



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

Análisis de Caso, previo a la obtención del Título de Ingeniera Financiera

Tema:

“La gestión financiera y la rentabilidad de la distribuidora Santa Anita del cantón Ambato”.

Autora: Gancino Yugsi, Cristina Marisol

Tutor: Ing. Mg. Sánchez Sánchez, Rubén Mauricio

Ambato – Ecuador

2017

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Ing. Mg. Rubén Mauricio Sánchez Sánchez,, con cédula de identidad No. 180236038-6, en mi calidad de Tutor del análisis de caso sobre el tema: **“LA GESTIÓN FINANCIERA Y LA RENTABILIDAD DE LA DISTRIBUIDORA SANTA ANITA DEL CANTÓN AMBATO”**, desarrollado por Cristina Marisol Gancino Yugsi, de la carrera de Ingeniería Financiera, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tantos 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 2017

EL TUTOR


.....
Ing. Mg. Rubén Mauricio Sánchez Sánchez

C.I. 180236038-6
.....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Cristina Marisol Gancino Yugsi, con cédula de identidad No. 1804376968, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el análisis de caso, bajo el tema: **“LA GESTIÓN FINANCIERA Y LA RENTABILIDAD DE LA DISTRIBUIDORA SANTA ANITA DEL CANTÓN AMBATO”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este análisis de caso.

Ambato, Marzo del 2017

AUTORA



.....
Cristina Marisol Gancino Yugsi
C.I. 180437696-8

CESIÓN DE DERECHOS

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

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi análisis de caso, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este análisis de caso, 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 2017

AUTORA



Cristina Marisol Gancino Yugsi

C.I. 180437696-8

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Análisis de Caso, sobre el tema: “**LA GESTIÓN FINANCIERA Y LA RENTABILIDAD DE LA DISTRIBUIDORA SANTA ANITA DEL CANTÓN AMBATO**”, elaborado Cristina Marisol Gancino Yugsi, estudiante de la Carrera de Ingeniería Financiera, 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 2017




.....
Eco. Mg. Diego Proaño

PRESIDENTE



.....
Eco. Alejandra Cuesta

MIEMBRO CALIFICADOR



.....
Ing. Janeth Urrutia

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

*A mi hija quien es el motor y motivo de mi vida,
hermanos y padres.*

Cristina Marisol

AGRADECIMIENTO

*A Dios principalmente ya que gracias a él he
logrado concluir con mi carrera.*

*A mi tutor el Ing. Mauricio Sánchez quien con
su paciencia y sabiduría me ha guiado en la
realización de este informe.*

*Y de manera especial a cada una de las
personas que me apoyaron directa e
indirectamente en el transcurso de toda esta
etapa universitaria.*

Cristina Marisol

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

TEMA: “LA GESTIÓN FINANCIERA Y LA RENTABILIDAD DE LA DISTRIBUIDORA SANTA ANITA DEL CANTÓN AMBATO”.

AUTORA: Cristina Marisol Gancino Yugsi

TUTOR: Ing. Mg. Rubén Mauricio Sánchez Sánchez

FECHA: Marzo del 2017

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación analiza la gestión financiera y la rentabilidad de la distribuidora “Santa Anita” del cantón Ambato en donde se evalúa el modelo de gestión financiera en la distribuidora “Santa Anita” a través de la aplicación de encuestas dirigido al personal administrativos y empleados relacionados a la actividad, lo cual indica que no se mantiene una adecuada gestión financiera; además de mencionar que el análisis de información, el alcance de objetivos, la toma de decisiones, así como las planificaciones de ventas, costos, inversiones y financiamiento son inadecuadas. Con la aplicación de los indicadores se determina el nivel de rentabilidad de la distribuidora “Santa Anita”, en donde la rentabilidad neta del activo se disminuyó, así mismo, el margen bruto y el margen operacional; observando en términos generales que los indicadores han disminuido para el año 2015 lo que evidencia que la empresa no produce valor e incurre en pérdidas. En cuando al desarrollo de una posible propuesta existe la necesidad de desarrollar un plan financiero que le permita mejorar la rentabilidad en la distribuidora “Santa Anita”, además que todo el estudio evidencia que existe una relación directa de las variables por lo que es necesario prever soluciones solidas a fin de mejorar la situación empresarial.

PALABRAS DESCRIPTORAS: GESTIÓN FINANCIERA, FINANZAS, RENTABILIDAD, PLAN FINANCIERO, PRESUPUESTOS.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO

FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT

ENGINEERING FINANCIAL CAREER

TOPIC: “THE FINANCIAL MANAGEMENT AND THE PROFITABILITY OF THE DISTRIBUTION COMPANY SANTA ANITA OF THE CANTON AMBATO”.

AUTHOR: Cristina Marisol Gancino Yugsi

TUTOR: Ing. Mg. Rubén Mauricio Sánchez Sánchez

DATE: March 2017

ABSTRACT

This research analyzes the financial management and profitability of Santa Anita distributor in the canton of Ambato, where the financial management model is evaluated in the “Santa Anita” distributor through the application of surveys directed to administrative personnel and employees related to the activity, Which indicates that adequate financial management is not maintained; In addition to mentioning that information analysis, targeting, decision making, as well as sales, cost, investment and financing planning are inadequate. With the application of the indicators, the level of profitability of the “Santa Anita” distributor is determined, in which the net profitability of the asset was reduced, as well as the gross margin and the operating margin; Observing in general terms that the indicators have decreased for the year 2015 which shows that the company does not produce value and incurs losses. As for the development of a possible proposal, there is a need to develop a financial plan to improve the profitability of the “Santa Anita” distributor, in addition to the fact that the entire study shows that there is a direct relationship between the variables and that it is necessary to provide solid solutions In order to improve the business situation.

KEYWORDS: FINANCIAL MANAGEMENT, FINANCE, PROFITABILITY, FINANCIAL PLAN, BUDGETS.

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.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1 IDENTIFICACIÓN DEL CASO A ESTUDIAR.....	3
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.1.1 Contextualización.....	3
1.2 Análisis crítico.....	7
1.2.1 Árbol de problemas.....	8
1.3 Formulación de la investigación.....	8
1.4 Justificación.....	9

1.5 Objetivos	9
1.5.1 Objetivo general	9
1.5.2 Objetivos específicos.....	10
CAPÍTULO II.....	11
MARCO TEÓRICO.....	11
2.1. Antecedentes investigativos	11
2.2. Fundamentación filosófica.....	12
2.3. Fundamentación legal	13
2.4. Categorías fundamentales	14
2.4.1. Supraordinación de las variables.....	14
2.4.2. Subordinación de la variable independiente	15
2.4.3. Subordinación de la variable dependiente.....	16
2.5. Hipótesis.....	35
2.6. Señalamiento de las variables	35
CAPÍTULO III.....	36
METODOLOGÍA	36
3.1. Modalidad básica de investigación	36
3.2. Enfoque	38
3.3. Nivel de Investigación.....	39
3.3.1. Exploratoria.....	39
3.3.2. Descriptiva	40
3.3.3. Correlacional	40
3.4. Población, muestra, unidad de investigación	40
3.4.1. Población.....	40
3.4.2. Muestra.....	41

3.5. Operacionalidad de variables	41
3.5.1. Variable independiente: Plan financiero	42
3.5.2. Variable dependiente: Rentabilidad	43
3.6. Descripción detallada del tratamiento de la información	44
3.6.1. Plan de recolección de la información	44
3.6.2. Plan de procesamiento de la información	45
CAPÍTULO IV	46
RESULTADOS	46
4.1. Principales resultados.....	46
4.1.1. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta	46
4.1.1.1. Verificación de la hipótesis	58
4.1.2. Análisis financiero	61
4.2. Limitación del estudio.....	76
4.3. Conclusiones	77
4.4. Recomendaciones.....	77
CAPÍTULO V	79
PROPUESTA.....	79
5.1. Tema.....	79
5.3. Antecedentes investigativos de la propuesta.....	79
5.4. Justificación.....	81
5.5. Objetivos	81
5.5.1. Objetivo general	81
5.5.2. Objetivo específico.....	81
5.6. Análisis de Factibilidad.....	82
5.7. Fundamentación científica	82

5.8. Modelo operativo	90
5.9. Administración de la propuesta.....	125
5.10. Evaluación de la propuesta.....	125
Bibliografía	126

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla N° 1: Variable dependiente “Plan financiero”	42
Tabla N° 2: Variable independiente: “Rentabilidad”	43
Tabla N° 3: Plan de recolección de información en fuentes primarias	44
Tabla N° 4: Plan de recolección de información en fuentes secundarias	44
Tabla N° 5: Adecuada gestión financiera	46
Tabla N° 6: Análisis y medición de alcance de resultados	47
Tabla N° 7: Análisis de información financiera	48
Tabla N° 8: Cumplimiento de objetivos	49
Tabla N° 9: Cuantificación de las decisiones extraordinarias	50
Tabla N° 10: Plan de ventas	51
Tabla N° 11: Plan de costos	52
Tabla N° 12: Desarrollo de plan de inversiones	53
Tabla N° 13: Presupuestos por área empresarial	54
Tabla N° 14: Plan de financiamiento	55
Tabla N° 15: Presentación razonable de la situación financiera	56
Tabla N° 16: Diseño de plan financiero	57
Tabla N° 17: Frecuencias observadas	60
Tabla N° 18: Frecuencias esperadas	60
Tabla N° 19: Calculo chi cuadrado	60
Tabla N° 20: Estado de situación financiera consolidado de la distribuidora “Santa Anita”	62
Tabla N° 21: Estado de Resultados integral de la distribuidora “Santa Anita”	63
Tabla N° 22: Indicadores	65
Tabla N° 23: FODA empresarial para la Distribuidora Santa Anita del Cantón Ambato	104
Tabla N° 24: Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)	105
Tabla N° 25: Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)	106
Tabla N° 26: Estado de situación financiera proyectado de la distribuidora “Santa Anita”	123

Tabla N° 27: Estado de Resultados integral proyectado de la distribuidora “Santa Anita” 124

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico N° 1: Actividades económicas en el Ecuador	5
Gráfico N° 2: Establecimientos por provincias.....	6
Gráfico N° 3: Árbol de problemas	8
Gráfico N° 4: Adecuada gestión financiera	46
Gráfico N° 5: Análisis y medición de resultados.....	47
Gráfico N° 6: Análisis de información financiera	48
Gráfico N° 7: Cumplimiento de objetivos	49
Gráfico N° 8: Cuantificación de las decisiones extraordinarias	50
Gráfico N° 9: Plan de ventas.....	51
Gráfico N° 10: Plan de costos.....	52
Gráfico N° 11: Cuantificación de las decisiones extraordinarias	53
Gráfico N° 12: Cuantificación de las decisiones extraordinarias	54
Gráfico N° 13: Plan de financiamiento.....	55
Gráfico N° 14: Presentación razonable de la situación financiera.....	56
Gráfico N° 15: Diseño de un plan financiero.....	57
Gráfico N° 16: Chi cuadrado	61
Gráfico N° 17: Liquidez corriente	66
Gráfico N° 18: Prueba ácida	67
Gráfico N° 19: Endeudamiento sobre el activo total	68
Gráfico N° 20: Endeudamiento sobre patrimonio neto.....	69
Gráfico N° 21: Rotación del activo fijo	70
Gráfico N° 22: Rotación de ventas	70
Gráfico N° 23: Rotación de cuentas por cobrar	72
Gráfico N° 24: Rotación de cuentas por pagar	73
Gráfico N° 25: Rotación de existencias	74
Gráfico N° 26: Rentabilidad neta del activo	74
Gráfico N° 27: Margen bruto.....	75
Gráfico N° 28: Margen operacional.....	76
Gráfico N° 29: Plan financiero en el marco del plan estratégico.....	84
Gráfico N° 30: Factores de la competencia	97

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la vida se desarrolla en un mundo, cada vez más globalizado, las diversas empresas ya no funcionan con los mismos métodos de hace cinco años, por lo que necesitan redefinir los factores del éxito, es decir analizar las ventajas que poseen dentro del mercado competitivo, de modo que perduren a lo largo del tiempo ofreciendo sus servicios a la población. Por ello se realizan métodos de control como la creación de un plan de Gestión Financiera que ayude a organizar y a analizar la situación económica de la empresa en donde éste sea implementado, así se revisan los diversos documentos financieros, se identifican las falencias y además se buscan soluciones para cada problema de la empresa.

La presente investigación se encuentra desarrollada por los siguientes capítulos:

Capítulo I: En este capítulo está conformado por el planteamiento del problema contextualización, análisis crítico, prognosis, formulación de problema, justificación, objetivos general y específicos, así mismo la empresa es de vital importancia tener una correcta forma de realizar proyecciones de acuerdo a los distintos datos que nos proporcionan los análisis de los estados financieros, de igual manera analiza los niveles de ingresos y egresos, los compara entre sí para tener un dato real sobre las utilidades de la empresa en un periodo de tiempo.

Capítulo II: Este capítulo está compuesto por los siguientes apéndices: antecedentes de la investigación, fundamentaciones: filosófica, epistemológica, axiológica, sociológica, organizador lógico de las variables, formulación de hipótesis, señalamiento de variables, a partir de estos se construye conocimiento que dan a conocer la importancia de tratar las variables por separado y en conjunto, pues su relación permitirá identificar el problema y guiar al cumplimiento de objetivos y posibles soluciones.

Capítulo III: Este capítulo encierra todos los aspectos metodológicos de la presente investigación: enfoque, modalidad de la investigación, nivel de la investigación y operacionalización, también se establece las técnicas de recolección de la información y la población con la cual se trabajara para la recolección de información, misma que cuenta con una planificación.

Capítulo IV: En este capítulo se desarrollarán los resultado que nacen de la información de campo y con ello se procede a comprobar la hipótesis; también se establece las limitaciones del tema y procede a concluir y establecer las recomendaciones, además se desarrolla un posible planteamiento de la propuesta solución al problema.

Capítulo V: En este capítulo se desarrolla la propuesto un plan de estrategias para la Gestión Financiera para tener un mejor manejo y una acertada visión de la realidad empresarial, de igual forma que con la aplicación de dichas estrategias se logre el incremento de la rentabilidad de la empresa, otro punto importante es la creación de políticas y normando los desempeños administrativos de la Empresa, tan bien proyectar el crecimiento de la liquidez para que tenga un equilibrio con los créditos que se va a ofertar a los clientes.

CAPÍTULO I

1 IDENTIFICACIÓN DEL CASO A ESTUDIAR

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Contextualización

En el Ecuador el sector de la construcción contribuye con ingresos significativos los cuales se atribuyen a la confianza que los inversionistas extranjeros que han puesto en los proyectos inmobiliarios, además de las facilidades crediticias actuales, esto debido al aumento de la demanda de vivienda en el País. Además es importante el papel que los migrantes ecuatorianos están ejerciendo como dinamizadores de la economía y, en gran medida en lo que a la compra de vivienda se refiere, muchos de los migrantes permanecen en los países de acogida el tiempo suficiente para ahorrar dinero y volver al Ecuador para montar un negocio propio y hacerse propietarios de una vivienda. Este sector es un gran aporte para el Ecuador ya que ayuda al crecimiento del país, y es una gran ayuda para los gobiernos debido a que se puede usar como política fiscal en la construcción de carreteras, hospitales, colegios, escuelas y diversos ministerios.

Es importante señalar que, a principios del 2011 se empezó a otorgar créditos con la Superintendencia de Compañías. El inadecuado otorgamiento de créditos ha ocasionado un leve crecimiento de la cartera vencida en el país en lo que respecta a la construcción, las empresas a nivel nacional se han visto en la necesidad de implementar correctivos para mantener una cartera sana. Históricamente las empresas ferreteras surgen en sus inicios como pequeñas tiendas instaladas en domicilios de los propietarios, normalmente se ofrecían enceres del hogar como: martillo, focos, alambres, clavos; a medida que pasa el tiempo y aumentan las necesidades de los clientes, los empresarios comenzaron a diversificar sus productos ofertados, con el fin de brindar un mejor servicio y satisfacer las necesidades de sus clientes.

Se debe tener en cuenta, que las ferreterías obtuvieron su origen debido a la necesidad de abastecer con materiales y herramientas a los artesanos, fontaneros, electricistas, albañiles, entre otros. Estas actividades son las fortalezas que mantienen vivas a las ferreterías; permitiendo que estas se especializaran en este tipo de productos y dejando

a un lado todos los demás productos que no eran de utilidad para los trabajos mencionados anteriormente.

Como referencia a lo anteriormente mencionado, es importante que se tome en cuenta los siguientes conceptos de ferretería que nos brinda el autor (Monreal, 1982).

- a) Etimológicamente ferretería significa tienda de hierro.
- b) Enfocado al comercio de hierro, es un conjunto de objetos de hierro que se venden en las ferreterías.
- c) Tienda dedicada a la venta de útiles para el bricolaje, la construcción y las necesidades del hogar, normalmente para el público aunque también para profesionales, cosas como: cerraduras, clavos, tornillos, silicona, persianas.
- d) Conjunto de útiles de hierro que en ella se pueden adquirir, y por extensión a otros productos metálicos o no allí adquiridos.

Ecuador tiene fortaleza con las primeras empresas del sector ferretero del país, las mismas que se han mantenido y han crecido a pesar de los cambios y las diferentes situaciones conflictivas, convirtiéndose así en empresas exitosas.

La evolución del sector ferretero en el país dio origen a establecimientos con el objeto de proveer productos muy necesarios para el hogar; cabe recalcar que, estas instalaciones iniciaron sus operaciones con productos propios de la época, como son: la miel de abeja, añil y otros que funcionaron como catapulta para el desarrollo.

Según el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).- La industria de la construcción es de suma importancia para el crecimiento de la economía, por su aporte tanto en la cantidad de empresas dedicadas a actividades directas y relacionadas, así como por el efecto multiplicador generado por la mano de obra empleada, ya que se considera a esta industria como el mayor empleador del mundo. En el Ecuador existen 14.366 establecimientos económicos dedicados a actividades relacionadas a la industria de la construcción como: Fabricación de productos metálicos, de hierro y acero (6.562), Actividades especializadas de construcción (2.053), Fabricación de cemento, cal y artículos de hormigón (2.001), Extracción de madera y piezas de carpintería para construcciones (1.912), Venta al por mayor de materiales para la

construcción (910), Construcción de proyectos, edificios, carreteras y obras de ingeniería civil (778) y Fabricación de equipo eléctrico, bombas, grifos y válvulas (150).

Actividad económica en el Ecuador

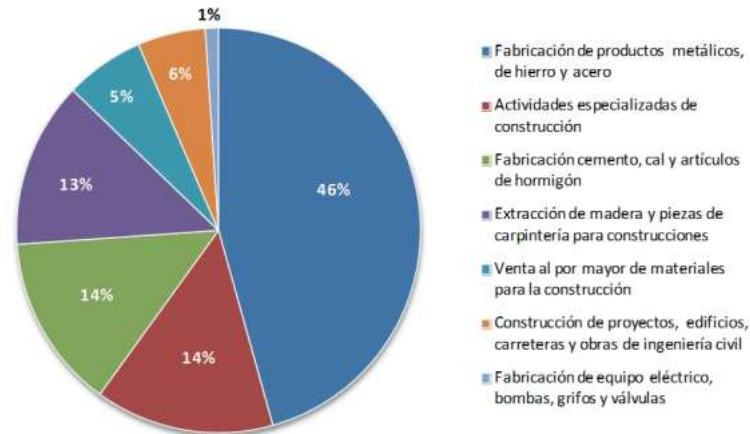


Gráfico N° 1: Actividades económicas en el Ecuador

Fuente: Censo Nacional Económico 2010, INEC

Elaboración: Dirección de Estadísticas Económicas, INEC

En la ciudad de Ambato existe una diversidad de empresas que distribuyen materiales de construcción, siendo este uno de los indicadores más visibles del crecimiento económico y a la vez, la posibilidad del crecimiento arquitectónico de la ciudad y sobre todo la generación de empleo.

Ambato considerada como la cuarta ciudad importante en el país, es poseedora de un gran motor industrial y comercial de importancia para la economía del centro del Ecuador, gracias a las industrias predominantes que se encuentran en la ciudad. Aquí se encuentra la Corporación de Empresas del Parque Industrial Ambato (CEPIA), con un área total de 659.389,49 m². Con un sector industrial principalmente enfocado a: textiles, alimentos, construcción, curtiembres, carrocercías, plantas de caucho, poliuretano, madera, plásticos, confección, químicos, botas de caucho, balanceados, rencauche y comercializadoras. Las empresas dedicadas al expendio de materiales para la construcción al estar situadas en la capital económica del centro del país, se enfocan en buscar la efectividad de sus procesos a nivel empresarial como administrativo a efecto de contrarrestar las deficiencias e irregularidades existentes, y /o apoyar las prácticas de trabajo e impulsar la adhesión al mercado competitivo.

Establecimientos por Provincias

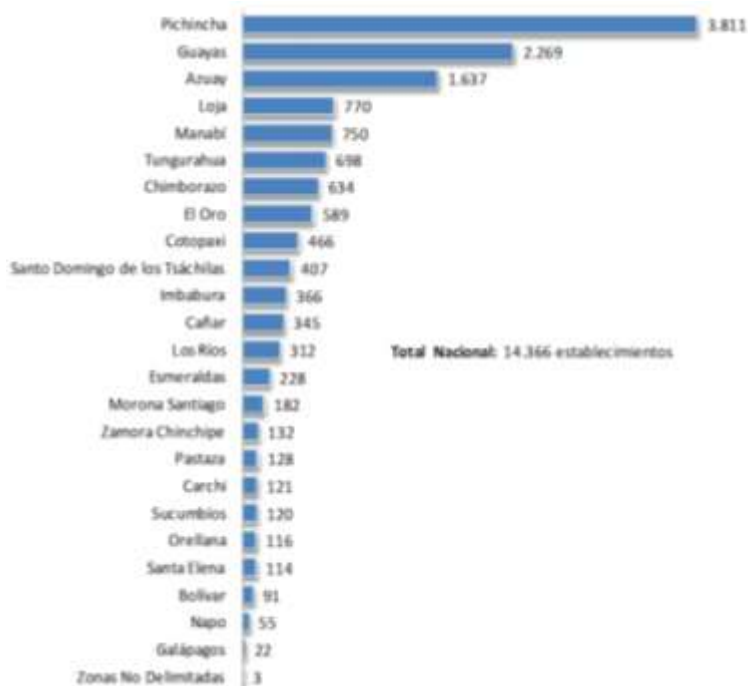


Gráfico N° 2: Establecimientos por provincias
Fuente: Censo Nacional Económico 2010, INEC
Elaboración: Dirección de Estadísticas Económicas, INEC

La distribuidora “Santa Anita” inició sus actividades el día 25 de octubre de 1985 en la ciudad de Ambato, la misma que está dedicada a la distribución de materiales para la construcción, especialmente ferretería. La mayoría de los productos que comercializa son importados principalmente de Brasil, China, Japón, Italia, Estados Unidos e Indonesia. Esta compañía es reconocida por parte de sus clientes, como una de las mejores en su categoría debido a la calidad y precios de sus productos.

Al ser una empresa de gran reconocimiento y contando con aproximadamente 1.500 clientes a nivel nacional y 787 a nivel de la sucursal Ambato.

La distribuidora “Santa Anita” de igual forma brinda otros servicios, como es el apoyo a los proyectos de construcción de las familias tungurahueses, mediante la línea de crédito directa y crédito asociado a instituciones financieras con las que la ferretería tiene convenios.

En el 2015 la distribuidora “Santa Anita” tiene un desacuerdo el cual fue por una mala administración de anteriores directores, lo que la ha llevado a ponerse en un contexto de recuperación, con el fin de mantenerse dentro del mercado, por lo que, se encuentra en busca de nuevos medios de financiamiento, para lo cual debe presentar los diferentes documentos financieros de la empresa, lo mismo que no han realizado debido a la falta de un correcto asesoramiento, por tal motivo, ahora cuentan con el servicio de profesionales que les ayudan a manejar la mala administración financiera de la distribuidora “Santa Anita”, con el fin de no recaer en los errores del pasado y continuar brindando sus servicios de calidad a los clientes para lograr un buen desarrollo de la empresa.

1.2 Análisis crítico

La distribuidora “Santa Anita” como resultado de administraciones anteriores presenta varias causas que dan como resultado bajos valores de rentabilidad. Una de ellas es la cartera vencida la misma que provocó una disminución de los valores de liquidez reportando en el año 2015 un descenso de 0.0246 por cada dólar de deuda con respecto al año 2014. Al disminuir los valores de liquidez corriente de la empresa significa que esta tiene dificultades para pagar sus deudas a corto plazo .Pero al presentar un decrecimiento en la liquidez seca (prueba acida) del 5.52% en el año 2015 con respecto al año 2014 provocó en la empresa que el efectivo disponible con que contaba la misma para pagar sus deudas no sea el adecuado o por lo menos cuente con menos de este efectivo lo que significa que la empresa depende de sus ventas diarias para pagar deudas.

Otra de las causas para una baja rentabilidad es la ejecución inadecuada de una política de crédito y cobranza en la empresa, provocando que la misma presente problemas con sus inversiones. Pues al no contar con una política eficiente de crédito y cobranza la empresa gasta más recursos (humanos y financieros) de los necesarios para cobrar sus deudas. Al no poder cobrar sus deudas a tiempo como lo había planificado la capacidad de inversión disminuye pues no cuentan con el líquido suficiente para esta acción y si la inversión la toman como cuentas por pagar se retrasarían en el pago, provocando una imagen negativa de la empresa.

La inadecuada gestión financiera de la empresa es otra de las causa para una baja rentabilidad. Esto es posible porque la gestión financiera no es más que todas las acciones que una empresa realiza para conseguir, administrar y distribuir los fondos financieros de la empresa. Al tener una baja gestión financiera el crecimiento institucional se ve afectado.

1.2.1 Árbol de problemas

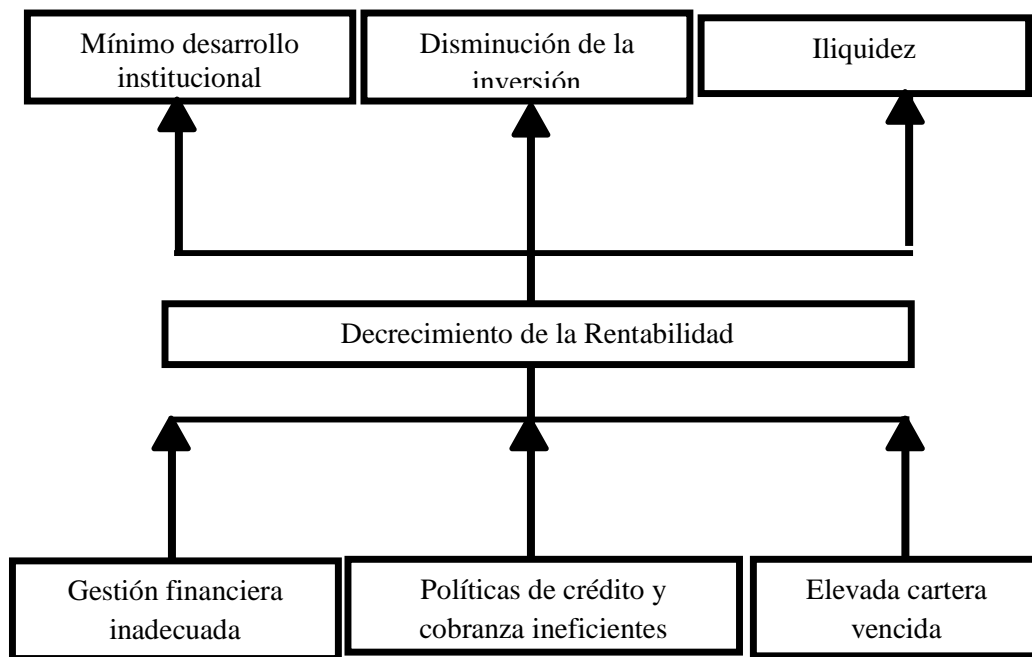


Gráfico N° 3: Árbol de problemas
Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

1.3 Formulación de la investigación

¿Por qué la Gestión Financiera incide en la Rentabilidad de la distribuidora “Santa Anita” en la ciudad de Ambato en el periodo de 2014-2015?.

Variable Independiente: Gestión financiera

Variable Dependiente: Rentabilidad

Delimitación

Contenido: Análisis financiero

Espacio: Ambato

Tiempo: 2014-2015

1.4 Justificación

La rentabilidad en las empresas juega un papel fundamental en el desarrollo de las empresas. Pues cuando se tiene una rentabilidad adecuada se puede premiar a los accionistas de la empresa y también a los trabajadores. Además de que sería una empresa confiable tanto para clientes como para proveedores.

Una de las herramientas que ayuda a las empresas para lograr este objetivo es la gestión financiera. Este trabajo investigativo proporcionará a la distribuidora un plan financiero que le permita mejorar la rentabilidad.

El desarrollo del presente proyecto investigativo será posible pues se podrá tener acceso a los estados financieros de la distribuidora lo que ayudará en gran medida a determinar cuál es el comportamiento de los indicadores financieros para el periodo de análisis.

Profesionalmente este proyecto será capaz de ayudar a los directivos de la distribuidora a conocer cuál es realmente su situación actual y la manera de solucionarla, mediante estrategias nuevas las cuales colaboren a enfocarse en incrementar el inventario de productos que se ofertan a los clientes de la empresa, otorgándose incentivos como promociones a los clientes, crear campañas publicitarias mediante medios de comunicación tradicionales (radio, televisión y prensa) y no tradicionales (redes sociales) con el fin de atraer más y nuevos clientes, para que con esto se dé el crecimiento de la empresa. Desde este enfoque, la investigación propone analizar y estudiar la problemática que tiene la empresa actualmente según se mencionó en el tema con anterioridad, con el fin de mejorar su rentabilidad y estrategia competitiva.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Analizar la gestión financiera y su incidencia en la rentabilidad de la distribuidora “Santa Anita” de la ciudad de Ambato.

1.5.2 Objetivos específicos

- Evaluar el modelo de gestión financiera que proporcione de información de la situación actual de la posición financiera en la distribuidora “Santa Anita”
- Determinar el nivel de rentabilidad para evaluar los métodos y técnicas a desarrollar en la distribuidora “Santa Anita”.
- Desarrollar un plan financiero que le permita mejorar la rentabilidad en la distribuidora “Santa Anita”.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes investigativos

Para la elaboración de la presente investigación se consultaron algunas investigaciones precedentes relacionadas con el tema, de las cuales se tuvieron en cuenta sus conclusiones para apoyar el análisis del tema.

En la investigación realizada por la Moyolema, (2011) que tiene como objetivo principal Analizar la Gestión Financiera y su impacto en la rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Kuriñan” de la ciudad de Ambato. La autora concluyó que:

Al realizar un diagnóstico de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kuriñan. Se establece que actualmente no cuenta con una gestión financiera adecuada lo cual no le ha permitido incrementar su rentabilidad y por ende no ha crecido como institución por lo que también no existen estrategias adecuadas en lo que la institución pueda respaldarse. (Moyolema Muyulema, 2011)

En esta conclusión se puede evidenciar la relación que existe entre la gestión financiera y la rentabilidad, ya que la cooperativa no ha incrementado su rentabilidad y una de las causas es la no existencia de una adecuada gestión financiera.

