

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

MODALIDAD: SEMIPRESENCIAL

TEMA: "EL CONTROL FINANCIERO Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA PLASTIK, EN LA CIUDAD DE AMBATO EN EL AÑO 2013."

TRABAJO DE GRADUACION PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

AUTOR: NARANJO VARGAS FERNANDO FABRICIO

TUTOR: ECON. DANIEL IZQUIERDO

Ambato - Ecuador

2015

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

CERTIFICA:

Yo, Eco. DANIEL IZQUIERDO, CI: 1802917144 en mi calidad de Tutor del trabajo de investigación sobre el tema **“EL CONTROL FINANCIERO Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA PLASTIK, EN LA CIUDAD DE AMBATO PARA EL AÑO 2013”**, desarrollado por FERNANDO FABRICIO NARANJO VARGAS, egresado de la carrera de Contabilidad y Auditoría considero que dicho informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte del Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

Ambato, 22 de Enero del 2015

TUTOR:
Eco. DANIEL IZQUIERDO

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien basado en los estudios realizados durante la carrera, investigación científica, revisión documental y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la Investigación. Las ideas, opiniones y comentarios vertidos en este informe, son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Ambato, 22 de enero del 2015

AUTOR

Naranjo Fernando

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales de este trabajo de Investigación sobre el tema: **“EL CONTROL FINANCIERO Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA PLASTIK, EN LA CIUDAD DE AMBATO PARA EL AÑO 2013.”**, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones del Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.

Ambato, 22 de Enero del 2015

AUTOR
Naranjo Fernando

AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

La comisión de Estudio y Calificación del Informe, sobre el Tema: “**EL CONTROL FINANCIERO Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA PLASTIK, EN LA CIUDAD DE AMBATO PARA EL AÑO 2013.**” Presentado por el Sr. NARANJO FERNANDO, egresado de la Carrera de CONTABILIDAD Y AUDITORÍA; Semestre 2012-2013, una vez revisada y calificada la investigación, se **APRUEBA** en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

Por lo tanto, se autoriza la presentación ante los Organismos pertinentes.

LA COMISIÓN

Econ. Diego Proaño, Mg
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Fabricio Viera
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. César Mayorga
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

A Dios por darme la vida y la fortaleza para poder alcanzar mis sueños.

A mi madre por creer siempre en mí y por el apoyo incondicional en momentos buenos y malos.

*A mi hermano y hermanas por su apoyo moral
fuerza y coraje amor y comprensión*

*A mi hijo Diago Josué quien es mi motor para
continuar luchando diariamente.*

*A mis compañeros de estudio, maestros y amigos,
quienes incondicionalmente me apoyaron.*

Fernando Naranjo

AGRADECIMIENTO

A la Facultas de Contabilidad y Auditoría por tan valioso aporte al mejoramiento del Talento Humano, en especial al Econ. Daniel Izquierdo quien fue mi guía durante esta investigación y permitió la realización de este trabajo.

AL personal Administrativo y compañeros de trabajo de Plastik, quienes colaboraron con la información necesaria.

Gracias a mis compañeros de estudio, a mis amigos, a mi familia y de manera especial a mi madre que siempre está conmigo y por el apoyo incondicional que me brindaron permitiéndome alcanzar mis objetivos.

Fernando Naranjo

CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN	II
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	III
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO	VII
CONTENIDO	VIII
RESUMEN EJECUTIVO.....	XVIII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	2
EL PROBLEMA.....	2
1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.2.1 Contextualización	2
1.2.1.1. Contexto macro	2
1.2.1.2 Contexto meso.....	6
1.2.1.3 Contexto micro.....	7
1.2.2. Análisis crítico.....	10
1.2.2.1 Árbol de Problemas	10
1.2.2.2. Relación causa-efecto	10
1.2.3. Prognosis.....	11
1.2.4. Formulación del problema	12
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	13
1.4. OBJETIVOS	14

1.4.1. Objetivo general.....	14
1.4.2. Objetivos específicos.....	14
CAPÍTULO II.....	15
MARCO TEÒRICO	15
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	15
2.2. FUNDAMENTACIONES	18
2.2.1. Fundamentación filosófica	18
2.2.2. Fundamentación legal.....	19
2.3. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	21
2.3.1. Visión dialéctica de conceptualizaciones que sustentan las variables del problema.....	21
2.3.1.1. Marco conceptual variable independiente: Deficiente Control Financiero.....	21
2.3.1.2. Marco conceptual variable dependiente: Disminución de la Liquidez	38
2.4. CATEGORIAS FUNDAMENTALES	49
2.5. HIPOTESIS	51
CAPÍTULO III.....	52
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	52
3.1. ENFOQUE.....	52
3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN	53
3.2.1. Investigación de campo	53
3.2.2. Investigación bibliográfica-documental	54
3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	55
3.3.1. Investigación exploratoria	55
3.3.2. Investigación descriptiva	56
3.3.3. Investigación Correlacional.....	57

3.3.4. Investigación explicativa	58
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	59
3.4.1. Población.....	59
3.4.2. Muestra.....	59
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	61
3.5.1.1 Operacionalización de la variable independiente	62
3.5.1.2 Operacionalización de la variable dependiente: Disminución de la liquidez	63
3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	64
3.6.1. Plan para la recolección de información	64
3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS	65
3.7.1. Plan de procesamiento de información	65
3.7.2. Plan de análisis e interpretación de resultados	67
CAPÍTULO IV	69
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	69
4.1 Análisis de los resultados	69
4.2 Interpretación de datos	69
4.3 Verificación de Hipótesis.....	86
4.3.1. Planteamiento de la Hipótesis.....	86
4.3.2.Nivel de Confianza.....	87
4.3.3.Modelo Estadístico	87
4.3.4.Regla de Decisión.....	87
4.3.4.1. Cálculo de los Grados de Libertad	87
4.3.5. Calculo del Modelo Estadístico y Toma de Decisión	88
4.3.5.1 Cálculo de estadístico T – Student.....	88
4.3.4.2. Toma de Decisión	90

CAPITULO V	91
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	91
5.1. Conclusiones	91
5.2 Recomendaciones	92
CAPÍTULO VI	93
PROPUESTA.....	93
6.1 Datos Informativos.....	93
6.2. Antecedentes de la Propuesta	95
6.3. JUSTIFICACIÓN.....	96
6.4. OBJETIVOS	97
6.4.1 Objetivo General.....	97
6.4.2. Objetivos Específicos.....	97
6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.....	98
6.6. Fundamentación	99
6.6.1 Control Financiero	99
6.6.2 Liquidez	102
6.7. METODOLOGÍA.....	105
6.7.1 FASE I: Análisis Estratégico de la empresa PLASTIK	106
6.7.1.1 Reseña Histórica	106
6.7.1.2 Misión	108
6.7.1.3 Visión.....	109
6.7.1.4 Valores	109
6.7.1.5 Objetivos Empresariales	109
6.7.1.6 Estrategias Empresariales	110
6.7.1.7 Análisis FODA	111
6.7.1.8 Organigrama Estructural.....	113

6.7.1.9 Manual orgánico funcional	114
6.7.1.10 Productos Comercializados	125
6.7.1.11 Principales Proveedores	127
6.7.1.12 Mercado Objetivo.....	131
6.7.1.13 Principales Competidores	133
6.7.2 FASE II	133
6.7.2.1 ESTRATEGIAS.....	133
6.7.3 FASE III: PLAN FINANCIERO	135
6.7.3.1 Introducción	135
6.7.3.1.1 Planificación Financiera A Largo Plazo	136
6.7.3.2 Estados Financieros 2013	136
6.7.3.3 Estados Financieros al 30 de Noviembre del 2014	139
6.7.3.4 Análisis Financiero.....	141
6.7.3.4.1 Indicadores Financieros.....	141
6.7.3.4.1.1 Índices de Liquidez:	141
6.7.3.4.1.2 Razón Corriente.....	142
6.7.3.4.1.3 Prueba Acida	142
6.7.3.4.1.4 Rotación de Inventarios	143
6.7.3.4.1.5 Rotación de Cuentas por Cobrar.....	144
6.7.3.4.1.6 Periodo Promedio de Cobranza	145
6.7.3.4.1.7 Endeudamiento Patrimonial; Error! Marcador no definido.	
6.7.3.4.1.8 Endeudamiento del Activo	146
6.7.3.4.1.9 Apalancamiento	147
6.7.3.4.1.10 Periodo medio de Pago.....	147
6.7.3.4.1.11 Rentabilidad Neta del Activo	149

6.7.3.4.1.12 Rentabilidad Neta de Ingresos	150
6.7.4 FASE: IV.....	151
6.7.4.1 Diseño de Estados financieros Proforma para el 2015.....	151
6.7.4.1.1 Estado de Resultados proforma en base al método de cálculo de estimación.	151
6.7.4.1.2 Balance General Proforma utilizando el método de cálculo de estimación.	156
6.7.5 FASE: V.....	160
6.7.5.1 Análisis de Indicadores de Liquidez.....	160
6.7.5.1.1 Indicadores Financieros Como Instrumentos De Control .	160
6.7.5.1.2 Análisis Financiero de los Estados Financieros Proforma	160
6.7.5.1.2.1 Indicadores Financieros	160
6.7.5.1.2.1.1 Índices de Liquidez:	160
6.7.5.1.2.1.2 Razón Corriente.....	161
6.7.5.1.2.1.3 Prueba Acida	162
6.7.5.1.2.1.4 Rotación de Inventarios	163
6.7.5.1.2.1.5 Rotación de Cuentas por Cobrar.....	164
6.7.5.1.2.1.6 Periodo Promedio de Cobranza	164
6.7.5.1.2.1.7 Endeudamiento del Activo	165
6.7.5.1.2.1.8 Endeudamiento Patrimonial; Error! Marcador no definido.	
6.7.5.1.2.1.9 Apalancamiento	166
6.7.5.1.2.1.10 Periodo medio de Pago.....	167
6.7.5.1.2.1.11 Rentabilidad Neta del Activo	168
6.7.5.1.2.1.12 Rentabilidad Neta de Ingresos	169
6.7.5.1.2.1.13 Análisis comparativo de Indicadores	170
BIBLIOGRAFIA.....	171

LINKOGRAFIA	173
ANEXO 1.....	176
Anexo 2. Encuesta	179

GRÀFICOS

Gráfico N° 1 Árbol de problema	10
Gráfico N° 2 Superordinación conceptual	49
Gráfico N° 3 Superordinación conceptual de las variables	50
Gráfico N° 4 Representación gráfica de resultados	66
Gráfico N° 5 Ha realizado control financiero y presupuestario en los últimos años	70
Gráfico N° 6 Se ha diseñado políticas de control financiero.....	71
Gráfico N° 7 Políticas de Control Financiero establecidos para cada uno de los departamentos	72
Gráfico N° 8 Se evalúa el cumplimiento de objetivos	73
Gráfico N° 9 Tipos de estados financieros para la toma de decisiones.....	74
Gráfico N° 10 Tipo de inconvenientes que se presentan en el momento de tomar decisiones	75
Gráfico N° 11 En qué periodos del año se reportan mayores ingresos	76
Gráfico N° 12 Realizan evaluaciones de riesgo para detectar errores	77
Gráfico N° 13 El personal de ventas no capacitado, genera reducción de cartera de clientes.....	78
Gráfico N° 14 Un adecuado sistema de control Financiero permitiría mejorar la liquidez	79
Gráfico N° 15 Los excesivos gastos por concepto de ventas afectan a la liquidez	80
Gráfico N° 16 La empresa incrementa sus ventas en el mercado	81
Gráfico N° 17 Le da uso apropiado a los instrumentos para movilización	82
Gráfico N° 18 Se encuentran establecidos los objetivos y metas	83
Gráfico N° 19 Posee un nivel de liquidez alto u óptimo	84
Gráfico N° 20 Deben existir indicadores para un mejor control de la liquidez	85
Gráfico N° 21 Determinación de “t” Student.....	88
Gráfico N° 22 Indicadores Financieros.....	103
Gráfico N° 23 Organigrama Estructural	113

Gráfico N° 24 Principales Proveedores	127
Gráfico N° 25 Mercado Objetivo	131
Gráfico N° 26 Principales Competidores	133

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Principales Empresas productoras y comercializadoras de Plásticos del Ecuador	5
Tabla N° 2 Nómina oficial de los servidores de la Empresa PLASTIK	60
Tabla N° 3 Procedimiento de recolección de información	65
Tabla N° 4 Cuantificación de resultados	66
Tabla N° 5 Relación de objetivos específicos conclusiones y recomendaciones	68
Tabla N° 6 Ha realizado control financiero y presupuestario en los últimos años	70
Tabla N° 7 Se ha diseñado políticas de control financiero	71
Tabla N° 8 Políticas de control financiero establecidas para cada uno de los departamentos	72
Tabla N° 9 Se evalúa el cumplimiento de objetivos.....	73
Tabla N° 10 Tipos de estados financieros para la toma de decisiones	74
Tabla N° 11 Tipo de inconvenientes se presentan al momento de tomar decisiones	75
Tabla N° 12 En qué periodo del año se presentan mayores ingresos.....	76
Tabla N° 13 Realizan evaluaciones de riesgos para detectar errores.....	77
Tabla N° 14 El personal de ventas no capacitado. Genera reducción de cartera de clientes.....	78
Tabla N° 15 Un adecuado sistema de control financiero permitirá mejorar la liquidez.....	79
Tabla N° 16 Los excesivo gasto por concepto de ventas afectan a la liquidez ...	80
Tabla N° 17 La empresa incrementa sus ventas en el mercado	81
Tabla N° 18 Le da el uso apropiado a los instrumentos para movilización	82

Tabla N° 19 Se encuentran establecidos los objetivos y metas	83
Tabla N° 20 Posee un nivel de liquidez alto u optimo	84
Tabla N° 21 Deben existir indicadores para un mejor control de liquidez.....	85
Tabla N° 22 Cálculo del T-Student	89
Tabla N° 23 Equipo Técnico Responsable	94
Tabla N° 24 Recursos Materiales.....	95
Tabla N° 25 Modelo Operativo	105
Tabla N° 26 Análisis FODA	111
Tabla N° 27 Manual Orgánico Funcional.....	114
Tabla N° 28 Productos Comercializados	125
Tabla N° 29 Estado Financieros 2013	137
Tabla N° 30 Estado Financieros 2014	139
Tabla N° 31 Estado de Resultados del año 2014	152
Tabla N° 32 Balance General del año 2014	156
Tabla N° 33 Balance General Proforma del año 2015	158
Tabla N° 34 Análisis Comparativo de Indicadores	171

RESUMEN EJECUTIVO

El desarrollo de la presente investigación se ha enfocado en demostrar la aplicación de un modelo de Control Financiero a través de un Análisis Financiero, Diseño de Estrategias Financieras, la relación de un Plan Financiero, la realización de Estados Financieros Proforma y un Análisis Comparativo de Indicadores Financieros.

Además se ha analizado e involucrado a todos los departamentos como la Gerencia, Departamento administrativo, Departamento de Ventas y Bodega frente a las decisiones tomadas en función en función de los indicadores financieros aplicados y analizados en la empresa Plastik, el principal objetivo fue mejorar los procedimientos internos para asegurar el cumplimiento de las metas y objetivos trazados para la empresa.

El propósito principal de este trabajo es contribuir con instrumentos de gestión financiera y estrategias claras fáciles de desarrollar y aplicar para sus propietarios aportando en la correcta toma de decisiones, apoyados en la información generada.

Finalmente el contar con un correcto modelo de gestión financiera en las empresas, permite obtener metas y objetivos propuestos para alcanzar un desarrollo sostenido en los mercados tan competitivos y desleales en los cuales se desenvuelve.

Este trabajo de investigación propone descubrir soluciones a problemas y aplicarlas para un mejor desempeño de la empresa y de este modo alcanzar el éxito.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo está estructurado en capítulos, referidos a:

Capítulo I. El Problema a investigar, el cual incluye: El planteamiento del problema, la contextualización, el análisis crítico, la prognosis, la formulación del problema, los interrogantes (sub problemas), conjuntamente con la delimitación del objeto de investigación, su correspondiente justificación y el objetivo general y específico.

Capítulo II. Marco Teórico. Se manifiestan los antecedentes investigativos del problema, fundamentaciones, teorías que sustentan la investigación, categorías fundamentales y red de inclusiones, conceptualización de las variables.

Capítulo III. Metodología de la Investigación. La metodología contiene: la modalidad básica de la investigación, el nivel o tipos de investigación, la población y muestra, con la Operacionalización de las variables, el plan de recolección de información de información y el plan de procesamiento de la información.

Capítulo IV. Análisis e Interpretación de Resultados, mediante cuadros y gráficos estadísticos, se presentan los análisis de resultados que han dado lugar a la verificación de la hipótesis.

Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones, en base a este punto se realiza la aplicación de la propuesta y las conclusiones de los resultados que se esperan lograr.

Capítulo VI. La Propuesta, su contenido son: datos informativos, antecedentes de la propuesta, la justificación, los objetivos, el análisis de factibilidad, la fundamentación, el modelo operativo, la elaboración de cada fase investigativa.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN

“El Control Financiero y su incidencia en la liquidez de la empresa Plastik, en la ciudad de Ambato para el año 2013”

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Contextualización

1.2.1.1. Contexto macro

En los últimos años la industria del plástico ha tenido un desarrollo de grandes proporciones, superando incluso, a muchas otras industrias como es la del Acero. Después de 1945, compuestos como poliestireno, polietileno, policloruro de vinilo, polipropileno y demás, han penetrado en los mercados, tanto en los países desarrollados, como en los subdesarrollados, pues se han registrado una sustitución progresiva de los materiales tradicionales por las nuevas sustancias sintéticas.

Es por eso que desde hace muchos años la industria del plástico es una de las fuentes más importantes del sector industrial en el mundo, así como también dentro del país.

Según **(Acosta & Garay, 2010, págs. 11,18,19)**, Menciona que:

En Colombia dicho subsector, se encuentra en desarrollo caracterizándose por un número limitado de empresas que aplican tecnología de punta en el desarrollo de sus procesos. Según el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial en Colombia, la industria del plástico se ha caracterizado por ser, en condiciones normales, la actividad manufacturera más dinámica de las últimas tres décadas, con un crecimiento promedio anual del 7%. Consume el 52% en peso de materias primas plásticas (313 toneladas).

Entre 2002 y 2005, los eslabones que presentaron la mayoría de las exportaciones fueron el PVC (29,4%); el polipropileno (13,6%); las placas, hojas, láminas y películas de PVC (9%), y el poliestireno (7,2%). Por su parte, los principales destinos de exportación para bienes nacionales de la cadena fueron Estados Unidos, Venezuela, Perú y Ecuador.

Es decir que esta actividad manufacturera provee una gran variedad de productos plásticos como: envases, contenedores, platos, fundas, vasos, tarrinas, etc.

En los cuales se empacan los productos para ser comercializados, por tal motivo esta explotación va creciendo considerablemente en este sector, con la finalidad de proveer a varias empresas que necesiten de esta de estos productos.

Desde hace varias décadas las potencias industriales de Estados Unidos y ciertos países de Europa como: Alemania, Francia, España han dominado el mercado de plásticos a nivel mundial imponiendo sus productos en mercados locales de cada nación debido a la notoria superioridad en el desarrollo de tecnologías innovadoras y modelos de calidad casi insuperable de alcanzar para otros países menos

desarrollados. Pero en los últimos años, esta tendencia está cambiando y lo que es más, está dando un giro completamente distinto al de hace unos 4 años. Una de las características más significativas es el crecimiento en la región y en los países sudamericanos como Colombia y Perú quienes se han desarrollado considerablemente sus industrias de producción de productos plásticos y desechables llegando a exportarlo a toda Sudamérica inclusive Ecuador.

Dentro del mercado nacional de plásticos, una de las empresas que marca el paso para las demás es PICA Plásticos Industriales C.A, que con más de 40 años en la venta al por mayor y menor de plásticos se ha convertido en el líder de la industria Ecuatoriana y uno de los principales en América del sur, exportando sus productos a Perú, Colombia, Brasil, Bolivia, Cuba y República Dominicana. De hecho la industria es considerada como la más importante en el área Andina.

Hay aspectos fundamentales que influyen en la economía interna de un país así como los Acuerdos Comerciales con otros países y Ecuador está llevando a cabo negociaciones con la Unión Europea y Países Asiáticos.

Las consecuencias reales de concretarse estos tratados solo podrán ser evidentes al cabo de unos años, pero desde ya se puede predecir que para aquellas empresas que no están preparadas tecnológicamente y económicamente, su destino será la desaparición.

En Ecuador, el mercado de plásticos está dominado por las 110 empresas productoras y comercializadoras de plástico a nivel nacional entre las más importantes tenemos:

**Tabla N° 1 Principales Empresas productoras y comercializadoras de
Plásticos del Ecuador**

N°	EMPRESA	UBICACIÓN
1	Rhenania S.A	Quito
2	PICA Plásticos Industriales C.A	Guayaquil
3	BOPP del Ecuador S.A	Quito
4	Plásticos del Litoral Plastilt S.A	Guayaquil
5	Promaplast Procesadora de Materiales de Plásticos S.A.	Guayaquil
6	Plásticos Ecuatorianos S.A	Quito
7	Plástic Sacks Cía. Ltda.	Quito
8	Flexiplast S.A	Quito
9	Latienvases S.A	Guayaquil
10	Empaqplast S.A	Quito
11	Tinflex S.A	Quito
12	Plásticos Panamericanos PLAPASA S.A	Guayaquil
13	Tecnoplast del Ecuador Cía. Ltda	Guayaquil
14	Impresiones y empaques industriales PRINTOPAC Cía. Ltda	Quito
15	Compañía Nacional de Plásticos CONAPLAS S.A	Guayaquil
16	Plastiazuay S.A	Cuenca
17	Plastigomez S.A	Guayaquil
18	Supraplast S.A	Guayaquil
19	Novovasos S.A	Quito
20	Sacoplast S.A	Guayaquil
21	Boplast S.A	Quito
22	Plastiuniversal S.A	Guayaquil
24	Plásticos Tropicales PLASTRO S.A	Guayaquil
25	Procesadora de Plásticos PROCEPLAS S.A	Guayaquil
26	Celoplast S.A	Guayaquil
27	Holviplas S.A	Ambato
28	Plastiquim S.A	Guayaquil
29	Plastiguayas Cía Ltda	Guayaquil
30	Industrial Ecuatoriana de Plásticos INPLASTIC S.A	Guayaquil
31	Torplas S.A	Guayaquil
32	Maxiplast Cía. Ltda	Quito
33	Plásticos Andinos PLASAN Cía. Ltda	Cuenca
34	Envaplast Envases Plásticos del Ecuador S.A	Quito

Elaborado por: Naranjo Fernando

Fuente: Servicio de Rentas Internas, fecha de corte 25 de Junio de 2013

En Ecuador este tipo de empresas se ha visto afectada en su desarrollo por el ingreso de mercadería extranjera, provenientes de países vecinos como Colombia y Perú que al tener una moneda propia y distinta al dólar abarata el producto terminado y otros factores que han generado una crisis económica en el país, la misma que se ve reflejada en la disminución de las ventas y en el cierre de importantes empresas de esta actividad.

La importancia de las pequeñas y medianas empresas comercializadoras de plásticos en el país radica en que las mismas generan un alto valor agregado, ya que manejan precios accesibles en el mercado.

Existen oportunidades para la provincia de Tungurahua ante la nueva apertura económica, las alianzas de mercados, en donde empresas bien organizadas, puedan integrarse a esos mercados y alcanzar sus metas establecidas en pro de su crecimiento, desde luego se necesita conocer la situación actual de la liquidez en la empresa.

Sin embargo, los principales problemas que afrontan las pequeñas empresas que se dedican a la comercialización y distribución de plásticos, es la inadecuada utilización de los recursos económicos provocada por el deficiente control financiero, que conlleva a la disminución de la liquidez.

1.2.1.2 Contexto meso

Tungurahua la principal fuente generadora de comercio en la zona centro del país, representa una intensa labor productiva en el ramo de la venta al por mayor y menor de artículos de plástico y por lo tanto una fuerte competencia para el desarrollo empresarial de la zona.

En la localidad existen diversos distribuidores de plásticos tanto en el centro de la ciudad de Ambato como en sus alrededores, además los

principales comerciantes se encuentra ubicados estratégicamente en la provincia, por otro lado existe un sin número de locales que demandan estos productos por ser prácticos y económicos.

Por otra parte es necesario recalcar que estas entidades comercializadoras de plásticos se han enfocado en la parte financiera contable, más bien se ha hecho énfasis en los porcentajes de ventas, debido a que el área financiera es importante, y pocas de estas empresas necesitan un adecuado control financiero, para ser parte del desarrollo socio-económico de la provincia.

Es por esto que el control financiero es muy importante para este tipo de empresas, puesto que les permitirá ayudar a administrar eficientemente los recursos económicos y, por ende, a alcanzar las metas financieras, y hacer más eficiente los procesos de ventas.

La intención del modelo detallado en la presente investigación se realizará en la presentación de balances de situación financiera proporcionados por la empresa, que conlleven a diagnosticar oportunamente la información de rubros como activos, deudas, capital, ingresos, egresos, costos, gastos y afines, que permitan la toma de decisiones acertadas que lleven al cumplimiento de los compromisos y el incremento de la liquidez a través de la generación de un Modelo de Control Financiero.

1.2.1.3 Contexto micro

Debido a la oportunidad de conocer el mercado por el cargo desempeñado por el gerente de la empresa PLASTK, en una empresa de características similares de distribución de diferentes productos de consumo masivo, quien en esa época laboraba como Jefe de Ventas, se pudo determinar un nicho de Mercado el cual no estaba siendo debidamente atendido y satisfecho en sus necesidades, el conocimiento

de los territorios y los canales de distribución, la conducta del mercado y la afinidad con la mayoría de clientes más representativos de la región fueron los factores motivantes para crear una empresa diferenciada que se enfoque netamente en estas oportunidades de mercado.

PLASTIK inició sus actividades comerciales en el mes de agosto del 2008 como una pequeña distribuidora de plásticos enfocada directamente al canal institucional de panaderías, pastelerías y restaurantes, inicialmente se comenzó a trabajar con los clientes más importantes en la provincia únicamente en los artículos de fundas plásticas y rollos plásticos, debido a la acogida que tuvieron en el mercado poco a poco fueron añadiendo otras líneas que los clientes necesitaban, de esta manera se ha ido incrementando varias líneas para complementar el portafolio de productos.

A partir de ese momento PLASTIK se ha convertido en la mejor alternativa en el mercado en cuanto a calidad variedad y precios reconocidos y solicitados en los todos los negocios de la zona centro

En sus inicios PLASTIK tenía únicamente un vendedor que atendía a los clientes más importantes de la provincia de Tungurahua, actualmente su fuerza de venta ha incrementado a 7 vendedores con una frecuencia de visitas 5 días en la semana en rutas estratégicamente establecidas en toda las provincias de la zona entre ellas tenemos a: Cotopaxi, Chimborazo, Bolívar, Pastaza, Tungurahua y en la actualidad se ha extendido hasta la provincia de Napo.

Desde entonces ha crecido hasta convertirse en uno de los mejores comercializadores de plásticos en la zona centro, debido a su calidad, cuidando cada uno de los detalles y analizando los distintos nichos de mercado.

PLASTIK al no poseer un adecuado sistema de control financiero está limitado a proyectarse adecuadamente, y fijar bases para actividades financieras maximizando el riesgo y desaprovechando las oportunidades y los recursos disponibles.

