa el conjunto de tareas y actividades que suponen la realización de un proyecto determinado.

Fase de entrega o puesta en marcha. Como ya se ha dicho, todo proyecto está destinado a finalizarse en un plazo predeterminado, culminando en la entrega de la obra al cliente o la puesta en marcha del sistema desarrollado, comprobando que funciona adecuadamente y responde a las especificaciones en su momento aprobadas.

Fase de iniciación. Definir de los objetivos del proyecto y de los recursos necesarios para su ejecución. Las características del proyecto implican la necesidad de una fase o etapa previa destinada a la preparación de este, fase que tienen una gran trascendencia para la buena marcha del proyecto y que deberá ser especialmente cuidada.

Fase de control. Monitorización del trabajo realizado analizando cómo el progreso difiere de lo planificado e iniciando las acciones correctivas que sean necesarias.

La Planificación Operativa

Para (Rocha, 2014) la planificación operativa se refiere a la organización de los recursos y del personal de una compañía para la resolución de problemas. Es esencial para toda empresa, ya que traza el plan de acción y la relación que tendrán los distintos

departamentos entre sí para el desarrollo de las tareas en un tiempo generalmente estipulado por el departamento directivo.

OBJETIVOS: Son expresiones cuantitativas o cualitativas de los fines que se desean alcanzar en un tiempo determinado.

PROCEDIMIENTOS: Es una serie de actividades que constituyen una sucesión cronológica y la manera de ejecutar un trabajo, encaminado al logro de un fin determinado.

PROGRAMAS OPERATIVOS: Son aquellos que describen los pasos que realizará alguna de las unidades de un área funcional de la organización.

1. La planificación operativa se concentra más en los detalles concretos de cómo avanzar día a día hacia la consecución de esos objetivos más amplios.
2. La planificación operativa fija su atención prioritariamente en asuntos internos de la organización
3. La planificación operativa se realiza a corto plazo, siendo habitual la elaboración de planes operativos con una periodicidad anual).

Planificación Financiera

La planeación financiera establece la manera de cómo se lograrán las metas; además, representa la base de toda la actividad económica de la empresa. Asimismo, pretende la previsión de las necesidades futuras de modo que las presentes puedan ser satisfechas de acuerdo con un objeto determinado, que se establece en las acciones de la empresa.

Planificación económica

Según (Bugallo, 2015) menciona que:

...la defensa de la planificación económica en su forma más general, la defensa intelectual de la planificación económica consiste en que llevar a cabo decisiones y acciones sociales conscientes permite un uso más efectivo de los recursos productivos de la sociedad, según las preferencias individual y colectivamente determinadas. Es una condición necesaria para que la gente

sea capaz de controlar individual y colectivamente sus vidas, para ejercer el autogobierno. (pág. 2)

2.4.1.2 Marco Conceptual Variable Dependiente

Variable Independiente: Objetivos Institucionales

Plan Operativo anual

Según (Gómez P. , 2013) opina que “es una planificación a corto plazo, es un conjunto articulado de proyectos específicos para, a través del logro de los objetivos estratégicos, plasmar en la práctica la misión y visión que se requiere alcanzar.” (págs. 25-29)

PARTES DEL PLAN OPERATIVO

Para (Ortiz, 2012) el Plan Operativo consta de las siguientes partes:

- 1. Objetivo General:** Se define el objetivo mayor que se busca alcanzar durante el año y que contribuirá sustancialmente al desarrollo de la organización.
- 2. Objetivos Específicos:** Son los resultados que se desean alcanzar en el año respectivo. Pueden ser dos o más objetivos.
- 3. Actividades y Metas:** Se determinan las actividades que se realizarán para lograr los objetivos propuestos, señalando la meta a cumplirse en cada caso
- 4. Estrategia de Trabajo:** Describe la forma cómo se realizarán las actividades y se lograrán las metas y objetivos propuestos.
- 5. Plazo de Ejecución:** Señala los plazos en que se cumplirán cada una de las acciones programadas. Ejemplo: Adquisición de motocicletas = 120 días hábiles.
- 6. Responsabilidades:** Se designan los responsables de las acciones. Ejemplo: Adquisición de motocicletas = tesorero y dos socios nombrados en asamblea.

MATRIZ DEL PLAN OPERATIVO ANUAL A continuación se describen las variables de la matriz del POA:

Componentes. - Son las diferentes competencias desarrolladas en la dependencia.
Resultados. - Constituye el objetivo planteado que se espera lograr frente al componente.

Indicador de Resultado. - Representa la forma en cómo se calculará el resultado planteado, debe reflejar la una operación básica que de preferencia puede ser una división o una cantidad en unidades.

Metas. - Se refiere al valor (absoluto o porcentaje) referido a la operación realizada en el indicador de resultado.

Actividades. - Son las acciones con las que se propone alcanzar, o cumplir, la meta propuesta, ordenadas secuencialmente.

Medios de Verificación. - Constituyen los documentos físicos que expresan el cumplimiento de las metas.

Responsables. - Es la unidad técnica y/o administrativa de la institución y su titular o funcionario principal que está a cargo de la ejecución de las actividades para el cumplimiento de las metas institucionales.

Tiempo en Semanas. - Es el tiempo previsto para alcanzar la meta expresada en semanas.

Costo Anual. - Es el valor de los recursos monetarios (sean estos de gasto corriente o de inversión) que se requieren para el cumplimiento de las metas institucionales.

Financiamiento. - Tipo de financiamiento de donde proviene el recurso monetario para cumplir con las metas establecidas por la Dependencia.

Cronograma de Actividades. - Una vez determinado el tiempo, se deberá programar el cumplimiento de la meta trimestralmente.

Objetivos institucionales

De acuerdo con (Mercado, 2004), que en su libro alude que:

Toda actividad nos guía hacia un fin; por lo tanto, la actividad de la empresa se debe conducir a un fin previamente determinado. Los objetivos son los fines o propósitos hacia los cuales se deben dirigir los esfuerzos de un grupo humano. El objetivo de toda empresa es principalmente obtener utilidades a través de todas aquellas áreas funcionales con fisonomía propia. Por ejemplo: mercado, ventas, personal, innovaciones, función social, en cuanto a la comunidad en la cual se está trabajando, contribuyendo todos en el objetivo principal: Utilidad.

IMPORTANCIA DE LOS OBJETIVOS

La importancia de la fijación de los objetivos debe ser clara y definitiva, en virtud de que éstos son la razón de ser de la negociación, motivo por el cual citaremos los objetivos de carácter básico que toda empresa debe fijar:

Posición en el mercado

- Innovaciones
- Productividad
- Recursos físicos
- Recursos financieros
- Utilidades
- Relaciones humanas
- Función social

La planeación interviene en forma determinante en la formulación de objetivos, de la cual se desprende que las políticas y procedimientos son las herramientas necesarias para lograr los objetivos deseados; por lo tanto, los objetivos ayudan al gerente a no desviarse del camino trazado. (págs. 175-176)

Clasificación de los objetivos

“Objetivos a largo plazo. Son aquellos que deben cumplirse a más de un año.” (Mercado, 2004, pág. 177)

“Objetivos a corto plazo. Son aquellos que deben cumplirse a un año.” (Mercado, 2004, pág. 177)

Características De Los Objetivos

Según (López, 2008) que en su publicación menciona que:

Los objetivos deben servir a la empresa; por lo tanto, deben reunir ciertas características que reflejan su utilidad.

Los objetivos incluyen fechas específicas del objetivo o su terminación implícita en el año fiscal; resultados financieros proyectados (pero lo están limitados a ello); presentan objetivos hacia los cuales disparará la empresa o institución conforme progresa el plan; logrando llevar a cabo su misión y cumplir con los compromisos de la empresas.

Los objetivos deben reunir alguna de estas características:

Claridad: un objetivo debe estar claramente definido.

Flexibilidad: los objetivos deben ser lo suficientemente flexibles para ser modificados cuando las circunstancias lo requieran.

Medible o medible: los objetivos deben ser medibles en un horizonte de tiempo para poder determinar con precisión y objetividad su cumplimiento.

Realista: los objetivos deben ser factibles de lograrse.

Coherente: un objetivo debe definirse teniendo en cuenta que éste debe servir a la empresa.

Motivador: los objetivos deben definirse de tal forma que se constituyan en elemento motivador.

IMPORTANCIA DE LOS OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

Los objetivos organizacionales dan a los gerentes y a los demás miembros de la organización importantes parámetros para la acción en áreas como:

1°. Guía para la toma de decisiones: una parte importante en la responsabilidad de los gerentes es tomar decisiones que influyen en la operación diaria y en la existencia de la organización y del personal de la misma.

2°. Guía para la eficiencia de la organización: dado que la ineficiencia se convierte en un costoso desperdicio del esfuerzo humano y de los recursos, los gerentes luchan por aumentar la eficiencia de la organización cuando sea posible.

3°. Guía para la coherencia de una organización: el personal de una organización necesita una orientación relacionada con su trabajo.

4°. Guía para la evaluación de desempeño: el desempeño de todo el personal de una empresa debe ser evaluado para medir la productividad individual y determinar lo que se puede hacer para aumentar

ÁREAS PARA LOS OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

A continuación, se presentarán las 8 áreas clave para formular los objetivos de un sistema administrativo:

- a. Posición en el mercado: la gerencia debe fijar objetivos indicando donde quisiera estar en relación con sus competidores.
- b. Innovación: la gerencia debe fijar objetivos esbozando su compromiso con el desarrollo de nuevos métodos de operación.
- c. Productividad: la gerencia debe fijar objetivos esbozando los niveles de producción que deben alcanzarse.
- d. Recursos físicos y financieros: la gerencia debe fijar objetivos para el uso, la adquisición y el mantenimiento del capital y de los recursos monetarios.
- e. Ganancias: la gerencia debe fijar objetivos que especifiquen la ganancia que la empresa quisiera generar.
- f. Desempeño global y desarrollo: la gerencia debe fijar objetivos para especificar las tasas y los niveles de productividad y de crecimiento global.
- g. Responsabilidad pública: la gerencia debe fijar objetivos para indicar las responsabilidades de la empresa con sus clientes y con la sociedad, y la medida en la cual la empresa intenta comprometerse con esas responsabilidades.

ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

A los gerentes de hoy se les pide comúnmente fijar objetivos para sí mismos, para sus departamentos y para sus empleados. Los 3 pasos principales que un gerente debe seguir para desarrollar una serie de objetivos de la organización se presentan a continuación:

- 1°. Determinar la existencia de cualquier tendencia del entorno que pueda significativamente influir en la operación de la organización.
- 2°. Realizar una serie de objetivos para la empresa como un todo.
- 3°. Realizar una jerarquía de objetivos de la organización.

2.5 HIPÓTESIS

La carencia de Planificación empresarial incide en el cumplimiento de los objetivos institucionales en los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate.

2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

- **Variable independiente:** Planificación empresarial
- **Variable dependiente:** Objetivos institucionales

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 ENFOQUE

La presente investigación está enmarcada en el enfoque cuali-cuantitativo, porque las ciencias o el campo de conocimiento de la Contabilidad y Auditoría, analizará las características del problema y los resultados numéricos del mismo.

- **Enfoque Cualitativo**

El enfoque predominantemente cualitativo, según (Galeano, 2004) menciona que:

tiende a comprender la realidad social como fruto de un proceso histórico de construcción visto a partir de las múltiples lógicas presentes en los diversos y heterogéneos actores sociales, y por tanto desde sus aspectos particulares y rescatando la interioridad (visiones, percepciones, valores, formas de ser, ideas, sentimientos y motivos internos) de los protagonistas. Trabajan con la palabra, el argumento, el consenso. (pág. 24)

- **Enfoque Cuantitativo**

Según (Muñoz Giraldo, Quintero Corzo, & Munévar Molina, 2005)

“la investigación cuantitativa utiliza generalmente los siguientes instrumentos y técnicas para la recolección de la información:

- Encuestas
- Entrevistas
- Observación sistemática
- Escalas de actitudes
- Análisis de contenido
- Test estandarizados y no estandarizados
- Grupos focales y grupos de discusión
- Pruebas de rendimiento
- Inventarios
- Fichas de cotejo
- Experimentos
- Técnicas proyectivas
- Pruebas estadísticas” (pág. 49)

De acuerdo con lo mencionado anteriormente se trabajará con el enfoque cualitativo porque estudia las características de la contabilidad y sus elementos y también con el enfoque cuantitativo porque para llevar a cabo el estudio se utilizarán medios que permitan medir

dichas características.

Gráfico 5: Características disímiles de la investigación cuantitativa y cualitativa

Base	Cualitativo	Cuantitativo
Epistemológica	Positivismo, funcionalismo	Historicismo, fenomenología, interaccionismo simbólico. Constructivista
Acento	Medición objetiva (de hechos sociales, opiniones o actitudes individuales); demostración de la causalidad y la generalización de los resultados de la investigación	El actor individual: descripción y comprensión interpretativa de la conducta humana, en el marco de referencia del individuo o grupo social que actúa
Recopilación de información	Estructura y sistemática. Registros públicos, encuestas y censos	Flexible: un proceso interactivo continuo, marcado por el desarrollo de la investigación Observación participativa y la entrevista
Análisis	Estadístico, para cuantificar la realidad social, las relaciones causales y su intensidad	Interpretativo, sociolingüístico y semiológico de los discursos, acciones y estructuras latentes
Alcance de los resultados	Nomotética: búsqueda cuantitativa de leyes generales de la conducta	Ideográfica: búsqueda cualitativa de significados de la acción humana

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: (Méndez Rodríguez & Astudillo Moya, 2008)

3.2 MODALIDADES BÁSICAS DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo de investigación, se utilizará las siguientes modalidades básicas de la investigación:

Bibliográfica Documental

Para tener una referencia más clara, investigación bibliográfica es:

De acuerdo con (Cázares, 1990)

La investigación documental depende fundamentalmente de la información que se recoge o consulta en documentos, entendiéndose este término, en sentido amplio, como todo material de índole permanente, es decir, al que se puede acudir como fuente o referencia en cualquier momento o lugar, sin que se altere su naturaleza o sentido, para que aporte información o rinda cuentas de una realidad o acontecimiento. (p. 18)

Según (Bernal, 2010) dice que 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 del conocimiento respecto al tema objeto de estudio.

En la presente investigación se trabajó con la investigación bibliográfica, porque será posible la recolección de información previa mediante el apoyo en la consulta en libros que tienen relación con el tema de investigación, tesis e investigaciones que se relacionan con las variables objeto de estudio y publicaciones previas que se relacionan con el trabajo investigativo; lo que se encuentra en el marco teórico del presente trabajo.

De Campo

Conceptualmente, la modalidad de campo según (Cázares, 1990)

Es el análisis sistemático del problema en la realidad, con el propósito de describirlo, interpretarlo, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia. Las técnicas usualmente utilizadas en el trabajo de campo para el acopio de material son: la encuesta, la entrevista, la grabación, la filmación, la fotografía, etc.; de acuerdo con el tipo de trabajo que se esté realizando, puede emplearse una de estas técnicas o varias al mismo tiempo. (p. 18)

Según (Arias, 2002) opina que “consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna, además, se utilizó también la investigación de campo al obtener información real del lugar de los hechos, aplicando instrumentos como la entrevista, y técnicas como la observación.” (pág. 34)

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo, se ha acudido a las empresas que

han sido objeto de estudio; llevando a cabo la técnica de la observación y se ha aplicado una encuesta conformada por 19 preguntas, la que fue contestada por cada uno de los propietarios o gerentes de las instituciones, lo que ha permitido obtener información primaria para llevar a cabo el análisis.

3.3 NIVELES DE INVESTIGACIÓN

Investigación Exploratoria

En el nivel exploratorio del presente trabajo de investigación se han logrado reconocer las variables de interés investigativo, las mismas que son: Variable independiente: Planificación empresarial; Variable dependiente: objetivos institucionales, las mismas que se evaluarán la una en función de la otra, lo cual permitirá medir el grado de relación entre variables. Para el desarrollo del presente trabajo se ha iniciado con este nivel porque se observó de manera científica el problema a investigar, lo cual facilitó el planteamiento del mismo, la generación de hipótesis, explorar un problema poco investigado en un contexto particular.

Según, (Namakforrosh, 2005) en su libro nos dice que:

La investigación exploratoria tiene como objetivo captar la perspectiva general del problema. Este tipo de estudio ayuda a dividir un problema muy grande y llegar a unos sub-problemas, más precisos hasta en la forma de expresar la hipótesis. La investigación exploratoria se puede aplicar para generar el criterio y dar prioridad a algunos problemas. (pág. 89)

Para, (Grande Esteban & Abascal Fernández, 2014) manifiesta que:

Las investigaciones exploratorias persiguen una aproximación a una situación o problema. Se desarrollan, en general, cuando los investigadores no tienen conocimientos profundos de los problemas que están estudiando. Las investigaciones exploratorias tienen, por lo general carácter previo a otras investigaciones más complejas. Son menos rígidas en cuanto a los procedimientos de recogida de información, que no se materializan en procesos o herramientas complejas. El objetivo de la investigación no se encuentra totalmente cerrado, y a medida que se avanza puede ir alterándose. (pág. 124)

La investigación exploratoria, en el presente proyecto ha permitido segmentar el problema central en diversos sub problemas, lo que facilita el estudio al brindar una visión amplia con respecto al estudio de la Planificación empresarial y como incide en

el cumplimiento de los objetivos institucionales en los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate.

Investigación Descriptiva

Por otro lado, se utiliza también la investigación descriptiva, porque la recolección de los datos se realiza en base a la hipótesis planteada; pues se investiga en las empresas del sector involucrado, con el propósito de conocer la realidad de los hechos.

De acuerdo con, Tamayo M. (2007) define a la investigación descriptiva como:

El registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o comunidad se conduce y funciona en el presente. La investigación descriptiva trabaja sobre las realidades de hecho, y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta. (pag. 46)

(Díaz, 2009), nos dice que:

Los estudios descriptivos buscan especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden o evalúan diferentes aspectos dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Dentro del punto de vista científico, describir es medir. Esto es en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga. (pág. 180)

Se aplicó dicho nivel de investigación, porque se obtuvo la información necesaria, en las empresas que involucran el sector a investigar a través de la descripción exacta de las actividades que realizan, con el propósito de conocer la realidad del problema a investigar. La investigación descriptiva permite llevar a cabo representar sistemáticamente las características de la planificación empresarial y el cumplimiento de los objetivos en los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 Población

Se entiende por población a un conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado.

En el Cantón Patate existen un total de 13 distribuidores de insumos agrícolas, los cuales conformarán el total de la población a ser investigada.

Catastro Nacional de Almacenes de Expendio de Insumos agropecuarios (Agrocalidad, 2016) como se detalla a continuación:

- 1 GONZÁLEZ VILLAFUERTE MARY ISABEL
- 2 ARAUJO NARANJO HUGO FERNANDO
- 3 AGROSERVICIOS SORIA & SORIA
- 4 ALEMAN ALBAN EDGAR MARCELO
- 5 MEDINA RODRIGUEZ SEGUNDO AUGUSTO
- 6 AGROQUIMICOS EL AGRICULTOR
- 7 ROBALINO VILLENA GALO PATRICIO
- 8 AGROVI
- 9 PAREDES PAZ MARCI ZANDITA
- 10 CAT-VET
- 11 CÓRDOVA MANJARRES WALTER LEONEL
- 12 VETERINARIA ANIMAL HOME
- 13 IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AGRICOLA CÓRDOVA CIA. LTDA.

3.3.2 Muestra

Al ser la población un número pequeño, se trabajará con el total y no se efectuará el cálculo de la muestra.

3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Según (Herrera, Medina, & Naranjo, 2010), nos dice:

La operacionalización de las variables de la hipótesis es un procedimiento por el cual se pasa del plano abstracto de la investigación (marco teórico) a un plano operativo, traduciendo cada variable de la hipótesis a manifestaciones directamente observables y medibles, en el contexto en que se ubica el objeto de estudio, de manera que oriente la recolección de información. (pág. 108)

La operacionalización de las variables nos ayuda a extraer de manera adecuada los datos que queremos obtener en la presente investigación.

3.4.1 Variable independiente: Planificación empresarial

Tabla 1: Operacionalización de la variable independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICA INSTRUMENTO
Para (García, 2015), planificación empresarial es: una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño, mediante la definición de la misión, visión y objetivos de las entidades.	<p>Estratégica</p> <p>Operativa</p> <p>Financiera</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Misión • Visión • Utilización de los recursos: humanos y materiales • Funciones y responsabilidades • Elaboración un presupuesto • Plan de inversiones 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿La empresa cuenta con una Planificación Empresarial? 2. ¿En la institución, se ha definido una misión y visión que contribuya a la consecución de los objetivos? 3. ¿Se da cumplimiento a la Planificación Empresarial? 4. ¿La entidad cuenta con los recursos necesarios para que el negocio opere adecuadamente? 5. ¿Dispone de un plan de comercialización? 6. ¿La empresa cuenta con un plan de reclutamiento del personal? 7. ¿Existe un plan de capacitación al personal? 8. ¿Se ha establecido un manual de funciones, o políticas que informen al personal sobre sus obligaciones? 9. ¿Considera que el comportamiento del personal influye en el logro de los objetivos institucionales? 10. ¿En la institución cuenta con un presupuesto bien elaborado? 11. ¿La institución dispone de un plan de inversiones? 	Encuesta dirigida a los gerentes y/o propietarios

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Investigación

3.5 PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Según (Herrera, Medina, & Naranjo, 2010), indica que:

“El plan de recolección de información contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de investigación, de acuerdo con el enfoque escogido.” (pág. 114)

Para (Galan, 2009) nos dice que:

Como parte del diseño metodológico de investigación es necesario determinar el método de recolección de datos y tipo de instrumento que se utilizara. Es importante aclarar que el método en investigación se toma como medio o camino a través del cual se establece la relación entre el investigador y el sujeto de investigación para la recolección de datos y por supuesto el logro de los objetivos propuestos en la investigación. El instrumento es el mecanismo que utiliza el investigador para recolectar y registrar la información obtenida. (pág. s/p)

Durante el proceso de la investigación, la información para el estudio se la obtuvo por parte de las empresas dedicadas a la distribución de insumos agrícolas en el cantón Patate. Para ello se recolectó información mediante la aplicación de un cuestionario; el mismo que permita obtener datos relevantes que tengan relación con la hipótesis planteada y poder verificarla. Además, responde a las siguientes interrogantes:

¿Quién?	Investigadora
¿A quiénes?	A los Gerentes / Propietarios de los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate.
¿Dónde?	En las empresas que se dedican a la distribución de insumos agrícolas.
¿Con qué?	Mediante la utilización de técnicas como la encuesta
¿Cuántas veces?	Una sola vez
¿Para qué?	Para comprobar la hipótesis.