Otra de las investigaciones revisadas es la de la autora Marroquín, (2012) en la que su objetivo general era: Diseñar un modelo de gestión financiera para maximizar las utilidades de la empresa Espelette Cía. Ltda. En esta investigación la autora concluye que:

Un modelo de gestión financiera es un esquema referencial para la administración en el área de las finanzas, pues es un factor financiero importante para el desarrollo de la empresa; un capital de trabajo insuficiente o la incorrecta administración del mismo puede ser una de las causas más importantes para el fracaso de un negocio. (Marroquín Iza, 2012)

Este es otro ejemplo de que una buena gestión financiera garantiza obtener una buena rentabilidad pues en esta conclusión se hace referencia al desarrollo empresarial pero la rentabilidad es el objetivo fundamental de cualquier empresa.

También fue objeto de estudio la investigación realizada por Males (2015) que tenía por objetivo general el diseño de un modelo de gestión financiera para la cooperativa de ahorro y crédito Coopindígena Ltda.- agencia Otavalo, de la cual se extrajeron dos conclusiones fundamentales que son:

Es indispensable que la empresa utilice herramientas administrativo –financieras para mantenerse en el mercado en un entorno cada vez más competitivo, estar a la vanguardia de la demanda y lograr la satisfacción institucional y su crecimiento.(Males Anrango, 2015)

El propósito del modelo de gestión diseñado, es proporcionar a la entidad competente una herramienta de fácil aplicación, a través de lineamientos y una guía en la que se detalla cada uno de los pasos, contribuyendo al logro de los objetivos y metas propuestas por la entidad para cada área funcional.(Males Anrango, 2015)

En estas dos conclusiones se puede evidenciar cuán importante es para una empresa contar con una buena gestión financiera. Pues la misma ayudaría al crecimiento de la organización en todos los aspectos.

La gestión financiera también tiene otros usos como es el apoyo a la toma de decisiones en la empresa. Por tal motivo se revisó la investigación para optar por el título de magister en administración de empresas de Paz (2012) en la cual el objetivo general era diseñar un sistema de gestión financiera para apoyar la toma de decisiones. En dicha investigación la conclusión que más se relaciona con el presente trabajo es:

Las herramientas financieras propuestas en el presente trabajo, están enfocadas a la generación de valor dentro de Laboratorios Biopas y cómo con la información que se maneje se puede mejorar los índices financieros y la forma en que pueden colaborar con la toma de decisiones más precisas.(Paz Eraso, 2012)

Como se evidencia en la conclusión anterior la gestión financiera es una herramienta que ayuda en gran medida a la generación de valor en la empresa y a mejorar los valores de los índices financieros que a su vez tributa a mejorar la rentabilidad de las empresas.

2.2. Fundamentación filosófica

La actual investigación se basa en el paradigma crítico propositivo positivista, se basa en dicho paradigma pues se propondrán soluciones nuevas a los problemas financieros que aparecen en la distribuidora “Santa Anita” del cantón Ambato.

Durante la investigación la investigadora se propondrá encontrar las dificultades que presenta la distribuidora para aumentar los índices de rentabilidad, por lo que con la solución que se planteará se pretende apoyar a la distribuidora tener mejores resultados financieros en el futuro, para así contribuir a lograr un ambiente laboral agradable e idóneo La investigación es orientada a que la empresa pueda enfrentar los cambios que ocurran en el entorno en el que se desempeña pues la gestión financiera tiene como objetivo ayudar a los directivos a la toma de decisiones eficientes, además de controlar planificar y distribuir los recursos adecuadamente.

2.3. Fundamentación legal

La distribuidora “Santa Anita” del cantón Ambato como toda empresa distribuidora tiene que regirse por las leyes que existen en el país y una de ellas es la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

Algunos de los artículos relacionados son:

Art. 9.- INFORMACIÓN PÚBLICA.- Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios, pesos y medidas, de acuerdo a la naturaleza del producto. Toda información relacionada al valor de los bienes y servicios deberá incluir, además del precio total, los montos adicionales correspondientes a impuestos y otros recargos, de tal manera que el consumidor pueda conocer el valor final. Además del precio total del bien, deberá incluirse, en los casos en que la naturaleza del producto lo permita, el precio unitario por kilogramo, litro o metro.(Consejo nacional, 2000)

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, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.(Consejo nacional, 2000)

Art. 18.- ENTREGA DEL BIEN O PRESTACIÓN DEL SERVICIO.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, tarifa, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.(Consejo nacional, 2000).

2.4. Categorías fundamentales

2.4.1. Supraordinación de las variables

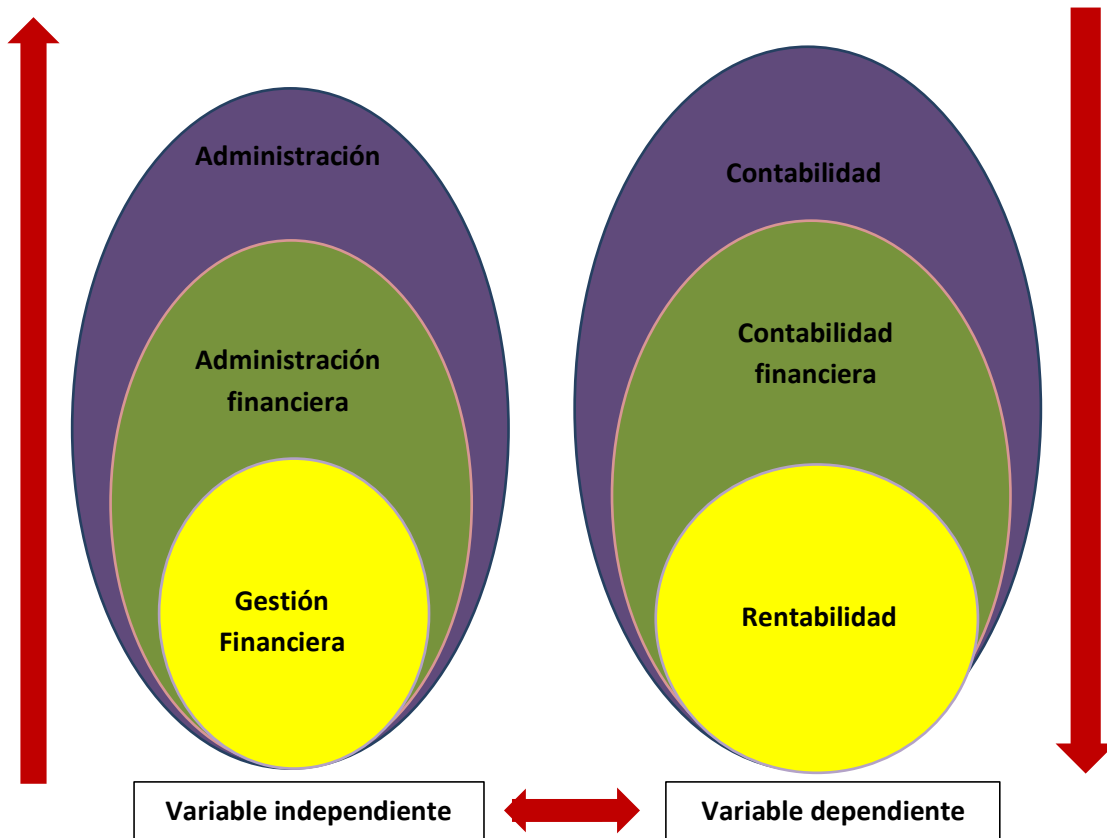


Gráfico 1 Supraordinación de variables
Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

2.4.2. Subordinación de la variable independiente

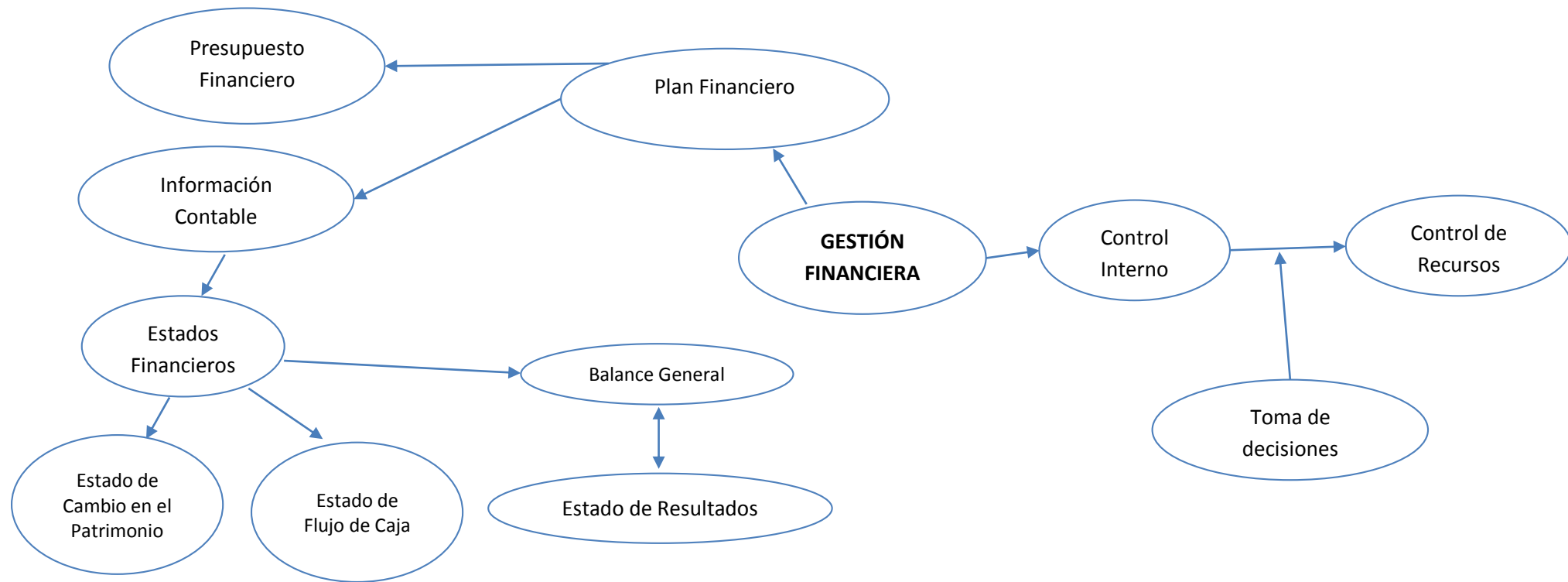


Gráfico 2 Subordinación variable independiente: Gestión Financiera
Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

2.4.3. Subordinación de la variable dependiente.

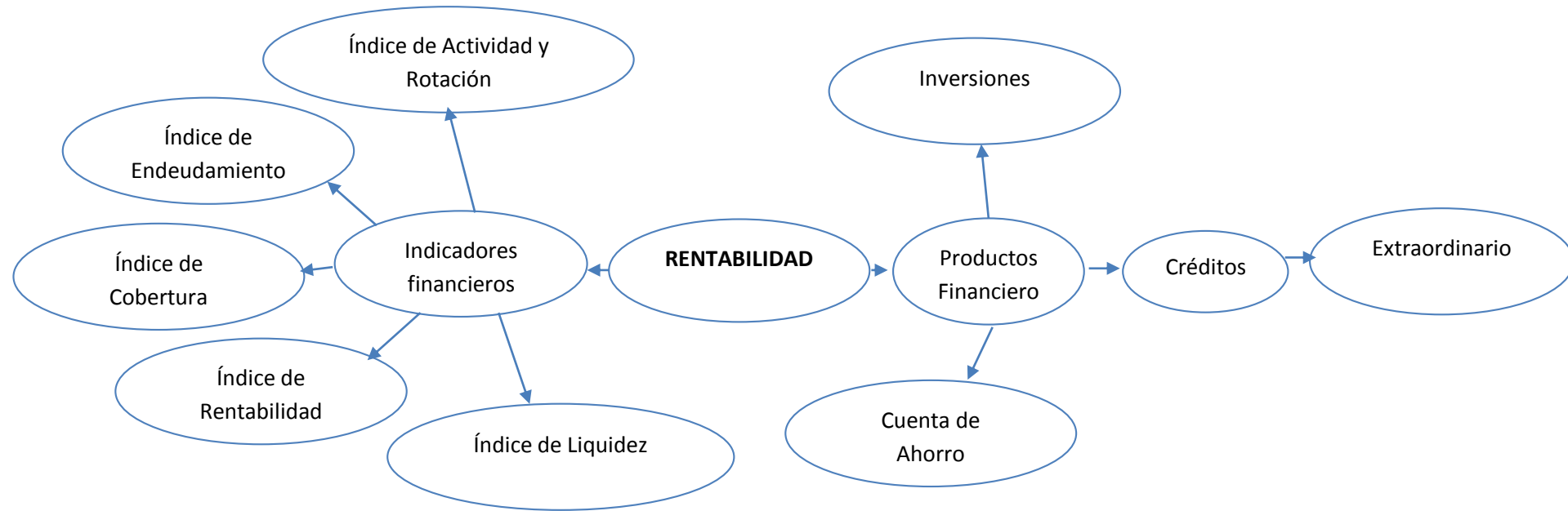


Gráfico 3 Subordinación variable dependiente: Rentabilidad
Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

2.1.1. Caracterización de la variable independiente: gestión financiera

Para comenzar a indagar en el tema de la gestión financiera es importante abarcar algunos conceptos que tiene una estrecha relación con la gestión financiera:

Gestión:

Para comenzar a definir que es la gestión financiera primero es necesario definir que es gestión es por ello que se exponen el criterio de varios autores.

El primer autor es Casassus, (1997), el cual define la gestión como:

Una capacidad de generar una relación adecuada entre la estructura, la estrategia, los sistemas, el estilo, las capacidades, la gente, y los objetivos superiores de la organización considerada. O dicho de otra manera, la gestión es la capacidad de articular los recursos de que se dispone de manera de lograr lo que se desea. (pág. 25)

Pero el Autor Caicedo (2000) aporta algunos términos al concepto cuando plantea que:

Es el resultado de la interacción de múltiples actores, los cuales van construyendo un sistema de relaciones, de manejo, de proyección y de visión de su vida cotidiana y de su futuro. De la gestión se obtienen objetivos y decisiones; los primeros orientan la acción colectiva y las segundas eligen las combinaciones e interacciones necesarias para cumplir dichos objetivos (pág. 32)

Después de evidenciar estos dos conceptos de gestión es necesario aclarar que es la

Gestión financiera

Para Rivas, (2015) “Es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, hallada en cualquier organización, compitiéndole los análisis, decisiones y acciones relacionadas con los medios financieros necesarios a la actividad de dicha organización”. (pág. 23).

Desde el punto de vista Paulo Nuñez, (2014) define que:

“La Gestión financiera es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, hallada en cualquier organización, compitiéndole los análisis, decisiones y acciones relacionadas con los medios financieros necesarios a la actividad de dicha organización. Así, la función financiera integra todas las tareas relacionadas con el logro, utilización y control de recursos financieros”. (pág. 15)

Para lo cual según Fernández, (2014)

“La gestión financiera consiste en administrar los recursos que se tienen en una empresa para asegurar que serán suficientes para cubrir los gastos para que esta pueda funcionar. En una empresa esta responsabilidad la tiene una sola persona: el

gestor financiero. De esta manera podrá llevar un control adecuado y ordenado de los ingresos y gastos de la empresa”. (pág. 17)

Plan financiero

De acuerdo con Vallas, (2015) define al plan financiero que:

“Es probablemente la parte más importante del plan de negocio. Pues en él se recoge toda la información desarrollada y cuantificada - en unidades monetarias - de cada uno de los planes de actuación, que corresponden a cada una de las áreas funcionales de la empresa” (pág. 29)

Es importante destacar Saavedra, (2012)

“El plan financiero es la expresión en cifras de lo que se espera de la empresa, comprende la fijación de los objetivos, el estudio y selección de las estrategias que se usarán para alcanzarlos, la colocación de metas, etc.

El plan financiero incluye:

Estimación de ventas por productos

Programa de inversiones

Determinación de la información relevante para el cálculo de la cuenta de resultados.” (pág. 38)

Para lo cual es importante Torres, (2014) indica que: “Con miras a sus objetivos, las organizaciones y empresas trazan planes donde detallan las acciones requeridas para cumplir con sus metas. Este proceso de elaboración, puesta en marcha y seguimiento de los planes se conoce como planeación o planificación”. (pág. 34)

Presupuestos financiero

Para Gómez, (2015) define que:

“El presupuesto financiero se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los medios esenciales que deben calcularse, como el costo de la realización, el costo del tiempo y el costo de adquirir nuevos recursos. Comúnmente la factibilidad es la parte más importante, ya que con ella se resuelven otras insuficiencias de otros recursos. Lo anterior, es lo más duro de alcanzar y se necesitan de acciones adicionales cuando no se tienen”. (pág. 23)

De acuerdo con la perspectiva de Sullivan, (2012)

“El presupuesto es el cálculo y negociación anticipada de los ingresos y egresos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina, un gobierno) durante un período, por lo general en forma anual. Es un plan de acción dirigido a cumplir un final previsto, expresado en valores y términos financieros que debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización” (pág. 14)

Para Bejarano, (2014) manifiesta que:

“El presupuesto financiero es el que se ocupa de la estructura financiera de la empresa, esto es, de la composición y relación que debe existir entre los activos, pasivos y capital. Es importante considerar las necesidades de capital de trabajo, los orígenes y aplicaciones de recursos, así como flujo de efectivo y la rentabilidad de la entidad, pudiendo resumirse en dos objetivos:

- *Liquidez*
- *Rentabilidad”*. (pág. 44)

Información contable

Es importante destacar la definición que emplea Martínez, (2013) define que: “La información contable debe tener cierto tipo de cualidades que satisfagan las necesidades de los usuarios, esta debe ser comprensible, útil, clara, pertinente, confiable, oportuna, neutral, verificable, comparable y debe representar fielmente los hechos económicos de la empresa”. (pág. 27)

Para lo cual Gómez, (2011) define:

“La información en contabilidad debe permitir a los administradores del negocio identificar, medir, clasificar, registrar, analizar y evaluar todas las operaciones y actividades de la organización. Las personas que tienen algún negocio en el cual prestan servicios, tiene una empresa de producción o realiza cualquier actividad de comercio debe llevar un registro continuo de su actividad económica, es por ello que se hace necesario que se implemente un tipo de lineamiento que le permita tener la información necesaria para la evaluación de su entidad”. (pág. 76)

De acuerdo con Cruz, (2012) dice que:

“La información contable no es otro más que recoger de forma esquemática y fácilmente comprensible, sus aspectos básicos, las obligaciones contables de los empresarios según la forma jurídica adoptada y su modalidad de tributación así como los contenidos mínimos de la factura dependiendo del sujeto pasivo que la emita y el destinatario que la reciba. Pretende ser una herramienta útil a disposición de emprendedores y empresarios ya constituidos, proporcionándoles una información básica que, por supuesto, deberán desarrollar a través de los organismos competentes, asesores externos o la propia Cámara de Comercio”. (pág. 22)

Estados financieros

De acuerdo al punto de vista Hidalgo, (2013) menciona, “Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado”. (pág. 56).

Para lo cual existe otra perspectiva sobre el tema según Arthur, (2014)“Se le llama estado financiero o estado contable a un tipo de informe o registro de tipo formal que suelen utilizar las empresas, personas y entidades, para tener constancia de las diferentes actividades económicas que realizan las mismas, además de las distintas modificaciones que en un periodo determinado puede presentar.” (pág. 47).

De acuerdo con Ortiz, (2013) indica:

“Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. Esta información resulta útil para la Administración, gestores, reguladores y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.” (pág. 25).

Estados de cambio en el patrimonio

Según Prieto, (2013) indica que:

“Trata de reflejar los movimientos de las partidas que engloban el patrimonio neto durante el ejercicio tiene dos partes:

- *La primera (denominada Estado de ingresos y gastos reconocidos) reflejará exclusivamente los ingresos y gastos generados por la actividad de la empresa durante el ejercicio, distinguiendo entre:*
- *Los reconocidos en la cuenta de pérdidas y ganancias (resultado del ejercicio y las transferencias realizadas a Pérdidas y Ganancias desde subgrupos 8 “Gastos imputados a patrimonio neto”, y 9 “Ingresos imputados al patrimonio neto”)”* (pág. 6)

Para lo cual Manrique, (2013) manifiesta que: “El estado de cambios en el patrimonio tiene como finalidad mostrar las variaciones que sufran los diferentes elementos que componen el patrimonio, en un periodo determinado”. (pág. 32).

Continuando con el término según Valle, (2012) indica que:

“El Estado de cambios en el patrimonio neto (ECPN) Plan General de Contabilidad, para todas las empresas, existiendo un modelo normal y otro abreviado con los mismos límites que el balance y cuya única diferencia es la incorporación o no de un desglose adicional en las partidas precedidas por números romanos”. (pág. 24)

Estado de flujo de caja

Para Vera, (2013) indica que:

“El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado. Algunos

ejemplos de ingresos son los ingresos por venta, el cobro de deudas, alquileres, el cobro de préstamos, intereses, etc.” (pág. 12)

Sin embargo existe otra teoría según Belduma, (2012)

“Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El flujo de caja se analiza a través del Estado de Flujo de Caja.” (pág. 78)

De acuerdo con Gardey, (2012)

Se conoce como flujo de efectivo (o cash flow, en inglés) al estado de cuenta que refleja cuánto efectivo conserva alguien después de los gastos, los intereses y el pago al capital. La expresión que en el ámbito de la Contabilidad se conoce como estado de flujo de efectivo, por lo tanto, es un parámetro de tipo contable que ofrece información en relación a los movimientos que se han realizado en un determinado periodo de dinero o cualquiera de sus equivalentes. (pág. 78)

Balance general

Para lo cual Verdesoto, (2012)

El balance general es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto). (pág. 89)

De acuerdo con Amat, (2012) indica que:

“El balance general, balance de situación o estado de situación patrimonial es un informe financiero contable que refleja la situación económica y financiera de una empresa en un momento determinado”. (pág. 34).

Para concluir Merino, (2009) define:

“El balance general es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto).”

Estados de resultado

Para Roca, (2014)

“El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho” (pág. 67)

Sin embargo Días, (2012) define que: “En contabilidad, el estado de resultados, estado de rendimiento económico o estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado”. (pág. 55)

Para Cortes, (2013) manifiesta que:

“El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de negocio.” (pág. 52)

Control interno

De acuerdo con Duran, (2009)

“El Sistema de Control Interno de una empresa forma parte del Control de Gestión de tipo táctico y está constituido por el plan de organización, la asignación de deberes y responsabilidades, el sistema de información financiero y todas las medidas y métodos encaminados a proteger los activos, promover la eficiencia” (pág. 4)

Para lo cual según Rivas, (2012)” El sistema de control interno comprende el plan de la organización y todos los métodos coordinados y medidas adoptadas dentro de una empresa con el fin de salvaguardar sus activos y verificara la confiabilidad de los datos contables.” (pág. 45)

También se puede decir que según Cabrera, (2012) define que:

“Es el conjunto de acciones, actividades, planes, políticas, normas, registros, procedimientos y métodos, incluido el entorno y actitudes que desarrollan autoridades y su personal a cargo, con el objetivo de prevenir posibles riesgos que afectan a una entidad pública. Se fundamenta en una estructura basada en cinco componentes funcionales:

- 1. Ambiente de control*
- 2. Evaluación de riesgos*
- 3. Actividades de control gerencial*
- 4. Información y comunicación*
- 5. Supervisión”* (pág. 16)

Para lo cual finalmente concluimos con el punto de vista de (Toro, Fonteboa, & Armada, (2005) indica que:

“Es el proceso integrado a las operaciones efectuado por la dirección y el resto del personal de una entidad para proporcionar una seguridad RAZONABLE al logro de los objetivos siguientes:

- Confiabilidad de la información*
- Eficiencia y eficacia de las operaciones*
- Cumplimiento de las leyes, reglamentos y políticas establecidas*
- Control de los recursos, a disposición de la entidad”.* (pág. 3)

Control de recursos

Para lo cual es importante destacar la definición según Ferrer, (2015), menciona: “Es un conjunto de procedimientos, los cuales son llevados a cabo para determinar las deficiencias que existen dentro de la organización, o bien, ayudar a mejorar lo que ya está establecido, así como también mejorar a cada uno de los trabajadores de la organización.”, (pág. 12).

Además existe otra definición importante según Eckles, (2005)

“La palabra "Control" tiene varios significados y, más específicamente, varios sentidos, que son significativos para el análisis, por ejemplo, significa:

- Verificar.*
- Regular.*
- Comparar con una norma.*
- Ejercer autoridad sobre (dirigir y ordenar).*
- Limitar o restringir.”* (pág. 5).

Para lo cual nos menciona Heeds, (2009), su teoría: “El control del talento humano es estudiado como la última etapa del proceso de gerencia, ya que permite detectar las fallas, así como establecer los mecanismos para su corrección, generando un proceso de retroalimentación constante. Un control siempre reflejará lo obtenido con lo esperado de acuerdo a los planes preestablecidos”. (pág. 12).

Toma de decisiones

Según Harry S. Truman (2010) indica que:

“Es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las alternativas o formas para resolver diferentes situaciones de la vida, estas se pueden presentar en diferentes contextos: a nivel laboral, familiar, sentimental, empresarial (utilizando metodologías cuantitativas decisiones, la diferencia entre cada una de estas es el proceso o la forma en la cual se llega a ellas”. (pág. 23).

De acuerdo con Tovar, (2011) manifiesta: “La toma de decisiones se define como la selección de un curso de acciones entre alternativas, es decir que existe un plan de compromiso de recursos” (pág. 22).

Rentabilidad

Para Gultinan, (1984); “La rentabilidad mide la eficiencia general de la gerencia, demostrada a través de las utilidades obtenidas de las ventas y por el manejo adecuado de los recursos, es decir la inversión, de la empresa.” (pág. 117)

Según Toro D. (2010) “La rentabilidad “Es la utilidad comparada con la inversión u otro rubro de los estados financieros.” (pág. 22).

Para Sánchez J (2010) la rentabilidad es: “Una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados (...) a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo” (pág. 2).

Indicadores financieros

Según la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador (2013), los indicadores financieros son, una herramienta que permite relacionar las cifras extractadas de los estados financieros con el propósito de conocer y evaluar el comportamiento de una empresa en general. Los índices financieros son utilizados para:

“El análisis de las cifras pasadas contenidas en dos estados financieros importantes: el Balance General y el Estado de Ganancias y Pérdidas, en los que están registrados los movimientos económicos y financieros de la empresa; más que para evaluar el desempeño pasado de la empresa y su situación presente sirve para determinar áreas con problemas”

Según Briceño. Para Ortiz H. (1996) Menciona que los indicadores financieros constituyen la forma más común de análisis financiero. Concuerta que “Es el resultado de establecer la relación numérica entre dos cantidades, para el estudio es dos cuentas diferentes de los principales estados financieros .También señalan los puntos fuertes y débiles de una empresa e indican la probabilidad de las tenencias, enfocando en las relaciones que requieren una más profunda investigación”. (pág. 143).

Índice de rentabilidad

Para lo cual Chu, (2010)

“Es un método de valoración de inversiones que mide el valor actualizado de los cobros generados, por cada unidad monetaria invertida en el proyecto de inversión. Analíticamente se calcula dividiendo el valor actualizado de los flujos de caja de la inversión por el desembolso inicial”.

Desde el punto de vista de Mendoza, (2009), considera que, “Es un método de valoración de inversiones que mide el valor actualizado de los cobros generados, por cada unidad monetaria invertida en el proyecto de inversión. Analíticamente se calcula dividiendo el valor actualizado de los flujos de caja de la inversión por el desembolso inicial”.

Índice de liquidez

Para lo cual es necesario el aporte de Vayas, (2007)

“Los indicadores de liquidez se utilizan para determinar la capacidad que tiene una empresa para enfrentar las obligaciones contraídas a corto plazo. Cuanto más elevado es el indicador de liquidez, mayor es la posibilidad de que la empresa consiga cancelar las deudas a corto plazo”. (pág. 22)

Según Díaz, (2007) indica que:

“Los indicadores de liquidez se utilizan para determinar la capacidad que tiene una empresa para enfrentar las obligaciones contraídas a corto plazo. Cuanto más elevado es el indicador de liquidez, mayor es la posibilidad de que la empresa consiga cancelar las deudas a corto plazo” (pág. 12)

Índice cobertura

Para lo cual Flores, (2007) señala que:

“El ratio de cobertura expresa el nivel de protección con el que gozan las entidades financieras ante los créditos impagados que tienen en sus respectivas carteras. En concreto, hace referencia al porcentaje de créditos morosos que están cubiertos por las provisiones que realizan los bancos”. (pág. 12)

Según Vásquez, (2014) indica:

“El ratio de cobertura de intereses es una medida del número de veces que una empresa podría hacer los pagos de intereses de su deuda con las ganancias generadas antes de intereses e impuestos, también conocido como el EBITDA. Cuanto menor sea el ratio de cobertura de interés, mayor será la carga de deuda de la empresa y mayor será la posibilidad de quiebra o incumplimiento”. (pág. 26)

Índice de endeudamiento

Para Martinez, (2014) indica que:

“Los indicadores de endeudamiento tienen por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa. De la misma manera se trata de establecer el riesgo que incurren tales acreedores, el riesgo de los dueños y la conveniencia o inconveniencia de un determinado nivel de endeudamiento para la empresa” (pág. 13)

De acuerdo con Velez, (2014) señala:

Es la capacidad para responder por obligaciones a largo Plazo.

Es el Índice que cubre el total de los pasivos y el Patrimonio neto; se calcula simplemente dividiendo el total de los pasivos de la firma (incluyendo las responsabilidades corrientes o a corto Plazo) entre el Patrimonio neto:

$$IE = \text{Pasivos totales} / \text{Patrimonio neto}$$

Una comparación entre el Índice de endeudamiento de una compañía con otras similares, dará una idea general sobre la solidez y la credibilidad crediticia de la firma.

Inversiones

Administración financiera

Este concepto es uno de los más importantes para la presente investigación pues la gestión financiera está estrechamente relacionada con la planificación financiera.