Un problema latente en la entidad es que no se ha adoptado aún un plan financiero, que permitan aprovechar las oportunidades y anticiparse a las necesidades en post de un mejor rendimiento y máxima seguridad financiera, en la Empresa PLASTIK, puesto que no cuentan con estos sistemas de control, debido al personal no capacitado para hacerlo, debido a que muchas veces los propietarios de estas distribuidoras, son personas que desconocen del área financiera, porque los hacen de manera empírica, lo que dificulta alcanzar su máxima liquidez.

La empresa al momento no posee una adecuada planificación de gastos y costes que incurren en la comercialización de estos productos, ocasionando pérdidas económicas y el incorrecto uso de los recursos, provocando la disminución de la liquidez, pues no se conoce la realidad de la misma.

1.2.2. Análisis crítico

1.2.2.1 Árbol de Problemas

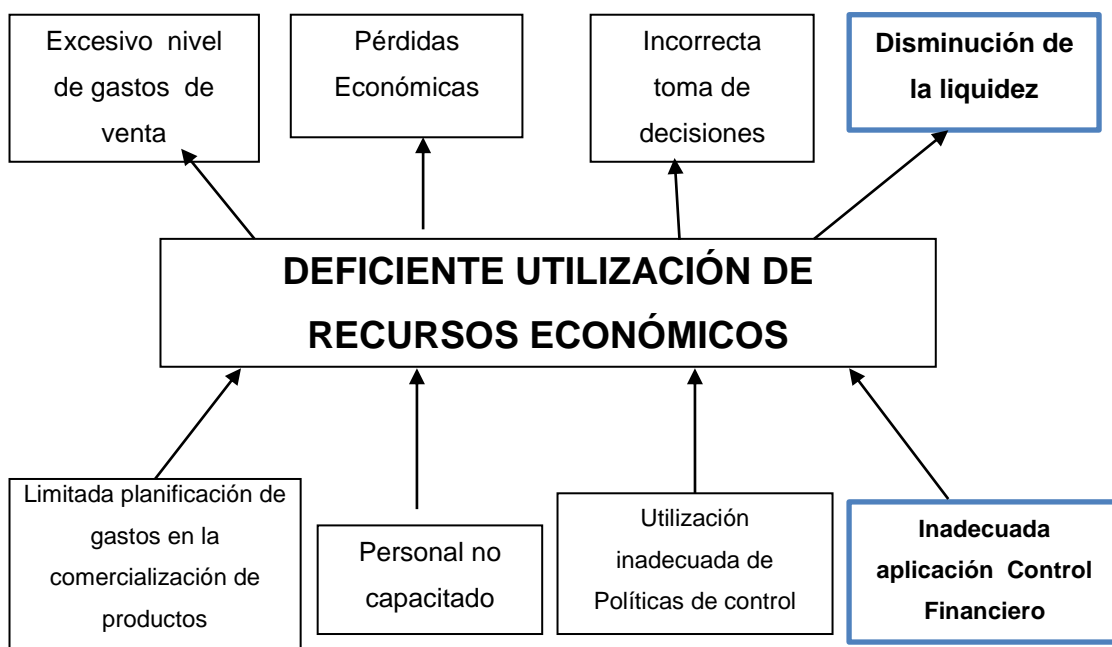


Gráfico N° 1: Árbol de problemas

Fuente: Empresa PLASTIK (2013)

Elaborado por: Naranjo Fernando

1.2.2.2. Relación causa-efecto

Una vez analizado el problema de la institución en cuanto a la deficiente utilización de los recursos económicos, causada por la inadecuada aplicación del control financiero, ocasiona la disminución de la liquidez.

Al realizar un análisis objetivo de la empresa "PLASTIK" se observa una limitada planificación de gastos en la comercialización de productos, provocada por la deficiente utilización de recursos económicos, ocasionando un excesivo nivel de gastos de venta.

El personal no capacitado, provocado por la deficiente utilización de los recursos económicos en la empresa PLASTIK, ocasiona la reducción de la cartera de clientes.

Finalmente la utilización inadecuada de políticas de control financiero ocasionada por la deficiente utilización de recursos económicos, conlleva a la incorrecta toma de decisiones.

1.2.3. Prognosis

Al no realizar un eficiente control financiero, la entidad se verá afectada en sus porcentajes de ventas mensuales por ende anual, debido a la utilización inadecuada y el manejo incorrecto de los recursos financieros afectando directamente a la liquidez de la entidad, puesto que en la actualidad se la realiza de forma empírica, lo que impide el desarrollo competitivo de la misma, por lo que es necesario encontrar una solución a este problema, a fin de que la empresa permanezca firme en el mercado.

Además los propietarios no podrán ejercer control sobre las actividades y los resultados empresariales, debido a que reducirá la cartera de clientes por incumplimiento de despachos de pedidos en las negociaciones ya pactadas con sus clientes, ocasionada por iliquidez debido al mal manejo de los recursos económicos de la empresa que impedirá la reposición oportuna de mercaderías, además no podrán identificar puntos fuertes y débiles con el propósito de aprovechar las oportunidades existentes en el mercado.

La competencia desleal aprovechara la situación y esto originara inestabilidad económica, ya que conllevará a pérdidas económicas significativas llevándole a la empresa al cierre de sus actividades de manera definitiva

1.2.4. Formulación del problema

¿La aplicación de un control financiero incide en la disminución de la liquidez en la empresa PLASTIK?

1.2.4.1. Preguntas directrices

- ¿De qué manera se controlan las actividades financieras y contables de la empresa durante los últimos años?
- ¿Qué factores reflejan la disminución de la liquidez?
- ¿Qué solución se aplicará al problema planteado?

1.2.4.2. Delimitación

- **Campo:** Planeación Financiera
- **Área:** Presupuestos
- **Aspecto:** Control Financiero.
- **Temporal:** Año 2013
- **Espacial:** Provincia: Tungurahua, Cantón: Ambato, Parroquia: Huachi Loreto, Sector: American Park, Dirección: Line Férrea S/N y Carlos Montufar.

1.3. JUSTIFICACIÓN

El trabajo de investigación en la empresa PLASTIK es de gran importancia teórica y práctica mismo que permitirá aprovechar las oportunidades y los recursos financieros, para medir anticipadamente las necesidades del incremento de liquidez, buscando el mejor rendimiento de este en el tiempo y máxima seguridad financiera.

Sirve además como marco de referencia de la gestión económica de la empresa de forma global y en sus aspectos individuales de cada unidad de negocio, permitiendo estar alineada con la planificación general de la empresa la misma que posibilita anticiparse a las necesidades financieras futuras.

Además la implementación de un sistema de control financiero es esencial dentro de la empresa, ya que servirá como referencia para la evaluación continua de la gestión interna organizacional, permitiendo disponer de elementos razonables de suministro de información financiera a las distintas áreas de la entidad, entre los que se pueden mencionar: el área financiera, área administrativo, área de ventas, y por supuesto la gerencia.

Esta investigación también es de gran utilidad para los propietarios de esta empresa, como para los demás involucrados, puesto que ayudará a su crecimiento comercial, abriendo nuevos nichos de mercado nacional.

Es importante mencionar que la investigación a realizar cuenta con el tiempo necesario para su desarrollo, acceso a las fuentes de información, posibilidad de aplicar los diferentes instrumentos de investigación posibilidad de recursos humanos, materiales, tecnológicos y económicos.

Es factible realizar esta investigación, ya que se cuenta con el apoyo de los propietarios, empleados y trabajadores; y además con mecanismos para proponer un adecuado Control Financiero con el fin de mejorar su liquidez, de ahí la posibilidad de que la información obtenida para la investigación sea confiable, veraz y oportuna.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

Analizar el Control Financiero y la disminución de la liquidez de la empresa PLASTIK en el año 2013 para una eficiente utilización de los recursos económicos.

1.4.2. Objetivos específicos

- Examinar las fases del Control Financiero, para conocer las políticas que regulen el uso adecuado de los recursos económicos.
- Investigar los indicadores de liquidez, para determinar los que necesita la entidad, para optimizar sus recursos.
- Proponer un modelo de control financiero que contribuya a la adecuada utilización de los recursos económicos en la empresa, PLASTIK, y el incremento de los niveles de liquidez.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para plantear el problema se recopiló información bibliográfica, basada en las variables de estudio propuesta, encontrando la siguiente información sobre este tema:

Según **(Bermeo, 2010, pág. 5)**, habla sobre el control financiero y nos dice que:

La ventaja del control financiero es que obliga a la administración a tomar en cuenta las posibles desviaciones de la ruta anticipada de la compañía. Por lo general la empresa se impondrá metas, y ayudar al logro de éstas es una de las más grandes responsabilidades del principal funcionario financiero y de su equipo de trabajo. El horizonte de la planeación depende de la compañía.

La planeación financiera tiene gran importancia en el logro de los objetivos de una empresa. Mediante un presupuesto, la planeación financiera dará a la empresa una coordinación general de funcionamiento. Asimismo, reviste gran importancia para el funcionamiento y la supervisión de la organización. La administración de la empresa agrícola Quality Plant ha considerado de vital importancia el aspecto financiero dentro de sus operaciones y ha estimado necesaria una planeación financiera adecuada. **(Bermeo, 2010, pág. 6)**

Podemos ver claramente que el desarrollo presupuestal de un Plan de Control Financiero será fundamental para una empresa que se encuentra en su etapa de crecimiento ya que le ayudara a mantenerse en el mercado tan competitivo como es el del plástico.

Por lo tanto toda empresa debe tener objetivos que cumplir con la finalidad de que cada vez sea de mayor competitividad y logre llevarla hacia la cima del mercado en el cual se desenvuelve.

En el sector comercial es indispensable contar con un análisis financiero para poder guiar, controlar y coordinar las actividades económicas y así cumplir con los objetivos de la empresa.

Además es muy necesario contar con información gerencial, de carácter estratégico para la toma de decisiones oportunas eficaces, de tal modo que todas las empresas deben contar con una planificación financiera que permita prevenir problemas futuros y así subsistir en el mercado alcanzando competitividad.

Los sistemas presupuestarios se presentan como reductores de incertidumbre, al ofrecer a la empresa la oportunidad de planificar, ejecutar y controlar los aspectos financieros de los planes elaborados de una manera sistemática, integral e integradora de todas las áreas de la organización. **(Dibar, 2010)**

Podemos deducir que la planificación de sistemas integrales presupuestarios ayudara la a un eficiente manejo del capital empresarial para la optimización de los recursos tanto materiales como financieros, y se lo hace a través de un presupuesto, tomando en consideración criterios medibles y claros que den buenos resultados a la empresa.

Es así también que la inserción de sistemas presupuestarios de control contribuirá a la coordinación entre el nivel operativo y estratégico de la organización en especial para aquellas empresas que son de distribución donde los márgenes de utilidad son tan reducidos y limitados por los fabricantes, el mercado en general y competencias externas.

Se deberá utilizar para reflejar la relación entre los beneficios y los gastos, los cuales deben estar acordes a lo presupuestado para evitar desviaciones que afecte la liquidez de la empresa.

Según **(Cognitiom. Asesoramiento y Formación, 2013)** en su artículo titulado **“Cognitiom y la gestión de la liquidez en la empresa”** concluye que:

Cualquier empresa, sea cual sea su actividad, siempre se enfrenta a un problema vital: debe disponer del dinero en caja necesario para hacer frente a sus pagos. La imposibilidad de cumplir con sus obligaciones de pago conduce a la empresa a una situación crítica que, si se prolonga, puede terminar en el cese de la actividad.

La liquidez no es un fin en sí mismo y el objetivo de la empresa no es acumular medios de pago, sino producir bienes y servicios. Sin embargo, como la actividad económica está sujeta tanto a la incertidumbre de las ventas como a su cobro, la empresa debe disponer de una reserva de liquidez para no incumplir sus obligaciones de pago.

Si la empresa dispone de mucha liquidez, es decir, mucha tesorería, la tendrá invertida en instrumentos financieros a corto plazo, obteniendo rentabilidades inferiores a las que sería razonable esperar de su actividad de negocio.

Si la rentabilidad obtenida en las colocaciones de tesorería es superior a la rentabilidad del negocio, es evidente que existe un problema grave en la empresa.

Por el contrario, si la empresa tiene dificultades frecuentes para hacer frente a los pagos, esa es una señal muy evidente de que la empresa está frente a una crisis.

De acuerdo al análisis planteado por la empresa Cognitiom se concluye que la liquidez es uno de los ejes fundamentales para la ejecución de actividades económicas que conllevan al alcance de objetivos fijado por las empresas. Se debe tomar en cuenta que los riesgos a los cuales se enfrentan si la empresa no tiene un sistema de control financiero correctamente estructurado.

2.2. FUNDAMENTACIONES

2.2.1. Fundamentación filosófica

El paradigma que dirige este trabajo de investigación es el positivista también llamado cuantitativo. Dicho paradigma es de su carácter prediccionista y se ajusta a este trabajo ya que a partir del planteamiento de una hipótesis se pretende demostrar que la liquidez de la comercialización de plásticos depende del control financiero. Este paradigma aplica el conocimiento científico y se apoya en la estadística, que es una manera de cuantificar, verificar y medir todo.

El fundamentar la investigación en un paradigma cuantitativo (estadístico) genera confianza, validez y objetividad; ya que no se basa en valores sino en datos numéricos y causas reales que explican los hechos, permiten controlar las decisiones y predecir futuras situaciones.

A continuación (**Terán, 2006, pág. 2**), nos explica que: “El positivismo se basa en la teoría positivista del conocimiento, se caracteriza por su

naturaleza cuantitativa, sostiene el realismo ontológico al manifestar que se puede descubrir cómo funciona la naturaleza y predecir fenómenos naturales”.

Es así también que **(Martínez, 1999, págs. 2-3)**, nos definirá rápidamente sobre el positivismo de la siguiente manera:

El conocimiento positivista busca la causa de los fenómenos y eventos del mundo social, formulando generalizaciones de los procesos observados. El rigor y la credibilidad científica se basan en la validez interna. Por ello los procedimientos usados son el control experimental, la observación sistemática del comportamiento y la correlación de variables; se adopta la generalización de los procesos, con los que se rechazan aspectos situacionales concretos, irrepetibles y de especial relevancia para la explicación de los fenómenos y situaciones determinadas. Enseguida se muestran algunos rasgos centrales del paradigma positivista.

Se considera el uso del paradigma cuantitativo porque se medirá variables como son el control financiero y liquidez de una empresa, y se enfocara en buscar respuestas a los hechos investigados, para lo cual se aplicaran encuestas tendientes a demostrar la hipótesis planteada.

2.2.2. Fundamentación legal

La presente investigación se fundamenta en los siguientes reglamentos y leyes:

Ley de Régimen Tributario Interno publicado según **R.O. 223 del 30 de Noviembre de 2007.**

Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Art. 21.- Estados financieros.- Los estados financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, así como también para su presentación a la Superintendencia de Compañías y a la Superintendencia de Bancos y Seguros, según el caso. Las entidades financieras así como las entidades y organismos del sector público que, para cualquier trámite, requieran conocer sobre la situación financiera de las empresas, exigirán la presentación de los mismos estados financieros que sirvieron para fines tributarios.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor publicada en el SUPLEMENTO AL R.O. No. 116 del 10 de julio del 2000.

CAPÍTULO V

Responsabilidades y Obligaciones del Proveedor

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.

Código de Comercio publicado de acuerdo al **R. O. No. 435 del 27 de Abril del 2011**, indica que:

LIBRO I

DE LOS COMERCIANTES Y AGENTES DE COMERCIO

Título I

De los Comerciantes

Sección Segunda

De las obligaciones de comercio, de la Contabilidad mercantil.

Art. 52 Libros Auxiliares.- Los comerciantes podrán llevar, además de los libros que se prefijan como necesarios, todos los auxiliares que estimen conducentes para el mayor orden y claridad de sus operaciones; pero para que puedan aprovecharlas en juicio han de reunir todos los requisitos que se prescriben con respecto a los libros necesarios.

2.3. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

2.3.1. Visión dialéctica de conceptualizaciones que sustentan las variables del problema

2.3.1.1. Marco conceptual variable independiente: Deficiente Control Financiero

CONTROL FINANCIERO

Concepto

Según **(Grinaker & Barr, 1998, págs. 234-235)**, indica que:

Los administradores financieros deben considerar los sistemas de planeación y control, considerando la relación que existe entre volumen de ventas y la liquidez bajo diferentes condiciones operativas, permitiéndoles pronosticar el nivel de operaciones, las necesidades de financiamiento y la rentabilidad así como las necesidades de fondos de la empresa o presupuesto efectivo. La planeación financiera es la proyección de las ventas, el ingreso y los activos tomando como base estrategias alternativas de producción y mercadotecnia así como la determinación de los recursos que se necesitan para lograr estas proyecciones acorto, mediano y largo plazo.

El control financiero es la fase de ejecución en la cual se implantan los planes financieros, el control trata del proceso de retroalimentación y ajuste que se requiere para garantizar que se sigan los planes y para modificar los planes existentes, debido a cambios imprevistos.

Dentro del Control Financiero se combinan un conjunto de herramientas que permiten a los administradores a perfeccionar el manejo de los recursos económicos de las entidades y proyectar planes presupuestarios ante las diferentes dificultades que se pueden encontrar en su camino hacia el alcance de los objetivo.

Importancia Del Control Financiero

Según **(Teruel S, 2014, págs. 1-3)** indica que:

El control financiero permite a la empresa evaluar, de una forma permanente objetiva y sistemática, las desviaciones que se van generando en las líneas estratégicas y operacionales previamente establecidas.

De este modo, este tipo de control aporta a la Dirección o a las personas con alta responsabilidad en la empresa u organización los argumentos y elementos de juicio útiles y suficientes, que les permitirán tomar las decisiones que garanticen el seguimiento de los objetivos corporativos propuestos.

Es así que el control financiero cumple una gran función dentro de las empresas, es decir se debe mantener un adecuado manejo de la información financiera que es el pilar fundamental para el desarrollo de cada una de las empresas públicas y privadas.

Tipos de Control Financiero

Según (Oriol A, 2008, págs. 127- 129), en su libro titulado “**Análisis Económico Financiero**” indica que:

Existen varios tipos de control financiero, dentro de los más comunes son los siguientes:

Control Financiero Inmediato o Direccional: Es aquel en el que se conoce casi con certeza segura lo que va a ocurrir en un periodo determinado, por lo que su acción correctiva es fácil de hacer, inclusive antes de que se concluya el tiempo establecido.

Control Financiero Selectivo:

Es aquel que se determina con anterioridad de tal manera que se detecta si se cumplen los procesos previstos o se buscan alternativas para continuar con el honor.

Control Financiero Posteriori:

Es aquel que se realiza cuando se miden los resultados una vez concluidas las operaciones, es decir se compara lo realizado con lo planeado.

Es de vital importancia para todas las empresas la elección de un tipo de control financiero adecuado que se ajuste a las funciones y necesidades de la empresa ya que le permitirá aplicar acciones correctivas inmediatas de ser necesario para la obtención de los resultados deseados.

Objetivos del Control Financiero

El control financiero tiene diversos objetivos entre los cuales destacan los siguientes:

Para **(Galeón, 2010, pág. 5)**, cita lo siguiente:

- ✓ **“Diagnosticar:** Se aplica cuando existen áreas con problemas y se emplean medidas de prevención antes que de corrección”.
- ✓ **“Comunicar:** Se realiza a través de la información de resultados de las diversas actividades de la empresa.
- ✓ **“Motivar:** Derivar de todos los logros que tenga la empresa a través de sistemas de control tendrá beneficios a todos los empleados”.

Toda actividad económica se dirige hacia un fin común que es el obtener mayor eficiencia técnica en la utilización de los recursos, buscando la supervivencia de la empresa y asegurar optimización de todos los recursos.

Etapas Del Control Financiero

Para tener un control financiero adecuado en la empresa relacionado con las finanzas se tienen las siguientes etapas.

- ✓ **Definir Resultados Futuros:** En esta parte los directivos de la empresa establecen una serie de parámetros a los que se quiere llegar, para ello ya hizo un análisis financiero y se conocía la situación de la empresa, por ejemplo mayor rentabilidad, de la inversión, incrementar el margen neto de la utilidad, disminuir el grado de endeudamiento, bajar el apalancamiento etc.
- ✓ **Determinar Objetivos Futuros:** En esta etapa del control la empresa planea los aspectos que le puedan suceder en el futuro. Para ello hace uso del análisis factorial, con esta tiene mayor control de las condiciones externas y así evitar problemas de abasto, producción, comercialización y cobranzas.
- ✓ **Determinar Estándares Flexibles:** Se deben conservar márgenes en los estándares previstos, ya que de no ser así pueden existir problemas en caso de que no se logre la meta planeada.
- ✓ **Determinar Flujo de Información:** En la etapa de control deben existir claramente los canales de información de tal manera que los alcances no logrados sean informados directamente, a su vez las correcciones de las posibles desviaciones deben ser informadas de manera directa a los responsables de área.
- ✓ **Acción Correctiva:** Es la última etapa de control financiero, cuando ya se está seguro que la problemática de la empresa puede ser solucionada con las correctivas aplicadas en este aspecto se deben tomar en cuenta que es irreversible una decisión. **(Galeón, 2010, pág. 6),**

Las diversas etapas del control financiero serán indispensables al generar un plan del control, identificando las áreas que presentan problemas, las medidas a emplear como prevención, informando los resultados a todos los colaboradores de la empresa para implementar las medidas correctivas necesarias y se dé cumplimiento a las etapas de control establecidas.

Métodos Para Ejercer El Control Financiero

Según **(Medret, 2013)**, presenta una explicación sobre los métodos del control interno de la siguiente manera:

En la empresa, de acuerdo a la estructura que posea la misma, es necesario revisar que este proceso sea realizado por el especialista (contador o económico) correspondiente, con la participación de todas las áreas organizativas teniendo en cuenta las técnicas de solución de problemas grupales y finalmente el informe debe ser discutido en la junta directiva, aunque la ejecución de esta tarea se lleve a cabo en áreas especializadas de la Organización, constituye una responsabilidad del más alto ejecutivo de la entidad, teniendo en cuenta que toda decisión implica una adecuada fundamentación de las variaciones que se produzcan en la entidad a causa de ella, así como el grado de sensibilidad de los resultados económicos ante estas variaciones.

Muchas veces las causas más frecuentes de dificultades financieras son:

Inventarios Excesivos: Trae aparejado pérdidas por deterioro, almacenaje, obsolescencias, etc.

Exceso de cuentas por cobrar y cuentas por pagar: Representa inmovilizaciones de medios.

Inversión en activos fijos tangibles por encima de las necesidades de la Empresa: Da lugar a un aumento del costo de producción y por ende una disminución de la rentabilidad de la empresa.

Entre las principales técnicas y métodos que se utilizan para facilitar la visión a estos problemas se encuentran:

- ✓ Método comparativo
- ✓ Método Grafico
- ✓ Método de Razones y proporciones Financieras
- ✓ Método de Estado de Cambio en la posición financiera del capital de trabajo y de corriente de efectivo

Las diferentes dificultades existentes en el desarrollo de una actividad económica son diversas como es el exceso de inventarios, las inversiones fallidas, excesos de cuentas por pagar o cobrar, razón por la cual es importante que un especialista con el apoyo de todas las áreas de trabajo seleccionen un método de control financiero ideal para salvaguardar los el bienestar de la empresa.

ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Según **(Gómez, 2001, págs. 1-5)**, Menciona que:

Los estados pro-forma son estados financieros proyectados. Normalmente, los datos se pronostican con un año de anticipación. Los estados de ingresos pro-forma de la empresa muestran los ingresos y costos esperados para el año siguiente, en tanto que el Balance pro-forma muestra la posición financiera esperada, es decir, activo, pasivo y capital contable al finalizar el periodo pronosticado.

Insumos del presupuesto en la preparación de estados pro-forma: Para preparar en debida forma el estado de ingresos y el balance pro-forma, deben desarrollarse determinados presupuestos de forma preliminar.

La serie de presupuestos comienza con los pronósticos de ventas y termina con el presupuesto de caja, a continuación se presentan los principales:

- ✓ Pronóstico de ventas.
- ✓ Programa de producción.
- ✓ Estimativo de utilización de materias primas.
- ✓ Estimativos de compras.
- ✓ Requerimientos de mano de obra directa.
- ✓ Estimativos de gastos de fábrica.
- ✓ Estimativos de gastos de operación.
- ✓ Presupuesto de caja.

Una proyección adecuada de los ingresos al inicio de las actividades contribuirá a fijar sólidamente los objetivos a conseguir en el periodo establecido al igual que se puede determinar correctos programas de distribución de mercaderías, la optimización de recursos, la correcta requisición de mano de obra o materias primas minimizando gastos administrativos, productivos.

Balance periodo anterior.

Utilizando el pronóstico de ventas como insumo básico, se desarrolla un plan de producción que tenga en cuenta la cantidad de tiempo necesario para producir un artículo de la materia prima hasta el producto terminado.

Los tipos y cantidades de materias primas que se requieran durante el periodo pronosticado pueden calcularse con base en el plan de producción. Basándose en estos estimados de utilización de materiales, puede prepararse un programa con fechas y cantidades de materias primas que deben comprarse.

Así mismo, basándose en el plan de producción, pueden hacerse estimados de la cantidad de la mano de obra directa requerida, en unidades de trabajo por hora o en moneda corriente. Los gastos generales de fábrica, los gastos operacionales y específicamente sus gastos de venta y administración, pueden calcularse basándose en el nivel de operaciones necesarias para sostener las ventas pronosticadas.

El inicio de la planificación financiera comienza con el análisis de los estados financieros de periodos anteriores, estos son fundamentales para evaluar la situación de liquidez de la empresa, también nos ayudan a conocer la estructura patrimonial, el grado de endeudamiento, revela el grado de capitalización de la empresa, la gestión de los administradores en cuanto a la utilización de activos si ha sido o no efectiva, permitirá a la

los gerentes o administradores aplicar los principios tales como: medir, controlar, evaluar, para lo cual es imprescindible el análisis financiero de los balances de periodos anteriores.

Estado de Resultados Proforma.

Según **(Rivadeneira, 2013, pág. 210)**, explica que:

El estado de resultados proforma refleja el método contable de acumulaciones, bajo el cual los ingresos, los costos y los gastos se comparan dentro de periodos de tiempo idénticos. Describe en forma compendiada las transacciones que darán como resultado una pérdida o una ganancia para los propietarios de una empresa.

Completados los presupuestos anteriormente descritos, es posible formular el presupuesto del estado de resultados proforma luego de calcular algunas cifras adicionales. Esto permitirá establecer si los planes son o no satisfactorios desde el punto de vista de las utilidades.

Las partidas del estado de resultados se clasifican como sigue: ventas brutas, devoluciones y descuentos en ventas, ventas netas, costo de ventas, gastos de administración, gastos de venta, gastos financieros y otros ingresos y gastos.

✓ **Ventas brutas**

Constituyen la facturación a los clientes por las mercaderías vendidas durante el periodo cubierto por el estado de resultados.

✓ **Devoluciones**

Son deducciones de lo facturado a los clientes por mercaderías devueltas por diversas causas.

✓ **Descuentos**

Los descuentos sobre los valores facturados a los clientes pueden deberse a las políticas de la empresa respecto a pronto pago u otras causas.

✓ **Ventas netas**

Representan la suma de dinero recibida o que se puede esperar recibir por las mercaderías vendidas. Se obtienen por diferencia entre el total de ventas brutas menos el importe de las devoluciones y descuentos.

✓ **Costo de ventas**

Representa el costo de las mercaderías vendidas. Se obtiene como la suma total del costo de producción más o menos los cambios en los inventarios de productos en proceso y de productos terminados.

