

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniero de Empresas**

**TEMA: “Gestión financiera y su impacto en la
competitividad de las empresas comerciales de la
ciudad de Ambato”.**

AUTOR: Ángel Gabriel Galarza Barrionuevo

TUTORA: Ing. Mg Silvia Melinda Oyaque Mora

AMBATO – ECUADOR

Junio 2018



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Silvia Melinda Oyaque Mora Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutora del trabajo de titulación “**Gestión financiera y su impacto en la competitividad de las empresas comerciales de la ciudad de Ambato**” presentado por el señor **Ángel Gabriel Galarza Barrionuevo** para optar por el título de Ingeniero de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considerado que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometidos a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe

Ambato, 29 de mayo del 2018



Ing. Mg Silvia Melinda Oyaque Mora
C.I. 1802993079

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Ángel Gabriel Galarza Barrionuevo**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto de investigación, como requerimiento previo a la obtención del Título de Ingeniero de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

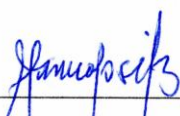


Ángel Gabriel Galarza Barrionuevo

C.I. 1804103156

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. MBA. José Bernardo Herrera Herrera

C.I. 1102481148



Ing. Mg. Nora Isabel Santiago Chávez

C.I. 0601351745

Ambato, 29 de mayo del 2018

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la universidad técnica de Ambato para que haga uso de este trabajo de titulación parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación según las normas de la Institución

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de defunción publica, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Ángel Gabriel Galarza Barrionuevo

C.I. 1804103156

DEDICATORIA

Quiero dedicar este proyecto a mis padres que siempre han estado presente con el apoyo incondicional, siendo pilar fundamental para que este objetivo se cumpla.

A mis hermanos que con sus palabras de aliento y buenos deseos siempre han sabido apoyarme y han sido siempre un ejemplo a seguir.

Y a todas las personas que en el transcurso de mi vida me han brindado su apoyo para seguir primero como persona y después como un profesional, a pesar de cualquier obstáculo que se presentó siempre deseaban lo mejor.

Gabriel Galarza

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS por la ayuda desinteresada que siempre me dio por la salud siempre y por su sabiduría de brindarme para cumplir mi objetivo

Les agradezco a mis padres por todo el apoyo que me han brindado tanto económico como emocionalmente para poder realizar este sueño.

Agradecer y también felicitar a todos nuestros profesores que cada día nos brindan sus conocimientos para poder ser mejores profesionales y lograr desarrollar mejor nuestras habilidades como empresarios.

A La Universidad Técnica de Ambato, que ha sido mi segundo hogar con su calidad enfocándose en que cada estudiante aprenda y sea una mejor persona

Un agradecimiento a mi tutora la Ing. Silvia Oyaque por su calma, dedicación y comprensión desde el principio de este trabajo.

Gabriel Galarza

ÍNDICE DE CONTENIDO

| CONTENIDO | PÁGINA |
|--|---------------|
| APROBACIÓN DEL TUTOR..... | II |
| DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD..... | III |
| APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO..... | IV |
| DERECHOS DE AUTOR..... | V |
| AGRADECIMIENTO..... | VII |
| ÍNDICE DE CONTENIDO..... | VIII |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS..... | XII |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | XIII |
| ÍNDICE DE ANEXOS..... | XIV |
| RESÚMEN..... | XV |
| ABSTRACT..... | XVI |
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| CAPÍTULO I..... | 3 |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 3 |
| 1.2 Definición del problema de investigación..... | 3 |
| CAPÍTULO II..... | 10 |
| OBJETIVOS..... | 10 |
| Objetivo general..... | 10 |
| Objetivos específicos..... | 10 |
| CAPÍTULO III..... | 11 |
| MARCO TEÓRICO..... | 11 |
| 2.1 Fundamentación teórica..... | 13 |
| Las finanzas..... | 13 |
| Administración Financiera..... | 13 |
| Gestión Financiera..... | 13 |
| Importancia de la gestión financiera..... | 14 |
| El objetivo de la gestión financiera..... | 14 |
| El riesgo de crédito en la gestión financiera..... | 15 |
| Gestión financiera y su gestión de cuentas a cobrar..... | 15 |
| La gestión financiera como proceso..... | 15 |

| | |
|--|----|
| La planificación..... | 16 |
| La importancia de la planificación..... | 16 |
| Elementos de la planificación | 16 |
| La misión o propósito..... | 16 |
| Los objetivos | 16 |
| Las políticas | 17 |
| Las estrategias | 17 |
| Procedimientos..... | 17 |
| Reglas..... | 18 |
| Programas..... | 18 |
| Presupuesto | 18 |
| La gestión financiera y su relación en el entorno..... | 18 |
| Principios de la gestión financiera | 19 |
| La eficiencia..... | 19 |
| La eficacia..... | 19 |
| Economía..... | 19 |
| Sistema financiero..... | 20 |
| Mercado financiero | 20 |
| La administración..... | 20 |
| Enfoque de la administración..... | 21 |
| Elementos de la organización dentro de administración..... | 21 |
| Capital humano | 21 |
| La estructura..... | 22 |
| El patrimonio..... | 22 |
| El entorno..... | 22 |
| La toma de decisiones en las organizaciones..... | 22 |
| La administración estratégica..... | 23 |
| Importancia de la administración estratégica..... | 23 |
| El proceso de administración estratégica | 23 |
| Planeación estratégica | 23 |
| Misión y objetivos en la planificación estratégica | 23 |
| Formular estrategias | 24 |
| La diferenciación..... | 24 |

| | |
|---|-----------|
| La concentración o nicho | 24 |
| Implementación de estrategias | 25 |
| Evaluación de los resultados | 25 |
| La competitividad..... | 26 |
| Factores que determinan la competitividad..... | 27 |
| El factor humano | 27 |
| La comunidad..... | 27 |
| El empresario | 27 |
| La fuerza de trabajo..... | 28 |
| El capital..... | 28 |
| Ventaja competitiva | 28 |
| Principio de la ventaja competitiva | 28 |
| Las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter..... | 28 |
| Amenaza de entradas de nuevos competidores | 29 |
| Poder de negociación de los compradores | 29 |
| Amenaza de nuevos productos o servicios sustitutos | 30 |
| Poder de negociación de los proveedores | 30 |
| Lucha entre los competidores actuales..... | 30 |
| CAPÍTULO IV | 33 |
| METODOLOGÍA | 33 |
| 4.1 Paradigma de la investigación..... | 33 |
| 4.2 Tipo de investigación | 33 |
| 4.2.1 Investigación descriptiva..... | 33 |
| 4.3 Enfoque de la investigación | 34 |
| 4.3.1 Enfoque cuantitativo como enfoque dentro la investigación | 34 |
| 4.4 Población y muestra | 37 |
| 4.4.1 La población..... | 37 |
| 4.4.2 La muestra | 37 |
| 4.5 Técnica de muestreo..... | 38 |
| 4.5 Recolección de información..... | 38 |
| 4.5.1 Proceso de recolección de información..... | 39 |
| 4.6 Técnica de recolección de información..... | 39 |
| 4.6.1 La encuesta..... | 39 |