El autor Zutter (2011) plantea que la administración financiera es:

Se refiere a las tareas del gerente financiero de la empresa. Los gerentes financieros administran los asuntos financieros de todo tipo de organizaciones: privadas y públicas, grandes y pequeñas, lucrativas o sin fines de lucro. Realizan tareas financieras tan diversas como el desarrollo de un plan financiero o presupuesto, el otorgamiento de crédito a clientes, la evaluación de gastos mayores propuestos, y la recaudación de dinero para financiar las operaciones de la compañía. (Zutter, 2011)

Pero Besley (2008) da un concepto más completo planteando que:

La administración financiera se enfoca en las decisiones que las empresas toman respecto de sus flujos de efectivo. En consecuencia, la administración financiera es importante en cualquier tipo de empresas, sean públicas o privadas, que manejen servicios financieros o fabriquen productos. El tipo de tareas que abarca la gama de la administración financiera va desde tomar decisiones como ampliar la planta, hasta elegir qué tipos de títulos emitir para financiar tales ampliaciones. Los gerentes de

finanzas también tienen la responsabilidad de decidir los términos del crédito que podrán ofrecer a sus clientes, el tamaño del inventario que la empresa debe manejar, cuánto efectivo debe tener disponible, si es conveniente adquirir otras empresas y qué parte de las utilidades de la empresa se reinvertirá en el negocio y cuánto pagar como dividendos. (Besley, 2008)

Por último se estudió el concepto planteado por Abraham (2002) donde el autor expone que:

La administración financiera es una fase de la administración general, que tiene por objeto maximizar el patrimonio de una empresa a largo plazo, mediante la obtención de recursos financieros por aportaciones de capital u obtención de créditos, su correcto manejo y aplicación, así como la coordinación eficiente del capital de trabajo inversiones y resultados, mediante la presentación e interpretación para tomar decisiones acertadas. (Abraham, 2002)

Después de plantear los conceptos antes descritos entonces se podrá entender mejor de que va la gestión financiera es por ello que:

Gestión financiera

El autor Terrazas Pastor (2009) define la gestión financiera como:

La Gestión Financiera es la actividad que se realiza en una organización y que se encarga de planificar, organizar, dirigir, controlar, monitorear y coordinar todo el manejo de los recursos financieros con el fin de generar mayores beneficios y/o resultados. El objetivo es hacer que la organización se desenvuelva con efectividad, apoyar a la mejor toma de decisiones financieras y generar oportunidades de inversión para la organización (Terrazas Pastor, 2009)

Pero hay un autor Córdoba (2012) que es un poco más reciente y plantea que:

La gestión financiera como aquella área que alineada a las metas globales de la organización se encarga de la adquisición, financiamiento y administración de los activos. Abarca el proceso de toma de decisiones y emprende acciones relacionadas con los recursos financieros, incluyendo su logro, utilización y control. (Córdoba, 2012)

Importancia de la gestión financiera:

Es sumamente importante para la presente investigación conocer cuál es la importancia de la gestión financiera

Para esto se revisó el concepto de Córdoba (2006), donde el autor plantea que:

La gestión financiera es de gran importancia para cualquier organización, teniendo que ver con el control de sus operaciones, la consecución de nuevas fuentes de financiación, la efectividad y eficiencia operacional, la confiabilidad de la información financiera y el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables. (pág. 5).

Otro autor que hace referencia a la importancia de la gestión financiera es Lafuente (2012), este plantea que:

La importancia de la gestión financiera es las tareas diaria de la empresa y la complejidad creciente de la toma de decisiones financieras, en el entorno de la dirección empresarial, exigen una especialización por parte de los gestores de las organizaciones y el análisis de las interrelaciones entre la planificación estratégica integral. (pág. 115).

Por último el autor Mora (2009) expresa que:

La importancia de la gestión financiera es evidente al enfrenar y resolver el dilema liquidez-rentabilidad, para proveer los recursos necesarios en la oportunidad precisa; con la toma de decisiones más eficiente de dicha gestión y para que se aseguren los retornos financieros que permitan el desarrollo de la empresa. (Mora, 2009, pág. 15)

Después de planteada la importancia de la gestión financiera es primordial ver los objetivos de la misma.

Objetivos de la gestión financiera:

Los autores Díez y López (2006) definen los objetivos de la gestión financiera como:

La Gerencia Financiera persigue el objetivo básico: ofrecer soluciones a los problemas que tienen que abordar los directores financieros para la toma de decisiones de inversión y financiación más adecuadas y eficientes para la empresa. Dos son las cuestiones de resolver ante la fijación del objetivo que ha de servir de referencia para las decisiones financieras. (Díez de Castro & López Pascual, 2006, pág. 6)

Pero otros autores también han dado su criterio acerca de esto y es el caso de Méndez y Aguando (2006), ellos plantean que: “*El objetivo crucial es generar, controlar, planificar y distribuir los recursos necesarios para mantener la operatividad de la empresa*”. (Méndez González & Aguando Franco, 2006, pág. 10)

Por ultimo hay que relatar algo diferente de plantear los objetivos y es el caso de los autores Santandreu, (2000) ellos plantean que los objetivos de la gestión financiera en forma de preguntas, o sea estos son las respuestas a las siguientes preguntas

- ✓ *¿Qué criterios, estrategias y metodología debe aplicar una empresa para la toma de decisiones en materias de inversión a largo plazo?*
- ✓ *¿Cómo se debe planificar los recursos y flujos financieros, para financiar las inversiones a largo plazo, tanto en cantidad como en calidad?*
- ✓ *¿Cuáles deben ser las políticas en materia de financiación e inversión a corto plazo en la gestión de circulante? (Santandreu & Santandreu, 2000).*

Funciones de la gestión financiera

Acerca de las funciones de la gestión financiera el autor Fainstein (1994) plantea que son:

- ✓ *La determinación de las necesidades de recursos financieros*
- ✓ *La consecución de financiación*
- ✓ *La aplicación de los recursos financieros*
- ✓ *El análisis financiero (Fainstein, 1994, pág. 94)*

Por último el autor Córdoba (2012), expone que las funciones de la gestión financiera son:

- ✓ *Descripción de los requerimientos de recursos financieros, incluyendo planteamiento de las necesidades, especificación de los recursos disponibles, pronóstico de los recursos a desembolsar y cálculo o estimación de los recursos que tendrían que conseguirse mediante financiamiento externo.*
- ✓ *Obtención del financiamiento más conveniente contemplando variables como: costos, plazos, aspectos fiscales y estructura financiera de la organización.*
- ✓ *Utilización apropiada de los recursos financieros en términos de equilibrio, eficiencia y rentabilidad.*
- ✓ *Análisis y estudios de la información financiera de la compañía.*
- ✓ *Estudio de la viabilidad económica y financiera de las inversiones. (Córdoba, , 2012).*

Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamientos se dividen en dos las externas y las internas pero el autor Córdoba (2006) expresa que: “*Las fuentes de financiamiento son una vinculación de recursos líquidos actuales para obtener un flujo de fondos en el futuro*”. (pág. 37).

Fuentes de financiamientos externas:

El autor Vera (2010) expone que:

Esta fuente de financiamiento hace referencia a los recursos aportados por los accionistas (nuevos o existentes) para financiar las operaciones de la empresa. Están representados en títulos de propiedad denominados acciones y conforman lo que se denomina capital social. (Vera, 2010).

Fuentes de financiamiento internas

El mismo autor Vera (2010) las define como:

La obtención de financiamiento interno en la empresa se da través de la reinversión de utilidades o excedentes que se generan en el ejercicio de la operación. Estos excedentes son la parte que corresponde a los accionistas que han invertido en acciones comunes, sin embargo la empresa presenta oportunidades de inversión que generarán una rentabilidad que justifica la retención de esos recursos. (Vera, 2010)

Tipos de financiamiento:

Corto plazo:

El autor Lawrence (2003) expone que:

Los planes financieros a corto plazo especifican acciones financieras a corto plazo y el impacto esperado de esas acciones. La mayoría de las veces estos planes cubren un periodo de 1 a dos años. Las principales entradas incluyen el pronóstico de ventas y varias formas de datos operativos y financieros pro forma. (Lawrence , 2003)

Pero el autor Córdoba (2006) plantea que:

Las decisiones a corto plazo están relacionadas con el manejo de activos y pasivos de duración por lo general inferior a un año y se constituyen en parte esencial en el desarrollo de las actividades del negocio ya que garantizan la disposición de recursos para poder operar (liquidez). Es por esto que se debe dar una adecuada gestión del capital de trabajo o gestión del activo circulante, entendida ésta como la planificación y control de la inversión y financiamiento a corto plazo, ya que si no se cuentan con los recursos mínimos la empresa corre el riesgo de quedar en insolvencia y por ende comprometer su continuidad.(Córdoba, 2006)

Largo plazo:

El autor Lawrence (2003) expone que:

Estructuran las acciones financieras planeadas de la empresa y el impacto anticipado de esas acciones durante periodos que van de 2 a 10 años. Son comunes los planes estratégicos a cinco años, los cuales se revisan en cuanto hay información importante disponible. En general, las empresas que están sujetas a altos grados de incertidumbre operativa, tienden a usar horizontes de planeación más cortos. (pág. 78).

El autor vera (2010) plantea que:

El financiamiento a largo plazo se refiere a fuentes de financiamiento que aportan recursos que serán pagaderos en un término mayor al ciclo de operación de la empresa (generalmente 1 año). Esquematiza las fuentes de financiamiento a largo plazo en financiamiento proveniente de los accionistas y financiamiento proveniente de terceros. (Vera, 2010)

2.1.2. Caracterización de la variable dependiente: rentabilidad

Contabilidad:

Los autores Horngren, Sundem y Elliott (2000) plantean que la contabilidad es: *“Proceso que consiste en identificar registrar resumir y presentar información económica a quienes toman las decisiones”.* (Horngren, Sundem, & Elliott, 2000).

Pero para el autor Puerto (2006) la contabilidad es:

La contabilidad es una herramienta para apoyar la toma de decisiones empresariales debido a que, al ser un mecanismo creado básicamente para proveer información, contribuye a despejar el nivel de incertidumbre asociado con el proceso de elección de cursos de acción. (Puerto, 2006).

Contabilidad financiera

Los autores Horngren, Sundem y Elliott (2000) la definen como:

Rama de la contabilidad que atiende las necesidades de aquellas personas externas a la empresa que toman decisiones como accionistas, proveedores, bancos y organismos gubernamentales. (Horngren, Sundem, & Elliott, 2000).

Pero para el autor Puerto (2006) la contabilidad financiera es:

La contabilidad financiera es proporcionar una visión integral de las modificaciones sufridas en el volumen y composición del patrimonio de una entidad a lo largo de un determinado periodo, como consecuencia de las transacciones que la misma lleve a cabo y de los imponderables a los que esté sujeta. De esta forma, presenta los resultados de una entidad como un todo y sujeta a determinados criterios normativos. (Puerto, 2006).

Fianzas

Acerca de las fianzas el primer autor que se analizará es Castellanos (2009), el plantea que:

Las finanzas es la rama de la Economía que se relaciona con el estudio de las actividades de inversión tanto en activos reales como en activos financieros, y con la administración de los mismos. Las finanzas están íntimamente ligadas a otras ciencias y son la parte de la economía que dan énfasis y llevan a la práctica los conocimientos económicos teóricos, ya que la teoría económica abarca conceptos como inflación, devaluación, oferta, demanda y rentabilidad, entre otros; los cuales son traducidos en cifras concretas por medio de la finanzas. (Castellanos, 2009, pág. 2)

Otros autores que la definen son Morales y otros (2005), estos autores plantean que:

“Las finanzas se definen como el arte, la ciencia de administrar dinero, casi todos los individuos y organizaciones ganan u obtienen dinero y gastan o invierten dinero. (Morales, Sánchez, Morales, & Figueroa, 2005, pág. 21)

Rentabilidad:

Debido a que esta es la variable dependiente, esta es la más importante para este subcapítulo, para su definición se tuvo en cuenta al autor Ortiz Anaya (2006) el cual plantea que:

La rentabilidad es el rendimiento o ganancia que produce una empresa, la rentabilidad, además mide la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y la utilización de las inversiones. La rentabilidad caracteriza la eficiencia económica del trabajo de la empresa que realiza. La rentabilidad se mueve junto con el riesgo (hay una compensación entre riesgo y rendimiento). En busca de una rentabilidad más alta, se deben aceptar riesgos más grandes. Podría decirse que el riesgo y el rendimiento van unidos. (Ortiz Anaya , 2006)

Pero otros autores Fernández y casado (2011), plantean un concepto más sintetizado pero con una gran profundidad. Estos autores plantean que: *“La rentabilidad es la relación entre el beneficio o excedente económico y el capital invertido durante un periodo de tiempo, es decir el beneficio después de impuesto.”*

Rentabilidad económica:

Para definir este aspecto es importante analizar el concepto de Dante (2008) este autor plantea que:

La rentabilidad económica es un atributo en conflicto con el Riesgo Económico y el Capital de Trabajo. Esto implica que el productor que aspira a tener mayor rentabilidad corre más riesgo y necesita mayor cantidad de Capital de trabajo. (Dante de Prada, 2008)

Los autores Monke y Pearson (1989) la definen de la siguiente manera “La rentabilidad económica es la expresión de la existencia de ganancias económicas; es decir, la diferencia entre ingresos y costos de los insumos comerciables y los factores internos que no participan en el mercado mundial”. (pág. 201).

Rentabilidad financiera:

La rentabilidad es lo primordial que se analizará en esta investigación es por ello que es importante conocer su concepto.

Los autores Núñez y Vieites (2009) la definen como:

La rentabilidad financiera es un ratio que mide la remuneración de los fondos propios de la empresa. Es decir toma el resultado final de la empresa (ganancia o pérdida) una vez descontados todos los gastos e impuestos y se divide entre los recursos propios de la empresa. (Núñez & Vieites, 2009).

Para Mascareñas (2001) la rentabilidad financiera es:

La rentabilidad financiera es la rentabilidad que la empresa proporciona a sus accionistas desde una perspectiva de gestión empresarial lo que no necesariamente tiene que verse reflejado en el precio de mercado de las acciones. (Mascareñas, 2001).

Análisis financiero:

Este término que será de mucho interés en la presente investigación la autora Nava Rosillón (2009) lo define como:

El análisis financiero es una herramienta gerencial y analítica clave en toda actividad empresarial que determina las condiciones financieras en el presente, la gestión de los recursos financieros disponibles y contribuye a predecir el futuro de la empresa. (Nava Rosillón, 2009).

Otros autores Armenteros, Alarcón, Ulloa (2012) la definen un poco diferente pero teniendo el mismo punto de vista, estos plantean que:

El análisis financiero es un instrumento de trabajo tanto para los directores o gerentes financieros mediante el cual se pueden obtener índices y relaciones cuantitativas de las diferentes variables que intervienen en los procesos operativos y funcionales de las empresas y que han sido registrados en la contabilidad del ente económico. Mediante su uso racional se ejercen las funciones de conversión, selección, previsión, diagnóstico, evaluación y decisión; todas ellas presentes en la gestión y administración de empresas. (Armenteros, Alarcón, & Ulloa Paz, 2012)

Para realizar un análisis financieros entro otros aspectos lo primordial es conocer que son los indicadores económico e indicadores financieros. Es por ello que:

Indicadores económicos:

El primer concepto es el de los autores Lara y Miguel (2005) ellos definen a los indicadores económicos como:

Los indicadores económicos son el conjunto de parámetros que proporcionan información básica, clasificada y sistematizada, que permiten el análisis de la estructura económica, así como de los elementos que la componen y la evolución que en la perspectiva histórica han tenido. (Lara Gutiérrez & Miguel, 2005.)

También los autores Ordoñez y Meneses (2015) plantean que:

Los Indicadores económicos son aquellos que expresan la capacidad de una organización para generar y movilizar adecuadamente los recursos financieros en pos del cumplimiento de sus objetivos en un tiempo determinado. (Ordoñez Díaz & Meneses, 2015)

Indicadores financieros:

Para Vásquez, Guerra y Ahmed (2008):

Los indicadores financieros son el producto de establecer resultados numéricos basados en relacionar dos cifras o cuentas bien sea del Balance General y/o del Estado de Pérdidas y Ganancias. Los resultados así obtenidos por sí solos no tienen mayor significado; sólo cuando son relacionados unos con otros y son comparados con los de años anteriores o con los de empresas del mismo sector. (Vásquez, Guerra, & Ahmed., 2008)

Pero para el autor Vidales (2003) los indicadores financieros son:

Conjunto de datos que se emiten en relación con las actividades derivadas del uso y manejo de los recursos financieros asignados a una institución. Es aquella información que muestra la relación entre los derechos y obligaciones de la dependencia o entidad, así como la composición y variación de su patrimonio en un periodo o momento determinado.(Vidales, 2003, pág. 259)

Preguntas directrices

- ¿Se evalúan periódicamente el modelo de gestión financiera de distribuidora “Santa Anita”?
- ¿Es importante determinar el nivel de rentabilidad económica de distribuidora “Santa Anita”?
- ¿Cuál sería el plan financiero que le permita mejorar los valores de rentabilidad a la distribuidora “Santa Anita”?

2.5. Hipótesis

La gestión financiera incide en la rentabilidad de la distribuidora “Santa Anita” de la ciudad de Ambato.

2.6. Señalamiento de las variables

Variable independiente: Gestión financiero

Variable dependiente: Rentabilidad

Unidad de Observación: Distribuidora “Santa Anita” del cantón Ambato

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Modalidad básica de investigación

3.1.1. Investigación bibliográfica

Este tipo de investigación es la que se realiza apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie. Como subtipos de esta investigación están la investigación bibliográfica, la hemerográfica, la primera se basa en la consulta de libros, artículos o ensayos de revistas y periódicos:

El presente proyecto se realiza por medio de la investigación bibliográfica-documental, que en palabras de Bueno (2003) expresa: *“La investigación documental presupone identificar fuentes de investigación confiables que comparadas con el enunciado hipotético permitan arribar a conclusiones sobre la validez o falsedad del mismo”*.

Los datos usados para la investigación proviene de fuentes secundarias, para así cumplir con las metas del trabajo, por lo que se procederá a la recolección de información financiera proporcionada por las empresas por medio del portal web de la Superintendencia de Compañías, así se obtendrá una base para el análisis e interpretación de los datos.

Además, para complementar la documentación existente en este trabajo, se toma información de fuentes como instituciones públicas, periódicos, estudios anteriores y proyectos relacionados con el presente tema. Así se comprueba la realidad económica dentro de la empresa y los resultados del sector estudiado.

3.1.2. Investigación de campo

La investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causas se produce una situación o acontecimiento particular.

Se podría definirla diciendo que es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social, o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos, este tipo de investigación es también conocida como investigación in situ ya que se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto de estudio.

Ello permite el conocimiento más a fondo del investigador, puede manejar los datos con más seguridad y podrá soportarse en diseños exploratorios, descriptivos y experimentales, creando una situación de control en la cual manipula sobre una o más variables dependientes (efectos).

Por lo tanto, es una situación provocada por el investigador para introducir determinadas variables de estudio manipuladas por él, para controlar el aumento o disminución de esas variables y su efecto en las conductas observadas. El uso del término investigación de campo es bastante coloquial. Hablamos de experimentar cuando mezclamos sustancias químicas y observamos la reacción de este hecho, pero también cuando nos cambiamos de peinado y observamos la reacción de nuestras amistades en cuanto a nuestra transformación, también estamos en presencia de un experimento de campo.

Sin duda que los datos se recogen directamente de la realidad se les denominan primarios, su valor radica en que permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, por lo que facilita su revisión y/o modificación en caso de surgir dudas con la conviene anotar que no toda información puede alcanzarse por esta vía, ya sea por limitaciones especiales o de tiempo, problemas de escasez o de orden ético.

En materia de investigación de campo es mucho lo que se ha avanzado, puesto que podemos presenciar varios tipos de diseño de investigación de este tipo y, aunque cada diseño es único, cuentan con características comunes, especialmente en su manejo metodológico, lo cual ha permitido clasificarlo en categorías que explicaremos más adelante.

3.2. Enfoque

Para lograr cumplir los objetivos de la investigación, se tiene un enfoque cuantitativo ya que se toma en consideración que las variables del estudio permiten realizar un examen numérico de los datos, usando la matemática y datos estadísticos.

Según Pita y Pétergas (2002)

La investigación cuantitativa es aquella en la que se recoge y analizan datos cuantitativos sobre variables, estudia la asociación o relación entre variables cuantificadas, trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende a su vez, hacer inferencia causal que explique porque las cosas suceden o no de una forma determinada

Se extraerá datos de los estados financieros de la empresa Santa Anita del sector ferretero, a estos documentos se les realizara el análisis vertical, horizontal y se aplicará las siguientes razones financieras:

Indicadores de liquidez

$$LIQUIDEZ = \frac{ACTIVO CORRIENTE}{PASIVO CORRIENTE}$$

$$Prueba \acute{a}cida = \frac{ACTIVO CORRIENTE - INVENTARIOS}{PASIVO CORRIENTE}$$

Indicadores de solvencia

$$ENDEUDAMIENTO \ SOBRE \ EL \ PATRIMONIO \ NETO = \frac{PASIVO \ TOTAL}{PATRIMONIO \ NETO}$$

$$ENDEUDAMIENTO \ SOBRE \ ACTIVO \ TOTAL = \frac{PASIVO \ TOTAL}{ACTIVO \ TOTAL}$$

Indicadores de gestión

$$ROTACIÓN DEL ACTIVO FIJO = \frac{VENTAS}{ACTIVOS FIJOS NETOS TANGIBLES}$$

$$ROTACIÓN DE VENTAS = \frac{ventas}{activo total}$$

$$ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR = \frac{Cuentas por cobrar promedio}{ingreso por ventas}$$

$$Rotación de existencia = \frac{costo de las ventas}{existencia promedio}$$

$$Rotación de cuentas por pagar = \frac{compra de mercaderías}{cuentas por pagar promedio}$$

$$PERIODO MEDIO DE PAGO = \frac{CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR * 365}{INVENTARIOS}$$

Indicadores de rentabilidad

$$RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO = \frac{UTILIDAD NETA}{ACTIVO TOTAL}$$

$$MARGEN BRUTO = \frac{VENTAS - COSTO DE VENTAS}{VENTAS}$$

$$MARGEN OPERACIONAL = \frac{UTILIDAD OPERACIONAL}{VENTAS}$$

3.3. Nivel de Investigación

3.3.1. Exploratoria

Es exploratorio, porque es el primer acercamiento minucioso al problema o fenómeno y se utiliza éste cuando en la institución aún no se ha abordado o no ha sido suficientemente estudiado y las condiciones existentes no son aún determinantes, esto se comprueba a través del diálogo en la entrevista, así como instrumentos esenciales de información y documentos financieros donde se evidencie el problema.

3.3.2. Descriptiva

La investigación tiene como finalidad brindar una visión detallada sobre la Gestión Financiera de la empresa Santa Anita, tomando como base el análisis de los estados financieros facilitados por la empresa.

Según Cazau (2006)

Las investigaciones descriptivas constituyen una mera descripción de algunos fenómenos. Su objetivo central es esencialmente la medición precisa de una o más variables dependientes, en alguna población definida o en una muestra de dicha población. La contextualización eficaz del fenómeno a estudiar, constituyen el problema teórico fundamental que se plantean al analista de una encuesta descriptiva. Los estudios descriptivos sirven para analizar como es y se manifiesta un fenómeno y sus componentes.

Al tener claro el panorama financiero de la empresa Santa Anita, es posible diagnosticar las falencias en su Gestión Financiera que ha tenido la empresa hasta este momento y proceder a recomendar nuevas estrategias de gestión financiera que al ser aplicadas mejoren la situación empresarial, es decir, se mejore la rentabilidad de la empresa.

3.3.3. Correlacional

Según Hernández (2012), menciona, “Es aquel tipo de estudio que persigue medir el grado de relación existente entre dos o más conceptos o variables”.

Sin duda que mediante el análisis de la investigación se busca optimizar la rentabilidad que incide en la gestión financiera en la empresa Santa Anita, sin duda que al optimizar se logra eficiencia en la administración.

3.4. Población, muestra, unidad de investigación

3.4.1. Población

Para poder realizar el presente trabajo investigativo se accederá a la información financiera que brinda la distribuidora “Santa Anita” dedicada a la venta de materiales de construcción y encuestas aplicadas a la dirección, clientes internos y externos, por lo que la población a ser estudiada es en total cuatro estados financieros (balance general,

estado de resultados integra, flujo de caja y estado de cambios en el patrimonio), cinco personas que conforman la dirección de la empresa, veinticinco empleados o clientes internos dando un total treinta personas pertenecientes a la población de estudio.

3.4.2. Muestra

Para lograr el primer objetivo que permita conocer la eficiencia de la Gestión Financiera de la empresa es necesario saber exactamente las utilidades obtenidas en el año estudiado, por consiguiente se tomará como base el balance general y el estado de resultados integral; de igual forma se considera importante para conocer la realidad sobre la Gestión Financiera, considerándose que la población es reducida no se utilizara fórmula para el cálculo de la muestra esta se representa por el mismo número de la población.

3.5. Operacionalidad de variables

3.5.1. Variable independiente: Plan financiero

Tabla N° 1: Variable dependiente “Plan financiero”

Concepto	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos	
La planificación financiera es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, hallada en cualquier organización, compitiéndole los análisis, decisiones y acciones relacionadas con los medios financieros necesarios a la actividad de dicha organización, interviniendo el patrimonio así como la captación de fondos y recursos, la coordinación el capital de trabajo, inversiones y resultados.	Toma de decisiones	Direccionamiento estratégico	¿Los estados financieros presentan razonablemente la situación financiera de la empresa? ¿Se toman decisiones a partir del análisis de los estados financieros?	Lista de Chequeo (Cuestionario) Fuentes Internas de la empresa “Distribuidora Santa Anita del cantón Ambato”.	
	Patrimonio	Objetivos programados	no		¿Se dio seguimiento a los objetivos y nuevas decisiones?
		Objetivos programados			¿Se han cuantificado las decisiones extraordinarias?
	Captación de fondos	Presupuesto ventas	de		¿La compañía tiene la capacidad de realizar sus actividades con normalidad?
Presupuesto de Costos		¿Es favorable el resultado económico?			
		Presupuesto de financiación	¿Existe más fuentes de ingresos además de la actividad económica?		
		Flujo de caja			

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

3.5.2. Variable dependiente: Rentabilidad

Tabla N° 2: Variable independiente: “Rentabilidad”

Concepto	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
La capacidad de una empresa para obtener utilidades depende de la eficiencia y eficacia de sus operaciones, así como de los recursos que disponga. Por tanto el análisis de la rentabilidad se concentra principalmente en la relación entre los resultados de las operaciones, según se presenta el estado de resultados, y los recursos disponibles para la empresa, que aparecen en el balance general.	Balance general	Recursos disponibles Recursos exigibles Recursos realizables Propiedad planta y equipo Obligaciones a corto plazo Obligaciones a largo plazo	¿La disponibilidad de estos rubros es inmediata? ¿Se cumple con las políticas de cobro? ¿Se puede ampliar el plazo de crédito? ¿El inventario es excesivo? ¿El inventario tiene una rotación adecuada? ¿La inversión genera productividad? ¿Los fondos de los acreedores son mayores a los propios? ¿Los fondos de los acreedores a largo plazo son mayores a los propios?	Lista de Chequeo (Cuestionario)
	Estado de resultados	Razón de ventas netas sobre activos Tasa de rendimiento del activo total Margen neto de utilidades	¿La empresa tiene capacidad para mantener su posición en la economía? ¿La empresa tiene capacidad para mantener su posición en la industria? ¿La empresa generó los recursos suficientes para continuar con las operaciones?	
	Análisis de la Rentabilidad			

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

3.6. Descripción detallada del tratamiento de la información

3.6.1. Plan de recolección de la información

Para la recolección de la información, se realizará encuestas a los trabajadores y clientes internos empleando como técnica el cuestionario de la empresa distribuidora “Santa Anita” del cantón Ambato.

Tabla N° 3: Plan de recolección de información en fuentes primarias

¿Quién?	Gancino, Cristina
¿Cómo?	Aplicando técnicas e instrumentos
¿Dónde?	Cantón Ambato
¿Cuántas veces?	Las que sean necesarias
¿Con qué?	Técnicas: Observación directa Instrumentos Ficha de observación
¿A quién?	Involucrados: Empresa Santa Anita
¿Para qué?	Para comprobar el problema de investigación

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Tabla N° 4: Plan de recolección de información en fuentes secundarias

Libros	Lectura científica
Tesis	
Revistas	
Artículos científicos	
Antecedentes investigativos	Repositorios físicos Repositorios digitales Bibliotecas físicas Bibliotecas digitales

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

3.6.2. Plan de procesamiento de la información

Para el procesamiento de información una vez que se ejecuten las encuestas, se depura la investigación y se procede a tabular en Microsoft Excel, esta tabulación permitirá comprobar los datos recolectados en orden cronológico y que además se podrá elaborar estadístico como cuadros de frecuencias y gráficos.

Para el análisis e interpretación se utiliza gráficos y tablas como se observa a continuación, mismos que permitirán comprender los resultados y llegar a determinar la respuesta más óptima que servirá para comprender las variables y vincularlas.

La información para la investigación proviene en su totalidad de fuentes secundarias. Los estados financieros de la empresa Santa Anita fueron facilitados en copia por la administración de la empresa.

Principalmente serán tomados en cuenta los estados financieros, enfocándose en el rubro de utilidad o resultados del ejercicio para posteriormente al haber realizado el análisis e interpretación de cómo se obtuvieron estas utilidades se logre cumplir con los objetivos planteados del proyecto.

Se utiliza como instrumento una ficha de observación que se aplica al balance general y al estado de resultados de la empresa Santa Anita, esta ficha reúne puntos importantes en los que constan el análisis e interpretación financiera, para llegar a diagnosticar la gestión financiera, generar conclusiones y recomendaciones que den respuesta a los objetivos establecidos.

Para completar la investigación se recurrirá por medio de una encuesta a la dirección, empleados y clientes para que permitan conocer el desempeño de la Gestión Financiera de la empresa en estudio y así conocer las causas que han afectado su rendimiento.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Principales resultados

4.1.1. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta

1. ¿La gestión financiera en la empresa es?

Tabla N° 5: Adecuada gestión financiera

	Frecuencia	Porcentaje
Adecuada	12	40%
Inadecuada	18	60%
Total	30	100%

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

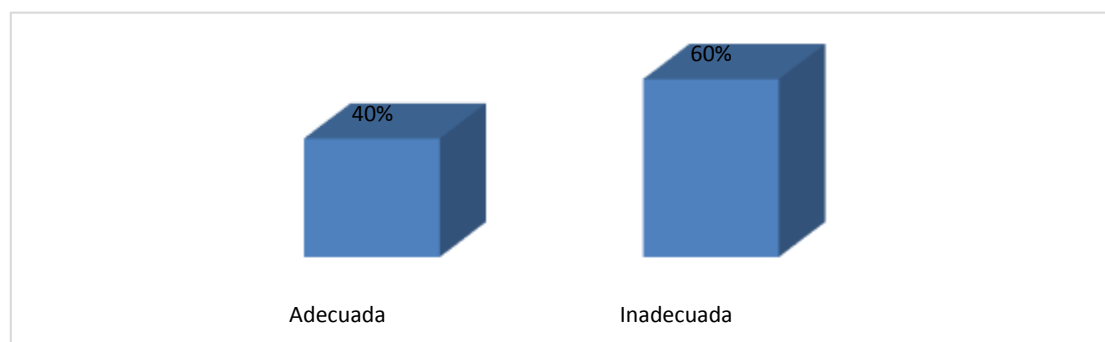


Gráfico N° 4: Adecuada gestión financiera

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Análisis

Del total encuestados indica que el 60% opina que no existe una adecuada gestión financiera mientras que un 40% de los encuestados muestra que si tienen una adecuada gestión financiera.