✓ **Gastos de administración**

Constituye el conjunto de gastos incurridos en la dirección general de una empresa no relacionados con una actividad específica de la misma, como en el caso de las actividades de ventas o de fabricación.

✓ **Gastos de venta**

Comprenden aquellos gastos relacionados con la promoción, la realización de ventas y la entrega de los bienes vendidos.

✓ **Gastos financieros**

Representan el conjunto de gastos relacionados con la obtención de recursos ajenos para financiar las operaciones de la empresa.

✓ **Otros (ingresos) y gastos - neto**

Generalmente se incluyen en este grupo las partidas de ingresos y gastos que no corresponden a la actividad principal de la firma.

Los estados financieros proforma constituyen el producto final de un conjunto de elementos y procesos de planificación financiera que permiten a la administración visualizar de manera cuantitativa el resultado de la ejecución de estos planes y prever situaciones que pueden

presentarse a futuro y sirven de base en la toma de decisiones de crédito al existir un déficit o inversión si existiera un superávit.

PRONÓSTICOS DE ESTADOS FINANCIEROS

Según **(Weston, 2010, págs. 227-283)**, indica que:

Los Pronósticos son presupuestos que proporcionan un plan global para un ejercicio económico próximo. Generalmente se fija para cada año, debiendo incluir el objetivo de utilidad y el programa coordinado para lograrlo. Consiste además en pronosticar sobre un futuro incierto porque cuando más exacto sea el presupuesto o pronóstico, mejor se presentara el proceso de planeación, fijado por la alta dirección de la empresa.

Los beneficios de pronosticar son:

- ✓ Define objetivos básicos de la empresa.
- ✓ Determina la autoridad y responsabilidad para cada una de las generaciones.
- ✓ Es oportuno para la coordinación de las actividades de cada unidad de la empresa.
- ✓ Facilita el control de las actividades.
- ✓ Permite realizar un auto análisis de cada periodo.
- ✓ Los recursos de la empresa deben manejarse con efectividad y eficiencia.

Los procesos de control y la planificación financiera en un mundo globalizado y en un mercado tan competitivo como el de hoy en día, se encuentran íntimamente relacionados con la planificación estratégica estos implican el empleo de proyecciones de estados financieros que tomen como base las normas y el desarrollo de un procesos de retroalimentación permite pronosticar la demanda de productos y servicios que permite establecer un plan de ventas o de operación. Los resultados

obtenidos de estas proyecciones de estos elementos se ven reflejados en los estados financieros presupuestados.

Riesgo, Rendimiento y Liquidez en Equilibrio

“Bajo condiciones de incertidumbre se torna difícil tomar decisiones sobre la cantidad de rendimiento adicional que debería requerirse para aceptar un riesgo medible en el negocio”. (Weston, 2010, págs. 227-283)

RIESGO

Riesgo es la posibilidad de que los resultados reales difieran de los esperados o posibilidad de que algún evento desfavorable ocurra, se puede clasificar como:

Riesgo Operativo: "Es el riesgo de no estar en capacidad de cubrir los costos de operación".

Riesgo Financiero: "Es el riesgo de no estar en condiciones de cubrir los costos de financieros".

Riesgo Total: "posibilidad de que la empresa no pueda cubrir los costos, tanto de operación como financieros". **(Weston, 2010, págs. 227-283)**

Según **(Weston, 2010, págs. 227-283)** existen otras formas de clasificar el riesgo:

- **Riesgo Sistemático (No Diversificable o Inevitable):** Afecta a los rendimientos de todos los valores de la misma forma. no existe forma alguna para proteger los portafolios de inversiones de tal riesgo, y es muy útil conocer el grado en que los rendimientos de un activo se ven afectados por tales factores comunes. por ejemplo una decisión política afecta a todos los títulos por igual. el grado de riesgo sistemático se mide por beta.

- **Riesgo No Sistemático (Diversificable o Evitable):** Este riesgo se deriva de la variabilidad de los rendimientos de los valores no relacionados con movimientos en el rendimiento del mercado como un conjunto. Es posible reducirlo mediante la diversificación.
- **Riesgo Total:** Riesgo Sistemático + Riesgo no Sistemático.

PLANEACIÓN FINANCIERA

Según (Ortega, 2002, pág. 192), en su libro titulado “*Planeación Financiera Estratégica*” Indica que:

La planeación financiera establece el modo por el cual los objetivos financieros pueden ser logrados. Un plan financiero es por lo tanto, una declaración de lo que debe ser hecho en el futuro. Definiendo el plan financiero y presupuestos la empresa estará en la capacidad para alcanzar sus objetivos.

La planeación financiera es una técnica que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer los pronósticos y las metas económicas y financieras de la empresa, tomando en cuenta los medios que se tienen y los que se requieren para lograrlo.

También se puede decir que la planeación financiera es un procedimiento en tres fases para decidir qué acciones se habrán de realizar en el futuro para lograr los objetivos trazados: planear lo que se desea hacer, llevar a la práctica lo planeado y verificar la eficiencia de lo que se hace.

La conjugación de varios elementos como: la recopilación de información, su debida clasificación, el análisis la interpretación de la información financiera permite formar un plan combinado que facilitara la identificación de problemas y oportunidades a la correcta fijación de metas y objetivos diseñando procedimientos para encontrar soluciones.

Importancia de la Planeación Financiera

El propósito de la planeación consiste en lograr los objetivos deseados en los negocios, ser una herramienta de control de la alta dirección, abordar los aspectos de la incertidumbre y combinar los propósitos al enfrentar el futuro incierto. El objetivo de la planeación financiera es minimizar el riesgo y aprovechar las oportunidades y los recursos financieros, decidir de manera anticipada las necesidades de dinero y su correcta aplicación, buscando su mejor rendimiento y su máxima seguridad financiera. El sistema presupuestario es la herramienta más importante con la que cuenta la administración moderna para alcanzar sus metas. **(Ortega, 2002, pág. 194)**

La planificación financiera no solo puede hacer referencia a ciertas proyecciones financieras que arrojen los estados financieros o de resultados sino también comprenden una serie de actividades que se desarrollan a diferentes niveles como son: el estratégico, funcional y operativo de las empresas. Es de suma importancia para las empresas ya que de lo contrario no existiría organización ni control, busca mantener el equilibrio económico a todo nivel en la empresa. Define el rumbo que debe seguir una entidad para alcanzar sus objetivos minimizando las pérdidas o gasto.

Etapas de la Planeación Financiera

Para **(Ortega, 2002, pág. 192)**, cita que:

1. Diseño e implementación de sistemas de información gerencial
2. Diagnóstico estratégico interno y externo
3. Formulación del plan estratégico global
4. Formulación de los planes estratégico y táctico y de los programas por área funcional de la organización.

5. Prospección y evaluación financiera de los planes, programas y proyectos
6. Asignación de recursos
7. Fijación de los indicadores del desempeño y de los procedimientos administrativos relacionados con el control
8. Puesta en marcha del plan
9. Evaluación o monitoreo del cumplimiento.

Etapa No. 1 Diseño e implementación de sistemas de información gerencial

Al considerar la trascendencia de la recolección, el procesamiento y el análisis de la información, como fundamentos del planeamiento, es irrefutable que la tenencia de información actualizada reviste singular importancia para toda empresa. Por ello, y como campo crucial de apoyo a los objetivos empresariales, cada vez los sistemas de información adquieren mayor trascendencia por la incidencia de los mismos sobre los propósitos gerenciales relacionados con la consolidación comercial, la solidez financiera, la modernización de los procesos fabriles y la reacción oportuna de la empresa ante el comportamiento del entorno

Etapa No. 2 Diagnóstico estratégico interno y externo

El diagnóstico estratégico de cualquier empresa pública o privada se realiza con base en sistemas de información endógena y exógena, tiene el propósito de evaluar las causas del incumplimiento detectado en los planes, representa el soporte para formular los planes estratégicos y tácticos y, en última instancia, constituye el punto de partida de las acciones que puede desplegar la gerencia para asegurar el alcance de los objetivos previstos, con base en el análisis preliminar de información consultada para determinar las amenazas u oportunidades planteadas por el medio, así como las fortalezas y debilidades internas.

Etapa No. 3 Formulación del plan estratégico global

Si el plan es a corto plazo, adquiere especial trascendencia en el máximo aprovechamiento de los medios productivos y la eficaz administración del capital de trabajo se impone como asunto prioritario de la gestión. A largo plazo, la proyección empresarial y el pronóstico de las variables constitutivas del crecimiento explican el énfasis puesto en el planeamiento de las necesidades de capital permanente o capital fijo.

Etapa No. 4 Formulación de los planes estratégico y táctico y de los programas por área funcional de la organización.

Una vez determinada la estrategia competitiva, y definidos los objetivos del negocio, se aborda la formulación de los planes estratégico y táctico, especificando los programas coadyuvantes de los mismos para cada una de las áreas que integran la organización.

Etapa No. 5 Prospección y evaluación financiera de los planes, programas y proyectos

El planeamiento demanda la participación activa de la gerencia financiera en la etapa relacionada con la prospección monetaria y la evaluación de los planes, programas y proyectos.

Etapa No. 6 Asignación de recursos

La gerencia financiera interviene activamente como filtro utilizado en el proceso de distribución de recursos, al conocerse que la existencia de múltiples oportunidades de inversión tiene el contrapeso del racionamiento de capitales.

Etapa No. 7 Fijación de los indicadores del desempeño

Antes de poner en marcha el plan estratégico es procedente fijar los indicadores del desempeño, que contribuirán a valorar el grado de cumplimiento de los compromisos adquiridos, precisar los motivos que explican el distanciamiento entre lo programado y lo ejecutado, y realizar las acciones que aseguren el alcance de los objetivos consignados en el plan.

Etapas No. 8 Puesta en marcha del plan

El funcionamiento del plan impone la adopción del sistema de administración por objetivos que genera una cultura de éxito en la organización, que se concibe como una actitud ante la vida y el trabajo, que incluye la revisión periódica del grado de progreso y que incorpora un programa mediante el cual se busca incentivar al recurso humano, instaurando los círculos de calidad, el plan de sugerencias y los planes de mejoramiento.

Etapas No. 9 Evaluación o monitoreo del cumplimiento

Una vez puesto en marcha el plan, conviene realizar su seguimiento por parte del comité gerencial previamente designado, aplicando los indicadores de gestión diseñados para tal fin.

La planificación financiera y sus etapas son de vital importancia para estudiar, evaluar, proyectar el futuro económico y financiero, que inciden directamente en la toma acertada de decisiones asegurando el futuro de la entidad en base a objetivos fijados por la alta gerencia minimizando los riesgos y aprovechando las oportunidades decidir anticipadamente las necesidades de dinero y su correcta aplicación, buscando el mejor rendimiento con la máxima seguridad financiera.

Por lo cual es indispensable seleccionar correctamente las etapas de un plan de control financiero.

2.3.1.2. Marco conceptual variable dependiente: Disminución de la Liquidez

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Dice que la administración financiera se refiere a las tareas del administrador financiero de una empresa. El administrador financiero de cualquier tipo de negocio, sea este financiero, público o privado, lucrativo o no lucrativo. Sus tareas van desde la presupuestación, la predicción financiera y el manejo del efectivo hasta la administración crediticia, el análisis de inversiones y el procuramiento de fondos.

Para **(García, 2002)** La importancia de la Administración Financiera es:

Que ha ido creciendo, ya que anteriormente solo tenía que allegarse de recursos para ampliar las plantas, cambiar equipos y mantener los inventarios, ahora forma parte del proceso de control y de decisión, las cuales ejercen gran influencia en la planeación financiera.

En todas las decisiones de negocios existen implicaciones financieras, lo cual requiere de conocimientos claros de administración financiera para poder realizar más eficientemente los análisis especializados.

Para poder fundear y lograr la maximización de la organización se requiere de:

- ✓ Preparación de pronósticos y planeación.
- ✓ Decisiones financieras e inversiones de importancia mayor, determinando la tasa óptima de crecimiento en ventas y decidir sobre la adquisición de activos y la forma de financiarlos.
- ✓ Coordinación y control, para que la empresa opere de la manera más eficiente posible.

- ✓ Forma de tratar con los mercados financieros (de dinero y capitales), de los cuales se obtienen fondos y se negocian los valores de una empresa.

La Administración financiera hoy en día se ha convertido en una parte fundamental de la Administración que se encarga principalmente de cuidar los recursos financieros de las empresas también se centra en varios aspectos importantes entre ellos tenemos el control interno y la liquidez buscando que los recursos sean más productivos y líquidos.

ANÁLISIS FINANCIERO

Según **(Wikilibro, 2012, págs. 1-5), Menciono que:**

El Análisis Financiero como el conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa. El fin fundamental del análisis financiero es poder tomar decisiones adecuadas en el ámbito de la empresa. Estas técnicas se basan principalmente en la información contenida en los estados financieros y pretenden realizar un diagnóstico de la empresa que permita obtener conclusiones sobre la marcha del negocio y su evolución futura.

El análisis debe aportar perspectivas que reduzcan el ámbito de las conjeturas, y por lo tanto las dudas que planean cuando se trata de decidir. Con el análisis se transforman grandes masas de datos en información selectiva ayudando a que las decisiones se adopten de forma sistemática y racional, minimizando el riesgo de errores.

El análisis financiero no es solamente relevante para quienes desempeñan la responsabilidad financiera en la empresa. Su utilidad se extiende a todos aquellos agentes interesados en la empresa, su situación actual y la evolución previsible de esta.

Perspectivas en lo que al interés del análisis se refiere.

Perspectiva interna: el análisis financiero será de capital importancia para quienes dirigen la empresa. A través del análisis podrán tomar decisiones que corrijan desequilibrios, así como analizar y anticipar tanto riesgos como oportunidades. En definitiva el correcto conocimiento de las variables económicas financieras de la empresa permitirá su gestión diaria además de la planificación de su desarrollo futuro.

Perspectiva externa: a todos aquellos agentes interesados en conocer la situación y la evolución previsible. Dentro de esta categoría encontraremos innumerables agentes para quienes la evolución de la empresa es relevante: los clientes, los proveedores, los posibles inversores, diferentes tipos de acreedores, analistas, empleados, reguladores, autoridades fiscales, laborales, etc. En definitiva nos estamos refiriendo a todos los stakeholders de la compañía, término mediante el cual nos referimos a todos aquellos agentes económicos o sociales con interés en la empresa, de forma directa o de forma indirecta.

El espectro del análisis financiero es muy amplio. Mencionaremos primero el análisis financiero que denominaremos profesional, y que es desarrollado por analistas expertos que facilitan dicho análisis a los diferentes inversores. Este análisis profesional se realiza, como una línea más de negocio, en los intermediarios financieros, principalmente bancos y sociedades de inversión. El objetivo de dicho análisis es informar a los posibles inversores de la situación patrimonial de la empresa en cuestión, de sus perspectivas de futuro o de la valoración de la estrategia de la misma. Este tipo de análisis se denomina análisis fundamental ya que se basa en los parámetros y variables económicas, financieras, de producción y de negocio fundamentales de la compañía.

El análisis profesional tiene como finalidad última proveer una recomendación de inversión para lo cual acaba facilitando un precio

objetivo para la acción de la sociedad. El análisis fundamental basa sus recomendaciones en parámetros reales u objetivos y por ello normalmente concluye con un precio que difiere del precio de mercado en el momento de realización del análisis. Esto se produce porque se asume que los mercados de valores son ineficientes a corto plazo, o lo que es lo mismo, los precios que determinan los mercados se ven influenciados por otros factores no necesariamente equivalentes a los objetivos o reales. A largo plazo se entiende que la empresa valdrá lo que determinen esos factores fundamentales, que en definitiva reflejan la consistencia y solidez patrimonial de la empresa, su gestión, su posición en el mercado y su potencia económica.

El análisis financiero que no obstante más nos interesará, y que desarrollaremos en detalle, no será el profesional sino el que necesitaremos como empresarios o gestores, como clientes o proveedores de cualquier empresa. Este análisis nos permitirá tomar decisiones relativas a la estructura patrimonial de la empresa, para corregir posibles desequilibrios presentes o futuros, adoptar decisiones de inversión y financiación, decisiones de compra o venta, o decisiones de gestión diaria que mejoren el desarrollo de la empresa.

En cualquier caso las técnicas son únicas y comunes para todo tipo de análisis, bien sea el profesional o el que produciremos para nuestra gestión empresarial diaria. **(Wikilibro, 2012, págs. 1-5)**

La interpretación adecuada de la información financiera con la utilización correcta de técnicas y métodos de una empresa proporcionada principalmente por sus estados financieros se convertirá en información útil y esencial en la toma de decisiones.

ÍNDICES FINANCIEROS

Los índices financieros para que sean de verdadera utilidad al momento de realizar análisis, deben compararse con los índices del sector industrial al cual pertenece la empresa y con los índices de estados financieros de períodos anteriores.

Según **(Martínez, 2014, págs. 1-3)**, Expresa que:

Refleja el desempeño de una canasta de valores representativos de un mercado o de un sector económico y la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos por un consumidor (es), por otra parte aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado.

Los indicadores financieros son medidas que analizan la situación financiera de la empresa, relacionando la información suministrado por los estados financieros de una empresa, con los de una empresa de semejantes características para determinar sus tendencias y proyectarse a futuro.

Los Índices Financieros se clasifican en:

1. Indicadores De Liquidez

Estos indicadores surgen de la necesidad de medir la capacidad que tienen las empresas para cancelar sus obligaciones de corto plazo. Sirven para establecer la facilidad o dificultad que presenta una compañía para pagar sus pasivos corrientes al convertir a efectivo sus activos corrientes. Se trata de determinar qué pasaría si a la empresa se le exigiera el pago inmediato de todas sus obligaciones en el lapso menor a un año. De esta forma, los índices de liquidez aplicados en un momento determinado evalúan a la empresa desde el punto de vista del

pago inmediato de sus acreencias corrientes en caso excepcional.
(Compañías., 2013)

Los indicadores de liquidez proporcionan información sobre la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo. Se refieren no solo al estado de situación en el que se encuentra la empresa, sino además a su habilidad de convertir en efectivo sus activos y pasivos corrientes.

2. Indicadores de Solvencia

Los indicadores de endeudamiento o solvencia tienen por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa. Se trata de establecer también el riesgo que corren tales acreedores y los dueños de la compañía y la conveniencia o inconveniencia del endeudamiento. (Compañías., 2013)

Por su parte los acreedores, para otorgar nuevo financiamiento, generalmente prefieren que la empresa tenga un endeudamiento "bajo", una buena situación de liquidez y una alta generación de utilidades, factores que disminuyen el riesgo de crédito. **(Compañías., 2013)**

Este tipo de indicadores tienen por objeto medir el grado de participación de los acreedores dentro del financiamiento de las operaciones de la empresa, al igual que permiten establecer el riesgo que incurren tales acreedores, el riesgo de los dueños y la conveniencia o inconveniencia de un determinado nivel de endeudamiento. Por otro lado proporciona la información necesaria a los acreedores para otorgar nuevos créditos.

3. Indicadores de Gestión

Se conoce como indicador de gestión a aquel dato que refleja cuáles fueron las consecuencias de acciones tomadas en el pasado en el

marco de una organización. La idea es que estos indicadores sienten las bases para acciones a tomar en el presente y en el futuro.

Es importante que los indicadores de gestión reflejen datos veraces y fiables, ya que el análisis de la situación, de otra manera, no será correcto. Por otra parte, si los indicadores son ambiguos, la interpretación será complicada. **(Carnejo, 2012)**

Estos indicadores se encargan de expresar cuantitativamente el comportamiento o desempeño de una organización o cualquier área que la compone, las compara con un nivel de referencia ayudando a señalar cualquier desviación para tomar medidas correctivas o preventivas a tiempo.

LIQUIDEZ

En el ámbito financiero la liquidez es una cualidad de los activos para convertirlos en dinero en efectivo de forma inmediata sin perder valor alguno por definición y practica el dinero es el activo de mayor liquidez al igual que los depósitos bancarios, en otros casos se los conoce como activos líquidos refiriéndose al dinero en efectivo.

Pero para otros elementos que no son el dinero la liquidez presenta dos dimensiones muy importantes: la primera remite al tiempo necesario para convertirse el activo en efectivo y la segunda el grado de seguridad relacionado con el precio o la razón de conversión.

Según **(Compañías., 2013)**,

Dice que la liquidez es uno de los conceptos más importantes en las empresas modernas y más utilizado por la comunidad de negocios. La liquidez es lo que buscan los inversores al invertir sus ahorros en las empresas. La liquidez es, al menos una parte, de lo que busca el

management con sus decisiones directivas. La liquidez es lo que miden los inversores al decidir si reinvierten sus ahorros en una determinada compañía, o si, por el contrario, retiran sus fondos.

Según **(Economía, 2014)**, nos habla que la liquidez es:

Una referencia a la facilidad, y la concesión de precios requerida, para comprar y vender activos. Cuanto más fácil sea comprar y vender y menor sea el diferencial entre el tipo comprador y el tipo vendedor (que representa la concesión de precios), más líquido es el mercado del activo.

La liquidez tiende al rendimiento que generan las utilidades de la empresa. Estas razones miden la eficacia con la cual la empresa es capaz de generar utilidades, reflejan el desempeño operativo, sus riesgos y el apalancamiento. Observaremos dos tipos de razones de liquidez.

Estos son los márgenes de utilidades que miden el desempeño en relación con las ventas y las razones de tasa de rendimiento que estima el desempeño relativo a cierta medida del tamaño de la inversión.

La utilidad bruta es la diferencia entre las ventas y el costo de ventas. La utilidad bruta es crítica para la empresa porque representa la cantidad de dinero que queda para pagar los costos operativos, los de financiamiento y los impuestos, así como para aportar la utilidad.

El margen de utilidades brutas es la cantidad de cada dólar de ventas que queda después de pagar el costo de los bienes vendidos (o costo de ventas).

Índices de Liquidez

Según **(Baezi, 2010)** expresa que:

Un índice es un cociente entre dos magnitudes y que tienen una cierta relación y significado económico o financiero.

Si se divide el Beneficio Neto obtenido por la empresa con la cifra de los fondos propios de esa misma empresa se obtiene la rentabilidad de los fondos propios

Rentabilidad de los fondos propios = Beneficio Neto/Fondos Propios

Clasificación:

INDICADORES FINANCIEROS

Según **(Baezi, 2010)** los indicadores son:

Índice de Liquidez Corriente (ILC)

Formula: $ILC = \text{Activo Corriente} / \text{Pasivo Corriente}$

Índice de Liquidez Inmediata (ILI)

Formula: $ILI = (\text{Activo Corriente} - \text{Existencia}) / \text{Pasivo Corriente}$

Rotación de Cuentas a Cobrar (RCC)

Formula: $RCC = \text{Ventas} / \text{Cuentas por Cobrar}$

Periodo Medio de Cobro (PMC)

Formula: $PMC = 365/RCC$

Rotación de Inventario (RI)

Formula: $RI = CMV/Inventario$

Periodo Medio de Permanencia de Inventario (PMPI)

Formula: $PMPI = 365/RI$

Rotación de Cuentas a Pagar (RCP)

Formula: $RCP = Compras/Cuentas\ por\ pagar$

Periodo Medio de Pago (PMP)

Formula: $PMP = 365/RC$ $PMP = 365/RC$

Nivel de Endeudamiento (NE)

Formula: $NE = Deudas\ Totales/Total\ de\ activos$

Calidad de la Deuda (CD)

Formula: $CD = Deuda\ de\ Corto\ Plazo/Deuda\ Total$

INDICADORES ECONÓMICOS

Según **(Baezi, 2010)** los indicadores son:

Rendimiento del Activo (RA)

Formula: $RI = Utilidad\ Neta / Activo\ Total$

Rentabilidad del Capital (RC)

Formula: $RC = Utilidad\ Neta / Capital\ Propio$

Esta fórmula se puede descomponer en al menos tres partes:

Rotación de Activos = Ventas / Activo Total

Margen Neto = Utilidad Neta / Ventas

2.4. CATEGORIAS FUNDAMENTALES

- Superordinación conceptual

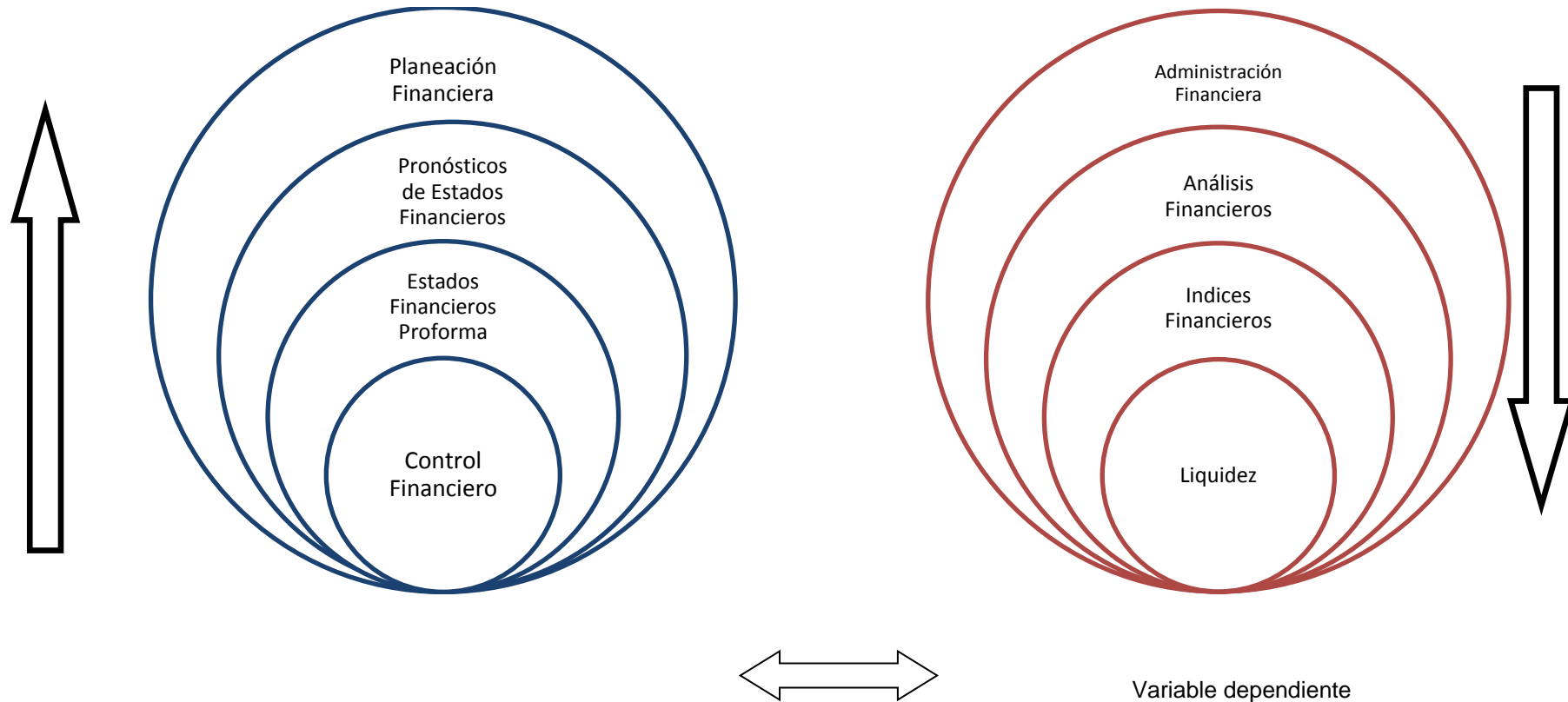


Gráfico N° 2 Superordinación conceptual

Fuente: Empresa PLASTIK (2013)