| | |
|---|----|
| 4.7 Instrumento de la encuesta | 39 |
| 4.7.1 El cuestionario..... | 39 |
| CAPÍTULO V | 43 |
| RESULTADOS | 43 |
| 5. Análisis e interpretación de resultados..... | 43 |
| 5.1 Análisis de los resultados | 43 |
| 5.2 Interpretación de datos | 44 |
| Índices Financieros..... | 68 |
| Liquidez..... | 68 |
| Prueba ácida | 68 |
| Capital de trabajo | 69 |
| Solvencia..... | 70 |
| Rotación de cartera..... | 70 |
| Endeudamiento..... | 71 |
| Rentabilidad | 71 |
| Margen Bruta de utilidad | 72 |
| Rendimiento de utilidad neta | 72 |
| Propuesta..... | 73 |
| CAPÍTULO VI | 94 |
| CONCLUSIONES | 94 |
| CAPÍTULO VII | 96 |
| RECOMENDACIONES | 96 |
| CAPÍTULO VIII | 97 |
| BIBLIOGRAFÍA | 97 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| CONTENIDO | PÁGINAS |
|--|----------------|
| Gráfico N° 1 Árbol de problemas | 7 |
| Gráfico N°2 Supraordinación y subordinación de la Variable Independiente..... | 11 |
| Gráfico N°3 Supraordinación y subordinación de la Variable Dependiente | 12 |
| Gráfico N°4 Factor más importante dentro de la gestión financiera..... | 44 |
| Gráfico N°5 Posesión de las estrategias adecuadas en la venta del producto | 46 |
| Gráfico N°6 Relación entre el monto y los días plazo | 48 |
| Gráfico N°7 Tipo de gestión de las empresas comerciales | 50 |
| Gráfico N°8 Toma de decisiones en las organizaciones | 52 |
| Gráfico N°9 Importancia de la gestión financiera para la competitividad..... | 54 |
| Gráfico N°10 Generación de cartera vencida en las empresas comerciales | 55 |
| Gráfico N°11 Calidad de clientes como factor de la gestión financiera | 57 |
| Gráfico N°12 La competitividad y la diferenciación dentro de las empresas..... | 58 |
| Gráfico N°13 Evaluación de estrategias mediante comparación de resultados | 60 |
| Gráfico N°14 Factor más importante dentro de la competitividad | 62 |
| Gráfico N°15 Pérdida de poder dentro de su actividad económica | 64 |
| Gráfico N°16 Proceso de solicitud de crédito..... | 79 |
| Gráfico N°17 Pedido por parte del cliente a la empresa | 81 |
| Gráfico N°18 Tiempo de entrega del pedido | 84 |
| Gráfico N°19 Facturación del pedido | 86 |
| Gráfico N°20 Recaudación de cartera..... | 89 |
| Gráfico N°21 Informe de rotación de cartera..... | 93 |

ÍNDICE DE TABLAS

| CONTENIDO | PÁGINA |
|--|---------------|
| Tabla N°1 Días de crédito de la empresa Juan de la Cruz | 8 |
| Tabla N°2 Operacionalidad de la variable independiente: Gestión financiera | 35 |
| Tabla N°3 Operacionalidad de la variable dependiente: Competitividad..... | 36 |
| Tabla N°4 Empresas comerciales según el sector..... | 37 |
| Tabla N°5 Recopilación de información..... | 40 |
| Tabla N°6 Fiabilidad del proyecto mediante Alfa de Cronbach | 41 |
| Tabla N°7 Validación de cuestionario mediante método Delphi..... | 42 |
| Tabla N°8 Factor más importante dentro de la gestión financiera..... | 44 |
| Tabla N°9 Posesión de las estrategias adecuadas en la venta del producto | 46 |
| Tabla N°10 Relación entre el monto y los días plazo | 48 |
| Tabla N°11 Tipo de gestión de las empresas comerciales | 50 |
| Tabla N°12 Toma de decisiones en las organizaciones | 52 |
| Tabla N°13 Importancia de la gestión financiera para la competitividad..... | 54 |
| Tabla N°14 Generación de cartera vencida en las empresas comerciales | 55 |
| Tabla N°15 Calidad de clientes como factor de la gestión financiera | 57 |
| Tabla N°16 La competitividad y la diferenciación dentro de las empresas..... | 58 |
| Tabla N°17 Evaluación de estrategias mediante comparación de resultados | 60 |
| Tabla N°18 Factor más importante dentro de la competitividad | 62 |
| Tabla N°19 Pérdida de poder dentro de su actividad económica | 64 |
| Tabla N°20 Estados Situación Financiera..... | 66 |
| Tabla N°21 Estado de Resultados..... | 67 |
| Tabla N°22 Liquidez..... | 68 |
| Tabla N°23 Prueba ácida..... | 69 |
| Tabla N°24 Capital de Trabajo | 69 |
| Tabla N°25 Solvencia | 70 |
| Tabla N°26 Rotación de cartera | 70 |
| Tabla N°27 Endeudamiento | 71 |
| Tabla N°28 Rentabilidad..... | 72 |
| Tabla N°29 Propuesta de días de crédito para evitar cartera vencida..... | 88 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| CONTENIDO | PÁGINA |
|--|---------------|
| Anexo N°1 Total de empresas en el Ecuador | 102 |
| Anexo N°2 Empresas por sectores en el Ecuador..... | 103 |
| Anexo N°3 Empresas dedicadas al comercio en Tungurahua | 103 |
| Anexo N° 4 Encuesta | 105 |
| Anexo N° 5 Validación de cuestionario a expertos mediante método Delphi..... | 107 |

RESUMEN

Juan de la Cruz es una empresa que se dedica a la distribución en el mercado de consumo masivo en todo el Ecuador, la influencia de la gestión financiera y la competitividad dentro de las empresas comerciales de la Provincia de Tungurahua es un estudio de amplio interés, mediante los ratios o índices financieros se analizó a la empresa Juan de la Cruz y se visualizó que en la rotación de cartera aumentó, que el rendimiento de utilidad neta decreció lo que ha provocado un decrecimiento y pérdida de participación de la empresa en el mercado.

La cartera vencida de las empresas es más lo más difícil; el Banco Central del Ecuador proyectó para este año la economía ecuatoriana decreció 2% desde mediados del año pasado, las empresas y negocios han sentido una mayor dificultad para cobrar a los clientes que han caído en mora, lo que se ha aumentado la demanda de los servicios especializados de cobranza creció.

La metodología implantada en dicha investigación fue la investigación descriptiva como tipo, y como enfoque el estudio cuantitativo mediante la realización de encuestas para que esto se haga posible se necesita la población y muestra con las variables de estudio que ya están definidas.

En la empresa Juan de la Cruz dicho estudio tiene como objetivo principal el diseño de políticas y procesos para una adecuada gestión financiera dentro de las ventas y mejorar la competitividad, esto se logrará mediante el fundamento teórico de la gestión financiera, un diagnóstico de las empresas comerciales mediante la recolección de información y un análisis de la gestión financiera mediante ratios a través de los estados financieros de la empresa Juan de la Cruz.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACION, GESTIÓN FINANCIERA, COMPETITIVIDAD, EMPRESAS COMERCIALES, ESTRATEGIAS.

ABSTRACT

Juan de la Cruz is a company that is dedicated to the distribution in the mass consumption market throughout Ecuador, the influence of financial management and competitiveness within the commercial companies of the Province of Tungurahua is a study of wide interest, through financial ratios or indexes, the company Juan de la Cruz was analyzed and it was seen that in the portfolio rotation it increased, that the net profit performance decreased which has caused a decrease and loss of participation of the company in the market.

The past due portfolio of companies is more difficult; the Central Bank of Ecuador projected for this year the Ecuadorian economy decreased 2% since the middle of last year, companies and businesses have felt a greater difficulty to charge customers who have fallen into arrears, which has increased the demand for specialized collection services grew.

The methodology implemented in this research was descriptive research as a type, and as a quantitative study approach by conducting surveys to make this possible, the population is needed and shows with the study variables that are already defined.

In the company Juan de la Cruz said study has as main objective the design of policies and processes for an adequate financial management within sales and improve competitiveness, this will be achieved through the theoretical foundation of financial management, a diagnosis of the companies commercial activities through the collection of information and an analysis of financial management through ratios through the financial statements of the company Juan de la Cruz.

KEYWORDS: RESEARCH, FINANCIAL MANAGEMENT, COMPETITIVENESS, COMMERCIAL COMPANIES, STRATEGIES.

INTRODUCCIÓN

Juan de La Cruz es una empresa de distribución de productos de consumo masivo que inició su historia en 1984, que cuenta con 7 agencias en todo el país, actualmente cuenta con 32 proveedores de renombre nacional e internacional su propietario creo esta empresa por lo cual se debe el nombre de Juan de la Cruz que surge en la ciudad de Quito, ahora la empresa tiene presencia en todo el territorio nacional.