Interpretación

Es importante destacar que para la mayoría de los encuestados nos indicaron que no hay un adecuado manejo de la gestión financiera y que muy pocos consideran que mantienen una adecuada gestión para beneficio de la empresa.

2. ¿El análisis y medición de resultados son los esperados?

Tabla N° 6: Análisis y medición de alcance de resultados

	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	5	17%
NO	25	83%
Total	30	100%

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

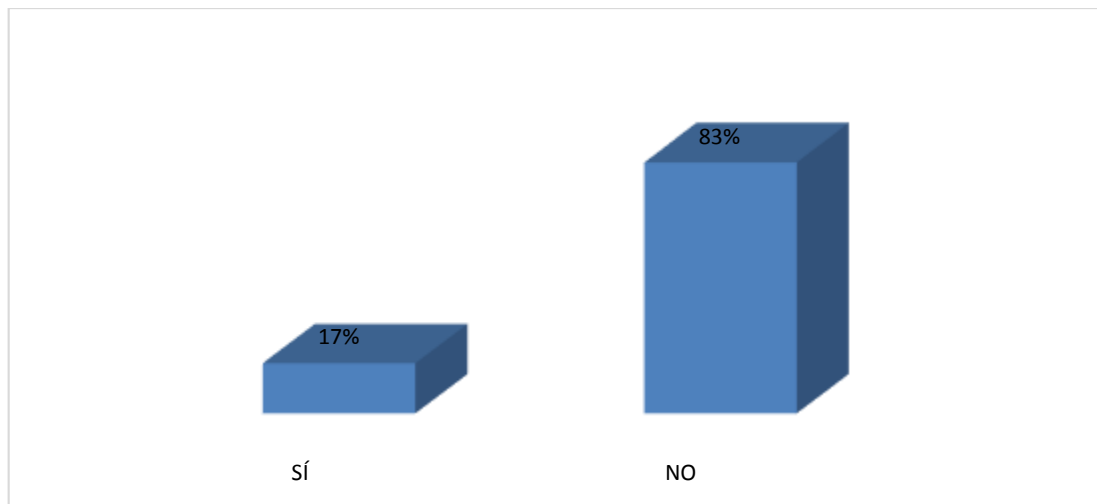


Gráfico N° 5: Análisis y medición de resultados

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Análisis

Del total encuestados indica que el 83% de ellos no realizan análisis de la información financiera para la medición de alcance de resultados con respecto al 17% que manifiesta que si se realizan dichos análisis de la información financiera por lo cual los resultados son los esperados.

Interpretación

La mayoría de los encuestados mencionan que no se realiza un análisis de información financiera, mientras que pocas piensan que si realizan un previo análisis de información financiera para la medición de resultados.

3. ¿Las decisiones a partir del análisis de información financiera son acertadas?

Tabla N° 7: Análisis de información financiera

	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	3	10%
NO	27	90%
Total	30	100%

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

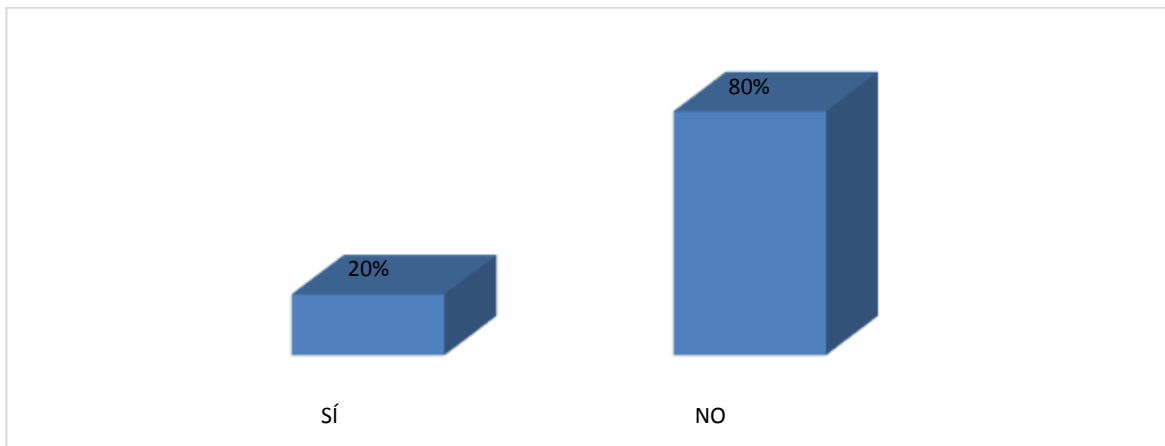


Gráfico N° 6: Análisis de información financiera

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Análisis

Del total encuestados se observa que el 80% no toman decisiones a partir del análisis de información financiera, con relación al 20% si toman decisiones en base a los análisis de la información financiera.

Interpretación

La gran mayoría de los encuestados no consideran importante tomar como base los análisis de la información financiera mientras que existe pocas personas menciona que es significativa la base de los análisis de la información financiera para la toma de decisiones.

4. ¿Se dio cumplimiento a los objetivos programados?

Tabla N° 8: Cumplimiento de objetivos

	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	3	10%
NO	27	90%
Total	30	100%

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

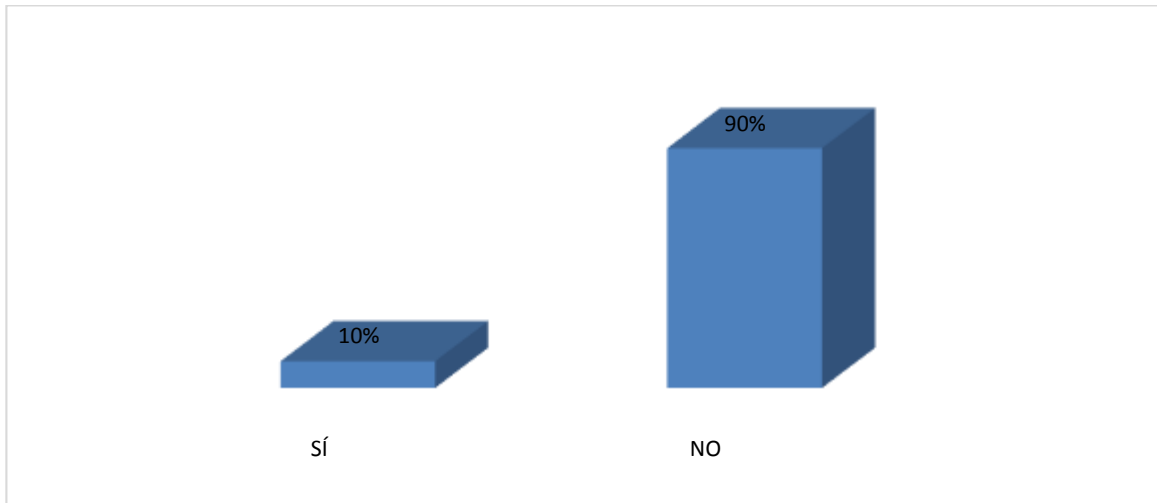


Gráfico N° 7: Cumplimiento de objetivos

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Análisis

Del total encuestados se observa que el 90% no realiza seguimiento a los objetivos y nuevas decisiones para beneficio de la empresa con respecto al 10% que si lo aplican para obtener buenos resultados.

Interpretación

Además se puede notar que hay una gran mayoría que no aplica el seguimiento de los objetivos que se plantearon para la toma de nuevas decisiones, para lo cual existen muy pocas personas que aplican de manera fundamental este seguimiento.

5. ¿Se han cuantificado las decisiones extraordinarias?

Tabla N° 9: Cuantificación de las decisiones extraordinarias

	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	7	23%
NO	23	77%
Total	30	100%

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

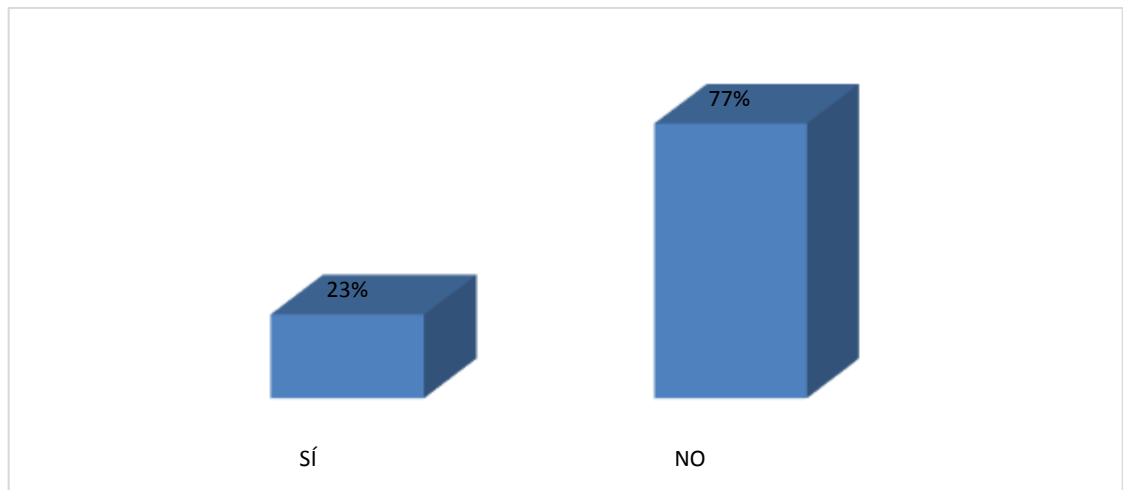


Gráfico N° 8: Cuantificación de las decisiones extraordinarias

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Análisis

Del total encuestados se observa que el 77% de las personas encuestadas si han cuantificado las decisiones extraordinarias mientras que un 23% nos afirman que si realizan la cuantificación de las decisiones para beneficio de la empresa.

Interpretación

Para lo cual se observa que la gran mayoría de las personas encuestadas nos manifestaron que de cierto modo no realiza la cuantificación de las decisiones extraordinarias mientras que pocas personas consideran necesario y oportuno realizar

6. ¿Es adecuado el plan de ventas?

Tabla N° 10: Plan de ventas

	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	8	27%
NO	22	73%
Total	30	100%

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

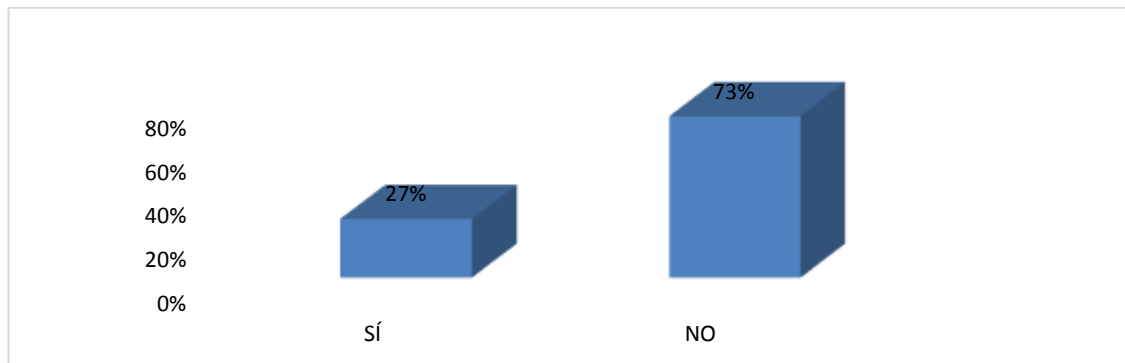


Gráfico N° 9: Plan de ventas

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Análisis

Del total encuestados se observa que el 73% de las personas encuestadas mencionan que el plan de ventas es inadecuado, mientras que un 27% si considera que le plan de ventas es adecuado en la empresa.

Interpretación

Es importante destacar que la mayoría de las personas encuestadas mencionan que el plan de ventas es inadecuado mientras que existe muy pocas personas que dan mucha importancia al plan de ventas que se maneja actualmente y que satisfacen las necesidades de la empresa.

7. ¿Es adecuado el plan de costos?

Tabla N° 11: Plan de costos

	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	9	30%
NO	21	70%
Total	30	100%

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

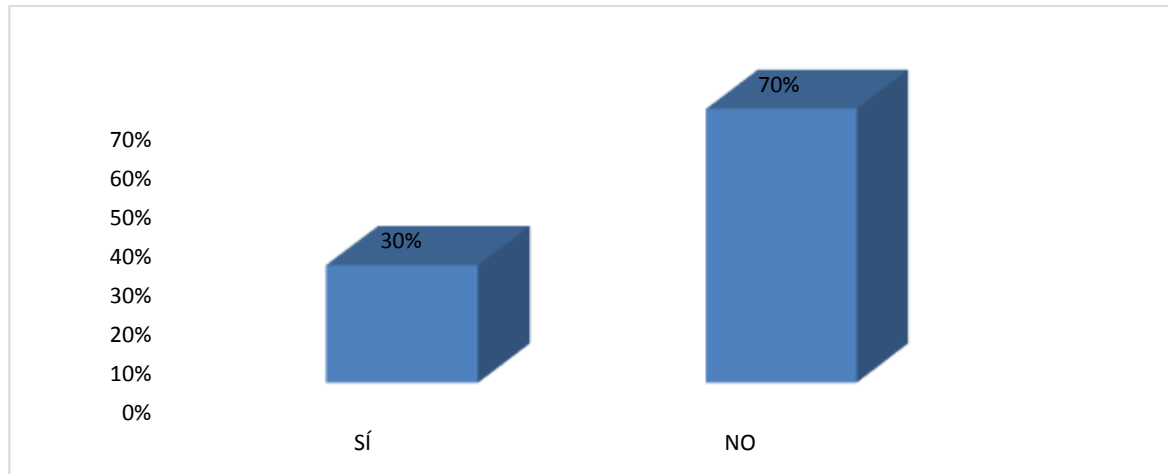


Gráfico N° 10: Plan de costos

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Análisis

Del total encuestados se observa que la mayoría de las personas alcanza un 70% menciona que el plan de costos es inadecuado, con relación al 30% que si considera que el plan de costos es adecuado.

Interpretación

La mayoría menciona que el plan de costos es inadecuado por lo que es importante aplicar un plan de costos para manejar de manera adecuada los recursos financieros de la empresa.

8. ¿Es adecuado el plan de inversiones?

Tabla N° 12: Desarrollo de plan de inversiones

	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	7	23%
NO	21	70%
Total	28	93%

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

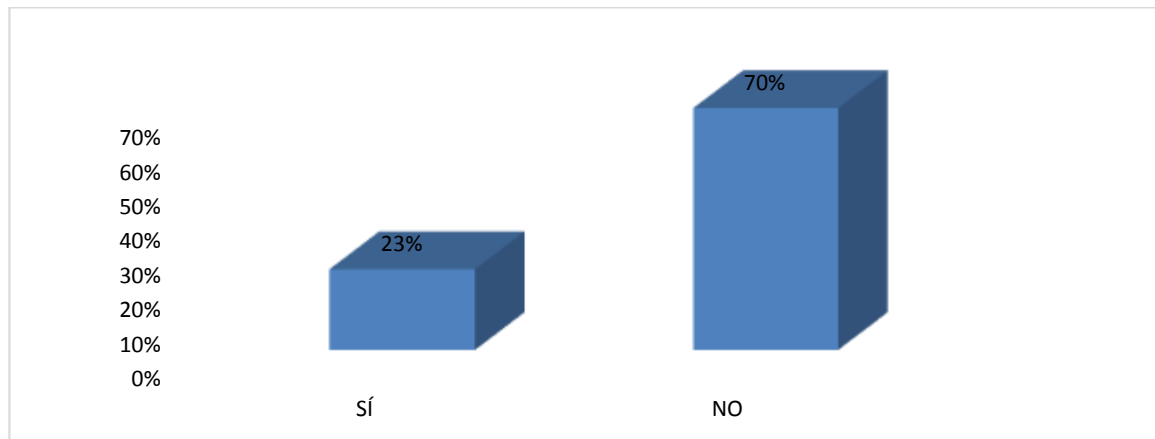


Gráfico N° 11: Cuantificación de las decisiones extraordinarias

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Análisis

Del total encuestados se observa que la mayoría de las personas alcanza un 70% menciona que el plan de inversiones es inadecuado, con relación al 23% que si considera que es adecuado.

Interpretación

La mayor parte de los encuestados mencionan que el plan de inversiones es inadecuado con relación a una cantidad mínima de personas que opina que es el plan de costos es adecuado y que ayuda a obtener excelentes resultados.

9. ¿Se ha trabajado con presupuestos por área empresarial?

Tabla N° 13: Presupuestos por área empresarial

	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	13	43%
NO	17	57%
Total	30	100%

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

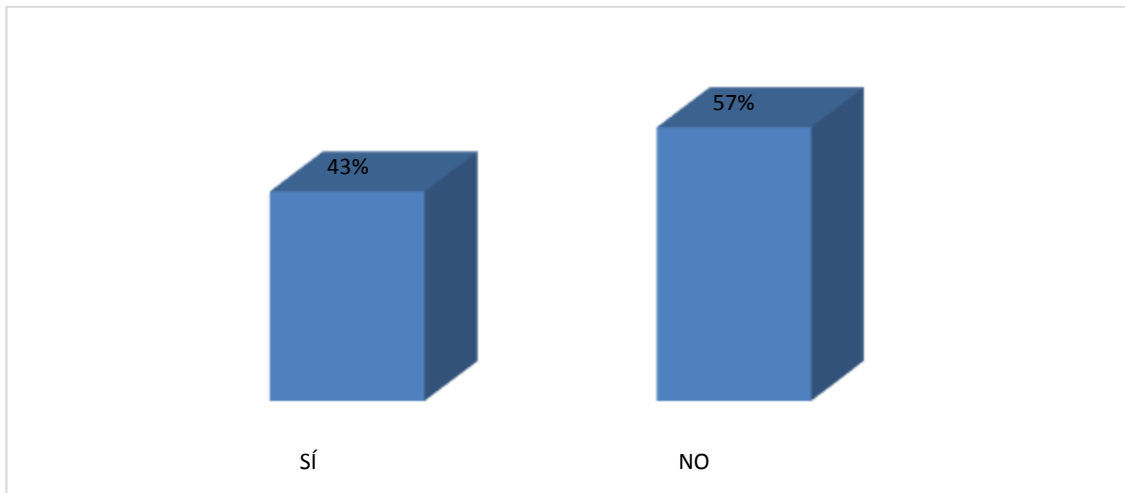


Gráfico N° 12: Cuantificación de las decisiones extraordinarias

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017).

Análisis

Del total encuestados se observa que la mayoría de personas encuestadas alcanzando un 57% que no trabajan realizando presupuestos por área empresarial, con relación al 43% que si trabaja con presupuestos ya que consideran necesario para las proyecciones que se puede realizar de la empresa.

Interpretación

Es necesario destacar que la mayoría de personas encuestadas no realizan presupuestos por área empresarial, pero existe menos de la mitad que si lo hacen para ayudar a repartir de manera oportuna los recursos.

10. ¿Es adecuado el plan de financiamiento?

Tabla N° 14: Plan de financiamiento

	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	10	33%
NO	20	67%
Total	30	100%

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

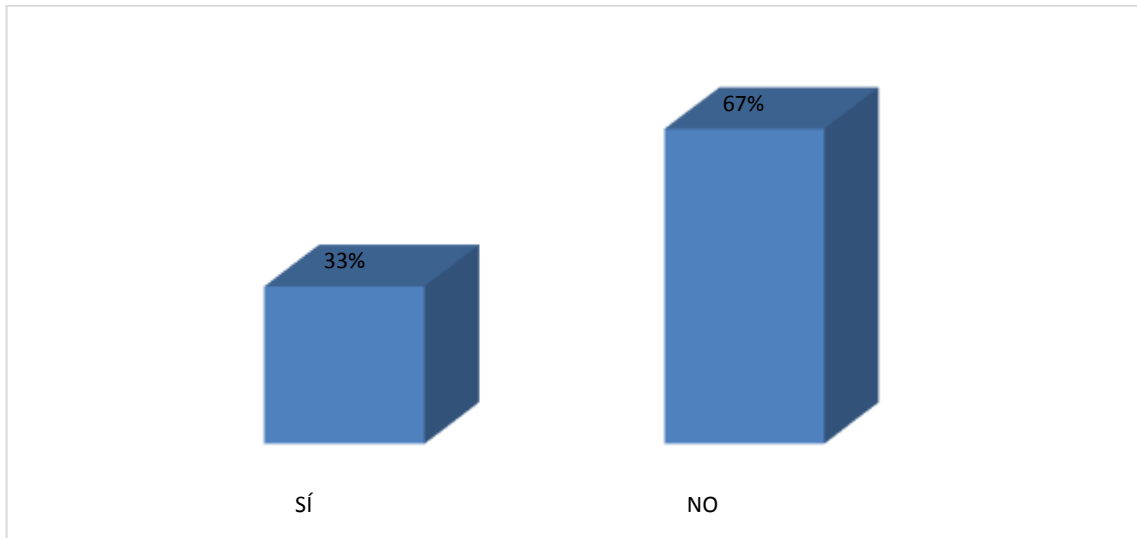


Gráfico N° 13: Plan de financiamiento

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Análisis

Del total encuestados se observa que la mayoría de personas encuestadas en un 67% menciona que no es adecuado el plan de financiamiento, con relación a un 33% que considera que es adecuado.

Interpretación

La mayoría menciona que no se desarrolla o que es inadecuado el plan de financiamiento lo cual es preocupante porque este contribuye a mantener índices de liquidez adecuados y diversificar la cartera.

11. ¿Los estados financieros presentan razonablemente la situación financiera de la empresa?

Tabla N° 15: Presentación razonable de la situación financiera

	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	6	20%
NO	24	80%
Total	30	100%

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

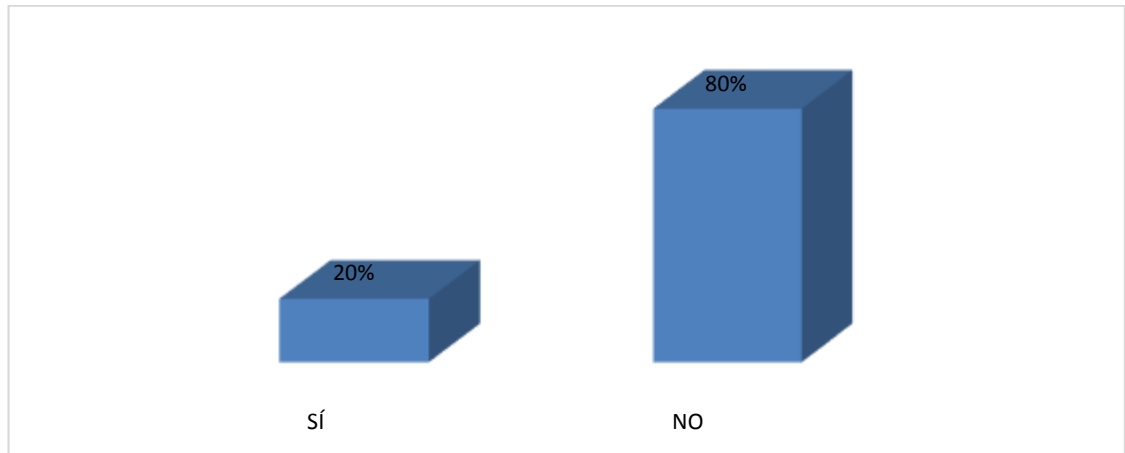


Gráfico N° 14: Presentación razonable de la situación financiera

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Análisis

Del total encuestados se observa que la mayoría de las personas encuestadas el 80% nos indican que no presentan razonablemente la situación financiera de la empresa, pero a su vez existe un 20% de las personas que si presentan de manera razonable la situación financiera.

Interpretación

Es importante destacar que la mayoría de las personas encuestadas no presentan razonablemente la situación financiera, con relación a muy pocas personas que si presentan de manera adecuada y oportuna los estados financieros

12. ¿Es necesario diseñar un plan financiero para la distribuidora “Santa Anita”?

Tabla N° 16: Diseño de plan financiero

	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	22	73%
NO	8	27%
Total	30	100%

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

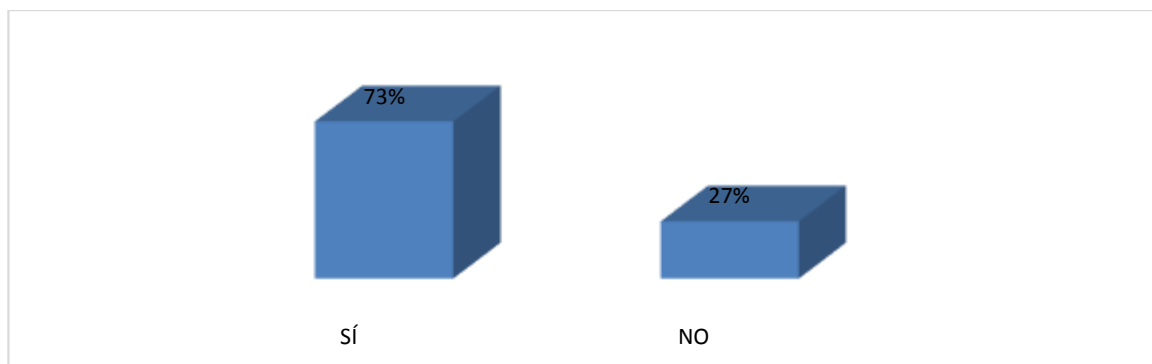


Gráfico N° 15: Diseño de un plan financiero

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Análisis

Del total encuestados se observa que la mayoría de las personas consideran necesario la idea de diseñar un plan financiero para la empresa con un 73%, mientras que existe un 27% no creen oportuno diseñar un plan financiero.

Interpretación

Para lo cual es importante destacar que la gran mayoría de personas consideran necesario diseñar un plan financiero, esto para enfrentar los múltiples problemas que refieren al control de los recursos empresariales, esperando que se mejore la rentabilidad.

4.1.1.1. Verificación de la hipótesis

Para la comprobación de la hipótesis se utiliza el chi cuadrado esto porque nos permite alcanzar resultados deseados y correlacionar las variables, es decir mostrar si la planificación financiera tiene alguna relación directa con la rentabilidad empresarial, para lo cual se utiliza la siguiente formula.

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O - E)^2}{E}$$

Planteamiento de la hipótesis

H₀: El plan financiero no permite el mejoramiento de la gestión financiera que incide en la rentabilidad de la distribuidora “Santa Anita” del cantón Ambato.

H_a: El plan financiero permite el mejoramiento de la gestión financiera que incide en la rentabilidad de la distribuidora “Santa Anita” del cantón Ambato.

Nivel de significancia y grado de libertad

$$gl = (nc - 1) (nf - 1)$$

Simbología

e = Margen de error

gl = Grado de libertad

nf = Numero de filas

nc = Numero de columnas

X²t = Chi cuadrado tabulado a nivel de significancia

Error (e) = 0,05

$$gl = (2 - 1) (2 - 1)$$

$$gl = (1) (1)$$

$$gl = 1 \rightarrow \boxed{X^2 = 3.841 \text{ Chi Tabulado}}$$

Estadístico de prueba

Simbología

X^2 = Valor a calcularse de chi cuadrado

O = Frecuencia observada

E= Frecuencia esperada

$$f_e = \frac{(TC) (TF)}{TM}$$

Fe = Frecuencia esperada

TC = Total de columnas

TF = Total de filas

TM = Total de muestra

Frecuencias observadas

Tabla N° 17: Frecuencias observadas

FRECUENCIA OBSERVADAS	2. ¿El análisis y medición de resultados son los esperados?		
12. ¿Es necesario diseñar un plan financiero para la distribuidora “Santa Anita”?	Si	NO	Total
Si	6	7	13
NO	2	15	17
Total	8	22	30

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Frecuencias esperadas

Tabla N° 18: Frecuencias esperadas

FRECUENCIA ESPERADA	2. ¿El análisis y medición de resultados son los esperados?		
12. ¿Es necesario diseñar un plan financiero para la distribuidora “Santa Anita”?	Si	NO	Total
Si	3,46666667	9,53333333	13
NO	4,53333333	12,46666667	17
Total	8	22	30

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Calculo del chi cuadrado

Tabla N° 19: Calculo chi cuadrado

O	E	O-E	O-E²	O-E²/E
6	3,47	2,53	6,41777778	1,85
2	4,53	(2,53)	6,41777778	1,42
7	9,53	(2,53)	6,41777778	0,67
15	12,47	2,53	6,41777778	0,51
30	30	0	25,67111111	4,45

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Verificación de la hipótesis

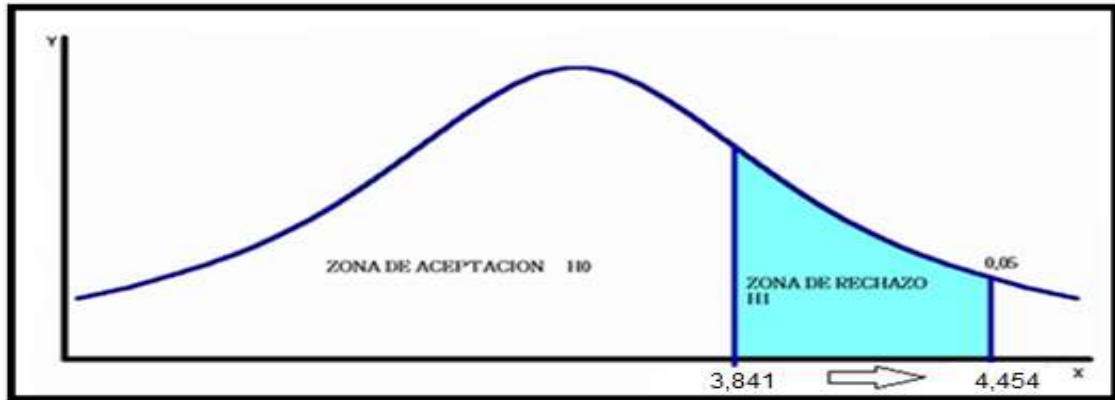


Gráfico N° 16: Chi cuadrado
Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Regla de decisión

Condición:

Si X^2_c es \geq a X^2_t ; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Además cumple la condición debido a que: $3,841 > 4,454$.

Conclusión

Luego de haber realizado la prueba de hipótesis chi cuadrado se ha determinado que si cumple con la condición X^2_c es $>$ a X^2_t , por lo tanto se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 , es decir que: “El plan financiero permite el mejoramiento de la gestión financiera que incide en la rentabilidad de la distribuidora “Santa Anita” del cantón Ambato.”, con esto se procede a realizar una propuesta que justifique la investigación y resuelva el problema.

4.1.2. Análisis financiero

Para realizar el análisis financiero tomaremos en consideración los estados financieros de la empresa Santa Anita, estos estados estarán consolidados desde 2014-2015.

De este proceso obtenemos la siguiente tabla, sobre la cual se realizaron los análisis correspondientes y se aplicaron las razones financieras.