Elaborado por: Naranjo Fernando

• **Subordinación conceptual**

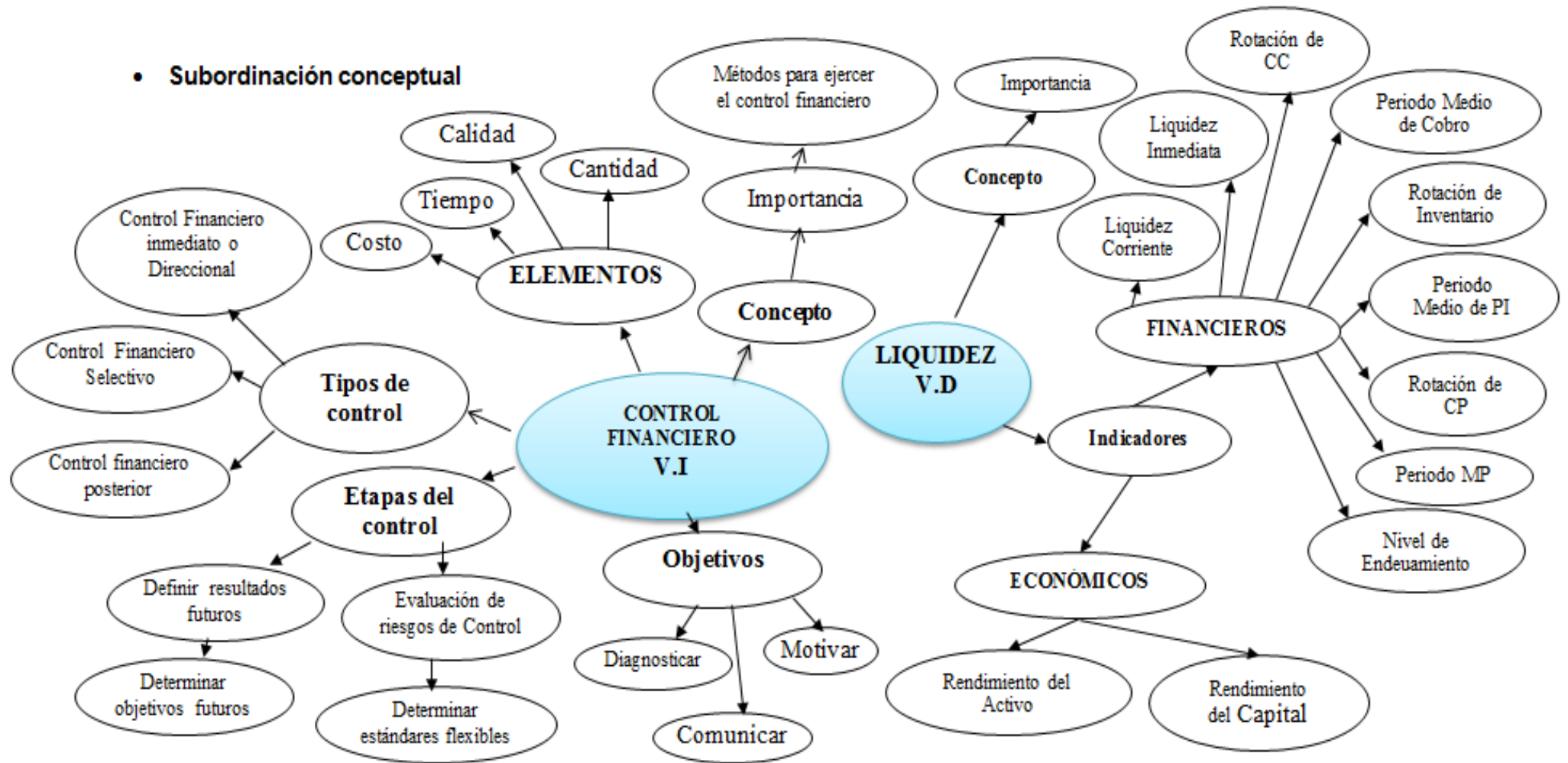


Gráfico N° 3. Subordinación conceptual de las variables

Fuente: Empresa PLASTIK (2013)

Elaborado por: Naranjo Fernando

2.5. HIPOTESIS

La aplicación de un control financiero incide en la disminución de la liquidez en la Empresa PLASTIK.

2.5.1. Elementos de la hipótesis

- **Variable independiente:** Control Financiero
- **Variable dependiente:** Disminución de la liquidez
- **Unidad de observación:** Empresa PLASTIK
- **Términos de relación:** La, es lo que incide en, de la

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. ENFOQUE

La presente investigación es predominantemente cuantitativa, puesto que se trata acerca de la investigación realizada en forma conjunta entre la población y el investigador.

ENFOQUE CUANTITATIVO	Privilegia técnicas cuantitativas
	Busca las causas y la explicación de los hechos que estudia
	Medición controlada
	Enfoque universalista
	Perspectiva desde afuera
	Orientado a la comprobación de hipótesis
	Énfasis en el resultado
	Generalizable: estudio de casos independientes del contexto
	Fragmentario
	Asume una realidad estable.

Fuente: (Herrera , Medina, & Naranjo, 2002, p. 102)

Elaborado: Fernando Naranjo

El enfoque asumido por el investigador guía todo el proceso de estudio, desde la selección del problema, el marco teórico envolviendo la metodología y así en general hasta terminar el proceso de investigación, esto incide en el trabajo investigativo, lo cual orienta a los paradigmas de investigación más utilizados en la actualidad.

Para que exista metodología Cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico ya sea lineal, exponencial o similar.

La claridad entre los elementos de investigación que conforman el problema, hacen que sea posible definirlo, limitarlo y saber exactamente cuáles son sus causales, la dirección que debe llevar y su incidencia.

La presente investigación está guiada por un enfoque cuantitativo ya que en base a técnicas cuantitativas se pretende medir la liquidez con la implementación de un plan de control financiero en la empresa PLASTIK.

3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. Investigación de campo

Es la investigación que se realiza en el lugar de los hechos *“in situ”*, utilizando fuentes primarias de información.

Según **(Herrera , Medina, & Naranjo, 2002, p. 103)** en su libro **“Tutoría de la investigación científica”**:

Es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos, en esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto.

El investigador trabaja directamente en lugar de los hechos en contacto con las personas y las fuentes consultadas, de las que obtendrán los datos más relevantes a ser analizados, son individuos, grupos y representaciones de las organizaciones científicas no experimentales

dirigidas a descubrir relaciones e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas.

Este trabajo de investigación corresponde a la investigación de campo, por cuanto se desarrollara en el entorno de la empresa Plastik en el sector de la comercialización de plásticos, sustentándose en la investigación de fuente primaria ya que se realizaron observaciones en la cual se aplicara encuestas.

(Abril, 2003, pág. 113), En su obra titulada **“Técnicas de Investigación Científica”** nos explica que:

Define a la investigación de campo, la bibliográfica documental, como el estudio sistemático de los hechos en el lugar en el que se produce los acontecimientos. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto.

Esta investigación, trata de recabar datos recurriendo a los hechos y fenómenos en el lugar donde se han desarrollado, recolecta datos informativos obtenidos de un contacto directo con la realidad existente dentro de la empresa permitiéndole cerciorarse de las condiciones reales en los que se ha obtenido la información, es decir realiza una medición de los datos obtenidos considerando las restricciones de cada estudio o la carencia de materiales humanos, monetarios, físicos, etc.

3.2.2. Investigación bibliográfica-documental

Como lo dice **(Benassini & Muñoz , 1998, p. 93)**, en su libro **“Como elaborar y asesorar una tesis”** indica que:

En este tipo de trabajos la recopilación de información y el análisis de resultados tienen un grado de carácter documental muy alto, apoyando lo encontrado con muy poca investigación de campo. Las investigaciones de este tipo son teóricas por lo general, abstractas y poco susceptibles de comprobar por medios físicos.

La investigación documental se caracteriza principalmente por la utilización de documentos recolectados, seleccionados, analizando y presentando resultados coherentes utilizando procedimientos lógicos y mentales investigativos, que permite descubrir hechos, sugerir problemas y orientar otras fuentes de investigación para la definición de una hipótesis.

Se considera como parte fundamental de un proceso de investigación científica, realizada en forma ordenada y con objetivos precisos, siendo la base de construcción de conocimientos y se basa en la utilización de técnicas de localización y fijación de datos, análisis de documentos y de contenidos.

3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Investigación exploratoria

La investigación exploratoria es aquella que nos permite explorar, reconocer y sondear, es una acción preliminar mediante la cual se obtiene una idea general del objeto que va a ser investigado. Este tipo de trabajo permite formular la hipótesis.

Esta investigación ayudará y permitirá el planteamiento del problema, a fin de tener una idea precisa de lo que se desea estudiar, por tanto viene a constituirse en un soporte para el cabal conocimiento del problema y al diseño de la propuesta.

La Investigación Exploratoria es la realidad que no existe en el momento pero que existirá después del experimento.

Es por otro lado la descripción y análisis de condiciones cuidadosamente controladas mediante el método de laboratorio. Estudia los efectos originados por variables que están bajo el control del investigador.

Las situaciones en las que se emplea el método experimental son prácticamente infinitas. El proceso de la ciencia depende en gran parte, de la investigación experimental. **(Leiva, 1984, p. 11).**

Explica respecto del problema, recoge e identifica antecedentes generales y cuantificaciones, temas tópicos relacionados con el problema de investigación, sugerencias relacionadas que deben analizarse a profundidad en futuras investigaciones. Permite examinar problemas poco estudiados y no abordados con anterioridad, identificando relaciones entre las variables, estableciendo investigaciones más rigurosas.

Estos estudios exploratorios, son experiencias nuevas de las cuales no existen documentos anteriores, sino simplemente alguien ha hecho breves relaciones o comentarios sobre este tipo de sucesos.

3.3.2. Investigación descriptiva

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Según **(Van, 2006)**, “La investigación desarrollada es de tipo descriptiva y de asociación de variables, enfocando a comparar los fenómenos o situaciones investigadas, control financiero y liquidez”.

Es decir que se considera características de tipos investigativos entre otros como: Medición entre variables, comparar entre dos o más fenómenos, situaciones o estructuras, teniendo interés social, de manera importante fomentando el empleo del país.

Este tipo de investigación ayuda a conocer los comportamientos de actividades imprescindibles para el desarrollo y funcionamiento de las empresas por lo cual es imprescindible su aplicación.

3.3.3. Investigación Correlacional

Según **(Dankhe, 1986)**, nos habla acerca de la investigación correlacional de la siguiente manera:

Que los estudios correlacionales pretenden medir el grado de relación y la manera cómo interactúan dos o más variables entre sí. Estas relaciones se establecen dentro de un mismo contexto, y a partir de los mismos sujetos en la mayoría de los casos.

En caso de existir una correlación entre variables, se tiene que, cuando una de ellas varía, la otra también experimenta alguna forma de cambio a partir de una regularidad que permite anticipar la manera cómo se comportará una por medio de los cambios que sufra la otra.

Esta investigación la realizaremos mediante la medición de las variables para evaluar su comportamiento, logrando determinar tendencias de variabilidad entre las variables y el grado de relación entre las mismas.

El estudio correlacional permite determinar el grado de vinculación y efectos causados entre dos variables, analizando si el cambio de la una variable incide en el aumento o disminución de la otra variable.

3.3.4. Investigación explicativa

Además de describir el fenómeno, tratan de buscar la explicación del comportamiento de las variables. Su metodología es básicamente cuantitativa, y su fin último es el descubrimiento de las causas. Se pueden considerar varios grupos:

- Estudio de casos.
- Métodos comparativos causales.
- Estudios correlacionales.
- Estudios causales.
- Estudios longitudinales.

El estudio de casos se utiliza cuando hay cuestiones a resolver sobre el “cómo” y el “por qué” de un hecho, cuando el investigador no tiene control sobre el fenómeno y cuando éste se da en circunstancias naturales. Los estudios causales se realizan a partir de las correlaciones empíricas de las variables. Los longitudinales, en el tiempo. Con este tipo de método se pretende llegar a generalizaciones extensibles más allá de lo analizado. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2003)

Esta investigación permitirá dar una explicación del porqué del comportamiento de las variables, lo cual implica un esfuerzo por parte del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis e interpretación, de un problema específico orientar, identificar las causas principales de una inadecuada utilización de los recursos económicos.

Su fin principal fin es contestar porque sucede determinado fenómeno cuales son los factores asociados, las causas, explicaciones y hechos según el grado de control de la investigación.

Intenta dar cuenta de aspectos reales explicando su importancia dentro de la teoría o hipótesis, busca el porqué de hechos estableciendo una relación causa efecto, ocupándose de la determinación de efectos mediante la prueba de hipótesis, llegando a un resultado de conclusiones de un nivel más profundo de conocimientos.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

Según **(Wigodski, 2010, pág. 1)**, se define a la población como:

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

3.4.2. Muestra

La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población.

“Llamaremos muestra a una parte o subconjunto representativo de la población, que se extrae de ella para obtener información.” **(García M. J., 2005, p. 305)** *“Manual de auxiliar de laboratorios: Simulacro de exámenes y ejercicios prácticos”*.

Para la presente investigación se tomará a toda la población de la empresa PLASTIK como muestra, debido a que la población es reducida, y a continuación se detalla la nómina.

TABLA 2. Nómina oficial de los servidores de la Empresa PLASTIK

#	NOMBRES	APELLIDOS	CARGO
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO			
1	ANA CECILIA	GOMEZ BONILLA	GERENTE
2	FERNANDO FABRICIO	NARANJO VARGAS	ADMINISTRADOR
3	CRISTIAN PAUL	NARANJO GALLO	FACTURADOR
4	SILVIA DE LOS ANGELES	TOAPANTA TIXILEMA	ASISTENTE ADMINISTRATIVA
BODEGA			
5	CARLOS WALBERTO	VACA LOPEZ	BODEGUERO
6	EDISON	NAVAS SOTO	ASISTENTE DE BODEGA
7	MARCO NOE	GUERRERO ARROBA	CHOFER
8	LUIS GONZALO	NARANJO RAMON	CHOFER
9	LUIS GERMAN	ALLAICA QUITIO	CHOFER
10	CESAR MAURICIO	CARRILLO GAVILANES	ASISTENTE DE BODEGA
11	MIGUEL ANGEL	PINTO CHILIQUE	ASISTENTE DE BODEGA
12	JUAN CARLOS	VITERI VALDEZ	ASISTENTE DE BODEGA
DEPARTAMENTO DE VENTAS			
13	JOSE LUIS	CHANGO CHANGO	VENDEDOR
14	GABRIEL EDISSON	MOYA HERRERA	VENDEDOR
15	ANDRES DANILO	MAYORGA TELLO	VENDEDOR
16	MARIA EUGENIA	VALAREZO LOOR	VENDEDORA
17	LUIS CARLOS	IMBAQUINGO NUNEZ	VENDEDOR

Fuente: Empresa PLASTIK (2013)

Elaborado por: Naranjo Fernando

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Una variable es operacionalizada con el fin de convertir un concepto abstracto en uno empírico, susceptible de ser medido a través de la aplicación de un instrumento.

Según **(Atagua, 2010)**, nos dice que la Operacionalización de variables es:

Es un proceso que se inicia con la definición de las variables en función de factores estrictamente medibles a los que se les llama indicadores. El proceso obliga a realizar una definición conceptual de la variables para romper el concepto difuso que ella engloba y así darle sentido concreto dentro de la investigación, luego en función de ello se procese a realizar la definición operacional de la misma para identificar los indicadores que permitirán realizar su medición de forma empírica y cuantitativa, al igual que cualitativamente llegado el caso.

3.5.1.1 Operacionalización de la variable independiente

Conceptualización	Dimensión	Indicadores	Preguntas	Técnicas-Instrumentos
El control financiero es base del presupuesto, por medio del cual permite a los directivos a tomar decisiones sobre el control de su organización ya que presenta herramientas necesarias a través del sistema contable para el cumplimiento de metas y objetivos institucionales	Gestión Financiera	La planeación la realiza a corto, mediano y largo plazo	¿Existe control financiero en la empresa PLASTIK?	Encuesta al personal de la empresa (Ver Anexo 2)
		Los reportes se presentan mensual, trimestral y anualmente	¿Qué tipos de estados financieros utiliza la entidad para la toma de decisiones?	
	Recursos Operativos	El departamento de bodega provee diariamente de productos	¿Considera que existen gastos excesivos de ventas en la entidad?	
		Las ventas en el año 2013 representaron el 100% de los ingresos.	¿Qué se esperan que ocurra con las ventas en el mercado?	

Fuente: Empresa PLASTIK (2013)

Elaborado por: Naranjo Fernando

3.5.1.2 Operacionalización de la variable dependiente: Disminución de la liquidez

Conceptualización	Dimensión	Indicadores	Preguntas	Técnicas-Instrumentos
<p>La liquidez es un indicador financiero que mide el efectivo y sus equivalentes de forma efectiva misma que se refleja en los rendimientos generados en relación a la inversión y a las ventas</p>	Ratios	Indicadores de liquidez	¿Deben existir indicadores para un mejor control de la liquidez?	<p>Encuesta al personal de la empresa (Ver Anexo 2)</p>
	Liquidez con relación a la inversión	Rendimiento del activo total	¿Conoce usted sí en la entidad se utiliza adecuadamente los activos de la entidad?	
		Rendimiento del patrimonio	¿Le da el uso apropiado a los instrumentos para movilización que le proporciona la empresa?	
	Liquidez con relación a las ventas	Margen de Utilidad Bruta	¿Cree usted que los excesivos gastos de ventas influyen en la liquidez de la empresa?	
Margen de Utilidad Neta		¿En qué periodos del año se reporta mayores ingresos en la empresa?		

Fuente: Empresa PLASTIK (2013)

Elaborado por: Naranjo Fernando

3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

“Metodológicamente para la construcción de la información se opera en dos fases: plan para la recolección de información y plan para el procesamiento de información” (Herrera , Medina, & Naranjo, 2002, pág. 124).

3.6.1. Plan para la recolección de información

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

- **Definición de los sujetos: personas u objetos que van a ser investigados.** Las técnicas de recolección de información que se utilizó en el presente trabajo es la encuesta.

Selección de las técnicas a emplear en el proceso de recolección de información. La recolección de la información se va a realizar con la observación directa, aplicando las fichas respectivas de la encuesta al personal investigado como son administrativo, y operativo.

Instrumentos seleccionados o diseñados de acuerdo con la técnica escogida para la investigación. Los instrumentos de recolección de información que se va a utilizar son los cuestionarios de encuestas. **(Ver anexo 2)**

- **Selección de recursos de apoyo (equipos de trabajo).**
- **Explicitación de procedimientos para la recolección de información, cómo se va a aplicar los instrumentos, condiciones**

de tiempo y espacio, etc. Explicación de cómo, dónde y cuándo se aplicarán las técnicas de recolección de información.

TABLA 3. Procedimiento de recolección de información.

TÉCNICAS	PROCEDIMIENTO
Encuesta	Se utilizó el método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos.
	Empresa Plastik ubicada en la parroquia Huachi Loreto
	La segunda semana de junio

Fuente: Empresa PLASTIK (2013)

Elaborado por: Naranjo Fernando

3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

3.7.1. Plan de procesamiento de información

- **Revisión crítica de la información recogida.** Es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- **Repetición de la recolección.** En ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
- **Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis:** manejo de información, estudio estadístico de datos para

presentación de resultados. Ejemplo de tabla a ser utilizada para la cuantificación de los resultados obtenidos con los instrumentos de recolección de información primaria (de campo).

TABLA 4. Cuantificación de resultados

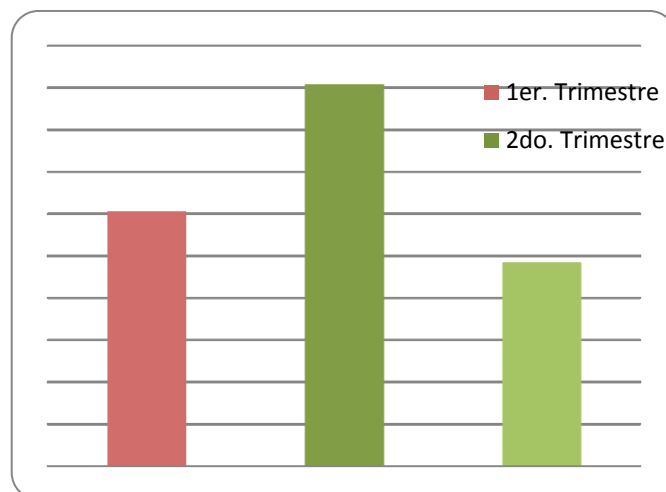
PREGUNTAS	x	y	z	TOTALES
1				
2				
n				

Fuente: Empresa PLASTIK (2013)

Elaborado por: Naranjo Fernando

- **Representaciones gráficas.** Ejemplo de figura a ser utilizada para la presentación visual porcentual de los resultados cuantificados en la tabla anterior.

Gráfico N° 4. Representación gráfica de resultados



Fuente: Empresa PLASTIK (2013)

Elaborado por: Naranjo Fernando

3.7.2. Plan de análisis e interpretación de resultados

Análisis de los resultados estadísticos. Destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.

Interpretación de los resultados. Con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.

Comprobación de hipótesis. Esta prueba puede utilizarse incluso con datos medibles en una escala nominal. La hipótesis nula de la prueba Chi-cuadrado postula una distribución de probabilidad totalmente especificada como el modelo matemático de la población que ha generado la muestra. **(Monje, 2002)**

- **Establecimiento de conclusiones y recomendaciones.**
Explicación del procedimiento de obtención de las conclusiones y recomendaciones.

TABLA 5. Relación de objetivos específicos, conclusiones y recomendaciones

OBJETIVOS ESPECÍFICOS
Examinar las fases del Control Financiero, para conocer las políticas que regulen el uso adecuado de los recursos económicos.
Investigar las clases de liquidez, para determinar la que necesita la entidad, para optimizar sus recursos.
Proponer un modelo de control financiero que contribuya a la adecuada utilización de los recursos económicos en la empresa, PLASTIK, y el incremento de los niveles de liquidez.

Fuente: Empresa PLASTIK

Elaborador por: Naranjo Fernando

CAPÍTULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1 Análisis de los resultados

El presente trabajo investigativo se lo realiza con el objeto de determinar estrategias de mejora de la Empresa “Plastik” a más de realizar un respectivo análisis e interpretación de la información obtenida.

El objeto de estudio como se detalla en el capítulo anterior será la muestra de 17 individuos, una vez aplicado los instrumentos de investigación se procede a la tabulación de datos, la representación gráfica, el análisis respectivo y la interpretación de los resultados.

4.2 Interpretación de datos

Las encuestas realizadas están conformadas por 17 preguntas, dirigidas a una muestra de 17 personas. Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas en la Empresa “Plastik” para su mejor comprensión e interpretación se detallan a continuación:

1. ¿La empresa ha realizado control financiero y presupuestario en los últimos años?

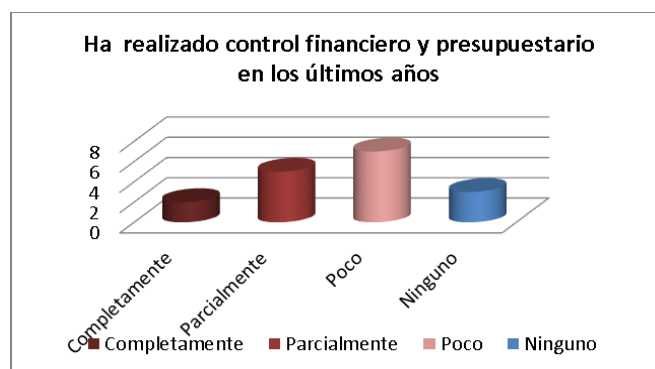
TABLA N° 6 Ha realizado control financiero y presupuestario en los últimos años.

Ha realizado control financiero y presupuestario en los últimos años		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Completamente	2	12%
Parcialmente	5	29%
Poco	7	41%
Ninguno	3	18%
TOTAL	17	100%

Fuente: Empresa "Plastik"

Elaborado por: Fernando Naranjo

Gráfico N° 5.



Fuente: Tabla N° 6

Elaborado por: Fernando Naranjo

Análisis:

El 41% de las personas informan que la empresa ha realizado Poco control financiero y presupuestario en los últimos años, el 29% expresa que Parcialmente, el 18% indica que Ninguno y el 12% especifica que Completamente.

Interpretación:

La mayoría de las personas han determinado que la empresa no cuenta con un control financiero, por lo que se debe establecer controles que permitan el correcto manejo de la información financiera.

2. ¿En la entidad se han diseñado políticas de control financiero?

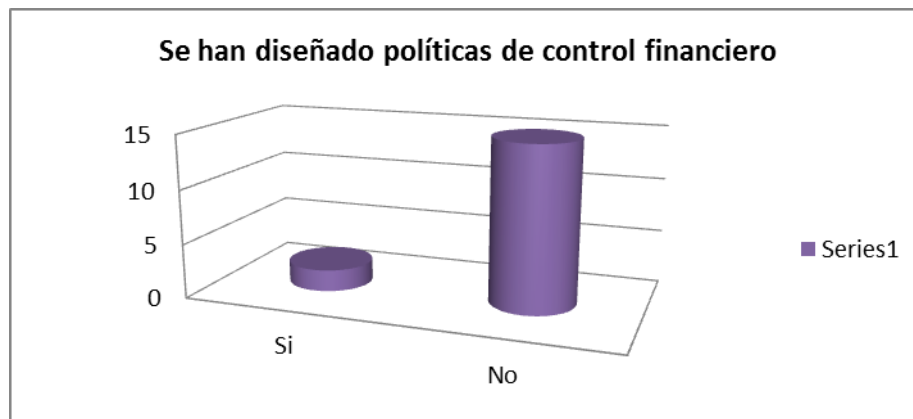
TABLA N° 7 Se ha diseñado políticas de control financiero

Se han diseñado políticas de control financiero		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	2	12%
No	15	88%
TOTAL	17	100%

Fuente: Empresa "Plastik"

Elaborado por: Fernando Naranjo

Gráfico N° 6



Fuente: Tabla N° 7

Elaborado por: Fernando Naranjo

Análisis:

De acuerdo con la encuesta realizada el 88% de las personas afirma que en la entidad No se han diseñado políticas de control financiero, mientras que el 12% de las personas afirma que Sí.

Interpretación:

Es necesario que la empresa establezca urgentemente el diseño de políticas de control financiero que permitan un correcto manejo económico dentro de la entidad.

3. ¿Existen políticas de control financiero establecidas en la empresa para cada uno de los departamentos?

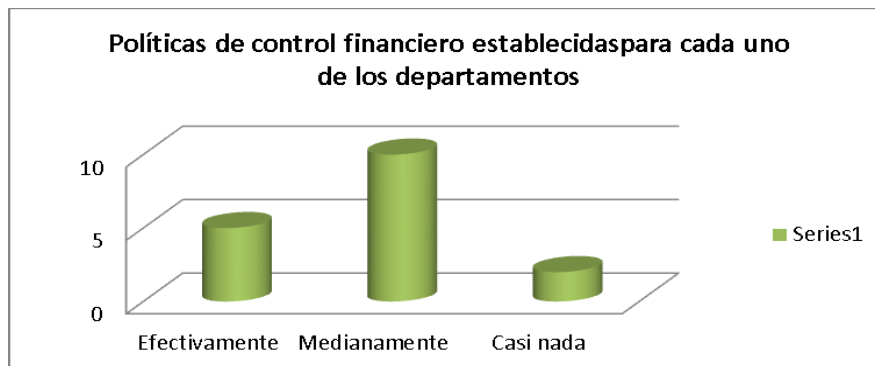
TABLA N° 8 Políticas de control financiero establecidas para cada uno de los departamentos

Políticas de control financiero establecidas para cada uno de los departamentos		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Efectivamente	5	29%
Medianamente	10	59%
Casi nada	2	12%
TOTAL	17	100%

Fuente: Empresa "Plastik"

Elaborado por: Fernando Naranjo

Gráfico N° 7



Fuente: Tabla N° 8

Elaborado por: Fernando Naranjo

Análisis:

El 59% de las personas encuestadas menciona que Medianamente existen políticas de control financiero establecidas para cada uno de los departamentos, el 29% expresa que Efectivamente y el 12% menciona que Casi nada.