La empresa Juan de la Cruz es una empresa creada para generar una sinergia empresarial dentro del mercado de consumo masivo en Ecuador su objetivo se basa en ser líderes en distribución, atiende a más de 35.000 clientes. En 1998 la empresa crea su agencia en la ciudad de Ambato en donde se especializa en lograr la satisfacción del cliente logrando así ser un Grupo Empresarial de cobertura nacional comprometidos con el desarrollo de nuestra gente y del país.

En la actualidad la empresa Juan de la Cruz agencia Ambato cuenta con una cartera vencida del 10% de sus ventas lo que nos lleva a concluir que sus políticas y procesos dentro de la gestión financiera han sido afectados en consecuencia a ello, el nivel de ventas han disminuido por los constantes retrasos a la hora de que los cliente cancelen en su totalidad la deuda que tienen pendientes, y consecuentemente a ello se ha perdido la línea más importante lo que reflejaba mayor ganancia y las mayor cantidad de ventas en el sector de Tungurahua.

Es por esta razón que se ha creído conveniente elaborar el presente trabajo de investigación el cual se lo ha resumido en ocho capítulos que son detallados de la siguiente manera:

Capítulo I, se estudia la problemática dentro y fuera de la empresa en su totalidad, evidenciando en toda su magnitud el contexto y así formulando su justificación teniendo en cuenta cuales han sido los factores para que esto se produzca mediante la inclusión del árbol de problemas respectivamente y cuál ha sido fundamental para resolver el problema encontrado en la organización.

Capítulo II, se establece los objetivos que se pretende alcanzar dentro de la investigación con la propuesta que se realizó para tratar de solucionar el mayor problema dentro de la empresa Juan de la Cruz concernientemente pata que dicho

estudio sea factible y verídica y así pueda contribuir a desarrollar de mejor manera las variables del problema.

Capítulo III, se desarrolla el marco teórico, el cual se obtiene mediante un marco científico, sirvió para poder analizar los resultados obtenidos en la investigación de acuerdo a ello sustentar la propuesta de acuerdo a los parámetros de ejecución y científicamente esto permitió tener un conocimiento más amplio teóricamente para ampliar más nuestros horizontes de dicho problema de investigación.

Capítulo IV, se propone la metodología que se utiliza en la investigación, especificando los tipos y métodos de investigación, por ende, se determina la población y muestra, verificando la variable de estudio y se establece las técnicas e instrumentos que se emplearon para la recolección de información del proyecto. Aquí se realizó la investigación descriptiva como tipo, y como enfoque del estudio el cuantitativo mediante la realización de encuestas.

Capítulo V, se ejecuta el procesamiento de la información mediante un análisis e interpretación de los resultados que se obtuvo en la indagación de la investigación verificando las variables de estudio y verificando su relación acompañado de la propuesta de políticas y procedimientos para una adecuada gestión financiera.

Por último, tenemos las conclusiones que se obtuvo después de la investigación realizada, las recomendaciones que permite hacer sugerencias en que se debe cambiar dentro de la organización para así para el objetivo principal de la empresa.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Gestión financiera y su impacto en la competitividad de las empresas comerciales de la ciudad de Ambato.

1.2 Definición del problema de investigación

La agencia de calificación crediticia Moody's manifiesta que la tasa de morosidad entre las empresas con grado especulativo de América Latina ha incrementado un 4,2% en doce meses a junio de 2015, lo que se compara con un 3,1 por ciento de igual periodo del año previo, por la desaceleración de varias economías de la región y una recesión en Brasil (Giraldo, 2015).

Jaramillo (2017) manifiesta que el Ecuador cayo de la posición 71 a la 97 entre el año 2013 al 2017 en el cual es la única economía de Latinoamérica que ha empeorado en los últimos 3 años lo que nos hace menos competitivos en comparación a otros países del mismo continente, donde estos países lideran los pilares de eficiencia en mercado laboral de innovación y modernización de negocios con políticas internas y reglamentos para fomentar expectativas en el sector privado logrando así una mejor inversión en desarrollo e investigación y alcanzar mejorar los niveles de empleo.

El cobro de la cartera vencida de las empresas es más difícil; el Banco Central del Ecuador proyectó para este año que la economía ecuatoriana crecerá en el 1%, el Banco Mundial calculó que Ecuador decreció 2% en el 2016 desde mediados del año pasado, las empresas y negocios han sentido una mayor dificultad para cobrar a los clientes que han caído en mora, lo que se ha aumentado la demanda de los servicios especializados de cobranza, el monto y el número de clientes que están en mora creció exponencialmente durante el 2015 en época de crisis, la recuperación de cartera se hace más difícil, debido a que los clientes de estas empresas también han reducido sus ventas, finalmente el crédito tanto bancario como comercial se restringe, desde octubre

pasado el número de clientes que pagan sus deudas cayó entre un 20 y 30% las principales razones que aducen para no cumplir son el desempleo y los atrasos en el salario (Paspuel & Orozco, 2017).

El ministro coordinador de la política económica, Diego Martínez, expuso las cifras económicas de 2016 y la previsión del 2017 algunos actores de carácter político manifestaron que el Ecuador iba a decrecer por encima del 2%, el Banco Centra (BCE) había anunciado que el decrecimiento para el 2016 sería de -1,7%, pero la cifra final, da cuenta que en el año 2016 la economía ecuatoriana tuvo una variación negativa de crecimiento menor de lo que se esperaba el nivel de endeudamiento está en un 27% del PIB en lo que es deuda externa, aproximadamente un 12% adicional de deuda interna. 39,5% de la deuda agregada total el endeudamiento del 2016 la cifra, al cierre del año fue de US\$38.100 millones cuando, al 2015, fue de US\$32 mil millones es decir, US\$6 mil millones durante todo el año esto significa que para el 2017 se tendrá un déficit de apenas 1,7% del PIB es decir un incrementó en el 2016 (Martinez D. , 2017).

Maldonado (2017) afirma que la balanza de pagos es preocupante entre el mes de septiembre y enero pasados, la reserva internacional ha caído en 3 000 millones de dólares, es decir -45% en solo 4 meses. Anualizada, esa tasa es de -135%, nada menos por ende el descenso de la reserva ha provocado que los depósitos a la vista del sistema financiero hayan caído en más de 500 millones, la mayor parte de esa reducción se debe a disminuciones de los depósitos de empresas públicas y organismos seccionales en los mismos meses, la cartera vencida de los bancos privados y las mutualistas aumentaron en 11% y 4%, respectivamente.

El sistema financiero es el espejo de lo que ocurre en el sector real de la economía, la caída en la actividad económica provoca una contracción en ventas y un aumento del desempleo, esto se genera debido a políticas y procedimientos inexistente en la gestión financiera dentro del ámbito empresarial lo que produce insuficiencia de competitividad en las organizaciones (Valencia, 2016).

En la cartera comercial en préstamos para empresas y la de microcrédito, la morosidad se elevó en 39 por ciento y en 32 por ciento esto se trata de un comportamiento que refleja la debilidad a nivel de la economía de las familias y de sus ingresos, la pérdida de empleos ha deteriorado la capacidad de pago de los ecuatorianos, según la última encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, la tasa de desocupación pasó del 3,8 por ciento en marzo de 2015 al 5,7 por ciento en marzo del mismo año (Valencia, 2016).

El periodo de recesión financiero que atraviesa el sistema financiero ecuatoriano con una variación del PIB de -1,7% , es el principal desafío por el que se atraviesa en el 2017 con la reducción de los ingresos de los hogares y empresas lo que aumenta la probabilidad de sobreendeudamiento y deterioro de los agentes económicos de hecho de los 26,624 millones que corresponden al total de la cartera, 1,067 millones son cartera vencida o contaminada lo que representa un indicador de morosidad de 4% (Zabala, 2017).

El sector comercial el más sensible y es el que absorbe directamente la falta de liquidez en la economía, presentándose como el factor de mayor impacto la morosidad, este hecho se produce por la caída del precio del petróleo la disminución de inversión de las empresas y barreras para obtención de créditos en bancos (Valencia, 2016).