3.6 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Según (Bernal, 2010) menciona que:

Esta parte del proceso de investigación consiste en procesar los datos (dispersos, desordenados, individuales) obtenidos de la población objeto del estudio durante el trabajo de campo, y tiene como finalidad generar resultados (datos agrupados y ordenados) a partir de los cuales se realizará un análisis

según los objetivos y la hipótesis o preguntas de la investigación. (pág. 198)

Una vez recopilada la información, se procede al planteamiento de conclusiones y recomendaciones, con el propósito de dar solución al problema planteado.

Los datos recolectados, serán procesados en una hoja de cálculo de Excel, que contendrá tablas y gráficos estadísticos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 PRINCIPALES RESULTADOS

En el presente trabajo investigativo, se detallan los resultados de la aplicación de la encuesta realizada a cada uno de los propietarios o gerentes de los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate, la información obtenida será tabulada, se realizará la interpretación gráfica, se analizará e interpretaran los resultados de cada una de las preguntas.

4.2 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El instrumento de investigación que se aplicó es una encuesta que está conformada por 19 preguntas, la misma que está dirigida a una población de 13 personas. Una vez realizadas las encuestas se obtuvo los siguientes resultados:

Pregunta 1 ¿La empresa cuenta con una Planificación empresarial?

Tabla 3: Planificación Empresarial

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	31%
NO	9	69%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

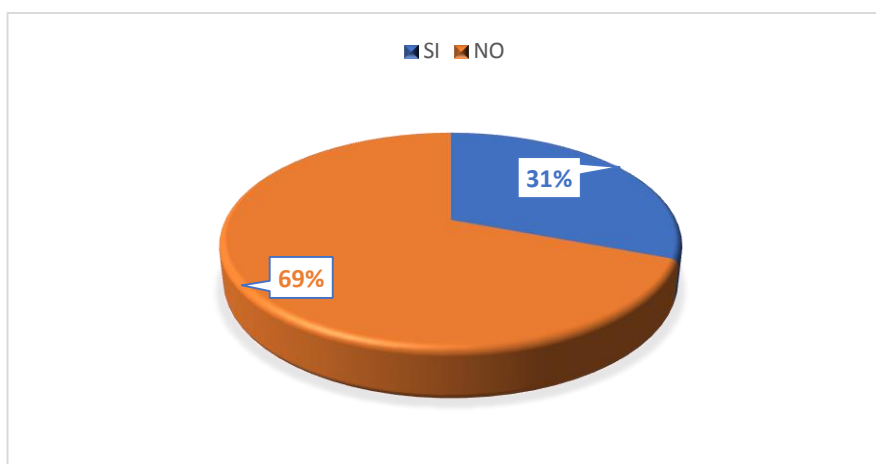


Gráfico 6: Planificación Empresarial

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

El 69% de los encuestados afirma que no cuenta con un plan empresarial, mientras que el 31% dice que si tiene.

INTERPRETACIÓN

La mayor parte de la población no cuenta con un Plan Empresarial, lo que limita el crecimiento organizacional interno y externo. Por otro lado, un menor porcentaje de la muestra, si cuenta con un plan empresarial, aunque no lo aprovechan de la manera correcta. lo que le limita en el cumplimiento de sus objetivos.

Pregunta 2 ¿En la institución, se ha definido una misión y visión que contribuya a la consecución de los objetivos?

Tabla 4: Definición de la misión y visión

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	31%
NO	9	69%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

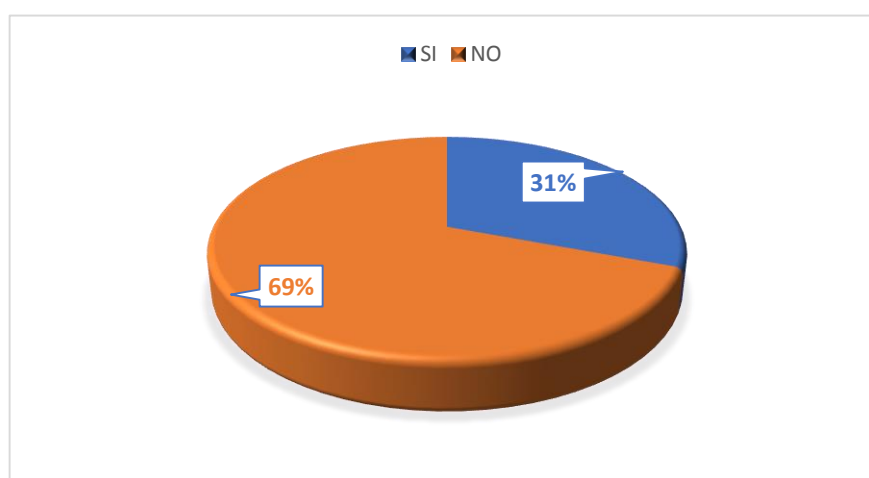


Gráfico 7: Definición la misión y visión
Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

El 31% de las empresas encuestadas afirma tener definidas la misión y visión empresarial, y el 61% que representa la mayoría respondió que no cuentan con misión y visión.

INTERPRETACIÓN

De las personas encuestadas, en su mayoría han dicho que no han definido la misión y visión de las empresas provocando una desventaja competitiva porque tienen claro a donde llegar como institución y como lo van a lograr.

Pregunta 3 ¿Se da cumplimiento a la Planificación Empresarial

Tabla 5: Cumplimiento de la Planificación Empresarial

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	2	15%
FRECUENTEMENTE	1	8%
A VECES	1	8%
NUNCA	9	69%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

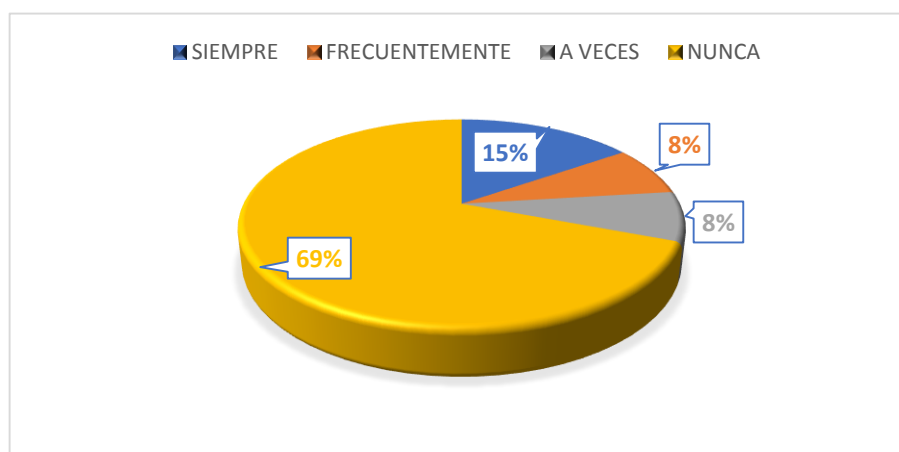


Gráfico 8: Cumplimiento de la Planificación Empresarial

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

A criterio de los encuestados, ante la pregunta responde un 15% que siempre da cumplimiento a la Planificación Empresarial, el 8% frecuentemente, el 8% a veces y el 69% nunca cumple porque no cuentan con esta herramienta.

INTERPRETACIÓN

Debido al poco conocimiento en cuanto a planificación empresarial, las decisiones organizacionales se han tomado de manera empírica sin establecerse unas bases que permitan predecir el futuro y el progreso de la empresa.

Pregunta 4 ¿La entidad cuenta con los recursos necesarios para que el negocio opere adecuadamente?

Tabla 6: Recursos necesarios para el giro del negocio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	77%
NO	3	23%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

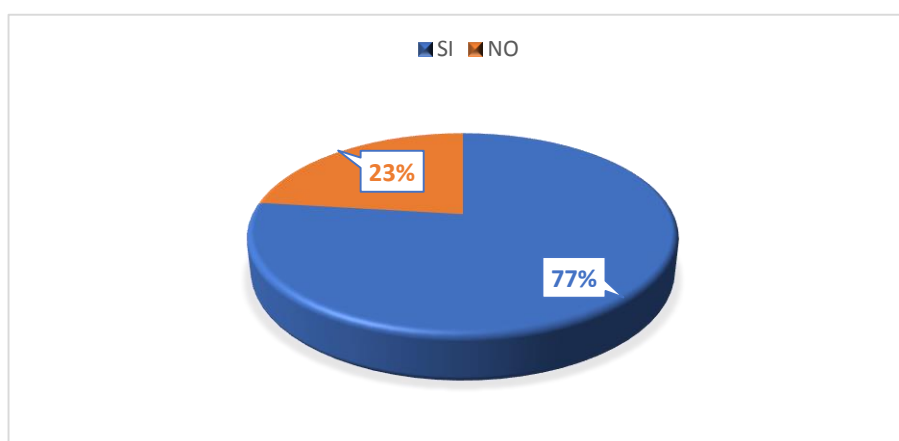


Gráfico 9: Recursos necesarios para el giro del negocio

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

El 77% de la población, si cuenta con los recursos necesarios, mientras que el 23% no disponen de los mismos.

INTERPRETACIÓN

Por la limitación de los recursos se observa que un gran porcentaje de la población mantiene su empresa con equipos, materiales y personal mínimo para poder trabajar, limitándoles brindar un servicio de calidad y por ende reduciendo el crecimiento empresarial.

Pregunta 5 ¿Dispone de un plan de comercialización?

Tabla 7: Plan de comercialización

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	62%
NO	5	38%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

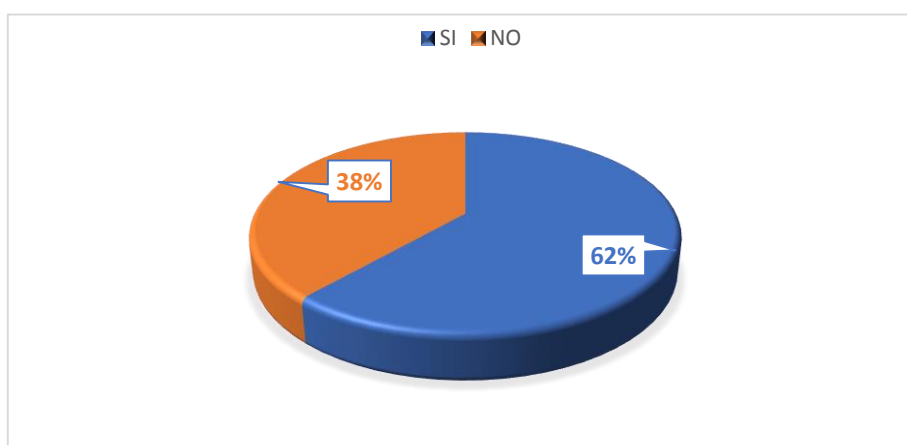


Gráfico 10: Plan de comercialización

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

En base a la opinión de los encuestados, el 62% afirma tener un plan de comercialización, mientras que el 38% dice que no.

INTERPRETACIÓN

Estos resultados y según el criterio de la población objeto de estudio, permiten visualizar que, al contar con un plan de comercialización se pueden programar las compras y los pagos a proveedores permitiendo reducir riesgos de compras innecesarias.

Pregunta 6 ¿La empresa cuenta con un plan de reclutamiento del personal?

Tabla 8: Plan de reclutamiento de personal

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	8%
NO	12	92%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

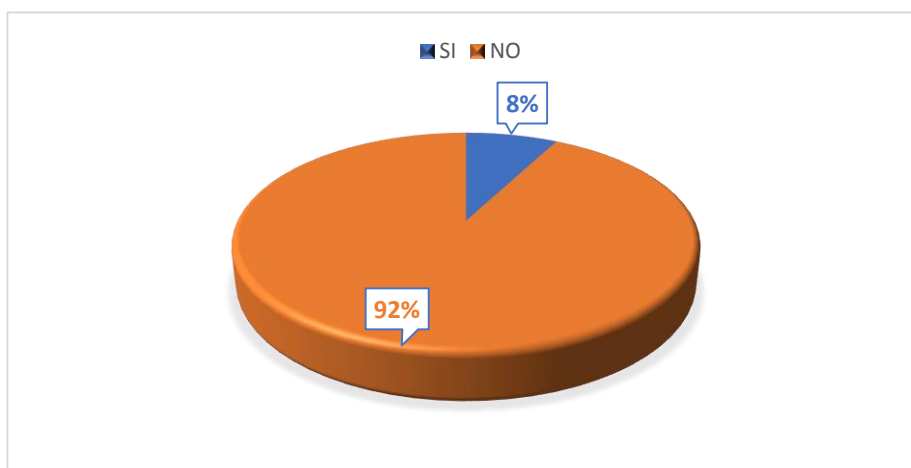


Gráfico 11: Plan de reclutamiento de personal

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

El 92% de la población, dice que no cuenta con un plan de reclutamiento de personal, apenas el 8% aplica este procedimiento.

INTERPRETACIÓN

Estos datos nos permiten determinar que gran parte de las empresas objeto de estudio contrata a su personal de manera empírica sin darse la oportunidad de evaluar y contratar profesionales aptos que contribuyan con el progreso de la organización. Un número mínimo de los resultados muestran que, si aplican este plan, lo que les da una ventaja sobre la competencia.

Pregunta 7 ¿Existe un plan de capacitación al personal?

Tabla 9: Plan de capacitación al personal

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	31%
NO	9	69%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

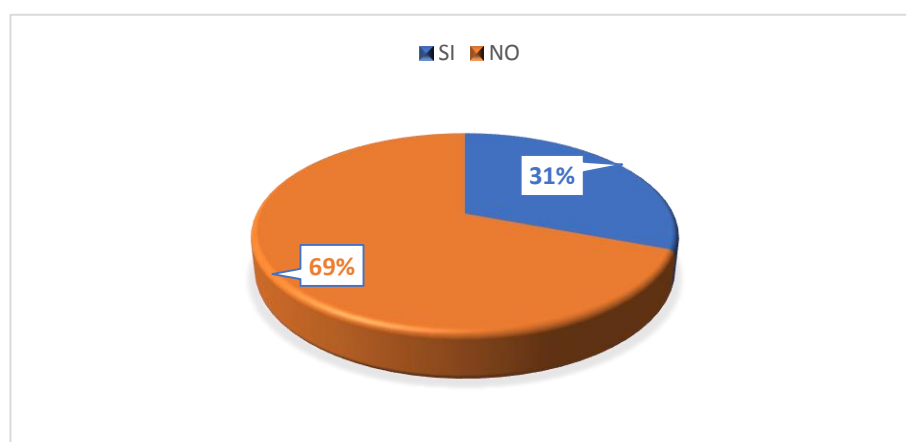


Gráfico 12: Plan de capacitación al personal

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

El 31% si dispone de un plan de capacitación al personal, mientras que el 69% no dispone de este.

INTERPRETACIÓN

En la mayoría de las empresas encuestadas no tienen un plan de capacitación al personal, limitándoles adquirir nuevos conocimientos; estas actividades las realizan cuando algún proveedor les da la oportunidad de conocer sus nuevos productos. Provocando una desventaja porque no brinda un servicio de calidad.

Pregunta 8 ¿Se ha establecido un manual de funciones, o políticas que informen al personal sobre sus obligaciones?

Tabla 10: Manual de funciones

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	23%
NO	10	77%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

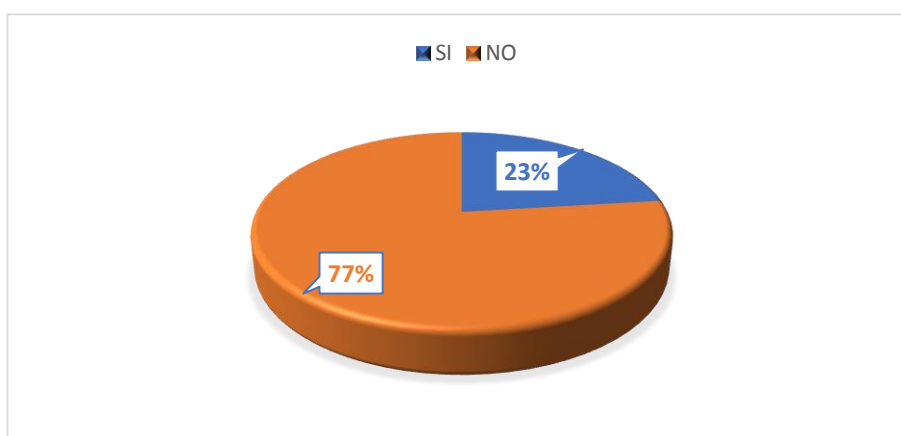


Gráfico 13: Manual de funciones

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

El 23% si dispone de un manual de funciones, mientras que el 77% dice no tener este manual de funciones.

INTERPRETACIÓN

De las empresas encuestadas, un mínimo porcentaje afirman tener un manual de funciones, lo que les permite tener clara las actividades y responsabilidades a realizar de cada uno de los empleados. Esto es una ventaja porque se logra el compromiso de los colaboradores. La mayoría de las entidades al no contar con este recurso, sus empleados se limitan a realizar el trabajo desorganizado. Esto se ha dado por no establecer objetivos institucionales claros.

Pregunta 9 ¿Considera que el comportamiento del personal influye en el logro de los objetivos institucionales?

Tabla 11: Comportamiento del personal

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	9	69%
FRECUENTEMENTE	4	31%
A VECES	0	0%
NUNCA	0	0%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

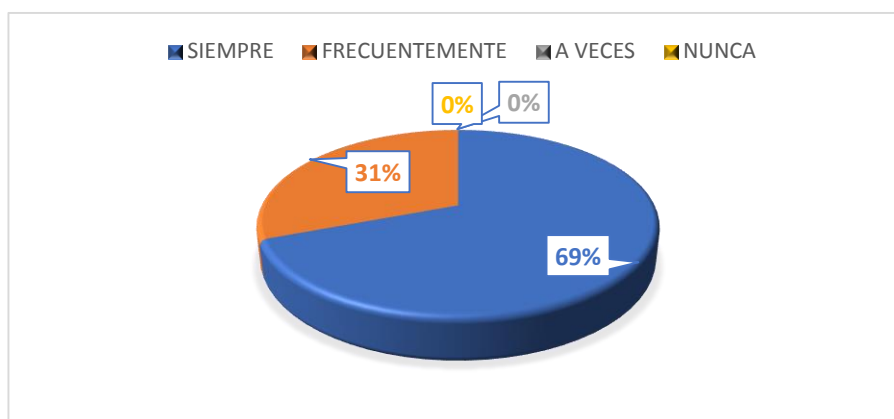


Gráfico 14: Comportamiento del personal

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

El 69% opina que siempre el comportamiento del personal influye sobre el logro de los objetivos, mientras que el 31% dice que frecuentemente.

INTERPRETACIÓN

Estos resultados permiten conocer que la población en su mayoría cuenta con personal comprometido a cumplir sus funciones de manera adecuada aportando con el

crecimiento de la institución. La planificación empresarial es la herramienta que establece estos parámetros.

Pregunta 10: ¿Considera importante la utilización de la Planificación empresarial para el cumplimiento de los objetivos institucionales?

Tabla 12: La planificación empresarial y el cumplimiento de los objetivos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	69%
NO	4	31%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

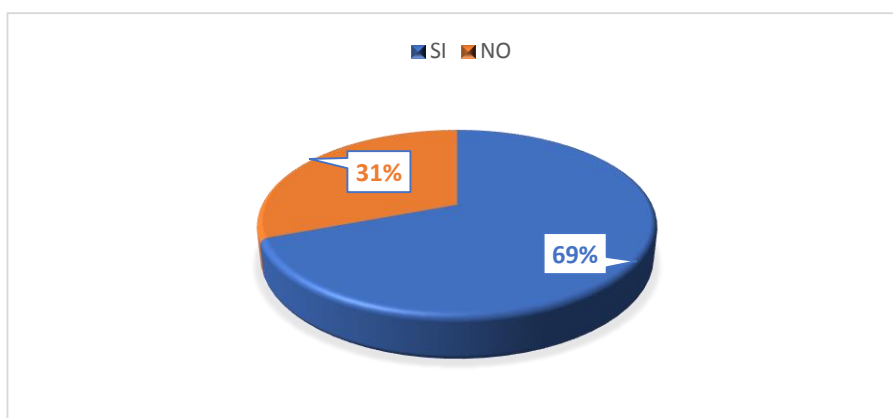


Gráfico 15: La planificación empresarial y el cumplimiento de los objetivos

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

El 69% considera que es importante la planificación empresarial para poder conseguir los objetivos planteados por otro lado, el 31% opina que no es importante.

INTERPRETACIÓN

En base a los datos obtenidos se puede decir que la planificación empresarial es un proceso necesario en todas las entidades, porque en esta se plantean estrategias que ayuden a realizar un trabajo a cabalidad, permitiendo también tomar medidas en el caso que se presenten posibles riesgos empresariales.

Pregunta 11 ¿La institución dispone de un plan de inversiones?