Interpretación:

La entidad debe mejorar su situación administrativa con la finalidad de establecer políticas para cada uno de los departamentos que maneja la empresa.

4. ¿En la entidad se evalúa el cumplimiento de objetivos?

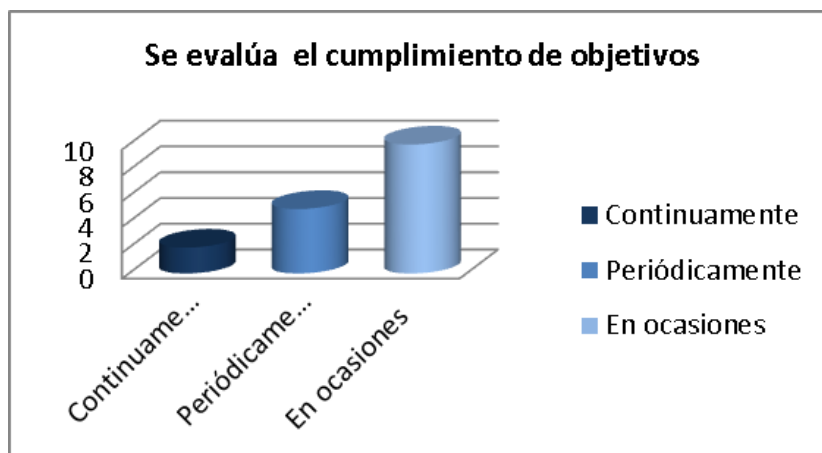
TABLA N° 9 Se evalúa el cumplimiento de objetivos

Se evalúa el cumplimiento de objetivos		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Continuamente	2	12%
Periódicamente	5	29%
En ocasiones	10	59%
TOTAL	17	100%

Fuente: Empresa "Plastik"

Elaborado por: Fernando Naranjo

Gráfico N° 8



Fuente: Tabla N° 9

Elaborado por: Fernando Naranjo

Análisis:

Luego de la encuesta realizada, el 59% de las personas afirman que En ocasiones se evalúa el cumplimiento de objetivos, el 29% indica Periódicamente y finalmente el 12% indica que Continuamente se evalúa el cumplimiento.

Interpretación:

Es recomendable que la entidad realice una investigación más a fondo, sobre los objetivos establecidos para verificar su cumplimiento y tomar decisiones correctivas con el propósito de no cometer errores pasados y prevenir errores futuros.

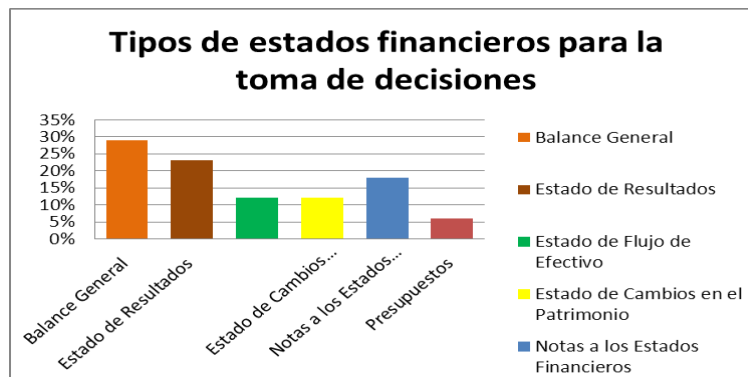
5. ¿Qué tipos de estados financieros se utiliza en la entidad para la toma de decisiones?

TABLA N° 10 Tipos de estados financieros para la toma de decisiones

Tipos de estados financieros para la toma de decisiones		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Balance General	5	29%
Estado de Resultados	4	23%
Estado de Flujo de efectivo	2	12%
Estado de Cambios en el patrimonio	2	12%
Notas a los estados Financieros	3	18%
Presupuestos	1	6%
TOTAL	17	100%

Fuente: Empresa "Plastik"
Elaborado por: Fernando Naranjo

Gráfico N° 9



Fuente: Tabla N° 10
Elaborado por: Fernando Naranjo

Análisis:

El 29% de las personas encuestadas indica que se utiliza el Balance General para la toma de decisiones, el 23% menciona que el Balance de Resultados, el 18% expresa que las Notas a los Estados Financieros, el 12% confirma que tanto el Estado de Flujo de efectivo como el de Cambios en el Patrimonio y finalmente el 6% expresa que Presupuestos.

Interpretación:

La empresa debe realizar un análisis que le permita establecer cuál de los estados financieros le permitirá tomar decisión de manera adecuada que beneficien a la entidad.

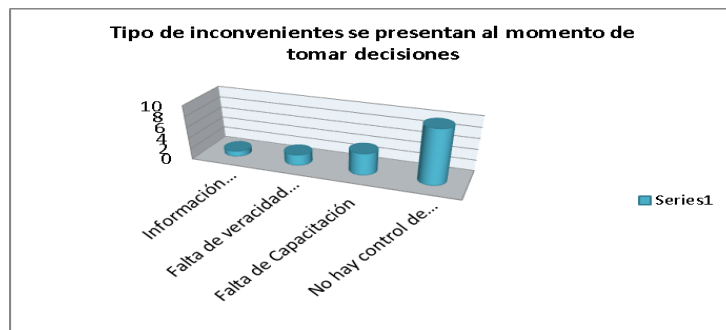
6. ¿Qué tipo de inconvenientes se presentan al momento de tomar decisiones que inciden en la liquidez de la entidad?

TABLA N° 11 Tipo de inconvenientes se presentan al momento de tomar decisiones

Tipo de inconvenientes se presentan al momento de tomar decisiones		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Información financiera no razonable	1	6%
Falta de veracidad en la información	2	12%
Falta de Capacitación	4	23%
No hay control de recursos económicos	10	59%
TOTAL	17	100%

Fuente: Empresa “Plastik”
Elaborado por: Fernando Naranjo

Gráfico N° 10



Fuente: Tabla N° 11
Elaborado por: Fernando Naranjo

Análisis:

El 59% de las personas encuestadas afirman que No hay control de recursos es uno de los inconvenientes al momento de tomar decisiones, el 23% indica que Falta de Capacitación, el 12% dice que Falta de veracidad en la información y el 6% menciona que la existencia de una Información financiera no razonable.

Interpretación:

Se debe realizar una investigación minuciosa, para establecer cuáles son los inconvenientes que se presentan al momento de tomar decisiones y así tomar las respectivas medidas correctivas.

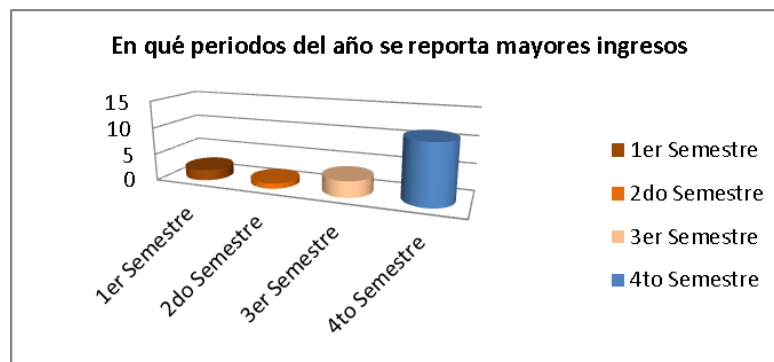
7. ¿Conoce usted en qué periodos del año se reporta mayores ingresos en la empresa?

TABLA N° 12 En qué periodo del año se reporta mayores ingresos

En qué periodos del año se reporta mayores ingresos		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
1er Semestre	2	12%
2do Semestre	1	6%
3er Semestre	3	17%
4to Semestre	11	65%
TOTAL	17	100%

Fuente: Empresa "Plastik"
Elaborado por: Fernando Naranjo

Gráfico N° 11



Fuente: Tabla N° 12
Elaborado por: Fernando Naranjo

Análisis:

El 65% de las personas encuestadas afirman que la empresa reporta mayores ingresos el 4to Semestre del año, el 17% indica que cada 3er Trimestre, el 12% expresa que el 1er semestre de cada año y el 6% dice que el 2do semestre de cada año.

Interpretación:

La empresa debe aplicar un análisis que permita identificar cual semestre del año es el que presenta mayores ingresos para la empresa para determinar las utilidades obtenidas.

8. ¿Se realizan evaluaciones de riesgos para detectar errores tanto contables como administrativos?

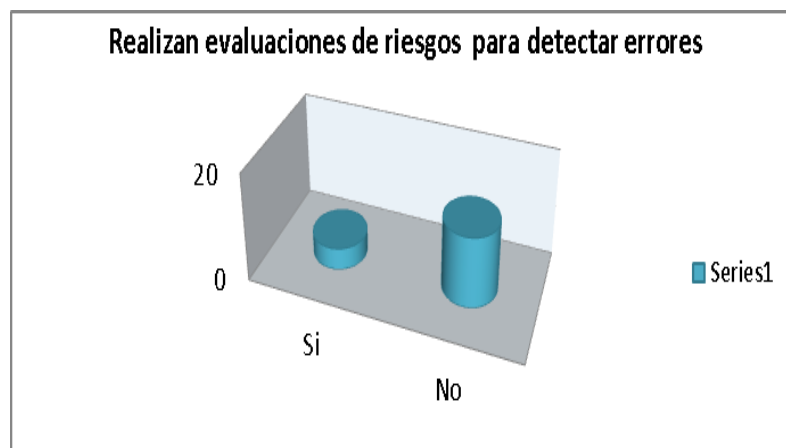
TABLA N° 13 Realizan evaluaciones de riesgos para detectar errores

Realizan evaluaciones de riesgos para detectar errores		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	4	24%
No	13	76%
TOTAL	17	100%

Fuente: Empresa "Plastik"

Elaborado por: Fernando Naranjo

Gráfico N° 12



Fuente: Tabla N° 13

Elaborado por: Fernando Naranjo

Análisis:

De la encuesta efectuada el 76% de las personas indican que No realizan evaluaciones de riesgos para detectar errores tanto contables como administrativo y el 24% menciona que Sí.

Interpretación:

La empresa no ha realizado una evaluación de riesgos, por lo tanto la empresa no ha podido detectar errores que presentan los distintos sistemas de la entidad.

9. ¿Cree usted que el Personal de ventas no capacitado, incide en la reducción de las ventas?

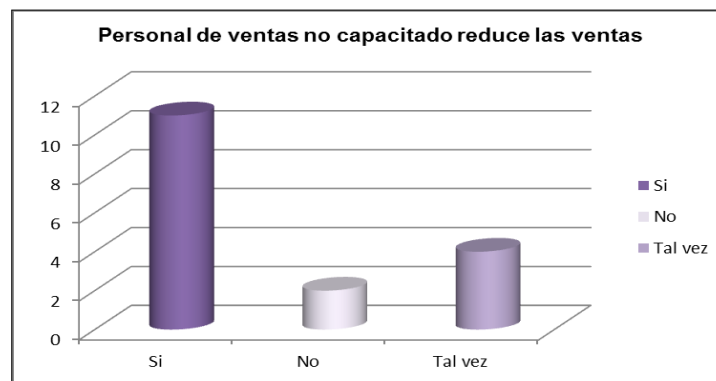
TABLA N° 14 El personal de ventas no capacitado, incide en la reducción de las ventas

Personal de ventas no capacitado reduce las ventas		
CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	11	65%
No	2	12%
Tal vez	4	23%
TOTAL	17	100%

Fuente: Empresa “Plastik”

Elaborado por: Fernando Naranjo

Gráfico N° 13



Fuente: Tabla N° 14

Elaborado por: Fernando Naranjo

Análisis:

El 65% de las personas encuestadas afirman que el personal de ventas no capacitado, Si incide en la reducción de las ventas, el 23% indica que Tal vez y el 12% manifiesta que No reduce las ventas de la empresa.

Interpretación:

Es importante capacitar a los trabajadores con la finalidad de brindar una atención adecuada al cliente que permita incrementar las ventas de la institución.

10. ¿Cree usted que un adecuado sistema de Control Financiero permitirá mejorar la liquidez de la empresa?

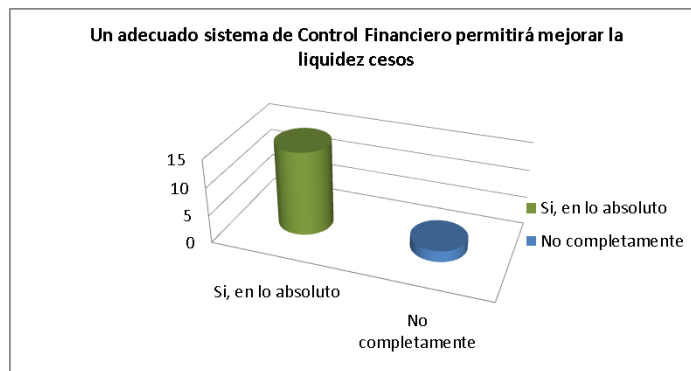
TABLA N° 15 Un adecuado sistema de control financiero permitirá mejorar la liquidez

Un adecuado sistema de Control Financiero permitirá mejorar la liquidez		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si, en lo absoluto	15	88%
No completamente	2	12%
TOTAL	17	100%

Fuente: Empresa "Plastik"

Elaborado por: Fernando Naranjo

Gráfico N° 14



Fuente: Tabla N° 15

Elaborado por: Fernando Naranjo

Análisis:

De las personas encuestadas el 88% afirma que un adecuado sistema de Control Financiero Si en lo absoluto permitirá mejorar la liquidez de la empresa y el 12% indica que No completamente.

Interpretación:

Se deberá aplicar un sistema de control financiero que permita mejorar el manejo de las actividades de la empresa con la finalidad de incrementar su liquidez.

11. ¿Cree usted que los excesivos gastos por concepto de ventas afectan a la liquidez de la entidad?

TABLA N° 16 Los excesivos gastos por concepto de ventas afectan a la liquidez

Los excesivos gastos por concepto de ventas afectan a la liquidez		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Siempre	10	59%
De vez en cuando	5	29%
Casi Nunca	2	12%
TOTAL	17	100%

Fuente: Empresa "Plastik"

Elaborado por: Fernando Naranjo

Gráfico N° 15



Fuente: Tabla N° 16

Elaborado por: Fernando Naranjo

Análisis:

De los encuestados el 59% afirma que los excesivos gastos por concepto de ventas Siempre afectan a la liquidez, el 29% indica que De vez en Cuando y el 12% expresa que Casi Nunca afectan la liquidez.

Interpretación:

La entidad debe aplicar un control sobre los gastos realizados con la finalidad de establecer cuales afectan directamente a la liquidez de la entidad.

12. ¿Cree usted que la empresa incremente sus ventas en el mercado?

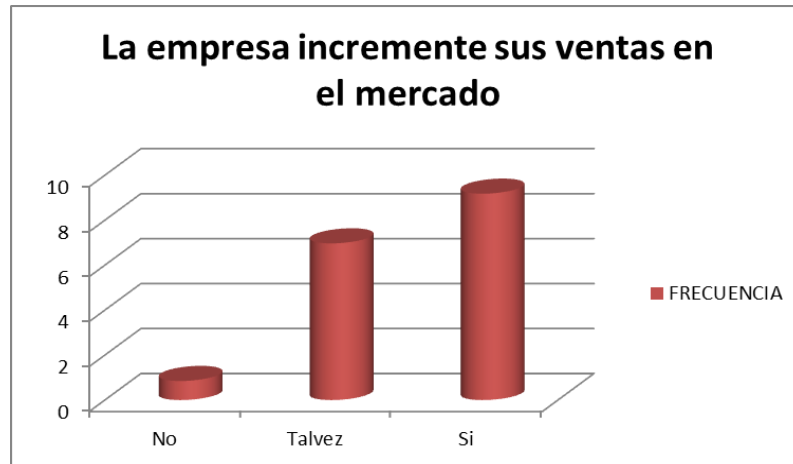
TABLA N° 17 La empresa incremente sus ventas en el mercado.

La empresa incremente sus ventas en el mercado		
CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No	1	5%
Talvez	7	41%
Si	9	54%
TOTAL	17	100%

Fuente: Empresa "Plastik"

Elaborado por: Fernando Naranjo

Gráfico N° 16



Fuente: Tabla N° 17

Elaborado por: Fernando Naranjo

Análisis:

De las personas encuestadas el 54% menciona que la empresa Si incrementará sus ventas en el mercado, el 41% indica tal vez y el 12% establece que No incrementarán.

Interpretación:

La empresa deberá analizar las ventas con el propósito de definir objetivos que permitan su crecimiento en el mercado.

13. ¿Le da el uso apropiado a los instrumentos (viáticos) para movilización que le proporciona la empresa?

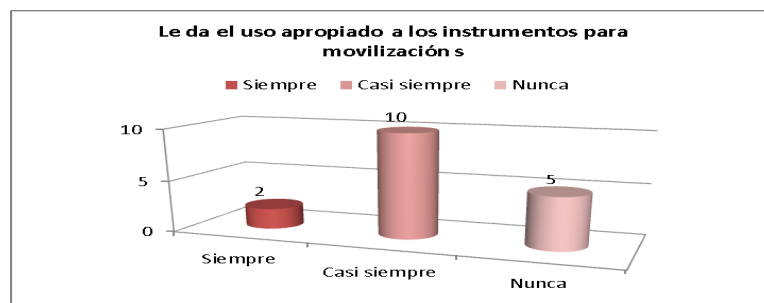
TABLA N° 18 Le da el uso apropiado a los instrumentos para movilización

Le da el uso apropiado a los instrumentos para movilización		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Siempre	2	12%
Casi siempre	10	59%
Nunca	5	29%
TOTAL	17	100%

Fuente: Empresa "Plastik"

Elaborado por: Fernando Naranjo

Gráfico N° 17



Fuente: Tabla N° 18

Elaborado por: Fernando Naranjo

Análisis:

En la encuesta el 59% menciona que Casi Siempre le da el uso apropiado a los instrumentos para movilización, el 29% indica que Nunca y el 12% que Siempre se le da un uso apropiado a los instrumentos.

Interpretación:

La empresa deberá dar el uso apropiado a los instrumentos de movilización con la finalidad de reducir gastos indebidos que disminuyan la liquidez de la empresa y afecte a sus dueños económicamente.

14. ¿Se encuentran establecidos los objetivos y metas de la entidad?

TABLA N° 19 Se encuentran establecidos los objetivos y metas

Se encuentran establecidos los objetivos y metas		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	5	29%
No	12	71%
TOTAL	17	100%

Fuente: Empresa "Plastik"

Elaborado por: Fernando Naranjo

Gráfico N° 18



Fuente: Tabla N° 19

Elaborado por: Fernando Naranjo

Análisis:

El 71% de las personas encuestadas afirman que No se encuentra establecidos los objetivos y metas, mientras que el 29% indica que Si se encuentran establecidos.

Interpretación:

Se recomienda a la empresa establecer objetivos y metas que permitan el adecuado crecimiento de la empresa.

15. ¿Conoce usted sí la entidad posee un nivel de liquidez alto u óptimo?

TABLA N° 20 Posee un nivel de liquidez alto u óptimo

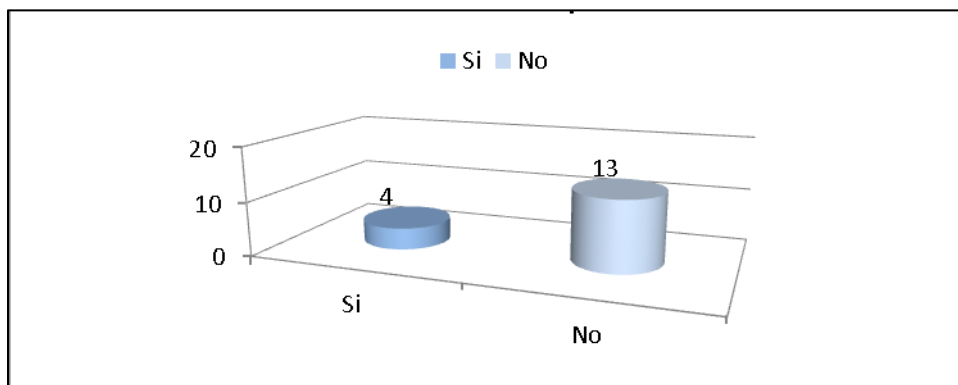
Posee un nivel de liquidez alto u óptimo		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	4	24%
No	13	76%
TOTAL	17	100%

Fuente: Empresa "Plastik"

Elaborado por: Fernando Naranjo

Gráfico N° 19

Posee un nivel alto de liquidez u optimo



Fuente: Tabla N° 20

Elaborado por: Fernando Naranjo

Análisis:

De las personas encuestadas el 76% afirman que la empresa No posee un nivel de liquidez alto y el 24% afirma que Sí.

Interpretación:

La empresa deberá establecer diferencias entre los balances presentados al final de cada período con la finalidad de establecer el nivel de liquidez que posee la entidad.

16. ¿Deben existir indicadores para un mejor control de la liquidez?

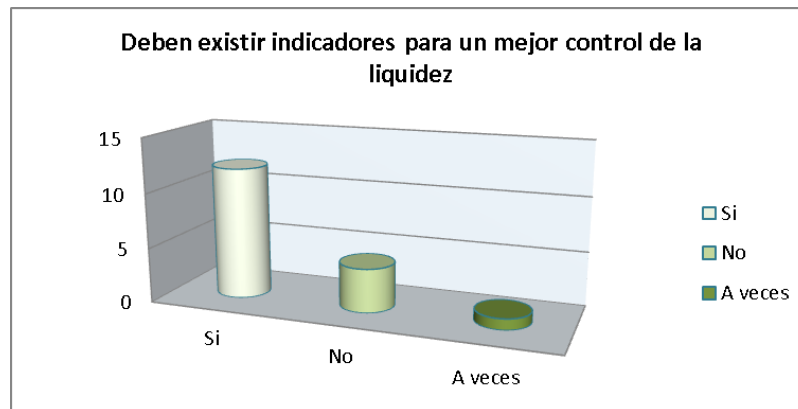
TABLA N° 21 Deben existir indicadores para un mejor control de liquidez

Deben existir indicadores para un mejor control de la liquidez		
CATEGORIAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	12	71%
No	4	23%
A veces	1	6%
TOTAL	17	100%

Fuente: Empresa "Plastik"

Elaborado por: Fernando Naranjo

Gráfico N° 20



Fuente: Tabla N° 21

Elaborado por: Fernando Naranjo

Análisis:

En la encuesta realizada el 71% afirma que en la empresa Si deben existir indicadores para un mejor control de la liquidez, el 23% indica que No y el 6% expresa que A veces.

Interpretación:

La empresa deberá aplicar indicadores que permita el control adecuado sobre la liquidez de la empresa, de tal manera que permita su crecimiento económico empresarial.

4.3 Verificación de Hipótesis

Para la verificación de la hipótesis se ha establecido el método “T Student”, mismas que se manejarán como un estadígrafo de distribución libre que permite establecer la correspondiente de valores de frecuencias de valores observados y esperados, permitiendo la comparación global del grupo de frecuencias a partir de la hipótesis que se requiere verificar.

Una vez establecido el problema e identificado las variables que componen la hipótesis planteada, materia de la presente investigación, se procederá a verificarla con la utilización de una herramienta estadística para probar hipótesis.

4.3.1. Planteamiento de la Hipótesis

Hipótesis Nula H_0

H_0 : La aplicación de un control financiero No incide en la disminución de la liquidez en la Empresa PLASTIK.

Hipótesis alterna H_a

H_a : La aplicación de un control financiero Sí incide en la disminución de la liquidez en la Empresa PLASTIK.

MODELO MATEMATICO

H_0 $CF \neq L$

H_a $CF = L$

4.3.2. Nivel de Confianza

En el presente trabajo de investigación, se ha realizado con un nivel de confianza del 95% y con un error del 5% $\alpha = 0.05$ Bilateral

4.3.3. Modelo Estadístico

FÓRMULA:

$$t = \frac{P_1 - P_2}{\sqrt{\hat{p}\hat{q}\left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

Dónde:

P_1 = Proporción de la pregunta 1

P_2 = Proporción de la pregunta 2

\hat{p} = Porcentaje de acierto

\hat{q} = Porcentaje de fracaso

n_1 = Población pregunta 1

n_2 = Población pregunta 2

4.3.4. Regla de Decisión

4.3.4.1. Cálculo de los Grados de Libertad

Para determinar los grados de libertad se empleará fórmula dada:

$$gl = n_1 + n_2 - 2$$

$$gl = 17 + 17 - 2$$

$$gl = 32$$

TABLA N° 22 CÁLCULO T - STUDENT

Variable	Pregunta	Respuesta		TOTAL	P	Q
		SI	NO			
Independiente	10.- ¿Cree usted que un adecuado sistema de control financiero permitirá mejorar la liquidez de la empresa?	15	2	17	0,8824	0,1176
Dependiente	15.- ¿Conoce usted si la entidad posee un nivel de liquidez alto u optimo?	4	13	17	0,2353	0,7647
					$\hat{p} = 0,56$	$\hat{q} = 0,44$

Elaborado por: Fernando Naranjo

Para la comprobación de la hipótesis se realiza los cálculos respetivos de la fórmula, que nos permita la aceptación o rechazo de la hipótesis.

Estadístico T - Student

$$t_c = \frac{P1 - P2}{\sqrt{\hat{p}\hat{q}\left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

$$t_c = \frac{0,8824 - 0,2353}{\sqrt{0,56 * 0,44 \left(\frac{1}{17} + \frac{1}{17}\right)}}$$

$$t_c = \frac{0,6471}{\sqrt{0,0290}}$$

$$t_c = \frac{0,6471}{0,1703}$$

$$t_c = 3,7998$$

4.3.4.2. Toma de Decisión

Realizado los cálculos con los datos de la investigación se tiene que t-student calculado $t_c = 3,7998$ es mayor que $t_t=1.6939$, en consecuencia con el 95% de nivel de confianza de ensayo bilateral se rechaza la hipótesis nula y se acepta la de investigación es decir “La aplicación de un control financiero si incide en la disminución de la liquidez en la Empresa PLASTIK”.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Una vez analizados y discutidos los datos obtenidos, y en función de los objetivos e hipótesis del presente trabajo, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- En la Empresa Plastik no se ha realizado un examen minucioso sobre las fases de control financiero, que permitan un adecuado manejo de los recursos económicos de la empresa.
- Plastik no ha efectuado una investigación sobre las clases de liquidez que se pueden aplicar en la entidad para optimizar sus recursos.
- Se concluye que la empresa no ha aplicado un modelo de control financiero que contribuya a la adecuada utilización de los recursos económicos en la empresa PLASTIK, y el incremento de las ventas y por consecuencia de la liquidez.