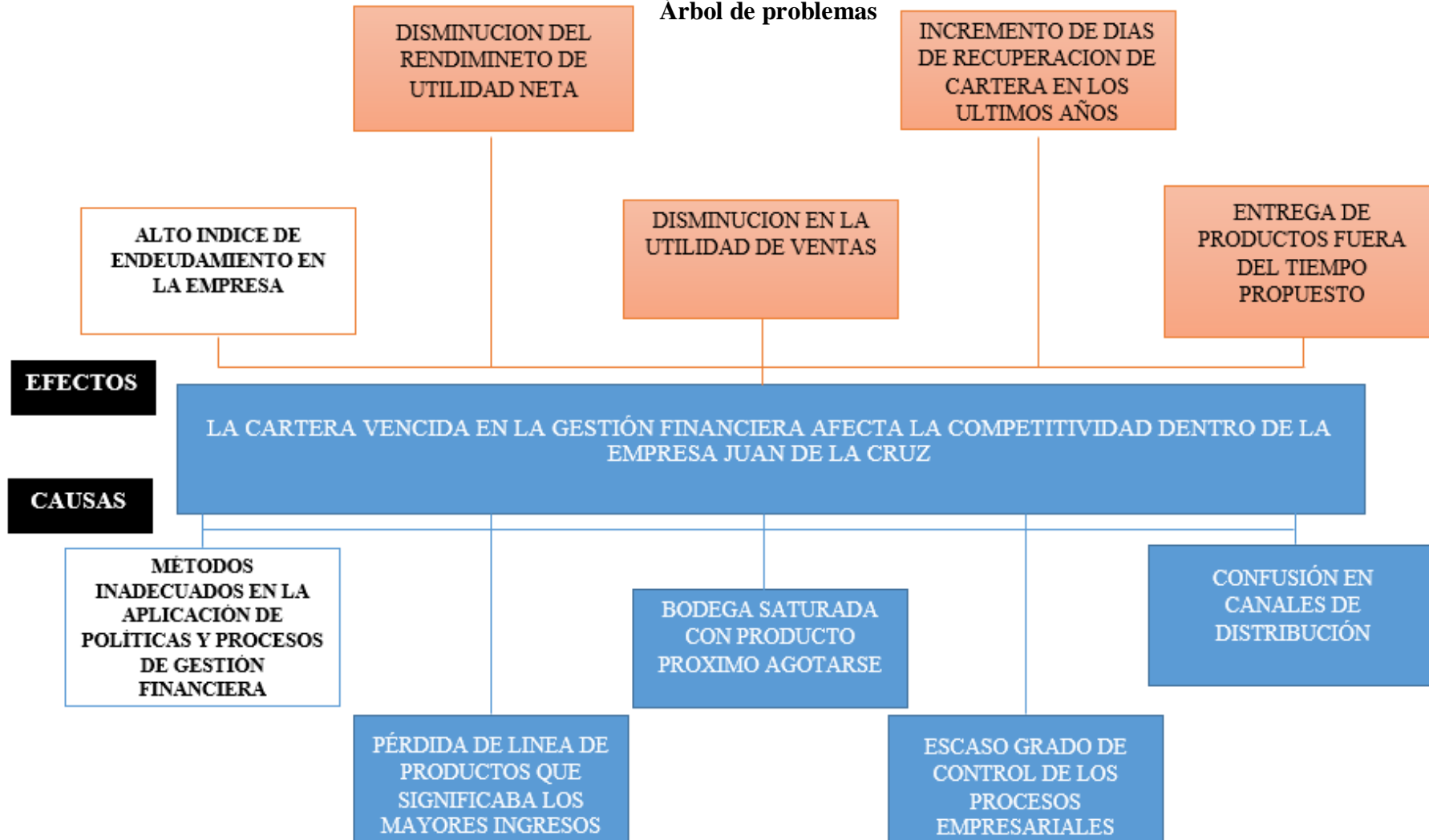
Los índices de cartera impaga han crecido, tal como ocurre en el sistema financiero la línea de crédito que mayor morosidad registra es la de consumo según la Superintendencia de Bancos esto es por el segmento y la ubicación, el sueldo debe destinarse al pago de deudas, para salir de mora es importante planificar mensualmente el presupuesto, analizar qué gastos se pueden suprimir y realizar una lista diaria en la que se especifique el consumo de todos los días (Lagia, 2016).

Las ventas en el sector comercial no es muy comprometedor ya que el índice de confianza empresarial global registró 1,170.9 puntos, lo que representa una disminución de 6,6 puntos en relación a meses anteriores, en cuanto a las ventas, el comercio desciende más en febrero del año pasado la caída fue de 2,4 % y ahora es de 6,7 %, en la rama de servicios sí se nota una gran diferencia, en el segundo mes del año pasado la cifra era positiva (0,2) y en el 2017 fue de -1,1 % dichas cifras se obtuvo en una encuesta que el Banco central del Ecuador realizo a grandes empresas con una muestra de 1.000 empresas enfocadas a las ventas, producción y empleo para así conocer que es lo más representativo en el entorno empresarial. (Zambrano, 2017).

Ambato es una de las ciudades con niveles de morosidad muy altos en Ecuador con 4,55% para el año 2016 se debe a que la crisis aumento el índice de desempleo a nivel nacional Tungurahua, es la segunda provincia con mayor cantidad de personas con empleo inadecuado lo que esto presenta a que varias empresas no sean competitivas en su entorno, otro punto es la falta de liquidez por parte del Estado, pues algunos han realizado tratos con el Gobierno que aún no han sido cancelados (La Hora, 2016).

Gráfico N° 1

Árbol de problemas



Elaborado por: Gabriel Galarza

En la empresa Juan de la Cruz existe métodos inadecuados en la aplicación de políticas y procesos de gestión financiera lo que genera un alto índice de endeudamiento es decir que el mayor porcentaje le pertenece a terceras personas, esto se debe a su línea principal que era perteneciente de Ales S.A, en el último año la utilidad neta ha disminuido lo que ha provocado también devolución de productos esto es debido a que sus clientes se atrasan en los pagos y los productos no son entregados y en varias ocasiones los productos no son entregados a tiempo esto se debe al escaso grado de control dentro de la empresa ya que no mide con ratios o indicadores lo que está pasando y como consecuencia han decrecido en sus ventas de este último año.

Para esto la empresa tiene políticas de crédito de días de plazo para que sus clientes puedan vender sus productos los cuales son:

Tabla N°1

Días de crédito de la empresa Juan de la Cruz

| Días de crédito | Tiene colchón | Se considera cartera vencida |
|-----------------|---------------|------------------------------|
| 8 días | no tiene | 9 días |
| 21 días | tiene 10 días | 31 días |
| 30 días | tiene 10 días | 40 días |
| 45 días | tiene 10 días | 55 días |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Investigación Empresa Juan de la Cruz

Actualmente el problema de la empresa radica en que sus procesos de cobro tienen un excedente de días en sus políticas y procesos encontramos varios problemas explicados anteriormente, debido a eso existen varios clientes con atrasos y deudas impagas después del tiempo estipulado, pedidos que no son entregados o son cancelados por la empresa, esto genera cuellos de botella e impide la fluidez de sus productos lo que provoca tener stock de productos con pocos meses de caducidad y una mínima competitividad en los inventarios de sus productos.

En los últimos años la empresa ha venido teniendo cambios ya que debido a sus políticas y procedimientos podemos decir que sus ventas han disminuido en el 2016 ya que la compañía perdió su línea que les representaba mayor índice total de ventas de aproximadamente el 40% y lo cual bajo drásticamente sus ventas en la ciudad de Ambato. Las ventas entre los años 2015 fueron de 1.779.187 y en el año 2016 fueron de 1.749.450 de dólares, en varios meses la empresa solo ha logrado llegar a su punto de equilibrio es decir no ha producido pérdidas ni ganancias, lo que a la empresa le favorece es el prestigio ya que la mayoría de proveedores entregan sus productos con descuentos y con promoción Juan de la Cruz es muy transparente y se encarga que esos productos con promoción lleguen a manos de sus clientes dependiendo el monto de compra que el cliente posea y en que rango esta considera dicho cliente, Juan de la Cruz brinda a sus clientes minoristas o de ruta una ganancia del 1% y a clientes mayoristas se les otorga el 5%, por su volumen de compra tienen un mayor índice de rentabilidad.