Tabla N° 20: Estado de situación financiera consolidado de la distribuidora “Santa Anita”

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
CUENTAS	PERIODO			PROMEDIO		
	2015	2014	Absoluto	Relativo	Vertical 2015	Vertical 2014
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 288.543	\$ 345.600	-\$ 57.057	-16,51%	17,05%	18,29%
Cuentas por cobrar comerciales	\$ 548.963	\$ 758.487	-\$ 209.524	-27,62%	32,45%	40,15%
Inventarios	\$ 345.698	\$ 345.169	\$ 529	0,15%	20,43%	18,27%
Otros activos corrientes	\$ 125.691	\$ 50.369	\$ 75.322	0,20%	7,43%	2,67%
Total activos corrientes	\$ 1.308.895	\$ 1.499.625	-\$ 190.730	-12,72%	77,36%	79,38%
Total activos no corrientes	\$ 256.987	\$ 240.698	\$ 16.289	6,77%	15,19%	12,74%
Otros activos corrientes	\$ 125.963	\$ 148.753	-\$ 22.790	-15,32%	7,45%	7,87%
TOTAL ACTIVOS	\$ 1.691.845	\$ 1.889.076	-\$ 197.231	-10,44%	100,00%	100,00%
Obligaciones financieras	\$ 456.974	\$ 432.698	\$ 24.276	5,61%	27,01%	22,91%
Cuentas por pagar proveedores	\$ 523.427	\$ 689.145	-\$ 165.718	-24,05%	30,94%	36,48%
Otros pasivos corrientes (ajuste)	\$ 256.974	\$ 263.074	-\$ 6.100	-2,32%	15,19%	13,93%
Total pasivos corriente	\$ 1.237.375	\$ 1.384.917	-\$ 147.542	-10,65%	73,14%	73,31%
Obligaciones financieras no corriente	\$ 30.691	\$ 40.523	-\$ 9.832	-24,26%	1,81%	2,15%
Otros pasivos no corrientes	\$ 90.604	\$ 89.203	\$ 1.401	1,57%	5,36%	4,72%
Total Pasivos no corriente	\$ 121.295	\$ 129.726	-\$ 8.431	-6,50%	7,17%	6,87%
TOTAL PASIVO	\$ 1.358.670	\$ 1.514.643	-\$ 155.973	-10,30%	80,31%	80,18%
TOTAL PATRIMONIO	\$ 333.175	\$ 374.433	-\$ 41.258	-11,02%	19,69%	19,82%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 1.691.845	\$ 1.889.076	-\$ 197.231	-10,44%	100,00%	100,00%

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Tabla N° 21: Estado de Resultados integral de la distribuidora “Santa Anita”

CUENTAS	ESTADO DE RESULTADOS					
	PERIODO		PROMEDIO			
	2015	2014	Absoluto	Relativo	Vertical 2015	Vertical 2014
Ventas	\$ 496.321	\$ 684.126	-\$ 187.805	-27,45%	100,00%	100,00%
Costos	\$ 329.145	\$ 405.674	-\$ 76.529	-18,86%	66,32%	59,30%
Utilidad Bruta	\$ 167.176	\$ 278.452	-\$ 111.276	-39,96%	33,68%	40,70%
Gastos de venta y administrativos	\$ 145.698	\$ 152.365	-\$ 6.667	-4,38%	29,36%	22,27%
Gastos financieros	\$ 952	\$ 1.025	-\$ 73	-7,12%	0,19%	0,15%
Otros ingresos/ gastos (ajuste)	\$ 15.365	\$ 16.987	-\$ 1.622	-9,55%	3,10%	2,48%
Utilidad antes de participación trabajadores e impuesto a la renta	\$ 35.891	\$ 142.049	-\$ 106.158	-74,73%	7,23%	20,76%
UTILIDAD NETA	\$ 18.563	\$ 103.068	-\$ 84.505	-81,99%	3,74%	15,07%

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Análisis horizontal

De acuerdo a la información financiera que se puede apreciar en las Tablas 3 y 4, la empresa presenta en gran parte de sus partidas contables un descenso, así la cuenta efectivo y sus equivalentes se redujeron en un 16,51% pasando de \$3456000 a \$288543, más aun se evidencia una caída mayor en las cuentas por cobrar que paso de \$758487 a \$548963 en el año 2015, lo que representa una disminución de 28% en dicha cuenta, esto debido a la caída de las ventas en un 27% que paso de \$684126 en el año 2014 a \$496321 en el 2015.

Otra falencia encontrada es que el inventario pasó de \$345169 en 2014 a \$345698 en el año 2015, lo que evidencia claramente un error por parte de la administración ya que se redujeron las ventas pero el inventario, es decir, las compras realizadas aumentaron ligeramente en un 0,15% para ser exactos.

También se evidencia una caída en 11 puntos del activo total que poseía la empresa ya que en el 2014, la empresa tenía un total de activos de \$1889076 y en el 2015 disminuye a \$1691845; cabe rescatar que los pasivos corrientes y no corrientes tuvieron una disminución de 11 y 7 puntos respectivamente; a pesar de la reducción de los pasivos lo que realmente preocupa es que de continuar a este paso, el patrimonio será afectado como ya ocurrió en el 2015, donde el patrimonio disminuyo en 11 puntos a comparación del 2014 pasando de \$374433 a \$333175.

Otro punto crítico y muy preocupante que sin duda comprueba lo anteriormente expuesto es la reducción en 82% de la utilidad neta en el año 2015 con referencia al año 2014, la utilidad neta pasó a ser de \$18563 en el 2015 mientras que en el 2014 fue de \$103068

Análisis vertical

Las cuentas más representativas del activo en el 2015 son las cuentas por cobrar (32%), inventarios (20%) y efectivo y equivalentes al efectivo (17%), también se puede observar el total de activos no corrientes representa apenas el 15% del activo total; todo esto muestra que la empresa realiza gran parte de sus ventas a crédito, posee un

considerable nivel de inventarios y una cantidad no muy significativa de bienes muebles e inmuebles a largo plazo.

Del total de pasivos y patrimonios en el 2015, se observa que los pasivos corrientes son mayores a los no corrientes, con 73% y 7% respectivamente, mientras que el patrimonio representa un 20%.

Las ventas están representadas de la siguiente forma: los costos de venta en un 66%, la utilidad bruta en 34%, los gastos de venta y administrativos en 29% y la utilidad neta representa un 4% de las ventas totales.

Indicadores financieros

Las razones financieras obtenidas después de haber aplicado las formulas correspondientes dieron como resultado la siguiente tabla, que es la base para las interpretaciones y análisis financiero:

Tabla N° 22: Indicadores

INDICADORES	2015	2014
LIQUIDEZ		
Liquidez corriente	1,0578	1,0828
Prueba ácida	0,7784	0,8336
SOLVENCIA		
Endeudamiento sobre activo total	0,8031	0,8018
Endeudamiento sobre el patrimonio neto	4,0779	4,0452
GESTIÓN		
Rotación del activo fijo	1,2960	1,7566
Rotación de ventas	0,2934	0,3621
Rotación de cuentas por cobrar	1,1061	1,1087

Rotación de cuentas por pagar	1,6087	1,4936
Rotación de existencias	0,9521	1,1753
RENTABILIDAD		
Rentabilidad neta del activo	0,0110	0,0546
Margen bruto	0,3368	0,4070
Margen operacional	0,2936	0,2227

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Indicadores de liquidez

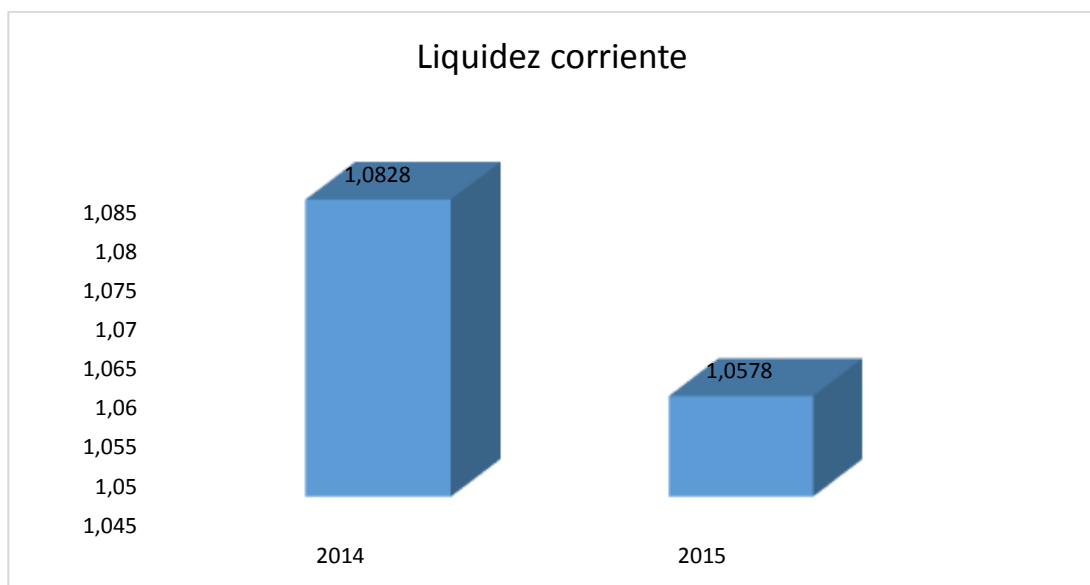


Gráfico N° 17: Liquidez corriente

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

La liquidez es aquel factor que indica la disponibilidad de dinero dentro de una empresa. En el presente gráfico se puede observar que ha existido un decrecimiento de la liquidez en el año 2015 con respecto al año anterior. Pasando de contar 1,0828 en el 2014 a 1,0578 en el 2015 por cada dólar de deuda, lo que supone un incremento de los pasivos o un decremento de los activos.

Prueba ácida

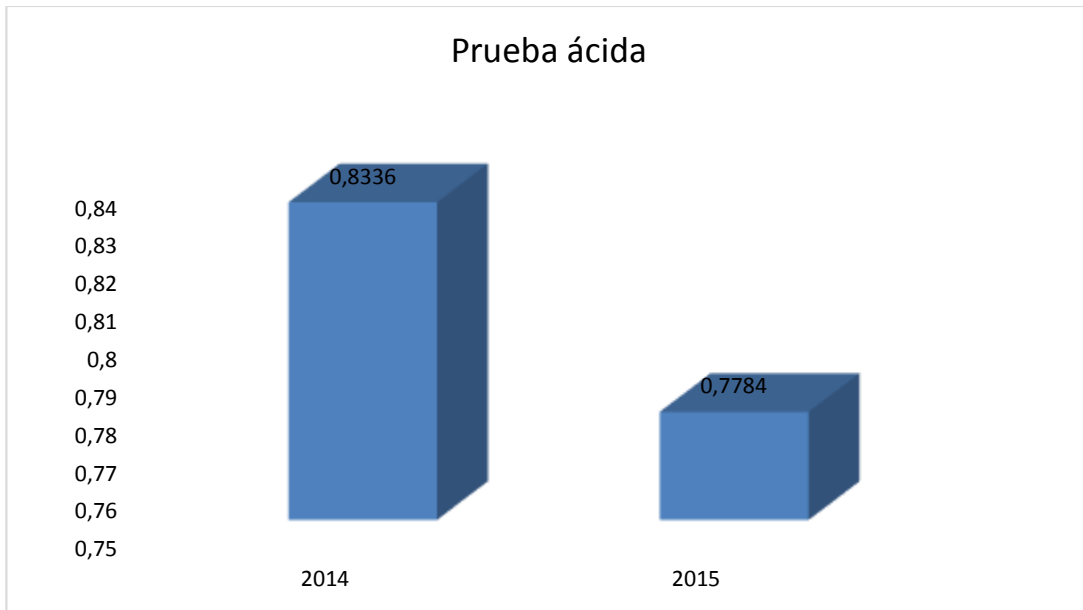


Gráfico N° 18: Prueba ácida
Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

La prueba ácida es un método que se utiliza con el fin de medir la capacidad de la empresa para cumplir con las obligaciones corrientes a través de su efectivo, además, medir los deberes de las cuentas por cobrar, inversiones temporales y demás activos. En el gráfico número 2 el indicador de prueba ácida muestra un decremento del 5,52% en el año 2015 con respecto al año 2014.

Análisis

Los presentes indicadores de liquidez aplicados en el trabajo investigativo, liquidez y prueba ácida, expresan que la distribuidora “Santa Anita” se encuentra con falta de liquidez, debido al decremento que existió en el año 2015 con respecto al año 2014, lo que implica un inadecuado uso de los activos pertenecientes a la empresa, es así, que la prueba ácida también se ve afectada, ya que, tiene una baja considerable en el año 2015.

Indicadores de solvencia

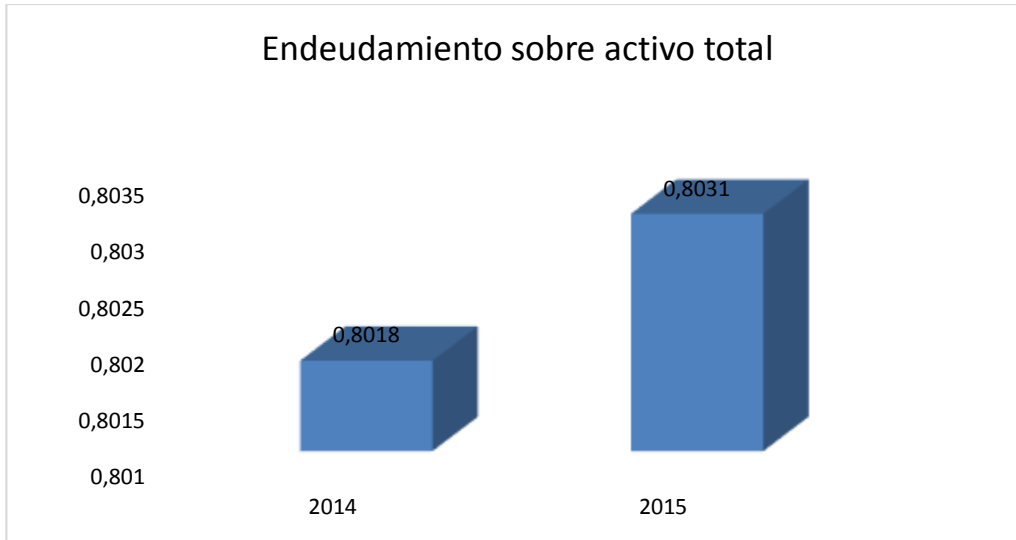


Gráfico N° 19: Endeudamiento sobre el activo total
Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Como indica el gráfico de endeudamiento sobre activo total de la distribuidora “Santa Anita” presenta en el año 2014 un 0,8018 y 0,8031 puntos en los años 2014 y 2015 respectivamente, lo cual muestra una alta dependencia del financiamiento eterno en ambos periodos, de tal manera que los activos corrientes de la empresa muestran que su capacidad de endeudamiento es poco aceptable, al funcionar con una estructura financiera en la que intervienen en más de un 70% sus acreedores.

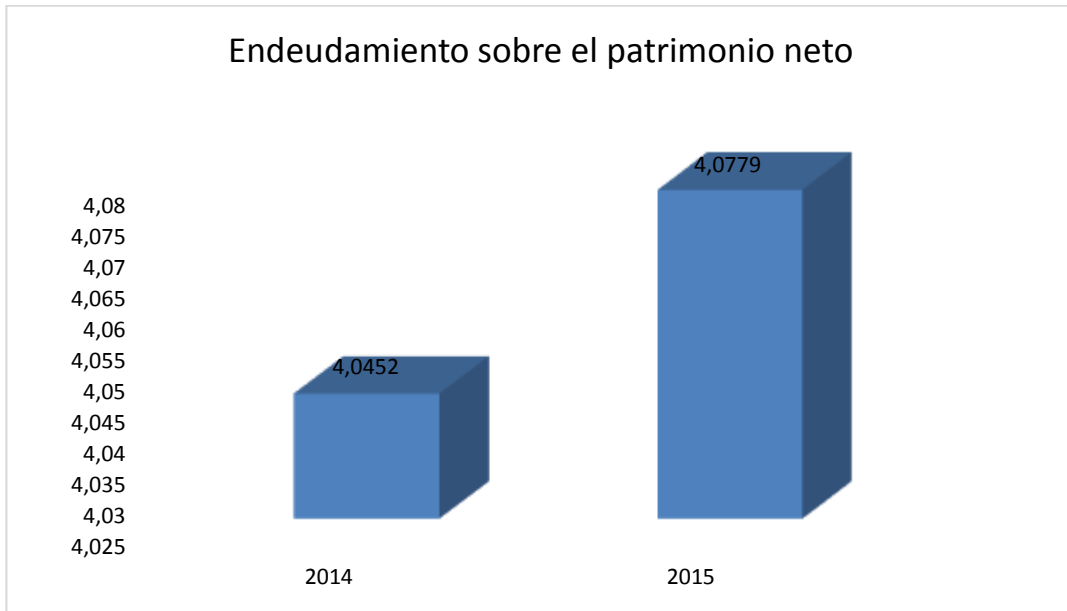


Gráfico N° 20: Endeudamiento sobre patrimonio neto
Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

El indicador de endeudamiento patrimonial neto en el gráfico 4, que representa los datos de la distribuidora “Santa Anita” fue mayor en el año 2015 con 4,07 que en el 2014 con 4,05. Como se vio en el análisis vertical del estado financiero, que el pasivo se redujo en un 10,3% y el patrimonio en 11,02%, este resultado negativo se da por la caída de las ventas en un 27%, y de la utilidad neta en un 82%.

Indicadores de gestión

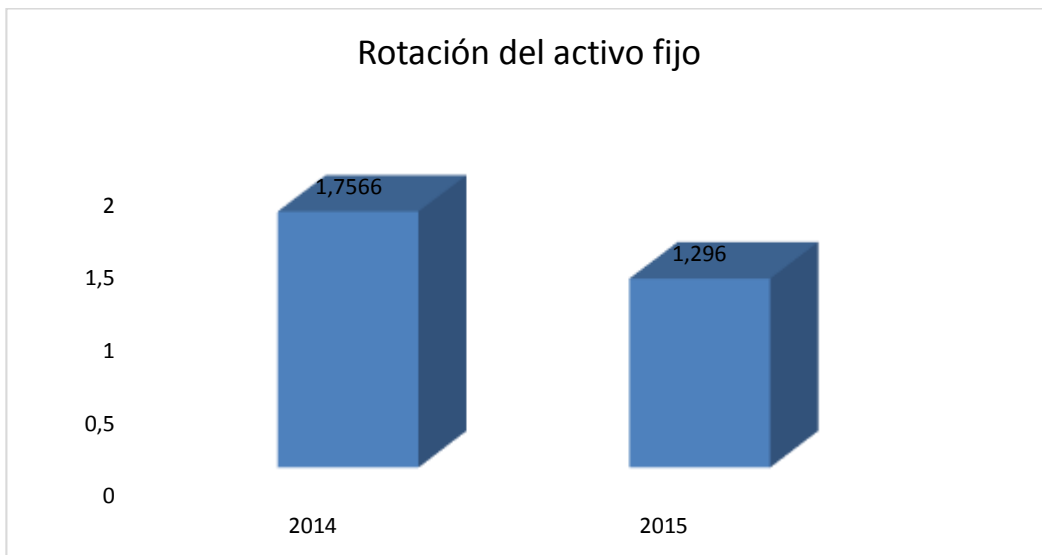


Gráfico N° 21: Rotación del activo fijo
Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

El indicador de activo fijo muestra un decrecimiento de 7 puntos, pasando de 1,76 puntos en el año 2014 a 1,30 puntos del año 2015, lo que indica que la cantidad de unidades monetarias que se tiene de patrimonio por cada unidad invertida en activos fijos, aun es bastante significativa a pesar de su caída.

Análisis

Al tener este indicador un cociente mayor a uno, expone que la totalidad del activo fijo tangible (bienes muebles e inmuebles) utilizados en el proceso del funcionamiento de la empresa puede financiarse con su patrimonio sin la necesidad de acceder a préstamos de terceros.

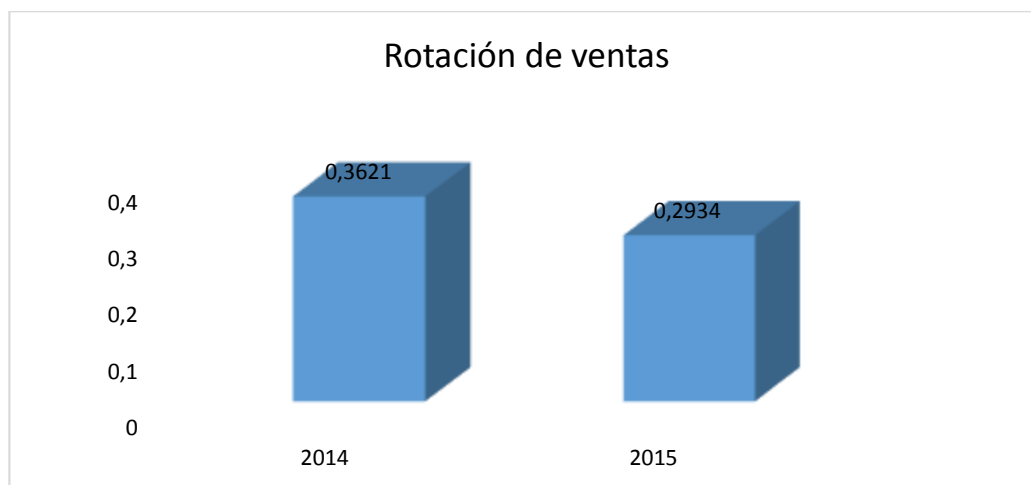


Gráfico N° 22: Rotación de ventas
Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

El indicador de rotación de ventas muestra un descenso del 14%, pasando de 0,3621 en el 2014 a 0,2934 unidades monetarias por cada unidad invertida en activos en el 2015;

resultando desfavorable, ya que, se ha tenido una menor retribución por la inversión realizada.

Análisis

Como se pudo ver en el análisis horizontal de los estados financieros, tanto las ventas como los activos totales se redujeron, pero en diferente proporción, siendo más significativo el descenso de las ventas con un 27%, mientras que los activos totales se redujeron en un 10%.

La reducción mostrada en los activos totales se debe a las ventas realizadas en el año 2015, que no retribuyen adecuadamente a la inversión realizada, lo que evidencia una reducción en la eficiencia de la gestión directiva de la empresa Santa Anita”

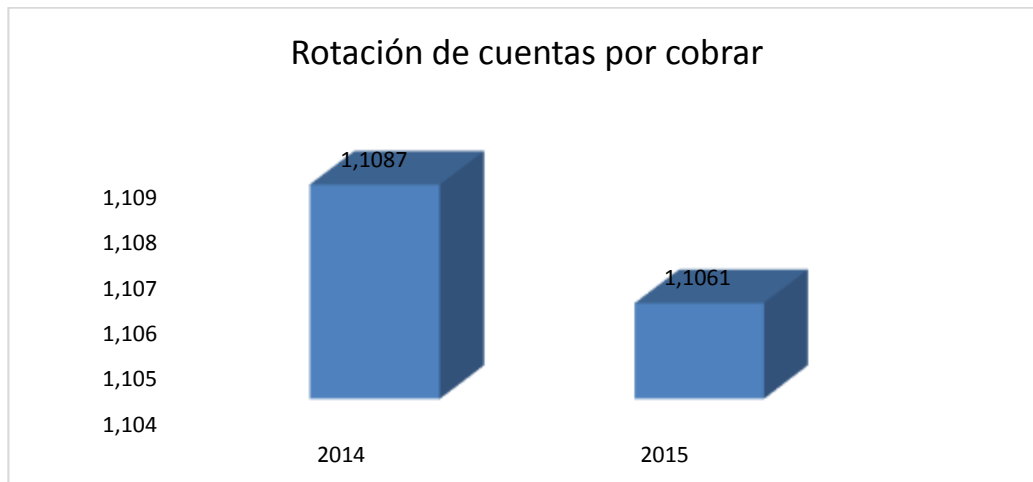


Gráfico N° 23: Rotación de cuentas por cobrar
Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

El periodo medio de cobranza tuvo una variación, aunque mínima pero positiva, pasando de 52 días en el 2014 para la recuperación de cuentas por cobrar a 51 días en el 2015, lo que representa una diferencia aproximadamente de un día.

Análisis

Como se pudo apreciar en el análisis horizontal de los estados financieros, donde se evidencia que las ventas y cuentas por cobrar se redujeron, pero en una proporción diferente, donde, las primeras presentan una disminución de \$187805 y la segunda \$209524, lo que expone que se recuperaron en mayor cantidad las cuentas por cobrar, considerando el volumen de ventas en el año 2015.

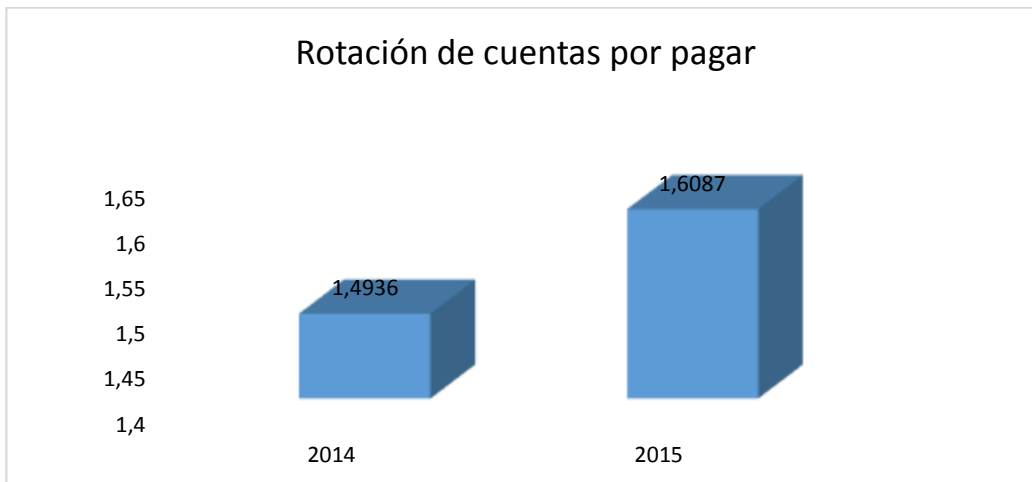


Gráfico N° 24: Rotación de cuentas por pagar
Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

El periodo medio de pago de la distribuidora “Santa Anita” tuvo una variación de 4 días, pasando de 68 días de tardanza para cancelar sus obligaciones en el 2014 a 72 días en el año 2015.

Análisis

Como se pudo observar en el análisis horizontal de los estados financieros de la distribuidora “Santa Anita”, las cuentas por pagar se han reducido en un 24%, mientras que el nivel de ventas ha descendido en un 27%. Al comparar estos resultados, es evidente que las adquisiciones a crédito a proveedores no se han reducido en la misma cantidad que las ventas, evidenciando una falta de proyección por parte de la administración.

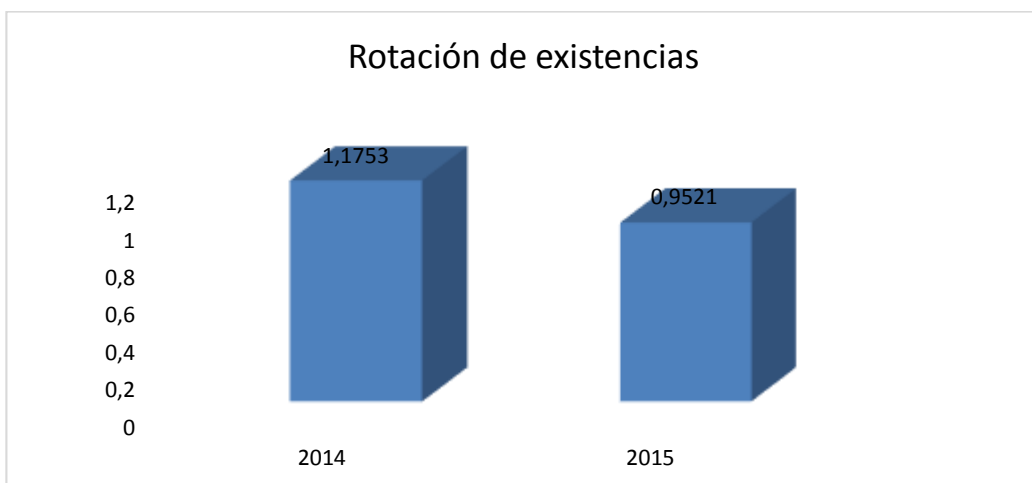


Gráfico N° 25: Rotación de existencias
Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

La rotación de existencias de la empresa “Santa Anita” tuvo una variación del 17% en el 2015 respecto al año 2014, esto nos muestra la disminución que ha tenido la empresa en su capacidad de convertir su inventario de mercadería en ventas realizadas.

Análisis

Como se pudo ver en el análisis horizontal de los estados financieros, el cual evidencio una disminución en las ventas al ser comparado con el cociente de rotación de existencias, se muestra otro problema causado por la mala administración administrativa

Índices de rentabilidad

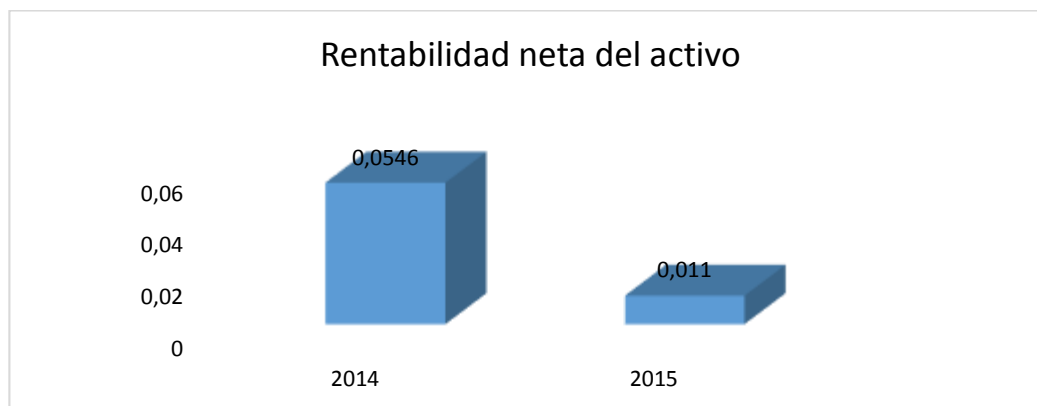


Gráfico N° 26: Rentabilidad neta del activo
Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

La rentabilidad neta del activo se ha reducido en un 73% en el año 2015 con respecto al 2014, pasando de 0,0546 en el 2014 a 0,011 en el 2015, lo que resulta negativo, ya que esto muestra que la capacidad del activo para obtener utilidades es menor.

Análisis

Este indicador relaciona la utilidad neta con el activo, como se apreció en el análisis horizontal, ambas cuentas han decrecido, pero el resultado obtenido no es favorable

debido a que, el activo total se redujo en 10%, mientras que la utilidad neta se redujo en un 82%, lo que evidencia que la inversión realizada en activos no ha sido rentable al nivel que lo fue en el 2014.