5.2 Recomendaciones

De las conclusiones establecidas en el punto anterior se efectúa a continuación las siguientes recomendaciones:

- Realizar un examen minucioso sobre las fases de control financiero que permitan un adecuado manejo de las actividades y distribución de funciones en la empresa.
- Realizar una investigación sobre las clases de liquidez que se pueden aplicar en la entidad para optimizar sus recursos y obtener información financiera veraz y oportuna.
- Es importante la aplicación de un modelo de control financiero que contribuya a la adecuada utilización de los recursos económicos en la empresa PLASTIK, y el incremento de liquidez en base a las ventas efectuadas y las metas alcanzadas.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 Datos Informativos

Tema: “Diseño de un modelo de control financiero que contribuya a la adecuada utilización de los recursos económicos en la empresa, PLASTIK, para el incremento de los niveles de liquidez”.

Empresa Ejecutora: Plastik.

Beneficiarios: Las personas que se benefician a través de la realización de esta investigación es el personal administrativo de la empresa, personal operativo que laboran directamente con la entidad, proveedores y los clientes.

Ubicación Geográfica: Provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, Parroquia, Huachi Loreto, Sector American Park, Dirección: Línea Férrea S/N y Carlos Montufar.

Teléfonos: Telefax: (593)3 2409085

Celulares: (593) 0983107701

Talento Humano: Las personas que participan en la ejecución de la propuesta son: Gerente, Contador, Auxiliar Contable y demás personal administrativo de la entidad.

Horario de Trabajo: De Lunes a Viernes de 7:30 am a 12: pm y de 15: pm a 17: pm.

Tiempo de Ejecución: La fecha de inicio será en el mes de Julio 2014 y la fecha de finalización será en el mes de Febrero del año 2015.

EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE:

Tabla N° 23 Equipo Técnico Responsable

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	OBSERVACIÓN	DESCRIPCIÓN
DIRECTORIO			
1	Ana Cecilia Gómez Bonilla	GERENTE	Administrativo
2	Fernando Fabricio Naranjo Vargas	ADMINISTRADOR	Administrativo
3	Fernando Fabricio Naranjo Vargas	Investigador	Investigador

Fuente: Proyecto de Investigación

Elaborado por: Naranjo Fernando

Costo:

El costo para implementar la propuesta es financiado por el investigador cuyo valor asciende \$ 270,88

Tabla Nº 24 RECURSOS MATERIALES

CANT.	MATERIAL	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Esferos	\$ 0,35	\$ 1.75
2	Anillados	\$ 2,00	\$ 12,00
3	Empastados	\$ 25,00	\$ 75,00
4	Resmas de papel INENA4	\$ 5,00	\$ 20,00
5	Cuaderno	\$ 5,00	\$ 10,00
6	Carpeta	\$ 0,50	\$ 0,50
7	Cartucho a color	\$ 27,00	\$ 27,00
8	Recargas telefónicas	\$ 4.00	\$ 40.00
9	Movilización y subsistencias	\$ 60.00	\$ 60.00
Subtotal			\$ 246,25
Imprevistos 10%			\$ 24,63
T O T A L			\$ 270,88

Fuente: Proyecto de Investigación **Elaborado por:** Naranjo Fernando

6.2. Antecedentes de la Propuesta

La empresa "PLASTIK", actualmente realiza sus actividades económicas y financieras bajo una planificación empírica, lo que hace que las actividades permanezcan sin una mejora continua sin visiones a futuro.

Además básicamente no se hacen evaluaciones seguidas de sus indicadores los cual no permite utilizar los recursos financieros para el logro de los objetivos.

Y consecuentemente este trabajo hace énfasis en una herramienta de apoyo para un adecuado control financiero el mismo que ayudará mejorar el nivel de liquidez, y crear un aporte a la entidad para brindar a los propietarios de la entidad una información concisa y oportuna.

Todo esto se debe a la limitada utilización de una planeación, dirección, organización, integración del personal, coordinación y control adecuados, sin embargo es necesario cambiar de visión utilizando un oportuno control financiero, el cual permita diagnosticar, comunicar, motivar y definir resultados futuros favorables para la empresa Plastik.

6.3. JUSTIFICACIÓN

El trabajo de investigación a desarrollarse se impone como necesario debido que se requiere determinar objetivos futuros positivos, detectar riesgos y tomar acciones correctivas respectivas, por este motivo un Control Financiero es necesario en la empresa PLASTIK, debido a que se requiere verificar la función financiera y la correcta aplicación y flujo de fondos.

Esencialmente el diseño de un modelo de Control Financiero servirá para el mejor desarrollo de su cartera de cobranza, la misma que se beneficiará para brindar un buen servicio y satisfacción a sus clientes, a su vez proporcionará una visión a futuro y aportará información sobre sus presupuestos y proyecciones para la toma de decisiones y alcanzar una mayor responsabilidad en la administración del mismo, por ende se incrementará las ventas de la misma.

Con este modelo de planificación financiera en la empresa “PLASTIK” será una herramienta de apoyo a la gestión administrativa, ante la evidente ausencia de un

apropiado esquema de coordinación y evaluación dentro de sus procesos operativos y financieros y así busca optimizar el proceso desde la planeación como respuesta organizacional.

6.4. OBJETIVOS

6.4.1 Objetivo General

Diseñar un modelo de control financiero que contribuya a la adecuada utilización de los recursos económicos en la empresa, PLASTIK, para el incremento de los niveles de liquidez.

6.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Efectuar un análisis estratégico partiendo de un análisis FODA para conocer a la entidad.
- ✓ Diseñar de estrategias financieras para el desarrollo económico de la entidad, frente a sus recursos y beneficios.
- ✓ Realizar un plan financiero para verificar el posicionamiento de la entidad, frente a sus recursos y beneficios.
- ✓ Elaborar los Estados Financieros proforma, para determinar el diagnóstico financiero en base a las cifras de los EEFF, proyectados.
- ✓ Calcular la capacidad instalada actual de la entidad, para que se determine la eficiencia de operaciones internas.

- ✓ Realizar un análisis de indicadores de liquidez para determinar la solvencia de efectivo de la entidad.

6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Socio – Cultural.- Será una iniciativa para la empresa “PLASTIK” al contar con esta herramienta pues mejorará sus actividades y a la vez brindará a sus clientes un buen servicio que ayudará a generar clientes satisfechos.

Organizacional.- A nivel organizacional se planeará mejorar la cultura de la institución para tener un resultado positivo que le permita generar un valor agregado en la función administrativa para que exista una adecuada coordinación en todas sus áreas.

Económico – Financiero.- A medida que existe competitividad en el mercado la empresa PLASTIK, mejorará sus niveles de liquidez apoyado a esta herramienta, por lo tanto la posición financiera será alta.

Legal.- Las principales leyes que afectan al desarrollo del negocio en PLASTIK son:

- Constitución de la República del Ecuador; Leyes del Buen Vivir.
- Ley de Régimen Tributario Interno, sobre la obligación para cumplir con obligaciones tributarias como son el pago de los impuestos al valor agregado y el impuesto a la renta.
- Código de Trabajo del Ecuador; sobre las formas de contratación de personal, deberes y derechos de los trabajadores.

6.6. Fundamentación

6.6.1 Control Financiero

Concepto

Según **(Grinaker & Barr, 1998, págs. 234-235)**, indica que:

Los administradores financieros deben considerar los sistemas de planeación y control, considerando la relación que existe entre volumen de ventas y la liquidez bajo diferentes condiciones operativas, permitiéndoles pronosticar el nivel de operaciones, las necesidades de financiamiento y la rentabilidad así como las necesidades de fondos de la empresa o presupuesto efectivo. La planeación financiera es la proyección de las ventas, el ingreso y los activos tomando como base estrategias alternativas de producción y mercadotecnia así como la determinación de los recursos que se necesitan para lograr estas proyecciones a corto, mediano y largo plazo.

El control financiero es la fase de ejecución en la cual se implantan los planes financieros, el control trata del proceso de retroalimentación y ajuste que se requiere para garantizar que se sigan los planes y para modificar los planes existentes, debido a cambios imprevistos.

El Control Financiero es parte esencial de la estrategia financiera de la empresa "PLASTIK". Los planes como los Presupuestos de Caja y los Estados Financieros Pro forma representan una guía, a la institución para lograr sus objetivos. Aunque los Estados Financieros son un buen punto de partida, la solvencia de la institución depende del efectivo. La planeación del efectivo es la columna vertebral de las empresas en general.

El proceso de Control Financiero es uno de los aspectos más importantes de las operaciones y subsistencia de una entidad, puesto que aporta una guía para la orientación, coordinación y control de sus actividades, para poder realizar sus objetivos. Dos aspectos esenciales del proceso del control financiero, son: CONTROL DEL EFECTIVO: implica la preparación del presupuesto de caja (Flujo de caja) de la institución; Y EL CONTROL DE LAS UTILIDADES, se efectúa mediante los estados financieros.

Control del efectivo: presupuesto de caja.- El presupuesto de caja permite que una institución pronostique sus requerimientos de efectivo a corto plazo por lo general a 1 año dividido en intervalos mensuales. Es importante para las instituciones, saber que están seguras de que dispondrán de un excedente de efectivo.

Es una proyección de entrada y salidas de efectivo de una empresa, útil para estimar su requerimiento de efectivo a corto plazo. El presupuesto de caja le ofrece al administrador financiero una visión clara del ritmo de las entradas y las salidas de efectivo esperadas de la empresa en un periodo determinado **Control de las Utilidades: fundamento de los estados pro forma.-** La planeación de las utilidades por lo común implica la elaboración de un estado de resultados y un balance general pro forma (proyectado).

El proceso de planeación de utilidades se centra en la elaboración de estados pro forma como es el estado de resultados y el balance.

Estrategias.- Se entiende la conceptualización del plan global rector que determina los grandes objetivos y la dirección hacia el segmento de mercado que

se pretende, así como la táctica para lograrlo a un plazo determinado, básicamente de largo plazo. La empresa PLASTIK fija sus objetivos de largo plazo que es de cinco, diez, quince o más años.

Según **(Hoji, 2000, pág. 359)**, “El planeamiento consiste en establecer, con anticipación, acciones a ser ejecutadas dentro de los escenarios y condiciones antes establecidas, estimándose los recursos a ser utilizados, y atribuyendo responsabilidades para lograr los objetivos fijados”. Esos objetivos solamente podrán ser logrados con un sistema de planeamiento adecuado y formalmente estructurado.

Inicialmente se hace necesario definir lo que es un planeamiento financiero que según:**(Groppelli & Nikbakth, pág. 319)**, “Es el proceso por el cual se calcula cuánto de financiamiento es necesario para darse continuidad a las operaciones de una organización y se decide cuánto y cómo la necesidad de fondos será financiada”.

Se puede suponer que sin un procedimiento confiable para estimar las necesidades de recursos, una organización puede no disponer de recursos suficientes para honrar sus compromisos asumidos, tales como obligaciones y consumos operacionales.

El planeamiento financiero establece el modo por lo cual los objetivos financieros pueden ser logrados. Un plan financiero es, por lo tanto, una declaración de lo que debe ser hecho en el futuro. En una situación de incertidumbre, debe ser analizado con gran anticipación.

En la elaboración de un plan, será necesaria una adecuación a la realidad económica en que la empresa vive. A corto plazo el plan financiero se preocupa principalmente con el análisis de decisiones que afectan los activos y pasivos

circulantes. La ausencia de planeamiento financiero eficaz a largo plazo es una razón a menudo citada en la ocurrencia de dificultades financieras y falencia de empresas.

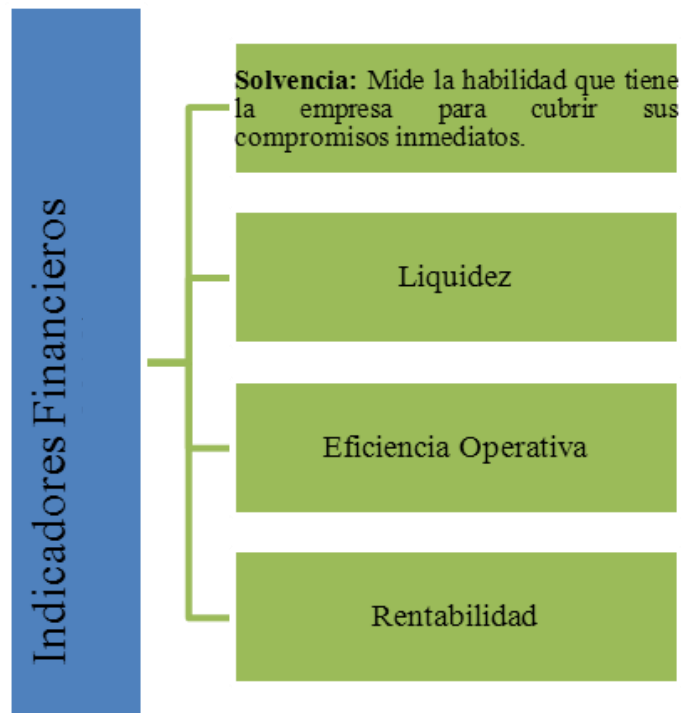
El plan financiero permite determinar el tipo y la naturaleza de las necesidades de financiamiento. El suceso de la operación, del desempeño y de la viabilidad a largo plazo de cualquier negocio depende de una secuencia continua de decisiones individuales y colectivas tomadas por el equipo gerencial. Cada una de esas decisiones, en última instancia, ocasiona un impacto económico, para mejorar o no; en el negocio.

El planeamiento financiero, a través de sus métodos, formaliza el procedimiento por lo cual las metas financieras deben ser logradas, integrando las decisiones de inversiones y financiamientos.

6.6.2 Liquidez

Para **(María E. Alcántara, 2013)**, Los indicadores financieros son utilizados para mostrar las relaciones que existen entre las diferentes cuentas de los estados financieros; y sirven para analizar su liquidez, solvencia, rentabilidad y eficiencia operativa de una entidad.

Gráfico N° 22 Indicadores Financieros



Elaborado por: Fernando Naranjo

Indicadores de Liquidez

Para (Boas K, 2012, págs. 1-2), cita que:

Los indicadores de Rendimiento o indicadores de Liquidez presentan pruebas, si:

Algo ha cambiado desde que se tomó mediciones anteriormente.

El rendimiento en un momento específico es diferente del rendimiento previsto y cuánto lo difiere (diferencias en la cantidad, la calidad, el tiempo, el dinero gastado, etcétera)

Alguien ha implementado algo bien.

Los resultados e impactos previstos conseguidos por la organización.

Se ha hecho una actividad eficiente y eficazmente

“Los indicadores de rendimiento presentan pruebas sobre los diferentes aspectos de la sostenibilidad organizativa, no solamente un aspecto (por ejemplo la sostenibilidad financiera o la capacidad de adaptación organizativa)”. (Boas K, 2012, págs. 1-2)

Indicadores a utilizar:

INDICADOR
CAPITAL DE TRABAJO NETO
RAZON CORRIENTE
PRUEBA ACIDA
ROTACION DE INVENTARIOS
ROTACION DE CXC
PERIODO PROMEDIO DE COBRANZA
ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO
APALANCAMIENTO
PERIODO PROMEDIO DE PAGO
RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO
RENTABILIDAD NETA DE INGRESOS

6.7. METODOLOGÍA

Tabla N° 25 Modelo Operativo

N°	FASE	RESPONSABLES	ACTIVIDADES	TIEMPO	
				INICIO	FIN
1	<ul style="list-style-type: none"> Efectuar un análisis estratégico partiendo de un análisis FODA para conocer a la entidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente General Contador Investigador 	<ul style="list-style-type: none"> Reseña histórica de la empresa Misión Visión Valores Objetivos Estrategias Empresariales Análisis FODA Organigrama Estructural Manual orgánico Funcional Productos comercializados Principales Proveedores Mercado Objetivo Principales Competidores 	12-11-14 19-11-14	18-11-14 24-11-14
2	<ul style="list-style-type: none"> Diseño de estrategias financieras 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente General Contadora Investigador 	<ul style="list-style-type: none"> Establecimiento de estrategias basadas en la matriz de situación financiera de la empresa. 	02-12-14 06-12-14	05-12-14 09-12-14
3	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un plan financiero para verificar el posicionamiento de la entidad, frente a sus recursos y 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente General Contadora Investigador 	<ul style="list-style-type: none"> Introducción Análisis financiero (indicadores) 		

	beneficios.				
4	<ul style="list-style-type: none"> Diseño de estados financieros proforma 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente General Contadora Investigador 	<ul style="list-style-type: none"> Estado de Situación Financiera proforma Estado de resultados proforma Presupuesto de efectivo Diagnóstico Financiero (en base a las cifras de los EEFF Proforma) 	09-12-14 12-12-14 14-12-14 18-12-14 22-12-14	11-12-14 14-12-14 16-12-14 20-12-14 24-12-14
5	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de indicadores de liquidez 	<ul style="list-style-type: none"> Investigador 	<ul style="list-style-type: none"> Indicadores de liquidez desarrollo Análisis comparativo de indicadores 	15-01-15 17-01-15	16-01-15 18-01-15

Elaborado por: Fernando Naranjo

6.7.1 FASE I: Análisis Estratégico de la empresa PLASTIK

6.7.1.1 Reseña Histórica

PLASTIK es la empresa líder en la comercialización y distribución de productos desechables de películas de polipropileno, que brinda soluciones en empaque plástico flexible para alimentos, flores, congelados, cintas adhesivas, envolturas, productos de limpieza, etc., en la zona centro del país

La empresa pertenece a los hermanos Franklin y Fernando Naranjo con presencia en las principales provincias de la zona centro del Ecuador como son las provincias de: Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Bolívar. Es una innovadora y moderna empresa comercial con la experiencia en ventas de sus propietarios de

más de 18 años, proporcionando alternativas para el mercado tanto doméstico como en el mercado de producción.

PLASTIK, es una empresa que tiene variedades de productos plásticos tales como: platos desechables (tarrinas), fundas, cubiertos desechables, fundas de rollo, incrementando a su vez la venta y distribución de empaques de termo formado, alimentos para mascota, porta tortas, papel aluminio y todo lo referente a productos de plástico.

PLASTIK opera en el mercado, abasteciendo a varias empresas como supermercados, autoservicios, micro mercados, restaurantes y tienda de abarrotes a nivel nacional y provincial caracterizándose por ser una empresa seria y responsable; logrando así credibilidad y confianza entre sus clientes. El trabajo que han llevado a cabo durante estos años les ha permitido implementar un sistema de distribución organizada de esta forma puede cumplir a cabalidad con los requerimientos y expectativas de cada uno de sus clientes.

2007 PLASTIK inicia sus actividades en septiembre de este año, siendo sus primeros productos comercializados las bolsas de plástico tipo camiseta y rollos de bolsas plásticas en la provincia de Tungurahua.

2008 Para este año extiende su portafolio de productos comercializando con productos como tarinas, vasos y cucharas.

2009 Se expande su territorio de mercado a las provincias de Chimborazo y Cotopaxi.

2010 Se realizan alianzas estratégicas con las principales empresas productoras de productos desechables (TERMOPACK, PLASTIUTIL, PLASTRO, PARAISO) con el objetivo de expandir el portafolio de productos comercializados, minimizar los costos de mercaderías y maximizar la rentabilidad.

2011 Se instala una nueva línea una nueva línea de productos de limpieza (JABONERIA WILSON) y productos de consumo masivo (FABELL Y OTELO) y a su vez se extiende su territorio de comercialización a la provincia de Bolívar.

2012 Se establece un nuevo centro de distribución el cual se encuentra ubicado en la dirección actual: Sector American Park, Dirección: Línea Férrea S/N y Carlos Montufar, se implementó además una nueva línea BOPP del Ecuador, como distribuidores directos, adicionalmente la empresa AGRIPAC con el alimento de mascotas.

2013 La fuerza de ventas se desplaza a nuevos territorios llegando a las provincias de Pastaza y Napo cubriendo con todo el territorio de la zona centro del país.

2014 Consiguieron la distribución directa de SANI-TISSU que distribuye papel higiénico Elite, y la empresa HERBO-Comercio quien distribuye Tapiorica.

6.7.1.2 Misión

“Entregar productos de calidad en la comercialización de productos plásticos desechables, en la zona central del país con precios competitivos; para establecer una buena rentabilidad económica propia y de nuestros clientes”.

6.7.1.3 Visión

“Conseguir una ventaja competitiva por la calidad y precios de nuestros productos que nos permita: conseguir una marcada diferencia en el mercado, crecer empresarialmente y alcanzar un posicionamiento de liderazgo en el área tanto de productos plásticos desechables como de consumo masivo”.

6.7.1.4 Valores

- Responsabilidad
- Honestidad
- Integridad
- Puntualidad
- Solidaridad

6.7.1.5 Objetivos Empresariales

- Ofrecer productos de calidad, mediante la comercialización de productos elite y excelencia en nuestro servicio.
- Además obtener una rentabilidad atractiva, acorde a las expectativas financieras y a los requerimientos de la empresa incrementando la misma en un 84%.
- Disminuir el porcentaje de cartera vencida del 30%.
- Para incrementar las ventas, mantendrá sus precios competitivos basados en la alta calidad de sus productos e insumos, procurando satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes.

- Ampliar la diversidad de sus productos, identificar nuevos proveedores a nivel nacional que ofrezcan productos de calidad a precios competitivos.

6.7.1.6 Estrategias Empresariales

- Satisfacer las necesidades de los clientes.
- Cumplir con los objetivos planteados.
- Consolidar el círculo de ventas para llegar a establecer un vínculo comercial de fidelización con los clientes de cobertura y los clientes de nuevos mercados.
- Crecer con los clientes, desarrollando las líneas de productos que actualmente comercializa, adicionando nuevas líneas de productos, con el fin de crecer en los clientes existentes y abarcar nuevos.
- Diversificación de productos y líneas de mercado.
- Satisfacer las necesidades y expectativas a clientes.

- En lo que respecta a la rentabilidad, realizar los pagos a proveedores de contado, con el propósito de acceder a los descuentos de los mismos, que representan alrededor del 3% de la facturación de compra total.
- Cumplimiento de objetivos de ventas impuestas por los proveedores para alcanzar los rebates (reembolso) que son del 3% al 4% respectivamente.

6.7.1.7 Análisis FODA

Tabla Nº 26 Análisis FODA

MATRIZ FODA
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Precios accesibles - Promociones - Servicio al cliente - Cobertura extensa de clientes
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alianzas Estratégicas - Acceso a Financiamientos - Expansión de Mercado a través de representantes comerciales externos.
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de suficientes unidades logísticas de despacho. - Publicidad limitada.

- Stock limitado de productos de alta rotación.
- Retraso de despacho de pedidos a clientes.

Amenazas

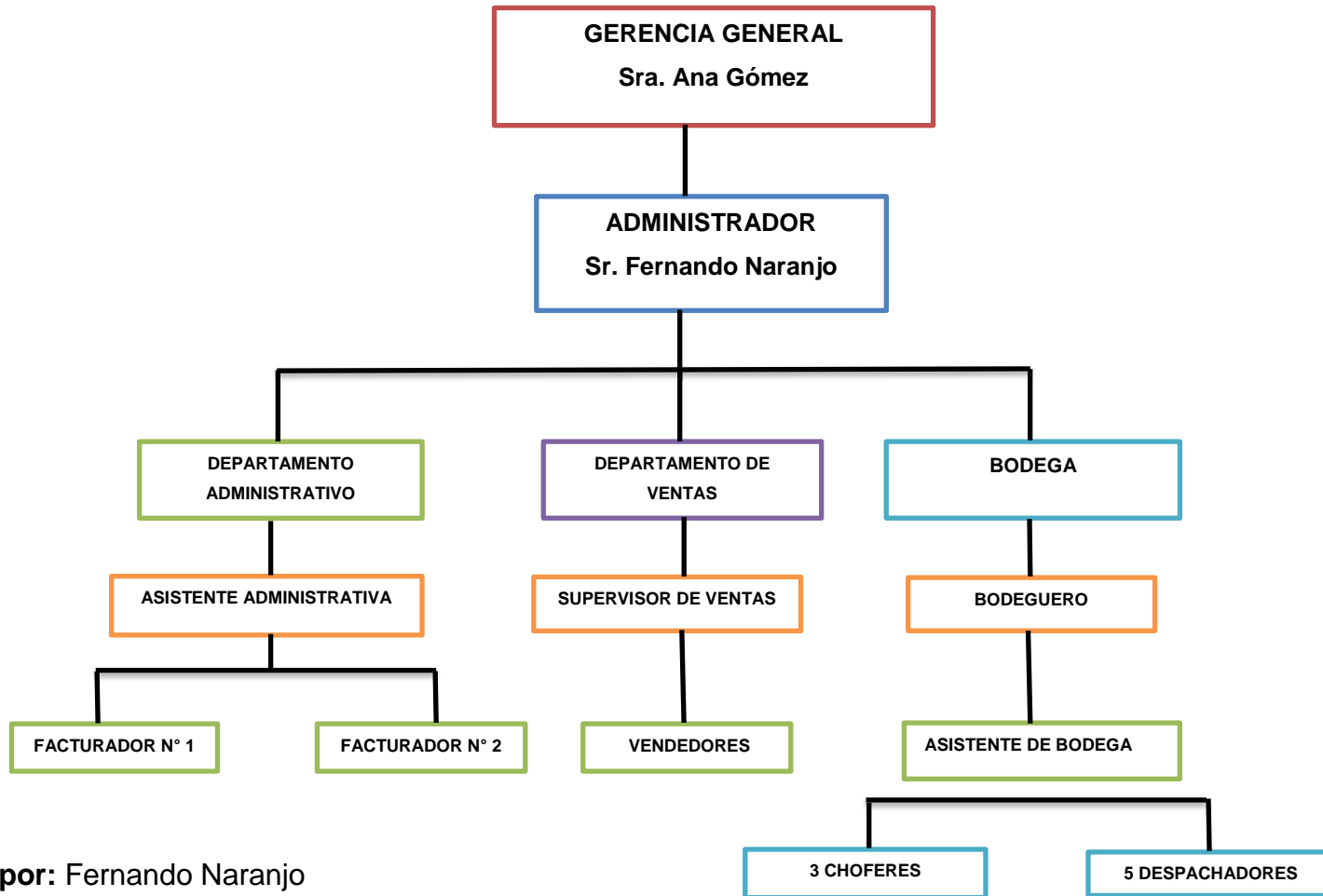
- Competencia desleal
- Inestabilidad del mercado.
- Disminución de la Rentabilidad.
- Cartera vencida o incobrable.

Elaborado por: Fernando Naranjo

Fuente: Plastik

6.7.1.8 Organigrama Estructural

Gráfico N° 23 Organigrama Estructural



Elaborado por: Fernando Naranjo

Fuente: Empresa Plastik

6.7.1.9 Manual orgánico funcional

El manual orgánico funcional que se presenta a continuación muestra el análisis detallado de los puestos especificados en el organigrama anterior:

Tabla N° 27 Manual orgánico funcional

	MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL	HOJA 1
CARGO: GERENTE GENERAL		
RELACION FUNCIONAL: EXTERNA: Clientes, Proveedores, Entidades Financieras, Organismos de Control INTERNA: Recurso Humano		
AREAS DEPENDIENTES: Departamento Administrativo Departamento de Ventas Departamento de Despacho		

MISIÓN:

Proporciona un buen liderazgo para el funcionamiento adecuado de todas las áreas de la empresa a través de excelencia y competitividad, implementa políticas para alcanzar altos índices de crecimiento, y liquidez.