Tabla 13: Plan de inversiones

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	8%
NO	11	92%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

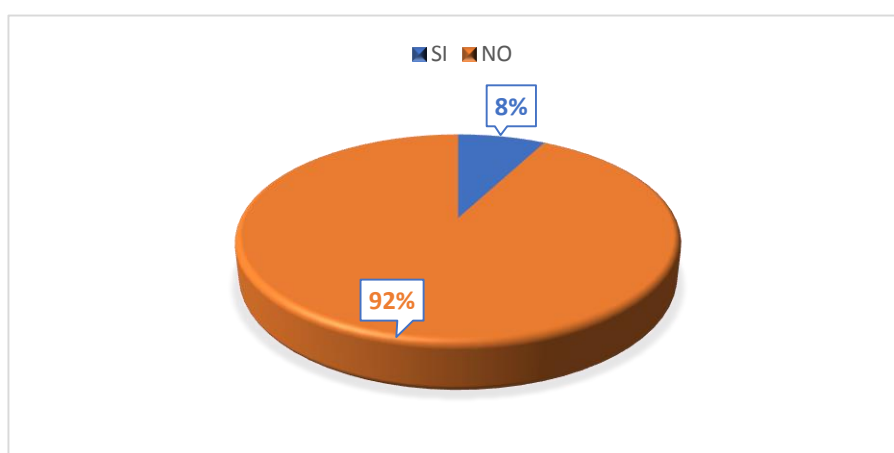


Gráfico 16: Plan de inversiones

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

Según la Tabla 13, el 8% de la población encuestada si dispone de un plan de inversiones por otro lado, el 92% no tiene.

INTERPRETACIÓN

Según los resultados de la encuesta, se aprecia que un mínimo número de empresas dispone de esta herramienta. Lo que le permite manejar sus recursos de manera adecuada para así cumplir con lo planteado. Por otro lado, las empresas en su mayoría realizan sus inversiones de acuerdo con la oportunidad que se presente sin tomar en cuenta los riesgos que involucran.

Pregunta 12 ¿Cuenta la organización con objetivos a corto y largo plazo?

Tabla 14: Objetivos a corto y largo plazo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	62%
NO	5	38%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

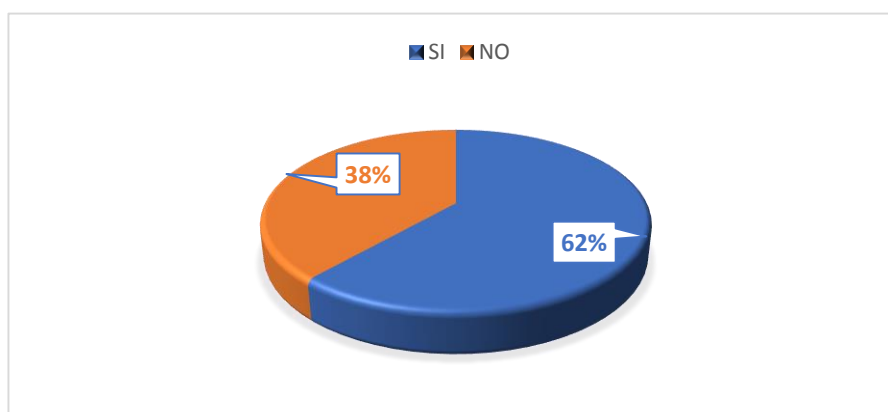


Gráfico 17: Objetivos a corto y largo plazo

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

De acuerdo con los datos de la Tabla 14, el 62% si han planteado objetivos a corto y a largo plazo, y el 38% no tiene.

INTERPRETACIÓN

En base a los datos obtenidos la mayoría de las empresas se planteó objetivos los mismos que ayudarán a estas a encaminarse de la manera correcta hacia el éxito, la minoría de las entidades ha manifestado que no tienen objetivos, limitándose a cumplir actividades por rutina.

Pregunta 13 ¿Los objetivos y metas de la empresa se han socializado al personal?

Tabla 15: Empresas que han socializado los objetivos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	15%
NO	11	85%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

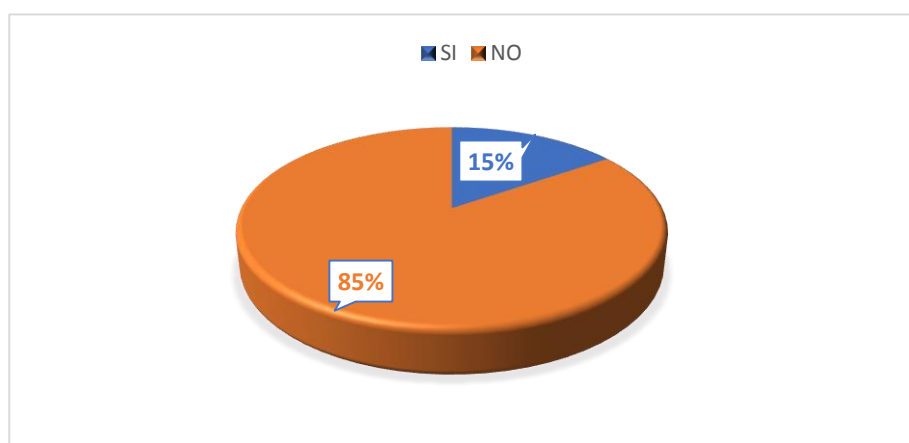


Gráfico 18: Empresas que han socializado los objetivos

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

El 15 % si ha socializado los objetivos con el personal, y el 85% no lo ha hecho.

INTERPRETACIÓN

De acuerdo con los datos obtenidos, se observa que la mayor parte de la población no muestra interés en dar a conocer los objetivos a su personal, siendo este una causa para que los empleados realicen su trabajo sin compromiso ni interés por el progreso institucional.

Pregunta 14 ¿Se han definido estrategias para lograr los objetivos?

Tabla 16: Empresas que han definido estrategias

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	8%
NO	12	92%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

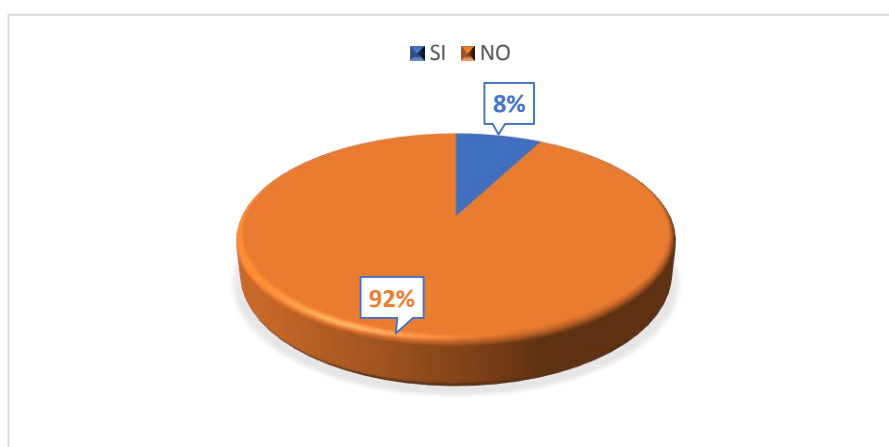


Gráfico 19: Empresas que han definido estrategias

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

De acuerdo con los datos de la tabla, se ha podido establecer que el 92% no tienen establecidas estrategias, y el 8% si tiene.

INTERPRETACIÓN

En base a los datos expuestos, se conoce que la mayor parte de la población no ha definido estrategias para la consecución de los objetivos, siendo estas un medio importante para conseguir los objetivos planteados.

Pregunta 15 ¿Se analizan las expectativas del cliente al momento de las ventas?

Tabla 17: Expectativas del cliente

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	8	62%
FRECUENTEMENTE	2	15%
A VECES	3	23%
NUNCA	0	0%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

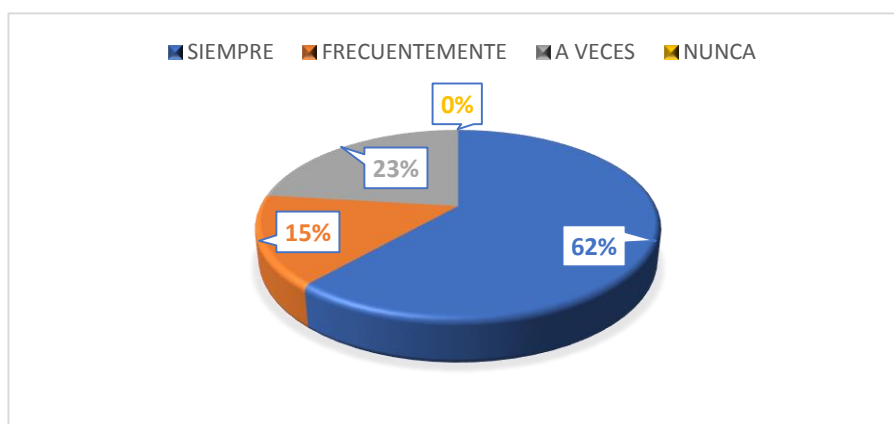


Gráfico 20: Expectativas del cliente

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

Conforme los datos representados en la Tabla 17, el 62% siempre analiza las expectativas del cliente, el 15% frecuentemente lo hace, y el 23% a veces lo hace.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de las empresas realiza un análisis de las expectativas del cliente, permitiéndoles así conocer las necesidades y ofrecerle los productos adecuados, siendo una ventaja para las dos partes, ya que se satisface la necesidad del cliente y la empresa cumple de la mejor manera con su servicio.

Pregunta 16 ¿La empresa cumple con los objetivos propuestos?

Tabla 18: Cumplimiento de los objetivos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	23%
NO	10	77%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

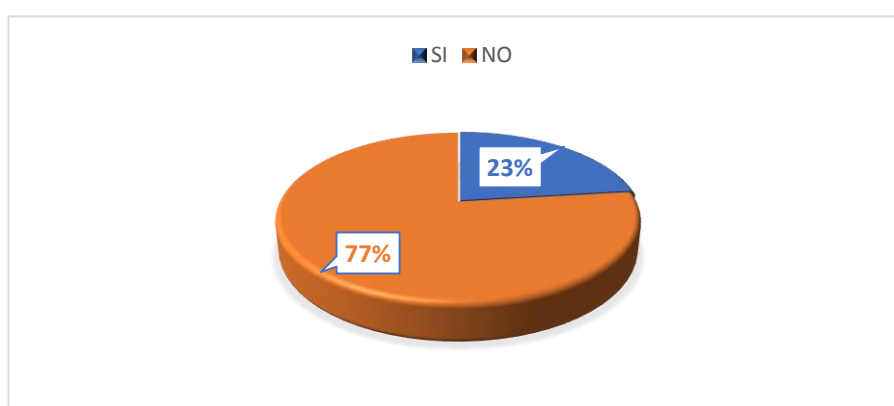


Gráfico 21: Cumplimiento de los objetivos

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta, los datos reflejan que el 23% si cumple con los objetivos, y el 77% no lo logra.

INTERPRETACIÓN

Según la población encuestada, un gran porcentaje de las empresas no ha logrado sus objetivos, debido a que algunos no se plantearon, otros no dieron a conocer a sus empleados para que contribuyan al cumplimiento y porque no lo consideraban necesario.

Pregunta 17. ¿Considera usted, que la planificación empresarial influye en el resultado de los estados financieros de la empresa?

Tabla 19 Resultado de los Estados Financieros

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	69%
NO	4	31%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

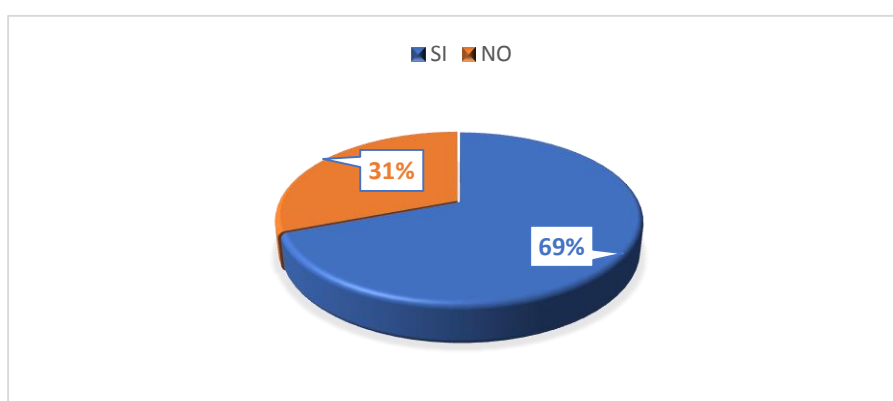


Gráfico 22 Resultado de los Estados Financieros

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

Los resultados reflejan que, el 69% si considera que la planificación empresarial si influye sobre los resultados de los estados financieros; mientras que el 31% opina lo contrario.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de las personas encuestadas ha manifestado que la planificación empresarial es una herramienta importante que influya sobre el resultado que se obtenga sobre los estados financieros, mientras que un pequeño porcentaje aún prefiere manejar su negocio como lo han realizado de manera empírica.

Pregunta 18. ¿Con que frecuencia se actualizan los objetivos institucionales?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CADA SEMESTRE	0	0%
CADA AÑO	2	16%
CADA TRES AÑOS	2	15%
NUNCA	9	69%
TOTAL	13	100%

Tabla 20 Actualización de los Objetivos Institucionales

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

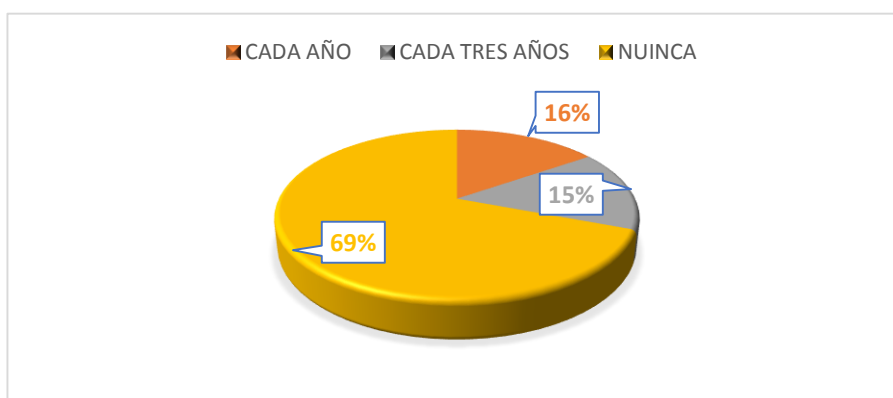


Gráfico 23 Actualización de los Objetivos Institucionales

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

De acuerdo con los datos obtenidos, el 16% ha manifestado que actualizan los objetivos institucionales cada año, el 15% cada tres años y el 69% nunca.

INTERPRETACIÓN

En lo que respecta a la actualización de los objetivos institucionales, la mayoría ha manifestado que nunca los han actualizado; hecho que se ha dado porque en el sector objeto de estudio las empresas en su mayoría no han establecido sus objetivos o no les dan la importancia necesaria.

Pregunta 19. ¿Utilizan indicadores para determinar el cumplimiento de los objetivos planteados?

Tabla 21 Utilización de indicadores

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	15%
NO	11	85%
TOTAL	13	100%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

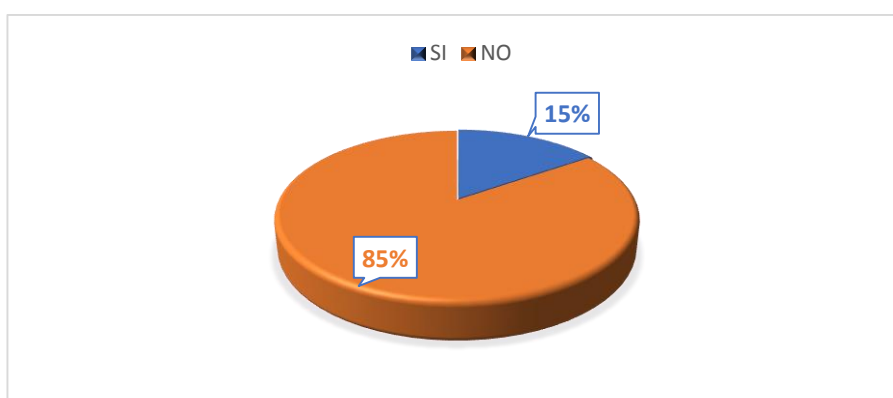


Gráfico 24 Utilización de Objetivos Institucionales

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

ANÁLISIS

Con respecto al resultado de la encuesta, apenas 2 empresas que representan el 15% han manifestado la utilización de indicadores de gestión, mientras que el 85% no utilizan estas herramientas.

INTERPRETACIÓN

Con respecto a la utilización de indicadores, el 15% utilizan estas herramientas para la verificación del logro de sus objetivos, mientras que el 85% de las empresas encuestadas no han aplicado.

4.3 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para la verificación de la hipótesis se escogió la prueba estadística t de student, puesto que la encuesta se aplicó a una muestra menor a 30.

4.3.1 Planteamiento de la Hipótesis

La carencia de Planificación empresarial incide en el cumplimiento de los objetivos institucionales en los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate.

Las variables que intervienen en la hipótesis son:

- **Variable independiente:** Planificación empresarial
- **Variable dependiente:** Objetivos institucionales

4.3.2 Modelo matemático

Ho: Hipótesis nula

H1: Hipótesis alternativa o de investigación

P: Nivel de confianza

4.3.3 Modelo lógico

Hipótesis alterna (H1). La carencia de Planificación empresarial SI incide en el cumplimiento de los objetivos institucionales en los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate.

Hipótesis nula (Ho). La carencia de Planificación empresarial NO incide en el cumplimiento de los objetivos institucionales en los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate.

4.3.4 Determinación de significancia

El presente trabajo se está trabajando a dos colas con un nivel de significancia del 5%, para la comprobación de la hipótesis (en la fórmula se utilizará 0,025 en cada cola).

Grados de libertad

Para la determinación de los grados de libertad se utiliza la siguiente fórmula

$$gl = N - 1$$

En donde:

gl = grados de libertad

N = elementos de la muestra

Por lo tanto:

gl = 13 - 1

gl = 12

Figura 1 Distribución T - student

gl	0.75	0.80	0.85	0.90	0.95	0.975	0.99	0.995
1	1.000	1.376	1.963	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657
2	0.816	1.061	1.386	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	0.765	0.978	1.250	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	0.741	0.941	1.190	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	0.727	0.920	1.156	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	0.718	0.906	1.134	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	0.711	0.896	1.119	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	0.706	0.889	1.108	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	0.703	0.883	1.100	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	0.700	0.879	1.093	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	0.697	0.876	1.088	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	0.695	0.873	1.083	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	0.694	0.870	1.079	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	0.692	0.868	1.076	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	0.691	0.866	1.074	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Se acepta H1 si tc es mayor que tt

4.3.5 Preguntas seleccionadas para la verificación de la hipótesis

Variable independiente: Planificación Empresarial

Pregunta 10 ¿Considera importante la utilización de la Planificación empresarial para el cumplimiento de los objetivos institucionales?

Variable Dependiente: Objetivos institucionales

Pregunta 16 ¿La empresa cumple con los objetivos propuestos?

Tabla 22 Tabla de Frecuencias Estadísticas de las Variables

VARIABLES	SI	NO	TOTAL
VI Pregunta 10	9	4	13
VD Pregunta 16	3	10	13
TOTALES	12	14	26

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

4.3.6 Aplicación de la fórmula para la Comprobación de la Hipótesis

$$tc = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{(p * q) \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

Donde:

t = estimador “t”

p1 = Probabilidad de aciertos de la Variable Independiente

p2 = Probabilidad de aciertos de la Variable Dependiente

p = Probabilidad de éxito conjunta

q = Probabilidad de fracaso conjunta (1-p)

n1 = Número de casos de la Variable Independiente

n2 = Número de casos de la Variable Dependiente

$$p1 = 9/13 = 0.69$$

$$p2 = 3/13 = 0.23$$

$$p = 12/26 = 0.46$$

$$q = 1-p = 1-0.46 = 0.54$$

$$tc = \frac{0.69 - 0.23}{\sqrt{(0.46 * 0.54) \left(\frac{1}{13} + \frac{1}{13} \right)}}$$

$$tc = \frac{0.46}{\sqrt{(0.2484)(0.077 + 0.077)}}$$

$$tc = \frac{0.46}{\sqrt{0.0382}}$$

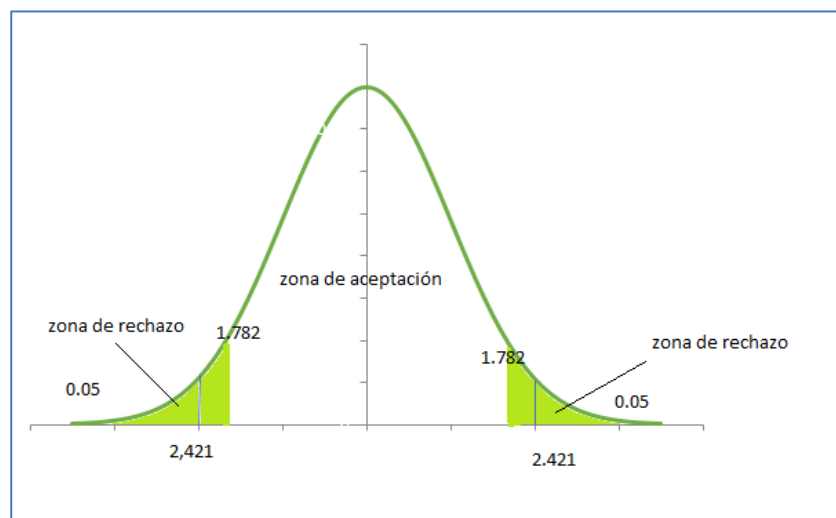
$$tc = \frac{0.46}{0,195}$$

$$tc = \frac{0.46}{0,19}$$

$$tc = 2,421$$

El resultado de la t student calculada es de 2,421 mientras que la t student de la tabla demostró un valor menor de 1,782 es decir que se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna (H1), La carencia de Planificación empresarial SI incide en el cumplimiento de los objetivos institucionales en los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate.