De acuerdo para esta investigación no se encontraron estudios similares por lo cual nuestra propuesta será realizar políticas y procesos que sean los más idóneas y eficientes para mejorar la gestión financiera de la provincia de Tungurahua en la empresa Juan de la Cruz gracias a la información recopilada posee una cartera vencida del 10% con un monto aproximado de 150.000 dólares mensuales, este monto resulta ser muy elevado ya que sus políticas de crédito han provocado dicho problema, cuentan con créditos de 8 hasta 45 días, la empresa considera un cochón de 10 días en caso de que no se efectúe el pago la empresa después del tiempo establecido se lo denomina como cartera vencida.

Dicho estudio logrará mejorar la rentabilidad y la competitividad de la empresa y mejorar su posicionamiento dentro del mercado en sus productos comercializados especialmente en Juan de la Cruz agencia Ambato que tiene una cartera vencida alta y que sus procesos de cobro tardan mucho en recuperar la inversión debido a procedimientos y reglamentos internos lo cual que retrasan dicha devolución de capital.

CAPITULO II

OBJETIVOS

Objetivo general

Determinar como la gestión financiera influye en la competitividad de las empresas comerciales de la ciudad de Ambato

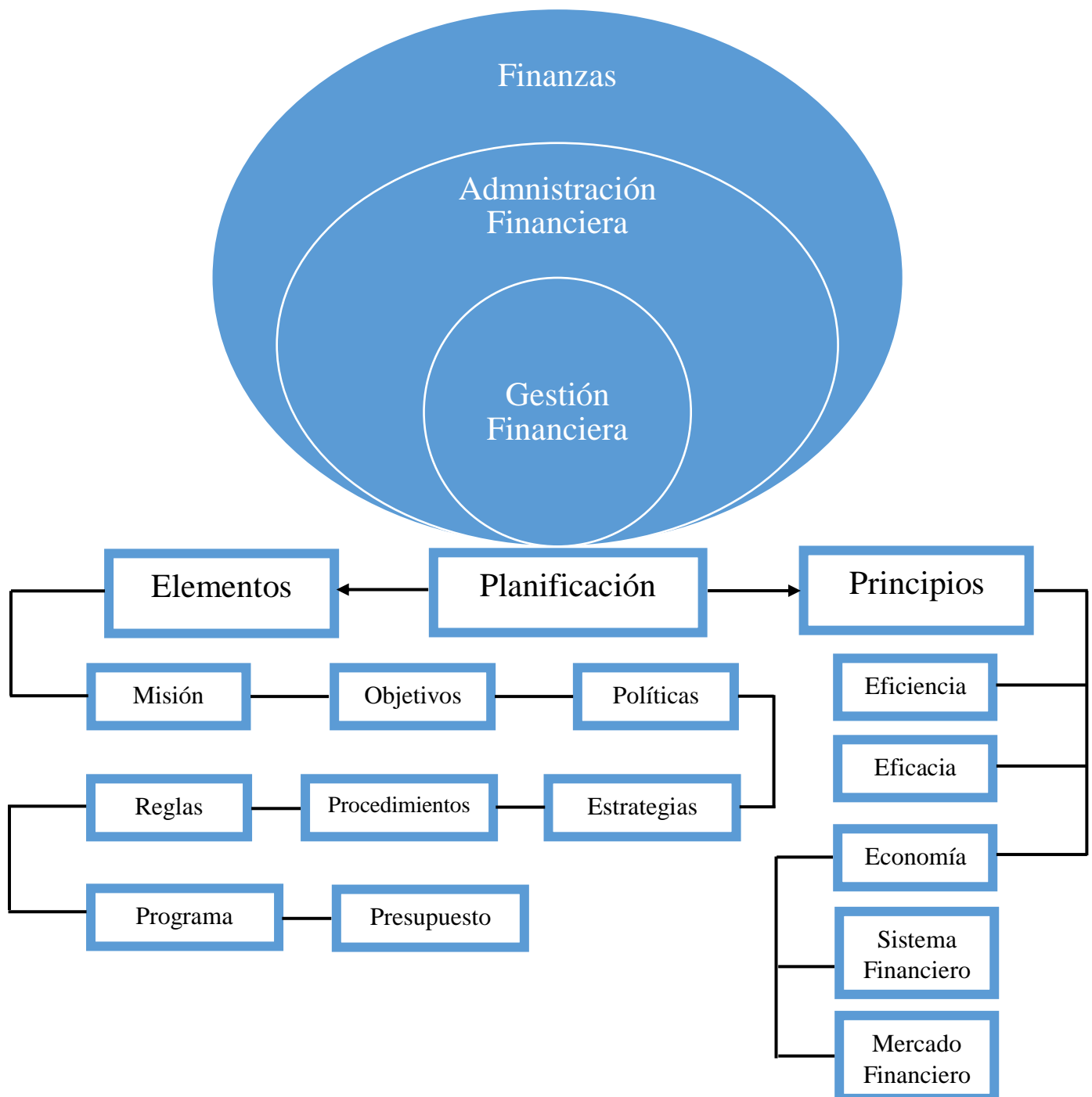
Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente la gestión financiera y competitividad en las empresas.
- Diagnosticar la gestión financiera que aplican las empresas comerciales de la ciudad de Ambato.
- Diseñar una propuesta de solución que ayude a mejorar la competitividad y la gestión financiera en las empresas del sector

CAPITULO III
MARCO TEÓRICO

Gráfico N°2

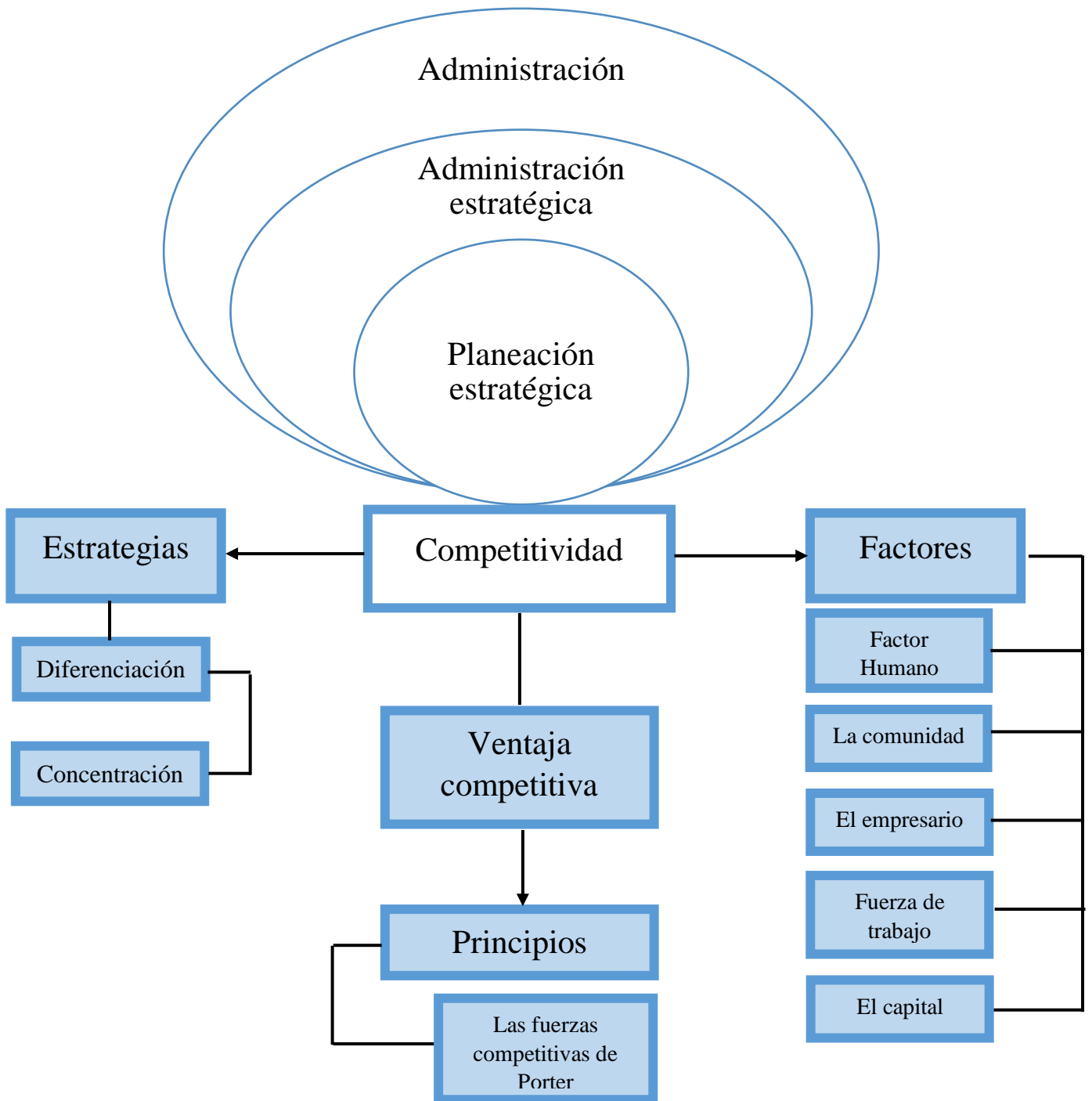
Supraordinación y subordinación de la Variable Independiente