FUNCIONES:

- Observar el cumplimiento de objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo.
- Planificar actividades, políticas y planes hacia las diferentes áreas de la empresa.
- Establecer estrategias para alcanzar objetivos propuestos;
- Cumplir y hacer cumplir principios y valores del accionar de la empresa;





CARGO:

ADMINISTRADOR

FUNCIONES:

- Organizar todas las actividades con el personal que dependen de él;
- Realizar contrataciones de empleados que se encuentren bajo su dirección.
- Fomentar buenas relaciones entre departamentos y áreas de la empresa.
- Formular soluciones de los problemas que se presenten en el momento aplicando un oportuno liderazgo.
- Evaluar resultados que logre la empresa.
- Tomar decisiones en lo referente a recursos económicos y financieros de la empresa Plastik

	MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL	HOJA 3
CARGO: ASISTENTE CONTABLE		
RELACION DE DEPENDENCIA: Departamento Administrativo		
RELACION FUNCIONAL: - EXTERNA: Colaboradores y proveedores - INTERNA: Despachadores, vendedores, gerencia y contabilidad		
AREAS DEPENDIENTES: Áreas de Ventas Facturación y Cobranzas Bodega Departamento administrativo y contable		
MISIÓN: Ingresar correctamente los productos de PLASTIK y mantiene un control de inventarios adecuado al nivel de ventas.		
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Ingreso de facturas de adquisiciones, • Ingreso de cartera de cobranza • Emitir retenciones a proveedores • Realizar informes financieros • Custodia de caja chica • Ingreso de cartera por parte de despachadores 		

	MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL	HOJA 4
CARGO: FACTURADOR		
RELACION FUNCIONAL: - EXTERNA: Proveedores, organismos de control. - INTERNA: Adquisiciones, control de inventario, recurso humano		
AREAS DEPENDIENTES: VENTAS, BODEGAS, CONTABILIDAD		
MISIÓN: Digitar de forma rápida y efectiva las facturas de venta.		
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Facturación de compras y ventas • Preparar las carteras de cobros diarias de todos los vendedores • Archivar los documentos de respaldo 		



UNIDAD: SUPERVISOR DE VENTAS

RELACION DE DEPENDENCIA: GERENCIA GENERAL Y SUBGERENCIA

RELACION FUNCIONAL:

- EXTERNA: Clientes,
- INTERNA: Facturadores, asistente contable, bodega , transportistas

AREAS DEPENDIENTES:


VENTAS, CONTABILIDAD Y COBRANZA

MISIÓN:

Gestionar el incremento de ventas y salvaguardar el bienestar de la cartera de clientes.

FUNCIONES:

- Supervisar de la gestión diarias de ventas de cada uno de los vendedores
- Monitoreo de la recuperación de cartera
- Realiza sectorización estratégica de las zonas a visitar
- Impulsa el desarrollo de nuevas zonas de trabajo
- Insertar nuevas líneas de distribución.
- Gestor de apoyo del personal a cargo

	MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL	HOJA 6
UNIDAD: VENDEDOR		
RELACION DE DEPENDENCIA: Departamento Administrativo y Ventas		
RELACION FUNCIONAL: - EXTERNA: Clientes - INTERNA: Supervisor de ventas		
AREAS DEPENDIENTES: Áreas de Ventas Facturación y Cobranzas Bodega Departamento administrativo y contable		
MISIÓN: Mantener la cartera de clientes asignada, brindando un eficiente y adecuado servicio al cliente, e incrementar la cartera de clientes.		
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Aperturar cartera de clientes • Desarrollar clientes existentes • Recuperación de cartera de cobros • Toma de pedidos • Seguimiento de clientes • Reportar la gestión de ventas y cobros al final del día • Depositán los valores cobrados en el día 		



**MANUAL ORGÁNICO
FUNCIONAL**

HOJA 7

UNIDAD: BODEGUERO

RELACION DE DEPENDENCIA: ADMINISTRATIVO Y CONTABILIDAD

RELACION FUNCIONAL:

- EXTERNA: Transportistas y despachadores de las empresas proveedoras
- INTERNA: Administrativo, Ventas, Contabilidad,

AREAS DEPENDIENTES:

VENTAS, CONTABILIDAD, ADMINISTRATIVO

MISIÓN:

Despacho a tiempo de mercaderías, de forma inmediata a los vendedores y transportistas

FUNCIONES:

- Recepción de mercaderías de compras
- Despacho de pedidos a clientes
- Recepción de mercaderías de devolución
- Carga y descarga de camiones
- Logística de inventarios
- Gestor de apoyo del personal a cargo



**MANUAL ORGÁNICO
FUNCIONAL**

HOJA 8

UNIDAD: ASISTENTE DE BODEGA

RELACION DE DEPENDENCIA: BODEGUERO

RELACION FUNCIONAL:

- EXTERNA: Proveedores
- INTERNA: Bodeguero, vendedores, transportistas, administrativos

AREAS DEPENDIENTES:

Áreas de Ventas
Facturación y Cobranzas
Bodega
Departamento administrativo y contable

MISIÓN:

Apoyar al bodeguero en la ejecución de las funciones de recepción de mercaderías, de compra, despacho de mercaderías de venta.

FUNCIONES:

- Apoyo al jefe inmediato
- Recepción de mercaderías de compra
- Despacho de mercaderías



UNIDAD: CHOFER

RELACION DE DEPENDENCIA: BODEGA

RELACION FUNCIONAL:

- EXTERNA: Clientes
- INTERNA: Bodega, Despacho de productos

AREAS DEPENDIENTES:


VENTAS, BODEGA

MISIÓN:

Entrega puntual de los pedidos asignados

FUNCIONES:

- Transportar pedidos a los diferentes puntos de distribución
- Custodia ágil de dineros recaudados

	MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL	HOJA 10
UNIDAD: DESPACHADOR		
RELACION DE DEPENDENCIA: BODEGA		
RELACION FUNCIONAL: - EXTERNA: clientes - INTERNA: bodeguero, transportista		
AREAS DEPENDIENTES: Áreas de Ventas Bodega		
MISIÓN: Entregar los pedidos de los clientes a tiempo. FUNCIONES <ul style="list-style-type: none"> • Despacho de mercaderías • Entrega de pedidos 		

6.7.1.10 Productos Comercializados

Tabla Nº 28 Productos Comercializados

	<p>Empresa pionera en la producción de contenedores plásticos en Termoforado en el Ecuador, empaques transparentes y brillantes de PVC.</p>	<p>Sus empaques son totalmente atóxicos y están diseñados para estar en contacto directo con alimentos y bebidas para el consumo humano</p>	
	<p>Empresa pionera en la producción de platos y toda clase de contenedores en fomic como charoles, fuentes, reposteros</p>	<p>Ideales para almuerzos, ensaladas, porciones, postres, etc.</p>	
	<p>Empresa fabricante de vasos desechables</p>	<p>Vasos térmicos para el despacho de productos temperados</p>	
	<p>Empresa fabricante de tarinas y vasos desechables.</p>	<p>Empaques especializados en la comercialización de almuerzos y bebidas.</p>	

	<p>Empresa líder en productos detergentes de uso doméstico e industrial</p>	<p>Creadores del jabón macho, lava vajilla, Lava, cierto detergente líquido y suavizante, detergente en polvo El Macho, cloro, y desinfectantes</p>	
	<p>Produce productos para el cuidado infantil, capilar, cuidado personal, protección femenina</p>	<p>Productora y comercializadora de pañales, implementos de aseo y limpieza especializados en el cuidados del bebe y la mujer.</p>	
	<p>Productos Paraíso es parte importante de un grupo de empresas especializadas en el tratamiento y transformación del plástico</p>	<p>Esta empresa fabrica una amplia gama de bolsas plásticas tipo camiseta y rollos usada en tiendas, supermercados y en la producción.</p>	

Elaborado por: Fernando Naranjo

Fuente: PLASTIK

6.7.1.11 Principales Proveedores

Gráfico N° 24 Principales Proveedores



Elaborado por: Fernando Naranjo

Fuente: PLASTIK



Elaborado por: Fernando Naranjo

Fuente: PLASTIK



PAINSA PAPELERA INTERNAICONAL S.A
Crédito 40 días.
Cupo mínimo de compras \$11.685



PRODUCTOS QUE COMERCIALIZA
- papel higienico Elite



Elaborado por: Fernando Naranjo

Fuente: PLASTIK



ERBOINDUSTRIAS CIA. LTDA
Crédito 30 días.
Cupo mínimo de compras \$21.120



PRODUCTOS QUE COMERCIALIZA
- Tapiorica



Elaborado por: Fernando Naranjo

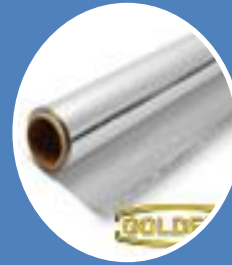
Fuente: PLASTIK



GOLDERIE TRADING CIA LTDA

Crédito 40 días.

Cupo mínimo de compras \$21.120



PRODUCTOS QUE COMERCIALIZA

- papel aluminio
- plástico film
- lonchero
- contenedores

Elaborado por: Fernando Naranjo

Fuente: PLASTIK



PAINSA PAPELERA INTERNAICONAL S.A

Crédito 40 días.

Cupo mínimo de compras \$11.685

PRODUCTOS QUE COMERCIALIZA

- Platos y reposteros
- Bandejas
- Tarrinas
- Productos térmicos
- Tambores
- Agroindustrial
- Contenedores de alimentos
- Vasos
- Cubiertos y sorbetes
- Envases
- Balde
- Impresos



Elaborado por: Fernando Naranjo

Fuente: PLASTIK



Proveedor potencial
Productos:
Alimentos para mascotas
Período de crédito
75 días
Genera 15% utilidad a la empresa



Proveedor Grande
Productos desechables:
Vasos
tarrinas plásticas
Período de crédito
8 días
Genera de 8 a 15% de utilidad a la empresa



Proveedor
Productos desechables:
Platos, tarrinas, fundas, fundas de basura, contenedores, cubiertos, bases de torta
Período de crédito
15 días
Genera de 15 a 25% de utilidad a la empresa

Elaborado por: Fernando Naranjo

Fuente: PLASTIK



Elaborado por: Fernando Naranjo

Fuente: PLASTIK

6.7.1.12 Mercado Objetivo

El mercado objetivo de la empresa PLASTIK, empezó con:

Gráfico N° 25 Mercado Objetivo



Elaborado por: Fernando Naranjo

Fuente: PLASTIK

En la actualidad se ha ampliado la cobertura:

		
<p>CANAL DE COBERTURA</p> <p>No mayorista</p> <p>Tiendas</p> <p>Restaurantes pequeños</p>	<p>Mayoristas</p> <p>Sr. Luis Mejía - Distribuidora Mejía</p> <p>Sr. Juan Gines Disrey</p> <p>Sra. Narcisa Naranjo</p> <p>Gabriel Murillo Enprovit</p> <p>María Dpavalos</p>	<p>Canal Institucional</p> <p>Clientes:</p> <p>Asa</p> <p>Kia Motors</p> <p>IMCE Carrocería</p> <p>Cooperativa Cámara de Comercio Ambato</p>

Elaborado por: Fernando Naranjo

Fuente: PLASTIK

	
<p>ESPECIALISTAS</p> <p>Médicos Veterinarios</p> <p>Agropecuarios</p>	<p>MERCADO DE CANILLITAS</p> <p>Vendedores ambulantes</p>

Elaborado por: Fernando Naranjo

Fuente: PLASTIK

6.7.1.13 Principales Competidores

Los principales competidores de la empresa Plastik en la zona centro son:

Gráfico Nº 26 Principales Competidores



Elaborado por: Fernando Naranjo

Fuente: PLASTIK

6.7.2 FASE II

6.7.2.1 ESTRATEGIAS

- ❖ Incrementar el volumen de ventas para alcanzar un mayor nivel de participación en toda la zona centro y así incrementar en nivel de liquidez.

- ❖ Establecer un sistema de control de la planificación para monitorear periódicamente la situación financiera.
- ❖ Mantener la política de crédito a clientes a un corto plazo o dentro de los periodos establecidos.
- ❖ Fortalecer trabajo en equipo para mejorar las actividades cotidianas de la empresa.
- ❖ Control diario de la liquidez y proyecciones de liquidez en base a información cierta y estimaciones.
- ❖ Desarrollar una política de precios en el portafolio de productos que ofrece Plastik, según las exigencias de los clientes, de esta forma se pretende tener precios módicos que sean la base fundamental de las decisiones de la misma.
- ❖ Consolidar el círculo de ventas para llegar a establecer un vínculo comercial de fidelización con los clientes de cobertura.
- ❖ En lo que respecta a las ventas, crecer con el cliente interno desarrollando las líneas de productos que tienen, diversificando las nuevas líneas, y llegando a nuevos clientes y mercados.
- ❖ Incrementar la diversificación de productos y de líneas de mercado
- ❖ Satisfacción de las necesidades y expectativas a clientes.

- ❖ Mejorar la rentabilidad
- ❖ Realizar pagos de contado a proveedores para acceder al descuento del 3% por pronto pago
- ❖ Cumplimiento de objetivos de ventas impuestas por los proveedores, para alcanzar los rebates (retorno de capital) por pago ágil aproximadamente hasta el 4% de lo adquirido.

6.7.3 FASE III: PLAN FINANCIERO

6.7.3.1 Introducción

El proceso de planificación de la entidad, es el diseño y cuantificación del futuro deseado por ella, futuro que debe ser alcanzable.

El proceso se puede desagregar en ciertas actividades:

1. Determinar los objetivos que se desean alcanzar.
2. Establecer el camino para llegar a ellos.
3. Cuantificación de los distintos programas. Así, surgen presupuestos parciales que, adquirirán consistencia integrados en un presupuesto único que garantice la viabilidad y optimice el conjunto.
4. Se requiere una organización que haga posible que los programas se lleven a cabo eficaz y eficientemente.

El objetivo de la planificación es la preparación de los resultados de cara a la toma de decisiones coordinadas e integradas para alcanzar unos objetivos y cuya concreción se localiza en los presupuestos. La planificación financiera está unida y es parte integrante, y fundamental, de la planificación general de la empresa "PLASTIK". Es, por tanto, aquella parte del proceso general de planificación en donde se cuantifican los proyectos de la entidad en términos de costes de inversión y necesidades de financiación para tales inversiones. En la entidad se va a aplicar una planificación financiera a largo plazo o estratégica.

6.7.3.1.1 Planificación Financiera A Largo Plazo

Los presupuestos operativos no son sino una secuencia en la ejecución de presupuestos de desarrollo, fruto de la planificación estratégica, referidos al largo plazo.

Así, la planificación financiera a largo plazo o estratégica, se preocupa de cuestiones de expansión, evolución tecnológica, localización o diversificación, entre otras.

6.7.3.2 Estados Financieros 2013

TABLA Nº 29 Estados Financieros 2013

ESTADO DE RESULTADOS			
Del 1 de Enero al 31 de Diciembre del 2.013			
INGRESOS			
Ventas		1.366.235,80	
Otros Ingresos		25.075,51	
Ventas 0%		135.066,04	1.526.377,35
(-) COSTO VENTAS			
Inventario Inicial		100.165,55	
(+) Compras Mercaderías		1.331.434,60	
(-) Inventario Final Mercadería		157.405,72	1.274.194,43
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			252.182,92
GASTOS			
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS			144.096,04
Sueldos		57.958,00	
horas extras		4.118,80	
comision		23.551,71	
viaticos		2.531,04	
Beneficios Sociales		1.272,00	
Aporte Patronal		10.403,86	
Honorarios Profesionales		2.339,11	
Utiles de Oficina		4.927,07	
Combustibles y Lubricantes		6.218,88	
Mantenim. Equipos		1.131,53	
Arriendo		6.300,00	
Mantenimiento Vehiculos		9.555,31	
Hospedaje		598,00	
Transporte y peajes		2.677,79	
Gs. Seguridad		2.512,63	
Atencion empleados		1.284,92	
Depreciacion A. Fijos		6.377,32	
Varios		338,07	
TOTAL GASTOS			144.096,04
UTILIDAD DEL EJERCICIO			108.086,88
			=====
-----			-----
Sra. Ana Cecilia Gomez		CPA. Freddy Cabezas Núñez	
GERENTE		CONTADOR	
		Reg, 30302	

ESTADO DE RESULTADOS				
Del 1 de Enero al 30 de Noviembre del 2.014				
INGRESOS				
Ventas			1.984.974,10	
Otros Ingresos			1.911,16	159,26
				1.986.885,26
(-) COSTO VENTAS				
Inventario Inicial			157.405,72	
(+) Compras Mercaderias			1.708.524,60	
(-) Inventario Final Mercaderia			193.765,03	1.672.165,29
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS				314.719,97
GASTOS				
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS				163.907,77
Sueldos			65.639,82	5.469,99
horas extras			3.252,00	271,00
comision			27.133,57	2.261,13
viaticos			6.592,28	549,36
Beneficios Sociales			3.594,05	299,50
Aporte Patronal			11.727,75	977,31
Honorarios Profesionales			4.200,00	350,00
Utiles de Oficina			4.797,26	399,77
Combustibles y Lubricantes			6.428,73	535,73
Mantenim. Equipos			1.135,76	94,65
Arriendo			7.250,00	604,17
Mantenimiento Vehiculos			3.805,64	317,14
Hospedaje			562,38	46,87
Transporte y peajes			1.270,53	105,88
Gs. Seguridad			2.968,00	247,33
Atencion empleados			1.500,00	125,00
Depreciacion A. Fijos			10.550,00	879,17
Varios			1.500,00	125,00
				13.658,98
TOTAL GASTOS				163.907,77
UTILIDAD DEL EJERCICIO				150.812,20
				=====
-----			-----	
Sra. Ana Cecilia Gomez			CPA. Freddy Cabezas Nùñez	
GERENTE			CONTADOR	
			Reg, 30302	

6.7.3.4 Análisis Financiero

6.7.3.4.1 Indicadores Financieros

Es uno de los instrumentos para realizar un análisis financiero de la empresa PLASTIK, en el en el año 2013-2014

6.7.3.4.1.1 Índices de Liquidez:

Capital de Trabajo Neto Año 2013:

CTN = Activo Corriente – Pasivo Corriente
--

Año 2013 = \$168.271,40 – \$247.149,78

Año 2013 = -78.878,38

Año 2014 = \$275.692,55 – \$424.472,69

Año 2014 = \$-148.780,14

Año 2013: Este índice nos muestra la cantidad de recursos con que cuenta la empresa PLASTIK para atender sus operaciones después de cubrir el pasivo corriente, observando que Diciembre 2013 tenemos \$ -78.878,38, de manera que la entidad no presentó capital disponible para operar en el día.

Año 2014: Este índice nos muestra la cantidad de recursos con que cuenta la PLASTIK para atender sus operaciones después de cubrir el pasivo

corriente, observando que Noviembre 2014 tenemos \$-148.780,14; de manera que la entidad no presentó capital disponible para operar en el día.

Interpretación: La empresa no posee suficiente liquidez para cancelar sus obligaciones corrientes y no podrá contraer nuevas obligaciones que surjan en el normal desempeño de sus actividades, podemos ver que el capital de trabajo disminuyo en un 53% en relación al 2013.

6.7.3.4.1.2 Razón Corriente

$$\text{RC} = \text{Activo Corriente} / \text{Pasivo Corriente}$$

Año 2013 = \$168.271,40 / \$247.149,78

Año 2013 = 0,68

Año 2014 = \$275.692,55 / \$424.472,69

Año 2014 = 0,65

Año 2014-2013: Este índice es la principal medida de liquidez, muestra a la proporción de deudas de corto plazo que son cubiertas por elementos del activo. Esto quiere decir que la empresa Plastik en el 2013 cuenta con 0,68 ctvs., por cada dólar para cubrir sus obligaciones. Con respecto al año 2014 su liquidez disminuye y cuenta con 0,65 ctvs., por cada dólar.

6.7.3.4.1.3 Prueba Acida

$$\text{PA} = \text{Activo Corriente} - \text{Inventario} / \text{Pasivo Corriente}$$

Año 2013 = \$10865,68 / \$247.149,78

Año 2013 = 0,04

Año 2014 = \$81.927,52 / \$424.472,69

Año 2014 = 0,19

Interpretación año 2013-2014: Podemos observar que la empresa no podría atender todas sus obligaciones sin vender o liquidar sus inventarios, en el año 2013 no alcanzaría a cubrir sus obligaciones y tendría que liquidar sus inventarios, para el año 2014 el indicador aumenta pero no lo suficiente como para poder cubrir sus obligaciones corrientes sin tener que liquidar sus inventarios. La empresa depende directamente de la venta de la totalidad de sus inventarios para poder cubrir sus obligaciones.

6.7.3.4.1.4 Rotación de Inventarios

RI = Ventas / Inventario promedio
--

$$\text{RI 2013} = \frac{\$1366235,80}{\$175103,80}$$

RI 2013= 7,8 veces

RI 2013= 8 veces

$$\text{RI 2014} = \frac{\$1984974,10}{\$217797,46}$$

RI 2014= 9,11

RI 2014= 9

Año 2014-2013: Se determina que la rotación de inventarios de la empresa PLASTIK, durante el año 2013 fue de dos veces, o dicho de otra forma los inventarios se vendieron o rotaron cada dos meses. Las mercaderías permanecieron en bodega durante dos meses antes de ser vendidas. Y para el 2014 la rotación de inventarios fue de dos veces, permaneciendo las mercaderías en bodega durante dos meses antes de ser vendidas.

6.7.3.4.1.5 Rotación de Cuentas por Cobrar

$$\text{RCC} = \text{Ventas} / \text{Cuentas por cobrar}$$

$$\text{RCC 2013} = \frac{\$1.366.235,80}{\$ 155.819,25}$$

$$\text{RCC 2013} = 8,76$$

$$\text{RCC 2013} = 9 \text{ veces}$$

$$\text{RCC 2014} = \frac{\$ 1.984.974,10}{\$ 244.467,55}$$

$$\text{RCC 2014} = 8,11$$

$$\text{RCC 2014} = 8 \text{ veces}$$

Año 2014-2013: Durante el 2013 las cuentas por cobrar se renovaron 9 veces en el año, para el 2014 hubo un leve empeoramiento ya que la rotación de las cuentas por cobrar en este año es de tan solo 8 veces.

6.7.3.4.1.6 Periodo Promedio de Cobranza

$$\text{PPC} = \text{Días en el año} / \text{Rotación de cuentas por cobra}$$

$$\text{PPC 2013} = \frac{365}{9}$$

$$\text{PPC 2013} = 40,56$$

$$\text{PPC 2013} = 41 \text{ días}$$

$$\text{PPC 2014} = \frac{365}{8}$$

$$\text{PPC 2014} = 45,62$$

$$\text{PPC 2014} = 46 \text{ días}$$

Año 2014-2013: En el año 2013 las cuentas a cobrar tardaron en promedio 41 días para convertirse en efectivo. Para el año 2014 tardaron en promedio 46 días en convertirse en efectivo, siendo el Periodo medio de cobro para el año 2014 levemente superior al del 2013, en definitiva las cuentas por cobrar para el 2014 tardaron 5 días más en convertirse en efectivo.

6.7.3.4.1.7 Endeudamiento del Activo

$$EA = \text{Pasivo Total} / \text{Total Activo} \times 100$$

$$E.A \text{ 2013} = \frac{\$ 258.342,26}{\$ 382.620,76}$$

$$E.A \text{ 2013} = 0,675 * 100\%$$

$$E.A \text{ 2013} = 68\%$$

$$E.A \text{ 2014} = \frac{\$ 451.522,69}{\$ 618.526,51}$$

$$E.A \text{ 2014} = 0,073 * 100\%$$

$$E.A \text{ 2014} = 73\%$$

Año 2013-2014: Podemos concluir que la participación de los acreedores para el año 2013 es de un 68%, incrementándose para el año 2014 al 73% sobre los activos totales de la compañía. Lo cual es un nivel muy riesgoso.

6.7.3.4.1.8 Apalancamiento

$$A = \text{Pasivo Total} / \text{Patrimonio} \times 100$$

$$A \text{ 2013} = \frac{\$ 382.620,76}{\$ 124.278,50}$$

$$A \text{ 2013} = 308\%$$

$$A \text{ 2014} = \frac{\$ 618.526,51}{\$ 167.003,82}$$

$$A \text{ 2014} = 370\%$$

Año 2014-2013: Se puede ver que la empresa presenta un nivel de endeudamiento alto con sus acreedores externos, es decir que para el año 2013 el 308% y para el año 2014 370% de su patrimonio está comprometido con sus acreedores.

6.7.3.4.1.9 Periodo medio de Pago

$$P P = \text{Proveedores} * 365 / \text{Compras}$$

$$\text{PP 2013} = \frac{\$ 175.650,38 (365)}{\$ 1331.434,60}$$

$$\text{PP 2013} = \frac{\$64'112.388,70}{\$ 1331.434,60}$$

$$\text{PP 2013} = 48,15$$

$$\text{PP 2013} = 48$$

$$\text{PP 2014} = \frac{\$ 401.003,65 (365)}{\$ 1'708524,50}$$

$$\text{PP 2014} = \frac{\$ 146'366.332,20}{\$ 1'708524,50}$$

$$\text{PP 2014} = 85,67$$

Año 2013: La empresa PLASTIK, muestra el efecto de cobro de los clientes que posee la entidad medido en días, lo que significa que los clientes pagan sus deudas en un promedio de 48 días.

Año 2014: La empresa PLASTIK, muestra el efecto de cobro de los clientes que posee la entidad medido en días, lo que significa que los clientes pagan sus deudas en un promedio de 86 días.

Diferencia: Representa al número de días que la empresa PLASTIK cubre sus obligaciones, es decir en el año 2013 la entidad paga sus cuentas en 48 días y en el 2014 incrementa el periodo de pago a sus proveedores en 86 días.

6.7.3.4.1.10 Rentabilidad Neta del Activo

R.N. A = Utilidad o Pérdida Neta /Activo Total	
---	--

$$\text{R.N. A 2013} = \frac{\$ 108.086,88}{\$ 382.620,76}$$

$$\text{R.N. A 2013} = 0,282$$

$$\text{R.N. A 2014} = \frac{\$ 150.812,20}{\$ 618.526,51}$$

$$\text{R.N. A 2014} = 0,244$$

Año 2013: A través de este indicador se puede determinar que por cada dólar de activo se ha obtenido como utilidad neta 0,28 centavos de dólar.

Año 2014: A través de este indicador se puede determinar que por cada dólar de activo se ha obtenido como utilidad neta 0,24 centavos de dólar.

Diferencia: Se observa que en la entidad en el año 2014 ha decrecido la utilidad en 0,037 centavos de dólar, lo que significa que es una cantidad pequeña que ha disminuido, sin embargo la empresa PLASTIK, debe tomar en cuenta este indicador, para que se incremente en los años posteriores.

6.7.3.4.1.11 Rentabilidad Neta de Ingresos

R. N. I = Utilidad o Perdida Netas / Ingresos Netos
--

$$\text{R.N.I 2013} = \frac{\$ 108.086,88}{\$ 1'366.235,80}$$

$$\text{R.N.I 2013} = \$0,079$$

$$\text{R.N.I 2014} = \frac{\$ 150.812,20}{\$ 1'984.974,10}$$

$$\text{R.N.I 2014} = \$ 0,076$$

Año 2013: Se determina que por cada dólar vendido se obtiene una utilidad neta de \$ 0,079 centavos.

Año 2014: Se determina que por cada dólar vendido se obtiene una utilidad neta de \$ 0,076 centavos.

Diferencia: Se observa que la utilidad neta de las ventas por cada dólar vendido ha decrecido en \$ 0,003; valor mínimo, que no afecta la rentabilidad de la entidad.