Figura 2 Determinación t-student



Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Conclusiones:

- ✓ La presente investigación nos permite determinar que la mayoría de las empresas que han sido analizadas, no disponen de una Planificación Empresarial, razón por la cual se limitan a trabajar de manera empírica sin visión a futuro en pro del crecimiento de la institución.
- ✓ La investigación permite demostrar que existen discrepancias en la parte administrativa, determinando inexistencia de herramientas de control en cuanto a procesos de comercialización ya que estos se aplican de forma rutinaria y a la vez afecta principalmente al recurso económico de las empresas objeto de estudio.
- ✓ Al no existir un manual de funciones, los empleados desconocen las actividades a realizar y la responsabilidad que tienen a su cargo, lo que provoca la falta de compromiso con la institución, ya que realizan un trabajo de manera limitada sin contribuir al cumplimiento de los objetivos.
- ✓ En conclusión, la inaplicación de la planificación empresarial ha provocado el incumplimiento de objetivos y estrategias esenciales, los mismos que son de vital importancia para el desarrollo empresarial.
- ✓ La resistencia al cambio, a la innovación ha repercutido que en un gran porcentaje las empresas objetos de estudio no han logrado alcanzar los objetivos que se han propuesto, porque no se han definido estrategias, no se han socializado dichos objetivos al personal.
- ✓ En las empresas no se ha establecido un adecuado modelo de control estratégico, lo que impide determinar estrategias adecuadas para la oportuna toma de decisiones y el cumplimiento de los objetivos.

RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda elaborar y aplicar un Plan Empresarial, en el que se detallen políticas, procedimientos y estrategias que conlleven a la consecución de los objetivos, los mismos que permitan tener una vida institucional estable.
- ✓ Implementar un plan de comercialización que permita tener un control adecuado de las compras para tener información oportuna de la cantidad de los productos que dispone la empresa, evitando de este modo adquisiciones innecesarias.
- ✓ Dar a conocer a los dueños las ventajas de que los empleados conozcan los objetivos empresariales y practiquen las responsabilidades a su cargo, práctica que contribuirá de manera positiva a la institución.
- ✓ Promover la innovación en cuanto a utilización de nuevos métodos como la socialización de los objetivos que contribuyan a la solución de inconvenientes, mejorar el proceso de toma de decisiones y favorezca al cumplimiento de las metas.
- ✓ Implementar la estrategia Partner Relationship Management para la solución de inconvenientes en lo referente a la toma de decisiones en las empresas, lo que conllevará a la consecución de los objetivos propuestos.

4.4 PROPUESTA DE SOLUCIÓN

4.4.1 Tema de la propuesta

Modelo Partner Relationship Management adaptado a los Distribuidores de insumos Agrícolas del cantón Patate.

En el presente trabajo investigativo, se aplicará la estrategia PRM, el cual es un sistema que tiene como finalidad captar y gestionar a los socios del negocio, entre ellos se

encuentran: clientes internos y externos, proveedores, asociaciones agrícolas, entidades de gobierno, etc., lo que permite mejorar la comunicación los involucrados, de esta manera obtener información oportuna y precisa de las necesidades de cada socio, lo que permitirá:

- Desarrollo de Misión, Visión, Valores
- Objetivos
- Análisis FODA
- Definir estrategias
- Análisis financiero y Control de resultados

4.4.2 Datos informativos

Instituciones Ejecutoras

- 1 GONZÁLEZ VILLAFUERTE MARY ISABEL
- 2 ARAUJO NARANJO HUGO FERNANDO
- 3 AGROSERVICIOS SORIA & SORIA
- 4 ALEMAN ALBAN EDGAR MARCELO
- 5 MEDINA RODRIGUEZ SEGUNDO AUGUSTO
- 6 AGROQUIMICOS EL AGRICULTOR
- 7 ROBALINO VILLENA GALO PATRICIO
- 8 AGROVI
- 9 PAREDES PAZ MARCI ZANDITA
- 10 CAT-VET
- 11 CÓRDOVA MANJARRES WALTER LEONEL
- 12 VETERINARIA ANIMAL HOME

13 IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AGRICOLA CÓRDOVA
CIA. LTDA.

Beneficiarios

Personal administrativo, Propietarios y empleados

Ubicación

Provincia de Tungurahua, Cantón Patate

Equipo Técnico Responsable

Ing. Ernesto Jara

Alexandra Villafuerte

Costo de la Propuesta por empresa:

\$ 50,00

Financiamiento:

Recursos propios de la empresa.

Tiempo estimado para la ejecución:

Inicio: Diciembre 2017

Finalización: Marzo 2018

Objetivos de la propuesta

Objetivo General

Ejemplificar la utilización del modelo PRM adaptado a las necesidades de la Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda. Como base para la adopción de las demás empresas del sector.

Objetivos Específicos

- ✓ Crear vínculos con proveedores, clientes, socios de negocios, entidades del sector público, para así dar a conocer los productos y servicios que se ofrecen y estar al tanto sus necesidades.
- ✓ Mejorar la comunicación y alineación de negocios afines.
- ✓ Incentivar a los empleados a un mejor desarrollo del trabajo para así obtener una recompensa.

Justificación

La presente propuesta de implementar la estrategia Partner Relationship Management, que conlleven a crear vínculos y mejorar la comunicación entre socios de negocios que tiene como finalidad el cumplimiento de los objetivos es de gran importancia porque se busca la optimización de recursos propios y del entorno. Mediante la encuesta realizada se han llegado a determinar problemas que afectan a las empresas; por lo tanto, es necesario implementar una estrategia que brinde soluciones a las empresas. El diseño de esta metodología, y la búsqueda de relación entre socios de negocios es una excelente alternativa tanto para las empresas y sus relacionados.

Fundamentación teórica

FASE 1: Crear vínculos con socios de negocios

Se considera como socios de negocios a los clientes, empleados, proveedores, inversionistas y demás personas o entidades que tengan relación con el negocio, y se las considera como la esencia de una empresa.

Por lo cual se deben tomar en cuenta las siguientes actividades:

1. Realizar visitas a los socios de negocios

Al hablar de socios de negocios, se trata de todos los que tienen que ver con el giro del negocio, como proveedores, clientes, posibles clientes, etc. Esta actividad tiene como finalidad captar y gestionar con los socios de negocios.

2. Desarrollo de Misión

La misión es la razón de ser de una empresa o de una organización; ésta debe ser clara, orientada hacia el cliente y debe reflejar el propósito fundamental de la entidad.

Ejemplo:

La Misión de IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AGRICOLA CÓRDOVA CIA. LTDA. es brindar productos Agroquímicos, con la mayor calidad y confiabilidad que respeten el medioambiente, para lograr que los agricultores obtengan óptimos resultados.

3. Desarrollo de Visión

Define lo que la empresa quiere lograr, es el resultado final que pretende alcanzar la organización en un tiempo determinado.

Ejemplo:

Ser una empresa líder en el sector de comercialización de agroquímicos; distribuyendo los mejores productos para ayudar al productor a generar la mayor rentabilidad, con calidad de servicio.

4. Valores

Son los principios, reglas, pautas de comportamiento con los que se rige la organización. Por lo general son pocos, pero fundamentales.

Ejemplo:

Respeto: Ser considerado al tratar a los demás.

Honestidad: Salvaguardar los recursos de la entidad, comportarse de acuerdo con principios morales y éticos.

Excelencia: Brindar un servicio de calidad y personalizado.

Compromiso: Asumir las funciones responsablemente para cumplir los objetivos de la institución.

5. Objetivos

Los objetivos constituyen la vía para la consecución de la visión de la institución.

Estos deben ser:

Medibles: Que se les pueda asignar un valor cuantitativo.

Específicos: Deben ser claros, breves y comprensibles

Trazables: Que permitan realizar un control

Alcanzables: Deben ser realistas

Sensatos: Que se puedan cumplir con los recursos que dispone la entidad.

Ejemplo:

- Satisfacer las necesidades del cliente, ofreciendo un producto y servicio de calidad.
- Cumplir la legislación vigente para garantizar la integridad de los trabajadores en cuanto a salud y seguridad ocupacional.
- Mejorar la calidad de servicio en atención al cliente y entrega de los productos en plazos establecidos.

FASE 2: Mejorar la comunicación y alineación de negocios afines

Mantener un mensaje claro y fluido, debe ser directo y tiene que fijar las bases para mantener una buena relación.

Las reuniones no deben basarse solamente en cubrir necesidades propias, se necesita estar pendiente de que los proveedores, clientes y demás socios vean satisfechas sus perspectivas, es ahí donde se pueden establecer estrategias porque se puede realizar un análisis de la situación de la empresa.

Para dar cumplimiento a esta fase se han establecido las siguientes actividades:

1. Controlar que se cumplan con la agenda de reuniones planteada.

Las reuniones deben ser amenas y participativas, se debe otorgar un papel a cada uno de los participantes y deben tratar puntos claves de interés, en el transcurso se debe registrar los puntos tratados, los acuerdos a los que se han llegado y todo ello se debe registrar en un acta, la que se va a entregar a los participantes la misma que servirá para verificar el cumplimiento de las reuniones y el objetivo de las mismas.

2. Análisis FODA

La matriz de análisis FODA, es una herramienta estratégica que permite identificar las fortalezas y debilidades que presenta la institución, y las oportunidades y amenazas a las que se enfrenta dentro del mercado. Se divide en: análisis externo e interno.

Análisis Externo

Amenazas, Son presiones del entorno que impiden el crecimiento empresarial, dificultan la ejecución de una estrategia.

Ejemplo:

Aparición de nuevos competidores

Oportunidades, representan la posibilidad de mejora de la empresa, son factores positivos que deben ser aprovechados por parte de la institución.

Ejemplo:

Adquisición de nuevos productos.

Análisis Interno

Fortalezas, Son ventajas competitivas que posee la empresa y que tiene la oportunidad de explotarla.

Ejemplo:

Buena imagen ante los consumidores.

Debilidades, son aspectos de los que la empresa carece, constituyen dificultades para la organización, que deben ser controladas.

Ejemplo:

Recurso humano poco capacitado.

Una vez realizado este análisis, se trata de aprovechar los factores de éxito como son las fortalezas y oportunidades y tratar los puntos débiles y las amenazas.

3. Definir estrategias

Luego de haber realizado el análisis FODA, se procede a definir estrategias las mismas que son de cuatro tipos: estrategias de fortalezas y oportunidades, estrategias de fortalezas y amenazas, estrategias de debilidades y oportunidades, estrategias de debilidades y amenazas.

Ejemplo:

Tabla 23 Matriz FODA

FACTORES INTERNOS			
		FORTALEZAS Buena imagen ante los consumidores.	DEBILIDADES Recurso humano poco capacitado.
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES Adquisición de nuevos productos.	ESTRATEGIA FO Son para sacar provecho las fortalezas aprovechando las oportunidades. Ejemplo: Brindar productos de calidad mediante una atención personalizada.	ESTRATEGIA DO Son para superar las debilidades aprovechando las oportunidades. Ejemplo: Establecer programas de capacitación al personal, conforme se adquieran nuevos productos.
	AMENAZAS Aparición de nuevos competidores	ESTRATEGIA FA Se utilizan las fortalezas para impedir las amenazas. Ejemplo: Innovar en calidad de producto y atención al cliente.	ESTRATEGIA DA Se establecen para reducir las debilidades e impedir amenazas. Ejemplo: Desarrollar programas de incentivos por ventas.

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

FASE 3: Incentivar a los empleados a un mejor desarrollo del trabajo para así obtener una recompensa.

Una vez establecidas las políticas empresariales, se dan a conocer a los empleados para llevar a cabo su cumplimiento. La motivación laboral es una estrategia que permite que el trabajador proceda de mejor manera al desempeñar las funciones encomendadas para alcanzar un beneficio.

Dentro del desarrollo de esta fase, se han establecido las siguientes actividades:

1. Realizar un seguimiento continuo de las políticas y procedimientos adoptados

Establecer un proceso de revisión semestral y establecer condiciones en el caso de haber existido cambios en las mismas, con el fin de establecer acciones si se llegan a detectar desorientaciones.

2. Verificar su cumplimiento

Para comprobar el logro de metas y objetivos, se deben aplicar instrumentos que permitan evaluar su cumplimiento.

3. Aplicación de indicadores de gestión

Los indicadores de gestión son herramientas que permiten medir en expresiones cuantitativas el cumplimiento de objetivos, y el resultado obtenido debe ser confrontado con algún valor de referencia en base al cual se pueden tomar acciones.

Ejemplo:

Figura 3 Ejemplo de indicadores de gestión

Objetivo	Optimizar los plazos de entrega, incrementando en 3% el promedio de pedidos despachados por día.
Indicador	Porcentaje de pedidos despachados por día incrementados para el año 2018.
Fórmula de calculo	$\frac{(Total\ días\ de\ distribución\ 2018 - Total\ días\ de\ distribución\ 2017)}{Total\ días\ de\ distribución\ 2017 * 100}$

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

4. Análisis financiero y Control de resultados

Mediante este estudio se puede realizar un diagnóstico de la empresa, y en base a los resultados obtenidos tomar acciones correctivas o preventivas. Este examen se basa en la información reflejada en los estados financieros de la entidad, lo que permite obtener una idea de la situación actual de la empresa y su evolución a futuro.

PARTNER RELATIONSHIP MANAGEMENT (PRM)

El Partner Relationship Management (PRM) o Gestión de Relaciones con los Socios, es un sistema conformado por técnicas, metodologías, estrategias que permiten establecer relaciones con los socios de los negocios. El propósito principal de esta herramienta es facilitar a los propietarios de negocios gestionar con sus socios por medio de la utilización de procesos confiables los que van a permitir establecer una relación para crear valor y mejorar el nivel de beneficios entre las partes involucradas.

Todo esto se lo realiza por medio de la Web con instrumentos denominados gestor de contenidos, en donde se van a crear una base de datos con la información de cada tipo de socio como precios, productos, etc.

Dentro de esta temática se entiende como socios de negocios, a todas las personas o empresas que tengan relación con el giro del negocio, por ejemplo:

- Proveedores
- Clientes
- Empleados
- Potenciales clientes, etc.

Proceso para crear relaciones

- **Seleccionar**, investigar sobre socios potenciales para establecer relaciones que permitan mejorar la comercialización y la rentabilidad de los negocios. Para seleccionar un socio de canal se debe realizar en base a diferentes criterios como: infraestructura, imagen de la empresa, capacidad de relación.
- **Ampliar**, luego de haber seleccionado a los socios del canal se debe establecer y mantener la relación de negocios, mediante reuniones en donde se van a intercambiar ideas y establecer estrategias para mejorar en las negociaciones.
- **Evaluar**, una vez establecidas las relaciones se debe realizar una valoración de cumplimiento, en base a los objetivos planteados en la relación de negocios por medio de indicadores.

Ventajas

- Selección de los socios
- Bajar costos y gastos
- Mejorar los ingresos
- Mantener una buena imagen en el mercado.

Se debe tener en cuenta que, para poder implementar esta estrategia en las empresas involucradas, se deben cumplir con dos condiciones importantes que son: el compromiso y la confianza.

Al contar con la colaboración de todos los miembros es fácil poner en marcha la idea de negocio, facilitando la toma de decisiones. En este punto todos los miembros deben actuar con inteligencia para no dejarse llevar por el egoísmo.

Tabla 24 Modelo Operativo de la Propuesta

FASES	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES	RESPONSABLES
<p>FASE 1: Crear vínculos con socios de negocios</p>	<p>Investigar sobre empresas que se dediquen a la distribución, manejo, utilización y control de productos agrícolas.</p>	<p>Análisis FOD</p> <p>Realizar visitas a los socios de negocios.</p> <p>Desarrollo de Misión, Visión, valores</p>	<p>Propietarios y Gerentes</p>
<p>FASE 2: Mejorar la comunicación y alineación de negocios afines.</p>	<p>Plantear la elaboración de una agenda de reuniones para que así se puedan realizar intercambio de ideas.</p>	<p>Controlar que se cumplan con la agenda de reuniones planteada.</p> <p>Análisis FODA Definir estrategias</p>	<p>Propietarios y Gerentes</p>
<p>FASE 3: Incentivar a los empleados a un mejor desarrollo del trabajo para así obtener una recompensa.</p>	<p>Dar a conocer las políticas institucionales, y verificar que se cumplan correctamente y de esta manera aportar cambios positivos.</p>	<p>Realizar un seguimiento continuo de las políticas y procedimientos adoptados</p> <p>Verificar su cumplimiento</p> <p>Aplicación de indicadores de gestión</p> <p>Análisis financiero y Control de resultados</p>	<p>Propietarios, Gerentes y personal</p>

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Para la realización del presente análisis financiero, se realizará en base a los datos financieros de una empresa que represente al sector a estudiar, para ello se elaboró una Matriz de Perfil Competitivo, en la cual se ha comparado a todas las empresas objeto de estudio en base a sus fortalezas y debilidades a las cuales se les ha establecido un valor ponderado que en su totalidad suma 1 y a las que se les dio una calificación de 1 a 4 para cada empresa, según se detalla a continuación:

Tabla 25 Matriz de Perfil Competitivo

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	PONDERACIÓN	GONZÁLEZ VILLAFUERTE MARY ISABEL		ARAUJO NARANJO HUGO FERNANDO		AGROSERVICIOS SORIA & SORIA		ALEMAN ALBAN EDGAR MARCELO	
		Calificación	Resultado Ponderado	Calificación	Resultado Ponderado	Calificación	Resultado Ponderado	Calificación	Resultado Ponderado
1. Servicio al cliente	0.2	2	0.4	1	0.2	2	0.4	2	0.4
2. Precio	0.2	1	0.2	2	0.4	2	0.4	1	0.2
3. Calidad del producto	0.1	2	0.2	1	0.1	1	0.1	1	0.1
4. Ubicación geográfica	0.08	2	0.16	1	0.08	3	0.24	2	0.16
5. Promoción y publicidad	0.07	1	0.07	2	0.14	1	0.07	2	0.14
6. Generar suficientes ventas	0.04	3	0.12	1	0.04	2	0.08	1	0.04
7. Conocer el mercado en que opera	0.02	1	0.02	1	0.02	2	0.04	2	0.04
8. Innovar	0.2	2	0.4	3	0.6	1	0.2	3	0.6
9. Compromiso con el cliente	0.04	4	0.16	2	0.08	3	0.12	3	0.12
10. Trabajo en equipo	0.05	1	0.05	3	0.15	2	0.1	3	0.15
TOTAL	1	19	1.78	17	1.81	19	1.75	20	1.95

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	PONDERACIÓN	MEDINA RODRIGUEZ SEGUNDO AGUSTO		AGROQUIMICOS EL AGRICULTOR		ROBALINO VILLENA GALO PATRICIO		AGROVI	
		Calificación	Resultado Ponderado	Calificación	Resultado Ponderado	Calificación	Resultado Ponderado	Calificación	Resultado Ponderado
1. Servicio al cliente	0.2	2	0.4	3	0.6	1	0.2	2	0.4
2. Precio	0.2	1	0.2	1	0.2	2	0.4	1	0.2
3. Calidad del producto	0.1	1	0.1	2	0.2	1	0.1	1	0.1
4. Ubicación geográfica	0.08	2	0.16	3	0.24	2	0.16	3	0.24
5. Promoción y publicidad	0.07	3	0.21	1	0.07	2	0.14	1	0.07
6. Generar suficientes ventas	0.04	1	0.04	1	0.04	3	0.12	2	0.08
7. Conocer el mercado en que opera	0.02	2	0.04	2	0.04	1	0.02	1	0.02
8. Innovar	0.2	1	0.2	3	0.6	3	0.6	2	0.4
9. Compromiso con el cliente	0.04	1	0.04	1	0.04	1	0.04	2	0.08
10. Trabajo en equipo	0.05	2	0.1	2	0.1	3	0.15	1	0.05
TOTAL	1	16	1.49	19	2.13	19	1.93	16	1.64

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	PONDERACIÓN	PAREDES PAZ MARCI ZANDITA		CAT-VET		CÓRDOVA MANJARRES WALTER LEONEL		VETERINARIA ANIMAL HOME		IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AGRICOLA CÓRDOVA CIA. LTDA.	
		Calificación	Resultado Ponderado	Calificación	Resultado Ponderado	Calificación	Resultado Ponderado	Calificación	Resultado Ponderado	Calificación	Resultado Ponderado
1. Servicio al cliente	0.2	2	0.4	2	0.4	3	0.6	2	0.4	4	0.8
2. Precio	0.2	2	0.4	1	0.2	2	0.4	2	0.4	3	0.6
3. Calidad del producto	0.1	1	0.1	2	0.2	1	0.1	1	0.1	2	0.2
4. Ubicación geográfica	0.08	2	0.16	2	0.16	2	0.16	3	0.24	3	0.24
5. Promoción y publicidad	0.07	3	0.21	1	0.07	2	0.14	2	0.14	4	0.28
6. Generar suficientes ventas	0.04	2	0.08	3	0.12	1	0.04	3	0.12	2	0.08
7. Conocer el mercado en que opera	0.02	1	0.02	3	0.06	2	0.04	3	0.06	2	0.04
8. Innovar	0.2	3	0.6	1	0.2	3	0.6	2	0.4	3	0.6
9. Compromiso con el cliente	0.04	3	0.12	2	0.08	2	0.08	2	0.08	2	0.08
10. Trabajo en equipo	0.05	1	0.05	1	0.05	1	0.05	1	0.05	2	0.1
TOTAL	1	20	2.14	18	1.54	19	2.21	21	1.99	27	3.02

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Investigación

Una vez realizada la matriz, se la elegido a la empresa Importadora y Comercializadora Córdova Cía. Ltda.; porque ha obtenido la calificación de 27 puntos dando como resultado ponderado de 3,02 siendo este el puntaje más alto obtenido entre las empresas que conforman el sector a estudiar.