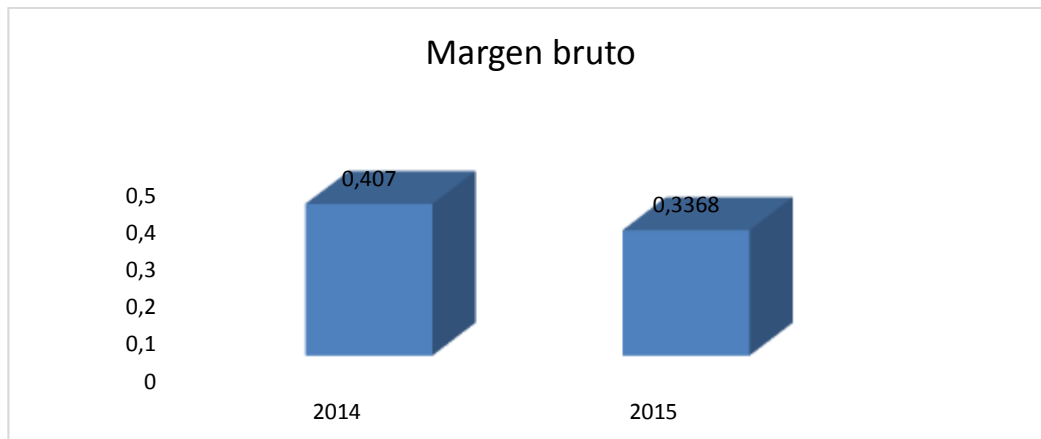


Gráfico N° 27: Margen bruto

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

El margen bruto Ha disminuido en un 17%, pasando de 0,407 en el 2014 a 0,3368 en el 2015, lo que resulta negativo para la empresa, porque, indica que la capacidad de la misma para cubrir sus gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos es menor para el año 2015 con respecto al año anterior.

Análisis

Tanto las ventas como sus costos se redujeron para el 2015, pero no en la misma proporción como se observa en el análisis horizontal de los estados financieros; mientras las ventas variaron negativamente en un 27%, sus costos lo hicieron en un 27%, este margen de 8% es menor al cálculo del indicador en el 2014.

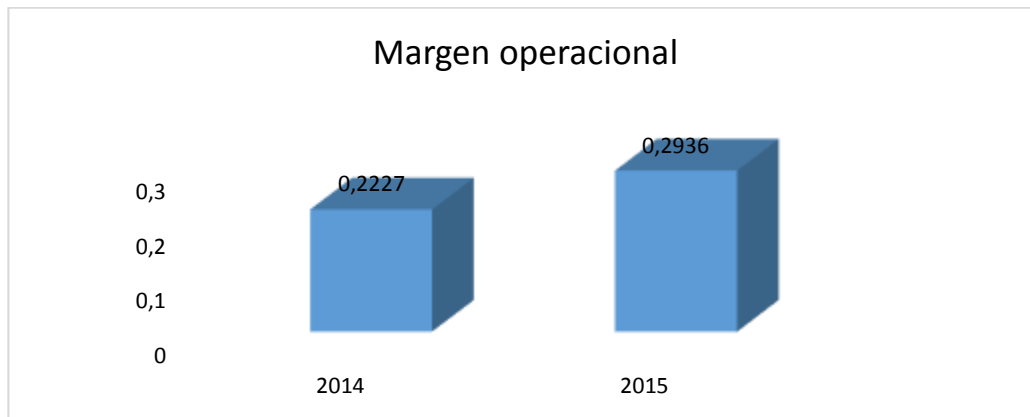


Gráfico N° 28: Margen operacional
Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

El margen operacional mostró una variación positiva del 32%, pasando de 0,2227 en el 2014 a 0,2936 en el 2015, lo que implica que el lucro de la empresa ha aumentado, ya que este indicador relaciona a las ventas con sus costos y gastos administrativos y de ventas.

Análisis

Como se puede observar en el análisis horizontal de los estados financieros, la actividad operacional se redujo en un 71%, mientras que las ventas en un 27%, lo que de manera implícita muestra que las ventas se redujeron por el incremento de los costos y gastos, que aumentaron en mayor proporción a las ventas.

4.2. Limitación del estudio

La limitación del estudio en el presente proyecto de investigación se dio principalmente, porque a pesar de que existe un departamento dedicado a la parte contable de la empresa “Santa Anita”, dicho departamento no posee método adecuado para llevar y expresar su información financiera; los estados financieros no cumplen con lo establecido por la Superintendencia de Compañías, por lo que hubo cierta complicación para realizar el análisis financiero respectivo.

Esta deficiencia fue contrarrestada con una revisión minuciosa, organización y reestructuración de los estados financieros de la empresa para que no se presenten mayores inconvenientes al realizar la investigación.

4.3. Conclusiones

Se evaluó el modelo de gestión financiera en la distribuidora “Santa Anita” a través de la aplicación de encuestas dirigido al personal administrativos y empleados relacionados a la actividad, lo cual indica que no se mantiene una adecuada gestión financiera, esto según el 60% del personal interno; además de mencionar que el análisis de información, el alcance de objetivos, la toma de decisiones, así como las planificaciones de ventas, costos, inversiones y financiamiento son inadecuadas.

Con la aplicación de los indicadores se determinó el nivel de rentabilidad de la distribuidora “Santa Anita”, en donde la rentabilidad neta del activo se disminuyó del 0,0546 al 0,011 entre el 2014 y 2015, así mismo, el margen bruto se redujo del 0,407 al 0,3368 del 2014 al 2015, y el margen operacional incrementó su valor ligeramente de 0,2227 al 0,2936; observando en términos generales que los indicadores han disminuido para el año 2015 lo que evidencia que la empresa no produce valor e incurre en pérdidas.

En cuando al desarrollo de una posible propuesta un 73% de las personas intervenidas en el estudio de campo, mencionó la necesidad de desarrollar un plan financiero que le permita mejorar la rentabilidad en la distribuidora “Santa Anita” además que todo el estudio evidencia que existe una relación directa de las variables por lo que es necesario prever soluciones solidas a fin de mejorar la situación empresarial y de todos sus indicadores que evidencian una disminución para el último año analizado.

4.4. Recomendaciones

Elaborar instrumentos de evaluación para el modelo de gestión financiera en la distribuidora “Santa Anita”, a fin de mejorar y adecuar la gestión financiera; además de detallar el análisis de información, adecuar el alcance de objetivos, mejorar la toma de

decisiones, así como planificar las ventas, costos, inversiones y financiamiento son de vital importancia para la salud empresarial.

Aplicar indicadores trimestralmente a fin de determinar el nivel de rentabilidad de la distribuidora “Santa Anita” y prever desviaciones en los resultados, por lo que será importante realizar análisis comparativos de años anteriores y con ello representar gráficamente y en un informe detallado los resultados y alcances de las planificaciones, esto permitirá que al culminar el periodo los resultados programados sean alcanzados y presenten un incremento respecto al año anterior del análisis.

Desarrollar un plan financiero que le permita mejorar la rentabilidad en la distribuidora “Santa Anita”, esto a fin de solucionar el problema investigado y con ello establecer los alcances de objetivos estratégicos que permitan un desarrollo sostenido de la empresa en el mercado.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. Tema

Plan financiero que le permita mejorar la rentabilidad en la distribuidora “Santa Anita”.

5.2. Datos informativos

- **Institución Ejecutora.-** distribuidora “Santa Anita”
- **Beneficiarios.-** área administrativa de la empresa distribuidora “Santa Anita”, el o la investigador (a), personal involucrado en la empresa.
- **Ubicación.-** Cantón de Ambato, provincia de Tungurahua.
- **Tiempo estimado para la ejecución.-** 2016 -2017
- **Equipo técnico responsable.-** El o la investigador(a), el o la tutor (a) de investigación.

5.3. Antecedentes investigativos de la propuesta

Un plan financiero permitirá mejorar la rentabilidad de la área administrativa de la empresa de distribución Santa Anita que conlleve a la solución de la problemática en la cual se enfoca el tema de investigación, sin duda que existen variedades de investigaciones que ejecutan métodos de los planes de financiamiento en recuperación de la cartera en optimizar la rentabilidad por lo cual se revisara los repositorios de la Universidades y Escuelas Politécnicas, que se asemejen temas de la propuesta.

En la Universidad Técnica de Ambato - Contabilidad y Auditora, y la carrera de Gestión Financiera existe el siguiente trabajo de investigación con el tema “La gestión financiera y su impacto en la rentabilidad de la cooperativa de ahorro y crédito Kuriñan de la ciudad de Ambato año 2010”, Autora: Moyolema, María (2011),, cuyas conclusiones expresan lo siguiente:

Al realizar un diagnóstico de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kuriñan. Se establece que actualmente no cuenta con una gestión financiera adecuada lo cual no le ha permitido incrementar su rentabilidad y por ende no ha crecido como institución por lo que también no existen estrategias adecuadas en lo que la institución pueda respaldarse.

Se ha determinado también el retraso en la elaboración de los estados financiero por lo que no ha permitido realizar un análisis económico de la institución llevando a una inestabilidad económica financieras.

Desconocimiento sobre indicadores financieros y la inexistencia de un asesor permanente para realizar un análisis correspondiente de su liquidez provoca desconfianza de todos los socios.

No cuenta con un plan financiero que le ayude a mejorar la rentabilidad de la institución ya que es una herramienta muy necesaria para poder verificar cuanto seria la proyección para un determinado tiempo.

De igual manera en el repositorio de la Escuela Politécnica del Ejército en el departamento de Ciencias Económicas Administrativas y de Comercio, preside el siguiente tema de investigación: “Propuesta de un plan financiero para incrementar la rentabilidad de editorial la Gaceta S.A. domiciliada en la ciudad de Latacunga”, con la autoría de Tovar Amores, María Eugenia (2013), donde concluye que,

La Gaceta S.A. es un medio de comunicación escrito, de carácter matutino, con una trayectoria, con una trayectoria de 45 años, cuya actividad económica es la elaboración y distribución de periodo, presta servicios de Publicidad y Página WEB, con el fin de dar a conocer a la Provincia de Cotopaxi lo que acontece en sus entornos, situándose como uno de los medios de prensa escrita de mayor aceptado en el medio.

La Gaceta S.A ha logrado sobrellevar en los últimos años una sinnúmero de retos, entre ellos ser mejores y más competitivos a través de sus posibilidades de revisión, de la aportación de valor e innovación a los respectivos modelos de negocios para posicionarse en nuevos segmentos de mercado conforme a la realidad actual de los medios.

El gobierno para mantener sus imágenes y aceptación, ha incluido en el presupuesto importantes valores para la partida de difusión, información, publicidad, permitiendo así generar ingresos considerables para la economía del diario.

Con la aplicación de las estrategias financieras planteadas. La Gaceta S.A., para el año 2013 generaría una utilidad de \$131 mil Dólares optimizando la rentabilidad sobre ventas, sobre activos, y sobre patrimonios.

5.4. Justificación

El trabajo a realizar es de **interés** para mejorar la cartera de rentabilidad del área administrativa de la distribuidora “Santa Anita”, con un plan financiero, obteniendo resultados positivos en los objetivos y metas planteadas proporcionando herramientas eficientes de control y la **importancia** de minimizar los riesgos con los que pueda afectar a los clientes, empleados con las políticas a implementarse la misma que ayudara a brindar mayores beneficios y servicios con un alto nivel de rentabilidad, además que conllevando a la toma de decisiones adecuada de los directivos, en busca de una mejora organizativa y económica financiera de la institución.

La presente propuesta tiene **originalidad** ya que es realizada netamente por el investigador, con fuentes bibliográficas acorde al tema propuesto, y en donde se encuentra formada por un contenido bibliográfico de libros, documentos científicos, revistas, temas investigativos de similitud tema.

Sin duda que los **beneficiarios** de la propuesta son diferentes el personal administrativo de la distribuidora “Santa Anita”, que requiere optimizar la rentabilidad, mediante el desarrollo de un plan financiero que pueden influir en las actividades que se llevan a cabo en el proceso de mejoramiento continuo; de la misma forma puede ayudar a otras investigación con el análisis en campo que se desarrolló en el anterior capítulo.

5.5. Objetivos

5.5.1. Objetivo general

Elaborar un adecuado plan financiero que le permita mejorar la rentabilidad en la distribuidora “Santa Anita”.

5.5.2. Objetivo específico

- Elaborar un análisis de la situación actual de la distribuidora “Santa Anita” con una perspectiva estratégica de gestión financiera.

- Realizar un análisis del mercado, que conlleve a determinar los factores críticos de éxito y las ventajas competitivas del negocio.
- Definir los indicadores de desempeño, manteniendo el control de gestión de cada área funcional.

5.6. Análisis de Factibilidad

La factibilidad que es la realización de esta investigación porque se toma a consideración lo siguiente:

Legal.- La normativa Legal no impide que se realicen procesos de mejoramiento en las áreas administrativas de las organizaciones y el desarrollo de la propuesta, sin duda que de esta forma se puede llevar una investigación sin restricciones legales.

Política.- Se establece desarrollar proponer y mantener una política interna que deberá ser socializado a todo el personal y clientes para su fiel cumplimiento.

Social.- Sin duda que el personal administrativo es el principal beneficiado de las mejoras que se desarrolle en la organización, amas de los clientes y las personas que lindera con la organización

Organizacional.- La distribuidora “Santa Anita” cuenta con la coordinación de la parte administrativa financiera y gerencia lo que le permitiría efectuar de mejor manera el desarrollo de la propuesta.

Económico Financiero.- Sin duda que el análisis económico y el financiamiento para la propuesta son administrados por la alta gerencia de la distribuidora “Santa Anita”, que se ejecute y mantenga la propuesta.

5.7. Fundamentación científica

Planeación Financiera

María Hortensia Moyolema, (2011), cita a Alfonso Leopoldo O., quien define “Es una técnica que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer un pronóstico y las metas económicas y financieras de una empresa.”

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. Según Joaquín Moreno, “La planeación financiera es una técnica que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer en una empresa pronósticos y metas económicas y financieras por alcanzar, tomando en cuenta los medios que se tienen y los que se requieren para lograrlo”. Moreno Fernández Joaquín (2002). Además la planeación financiera define el rumbo que tiene que seguir una empresa para alcanzar sus objetivos estratégicos, tiene como propósito mejorar la rentabilidad, establecer la cantidad adecuada de efectivo, así como de las fuentes de financiamiento, fijar el nivel de ventas, ajustar los gastos que correspondan al nivel de operación, etcétera.

El autor Witte, Eberhard, (1969), menciona que:

Para que exista un buen plan financiero es necesario que haya un buen plan general para la empresa. Por tanto, la calidad de los planes, programas y presupuestos financieros viene condicionada a la de los demás elementos de planificación de la empresa. En la figura se observa que la planeación financiera depende de la planeación estratégica corporativa. Así mismo el plan financiero es parte integrante de la planificación empresarial más amplia. Se halla en multiforme relación con otros planes parciales, como los de ventas, producción, stocks y aprovisionamientos (pág. 175).

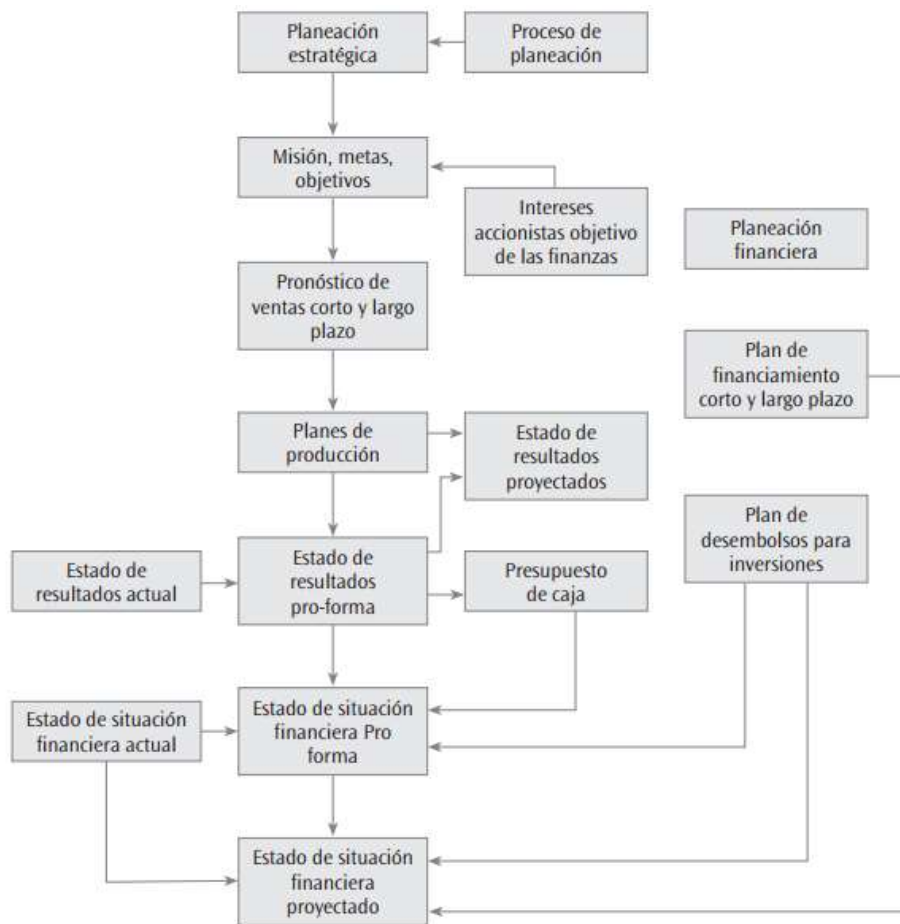


Gráfico N° 29: Plan financiero en el marco del plan estratégico.
Fuente: (Arturo & Antoño, 2014).

Origen de la planeación financiera

Los autores hermanos Morales Arturo y José Antoño (2014), mencionan el origen del plan financiero considerándose que;

Las finanzas se ocupan del financiamiento e inversión necesarios para incrementar el valor en las empresas, sin embargo, no siempre ha sido así, fue a partir de la crisis de 1929 en Estados Unidos de Norteamérica cuando muchas empresas quebraron, a partir de ese entonces es necesario hacer análisis de la evaluación del desempeño financiero de las empresas y, con base en él, formular una planeación financiera que ayude a resolver los problemas concernientes en la obtención de recursos (con un criterio donde se usen fuentes al menor costo posible y condiciones posibles para su pago), así como los relacionados a la aplicación de recursos en activos de la empresa, es decir, las inversiones. Las decisiones de financiamiento e inversión combinadas se enfocan a aumentar los beneficios de las empresas. “De 1950 a 1959 la dirección financiera ha ido adoptando su actual aspecto. El papel del director financiero ya no es solamente obtener fondos, sino la concreta aplicación de los mismos. Los departamentos técnicos tienen en proporción menos influencia que antes a la hora de seleccionar las inversiones. Se da

ahora menos importancia al balance que a la cuenta de pérdidas y ganancias, y se da más importancia al flujo de caja que al beneficio por acción” (2 Arroyo, Antonio y Prat, Margarita, 2004).

Gestión financiera

Oscar León (1999), “Trata de lograr la maximización de la riqueza de los accionistas por medio de actividades cotidianas, como la administración de créditos y los inventarios mediante decisiones a un plazo largo relacionando con la obtención de fondos”.

Para Nuñez (2012):

La Gestión financiera es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, hallada en cualquier organización, compitiéndole los análisis, decisiones y acciones relacionadas con los medios financieros necesarios a la actividad de dicha organización. Así, la función financiera integra todas las tareas relacionadas con el logro, utilización y control de recursos financieros, (pág. 5)

Sin duda que el autor María Hortensia Moyolema (2011),

La gestión financiera es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, hallada en cualquier organización, compitiéndole los análisis, decisiones y acciones relacionadas con los medios financieros necesarios a la actividad de dicha organización. Así, la función financiera integra todas las tareas relacionadas con el logro, utilización y control de recursos financieros. Es decir, la función financiera integra: La determinación de las necesidades de recursos financieros (planteamiento de las necesidades, descripción de los recursos disponibles, previsión de los recursos liberados y cálculo de las necesidades de financiación externa).

La gestión financiera es aquella que administra adecuadamente los recursos ya sean estos económicos, financieros, etc., la administración debe gestionar fundamentalmente los procesos administrativos que permiten tener un mejoramiento utilizando adecuadamente y optimizando la misma, dependerá del presupuesto que la alta gerencia emita para el cumplimiento de la gestión.

Control Financiero

María Hortensia Moyolema (2011) lo define al control financiero como;

El control financiero en la administración, es muy importante en una empresa cuenta con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización si no existe un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos.

Además Gitman, Lawrence (2007), menciona que;

La planeación y el control financieros implican el empleo de proyecciones que toman como base las normas y el desempeño de un proceso de retroalimentación y de ajuste para incrementar el desempeño. Este proceso de planeación y control financiero implica la preparación de pronósticos y el uso de varios tipos de presupuestos. Se deben desarrollar sistemas de presupuestos para todas y cada una de las áreas significativas de una empresa. (pág. 102).

Sin duda que la planeación financiera y el control de los procesos se encuentran estrechamente relacionados, porque se necesita evaluar los resultados planteados.

Análisis financiero

Para Carlos Piñeiro (2006) dice que el análisis financiero trata de estudiar el patrimonio de la empresa desde la óptica de las cualidades financieras que tienen todos los elementos patrimoniales, que se concretan en su diferente grado de disponibilidad y exigibilidad, procurando que la empresa no tenga dificultades financieras para afrontar las obligaciones a su vencimiento.

María Hortensia Moyolema (2011)

Interpretación, comparación y estudio de estados financieros y datos operacionales de una Entidad: explica el cálculo y la Significación de porcentajes, tasas, Tendencias, indicadores los cuales sirven para Evaluar el desempeño financiero y Operacional de la firma, para Ayudar así a que los administradores, inversionistas y acreedores tomen sus respectivas iniciativas: Es decir, tiene como fin demostrar a manera de diagnóstico cual es la Situación económica y financiera Por la que atraviesa la institución en un momento de terminado.

El análisis financiero se determina al conjunto de técnicas, métodos y procedimientos para transformar la información de los estados financieros en información procesada y entendible de tal manera que se pueda evaluar porcentualmente cada una de los estados de la cuentas y de tal forma tomar las decisiones acordes que ayude a suministrar un crecimiento económico de las organización.

Estados Financieros

Según Barajas Alberto (2008), dice que los estados financieros “son reportes preparados sobre la base de datos de la contabilidad, para informar sobre los resultados financieros y operativos obtenidos a una fecha determinada”. Sin duda que entre los informes contables

más importantes y más utilizados están los estados financieros a considerarse en la organización, y son la fuente principal de información financiera.

Además Moyolema, María Hortensia (2011) menciona que;

Los estados financieros se elaboran al finalizar un periodo contable con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía a través de los estados financieros; son los documentos que proporcionan informes periódicos a fechas determinadas, sobre el estado o desarrollo de la administración de una compañía, es decir, la información necesaria para la toma de decisiones en una empresa. (pág. 30).

Rentabilidad

Según Alonso Ortega (2008) define, “Es la capacidad que posee un negocio para generar utilidad, lo cual se refleja en los rendimientos alcanzados, también se mida sobre todo la eficiencia de los indicadores de la empresa, ya que en ello descansa la dirección del negocio”.

Así mismo Eugenio Arias Jenny Alexandra (2013) señala que;

La rentabilidad es el rendimiento valorado de unidades monetarias que la empresa obtiene a partir de la inversión de sus recursos, es decir, es la utilidad de un determinado período, expresado como un porcentaje de las ventas o de los ingresos de operación, de los activos o de su capital.

Según Montaña Francisco (2014), dice que la rentabilidad es el indicador básico que juzgara la eficiencia de la inversión. Si el riesgo asumido por la inversión es 30 mínimos, la rentabilidad no será muy elevada y si, en cambio, el riesgo es alto, la rentabilidad será elevada.

La rentabilidad es un resultado que toda organización espera obtener por la inversión realizada.

Indicadores de Rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad evalúan las utilidades que las organizaciones obtiene anual mente a partir de variables, parámetros y formulaciones que parten de los estados financieros y de aquí derivan los indicadores que permitirán tomar las decisiones acordes.

Los indicadores de rendimiento, denominados también de rentabilidad o lucratividad, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades. Desde el punto de vista del inversionista, lo más importante de utilizar estos indicadores es analizar la manera como se produce el retorno de los valores invertidos en la empresa (rentabilidad del patrimonio y rentabilidad del activo total), (Superintendencia de Compañías Ecuador, 2015).

Rentabilidad neta del activo

Esta razón muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio.

$$\text{Rentabilidad Neta del Activo} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

Si bien la rentabilidad neta del activo se puede obtener dividiendo la utilidad neta para el activo total, la variación presentada en su fórmula, conocida como “Sistema Dupont” I , permite relacionar la rentabilidad de ventas y la rotación del activo total, con lo que se puede identificar las áreas responsables del desempeño de la rentabilidad del activo. En algunos casos este indicador puede ser negativo debido a que para obtener las utilidades netas, las utilidades del ejercicio se ven afectadas por la conciliación tributaria, en la cual, si existe un monto muy alto de gastos no deducibles, el impuesto a la renta tendrá un valor elevado, el mismo que, al sumarse con la participación de trabajadores puede ser incluso superior a la utilidad del ejercicio, (Superintendencia de Compañías Ecuador, 2015).

Si bien la rentabilidad neta del activo se puede obtener dividiendo la utilidad neta para el activo total, la variación presentada en su fórmula, conocida como “Sistema Dupont”, permite relacionar la rentabilidad de ventas y la rotación del activo total, con lo que se puede identificar las áreas responsables del desempeño de la rentabilidad del activo.

Margen Bruto

El margen bruto permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la organización para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos.

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

Margen Operacional

El margen operacional tiene gran importancia dentro del estudio de la rentabilidad de una empresa, puesto que indica si el negocio es o no lucrativo, en sí mismo, independientemente de la forma como ha sido financiado.

La utilidad operacional está influenciada no sólo por el costo de las ventas, sino también por los gastos operacionales de administración y ventas. Los gastos financieros, no deben considerarse como gastos operacionales, puesto que teóricamente no son absolutamente necesarios para que la empresa pueda operar. Una compañía podría desarrollar su actividad social sin incurrir en gastos financieros, por ejemplo, cuando no incluye deuda en su financiamiento, o cuando la deuda incluida no implica costo financiero por provenir de socios, proveedores o gastos acumulados. (Superintendencia de Compañías Ecuador, 2015)

$$\text{Margen Operacional} = \frac{\text{Utilidd Operacional}}{\text{Ventas}}$$

Rentabilidad Neta de Ventas

Los índices de rentabilidad de ventas muestran la utilidad de la empresa por cada unidad de venta. Se debe tener especial cuidado al estudiar este indicador, comparándolo con el margen operacional, para establecer si la utilidad procede principalmente de la operación propia de la empresa, o de otros ingresos diferentes. La inconveniencia de estos últimos se deriva del hecho que este tipo de ingresos tienden a ser inestables o esporádicos y no reflejan la rentabilidad propia del negocio. Puede suceder que una compañía reporte una utilidad neta aceptable después de haber presentado pérdida operacional. Entonces, si solamente se analizara el margen neto, las conclusiones serían incompletas y erróneas. (Superintendencia de Compañías Ecuador, 2015)

$$\text{Margen Neto} = \frac{\text{Utilidd Neta}}{\text{Ventas}}$$

Debido a que este índice utiliza el valor de la utilidad neta, pueden registrarse valores negativos por la misma razón que se explicó en el caso de la rentabilidad neta del activo.

Rentabilidad Operacional del Patrimonio

La rentabilidad operacional del patrimonio permite identificar la rentabilidad que les ofrece a los socios o accionistas el capital que han invertido en la empresa, sin tomar en cuenta los gastos financieros ni de impuestos y participación de trabajadores. Por tanto, para su análisis es importante tomar en cuenta la diferencia que existe entre este indicador y el de rentabilidad financiera, para conocer cuál es el impacto de los gastos

financieros e impuestos en la rentabilidad de los accionistas. (Superintendencia de Compañías Ecuador, 2015).

$$\text{Rentabilidad Operacional del Patrimonio} = \frac{\text{Utilidd Operacional}}{\text{Patrimonio}}$$

Dicho índice también puede registrar valores negativos, por la misma razón que se explica en el caso del margen operacional.

Rentabilidad Financiera

“Cuando un accionista o socio decide mantener la inversión en la empresa, es porque la misma le responde con un rendimiento mayor a las tasas de mercado o indirectamente recibe otro tipo de beneficios que compensan su frágil o menor rentabilidad patrimonial. De esta forma, la rentabilidad financiera se constituye en un indicador sumamente importante, pues mide el beneficio neto (deducidos los gastos financieros, impuestos y participación de trabajadores) generado en relación a la inversión de los propietarios de la empresa. Refleja además, las expectativas de los accionistas o socios, que suelen estar representadas por el denominado costo de oportunidad, que indica la rentabilidad que dejan de percibir en lugar de optar por otras alternativas de inversiones de riesgo. Si bien la rentabilidad neta se puede encontrar fácilmente dividiendo la utilidad neta para el patrimonio, la fórmula a continuación permite identificar qué factores están afectando a la utilidad de los accionistas. (Superintendencia de Compañías Ecuador, 2015).

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo}} * \frac{\text{UAI}}{\text{Ventas}} * \frac{\text{Activo}}{\text{Patrimonio}} * \frac{\text{UAI}}{\text{UAI}} * \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{UAI}}$$

Sin duda que es importante para el empresario determinar qué factor o factores han generado o afectado a la rentabilidad, en este caso, a partir de la rotación, el margen, el apalancamiento financiero y el efecto fiscal que mide la repercusión que tiene el impuesto sobre la utilidad neta. Con el análisis de estas relaciones los administradores podrán formular políticas que fortalezcan, modifiquen o sustituyan a las tomadas por la empresa. Debido a que este índice utiliza el valor de la utilidad neta, pueden registrarse valores negativos por la misma razón que se explicó en el caso de la rentabilidad neta del activo.

5.8. Modelo operativo

FASE I

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO EMPRESARIAL

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

El mundo actual de los negocios tiene como características más destacadas las de la globalización, es decir, la participación de agentes de cualquier parte del mundo y por tanto la posibilidad de realizar negocios a nivel mundial; la fuerte competencia, derivada principalmente de los procesos de liberalización emprendidos por prácticamente todos los países; un constante desarrollo de las innovaciones tecnológicas, en el propio terreno industrial, y de forma muy especial en el de las telecomunicaciones y la informática; y el papel protagónico adquirido por los consumidores, suscitado por el fácil, rápido y económico acceso a la información. Si hace ya décadas las empresas vienen desarrollando planes estratégicos para responder a los cambios del entorno, es en este nuevo contexto donde la dirección estratégica adquiere la condición de herramienta imprescindible para la gestión empresarial.

Desarrollado los análisis en la Distribuidora es necesario conceptualizar la dirección y la planificación estratégica, las cuales constituyen una asignatura obligada para todas las empresas; es la única forma de propiciar un futuro exitoso, con un crecimiento razonable, una rentabilidad suficiente y un riesgo acotado y controlado. Este proceso de dirección y planificación estratégica se puede resumir en las siguientes etapas:

1. Definir los objetivos estratégicos.

Se trata de concretar la visión, la misión y los valores de la empresa/unidad de negocio y, a partir de ella, identificar los objetivos estratégicos para conseguirlo.