Elaborado por: Gabriel Galarza

Gráfico N°3

Supraordinación y subordinación de la Variable Dependiente



Elaborado por: Gabriel Galarza

2.1 Fundamentación teórica

Las finanzas

Las finanzas surgieron como un campo de estudio independiente a principios del siglo pasado en el cual se relacionaron con aspectos de procedimiento de los mercados capitales, con la innovación tecnológica existió la necesidad de impulsar el estudio en el financiamiento de las empresas (Córdoba, 2012).

Las finanzas gestionan los procesos administrativos de las operaciones y todas las decisiones adoptadas en la empresa en donde apoya el crecimiento rentable, evalúa las inversiones logrando suministrar la información económico- financiera (Pérez, 2015).

Garcia (2014) manifiesta que las finanzas son actividades que mediante la toma de decisiones administran recursos y se relaciona con los negocios, en el ámbito tanto nacional como internacional provocando reacciones distintas y principios básicos fundamentales tal vez el más importante es la transferencia de dinero de una persona a otra, se basa en quien posee el dinero que provoca ganar rendimientos y los que no poseen que están dispuesto a arriesgar para obtenerlo.

Administración Financiera

La Administración financiera es el que se encarga de los recursos financieros de , se centra en dos aspectos importantes de los recursos financieros como lo son la rentabilidad y la liquidez, significa que lo que busca hacer la administración financiera es, que los recursos financieros sean lucrativos y líquidos al mismo tiempo (Morales, Morales, & Alcocer, 2014).

Gestión Financiera

La gestión financiera es la situación económico-financiera de la organización con el propósito de analizar, verificar y vigilar la actividad realizada por la empresa en el proceso de la creación de valor, con el tiempo se estudia la constatación de resultados y objetivos para analizar la situación hasta el presente y se estudia alternativas o acciones para el futuro (Cibrán, Prado, Crespo, & Huarte, 2013).

La gestión financiera es el subconjunto de la gestión que se centra en la generación de información financiera que puede utilizarse para mejorar la toma de decisiones en organizaciones propietarias o con fines de lucro, las decisiones están orientadas a lograr diversos objetivos de la organización mientras se mantiene una situación financiera satisfactoria la gestión financiera abarca las amplias áreas de contabilidad y finanzas (Finkler, Smith, Calabrese, & Purtell, 2016).

Importancia de la gestión financiera

La gestión financiera es de gran importancia para el control de sus operaciones debido a que aporta a la resolución liquidez- rentabilidad el cual provee los recursos en el momento oportuno, para el desarrollo de la organización en la búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la efectividad y la eficiencia operacional mediante el cumplimiento de reglamentos y normas establecidas dentro de la empresa, por ende, esta ligado a la composición de activos, se enfoca en dos factores como la maximización del beneficio y la maximización de la riqueza, para lograr esto debe existir un adecuado control de gestión que demuestre el alto grado de cumplimiento de los objetivos propuestos por los responsables del plan financiero (Córdoba, 2012)

La gestión financiera es importante en varias áreas que incluye la estructura de financiación, liquidez operativa, gestión de la tesorería y riesgo financiero en donde todas estas áreas tienen una finalidad en común que es generar liquidez en cuanto al comportamiento de la organización (Perez, 2013).

El objetivo de la gestión financiera

La gestión financiera de una empresa debe perseguir una variedad de objetivos simultáneamente por ende se requiere el interés de diferentes sectores de personas, accionistas, gerencia, trabajadores, consumidores y la comunidad en general, tradicionalmente el objetivo básico de la gestión financiera es trabajar hacia la maximización de las ganancias, sin embargo, de acuerdo con el pensamiento moderno, la gestión financiera debe preocuparse por la maximización de la riqueza, porque es un índice del valor de la empresa y su maximización es coherente con el objetivo de

bienestar económico máximo de los propietarios de la organización (Brigham & Ehrhardt, 2013).

El riesgo de crédito en la gestión financiera

Está influenciado por los ciclos económicos que en momentos de expansión económica se reduce y se incrementa en épocas de recesión y crisis, el riesgo económico de las empresas se suele medir tras los análisis financieros y sus perspectivas futuras (Del Orden, 2015).

Gestión financiera y su gestión de cuentas a cobrar

La gestión financiera y su influencia en las cuentas por cobrar abarca en el análisis de las políticas de crédito y procedimientos que la empresa posee con la gestión de beneficio común (Ruiz & Puértolas, 2013).

La gestión de las cuentas por cobrar interviene en la gestión financiera con el estudio del nivel de ventas, el tipo de clientes que posee y el riesgo crediticio con el que trabaja la empresa, esto es con la constitución de una política de crédito que influye con la fijación de precios del producto o servicio en el tiempo planificado, gran parte de estas políticas se basan en la duración del periodo de crédito en donde existe también el descuento por pronto pago y la implementación del costo de oportunidad esto puede aumentar las ventas (Padilla, 2012).

La gestión financiera como proceso

La Gestión es un proceso que se enfoca a planificar, organizar y verificar los recursos financieros en consecución a lograr los objetivos de forma eficaz y eficiente en el cual se centra en tres ámbitos que es la planificación el siguiente es organizar la información financiera y el último se refiere a la evaluación y seguimiento de los resultados, la gestión financiera centra sus decisiones en la financiación, inversión y en el destino de los resultados en donde se define si hay o no autofinanciamiento por parte de los socios (Arana, 2014).

La planificación

La planificación es el proceso orientado hacia el futuro, el cual es el medio para alcanzar los objetivos establecidos, con la coordinación de las distintas unidades de la organización las amenazas pueden neutralizarse y las oportunidades potenciarse con el fin de conseguir los mejores resultados, la planificación puede contener varios planes, el cual sirve de control para corregir posibles desviaciones a lo planteado en el tiempo posee elementos importantes como la misión, los objetivos, las políticas, las estrategias, los procedimientos, reglas, programas y el presupuesto (Rivas, 2012).

La importancia de la planificación

La planificación es importante debido a que participa en el proceso de la toma de decisiones, con la obtención de un sentido definido el gerente pretende organizar sus objetivos e interpreta sus propias ideas así evita conflictos ya que cada responsable de la organización tendrá una idea clara de que objetivos y estrategias quiere la organización con decisiones coordinadas y controladas mediante los resultados (Monchón, Monchón, & Sáez, 2014).

Elementos de la planificación

La misión o propósito

Es un conjunto de finalidades a largo plazo y es de carácter permanente de la organización, constituyen la razón y la identidad de la empresa en donde se tiene los valores y en donde se marcará y es lo que da significado a todas las acciones y a los principales objetivos, planes y estrategias que desarrolle (Nistal & Sotomayor, 2014).

Los objetivos

Se puede decir que los objetivos son los propósitos de un plan en donde se permite ir desde lo general y de cualidades hasta lo más específico y cuantitativos que se denomina como metas o propósitos (Alberich, Sotomayor, Amezcua, & García, 2014).