Tabla 26 Análisis Horizontal Balance General

IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AGRÍCOLA CÓRDOVA CIA. LTDA.				
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA ANÁLISIS HORIZONTAL				
	2016	2015	V.ABSOLUTO	V.RELATIVO
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	2870.00	168.30	2701.70	1605.29%
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES CORRIENTES	18400.48	33,461.17	(15060.69)	(45.01%)
INVENTARIO DE MERCADERIA	294,500.60	141800.15	152700.45	107.69%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	315771.08	175,429.62	140341.46	80.00%
ACTIVOS NO CORRIENTES				
MUEBLES Y ENSERES	960.00	960.00	0.00	0.00%
EQUIPO DE COMPUTACION	2,065.00	1000	1065.00	106.50%
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	846.16	129.33		
TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTES	2,178.84	1,830.67	348.17	19.02%
TOTAL ACTIVOS	317,949.92	177,260.29	140689.63	79.37%
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
CUENTAS POR PAGAR	282032.28	161722.78	120309.50	74.39%
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	104.15	771.58	(667.43)	(86.50%)
OBLIGACIONES CON EL IESS	921.04	801.41	119.63	14.93%
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES POR PAGAR DEL EJERCICIO	83.55	618.92	(535.37)	(86.50%)
OTROS BENEFICIOS A EMPLEADOS	6900.01	2966.67	3933.34	132.58%
OTROS PASIVOS CORRIENTES	17625.7	501.95	17123.75	3411.45%
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	307666.73	167383.31	140283.42	83.81%
TOTAL PASIVOS	307666.73	167383.31	140283.42	83.81%
PATRIMONIO				
CAPITAL SUSCRITO	6,000.00	6,000.00	0.00	0.00%
RESERVA LEGAL	347.79	310.86	36.93	11.88%
UTILIDAD DE AÑOS ANTERIORES	3,566.12	830.50	2735.62	329.39%
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	369.28	2,735.62	(2366.34)	(86.50%)
TOTAL DE PATRIMONIO	10,283.19	9,876.98	406.21	4.11%
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	317,949.92	177,260.29	140689.63	79.37%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

**IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AGRÍCOLA CÓRDOVA CIA.
LTDA.**

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ANÁLISIS HORIZONTAL

PERÍODO 2015 – 2016

Tabla 27 Análisis horizontal Grupo Activo

GRUPO	2016	2015	DIFERENCIA	%
ACTIVO	317,949.92	177,260.29	140689.63	79.37%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdoba Cía. Ltda.

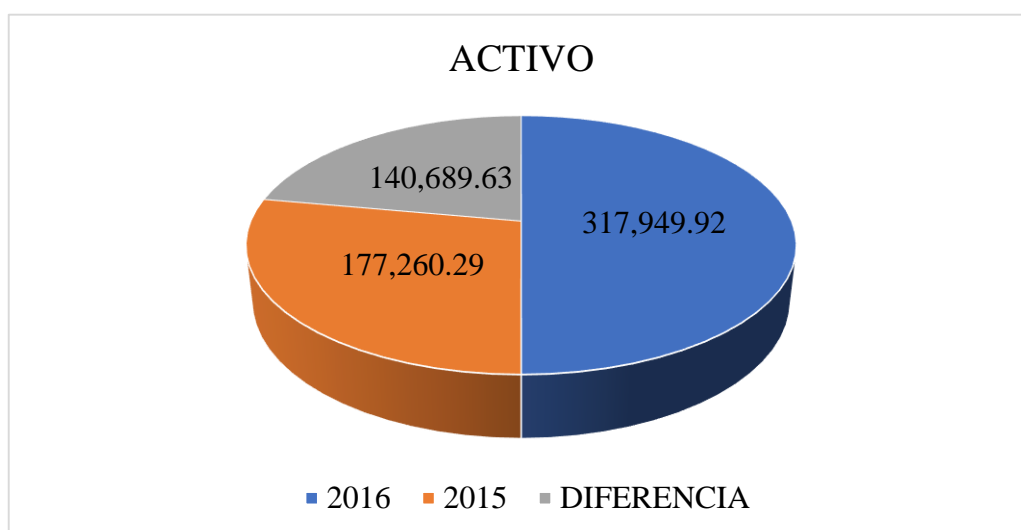


Gráfico 25: Análisis horizontal Grupo Activo

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdoba Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

Dentro del grupo del activo, se puede apreciar una variación positiva del 79,37% equivalente a \$140689,63 con relación al año 2015; hecho que se ha dado porque se han realizado compras de mercadería aumentando el monto del inventario en un 107% que corresponde a \$152700,45.

Tabla 28 Análisis horizontal Grupo Pasivo

GRUPO	2016	2015	DIFERENCIA	%
PASIVO	307666.73	167383.31	140283.42	83.81%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

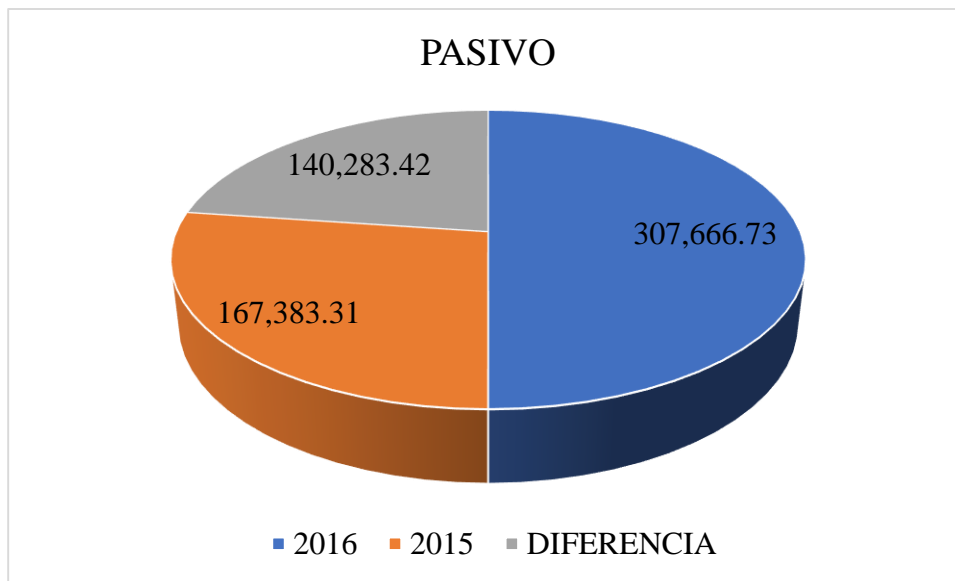


Gráfico 26: Análisis horizontal Grupo Pasivo

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

En el pasivo se puede considerar un aumento del 83,81% respecto al año 2015, porcentaje que corresponde a \$140283,42; dentro de este grupo se puede apreciar que las cuentas por pagar han aumentado en un 74,39% ya que pasan de \$161722,78 en el 2015 a \$282032,28 en el 2016. Esto se explica porque se adquirió inventario de mercadería a crédito.

Tabla 29 Análisis horizontal Grupo Patrimonio

GRUPO	2016	2015	DIFERENCIA	%
PATRIMONIO	10,283.19	9,876.98	406.21	4.11%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

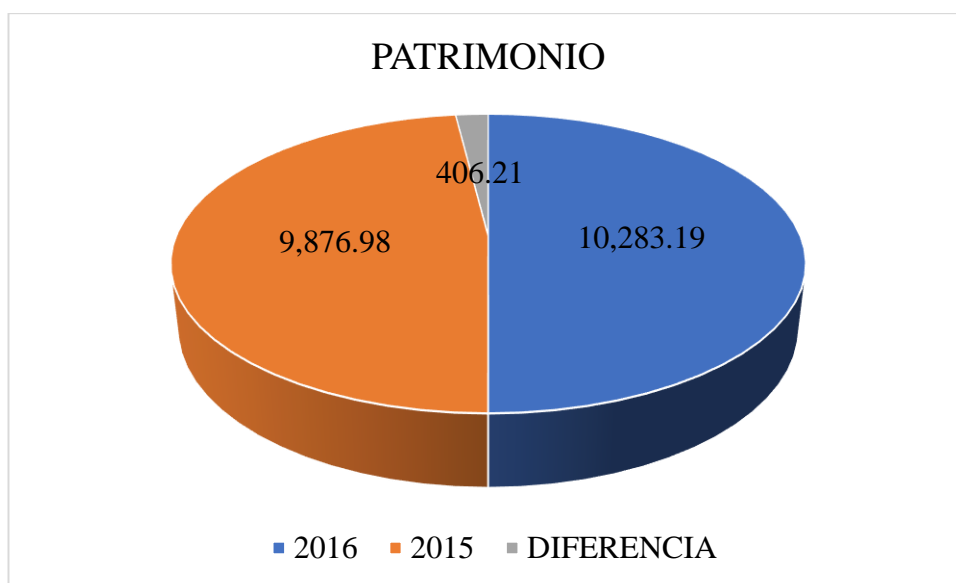


Gráfico 27: Análisis horizontal Grupo Patrimonio

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

El patrimonio muestra una menor diferencia entre el año 2016 con respecto al 2015, corresponde al 4,11% que equivale a \$406,21 debido a que en el 2016 la utilidad del ejercicio fue de \$369,28 con relación al 2015 que fue de \$2735,62.

Tabla 30 Análisis Horizontal Estado de Resultados

IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AGRÍCOLA CÓRDOVA CIA. LTDA.				
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA ANÁLISIS HORIZONTAL				
	2016	2015	V. ABSOLUTO	V. RELATIVO
INGRESOS	665632.89	504387.40	161245.49	31.97%
VENTAS	665632.89	504387.40	161245.49	31.97%
COSTO DE VENTAS	(643767.12)	(454179.92)	(189587.20)	41.74%
GANANCIA BRUTA	21865.77	50207.48	(28341.71)	(56.45%)
GASTOS	21308.79	46081.36	(24772.57)	(53.76%)
GASTOS SUELDOS	0.00	37995.00	-37995.00	-100.00%
GASTO IESS	7944.52	4953.23	2991.29	60.39%
GASTO HONORARIOS PROFESIONALES	3966.66	312.50	3654.16	1169.33%
OTROS GASTOS	2468.38	800.25	1668.13	208.45%
GASTO DEPRECIACIÓN	529.95	129.33	400.62	309.77%
GASTO PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	254.87	357.65	-102.78	-28.74%
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES	50.00	750.57	-700.57	-93.34%
GASTOS DE GESTIÓN	474.46	0.00	474.46	0.00%
ARRENDAMIENTOS OPERATIVOS	1600.00	0.00	1600.00	0.00%
SUMINISTROS, HERRAMIENTAS, MATERIALES Y REPUESTOS	1137.27	329.01	808.26	245.66%
MANTENIMIENTOS Y REPARACIONES	2762.68	453.82	2308.86	508.76%
SERVICIOS BÁSICOS	120.00	0.00	120.00	0.00%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	556.98	4126.12	-3569.14	-86.50%
(-)15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-83.55	-618.92	535.37	-86.50%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	473.43	3507.20	-3033.77	-86.50%
(-)IMPUESTO CAUSADO	-104.15	-771.58	667.43	-86.50%
(=)UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	369.28	2735.62	-2366.34	-86.50%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdoba Cía. Ltda.

**IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AGRÍCOLA CÓRDOVA CIA.
LTDA.**

**ESTADO DE RESULTADOS
ANÁLISIS HORIZONTAL
PERÍODO 2015 – 2016**

Tabla 31 Análisis Horizontal Ingresos por Ventas

GRUPO		2016	2015	DIFERENCIA	%
INGRESOS	POR	665632,89	504387,40	161245,49	31.97%
VENTAS					

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdoba Cía. Ltda.

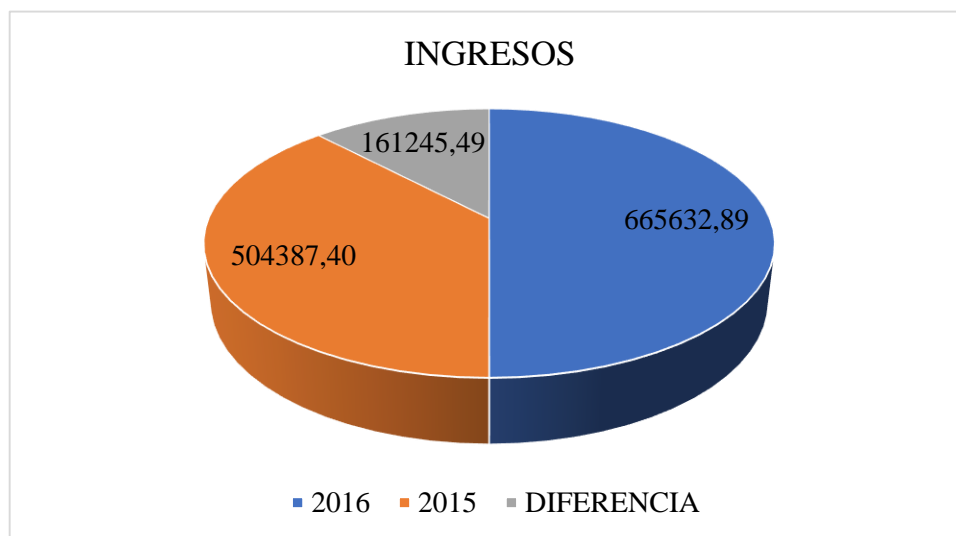


Gráfico 28: Análisis Horizontal Ingresos por Ventas

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdoba Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

El comportamiento de los ingresos en ventas durante estos años demuestra un incremento del 31,97%, porque se incrementaron las ventas en el 2016 en un valor equivalente a \$161245,49 con relación al 2015.

Tabla 32 Análisis Horizontal Ganancia Bruta

GRUPO	2016	2015	DIFERENCIA	%
GANANCIA BRUTA	21865.77	50207.48	(28341.71)	(56.45%)

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

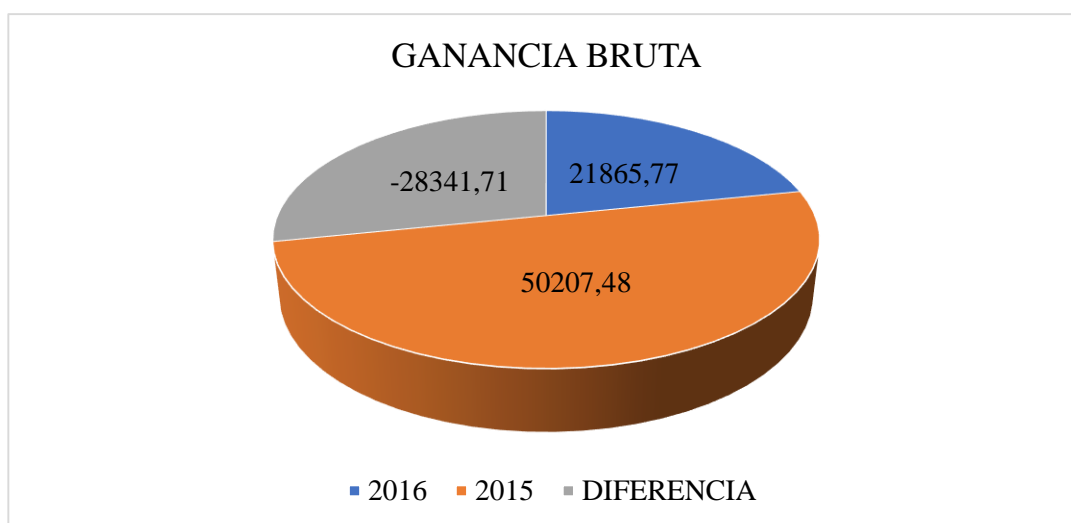


Gráfico 29: Análisis Horizontal Ganancia Bruta

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

La ganancia bruta del 2016 con relación al 2015 ha disminuido en un 56,45% que se expresa en la cantidad de \$28341,71; esto se debe a que el Costo de Ventas aumentó en un valor de \$189587,20 por lo tanto este hecho ha provocado que la ganancia disminuya.

Tabla 33 Análisis Horizontal Gastos

GRUPO	2016	2015	DIFERENCIA	%
GASTOS	21308.79	46081.36	(24772.57)	(53.76%)

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

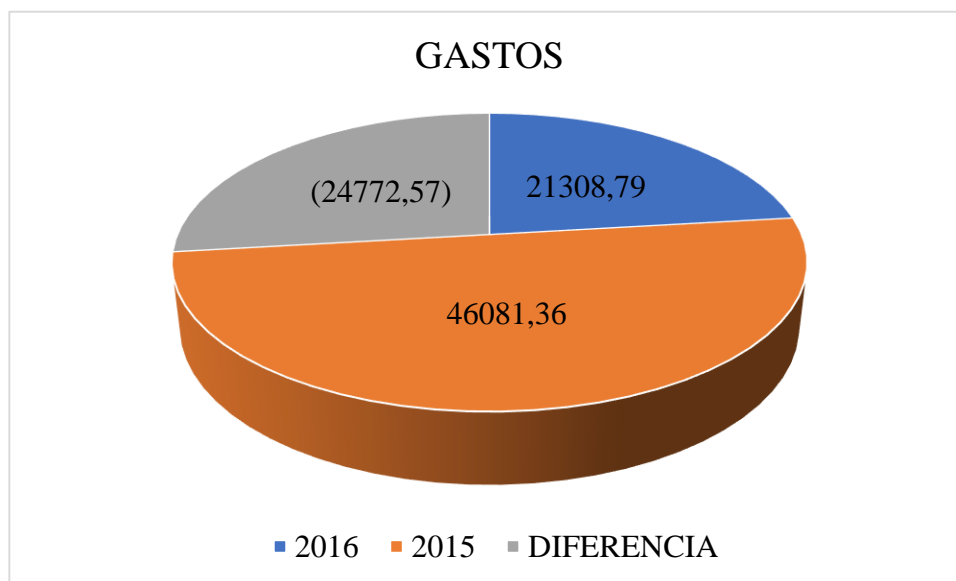


Gráfico 30: Análisis Horizontal Gastos

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

Para el año 2016, los gastos han disminuido en un 53,76% valor que equivale a \$24772,57; este hecho se ha dado porque en el 2015 existe un gasto de \$37995,00 que corresponde a sueldos; gasto que no consta en el año 2016.

Tabla 34 Análisis Vertical Estado de Situación Financiera

IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AGRÍCOLA CORDOVA CIA. LTDA.				
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA ANÁLISIS VERTICAL				
	2016	%	2015	%
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	2870.00	0.90%	168.30	0.09%
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES CORRIENTES	18400.48	5.79%	33,461.17	18.88%
INVENTARIO DE MERCADERIA	294,500.60	92.62%	141800.15	80.00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	315771.08	99.31%	175,429.62	98.97%
ACTIVOS NO CORRIENTES				
MUEBLES Y ENSERES	960.00	0.30%	960.00	0.54%
EQUIPO DE COMPUTACION	2,065.00	0.65%	1000	0.56%
(-) DEPRECIACION ACUMULADA DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	846.16	0.27%	129.33	0.07%
TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTES	2,178.84	0.69%	1,830.67	1.03%
TOTAL ACTIVOS	317,949.92	100.00%	177,260.29	100.00%
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
CUENTAS POR PAGAR	282032.28	88.70%	161722.78	91.23%
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	104.15	0.03%	771.58	0.44%
OBLIGACIONES CON EL IESS	921.04	0.29%	801.41	0.45%
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES POR PAGAR DEL EJERCICIO	83.55	0.03%	618.92	0.35%
OTROS BENEFICIOS A EMPLEADOS	6900.01	2.17%	2966.67	1.67%
OTROS PASIVOS CORRIENTES	17625.7	5.54%	501.95	0.28%
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	307666.73	96.77%	167383.31	94.43%
TOTAL PASIVOS	307666.73	96.77%	167383.31	94.43%
PATRIMONIO				
CAPITAL SUSCRITO	6,000.00	1.89%	6,000.00	3.38%
RESERVA LEGAL	347.79	0.11%	310.86	0.18%
UTILIDAD DE AÑOS ANTERIORES	3,566.12	1.12%	830.50	0.47%
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	369.28	0.12%	2,735.62	1.54%
TOTAL DE PATRIMONIO	10,283.19	3.23%	9,876.98	5.57%
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	317,949.92	100.00%	177,260.29	100.00%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdoba Cía. Ltda.

**IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AGRÍCOLA CÓRDOVA CIA.
LTDA.**

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ANÁLISIS VERTICAL

PERÍODO 2015 – 2016

Tabla 35 Análisis Vertical Activo

GRUPO	2016	%	2015	%
ACTIVO CORRIENTE	315771.08	99.31%	175,429.62	98.97%
ACTIVO NO CORRIENTE	2,178.84	0.69%	1,830.67	1.03%
TOTAL ACTIVO	317,949.92	100.00%	177,260.29	100.00%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdoba Cía. Ltda.

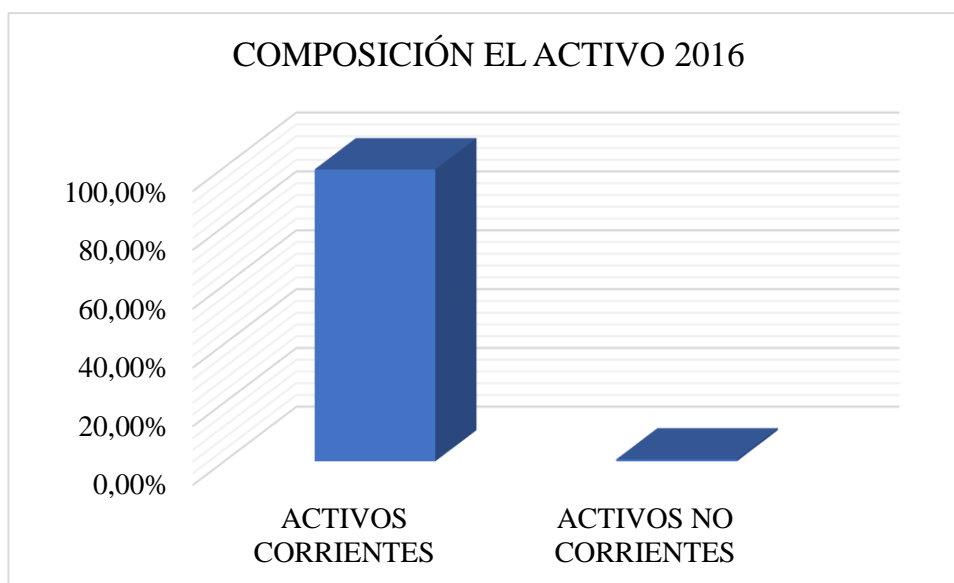


Gráfico 31: Análisis Vertical Activo 2016

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdoba Cía. Ltda.