Misión

Ser una empresa que trabaja para brindar a sus clientes la mayor diversidad en materiales de construcción y de ferretería en general comprometiéndonos con la capacitación constante de nuestro recurso humano, para que este sea altamente calificado y productivo para mantener la preferencia y satisfacción de nuestros clientes y generar un crecimiento rentable.

Visión

Mantener un sólido posicionamiento y liderazgo comercial en cuanto a la venta de materiales de construcción y ferretería en general, superando las perspectivas de calidad y servicio de nuestros clientes, permitiéndonos así sostener un alto grado de responsabilidad social y comercial que nos garantice solidez financiera y crecimiento sostenible.

Valores

- **Integridad:** Nuestro trato y palabra es honesta, transparente y de fiar.
- **Confianza:** Confiamos en nuestra Visión, nuestra capacidad de emprendimiento y en la capacidad de la gente que trabaja con nosotros, porque ellos también confían en nosotros.
- **Responsabilidad:** Nuestros productos y servicios se orientan a satisfacer las necesidades de nuestro cliente a corto y largo plazo.
- **Autosuperación:** Es un valor y política de nuestra empresa, la búsqueda constante de mejorar aprendiendo de la experiencia de quienes creemos mejores y nos inspiran a serlo, compartiendo nuestra experiencia a la vez.
- **Trabajo en Equipo:** La sinergia de nuestros talentos y capacidades producen mucho más que la suma individual de cada uno. Unidos todo se puede.

2. Planificar la estrategia.

Hay que estudiar y formular las estrategias posibles para alcanzar los objetivos, evaluarlas y seleccionar la más idónea y, al mismo tiempo, alinear la estructura de organización con la estrategia elegida:

- **Liderazgo general en costos**
- **Diferenciación**

- **Enfoque o alta segmentación**

Liderazgo general en costos: La estrategia consiste en lograr el liderazgo total en costos en un sector industrial mediante un conjunto de políticas orientadas a conseguir este objetivo, este requiere de la construcción agresiva de instalaciones capaces de producir grandes volúmenes en forma eficiente, en la reducción de costos basados en la experiencia, rígidos controles de costos indirectos, entre otros.

Diferenciación: Esta estrategia consiste en la diferenciación del producto o servicio que ofrece la empresa, creando algo que sea percibido en el mercado como único; por ejemplo diseño, marca, tecnología, entre otros.

Enfoque o alta segmentación: La estrategia se basa en la premisa de que la empresa puede así servir a su estrecho objetivo estratégico con más efectividad o eficacia que los competidores que compiten en forma más general. En el caso de “Distribuidora “Santa Anita” la única estrategia genérica que se utiliza es el liderazgo en costo en ciertas líneas exclusivas que esta empresa maneja, ya que por el hecho de ser exclusiva tiene los precios más bajos, pudiendo se la línea de productos Hidro que son tubos y accesorios.

3. Implementar la estrategia.

Para que la estrategia se convierta en algo alcanzable, medible y controlable, es necesario concretar en un plan estratégico a largo plazo, y en un presupuesto anual, los objetivos concretos y los recursos necesarios. Esto se lo realiza en un punto más adelante.

4. Controlar la estrategia.

Es necesario establecer un modelo de control, que identifique los indicadores correspondientes a los objetivos, la información a manejar y su concreción en un Cuadro de Mando que permita el seguimiento del plan y del presupuesto.

La doctrina que soporta las actuales prácticas de la dirección estratégica, cuyo exponente más importante han sido los trabajos y propuestas de Michael Porter, desde los años 80, tiene su origen en el término griego “strategos” (general); hay que reseñar también el importante papel que el chino Sun Tzu, en su libro “El arte de la guerra” ha desempeñado en la concreción de los fundamentos de la dirección estratégica en la empresa actual.

Aun cuando la toma de decisiones estratégicas es función y responsabilidad de directivos de todos los niveles de la organización, la responsabilidad final corresponde a la alta dirección. Es ésta quien establecerá la visión, la misión y la filosofía de la empresa.

- La visión de la empresa es el resultado de un proceso de búsqueda, un impulso intuitivo que resulta de la experiencia y la acumulación de la información.
- La misión es la que define la razón de ser de la empresa, que condicionará sus actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas. Nos va a proporcionar una visión clara a la hora de definir en qué mercado estamos, quiénes son nuestros clientes y con quién estamos compitiendo. Sin una misión clara es imposible practicar la dirección estratégica.
- La filosofía de la empresa define el sistema de valores y creencias de una organización. Está compuesta por una serie de principios, que se basan en saber quiénes somos y en qué creemos, es decir, en sus ideas y valores; y cuáles son sus preceptos, así como conocer nuestros compromisos y nuestras responsabilidades con nuestro público, tanto interno como externo. Así pues, la filosofía de la empresa es la que establece el marco de relaciones entre la empresa y sus accionistas, empleados, clientes, proveedores, gobierno, sociedad en general

ANÁLISIS COMPETITIVO

El análisis competitivo es un proceso que consiste en relacionar a la empresa con su entorno. El análisis competitivo ayuda a identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas que le afectan dentro de su mercado objetivo.

Este análisis es la base sobre la que se diseñará la estrategia, para ello deberemos conocer o intuir lo antes posible:

- La naturaleza y el éxito de los cambios probables que pueda adoptar el competidor.
- La probable respuesta del competidor a los posibles movimientos estratégicos que otras empresas puedan iniciar.
- La reacción y adaptación a los posibles cambios del entorno que puedan ocurrir de los diversos competidores.

La competencia está integrada por las empresas que actúan en el mismo mercado y realizan la misma función dentro de un mismo grupo de clientes con independencia de la tecnología empleada para ello.

No es, por tanto, nuestro competidor aquel que fabrica un producto genérico como el nuestro, sino aquel que satisface las mismas necesidades que nosotros con respecto al mismo público objetivo o consumidor; por ejemplo, del cine pueden ser competencia los parques temáticos, ya que ambos están enclavados dentro del ocio.

Para dar una idea exacta de la importancia del análisis competitivo, debemos referirnos al proceso de planificación de la estrategia comercial, el cual responde a tres preguntas clave:

- ¿Dónde estamos?: respondiendo a esta pregunta nos vemos abocados a hacer un análisis de la situación que nos responde la posición que ocupamos.
- ¿Adónde queremos ir?: que supone una definición de los objetivos que queramos alcanzar y a los que necesitamos desplazar.
- ¿Cómo llegaremos allí?: en este punto es donde debemos señalar el desarrollo de acciones o estrategias que llevaremos a cabo para alcanzar los objetivos y si podremos aguantar el ritmo.

Con respecto al análisis de la situación, del cual partimos para la realización del proceso de planificación estratégica, y del que podremos determinar las oportunidades y amenazas, debilidades y fortalezas de la organización, debemos centrarnos, a su vez, en dos tipos de análisis:

- Análisis externo: que supone el análisis del entorno, de la competencia, del mercado, de los intermediarios y de los suministradores.
- Análisis interno: que supone analizar la estructura organizativa de la propia empresa, y de los recursos y capacidades con las que cuenta.

Para lo cual se puede utilizar herramientas como el FODA que se aplicó en la primera parte y que evidencia los factores internos y externos, así como sus análisis correspondientes en las matrices EFE y EFI.

ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS

Toda competencia depende de las cinco fuerzas competitivas que se interaccionan en el mundo empresarial:

- Amenaza de nuevos entrantes.
- Rivalidad entre competidores.
- Poder de negociación con los proveedores.
- Poder de negociación con los clientes.
- Amenaza de productos o servicios sustitutivos.

La acción conjunta de estas cinco fuerzas competitivas va a determinar la rivalidad existente en el sector. Los beneficios obtenidos por las distintas empresas van a depender directamente de la intensidad de la rivalidad entre las empresas (a mayor rivalidad, menor beneficio). La clave está en defenderse de estas fuerzas competitivas e inclinarlas a nuestro favor.

Los factores cruciales en la competencia de una compañía se pueden representar, según Porter, de la siguiente manera:



Gráfico N° 30: Factores de la competencia
Fuente: (Córdoba, 2006)

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

La matriz del perfil competitivo identifica a los principales competidores de la empresa, así como sus fuerzas y debilidades particulares, en relación con una muestra de la posición estratégica de la empresa. En primer término, los factores críticos o determinantes para el éxito en una MPC son muy amplios, no incluyen datos específicos o concretos, e incluso se pueden concentrar en cuestiones internas.

El propósito es asimilar y evaluar la información de manera sensata que sirva para tomar decisiones. La MPC ofrece un marco para reunir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva. Las empresas que no movilicen y faculten a gerentes y empleados para que éstos puedan identificar, vigilar, pronosticar y evaluar las fuerzas externas clave podrían no anticipar las oportunidades y amenazas recientes y, en consecuencia, podrían seguir estrategias ineficaces, dejar pasar oportunidades y propiciar el caso de la organización.

Hemos utilizado los siguientes factores claves de éxito:

- Atención al cliente
- Precios
- Publicidad
- Tecnología
- Servicio de crédito
- Ubicación
- Variedad de Productos

Para la clasificación de ponderación se utiliza:

1=Debilidad grave

2=Debilidad menor

3=Fortaleza menor

4=Fortaleza importante

BARRERAS DE ENTRADA Y DE SALIDA

La amenaza de los nuevos entrantes depende de las barreras de entrada existentes en el sector. Estas barreras suponen un grado de dificultad para la empresa que quiere acceder a un determinado sector. Cuanto más elevadas son las barreras de entrada, mayor dificultad tiene el acceso al sector.

Barreras de entrada

Hay seis fuentes fundamentales de barreras de entrada:

- Economías de escala: que se refieren a la disminución en costes unitarios de un producto cuando aumenta el volumen de compra.
- Diferenciación de producto: significa que las empresas establecidas tienen identificación de marca y lealtad de cliente, esto crea una fuerte barrera de entrada

ya que fuerza a los posibles entrantes a gastarse fuertes sumas en constituir una imagen de marca.

- Requisitos de capital: necesidad de invertir recursos financieros elevados, no sólo para la constitución de la empresa o instalaciones sino también para conceder créditos a los clientes, tener stocks, cubrir inversiones iniciales.
- Acceso a los canales de distribución: necesidad de conseguir distribución para su producto. La empresa debe persuadir a los canales para que acepten su producto mediante disminución de precio, promociones reduciendo beneficios.
- Curva de aprendizaje o experiencia: el know-how o saber hacer de toda empresa marca una importante limitación a los posibles competidores que tienen que acudir de nuevas a ese mercado concreto.
- Política del gobierno: puede limitar o incluso cerrar la entrada de productos con controles, regulaciones, legislaciones.

Barreras de salida

Las barreras de salida son factores económicos estratégicos y emocionales que hacen que las empresas sigan en un determinado sector industrial, aun obteniendo bajos beneficios e incluso dando pérdidas. Hay seis fuentes principales de barreras de salida:

- Regulaciones laborales: que suponen un alto coste para la empresa.
- Activos poco realizables o de difícil reconversión: activos altamente especializados con pequeño valor de liquidación.
- Compromisos contractuales a largo plazo con los clientes: por los cuales debemos permanecer más tiempo en el sector, manteniendo la capacidad para la fabricación, los costes de producción.
- Barreras emocionales: que suponen una resistencia emocional por parte de la dirección a una salida que está económicamente justificada y que no se quiere llevar a cabo por lealtad a los empleados, por temor a la pérdida de prestigio, por orgullo.
- Interrelaciones estratégicas: las interrelaciones entre unidades de negocio y otras en la compañía en términos de imagen, capacidad comercial, acceso a mercados

financieros... son la causa de que la empresa conceda una gran importancia estratégica a estar en una actividad concreta.

- Restricciones sociales y gubernamentales: la negativa del gobierno a decisiones de salida, debido a la pérdida de puestos de trabajo, a efectos económicos regionales.

PRODUCTOS SUSTITUTIVOS

Los productos sustitutivos limitan el potencial de una empresa. La política de productos sustitutivos consiste en buscar otros que puedan realizar la misma función que el que fabrica la empresa en cuestión. Este concepto es el que hace que entre en competencia directa con el producto al que se le presenta como sustitutivo, ya que cumple la misma función dentro del mercado y satisface la misma necesidad en el consumidor. Los productos sustitutivos que entran en mayor competencia son los que mejoran la relación precio-rentabilidad con respecto al producto de la empresa en cuestión. Un ejemplo clave, lo tenemos con los productos genéricos que el sector farmacia comercializa con el beneplácito del Gobierno.

ESTRATEGIA DE ACTUACIÓN FRENTE A LA COMPETENCIA

Según adoptemos una postura u otra frente a la competencia, podemos diferenciar cuatro tipos distintos de estrategias:

- Estrategia de líder: el líder es aquel que ocupa una posición dominante en el mercado reconocida por el resto de las empresas. Un líder se enfrenta a tres retos: el desarrollo de la demanda genérica, desarrollando la totalidad del mercado captando nuevos consumidores o usuarios del producto, desarrollando nuevos usos del mismo o incrementando su consumo; proteger la participación del mercado, con respecto a la cual puede adoptar diversas estrategias como la innovación, la distribución intensiva, la confrontación abierta con respecto a los precios; y ampliar la participación del mercado, aumentando la rentabilidad de sus operaciones sin incurrir en posiciones monopolísticas.

- Estrategia de retador: consistente en querer sustituir al líder ya que no se domina el mercado. Con ello trata de incrementar su participación de mercado mediante estrategias agresivas. Éstas pueden consistir:
 - Ataque frontal: utilizando las mismas armas que el líder.
 - Ataques laterales: teniendo como objetivo los puntos más débiles del competidor, pudiendo adoptar varias formas como el desbordamiento, el acercamiento, la guerrilla.
- Estrategia de seguidor: el seguidor es aquel competidor que tiene una cuota de mercado más reducida que el líder. Su estrategia consiste en alinear sus decisiones con respecto a las del líder. No ataca, coexiste con él para repartirse el mercado. Trata de desarrollar la demanda genérica concentrándose en segmentos del mercado en los que posee una mayor ventaja competitiva, con una estrategia propia.
- Estrategia de especialista: el especialista es aquel que busca un hueco en el mercado en el que pueda tener una posición dominante sin ser atacado por la competencia. Se concentra en un segmento del mercado, dominándolo y sirviéndolo con una gran especialización y obteniendo suficiente potencial de beneficio.

ANÁLISIS DAFO

Es la herramienta estratégica por excelencia, y el beneficio que se obtiene con su aplicación es conocer la situación real en que se encuentra la empresa, así como el riesgo y oportunidades que le brinda el mercado. El nombre lo adquiere de sus iniciales DAFO:

D: debilidades.

A: amenazas.

F: fortalezas.

O: oportunidades.

Las debilidades y fortalezas pertenecen al ámbito interno de la empresa, al realizar el análisis de los recursos y capacidades; este análisis debe considerar una gran diversidad de factores relativos a aspectos de producción, marketing, financiación, generales de organización.

Las amenazas y oportunidades pertenecen siempre al entorno externo de la empresa, debiendo ésta superarlas o aprovecharlas, anticipándose a las mismas. Aquí entra en juego la flexibilidad y dinamicidad de la empresa.

Debilidades: también llamadas puntos débiles. Son aspectos que limitan o reducen la capacidad de desarrollo efectivo de la estrategia de la empresa, constituyen una amenaza para la organización y deben, por tanto, ser controladas y superadas.

Fortalezas: también llamadas puntos fuertes. Son capacidades, recursos, posiciones alcanzadas y, consecuentemente, ventajas competitivas que deben y pueden servir para explotar oportunidades.

Amenazas: se define como toda fuerza del entorno que puede impedir la implantación de una estrategia, o bien reducir su efectividad, o incrementar los riesgos de la misma, o los recursos que se requieren para su implantación, o bien reducir los ingresos esperados o su rentabilidad.

Oportunidades: es todo aquello que pueda suponer una ventaja competitiva para la empresa, o bien representar una posibilidad para mejorar la rentabilidad de la misma o aumentar la cifra de sus negocios.

Descrito lo anterior, se precisa tomar decisiones para responder a los retos de este complejo, global y cambiante mundo de los negocios y solo con un estudio concienzudo del entorno, de la competencia, de la tecnología, de la regulación, de las condiciones del mercado financiero y de las propias competencias y recursos se pueden tener garantías de supervivencia, crecimiento y rentabilidad. Este proceso de análisis del entorno y de respuesta a los cambios recibe la denominación de dirección estratégica, que podemos definir como el arte y la ciencia de poner en práctica y desarrollar todos los potenciales de una empresa, para asegurar su supervivencia exitosa a largo plazo.

Por lo cual, es necesario utilizar unas de las herramientas importantes para evaluar la empresa y de la cual se deslindan las estrategias como es el FODA empresarial; dicha herramienta analiza tanto los factores internos como son las fortalezas y debilidades; así como, los factores externos como son las oportunidades y amenazas. Siendo así se presenta el siguiente análisis empresarial:

Tabla N° 23: FODA empresarial para la Distribuidora Santa Anita del Cantón Ambato

<p>FORTALEZAS</p> <p>Personal capacitado</p> <p>Local Propio</p> <p>Estructura física adecuada</p> <p>Estructura funcional correcta</p> <p>Servicio al cliente eficiente</p> <p>Alta rotación de los productos</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Crecimiento poblacional</p> <p>Crecimiento de la ciudad</p> <p>Apoyo gubernamental</p> <p>Facilidades para créditos de viviendas</p> <p>Apertura del mercado nacional</p> <p>Políticas de desarrollo adecuadas</p>
<p>DEBILIDADES</p> <p>Decreciente rentabilidad</p> <p>Gestión financiera inadecuada</p> <p>Políticas crediticias ineficientes</p> <p>Disminución de la inversión</p> <p>Elevada cartera en crédito</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>Estancamiento del sector de la construcción</p> <p>Altos impuestos prediales</p> <p>Desacierto en el tema político</p> <p>Cambio en las leyes que restrinjan más al sector de la construcción</p> <p>Crisis económica en el sector ferretero y de la construcción</p>

Fuente: Gancino, Cristina (2017)

Como se puede observar la empresa presenta una estructura adecuada, lo cual es necesario analizar a través de las matrices de evaluación de factores internos (EFI) y la de evaluación de factores externos (EFE).

Tabla N° 24: Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

Factores Internos			
Fortalezas	Ponderación	Calificación	Evaluación ponderada
Personal capacitado	0,08	4	0,32
Local Propio	0,08	3	0,24
Estructura física adecuada	0,08	3	0,24
Estructura funcional correcta	0,1	4	0,4
Servicio al cliente eficiente	0,1	4	0,4
Alta rotación de los productos	0,08	3	0,24
Debilidades			
Decreciente rentabilidad	0,09	2	0,18
Gestión financiera inadecuada	0,15	2	0,3
Políticas crediticias ineficientes	0,07	2	0,14
Disminución de la inversión	0,1	2	0,2
Elevada cartera en crédito	0,07	1	0,07
Total	1,00	30	2,73

Fuente: Gancino, Cristina (2017)

Para la evaluación de los factores internos de la distribuidora se ha procedido a calificar con un máximo de 4 puntos, y con una ponderación porcentual acorde a la importancia de cada ítem, lo cual dio como resultado un valor de 2,73. Dado que la media es 2 y por cuando más se acerca a 4 quiere decir que la empresa tiene buenas fortalezas y que las debilidades pueden ser reparadas de manera oportuna, convirtiéndolas en oportunidades.

Tabla N° 25: Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

Factores Externos			
Oportunidades	Ponderación	Calificación	Evaluación ponderada
Crecimiento poblacional	0,06	3	0,18
Crecimiento de la ciudad	0,12	4	0,48
Apoyo gubernamental	0,08	3	0,24
Facilidades para créditos de viviendas	0,1	4	0,4
Apertura del mercado nacional	0,1	3	0,3
Políticas de desarrollo adecuadas	0,09	3	0,27
Amenazas			
Estancamiento del sector de la construcción	0,15	2	0,3
Altos impuestos prediales	0,08	1	0,08
Desacierto en el tema político	0,08	1	0,08
Cambio en las leyes que restrinjan más al sector de la construcción	0,06	1	0,06
Crisis económica en el sector ferretero y de la construcción	0,08	1	0,08
Total	1,00	26	2,47

Fuente: Gancino, Cristina (2017)

La matriz de evaluación de factores externos dio como resultado 2,47 que de la misma manera siendo 4 la máxima calificación sobrepasa la media; este valor indica que existen buenas oportunidades para desarrollar su actividad de mejor manera, aunque las amenazas podrían afectar pero muy vagamente, en si el resultado no es tan halagador pero indica que la empresa en el análisis global se encuentra estable.

DIFERENTES TIPOS DE ESTRATEGIAS GENÉRICAS

El enfoque del BCG propone cuatro tipos de estrategias, todas ellas en términos de cuota de mercado. Determinar cuál es la más apropiada, depende, entre otros motivos, del mercado actual del producto, de su ciclo de vida, de los recursos de la empresa, y de las posibles reacciones de la competencia. Estas actuaciones estratégicas, que transmiten sus objetivos expresados en cuota de mercado, son cuatro:

- **Aumentar la cuota de mercado:** puede ser una acción ofensiva o defensiva, dependiendo de si busca un incremento de la rentabilidad, en el primer caso; o, en el segundo, si busca la obtención de la cuota de mercado crítica que le permita sobrevivir en el mercado.
- **Conservar la cuota de mercado:** que es la adecuada para productos que están en la etapa de madurez y que tienen grandes cuotas de mercado relativas, debido a que en dicha etapa los hábitos de compra suelen ser más estables y difíciles de cambiar, y un intento de incrementar la cuota sería a expensas del resto de los consumidores. Es la estrategia más adoptada, siempre planteándose cuál es la manera más rentable de mantener la cuota del mercado.
- **Cosechar:** consiste en maximizar los beneficios a corto plazo y el cash flow, dejando que la cuota de mercado disminuya. Para llevar a cabo esta estrategia es necesario reducir los costes al máximo. Es la estrategia más apropiada para la gama de productos que tenga una reducida cuota de mercado en mercados de poco crecimiento.
- **Retirarse:** consiste en liquidar el producto, ya que los recursos podrán ser utilizados mejor en otra parte. Se deberá aplicar a aquellos productos de estrategia con una cuota de mercado inferior a la crítica.

FASE 2

ESTRATEGIAS FINANCIERAS

Una vez definida la estrategia del negocio, cuya versión financiera se suele concretar en los términos de crecimiento rentable, y en consonancia con la misma, el área financiera tiene que definir sus propios objetivos funcionales, que, a fin de cuentas, son los que miden y evalúan en términos económicos y cuantifican en valores monetarios los resultados de la estrategia general.

Como consecuencia de la estrategia definida para el negocio, el estratega financiero recibe, por así decirlo, un encargo básico: una demanda de inversión que haga posible el crecimiento planificado. A él le corresponde dar respuesta a esta demanda, buscando la financiación necesaria y definiendo la mejor combinación posible de los recursos tratando de conciliar objetivos contrapuestos como son los de la rentabilidad, la liquidez y el riesgo.

Para plantear estas posibles alternativas estratégicas, el director financiero no puede ignorar los distintos puntos de vista e intereses que conviven en la empresa, tanto en el nivel de la propiedad como en el nivel de la dirección. Mientras que para unas áreas puede ser prioritario el crecimiento, para otras lo será la rentabilidad; mientras que unos preferirán rentabilidad alta aun a costa de un riesgo elevado, otros serán proclives a la seguridad aun a costa de la rentabilidad. Y a él le corresponde proponer un razonable y razonado equilibrio entre estos intereses y objetivos divergentes y diversos. Esa es su misión como estratega financiero. En el estado actual del arte de las finanzas, es aquí obligada también una referencia a la creación de valor para el accionista como síntesis y paradigma de la estrategia empresarial, cualquiera que sea el indicador utilizado para su medición, entre la multitud de los hoy existentes.

En general, como hemos apuntado más arriba, suelen señalarse como parámetros clave y, por tanto, como objetivos a conseguir, en las decisiones financieras los de crecimiento, rentabilidad y riesgo. No en vano son estos los parámetros que definen, en última instancia, la creación de valor y, en esencia, el propio valor de la empresa. Estos objetivos, por lo general, tienen una expresión más concreta y, por consiguiente, más operativa. Así, los resultados de una encuesta sobre objetivos financieros, realizada entre ejecutivos

financieros de cinco países desarrollados, condujeron a la definición de los siguientes objetivos como financieramente más importantes:

- Crecimiento del beneficio.
- Disponibilidad de fondos.
- Rentabilidad financiera.
- Maximización del margen sobre ventas.
- Maximización del valor de la empresa.

Una alternativa a estos enfoques plantea como objetivo financiero de la empresa el ganar lo necesario para cubrir todos sus costes, incluyendo el coste de la financiación o coste de capital. Este puede definirse, en una primera aproximación, como la rentabilidad mínima que exigen los inversores para ceder sus fondos a la empresa, en forma de préstamos o como aportaciones de capital. Formulado de este modo, el coste de capital incluye dos elementos: la rentabilidad propiamente dicha, y el premio que exige el inversor por el riesgo que asume al inmovilizar sus fondos en la empresa en vez de hacerlo en otra aplicación menos arriesgada. Parece razonable exigir que la rentabilidad de las inversiones sea superior al coste de los recursos con que se financian.

DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA FINANCIERA

Diseño de la estructura de financiación

La decisión estructural respecto a la financiación de la empresa consiste en decidir la proporción más adecuada entre deuda y recursos propios, teniendo en cuenta que el aumento de la porción de deuda:

- Apalanca el beneficio, siempre que el margen financiero sea positivo.
- Incrementa el servicio a la deuda (intereses y principal) y, en consecuencia, el riesgo financiero, por lo que, en situaciones adversas, pueden producirse pérdidas y problemas de liquidez.

Por ello, es preciso alcanzar un equilibrio satisfactorio entre ambos efectos contrapuestos. Si aceptamos que la rentabilidad económica, el coste de la deuda y el tipo impositivo son

parámetros exógenos a la decisión, definidos por las operaciones y el entorno, podemos expresar la rentabilidad financiera calculada según la fórmula:

$$RF = [RE + e \times (RE-i)] \times (1 -t)$$

Para evaluar el riesgo financiero se utiliza el ratio de cobertura de intereses (CI), calculado como cociente entre el beneficio económico y los gastos financieros, que mide la capacidad del excedente del negocio para atender el coste de la deuda. Expresa el margen existente para cubrir dicho coste en el caso de que se produzca una caída del beneficio económico. Cuanto más elevado sea menor será la probabilidad de que se lleguen a producir pérdidas. Habitualmente, se considera que una cobertura de tres es el mínimo razonable, aunque empresas con elevados activos fijos y beneficio económico estable, como sucede en el sector eléctrico, pueden presentar valores inferiores sin implicar una situación preocupante. Este ratio puede también formularse por:

$$CI = (RE/i) \times [(1+e)/e]$$

Otra decisión importante se refiere al plazo al que debe concertarse la deuda. Para ello, se introduce el ratio de cobertura de desembolsos financieros (CDF):

$$CDF = \text{Beneficio económico} / \text{Intereses} + \text{Impuestos} + \text{Devolución deuda} + \text{Dividendos}$$

En una empresa estabilizada el beneficio económico ha de ser suficiente para atender los cuatro pagos incluidos en el denominador. Ello supone que la amortización anual coincide con las inversiones de reposición y mantenimiento, necesarias para preservar la capacidad actual. En cuanto a la devolución de la deuda se considerará sólo la correspondiente a la contratada a largo plazo pues, en general, las operaciones a corto tienden a mantenerse por renovación, constituyendo, en la práctica, una fuente recurrente y permanente de financiación.

Financiación del crecimiento

El crecimiento es un objetivo compartido por la generalidad de las empresas. El mayor tamaño se potencia en la búsqueda de economías de escala y sinergias, para aprovechar la ventaja que da la acumulación de experiencia y para reducir el riesgo económico del

negocio mediante la diversificación. Además, la dimensión refuerza la imagen y solvencia de la empresa, facilita su acceso al mercado de capitales y es fuente de nuevas oportunidades de negocio. También, el crecimiento es síntoma de un potencial de empresa con disponibilidad de capacidades muy amplias y es síntesis de actuaciones variadas. Por último, el crecimiento es alentado por dirigentes de empresa como medio para realzar su propia notoriedad. Sin embargo, para que el crecimiento sea deseable ha de satisfacer las siguientes leyes:

- Ha de generar una ventaja competitiva, reforzando algún factor o capacidad clave.
- Debe entorpecer el crecimiento de los competidores, bloqueando sus espacios de expansión.
- Ha de ser sostenido, capitalizándose período a período, y evitando retrocesos que anulen el valor de lo alcanzado hasta la fecha.
- Debe estar respaldado por capacidades y recursos que permitan un crecimiento continuo y equilibrado.

Para medir financieramente el crecimiento se utiliza la tasa de incremento de las ventas, como última expresión de la actividad empresarial. Como el aumento de las ventas exige dotación adicional de inversión, debiendo existir una proporción entre ambos parámetros, el crecimiento también se mide por la tasa de aumento de la inversión neta, que exige otra igual del capital. En cuanto que el incremento previsto de la inversión neta se deriva de los planes operativos de la compañía, es preciso analizar, anticipadamente, si es factible su financiación. Para ello existen tres mecanismos complementarios, una vez fijada la inversión prevista.

Retención de beneficios

Si el importe de la amortización coincide con la inversión de mantenimiento y reposición de los activos, necesaria para mantener su capacidad actual, los fondos generados por las operaciones, una vez deducidos los dividendos, son iguales al beneficio retenido. En consecuencia, la tasa de financiación disponible para el crecimiento viene dada por: $BR + RP$

Donde BR es el beneficio retenido y RP los recursos propios. Este índice, denominado de crecimiento interno, mide la tasa de incremento de los recursos propios que permite la retención de beneficios. Si se multiplica y divide por el beneficio neto BN, se obtiene:

$$ICI = b \times RF$$

Siendo b el factor de retención de beneficios (BR/BN) y RF la rentabilidad financiera. Pero si se acepta que el ratio de endeudamiento ha de permanecer constante, el aumento de los recursos propios induce un incremento proporcional de la deuda. Por ello, el ICI mide la tasa factible de aumento del capital de la empresa, con las hipótesis indicadas.

FASE 3

EL PLAN FINANCIERO A LARGO PLAZO

FUNDAMENTOS PARA EL PLAN FINANCIERO

El plan financiero a largo plazo constituye la expresión, cuantificada en términos monetarios, sistemáticos e integrados, del plan a largo plazo de la empresa, esto es, de su plan estratégico.

La importancia del plan financiero radica en que representa la síntesis articulada de todo el proceso planificador: permite conjugar las necesidades de fondos que va a tener la empresa a lo largo del periodo del plan con las fuentes disponibles para su financiación.

Si las necesidades exceden las posibilidades de financiación la empresa deberá reconsiderar su plan bien en aspectos tácticos, como la modificación de su calendario de inversiones, alteración coyuntural de sus políticas de endeudamiento, autofinanciación u otros similares, o bien en aspectos estratégicos como el plan de inversiones y desinversiones, objetivos de crecimiento a largo plazo y tecnología, entre otros.