Las políticas

Las políticas empresariales son emitidas para alcanzar un nivel óptimo de desarrollo ético y sostenible de la actividad empresarial de una organización equilibran los valores, criterios y cultura de la empresa por lo cual en conclusión la política de una empresa manifiesta la conducta que predice la organización tanto de sus empleados como de los terceros que se relacionan con la misma y en el ámbito que se desarrolla y así evita conductas inadecuadas e inesperadas (Casanovas, 2013).

Existen políticas generales que se enfocan a todas las organizaciones en un ámbito externo o de cumplimiento, por otro lado existe las políticas específicas de acuerdo a esta política se desarrolla más puntualmente en cada organización y de acuerdo a que quiere en su ámbito interno en su operación, las políticas se enfocan más dentro de cada departamento de la organización en el modelo de trabajo y se divide de acuerdo por áreas o propósito en cada uno de uno sus departamentos (Flores, 2014).

Las estrategias

La estrategia se define como la manera en que la empresa actúa con el entorno aplicando recursos y esfuerzos para sus objetivos, es un plan de acción que la empresa realiza para implantar y conservar ventajas competitivas con la creación de valor al producto o algo que le diferencia de las demás organizaciones, las estrategias se compone de elementos externos e internos en donde los elementos externos se puede decir que es la diferenciación de la competencia mediante la satisfacción de las necesidades en el segmento de clientes adecuado por otro lado se habla de los elementos internos se describe cómo las distintas partes que conforman la empresa (Fernández, 2012).

Procedimientos

El procedimiento es una secuencia cronológica que consta de tres etapas en las cuales implica desarrollar las oportunidades y amenazas que se presenta, se establece objetivos a largo plazo, se crea políticas y se asigna recursos para las estrategias propuestas en donde se evalúa mediante la actuación de factores externos e internos

con la medición del desempeño y la aplicación de correcciones se es el caso en el proceso (Fred, 2013).

Reglas

Las reglas establecen planes y acciones, dichas reglas impiden que existan desviaciones en la empresa y se analiza si la gerencia cumple con las decisiones propuestas esto se verifica mediante la implantación de un plan simple y sencillo en cualquier proceso (Monchón, Monchón, & Sáez, 2014).

Programas

La creación de un programa es una lista de acciones que se ejecuta para el logro de los objetivos propuestos, con esto se determina los tiempos de realización con el propósito de coordinar las acciones e instrucciones para su correcto funcionamiento esto indica de forma individual de cómo se debe realizar con la correcta asignación de recursos (Lerma & Bárcena, 2012).

Presupuesto

Es el cálculo previsto de los ingresos y gastos de una actividad económica en donde es la concreción numérica de la planificación en donde se tiene un plan de acción en el cual va dirigido a cumplir un objetivo propuesto en el cual se debe cumplir mediante un rango de tiempo y bajo ciertas contextos establecidas por ende es un instrumento que permite establecer prioridades mediante la evaluación de los objetivos en donde se conocerá si existe un beneficio o un déficit en el cual sabremos que realizar en el futuro (Carrasco & Pellerola, 2013).

La gestión financiera y su relación en el entorno

La gestión financiera tiene relación con las estrategias y se basa en un análisis con las oportunidades, amenazas, debilidades, fortalezas es el estudio de factores internos y externos, los internos estudian los factores de éxito y los externos se basan en que no somos competitivos y se compara con la competencia para llevar a cabo una estrategia comercial para cumplir los objetivos propuestos (Carrasco & Pellerola, 2013).

Principios de la gestión financiera

La gestión financiera tiene tres principios, la eficiencia, eficacia y la economía

La eficiencia

La eficiencia se basa en los objetivos propuestos al menor costo y en el menor tiempo sin derramar recursos con el máximo nivel de calidad realizable, la organización mejora su eficiencia cuando alcanza las mismas metas empleando menos recursos o cuando se implementa los mismos recursos obteniendo así mejores resultados (Ganga, Cassinelli, Piñones, & Quiroz, 2014).

La eficacia

La eficacia es el objetivo de las empresas, por lo tanto, aduce que guarda relación con la obtención de metas y objetivos de la organización fijados concretamente para alcanzar el éxito dentro de su ámbito o entorno se puede medir con cierto grado de consecución las metas planteadas (Iborra M. , Dasi, Dolz, & Ferrer, 2014).

Economía

La economía administra recursos escasos en que las necesidades son superiores a los recursos disponibles, se busca satisfacer las necesidades de los seres humanos mediante un sistema financiero y su función principal es aportar criterios con recursos que sean los más eficientes (García V. M., 2014).

Mankiw & Taylor (2017) manifiestan que la economía se basa principalmente en actividades relacionadas con la producción y el intercambio de productos o servicios que se realizan diariamente, en donde la cantidad de compras y ventas durante un tiempo determinado se le llama actividad económica, por lo cual en este proceso refleja la conducta de los individuos y de la economía.

La economía es importante para asegurar el desarrollo económico y social de las organizaciones por lo cual se deben tomar decisiones y se expresa que tareas realizará

cada miembro y que recibirá a cambio y se distribuirse los recursos entre los diferentes miembros de acuerdo a las habilidades y esfuerzos de cada uno de ellos (Mankiw, 2012).

Sistema financiero

El sistema financiero es el conjunto de normativas, personas, regulaciones e instituciones que convierten el ahorro en inversión a través de los mercados financieros que se compone de productos, mercados intermediarios y se obtiene una relación entre las familias y las empresas mediante la intervenciones de sus agentes con la implantación de impuestos, gastos y deuda pública, por otro lado tenemos los países extranjeros estos aportan la economía básica con sus exportaciones e importaciones de bienes o servicios con la fluctuación de dinero de ellos y para ellos (Carrasco & Pellerola, 2013).

Mercado financiero

El mercado financiero es el lugar donde se intercambian los activos financieros y se determinan que precio tendrá, tiene como función poner en contacto a los agentes económicos estableciendo los precios el cual existe una intermediación con la reducción de plazos y costes, este mercado financiero juega un papel muy importante en la economía por las decisiones de inversión (Bahillo, Pérez, & Escribano, 2013)

Un mercado financiero es un lugar donde se intercambian activos financieros que necesitan obtener capital, cada mercado opera con algún tipo de valores y así sirve a clientes que actúan en diferentes lugares del país, es un mercado a largo plazo (Rubio M. , 2014).

La administración

La administración se encarga de coordinar y supervisar las actividades de las diferentes entidades para lograr los objetivos, la eficiencia y la eficacia forman parte de las estrategias que permiten tener competitividad mediante logros establecidos dentro del

entorno económico que intervienen las empresas, se puede decir que es una administración científica que trata de incrementar la productividad y el mejor pago para los trabajadores esto se da gracias a la teoría de Frederick Taylor (Monchón, Monchón, & Sáez, 2014).

Enfoque de la administración

Se enfoca en el proceso administrativo que trata de juntar conceptos, técnicas y principios que actúan a la labor administrativa este enfoque absorbe conocimientos y se interrelacionan con otros campos como la teoría de sistemas, la calidad, la teoría de decisiones entre otros, que actúan en su ambiente externo mediante un enfoque más óptimo como la teoría general de la administración (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012).

La administración se basa en coordinar los elementos internos de la empresa hacia un determinado propósito en el entorno, las variables externas van de la mano con los factores económicos, sociales, etc., ya que no es posible controlar y que por ende se estudia para desarrollar estrategias, el éxito de una organización depende de las gestiones que puedan poner en práctica los ejecutivos para obtener una lucha interminable por los mismo clientes o usuarios (Hernandez & Palafox, 2012).

Elementos de la organización dentro de administración

Capital humano

El capital humano son todas las personas que se relacionan con la organización ya se en el ámbito externo como los clientes e interno como los socios o propietarios del capital, que ponen el dinero para que la entidad pueda ejercer su actividad, son los más pendientes de la organización, velan que la empresa sea eficiente y rentable para que el dinero invertido genere utilidades (Monchón, Monchón, & Sáez, 2014).