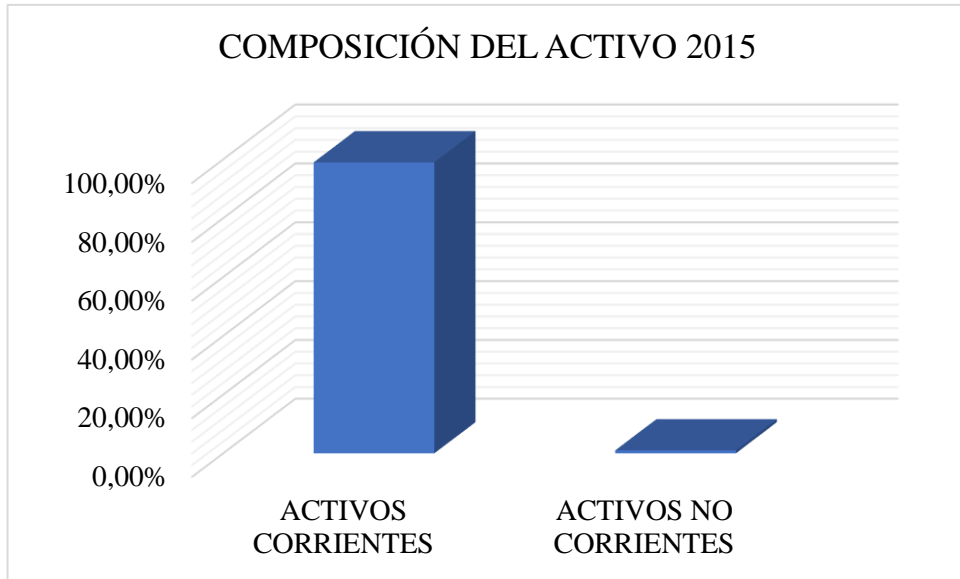


Gráfico 32: Análisis Vertical Activo 2015

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

Tabla 36 Análisis Vertical Pasivo y Patrimonio

GRUPO	2016	%	2015	%
PASIVO	307666.73	96.77%	167383.31	94.43%
PATRIMONIO	10,283.19	3.23%	9,876.98	5.57%
PASIVO Y PATRIMONIO	317,949.92	100.00%	177,260.29	100.00%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

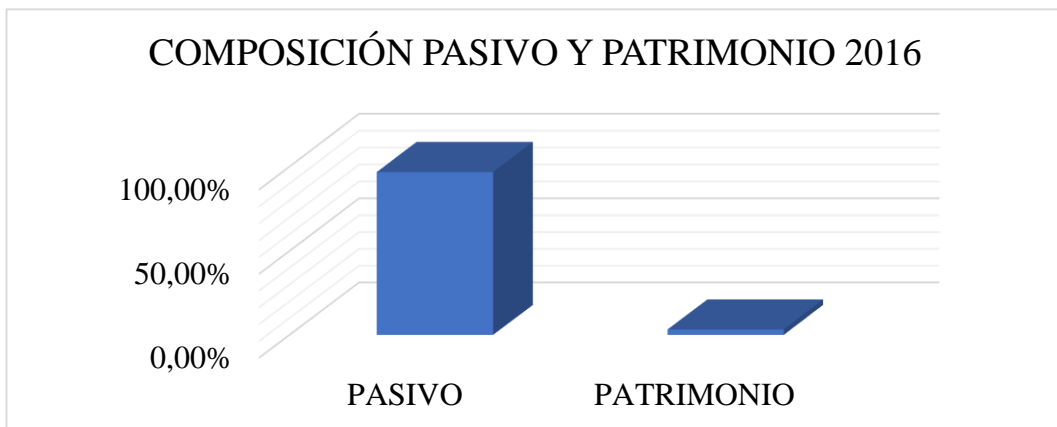


Gráfico 33: Análisis Vertical Pasivo y Patrimonio 2016

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

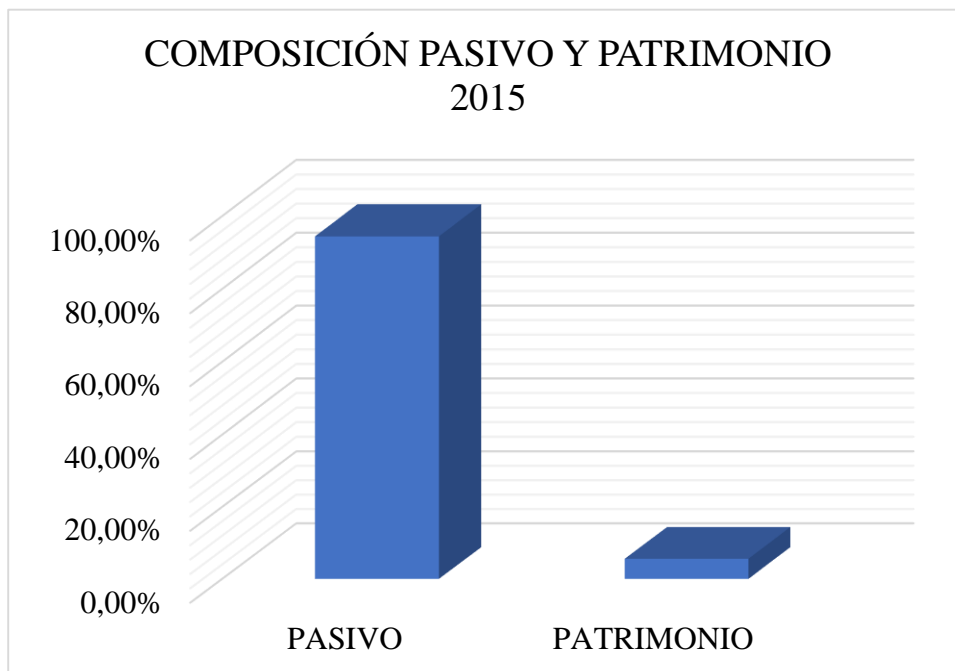


Gráfico 34: Análisis Vertical Pasivo y Patrimonio 2015

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

ACTIVOS

En el año 2016, el activo está conformado por: Activo Corriente 99.31% valor que equivale a \$315771,08 y Activo no Corriente 0.69% con un valor monetario equivalente a \$2178,84; mientras que en el 2015 el Activo Corriente tiene un valor relativo de 98.97% y el Activo no Corriente 1.03%.

En la composición del activo de los dos años de estudio se aprecia una diferencia grande, esto es porque en el 2016 en inventario de mercadería es de \$294500,60; mientras que en el 2015 es de \$141800,15

PASIVO Y PATRIMONIO

En lo concerniente a las cuentas de Pasivo y Patrimonio, están conformadas de la siguiente manera: en el año 2016 el Pasivo equivale al 96.77% y el Patrimonio al 3.23%; durante el 2015 el pasivo corresponde al 94.43% mientras que el Patrimonio al 5.57%.

En donde existe una diferencia también porque la mercadería adquirida fue a crédito, teniendo en cuentas por pagar las siguientes cifras: en el 2016 \$282032,28 y en el 2015 \$161722,78.

Tabla 37: Análisis Vertical Estado de Resultados

IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AGRÍCOLA CORDOVA CIA. LTDA.				
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA ANALISIS VERTICAL				
	2016	%	2015	%
INGRESOS	665632.89	100%	504387.40	100%
VENTAS	665632.89		504387.40	
COSTO DE VENTAS	-643767.12	-96.72%	-454179.92	-90.05%
GANANCIA BRUTA	21865.77	3.28%	50207.48	9.95%
GASTOS	21308.79	3.20%	46081.36	9.14%
GASTOS SUELDOS	0.00	0.00%	37995.00	7.53%
GASTO IESS	7944.52	1.19%	4953.23	0.98%
GASTO HONORARIOS PROFESIONALES	3966.66	0.60%	312.50	0.06%
OTROS GASTOS	2468.38	0.37%	800.25	0.16%
GASTO DEPRECIACIÓN	529.95	0.08%	129.33	0.03%
GASTO PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	254.87	0.04%	357.65	0.07%
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES	50.00	0.01%	750.57	0.15%
GASTOS DE GESTIÓN	474.46	0.07%	0.00	0.00%
ARRENDAMIENTOS OPERATIVOS	1600.00	0.24%	0.00	0.00%
SUMINISTROS, HERRAMIENTAS, MATERIALES Y REPUESTOS	1137.27	0.17%	329.01	0.07%
MANTENIMIENTOS Y REPARACIONES	2762.68	0.42%	453.82	0.09%
SERVICIOS BÁSICOS	120.00	0.02%	0.00	0.00%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	556.98	0.08%	4126.12	0.82%
(-)15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-83.55	-0.01%	-618.92	-0.12%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	473.43	0.07%	3507.20	0.70%
(-)IMPUESTO CAUSADO	-104.15	-0.02%	-771.58	-0.15%
(=)UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	369.28	0.06%	2735.62	0.54%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdoba Cía. Ltda.

Tabla 38: Análisis Vertical Ingresos

GRUPO	2016	%	2015	%
VENTAS	665632.89	100.00%	504387.40	100.00%
COSTO DE VENTAS	643767.12	96.72%	454179.92	90.05%
GANANCIA BRUTA	21865.77	3.28%	50207.48	9.95%

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

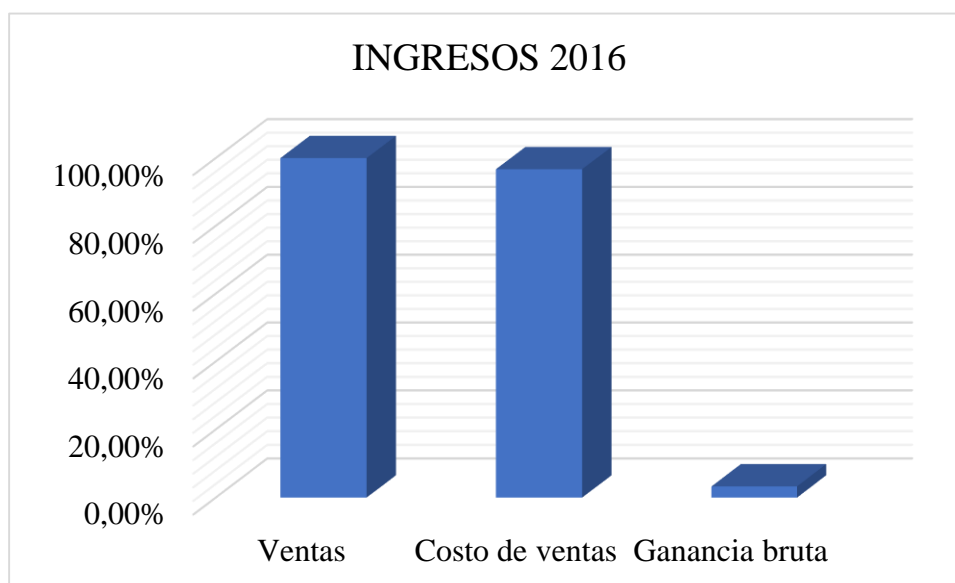


Gráfico 35: Análisis Vertical Ingresos 2016

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

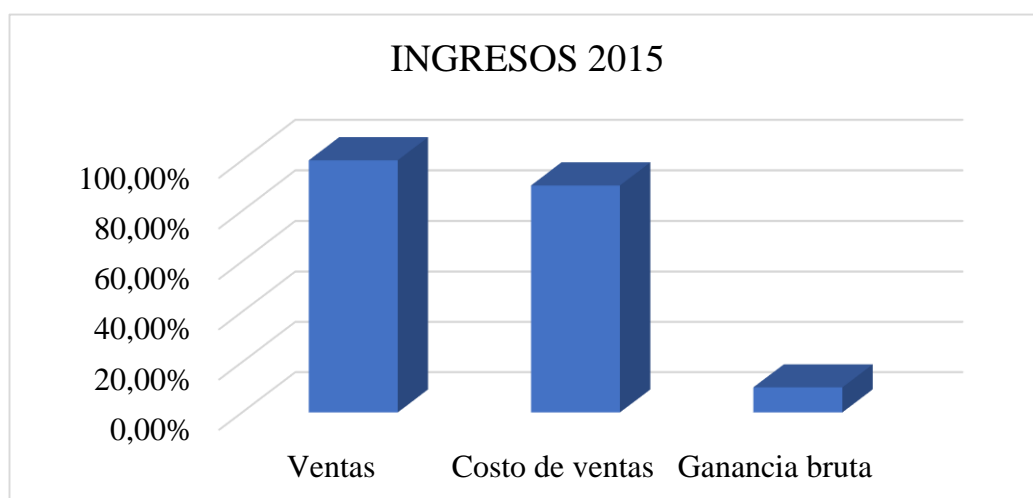


Gráfico 36: Análisis Vertical Ingresos 2015

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

INGRESOS

En el año 2016 los ingresos están conformados de la siguiente manera: Ventas con el 100%, que corresponde al total de los ingresos, el Costo de Ventas equivale al 96,72% por lo tanto la Ganancia apenas equivale al 3.28%.

Por otra parte, en el año 2015 se conforman como se detallan a continuación: Ventas \$504387,40 lo que equivale al 100.00%, el Costo de Ventas corresponde al 90.05%, y la Ganancia al 9,95%.

APLICACIÓN DE INDICADORES FINANCIEROS

INDICADORES DE LIQUIDÉZ

Capital de Trabajo, es el recurso económico que necesita la empresa para poder llevar a cabo sus operaciones.

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

Tabla 39: Capital de Trabajo

2016	2015
$CT = 315771,08 - 307666,73$	$CT = 175429,62 - 167383,31$
$CT = 8104,35$	$CT = 8046,31$

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

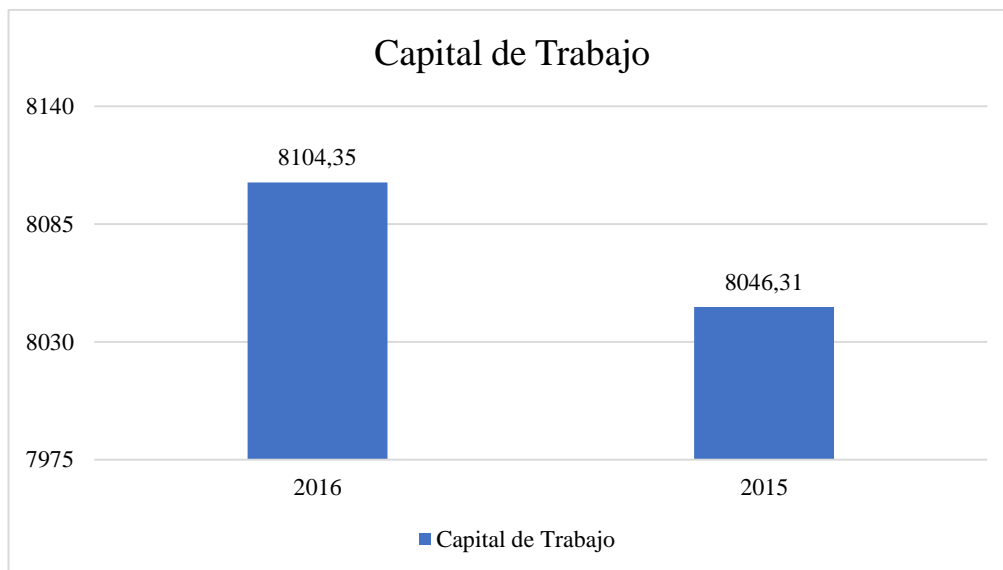


Gráfico 37: Capital de Trabajo

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

Al aplicar el indicador, los resultados demuestran que la empresa durante los dos años un buen Capital de Trabajo para llevar a cabo sus operaciones a corto plazo; que en el año 2016 fue de \$8104,35 y en el 2015 de \$8046,31. Dicha disminución se ha

producido porque tanto las cifras del activo corriente y pasivo corriente han disminuido, lo que no es favorable para la empresa porque quiere decir que las ventas han decrecido.

Liquidez Corriente, es la capacidad de la empresa para poder cubrir pasivos a corto plazo.

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Tabla 40: Liquidez Corriente

2016	2015
$LC = \frac{315771,08}{307666,73}$	$LC = \frac{175429,62}{167383,31}$
$LC = 1,03$	$LC = 1,05$

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

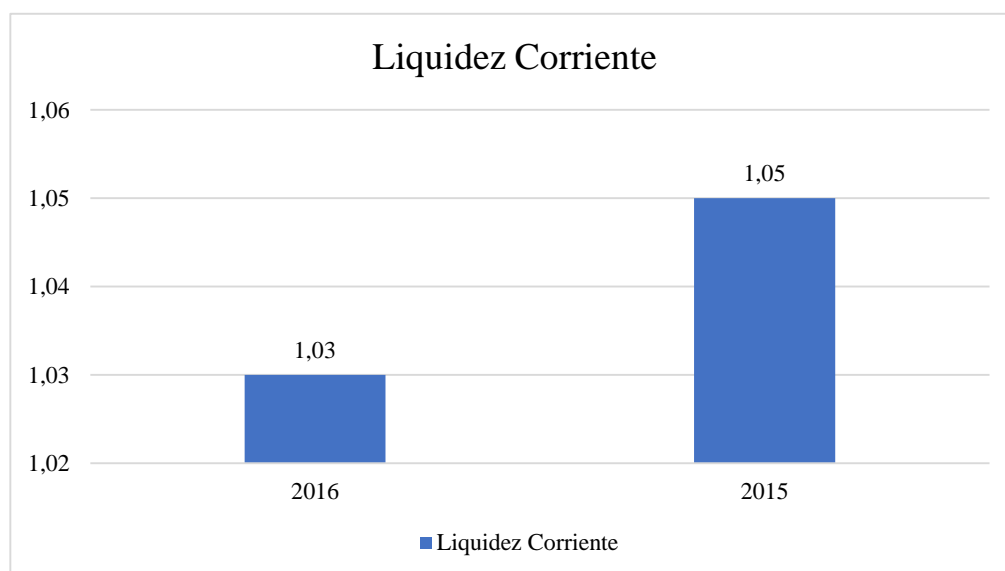


Gráfico 38: Liquidez corriente

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

Al aplicar el indicador, los resultados demuestran que la empresa no tiene buena solvencia, ya que por cada dólar en los pasivos a corto plazo cuenta con \$1,05 en el

2015 y con \$1,03 en el 2016. Situación que ha variado en dos centavos lo que no es favorable para la empresa porque no cuenta con dinero para poder realizar otras inversiones o para cubrir otras obligaciones.

Prueba ácida, es la capacidad de pago de los pasivos corrientes sin contar con las ventas de los inventarios.

$$Prueba \acute{A}cida = \frac{Activo \ Corriente - Inventarios}{Pasivo \ Corriente}$$

Tabla 41: Prueba Ácida

2016	2015
$PA = \frac{315771,08 - 307666,73}{294500,60}$	$PA = \frac{175429,62 - 141800,15}{167383,31}$
<p>PA = 0,07</p>	<p>PA = 0,20</p>

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

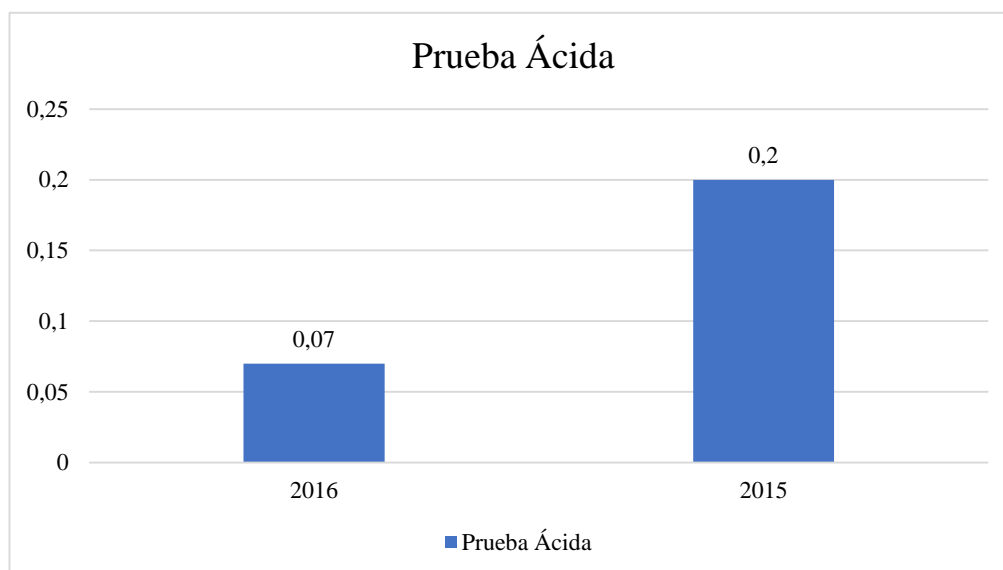


Gráfico 39: Prueba Ácida

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

La liquidez Inmediata de la empresa es preocupante, porque no podría cancelar inmediatamente sus deudas de corto plazo sin contar con los inventarios, la situación es alarmante ya que por cada dólar que se debe a corto plazo no cuenta

con liquidez para cubrir las obligaciones en el 2015 dispone de \$0,20 mientras que en el 2016 la situación empeora y baja a \$0,07. Lo que es una desventaja para la empresa porque no dispone de dinero para cubrir obligaciones sin contar con la venta de los inventarios.