Por el contrario, si las posibilidades de financiación para unos objetivos dados, exceden a las necesidades de fondos, la empresa podría reconsiderar su plan estratégico en el sentido de potenciar su crecimiento y/o reforzar su estructura financiera.

Cuando los planes estratégicos contienen diversas alteraciones posibles (opciones estratégicas), los planes financieros ligados a cada una de ellas proporcionan un elemento de evaluación para seleccionar la más conveniente.

El plan financiero de la empresa permite, además, analizar la vulnerabilidad de la empresa ante cambios imprevistos en el entorno, tales como una caída de la demanda, un alza en los costes, retrasos en la entrada en explotación de las inversiones, endurecimiento de los mercados financieros, etc., así como evaluar su flexibilidad y capacidad de adaptación frente a estas circunstancias a otras semejantes.

Las alternativas estratégicas pueden ser generadas por el propio proceso de planificación o, más frecuentemente, ser indicadas, a título orientativo, por la alta dirección o por el staff corporativo en base a consideraciones de política general o a limitaciones financieras globales.

El contenido del plan consiste, básicamente, en la cuantificación periodo a periodo, hasta alcanzar su horizonte, de las necesidades de fondos que vaya a tener la empresa por una parte y de las fuentes de financiación necesarias para cubrir estas necesidades, por otra. Se trata, por tanto, de un estado de origen y aplicación de fondos de carácter proyectivo o predictivo, es decir, orientado hacia el futuro.

Las previsiones del plan financiero obligan, por consiguiente, a la estimación de balances y cuentas de resultados futuros, por lo que, en ocasiones, se denomina plan financiero al conjunto de los tres documentos o estados proyectivos siguientes:

- Estados de origen y aplicación de fondos, o plan financiero propiamente dicho.
- Balances proyectados.
- Cuentas de resultados proyectadas.

Además de los documentos anteriores, los planes financieros a largo plazo contienen, generalmente, un programa detallado de inversiones, desagregado por rúbricas contables (inmovilizado material, inmaterial, financiero, gastos, amortizables y capital circulante) y por divisiones, actividades o líneas de productos, y un plan de financiación.

DATOS NECESARIOS

Los datos indicados más abajo deberán ser cuantificados para cada año del escenario de proyección. La cuantificación podrá hacerse sobre base cero o sobre las cifras de años anteriores corregidas por algún índice.

a) En relación con la cuenta de Pérdidas y Ganancias:

- Identificación y cuantificación de las distintas fuentes de ingresos de la empresa
 - Ventas de productos o servicios
 - Otros ingresos como subvenciones, financieros, etc.

- Identificación y cuantificación de los distintos conceptos de costes
 - Coste de aprovisionamiento
 - Gastos de personal
 - Alquileres
 - Suministros
 - Transporte
 - Amortizaciones
 - Gastos financieros
 - Variación de existencias (en empresas comerciales o industriales)

b) En relación con el Balance de Situación

- Activos o inversiones necesarias al comienzo de la actividad y en años posteriores, tanto en activo fijo (ó inversiones de carácter permanente: edificios, locales, maquinaria, ordenadores, sistemas informáticos, etc.) como en activo circulante (tesorería, existencias en almacén, financiación a clientes, etc.)
- Pasivos o fuentes de financiación con que hacer frente a las adquisiciones de los activos arriba descritos, y que serán tanto recursos propios (capital a aportar por socios) como financiación ajena (a corto y a largo plazo).

También debe definirse la política de dividendos y reservas de la empresa, por el efecto que esto tiene sobre los recursos propios y, por tanto, sobre la financiación de la empresa. Por lo cual se prevé los siguientes resultados para el año 2017 en previsión al plan financiero de la Distribuidora:

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

CUENTAS	Año
	2017
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 295.626
Cuentas por cobrar comerciales	\$ 562.439
Inventarios	\$ 354.184
Otros activos corrientes	\$ 128.777
Total activos corrientes	\$ 1.341.027
Total activos no corrientes	\$ 263.296
Otros activos corrientes	\$ 129.055
TOTAL ACTIVOS	\$ 1.733.378
Obligaciones financieras	\$ 468.192
Cuentas por pagar proveedores	\$ 536.277
Otros pasivos corrientes (ajuste)	\$ 263.282
Total pasivos corriente	\$ 1.267.751
Obligaciones financieras no corriente	\$ 31.444
Otros pasivos no corrientes	\$ 92.828
Total Pasivos no corriente	\$ 124.273
TOTAL PASIVO	\$ 1.392.024
TOTAL PATRIMONIO	\$ 341.354
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 1.733.378

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

ESTADO DE RESULTADOS

CUENTAS	Años
	2017
Ventas	\$ 507.501
Costos	\$ 336.559
Utilidad Bruta	\$ 170.942
Gastos de venta y administrativos	\$ 148.980
Gastos financieros	\$ 973
Otros ingresos/ gastos (ajuste)	\$ 15.711
Utilidad antes de participación trabajadores e impuesto a la renta	\$ 36.699
UTILIDAD NETA	\$ 18.981

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

FASE 4

PLANIFICACIÓN FINANCIERA A CORTO PLAZO

La metodología presupuestaria, a grandes rasgos, puede ser de dos tipos:

- a) La que va de los presupuestos particulares respecto a un concepto (de gasto, de ingreso, etc.) a un presupuesto general y que se recoge de forma agregada en los estados financieros.
- b) La que parte de la elaboración para toda la organización de los estados financieros futuros para pasar a la posterior asignación de medios a los diferentes presupuestos (ingresos, gastos, actividades, inversiones, etcétera).

TIPOS DE PRESUPUESTOS

Podemos distinguir, por el modo de elaboración, dos tipos de presupuestos:

- a) El presupuesto incremental, que no pone en cuestión las actividades actuales de la empresa. En él sólo se analizan y valoran las nuevas actividades. A las que ya se venían desarrollando se les asigna el mismo presupuesto más el incremento previsto.
- b) El presupuesto completo exige el análisis de todas las actividades de la empresa y, por lo tanto, de todos los conceptos de gasto y de ingresos.

El proceso de elaboración de presupuestos tiene las siguientes ventajas:

- Mejora de la distribución de los recursos.
- Genera mucha información.
- Aumenta el nivel de motivación y comunicación en la empresa.

También presenta algunos inconvenientes:

- Requiere un largo período de puesta en marcha.
- Requiere la preparación del personal suficiente.

- Muchas veces, el resultado final no es consecuencia de un ordenado proceso presupuestario sino del poder de negociación de los responsables implicados entre sí.

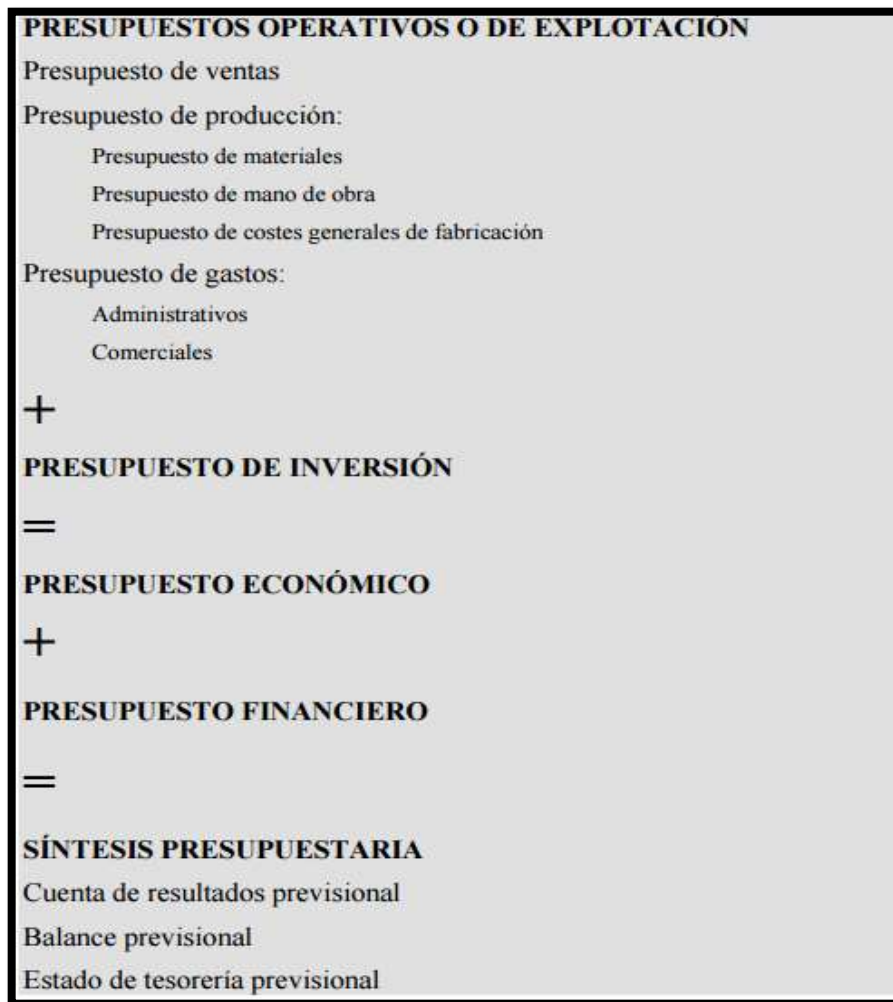
Lo más importante del proceso presupuestario no es cumplir estrictamente el presupuesto, sino actuar en el sentido más adecuado en cada circunstancia para lograr los objetivos de la empresa. En todo presupuesto hay componentes previsionales ya que hay variables no controlables por la gerencia, como por ejemplo la evolución del ciclo económico. En cualquier caso, es necesario prever y analizar la evolución de esas variables a fin de intentar amortiguar sus impactos adversos. En función de la naturaleza de las actividades de la empresa se distinguen tres tipos de presupuestos:

- El de operaciones.
- El de inversiones.
- El financiero.

El **presupuesto de operaciones** recoge las actividades de explotación de la empresa: ventas, producción, aprovisionamiento, almacenaje, distribución, y las funciones de recursos humanos, sistemas informáticos y las administrativas.

El **presupuesto de inversiones** determina la composición y el importe de las inversiones a realizar en el período presupuestado. Estos dos presupuestos, el operativo y el de inversiones, constituyen el presupuesto económico.

El **presupuesto financiero** evalúa las necesidades de financiación que se derivan del presupuesto económico y establece un plan de financiación. Los tres presupuestos están interrelacionados (ver cuadro siguiente).



Por otra parte, la misión del presupuesto no acaba con la previsión de lo que será el ejercicio venidero. El control de los resultados y la realización de las acciones correctivas que resulten pertinentes de la observación de las desviaciones ocurridas, supondrá la continuación lógica de la función presupuestaria. No obstante, estos aspectos serán tratados en el próximo capítulo. El detalle de los principales componentes del presupuesto operativo se describe en los siguientes apartados.

PRESUPUESTO DE VENTAS

Es el presupuesto más importante, pues condiciona al resto de los presupuestos de la empresa. Su punto de partida suele ser una extrapolación de la gestión pasada para el próximo ejercicio. Debe estar soportado por un análisis de mercado completo, donde

deberán considerarse también los factores no controlables por el responsable del área comercial. Las previsiones deberán ajustarse a la situación del sector (tamaño del mercado, tendencia de las ventas, productos complementarios o sustitutivos, etc.) y a la situación interna de la empresa (fuerza de venta, formación de la misma, política de precios, recursos de publicidad y promoción dedicados, etc.). El presupuesto de ventas se presentará por geográficas, canales de distribución, líneas de productos, tipos de clientes o por cualquier otra clasificación que permita el control de resultados.

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

Se formula una vez concluido el presupuesto de ventas. Pretende asegurar la disponibilidad de productos terminados para su venta en el mercado. Para ello es necesario definir unos objetivos de existencias finales, tal que se evite el riesgo de roturas de stocks. El cálculo de existencias finales se realiza mediante la siguiente ecuación: El coste de los productos fabricados se obtiene a partir del coste de la producción del período, cuyos principales componentes son:

- Presupuesto de materiales: Trata de determinar el consumo de materiales y las compras a realizar de los mismos.
- Presupuesto de mano de obra directa: Trata de determinar, a partir de los requerimientos de producción, cuál es el consumo de mano de obra directa aplicada a la fabricación de los productos. Un mal dimensionamiento en la previsión de dicho presupuesto conllevará subactividad (en el caso de que parte de la mano de obra productiva esté ociosa) o no permitirá realizar a la empresa su plan de producción, salvo que la empresa obtenga recursos extraordinarios (turnos, horas extraordinarias, subcontratación, etcétera).
- Presupuesto de costes generales de fabricación: Trata de determinar aquellos recursos imputables al proceso productivo de manera indirecta. A efectos de presupuestación y toma de decisiones es necesario diferenciar entre sus componentes fijos y variables.

El coste de producción +/- variación de existencias de productos en curso expresa el coste de los productos fabricados. El coste de los productos fabricados +/- variación

de existencias de productos terminados expresa el coste de la mercancía vendida, como se ha reflejado en la ecuación antes formulada.

PRESUPUESTO DE GASTOS COMERCIALES

El presupuesto de gastos comerciales está relacionado con las ventas a conseguir, y presenta los medios de acción comercial a utilizar: precios, descuentos, recursos publicitarios, etc. La naturaleza de estos gastos es, en gran medida, discrecional. Es ésta un área que, en general, se considera adecuada para la utilización de la técnica presupuestaria conocida como Presupuesto Base Cero, en la que se revisan, para cada ejercicio presupuestario, las actividades necesarias para la consecución de los objetivos fijados y en la que el responsable del área debe justificar todas las solicitudes de fondos, demostrando que los gastos en los que se va a incurrir son necesarios.

PRESUPUESTO DE GASTOS GENERALES

Comprende departamentos cuyos servicios no son imputables al coste del producto y para los cuales no existe una relación directa entre los recursos consumidos y los resultados obtenidos, haciendo posible la actividad de la empresa pero sin participar directamente en ella por sí mismos. La técnica del Presupuesto en Base Cero es plenamente aplicable en estos casos. Ejemplos serían los departamentos de Administración, Recursos Humanos, la Dirección General, etc.

EL PROCESO PRESUPUESTARIO

La preparación del presupuesto se desarrolla según la siguiente secuencia:

- a) Comunicación de las directrices y objetivos generales para el próximo ejercicio.
- b) Distribución del manual de presupuestación.
- c) Preparación de los presupuestos económicos.
- d) Preparación del Presupuesto financiero.
- e) Obtención del presupuesto consolidado.
- f) Revisión por la Dirección.
- g) Aprobación del presupuesto.

h) Control presupuestario.

LAS REVISIONES PRESUPUESTARIAS Y LAS PREVISIONES DE CIERRE

Durante el ejercicio, y en función de la evolución de la actividad interna o por la influencia de factores externos, las empresas suelen realizar revisiones presupuestarias. En las mismas se reconsideran los objetivos de los planes de acción y se realizan nuevas proyecciones de los parámetros al final del ejercicio.

Independientemente de lo anterior, aun cuando no se realicen revisiones presupuestarias, la Dirección, generalmente promueve con carácter trimestral o semestral, la realización de previsiones de cierre sobre la base de la actividad real de la empresa en relación con los objetivos inicialmente propuestos. Dichas previsiones, entre otros aspectos, sirven para actualizar la información para futuros planes estratégicos y son un primer paso para el proceso presupuestario del ejercicio siguiente.

ESTADOS FINANCIEROS

El resultado final de la planeación financiera es la presentación de los estados proyectados o estados iniciales financieros de donde se realizan los análisis y la previsión de resultados. Todo el proceso que se ha detallado entrega como producto final una planificación en donde mediante la presupuestación y los objetivos conllevaran a la empresa a obtener resultados acertados, mejorar la rentabilidad y todos los indicadores que se presentaron en el estudio.

El estado de resultados y el balance general deberán reflejar un incremento en relación al año anterior, esto porque se supone que la planificación ayuda a redistribuir de mejor manera los recursos financieros a fin de obtener el máximo provecho, por ende de estos se derivaran los demás análisis e indicadores que muestren dicha mejoría.

Por ello se realiza la previsión de resultados para los próximos 5 años.

Tabla N° 26: Estado de situación financiera proyectado de la distribuidora “Santa Anita”

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Cuentas	Años					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 288.543	\$ 292.063	\$ 295.626	\$ 299.233	\$ 302.884	\$ 306.579
Cuentas por cobrar comerciales	\$ 548.963	\$ 555.660	\$ 562.439	\$ 569.301	\$ 576.247	\$ 583.277
Inventarios	\$ 345.698	\$ 349.916	\$ 354.184	\$ 358.506	\$ 362.879	\$ 367.306
Otros activos corrientes	\$ 125.691	\$ 127.224	\$ 128.777	\$ 130.348	\$ 131.938	\$ 133.548
Total activos corrientes	\$ 1.308.895	\$ 1.324.864	\$ 1.341.027	\$ 1.357.387	\$ 1.373.948	\$ 1.390.710
Total activos no corrientes	\$ 256.987	\$ 260.122	\$ 263.296	\$ 266.508	\$ 269.759	\$ 273.050
Otros activos corrientes	\$ 125.963	\$ 127.500	\$ 129.055	\$ 130.630	\$ 132.223	\$ 133.837
TOTAL ACTIVOS	\$ 1.691.845	\$ 1.712.486	\$ 1.733.378	\$ 1.754.525	\$ 1.775.930	\$ 1.797.597
Obligaciones financieras	\$ 456.974	\$ 462.549	\$ 468.192	\$ 473.904	\$ 479.686	\$ 485.538
Cuentas por pagar proveedores	\$ 523.427	\$ 529.813	\$ 536.277	\$ 542.819	\$ 549.441	\$ 556.145
Otros pasivos corrientes (ajuste)	\$ 256.974	\$ 260.109	\$ 263.282	\$ 266.494	\$ 269.746	\$ 273.037
Total pasivos corriente	\$ 1.237.375	\$ 1.252.471	\$ 1.267.751	\$ 1.283.218	\$ 1.298.873	\$ 1.314.719
Obligaciones financieras no corriente	\$ 30.691	\$ 31.065	\$ 31.444	\$ 31.828	\$ 32.216	\$ 32.609
Otros pasivos no corrientes	\$ 90.604	\$ 91.709	\$ 92.828	\$ 93.961	\$ 95.107	\$ 96.267
Total Pasivos no corriente	\$ 121.295	\$ 122.775	\$ 124.273	\$ 125.789	\$ 127.323	\$ 128.877
TOTAL PASIVO	\$ 1.358.670	\$ 1.375.246	\$ 1.392.024	\$ 1.409.006	\$ 1.426.196	\$ 1.443.596
TOTAL PATRIMONIO	\$ 333.175	\$ 337.240	\$ 341.354	\$ 345.519	\$ 349.734	\$ 354.001
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 1.691.845	\$ 1.712.486	\$ 1.733.378	\$ 1.754.525	\$ 1.775.930	\$ 1.797.597

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

Tabla N° 27: Estado de Resultados integral proyectado de la distribuidora “Santa Anita”

ESTADO DE RESULTADOS

Cuentas	Años					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	\$ 496.321	\$ 501.880	\$ 507.501	\$ 513.185	\$ 518.933	\$ 524.745
Costos	\$ 329.145	\$ 332.831	\$ 336.559	\$ 340.329	\$ 344.140	\$ 347.995
Utilidad Bruta	\$ 167.176	\$ 169.048	\$ 170.942	\$ 172.856	\$ 174.792	\$ 176.750
Gastos de venta y administrativos	\$ 145.698	\$ 147.330	\$ 148.980	\$ 150.648	\$ 152.336	\$ 154.042
Gastos financieros	\$ 952	\$ 963	\$ 973	\$ 984	\$ 995	\$ 1.007
Otros ingresos/ gastos (ajuste)	\$ 15.365	\$ 15.537	\$ 15.711	\$ 15.887	\$ 16.065	\$ 16.245
Utilidad antes de participación trabajadores e impuesto a la renta	\$ 35.891	\$ 36.293	\$ 36.699	\$ 37.110	\$ 37.526	\$ 37.946
UTILIDAD NETA	\$ 18.563	\$ 18.771	\$ 18.981	\$ 19.194	\$ 19.409	\$ 19.626

Elaborado por: Gancino, Cristina (2017)

5.9. Administración de la propuesta

La administración de la propuesta será gestionada por el jefe financiero quien deberá cumplir con la planificación y presentar informes detallados de los avances y ejecución de la misma, esto a fin de desarrollar adecuadamente las actividades empresariales y obtener los mejores resultados basados en la correcta utilización de los recursos.

5.10. Evaluación de la propuesta

La propuesta genera su propia evaluación financiera, esto porque los resultados que arroja la planificación financiera son medibles y cuantificables, además de la necesidad y la recomendación de aplicar los indicadores a fin de obtener los mejores resultados; por ende cuando se realicen todas las etapas propuestas podrá verse los resultados y retroalimentar, mejorando los objetivos acorde al crecimiento o desarrollo.

Bibliografía

- Abraham, P. M. (2002). Elementos básicos de administración financiera . Cengage Learning Editores.
- Alberto, B. (2008). Finanzas para no financistas. Bogota : Pontificia Universidad Javeriana.
- Amat, D. (2012). Balance General.
- Amores, M. E. (2013). "Propuesta de un plan financiero para incrementar la rentabilidad de editorial la Gaceta S.A. domiciliada en la ciudad de Latacunga". Quito: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/7006/1/T-ESPE-047324.pdf>.
- Arias, J. A. (2013). La Planificación Financiera Y Su Incidencia En La Rentabilidad De La Empresa Incubandina S.A. Ambato: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/3706/1/TA012-2013.pdf>.
- Armenteros, A., Alarcón, D., & Ulloa Paz, E. I. (2012). El análisis de los estados financieros: papel en la toma de decisiones gerenciales. Observatorio de la economía Latinoamericana, 167.
- Arthur, A. (2014). Estados Financieros.
- Arturo, M., & Antoño, M. J. (2014). Planeacion Financiera . México : PRIMERA EDICIÓN EBOOK.
- Bejarano, S. (2014). Presupuestos Financieros.
- Belduma, D. (2012). Estado de Flujo de Caja.
- Besley, S. y. (2008). Fundamentos de Administración Financiera. Cengage Learning Editores.
- Bueno, E. (2003). La investigación científica: Teoría y metodología. Zacatecas.
- Cabrera, R. (2012). Control Interno.

- Caicedo, C. (2000). "Informática, Gestión y Sociedad", Innovar. Revista de Ciencias Administrativas, N° 16, julio – diciembre.
- Casassus, J. (1997). Marcos conceptuales para el análisis de los cambios en la gestión los sistemas educativos. . Antología de Gestión Escolar, 13-30.
- Castellanos, M. (2009). Administración Financiera. . México D.F.: Interamericana Editores.
- Cazau, P. (2006). Introducción a la investigación en Ciencias Sociales (tercera ed.). Buenos Aires, Argentina.
- Chu, L. (2010). Índice De Rentabilidad.
- Consejo nacional. (2000). Ley organica de defenza del consumidor. Quito.
- Córdoba, M. (2006). Gerencia Financiera Empresarial. Ecoe Ediciones.
- Córdoba, , M. (2012). Gestión Financiera. Colombia:: Eco Ediciones,.
- Cortes, D. (2013). Estado de resultados.
- Cruz, A. (2012). Información Contable.
- Dante de Prada, J. (2008). Análisis multicriterio de la conservación de suelo: Aplicación a una cuenca representativa del centro Argentino. revista iberoamericana de economía ecológica, 45-59.
- Dávalos, N. (1998). Administración Estratégica. Mexico : McGraw-Hill.
- Dias, I. (2007). Índice de liquidez.
- Dias, L. (2012). Estado de resultados.
- Díez de Castro, L., & López Pascual, J. (2006). Dirección financiera: la inteligencia financiera en la gestión empresarial. Pearson Educación.
- Domínguez, P. (2000). Introducción a la gestión Empresarial. B-EUMED.
- Duran, D. (2009). Control Interno.

- Eckles, R. (2005). Control de recursos y su importancia.
- Fainstein, H. (1994). Gestión Financiera. Buenos Aires: Aique Polimodal.
- Fernandez, J. (2014). Gestion Fiannciera.
- Ferrer, J. (2015). En un mundo empresarial control de recursos humanos.
- Flores, L. (2007). Indice de cobertura.
- Francisco, M. (2014). Análisis de productos y servicios de inversión. IC Editorial.
- Gardey, A. (2012). Estado flujo de caja.
- Gitman, L. (2007). Principios de administración financiera., México: Pearson.
- Gómez, G. (2011). Información Contable.
- Gómez, G. (2015). Presupuestos Financieros.
- Guiltinan, D. (1984). Rentabilidad.
- Harry, S. (2010). Toma de decisiones.
- Heedz, A. (2009). Control de Recursos.
- Hernández, M. (2012). Tipos y Niveles de Investigación.
<http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com/2012/12/tipos-y-niveles-de-investigacion.html>.
- Hidalgo, C. (2013). Estados financieros.
- Horngren, C., Sundem, G., & Elliott, J. (2000). Introducción a la contabilidad financiera. México: Pearson Educación.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s.f.). Ecuador en cifras. Recuperado el 2017-01-22 de 2017-01-22 de 2017-01-22, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info10.pdf>

- Lafuente, M. (2012). Dirección estratégica y planificación financiera de la PYME. Madrid: Diaz de Santos.
- Lara Gutiérrez , A. A., & Miguel, R. A. (2005.). Introducción a los indicadores económicos y sociales de México. México: Unam.
- Lawrence , J. (2003). Principios de Administración Financiera. . Pearson educación: Mexico.
- León, O. (1999). Sitemas de Gestión Financiera . Bogotá: 1 ra edición.
- Males Anrango, D. L. (2015). Modelo de gestión financiera para la cooperativa de ahorro y credito Coopindigena LTDA. Ibarra: UNIANDES.
- Manrique, L. (2013). Estado de cambio en el patrimonio.
- Marroquín Iza, E. G. (2012). Modelo de gestiopn financiera para maximizar las utilidades de la empresa Espelette: Cia. LTda. Sangolquí: Escuela Politecnica del Ejercito.
- Martinez, J. (2013). Información Contable.
- Martinez, L. (2014). Indice de endeudamiento.
- Mascareñas, J. (2001). Análisis del apalancamiento. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Méndez González , G., & Aguando Franco, J. (2006). La Gestión Financiera de las Empresas Turísticas. Madrid: Copibook.
- Mendoza, D. (2009). Indice De Rentabilidad.
- Merino, M. (2009). Balance General.
- Monke , E., & Pearson, S. (1989). The policy analysis matrix for agricultural development. Baltimore, Maryland: Johns Hopkins University .
- Monreal, J. L. (1982). Diccionario Enciclopédico Ilustrado Océano (primera ed.). Barcelona, España: Grupo editorial Océano.

- Mora, A. (2009). Diccionario de Contabilidad, Auditoría y gestión. Madrid: Enguidanos.
- Morales, A., Sánchez, B., Morales, J., & Figueroa, J. (2005). Apuntes para la asignatura finanzas (Finanzas Básicas). Mexico D.F.: Editorial FCA.
- Moreno Fernández, J. (2002). Las finanzas en la empresa. México : CECSA.
- Moyolema Muyulema, M. H. (2011). La gestión financiera y su impacto en la rentabilidad de la cooperativa de ahorro y crédito Kuriñan de la Ciudad de Ambato. Ambato: UTA.
- Moyolema, M. H. (2011). “La Gestión Financiera Y Su Impacto En La Rentabilidad De La Cooperativa De Ahorro Y Crédito Kuriñan De La Ciudad De Ambato Año 2010”. Ambato : <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1944/1/TG0002.pdf>.
- Nava Rosillón, M. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. Revista venezolana de Gerencia, 14- 48.
- Nunes, P. (2012). Gestión Financiera. Lisboa, Portugal: Universidad Nova de Lisboa.
- Núñez, A., & Vieites, R. (2009). El Diagnóstico Financiero de la Empresa. Galicia: CEEI GALICIA.
- Núñez, P. (2014). Gestión Financiera.
- Ordoñez Díaz, M., & Meneses, L. (2015). Criterios e indicadores de sostenibilidad en el subsector vial. Ciencia e Ingeniería Neogranadina, 81 - 89.
- Ortega, A. (2008). Contabilidad Financiera. México: Tercera edición.
- Ortiz Anaya , H. (2006). Finanzas básicas para no financieros segunda edición. México D.F.: Cengage learning editores.
- Ortiz, A. (2013). Estados Financieros.
- Ortiz, H. (1996). Indicadores Financieros.

- Paz Eraso, G. M. (2012). Sistema de Gestion Financiero para la mejora de la toma de decisiones. Quito: UNIANDES.
- Piñeiro, C. (2006). Dirección financiera: modelos avanzados de decisión . Madrid: Delta Publicaciones.
- Pita, S., & Pétergas, S. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. Coruña, España.
- Prieto, D. (2013). Estado de cambio en el patrimonio.
- Puerto, M. (2006). ¿ Es la contabilidad administrativa una herramienta útil para desarrollar la competitividad de las empresas?. Contaduría y Administración, 2019.
- Rivas, L. (2012). Control de Recursos.
- Rivas, S. (2015). Gestion Financiera.
- Roca, I. (2014). Estados de Resultado.
- Saavedra, A. (2012). Plan Financiero.
- Santandreu, E., & Santandreu, P. (2000). Manual de finanzas. Gestión 2000.
- Sullivan, A. (2012). Presupuestos Financieros.
- Superintendencia De Compañías. (2013). Rentabilidad.
- Superintendencia de Compañías Ecuador. (2015). Indicadores Financieros. Quito, Ecuador:
http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf.
- Terrazas Pastor, R. A. (2009). Modelo de gestión financiera para una organización. Cochabamba, Bolivia: PERSPECTIVAS.
- Toro, D. (2010). Rentabilidad.
- Toro, J. C., Fonteboa, A., & Armada, E. (2005). Materia de consulta de control interno. doi:ISBN 959-7185-04-0
- Torres, J. (2014). Plan Financiero.

- Tovar, M. (2011). Toma de decisiones.
- Vallas, J. (2015). Plan Financiero y sus características principales.
- Valle, L. (2012). Estado de cambio en el patrimonio.
- Vasquez, L. (2014). Índice de cobertura.
- Vásquez, X., Guerra, A., & Ahmed, I. (2008). Aplicación de métodos multivariados: una respuesta a las limitaciones de los ratios financieros. *Revista de la Universidad de Granma*. Vol. 24 N° 114, 44.
- Vayas, A. (2007). Índice De Liquidez.
- Velez, P. (2014). Índices de endeudamiento.
- Vera, C. (2013). Estado de Flujo de Caja.
- Vera, M. (2010). Guía para el estudio del curso Finanzas Corporativas. Maestría en Administración. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Verdesoto, M. (2012). Balance General.
- Vidales, L. (2003). Glosario de términos financieros: términos financieros, contables, administrativos, económicos, computacionales y legales. Primera Edición. México D.F.: Plaza y Valdés S.A.
- Witte, E. (1969). La política de liquidez de la empresa. España : Sagitario.
- Zutter, L. j. (2011). Principios de la administración financiera. México: Pearson Educación.