6.7.4 FASE: IV

6.7.4.1 Diseño de Estados financieros Proforma para el 2015

6.7.4.1.1 Estado de Resultados proforma en base al método de cálculo de estimación.

Tabla N° 31 Estado de resultados del año 2014

- **Método porcentual de las ventas**

Para estimar el valor de las ventas se procede a calcular el costo de ventas, los gastos de operación y gastos e interés a continuación detallados:

1. Las ventas se estiman en 84% de crecimiento = \$ 3'692.051,83

2. Costo de Ventas

P. V = Costo de Ventas / Ventas
--

P.V. 2014=	\$ 1'672.165,29
	\$ 1'984.974,10
P. V. 2014=	0,84*100%
P. V. 2014=	84%
P. V. 2014=	\$1'667.378,24+ \$1'984.974,10
P. V. 2014=	\$ 3'652.352,83

3. Gasto de Operación

G. O = Gasto operativo / Ventas	
G. O. 2014=	\$ 163.907,77
	\$ 1'984.974,10

G.O. 2014= 0,08*100%

G.O. 2014= 8%

G.O. 2014= \$3'652.352,83* 8%

G.O. 2014= \$292.188,22

4. Gasto de Interés

G. I = Gastos financieros / Ventas

G.I. 2014=
$$\frac{\$ 9798,67}{\$ 1'984.974,10}$$

G.I. 2014= 0,0049*100%

G.I. 2014= 0,49%

G.I. 2014= \$3'652.352,83* 0,49%

G.I. 2014= \$17'896,53

Tabla N° 31 Estado de Resultados proforma para el año 2015

PLASTIK
ESTADO DE RESULTADOS

Del 1 de Enero al 31 de Diciembre del 2015

INGRESOS ESTIMADOS

Ventas (estimadas)	\$3652352,83	
		\$3652352,83
(-) COSTO VENTAS		3076783,95
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		575568,88
		<hr/>
(-) GASTOS DE OPERACIONES		(\$ 292.188,22)
(=) UTILIDAD OPERATIVA		\$ 283.380,66
		<hr/>
(-) GASTOS POR INTERÉS		(\$ 17.896,53)
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 265.484,13
		<hr/>
(-) 15% Participación Trabajadores		(\$ 39.822,62)
(-) 10% Impuesto a la Renta		(\$ 26.548,41)
		<hr/>
(=) UTILIDAD NETA		\$ 199.113,10
		<hr/>

Sra. Ana Cecilia Gomez

GERENTE

CPA. Freddy Cabezas Nuñez

CONTADOR

Reg. 30302

- **Balance General proforma para el año 2015**

Para elaborar el Balance General Proforma se dispone de la siguiente información:

- Saldo de efectivo según estado de flujo de efectivo 2014 \$158439,30
- Las cuentas por cobrar representa el 12% de las ventas
- El inventario representa el 10% de las ventas
- Se comprará un nuevo camión con un financiamiento de \$ 9798,67 y la depreciación se estiman en \$1400,00 (Última reforma de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno actual).
- Los Cuentas por pagar constituyen el 20% de las ventas.
- Las ventas se estiman en 3'652.352,83.
- Las demás cuentas se mantienen.
- Préstamo bancario cancelado.

**Tabla N° 33 Balance General proforma para el
Año 2015**

PLASTIK			
BALANCE GENERAL			
Al 31 de Diciembre del 2.015			
ACTIVO		PASIVO	
CORRIENTE		CORRIENTE	
DISPONIBLE		CUENTAS POR PAGAR	
Caja-Bancos	\$ 158.439,30	Cuentas por Pagar Proveedores	\$ 730.470,57
Ctas. Por cobrar	\$ 438.282,34	Acreedores Varios	
		Préstamo bancario	
REALIZABLE		NO CORRIENTE	
Inventario	\$ 365.235,28	Préstamo Bancario Largo plazo	
OTROS ACTIVOS		TOTAL PASIVO	\$ 730.470,57
Crédito Tribut Ret. Renta	\$ 4.362,79		
Anticipo Mínimo	\$ 4.650,00	PATRIMONIO	
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		Capital Social	\$ 16.191,62
Muebles y Enseres	\$ 142,86	Utilidad del Ejercicio	\$ 199.113,10
Equipo de computo	\$ 1.349,43	TOTAL PATRIMONIO	\$ 215.304,72
Vehiculos	\$ 193.000,00	Fondos Externos Requeridos	\$ 198.850,57 Nota 1
Equipo de Control y Seguridad	\$ 1.676,45		
(-)Dep. Acum. Prop. Planta, y Eq.	(\$ 22.512,60)		
TOTAL ACTIVO	\$ 1.144.625,85	TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 1.144.625,85
Sra. Ana Cecilia Gomez		CPA. Freddy Cabezas Nuñez	
GERENTE		CONTADOR	
		Reg. 30302	

Nota 1:

Para obtener el valor de los fondos requeridos externos que la empresa debe gestionar a través del incremento de ventas o venta de activos, se procedió a realiza la siguiente ecuación:

Aplicando la ecuación contable: ACTIVO= PASIVO + PATRIMONIO

$$\$1.144.625,85 = \$730.470,57 + \$215.304,72$$

$$\$1.144.625,85 = \$945.775,29$$

Se procedió a realizar una resta entre \$945.775,29-\$1.144.625,85 obteniendo una diferencia de \$198.850,57. Por lo que se concluye que la empresa necesita de fondos externos por alcanzar las ventas proyectadas para el año 2015.

Análisis:

Balance General Proforma

Al analizar el Balance General Proforma se ha determinado que la entidad crecerá en un 54%, de sus activos, los pasivos disminuirán en 39%, se necesitara de 3% de fondos externos que serán financiadas por las ventas, y el patrimonio se incrementará en 8%

Estado de Resultados

Se observa que en base al Estado de Resultados Proforma para el año 2015 la entidad incrementara sus ventas en un 54% en relación a las ventas del año 2014, sus gastos incrementaran en un 56% a diferencia de los gastos del 2014; generándole al final del ejercicio una utilidad de \$199.113,10 que representa el 75% de incremento en comparación a la utilidad alcanzada en el año anterior.

6.7.5 FASE: V

6.7.5.1 Análisis de Indicadores de Liquidez

6.7.5.1.1 Indicadores Financieros Como Instrumentos De Control

La aplicación de varios índices nos permite visualizar como está el uso de los recursos financieros además controlar que los mismos estén dentro de los parámetros establecidos ya que cualquier desviación en cuanto a la liquidez, rotación o rentabilidad obligara a modificar las políticas o procedimientos, entre los más aplicados tenemos

6.7.5.1.2 Análisis Financiero de los Estados Financieros Proforma

6.7.5.1.2.1 Indicadores Financieros

Es uno de los instrumentos para realizar un análisis financiero de la empresa PLASTIK, en el en el año 2013-2014

6.7.5.1.2.1.1 Índices de Liquidez:

Capital de Trabajo Neto Año 2015:

CTN = Activo Corriente – Pasivo Corriente
--

Año 2014 = \$275.692,55 – \$424.472,69

Año 2014 = \$-148.780,14

Año 2015 = \$596.721,64 – \$730.470,57

Año 2015 = \$-133.748,93

Año 2014: Este índice nos muestra la cantidad de recursos con que cuenta la empresa PLASTIK para atender sus operaciones después de cubrir el pasivo corriente, observando que Diciembre 2014 tenemos \$-148.780,14, de manera que la entidad no presentó capital disponible para operar en el día.

Año 2015: Este índice nos muestra la cantidad de recursos con que cuenta la PLASTIK para atender sus operaciones después de cubrir el pasivo corriente, observando que Diciembre 2014 tenemos \$-133.748,93; de manera que la entidad no presentó capital disponible para operar en el día.

Interpretación: La empresa no posee suficiente liquidez para cancelar sus obligaciones corrientes y no podrá contraer nuevas obligaciones que surjan en el normal desempeño de sus actividades, podemos ver que el capital de trabajo disminuye.

6.7.5.1.2.1.2 Razón Corriente

RC= Activo Corriente / Pasivo Corriente
--

Año 2014 = \$275.692,55 / \$424.472,69

Año 2014 = 0,65

Año 2015 = \$596.721,64 / \$730.470,57

Año 2015 = 0,82

Año 2014-2015: Esto quiere decir que la empresa Plastik en el 2014 cuenta con 0,65 ctvs., por cada dólar para cubrir sus obligaciones. Para el 2015 muestra un incremento de liquidez ya que por cada dólar de obligaciones contraídas posee 0,82 para cancelarlas.

6.7.5.1.2.1.3 Prueba Acida

PA= Activo Corriente - Inventario / Pasivo Corriente

Año 2014 = \$81.927,52 / \$424.472,69

Año 2014 = 0,19

Año 2015 = \$596.721,64 - \$365.235,28 / \$730.470,57

Año 2015 = 0,32 ctvs.

Interpretación año 2014-2015: Podemos observar que la empresa no podría atender todas sus obligaciones sin vender o liquidar sus inventarios, en el año 2014 no alcanzaría a cubrir sus obligaciones y tendría que liquidar sus inventarios, para el año 2015 el indicador aumenta a 0,32 ctvs. Pero no es suficiente como para poder cubrir sus obligaciones corrientes sin tener que liquidar sus inventarios. La empresa depende directamente de la venta de la totalidad de sus inventarios para poder cubrir sus obligaciones.

6.7.5.1.2.1.4 Rotación de Inventarios

$RI = \text{Ventas} / \text{Inventario promedio}$

$$RI\ 2014 = \frac{\$ 1984974,10}{\$ 217797,46}$$

$$RI\ 2014 = 9,11$$

$$RI\ 2014 = 9 \text{ veces}$$

$$RI\ 2015 = \frac{\$ 3'652.352,83}{\$ 291.516,37}$$

$$RI\ 2015 = 12,52$$

$$RI\ 2015 = 13 \text{ veces}$$

Año 2014-2015: Se determina que la rotación de inventarios de la empresa PLASTIK, durante el año 2014 fue de 9 veces, o dicho de otra forma los inventarios se vendieron 9 veces en el año. Y para el 2015 mejor la rotación de inventarios a 13 veces, entendiéndose que para el año 2015 los inventarios rotaran 13 veces.

6.7.5.1.2.1.5 Rotación de Cuentas por Cobrar

$$\text{RCC} = \text{Ventas} / \text{Cuentas por cobrar}$$

$$\text{RCC 2014} = \frac{\$ 1.984.974,10}{\$ 244.467,55}$$

$$\text{RCC 2014} = 8,11$$

$$\text{RCC 2014} = 8 \text{ veces}$$

$$\text{RCC 2015} = \frac{\$ 3'652.352,83}{\$ 438.282,34}$$

$$\text{RCC 2015} = 8,33$$

$$\text{RCC 2015} = 8 \text{ veces}$$

Año 2014-2015: Durante el 2014 las cuentas por cobrar se renovaron 8 veces en el año, para el 2015 hubo un leve mejoramiento de 0,33 veces.

6.7.5.1.2.1.6 Periodo Promedio de Cobranza

$$\text{PPC} = \text{Días en el año} / \text{Rotación de cuentas por cobra}$$

$$\text{PPC 2014} = \frac{365}{8}$$

PPC 2014= 45,62

PPC 2014= 46 días

PPC 2015 = $\frac{365}{8,33}$

PPC 2015= 43,8

PPC 2015= 43 días

Año 2014-2015: En el año 2014 las cuentas a cobrar tardaron en promedio 46 días para convertirse en efectivo. Para el año 2014 tardaron en promedio 43 días en convertirse en efectivo, siendo el Periodo medio de cobro para el año 2015 levemente superior al del 2014, en definitiva las cuentas por cobrar para el 2014 tardaron 3 días más en convertirse en efectivo en relación a lo proyectado para el año 2015.

6.7.5.1.2.1.7 Endeudamiento del Activo

EA = Pasivo Total / Activo Total 100

E.A 2014 = $\frac{\$ 451.522,69}{\$ 618.526,51}$

E.A 2014= 0,073*100%

E.A 2014= 73%

E.A 2015 = $\frac{\$ 730.470,57}{\$ 1'144625,85}$

E.A 2015= 0,64*100%

E.A 2015= 64%

Año 2014-2015: Se determina que en la Empresa PLASTIK, los activos totales en el año 2014 representan un 73% de endeudamiento, disminuyendo el endeudamiento del activo en un 9% con para el 2015 siendo este un índice elevado lo que significa que la empresa sigue dependiendo mucho de sus acreedores externos.

6.7.5.1.2.1.8 Apalancamiento

A = Pasivo Total / Patrimonio x 100
--

A 2014= $\frac{\$ 451.522,69}{\$ 167.003,82}$

A 2014= 270%

$$\text{A 2015} = \frac{\$ 730.470,57}{\$ 215.304,72}$$

$$\text{A 2015} = 339\%$$

Año 2014-2015: Se puede ver que la empresa presenta un nivel de endeudamiento alto con sus acreedores externos, es decir que para el año 2014 el 370% y disminuyéndolo ligeramente para el 2015 al 339% de su patrimonio está comprometido con sus acreedores.

6.7.5.1.2.1.9 Periodo medio de Pago

$$P P = \text{Proveedores} * 365 / \text{Compras}$$

$$\text{PP 2014} = \frac{\$ 401.003,65 (365)}{\$ 1'708524,50}$$

$$\text{PP 2014} = \frac{\$ 146'366.332,20}{\$ 1'708524,50}$$

$$\text{PP 2014} = 85,67$$

$$\text{PP 2014} = 86 \text{ días}$$

$$\text{PP 2015} = \frac{\$ 730.470,57 (365)}{\$ 3076783,95}$$

$$\text{PP 2015} = \frac{\$ 266'621.758,}{\$ 3076783,95}$$

$$\text{PP 2015} = 86,66$$

$$\text{PP 2015} = 87 \text{ días}$$

Año 2014: La empresa PLASTIK, muestra el efecto de pago a sus proveedores promedio de 86 días.

Año 2015: Para este año la empresa, mantiene el promedio de pago de sus obligaciones de 86 días.

6.7.5.1.2.1.10 Rentabilidad Neta del Activo

R.N. A = Utilidad o Pérdida Neta /Activo Total

$$\text{R.N. A 2014} = \frac{\$ 150.812,20}{\$ 618.526,51}$$

$$\text{R.N. A 2014} = 0,244$$

$$\text{R.N. A 2014} = 24\%$$

$$\text{R.N. A 2015} = \frac{\$ 199.113,10}{\$ 1.144.625,85}$$

$$\text{R.N. A 2015} = 0,1740$$

R.N. A 2015= 17,40%

Año 2014: A través de este indicador se puede determinar que el margen de rentabilidad generado en este año es del 22% por unidad monetaria invertida.

Año 2015: Este indicador para este año se disminuye al 17,40%, es decir que por cada unidad monetaria invertida generara un 17,40% de rentabilidad.

6.7.5.1.2.1.11 Rentabilidad Neta de Ingresos

R. N. I = Utilidad o Perdida Netas / Ingresos Netos
--

$$\text{R.N.I 2014} = \frac{\$ 150.812,20}{\$ 1.986.885,26}$$

$$\text{R.N.I 2014} = \$ 0,076$$

$$\text{R.N.I 2015} = \frac{\$ 150.812,20}{\$ 1'984.974,10}$$

$$\text{R.N.I 2015} = \$ 0,076$$

Año 2014: Se determina que por cada dólar vendido se obtiene una utilidad neta de \$ 0,076 centavos.

Año 2015: Se determina que por cada dólar vendido se obtiene una utilidad neta de \$ 0,055 centavos.

Diferencia: Se observa que la utilidad neta de las ventas por cada dólar vendido ha decrecido en \$ 0,022ctvs.

6.7.5.1.2.1.13 Análisis comparativo de Indicadores

TABLA N° 34 ANÁLISIS COMPARATIVO DE INDICADORES

INDICADOR	RESULTADO 2013	RESULTADO 2014	RESULTADO 2015
CAPITAL DE TRABAJO NETO	(\$ 78,878.38)	(\$ 148,780.14)	(\$ 133,748.93)
RAZON CORRIENTE	0.68	0.65	\$ 0.82
PRUEBA ACIDA	0.04	0.19	\$ 0.32
ROTACION DE INVENTARIOS	8 veces	9 veces	13.07
ROTACION DE CXC	9 veces	8 veces	8.33
PERIODO PROMEDIO DE COBRANZA	41 días	46 días	44
ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO	68%	73%	64%
APALANCAMIENTO	\$ 3.08	\$ 3.70	\$ 5.32
PERIODO PROMEDIO DE PAGO	48 días	86 días	87
RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO	0,282 ctvs	0,244 ctvs	0,17ctvs
RENTABILIDAD NETA DE INGRESOS	\$ 0.08	\$ 0.08	\$ 0.055

Elaborador por: Fernando Naranjo

Fuente: La Investigación

BIBLIOGRAFÍA

- Abril, V. (2003). Técnicas de Investigación.
- Acosta, P., & Garay, C. (2010). Estudio de Benchmarking del sector de plástico entre República Dominicana y Colombiana. Aird.
- Asamblea Nacional . (10 de Mayo de 2011). Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria . Ecuador: Registro Oficial N° 444.
- Benassini , M., & Muñoz , C. (1998). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis*. Naucalpan de Juárez: Industrial Atoto.
- Bermeo, K. (2010). Diseño de un Plan Financiero para la empresa Agrícola Quality Plant, ubicada en el cantón el Quinche. . En K. Bermeo, *Diseño de un Plan Financiero para la empresa Agrícola Quality Plant, ubicada en el cantón el Quinche*. (pág. 5). Pichincha.
- Cognitiom. Asesoramiento y Formación. (2013). Cognitiom y la gestión de la liquidez en la empresa. *Learning Review*.
- Dankhe, R. (1986). Investigación "Correlacional". En R. Dankhe, *Investigación "Correlacional"*.
- García, M. J. (2005). *Manual de auxiliar de laboratorios: Simulacro de exámenes y ejercicios prácticos*. Sevilla: Editorial Mad.
- Grinaker, & Barr. (1998). El examen de los Estados Financieros. Quinta Edición. En *El examen de los Estados Financieros. Quinta Edición* .
- Groppelli, & Nikbakth. (s.f.). 2002.
- Hernandez, M. (2012). Metodología de la investigación. Venezuela. En M. Hernandez, *Metodología de la investigación. Venezuela*. Venezuela.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. Caracas: McGrawHill.
- Herrera , L., Medina, A., & Naranjo, G. (2002). Tutoría de Investigación Científica. En *Tutoría de Investigación Científica*. Quito- Ecuador: Diemerino Editores.

- Herrera, A. (2002). Tutoria de Investigación Científica . En A. Herrera, *Tutoria de Investigación Científica* . Quito- Ecuador: Diemerino Editores.
- Hoji. (2000). *El Planeamiento*.
- Humberto, S. G. (1996). *Planeación y Gestión Estratégica*". Colombia: Ram Editores.
- Leiva, F. (1984). *Nociones de Metodología de Investigación Científica*. Quito: Tipoffset Ortiz.
- Oriol A, A. (2008). Análisis Económico Financiero. En A. Oriol, *Análisis Económico Financiero*. (págs. 123-126). Edición Gestión 2000.
- Oriol, A. (1997). Análisis Económico Financiero. . En A. Oriol, *Análisis Económico Financiero*. (págs. 123-126). Edición 16.
- Ortega, A. (2002). *Planeación Financiera Estratégica*. Editorial: McGraw-Hill. Primera edición.
- Rivadeneira, M. (2013). La Elaboración de Presupuestos en Empresa Manufactureras.
- Rivero. (2008). Introducción a la metodología de la investigación. En Rivero. Editorial: Shalom.
- Terán. (2006). El proyecto de Investigación . En G. Terán, *El proyecto de Investigación* . Quito - Ecuador: Soboc Grafic.
- Van, E. (2006). Investigación Descriptiva. En E. Van, *Investigación Descriptiva*.
- Weston, F. (2010). FINANZAS EN ADMINISTRACIÓN. En F. Weston, *FINANZAS EN ADMINISTRACIÓN* (págs. 227-283).
- Wikilibro. (2012). Introducción al análisis financiero en Finanzas. En Wikilibros.

LINKOGRAFIA

- Atagua, R. (04 de Enero de 2010). *Metodologia02*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2014, de Atagua, M. et. al. (31 de Julio de 2010). Blogger. Recuperado http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variable_03.html
- Boas, K. (14 de Julio de 2012). *¿Cuál es el propósito de los indicadores de rendimiento?* Recuperado el 17 de Noviembre de 2014, de Indicadore: <http://ongsostenible.org/mejorar-rendimiento/definir-indicadores-de-rendimiento>
- Carnejo, J. (12 de Octubre de 2012). Recuperado el 10 de Noviembre de 2014, de Definición y características de los indicadores de gestión empresarial: <http://jcvalda.wordpress.com/2012/12/10/definicion-y-caracteristicas-de-los-indicadores-de-gestion-empresarial/>
- Compañías., S. d. (2013). *Superintendencia . gob*. Recuperado el 06 de Noviembre de 2014, de <http://www.supercias.gob.ec/portal>
- Creceerpyme. (2013). *Creceerpyme*. Recuperado el 06 de Octubre de 2015, de Creceerpyme. (2013). Auditoría de contr <http://creceerpyme.com/blog/auditoria-y-control-interno/control-financiero>.
- Dibar, E. (11 de 2010). Recuperado el 09 de Octubre de 2014, de <http://presupuesto-jazdibar.blogspot.com/2010/11/sistemas-presupuestarios-jazmin-diaz.html>
- Economía. (Julio de 2014). Recuperado el 18 de Noviembre de 2014, de La Liquidez: <http://www.economia48.com/spa/d/liquidez/liquidez.htm>
- Eumed. (2012). *Virtual, Enciclopedia* . Recuperado el 24 de Noviembre de 2014, de Metodología Cuantitativa: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html/
- Galeón. (2010). *PLANEACION DE LAS UTILIDADES*. Recuperado el 16 de Octubre de 2014, de Galeón: http://afinaciera.galeon.com/sub_tema_5.htm#_OBJETIVOS_DEL_CONTRO

- García, E. (Abril de 2002). *Gestiopolis*. Recuperado el 16 de Octubre de 2014, de Administración financiera:
<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/adminfinancieraenrique.htm>
- Gestión y Administración*. (s.f.). Recuperado el 2014, de
<http://www.gestionyadministracion.com/control-de-presencia/control-financiero.html>
- Gómez, G. (Mayo de 2001). *Gestiopolis*. Recuperado el 29 de Octubre de 2014, de Estados Financieros:
<http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no11/proforma.htm>
- María E. Alcántara. (10 de Junio de 2013). Recuperado el 12 de Enero de 2015, de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo Escuela Superior de Ciudad Sahagún:
http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/Sahagun/Contaduria/Finanzas/indicadores.pdf
- Martínez, H. (1999). *Indicadores Financieros*. Recuperado el 14 de Octubre de 2014, de Scribd: <http://es.scribd.com/doc/3572625/Indicadores-Financieros>
- Martínez, Y. (25 de Marzo de 2014). Recuperado el 04 de Noviembre de 2014, de <https://prezi.com/xwbaottf6sgn/indices-financieros-internacionales/>
- Medret, S. (Agosto de 2013). Recuperado el 22 de Octubre de 2014, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Metodos-Para-Ejercer-El-Control-Financiero/31985212.html>
- Monje, E. (2002). Recuperado el 27 de Noviembre de 2014, de Comprobación de Hipotesis: http://www.uoc.edu/in3/emath/docs/Chi_cuadrado.pdf.
- rena.edu*. (s.f.). Recuperado el 2014, de rena.edu:
<http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/Te3e.html>
- Solfin. (15 de Junio de 2012). *Slideshare*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2014, de Tablas fórmulas y conceptos financieros:
<http://es.slideshare.net/Solfin/tablas-frmulas-y-conceptos-financieros>
- Teruel S, S. (2014). *¿Por qué es tan importante el control financiero?* . Recuperado el 24 de Noviembre de 2015, de <http://www.captio.net/blog/%C2%BFpor-que-es-tan-importante-el-control-financiero>

Wigodski. (2010). *Metodología de la Investigación* . Recuperado el 24 de Noviembre de 2014, de <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.htm>

www.plastico.com. (s.f.). Recuperado el 2014, de http://www.plastico.com/imprimir/La-industria-del-plastico-crecio-al-ritmo-de-la-economia-en-America-Latina/_3053642;jsessionid=75baCp5mx5FTByNMN3BSRbYI.undefined

ANEXOS

ANEXO 1

REGISTRO ÚNICO DE CONTIBUYENTE - RUC

Anexo 2. Encuesta

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

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

DIRIGIDO A: Todo el personal de la empresa PLASTIK

OBJETIVO: Obtener información sobre el control financiero y la liquidez

MOTIVACIÓN: Saludos cordiales, le invitamos a contestar con la mayor seriedad el siguiente cuestionario a fin de obtener información valiosa y confiable, que será de uso oficial y de máxima confidencialidad.

INSTRUCCIONES: Señale la respuesta adecuada a su modo de pensar o su opinión según el caso. Procure ser lo más objetivo y veraz.

CUESTIONARIO

1. ¿La empresa ha realizado control financiero y presupuestario en los últimos años?

OPCIÓN	RESPUESTA
Completamente	
Parcialmente	
Poco	
Ninguno	

2. ¿En la entidad se han diseñado políticas de control financiero?

OPCIÓN	RESPUESTA
Si	
No	

3. ¿Existen políticas de control financiero establecidas en la empresa para cada una de los departamentos?

OPCIÓN	RESPUESTA
Efectivamente	
Medianamente	
Casi nada	

4. ¿En la entidad se evalúa el cumplimiento de objetivos?

OPCIÓN	RESPUESTA
Continuamente	
Periódicamente	
En ocasiones	

5. ¿Qué tipos de estados financieros se utiliza en la entidad para la toma de decisiones?

OPCIÓN	RESPUESTA
Balance General	
Estado de Resultados	
Estado de Flujo de efectivo	
Estado de Cambios en el patrimonio	
Notas a los estados Financieros	
Presupuestos	

6. **¿Qué tipo de inconvenientes se presentan al momento de tomar decisiones que inciden en la liquidez de la entidad?**

OPCIÓN	RESPUESTA
Información financiera no razonable	
Falta de veracidad en la información	
Falta de Capacitación	
No hay control de recursos económicos	

7. **¿Conoce usted en qué periodos del año se reporta mayores ingresos en la empresa?**

OPCIÓN	RESPUESTA
1er Semestre	
2do Semestre	
3er Semestre	
4to Semestre	

8. **¿Se realizan evaluaciones de riesgos para detectar errores tanto contables como administrativos?**

OPCIÓN	RESPUESTA
Si	
No	

9. ¿Cree usted que el Personal de ventas no capacitado, incide en la reducción de las ventas?

OPCIÓN	RESPUESTA
Si	
No	
Talvez	

11. ¿Cree usted que los excesivos gastos por concepto de ventas afectan a la liquidez de la entidad?

OPCION	RESPUESTA
Siempre	
De vez en cuando	
Casi Nunca	

12. ¿Cree usted que la empresa incremente sus ventas en el mercado?

OPCIÓN	RESPUESTA
No	
Tal vez	
Si	

13. ¿Le da el uso apropiado a los instrumentos (viáticos) para movilización que le proporciona la empresa?

OPCIÓN	RESPUESTA
Siempre	
Casi siempre	
Nunca	

14. ¿Se encuentran establecidos los objetivos y metas de la entidad?

OPCIÓN	RESPUESTA
Si	
No	

15. ¿Conoce usted sí la entidad posee un nivel de liquidez alto u óptimo?

OPCIÓN	RESPUESTA
Si	
No	

16. ¿Deben existir indicadores para un mejor control de la liquidez?

OPCION	RESPUESTA
Si	
No	
A veces	

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ENTREVISTADOR	ENTREVISTADO
HORA-FECHA	HORA-FECHA
OBSERVACIONES	AUTORIZADO POR