INDICADORES DE ACTIVIDAD

Rotación Cuentas por Cobrar, muestra el número de veces que gira esta cuenta en el año.

$$\text{Rotación Cuentas por Cobrar} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$$

Tabla 42: Rotación Cuentas por Cobrar

2016	2015
$RCC = \frac{665632,89}{18400,48}$	$RCC = \frac{504387,40}{33461,17}$
$RCC = 36,17$	$RCC = 15,07$

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

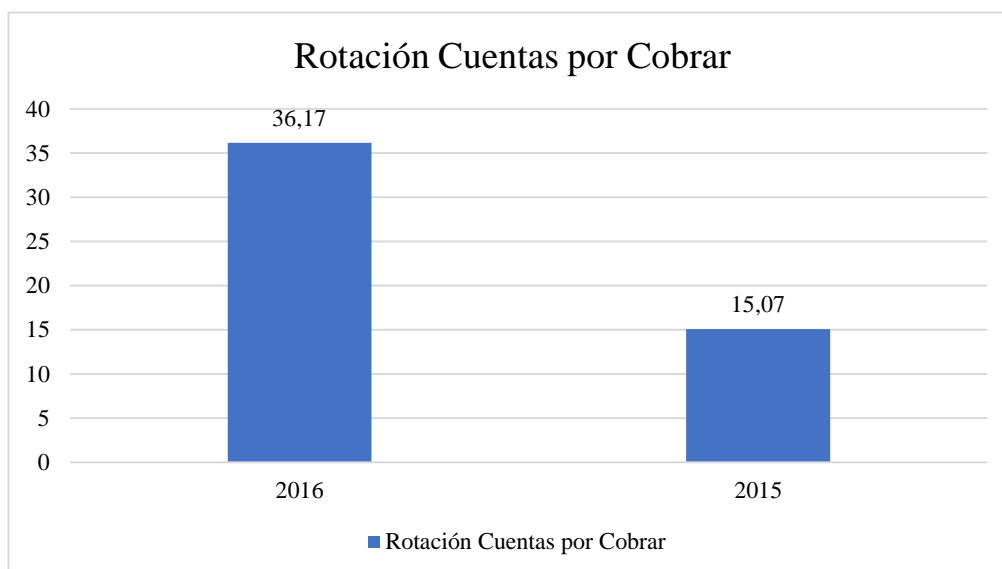


Gráfico 40: Rotación Cuentas por Cobrar

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

El indicador demuestra que, durante el 2015, las cuentas por cobrar han rotado 15 veces durante el año, mientras que en el 2016 la rotación ha sido de 36 veces. Durante el 2016 la rotación ha mejorado, es decir que existe mayor número de ventas.

Plazo Promedio de Cobros, muestra el número de días que tardan los clientes en pagar sus cuentas.

$$\text{Plazo Promedio de Cobros} = \frac{360}{\text{Rotación Cuentas por Cobrar}}$$

Tabla 43: Plazo Promedio de Cobros

2016	2015
$PPC = \frac{360}{36,17}$	$PPC = \frac{360}{15,07}$
$PPC = 10$	$PPC = 24$

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

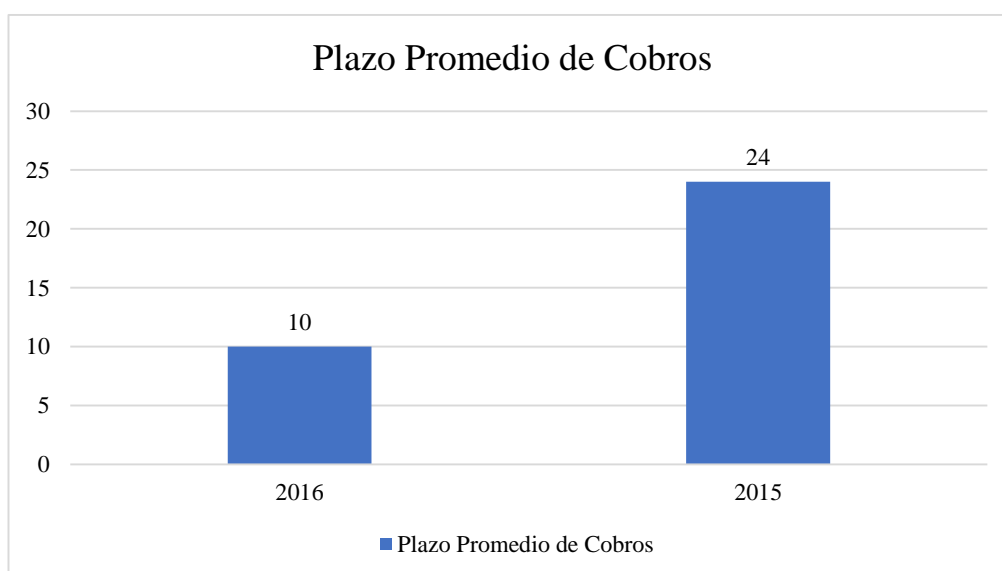


Gráfico 41: Plazo Promedio de Cobros

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

El indicador de cobros durante los dos años nos muestra inestabilidad en su comportamiento, ya que en el 2015 se ha realizado los cobros cada 24 días, mientras que en el 2016 cada 10 días. Sin embargo, son resultados aceptables porque en ninguno de los dos años el plazo supera los 30 días, es decir que las ventas que se realizan son de contado.

Rotación de Inventarios, nos muestra el número de veces que rota el inventario.

$$\text{Rotación de Inventarios} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Saldo Inventarios}}$$

Tabla 44: Rotación de Inventarios

2016	2015
$RI = \frac{665632,89}{294500,60}$	$RI = \frac{504387,40}{141800,15}$
$RI = 2$	$RI = 4$

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

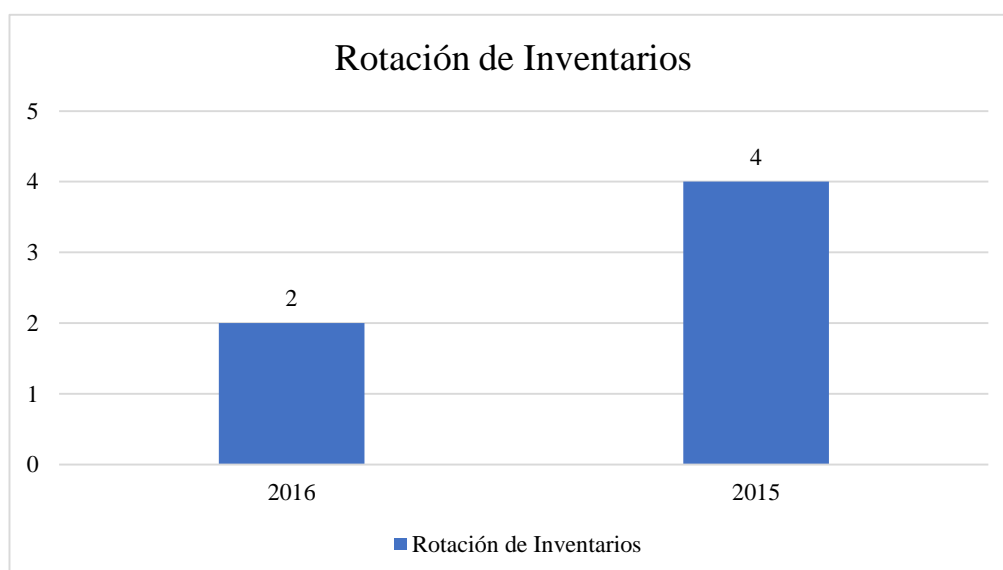


Gráfico 42: Rotación de Inventarios

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

La aplicación de este indicador nos muestra que durante el año 2015 los inventarios rotaron 4 veces al año, pero durante el 2016 la situación no mejoró disminuyendo su rotación a 2 veces durante el año. Esto se ha dado porque las ventas han disminuido, viéndose la empresa perjudicada en su liquidez.

Plazo Promedio de Inventarios, nos muestra el número de días que permanece el inventario en el almacén.

$$\text{Plazo Promedio de Inventarios} = \frac{360}{\text{Rotación de Inventarios}}$$

Tabla 45: Plazo Promedio de Inventarios

2016	2015
$PPI = \frac{360}{2}$	$PPI = \frac{360}{4}$
$PPI = 180$	$PPI = 90$

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.



Gráfico 43: Plazo Promedio de Inventarios

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

En relación con el Plazo Promedio de Inventarios, se evidencia que los inventarios rotaron cada 90 días en el 2015 y en el 2016 cada 180 días. La disminución se ha producido porque disminuyó la rotación de los inventarios.

Rotación Cuentas por Pagar, nos muestra el número de veces que rotan las cuentas en el año.

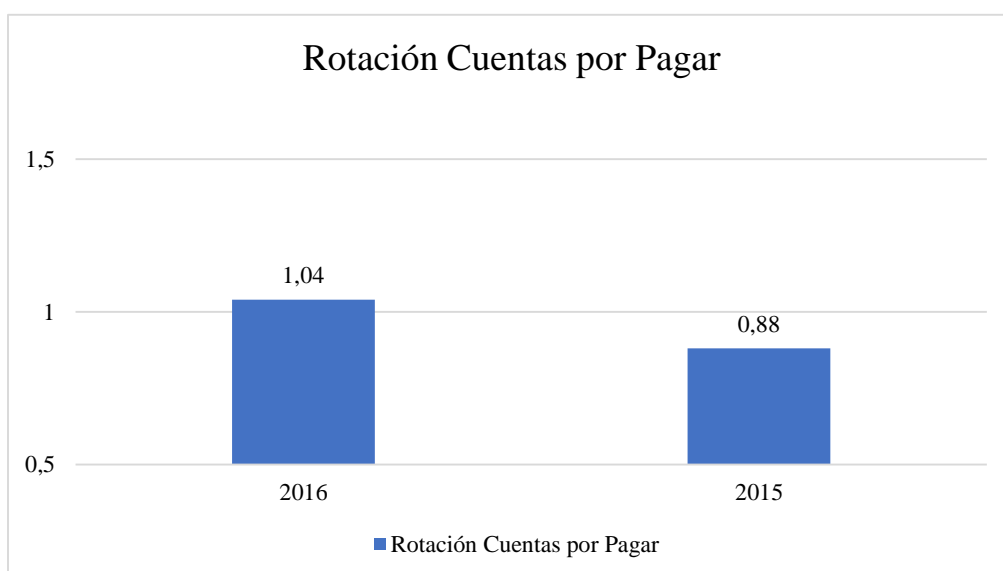
$$\text{Rotación Cuentas por Pagar} = \frac{\text{Compras}}{\text{Cuentas por Pagar}}$$

Tabla 46: Rotación Cuentas por Pagar

2016	2015
$RCXP = \frac{294500,60}{282032,28}$	$RCXP = \frac{141800,15}{161722,78}$
$RCXP = 1,04$	$RCXP = 0,88$

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.



Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

La aplicación del indicador nos muestra que en el 2015 las cuentas por pagar rotaron 0,88 veces, mientras que en el 2016 1,04 veces. Esto se da porque no se han establecido políticas de pago. Se recomienda realizar negociaciones para establecer plazos de pagos para evitar que las cuentas se acumulen.

Plazo Promedio de Pagos, nos muestra el número de días promedio que se tarda en pagar las cuentas.

$$\text{Plazo Promedio de Pagos} = \frac{360}{\text{Rotación Cuentas por Pagar}}$$

Tabla 47: Plazo Promedio de Pagos

2016	2015
$PPP = \frac{360}{1,04}$	$RCXP = \frac{360}{0,88}$
$PPP = 345$	$PPP = 409$

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

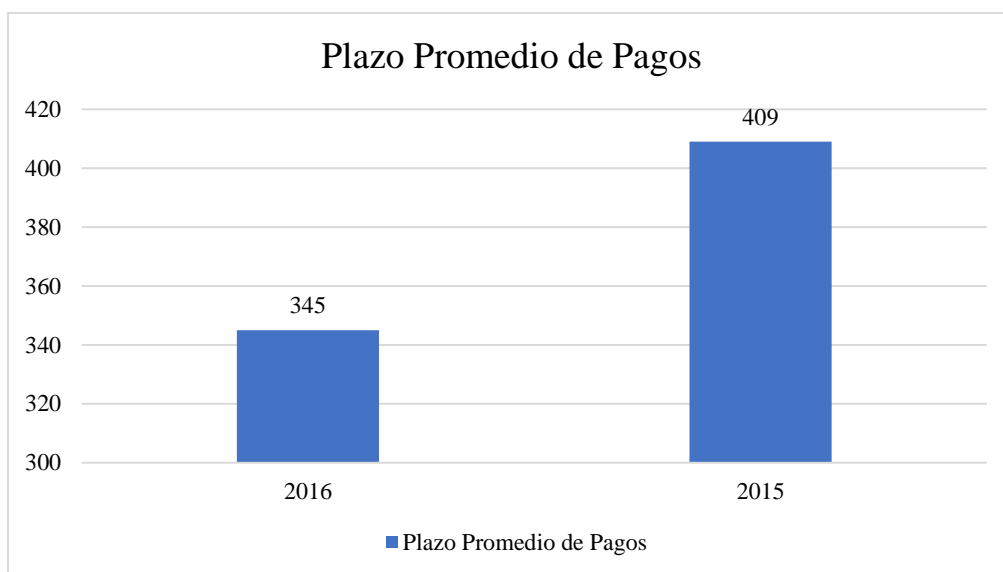


Gráfico 44: Plazo Promedio de Pagos

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

Se puede apreciar que durante el 2015 se han pagado a los proveedores cada 409 días, mientras que en el 2016 cada 345 días. Igual que en el análisis anterior se recomienda establecer políticas de pagos porque en los dos años se ha realizado el pago a los proveedores en plazos mayores a año.

Ciclo de Caja, nos muestra el tiempo que transcurre desde la salida de efectivo hasta su recuperación.

$$\text{Ciclo de Caja} = \text{PPC} + \text{PPI} - \text{PPP}$$

Tabla 48: Ciclo de Caja

2016	2015
Ciclo de Caja $= 10 + 180 - 345$ Ciclo de Caja = -155	Ciclo de Caja = 24 + 90 - 409 $PPP = -295$

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdoba Cía. Ltda.

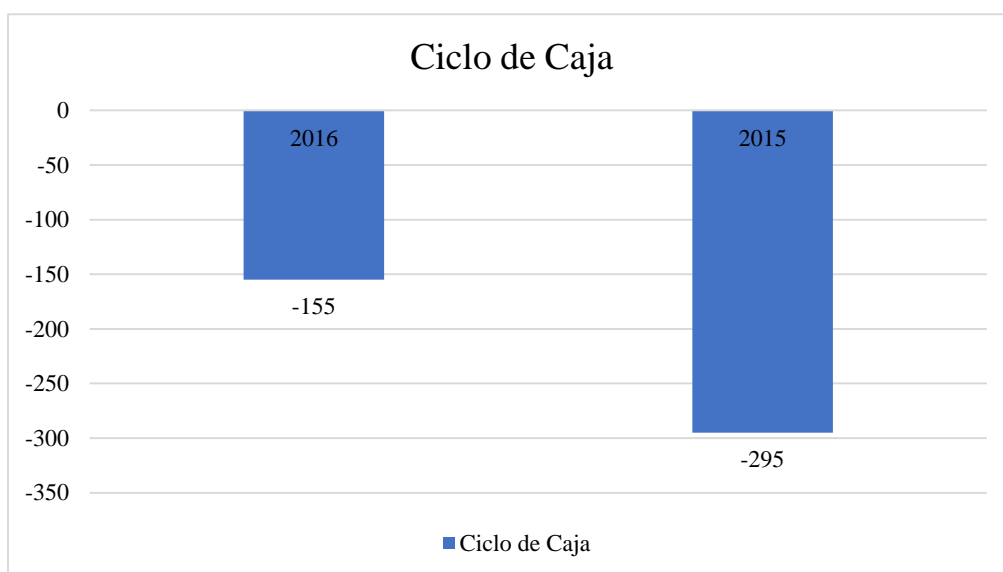


Gráfico 45: Ciclo de Caja

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdoba Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

En los resultados de los dos años se puede apreciar que el ciclo de caja es negativo, hecho que se ha dado porque se tiene una recuperación de cartera rápida y se trabaja al contado, los inventarios tienen poca rotación y el valor por cuentas por pagar es muy elevado.

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO

Endeudamiento a Corto Plazo, muestra el porcentaje de endeudamiento a corto plazo sobre el total de los activos.

$$\text{Endeudamiento a Corto Plazo} = \frac{\text{Pasivo Corriente}}{\text{Activo Total}} * 100$$

Tabla 49: Endeudamiento a Corto Plazo

2016	2015
$ECP = \frac{307666,73}{317949,92} * 100$	$ECP = \frac{167383,31}{177260,29} * 100$
$ECP = 97\%$	$ECP = 94\%$

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

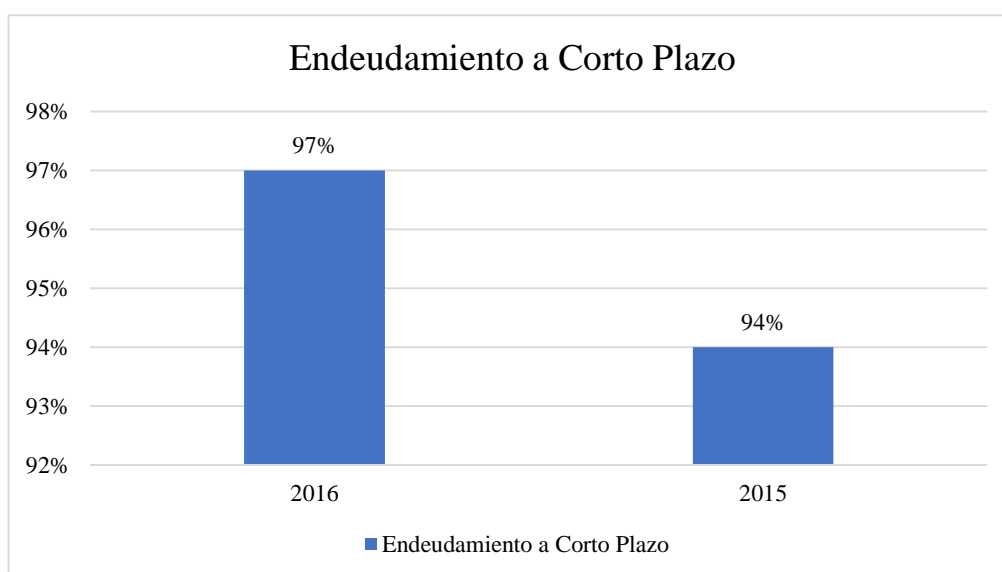


Gráfico 46: Endeudamiento a Corto Plazo

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

Según el indicador de Endeudamiento a Corto Plazo, se puede evidenciar que existe un alto nivel de endeudamiento, que durante el 2015 fue del 94%, y en el 2016 del 97%; situación que se ha dado porque no se está pagando de una manera puntual a los proveedores la empresa no cuenta con pasivo a largo plazo por lo que este indicador nos muestra el nivel de endeudamiento total de la empresa. Se recomienda realizar pagos parciales a los proveedores, ya que el nivel de endeudamiento se debe a cuentas por pagar por la compra de inventario de mercaderías. Al realizar los pagos parcialmente el nivel de endeudamiento bajará.

Apalancamiento Total, mide el grado de compromiso del patrimonio de la empresa para con los acreedores.

$$\text{Apalancamiento Total} = \frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Patrimonio}}$$

Tabla 50: Apalancamiento Total

2016	2015
$AT = \frac{307666,73}{10283,19}$	$AT = \frac{167383,31}{9876,98}$
$AT = 29,92$	$AT = 16,95$

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

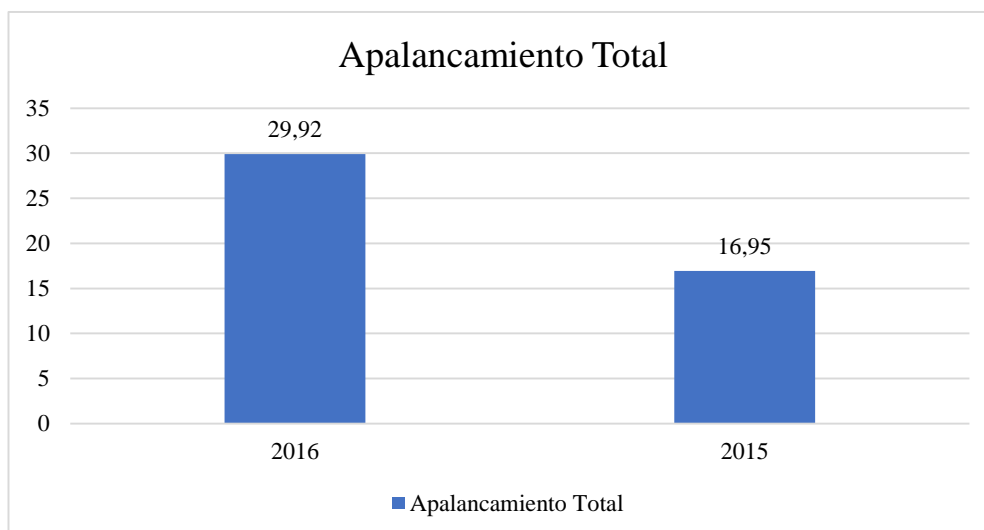


Gráfico 47: Apalancamiento Total

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

La empresa tuvo deudas sobre el patrimonio de \$16,95 en el 2015, en el 2016 la cifra se incrementó a \$29.92. Esta cifra es muy elevada porque compromete el patrimonio de la empresa.

INDICADORES DE RENTABILIDAD Y EFICIENCIA

Margen de Rentabilidad Bruta, representa la ganancia de la empresa luego de pagar el costo de los inventarios.

$$\text{Margen de Rentabilidad Bruta} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de ventas}}{\text{Ventas}}$$

Tabla 51: Margen de Rentabilidad Bruta

2016	2015
$\begin{aligned} MRB &= \frac{665632,89 - 643737,12}{665632,89} \\ MRB &= 3\% \end{aligned}$	$\begin{aligned} MRB &= \frac{504387,40 - 454179,92}{504387,40} \\ MRB &= 10\% \end{aligned}$

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

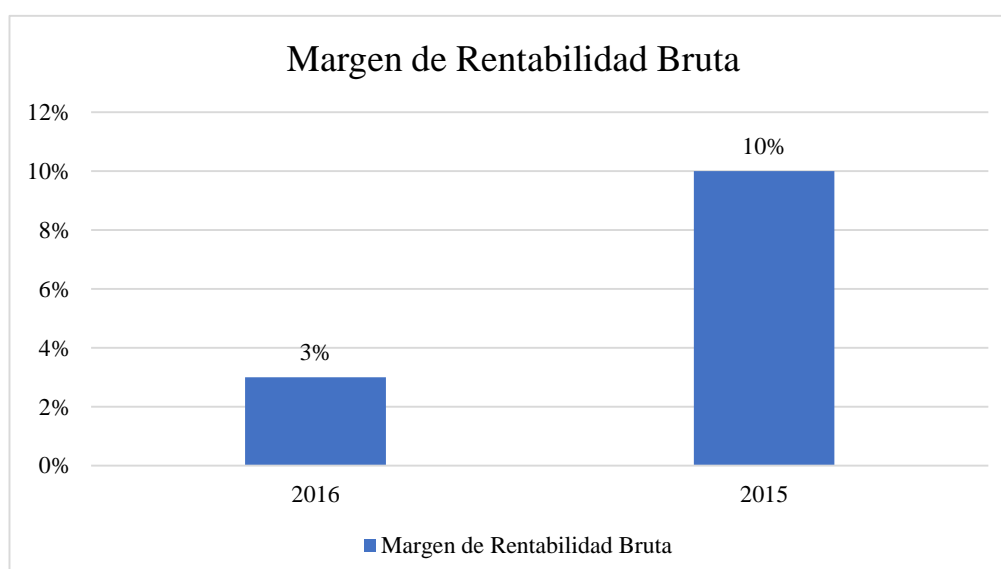


Gráfico 48: Margen de Rentabilidad Bruta

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

El resultado de esta razón nos indica que por cada dólar vendido se ha obtenido en el 2015 el 10% de utilidad y en el 2016 el 3%. Esto se da porque en el 2016 el costo de ventas es mayor con respecto al año 2015. Se recomienda aceptar negociaciones con diferentes proveedores que ofrezcan mercadería a mejores precios.

Margen de Rentabilidad Neta, representa la ganancia que genera la empresa sobre sus ventas.

$$\text{Margen de Rentabilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} * 100$$

Tabla 52: Margen de Rentabilidad Neta

2016	2015
$MRN = \frac{19397,39}{665632,89}$	$MRN = \frac{49407,23}{504387,40}$
$MRN = 3\%$	$MRN = 10\%$

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

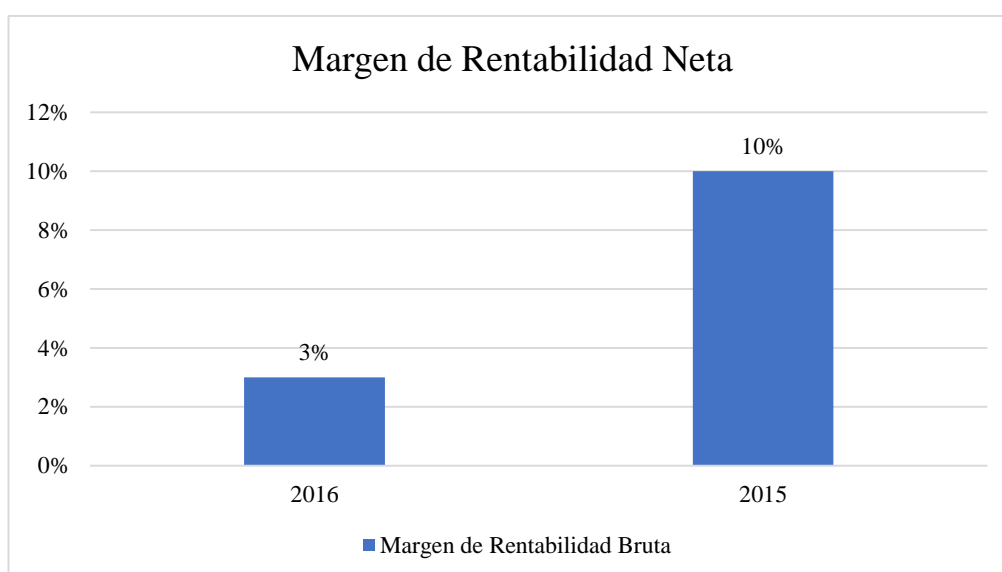


Gráfico 49: Margen de Rentabilidad Neta

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

En el 2015 la empresa ha ganado el 10% por cada dólar que ha vendido, mientras que en el 2016 el ingreso se redujo al 3% por cada dólar vendido.

Rentabilidad del Patrimonio, permite medir la tasa de crecimiento de la ganancia de la empresa.

$$\text{Rentabilidad del Patrimonio} = \frac{\text{Rentabilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} * 100$$

Tabla 53: Rentabilidad del Patrimonio

2016	2015
$RP = \frac{369,28}{10283,19} * 100$	$RP = \frac{2735,62}{9876,98} * 100$
$RP = 3,59\%$	$RP = 27,7\%$

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

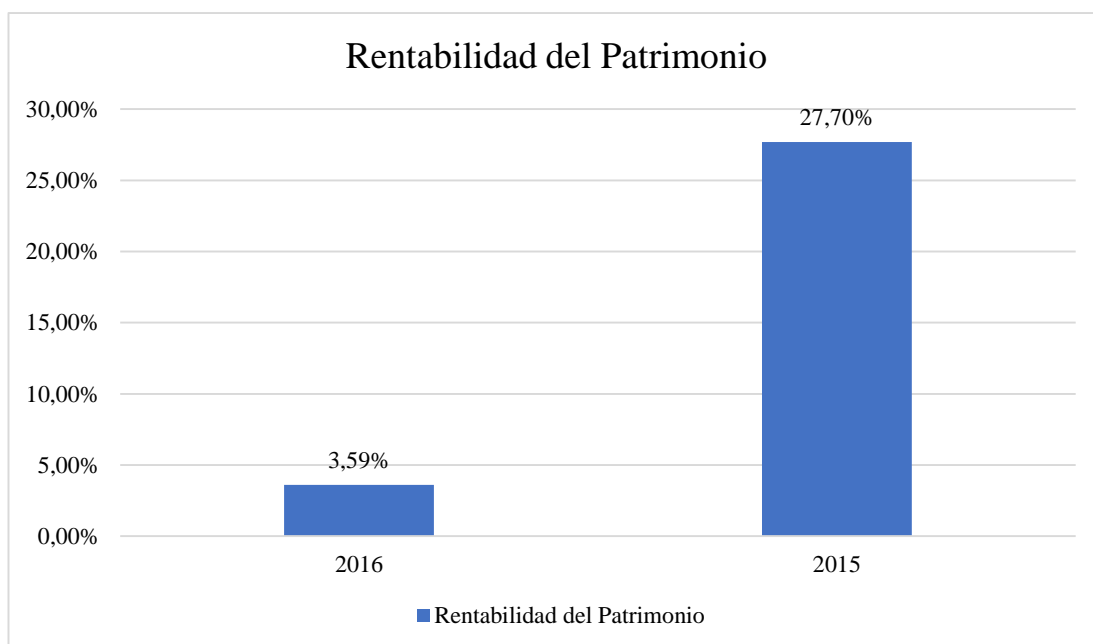


Gráfico 50: Rentabilidad del Patrimonio

Elaborado por: Alexandra Villafuerte

Fuente: Importadora y Comercializadora Agrícola Córdova Cía. Ltda.

INTERPRETACIÓN:

La rentabilidad sobre el patrimonio del 2015 fue del 27,7% frente a una escasa rentabilidad del 2016 que fue del 3,59%. Este resultado se da porque la ganancia ha

sido mínima en el año 2016, por lo que se obtuvo una utilidad mínima en el ejercicio económico.

CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS

- ✓ En la empresa no tienen la cultura de realizar el análisis horizontal y vertical, únicamente llegan a la determinación de los Estados Financieros como: Balance General y el Estado de Resultados, lo que ha provocado que se desconozca la participación de las cuentas en cada grupo y la variación de las mismas de un período a otro.
- ✓ La empresa no ha establecido políticas financieras, las mismas que permitan predecir y planificar a futuro.
- ✓ La realización del presente análisis permitió conocer el nivel de planificación empresarial de una de las empresas del sector en el que se realizó la investigación.
- ✓ La empresa no ha establecido políticas de cobranzas y pagos, lo que ha provocado que los cobros y pagos se lleven a cabo de manera muy tardada.

Referencias Bibliográficas

- Agrocalidad. (15 de Junio de 2016). *www.agrocalidad.gob.ec*. Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/CATSATRO-DE-ALMACENES-JUNIO-20161.pdf>
- Arce, L. (enero de 2010). *realdyc*. Obtenido de <http://www.realdyc.org/pdf/4259/425942454010.pdf>
- Arias, F. (2002). *El Proyecto de Investigación*. Caracas: Episteme.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Pearson Educación.
- Bugallo, C. (Abril de 2015). *Espacio público*. Obtenido de <http://www.espacio-publico.com/wp-content/uploads/2015/04/4879-LA%20PLANIFICACI%C3%93N%20ECON%C3%93MICA.pdf>
- Bunge, M. (2005). *Buscar la Filosofía en las Ciencias Sociales*. México: Siglo XXI editores, S.A. de C.V.
- Cabezas, B. (2014). La Planificación Administrativa Financiera y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Haro Llantas. Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Carpio, M. (2015). *Espacios para la formación continua UMB*. Obtenido de Espacios para la formación continua UMB : <http://formacionumb.blogspot.com/p/aspectos-epistemologicos-ontologicos-y.html>
- Cázares, C. J. (1990). *Técnicas actuales de investigación documental*. México: Tillas.
- CÓDIGO DE LA PRODUCCIÓN. (2010). Libro III - del desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas, y de la democratización de la producción. *Suplemento Registro Oficial*TM, 27.
- CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (2008). TITULO I - ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO. *eSilec Profesional* - www.lexis.com.ec, 8.
- CONSUMIDOR, L. O. (2000). CAPITULO V - Responsabilidades y obligaciones del proveedor. *eSilec Profesional*, 7.
- De la Peña Alberto. (2012). *Proyecto empresarial*. Madrid: Paraninfo.
- Díaz, V. (2009). *Metodología de la investigación científica y bioestadística*. Santiago de Chile: RIL editores.

- Faga, H., & Ramos Mejía, M. E. (2006). *Cómo profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales*. México: Ediciones Granica México S.A. de C.V.
- FAO. (14 de Mayo de 2001). *fao*. Obtenido de http://www.fao.org/docrep/003/Y0491S/y0491s00.htm#P-1_0
- Galan, M. (24 de Marzo de 2009). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://manuelgalan.blogspot.com/2009/03/recoleccion-de-datos-en-la.html>
- Galeano, M. (2004). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- García, J. (27 de Abril de 2015). *CCIHONDURAS*. Obtenido de http://www.ccichonduras.org/website/descargas/presentaciones/2015/04-Abril/PLANIFICACION_ESTRATEGICA.pdf
- Gómez, G. (1997). *Sistemas administrativos: Análisis y diseño*. México: McGraw-Hill.
- Gómez, P. (Junio de 2013). ELABORACIÓN DEL PLAN OPERATIVO, ANÁLISIS DE COSTOS Y PRESUPUESTO, EN EL MANTENIMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA DE LA ESPE-L PARA EL PERÍODO 2013 – 2016. Latacunga, Cotopaxi, Ecuador.
- Grande Esteban , I., & Abascal Fernández, E. (2014). Fundamentos y técnicas de investigación comercial. 124.
- Hernández, R., Hernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc GRAW HILL.
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2010). *tutoría de la Investigación Científica*. Quito: Gráficas Corona.
- Larrea, I. (29 de Febrero de 2016). *El Universo*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/opinion/2016/02/29/nota/5435295/agricultura-ecuador>
- LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL ECUADOR. (2004). De la informacion y vigilancia ambiental. *eSilec Profesional*, 7.
- LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL ECUADOR. (2004). Instrumentos de aplicacion de normas ambientales. *eSilec Profesional* , 6.
- LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR. (2000). CAPITULO V - Responsabilidades y obligaciones del proveedor. *eSilec Profesional*, 6.

- López, E. (2008). *Trabajos 15*. Obtenido de <http://trabajos15/objetivos-organizacionales/objetivos-organizacionales.shtml#ixzz4smbYLJmS>
- Machala, U. T. (Diciembre de 2012). *utmachala*. Obtenido de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:mP7no1698DkJ:www.utmachala.edu.ec/archivos/publicaciones/Anio2011/december/09/adjPlanEstrategico/InstructivodeElaboraci%25C3%25B3nparalosPlanesOperativosUTMACH-20-dic-11.doc+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=e>
- Manene, L. (6 de Mayo de 2011). *www.luismiguelmanene.com*. Obtenido de <http://www.luismiguelmanene.com/2011/05/06/la-organizacion-empresarial-definiciones-evolucion-y-escuelas-organizativas/>
- Maqueda, J. (1996). *Cuadernos de Dirección Estratégica y Planificación*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- Membrado, J. (2007). *Metodologías avanzadas para la planificación y mejora*. Madrid: Díaz de Santos.
- Méndez Rodríguez, A., & Astudillo Moya, M. (2008). *la investigación en la era de la información Guía para realizar la bibliografía y fichas de trabajo*. México: Editorial Trillas, S. A. de C. V.
- Mercado, S. (2004). *Administración Aplicada*. México: Limusa S.A.
- Morales, A., & Morales, J. (2014). *Planeación Financiera*. México: Editorial Patria. Obtenido de Editorial Patria.
- Moreta, m. (21 de Diciembre de 2015). *revistalideres*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/plantas-frutales-producen-quinlata-patate.html>
- Muñoz Giraldo, J. F., Quintero Corzo, j., & Munévar Molina, R. A. (2005). *Cómo desarrollar competencias investigativas en educación*. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.
- Namakforrosh, M. (2005). *Metodología de la investigación*. México: Noriega editores.
- Ollé, M., Planellas, M., Molina, J., Torres, D., Alfonso, J., Husenman, S., . . . Mur, I. (1997). *El Plan de Empresa*. Barcelona: Marcombo S.A.
- Ortiz, M. (5 de Septiembre de 2012). *SlideShare*. Obtenido de SlideShare: <https://es.slideshare.net/MariaRoOosa/plan-operativo-14173006>
- Palacios, S. (Mayo de 2015). *La Planificación Empresarial Y La Rentabilidad De Los Productores De Aguardiente En La Parroquia Ramón Campaña Del Cantón Pangua*. Ambato, Tungurahua, Ecuador.

- Paraco, R. (20 de Noviembre de 2015). *Prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/ron8mno5nn6g/sistemas-administrativos-en-la-organizacion/>
- Ramírez, K. (Abril de 2017). La planificación empresarial y la rentabilidad económica en las empresas distribuidoras de tableros en el cantón Ambato. *La planificación empresarial y la rentabilidad económica en las empresas distribuidoras de tableros en el cantón Ambato*. Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Rocha, K. (28 de Noviembre de 2014). *Prezi*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/oslvorptreps/la-planificacion-operativa/>
- Sainz, J. (2012). *El plan estratégico en la práctica*. Madrid: Esic Editorial.
- Sánchez, M. (Marzo de 2016). La planificación financiera y la rentabilidad de la empresa textil Static Moda S.A de la ciudad de Ambato. *La planificación financiera y la rentabilidad de la empresa textil Static Moda S.A de la ciudad de Ambato*. Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Tamayo, M. (2007). *El proceso de la investigación científica*. México: Editorial Lumusa S.A. de C.V.
- Tarziján, J. (2013). *Fundamentos de Estrategia Empresarial*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA



CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Encuesta dirigida a los gerentes o propietarios de los distribuidores de insumos agrícolas del cantón Patate

Objetivo: Obtener información válida para poder verificar la hipótesis.

Instrucciones:

- Lea detenidamente cada ítem
- Seleccione una de las opciones con una X

CUESTIONARIO

1. ¿La empresa cuenta con una Planificación Empresarial?

OPCIÓN	RESPUESTA
SI	
NO	

2. ¿En la institución, se ha definido una misión y visión que contribuya a la consecución de los objetivos?

OPCIÓN	RESPUESTA
SI	
NO	

3. ¿Se da cumplimiento a la Planificación Empresarial?

OPCIÓN	RESPUESTA
SIEMPRE	
FRECUENTEMENTE	
A VECES	
NUNCA	

4. ¿La entidad cuenta con los recursos necesarios para que el negocio opere adecuadamente?

OPCIÓN	RESPUESTA
SI	
NO	

5. ¿Dispone de un plan de comercialización?

OPCIÓN	RESPUESTA
SI	
NO	

6. ¿La empresa cuenta con un plan de reclutamiento del personal?

OPCIÓN	RESPUESTA
SI	
NO	

7. ¿Existe un plan de capacitación al personal?

OPCIÓN	RESPUESTA
SI	
NO	

8. ¿Se ha establecido un manual de funciones, o políticas que informen al personal sobre sus obligaciones?

OPCIÓN	RESPUESTA
SI	
NO	

9. ¿Considera que el comportamiento del personal influye en el logro de los objetivos institucionales?

OPCIÓN	RESPUESTA
SIEMPRE	
FRECUENTEMENTE	
A VECES	
NUNCA	

10. ¿En la institución cuenta con un presupuesto bien elaborado?

OPCIÓN	RESPUESTA
SI	
NO	

11. ¿La institución dispone de un plan de inversiones?

OPCIÓN	RESPUESTA
SI	
NO	

12. ¿Cuenta la organización con objetivos a corto y largo plazo?

OPCIÓN	RESPUESTA
SI	
NO	

13. ¿Los objetivos y metas de la empresa se han socializado al personal?

OPCIÓN	RESPUESTA
SI	
NO	

14. ¿Se han definido estrategias para lograr los objetivos?

OPCIÓN	RESPUESTA
SI	
NO	

15. ¿Se analizan las expectativas del cliente al momento de las ventas?

OPCIÓN	RESPUESTA
SIEMPRE	
FRECUENTEMENTE	
A VECES	
NUNCA	

16. ¿La empresa cumple con los objetivos propuestos?

OPCIÓN	RESPUESTA
SI	
NO	

17. ¿Considera usted, que la planificación empresarial influye en el resultado de los estados financieros de la empresa?

OPCIÓN	RESPUESTA
SI	
NO	

18. ¿Con que frecuencia se actualizan los objetivos institucionales?

OPCIÓN	RESPUESTA
CADA SEMESTRE	
CADA AÑO	
CADA TRES AÑOS	
NUNCA	

19. ¿Utilizan indicadores para determinar el cumplimiento de los objetivos planteados?

OPCIÓN	RESPUESTA
SI	
NO	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AGRÍCOLA CORDOVA CIA. LTDA.	
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA 2015	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	168.30
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES CORRIENTES	33,461.17
INVENTARIO DE MERCADERIA	141800.15
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	175,429.62
ACTIVOS NO CORRIENTES	
MUEBLES Y ENSERES	960.00
EQUIPO DE COMPUTACION	1000
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	129.33
TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTES	1,830.67
TOTAL ACTIVOS	177,260.29
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
CUENTAS POR PAGAR	161722.78
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	771.58
OBLIGACIONES CON EL IESS	801.41
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES POR PAGAR DEL EJERCICIO	618.92
OTROS BENEFICIOS A EMPLEADOS	2966.67
OTROS PASIVOS CORRIENTES	501.95
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	167383.31
TOTAL PASIVOS	167383.31
PATRIMONIO	
CAPITAL SUSCRITO	6,000.00
RESERVA LEGAL	310.86
UTILIDAD DE AÑOS ANTERIORES	830.50
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	2,735.62
TOTAL DE PATRIMONIO	9,876.98
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	177,260.29

IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AGRÍCOLA CORDOVA CIA. LTDA.	
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA 2016	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	2870.00
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES CORRIENTES	18400.48
INVENTARIO DE MERCADERIA	294,500.60
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	315771.08
ACTIVOS NO CORRIENTES	
MUEBLES Y ENSERES	960.00
EQUIPO DE COMPUTACION	2,065.00
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	846.16
TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTES	2,178.84
TOTAL ACTIVOS	317,949.92
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
CUENTAS POR PAGAR	282032.28
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	104.15
OBLIGACIONES CON EL IESS	921.04
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES POR PAGAR DEL EJERCICIO	83.55
OTROS BENEFICIOS A EMPLEADOS	6900.01
OTROS PASIVOS CORRIENTES	17625.7
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	307666.73
TOTAL PASIVOS	307666.73
PATRIMONIO	
CAPITAL SUSCRITO	6,000.00
RESERVA LEGAL	347.79
UTILIDAD DE AÑOS ANTERIORES	3,566.12
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	369.28
TOTAL DE PATRIMONIO	10,283.19
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	317,949.92

IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AGRÍCOLA CORDOVA CIA. LTDA.	
ESTADO DE RESULTADOS 2015	
INGRESOS	504387.40
Ventas	504387.40
Costo de ventas	-454179.92
Ganancia bruta	50207.48
GASTOS	46081.36
Gastos sueldos	37995.00
Gasto IESS	4953.23
Gasto Honorarios Profesionales	312.50
Otros Gastos	800.25
Gasto Depreciación	129.33
Gasto Promoción y publicidad	357.65
Combustible Y Lubricantes	750.57
GASTOS DE GESTIÓN	0.00
ARRENDAMIENTOS OPERATIVOS	0.00
SUMINISTROS, HERRAMIENTAS, MATERIALES Y REPUESTOS	329.01
MANTENIMIENTOS Y REPARACIONES	453.82
SERVICIOS BÁSICOS	0.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	4126.12
(-)15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-618.92
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	3507.20
(-)IMPUESTO CAUSADO	-771.58
(=)UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	2735.62

IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AGRÍCOLA CORDOVA CIA. LTDA.	
ESTADO DE RESULTADOS 2016	
INGRESOS	665632.89
Ventas	665632.89
Costo de ventas	-643767.12
Ganancia bruta	21865.77
GASTOS	21308.79
Gastos sueldos	0.00
Gasto IESS	7944.52
Gasto Honorarios Profesionales	3966.66
Otros Gastos	2468.38
Gasto Depreciación	529.95
Gasto Promoción y publicidad	254.87
Combustible Y Lubricantes	50.00
GASTOS DE GESTIÓN	474.46
ARRENDAMIENTOS OPERATIVOS	1600.00
SUMINISTROS, HERRAMIENTAS, MATERIALES Y REPUESTOS	1137.27
MANTENIMIENTOS Y REPARACIONES	2762.68
SERVICIOS BÁSICOS	120.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	556.98
(-)15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-83.55
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	473.43
(-)IMPUESTO CAUSADO	-104.15
(=)UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	369.28