La estructura

La estructura se determina como están relacionados los elementos del capital humano con el patrimonio para lograr el óptimo beneficio coordinando las funciones y actividades necesarias en el cual se logrará los objetivos de acuerdo a deberes y tareas asignadas (Múnch, 2012).

El patrimonio

El patrimonio se le conoce con otros nombres que pueden ser fondos, recursos propios o financiación en donde tiene recursos internos generada por la empresa o también aportada por socios, con el tiempo esto será la base para el crecimiento y desarrollo de la organización (Ruiz D. , Finanzas aplicadas al marketing, 2013).

El entorno

El entorno es el estudio mediante el cual cada entidad empresarial independientemente cual sea su actividad económica surgen condiciones favorables y desfavorables en donde se tiene condiciones económicas así como regulaciones nacionales e internacionales, el entorno está compuesto por diferentes ámbitos ya sea políticos económicos, sociales y culturales en el cual varias organizaciones compiten entre sí por recursos, clientes, mercados y recursos (Robbins & Timothy, 2013).

La toma de decisiones en las organizaciones

La toma de decisiones es la parte más importante para un gerente o la más difícil, el vela que esta sea la mejor opción cuando realiza sus estrategias y verifica cuál es la mejor dentro del entorno o giro económico que la organización se desenvuelve, para que una decisión sea excelente se debe tener en cuenta los criterios o las causas para, ponderar los criterios y decidir correctamente la mejor opción mediante esto se debe generar un plan b o una generación de alternativas que sean viables para la correcta decisión, se debe realizar un estudio estudiando lo positivo y lo negativo de las alternativas en el cual se podrá elegir la mejor y la que se más factible para el problema con la estrategia adecuada (Barry, Stair, & Hanna, 2012).

La administración estratégica

La administración estratégica se refiere a las funciones que realizan las personas bajo el mandato de otra las cuales están enfocadas hacia una meta futura estas se analizan mediante un estudio de objetivos cumplidos para ver si es factible o no, si no lo es se realiza correcciones en las diferentes acciones que tengan algún problema (Gállardo, 2012).

Importancia de la administración estratégica

La administración estratégica es importante para la administración, está enfocada en lograr el éxito de la organización mediante la creación y disposición de nuevas oportunidades con la implementación, formulación y evaluación de estrategias esto favorecerá al desempeño de la organización con el estudio pertinente del responsable de la organización (Fred, 2013).

El proceso de administración estratégica

Planeación estratégica

La planeación estratégica se utiliza para alcanzar directa en indirectamente los objetivos realizados en el plan establecido con metas y objetivos propuestos en el cual se estudia la demanda del mercado en donde se evalúa las oportunidades existentes y mediante una necesidad social evaluando las condiciones ambientales por consiguiente se analiza el mercado realizando estrategias de que le falta al cliente y para que lo necesita mediante un análisis del entorno y planeando los objetivos que se va a seguir (Institute, 2013).

Misión y objetivos en la planificación estratégica

Los objetivos son los resultados que mediante las estrategias se derivan en la misión y se tiene el objetivo principal, se basan más en la eficiencia y el crecimiento estos son medidos mediante la capacidad de adaptación de la organización en el entorno o segmento, con la ventaja competitiva se determinan la participación del mercado (Ferrell, Hirt, & Ferrell, 2010).

Formular estrategias

En la formulación de estrategias tenemos estrategias genéricas que son un aspecto fundamental dentro del ámbito empresarial, de esto dependerá su rentabilidad se basa en un liderazgo de bajo costo y la diferenciación donde lo más importante será el impacto que tenga el costo relativo o la diferenciación, estas variables son la estructura empresarial en el que repercute las cinco fuerzas competitivas, existen tres estrategias genéricas que pueden lograr que exista un desempeño superior del ámbito empresarial que son el liderazgo en costos, la diferenciación, y la concentración o nicho (Luna, 2014).

La diferenciación

La diferenciación se da cuando una organización obtiene una ventaja dentro su industria mediante la obtención de atributos y servicios adicionales que brinda al consumidor ya sea por imagen o prestigio estos compran sus producto o adquiere su servicio esta estrategia de diferenciación ayuda a la gerencia a obtener una ventaja competitiva con las distinción de sus productos de acuerdo a varias variables que intervienen dentro de la diferenciación (Peterae & Strickland, 2012).

La concentración o nicho

Esta estrategia se basa en la elección de un sector empresarial con un segmento adecuado, la mejor estrategia para su grupo selecto se puede basar en nicho de costo con la diferenciación de costos en segmentos establecidos, lo que cada empresa busca es lograr un liderazgo en costos con un sistema óptimo de producto, servicio o entrega (Luna, 2014).

Mediante la implementación de estas tres estrategias en la formulación de objetivos se obtendrá la ventaja competitiva mediante estudio de los factores externos e internos de la organización.

Implementación de estrategias

La implementación de estrategias repercute en todas las áreas funcionales de la empresa, desde los rangos más elevados hasta los más básicos, esta implementación consiste en administrar las fuerzas durante la acción en el cual se basa en la eficiencia mediante un procesos operacional en donde exige habilidades especiales de motivación y liderazgo en donde es necesario la coordinación de los individuos para el mismo objetivos (Fred, 2013).

Evaluación de los resultados

Mide el grado de comportamiento de la organización es decir la manera en que los responsables forman parte de plan estratégico y las decisiones que definen dentro y fuera de la empresa, la evaluación de los resultados de las estrategias se conforma de tres puntos fundamentales que se puede manifestar con el establecimiento de estándares y puntos críticos para esto se realiza una conclusión mediante un análisis de las actividades o acciones realizadas, la medición de desempeño que es la comparación de los resultados obtenidos y los resultados definidos a futuro por último la corrección de desviaciones que es la corrección siempre y cuando sea necesario para el control de las operaciones en las áreas que se tengas fallas (Prieto, 2012).

Nava & Marbelis (2009) en su artículo acotan que la gestión financiera de una empresa básicamente se relaciona con la toma de decisiones que engloba lo concerniente al dinero, a la administración y posesión de la misma manera para que exista maximización de la inversión, se encarga de crear e implementar estrategias se analiza recursos, se evalúa las inversiones para luego incrementar las ventas con un diagnóstico, el gerente evalúa la situación de la organización con el rendimiento generado en el tiempo verifica si los objetivos alcanzados están acorde con lo planificado y la posición financiera que ocupa su empresa con respecto al mercado en el cual se desenvuelve, toda empresa se basa en el manejo de las herramientas y técnicas más renovadas que le permitan analizar su desempeño financiero en forma eficiente, con el propósito de tomar decisiones más acertadas, que sean efectivas

oportunas y confiables que lleve al logro de los objetivos y a la permanencia de la empresa en el mercado con éxito a su actividad productiva.

Para (Cardona, 2009) en su artículo referente planificación financiera en las pyme exportadoras Caso de Antioquia, Colombia nos manifiesta que las medianas y pequeñas empresas deben tomar en cuenta los procesos administrativos y financieros para insertarse en mercados mundiales, en donde presenta oportunidades de crecimiento y participación en el entorno global se requiere de una gestión más compleja y mayores exigencias en el nivel de profesionalismo de quienes tienen a su cargo la dirección financiera, los responsables tienen como objetivos principales la permanencia en el mercado y crecimiento en donde se utiliza el proceso de administrar, en diferentes investigaciones han coincidido sobre la debilidad en la gestión financiera de las pyme, en sus falencias relacionadas con los procesos de presupuesto y de proyecciones financieras con mayor dificultad de acceder a créditos bancarios.

La evaluación de estrategias se mide respecto al cumplimiento de estrategias, para que una estrategia sea competitiva debe tener o cumplir liderazgo en costos, diferenciación y un nicho adquirido mediante la fusión de estas tres estrategias genéricas obtendremos la ventaja competitiva que se encuentra dentro de las estrategias de la planificación financiera que abarca la gestión financiera.

La competitividad

La competitividad ayuda a una empresa a ser exitosa mediante el desarrollo de sus productos o servicios, surge de la especialización con la dependencia del comercio, es una característica de la empresa depender de sus propias estructuras, para llevar a cabo sus ventas con el objetivo de ganarle a los competidores en diferentes ámbitos o dimensiones y los cuales interactúa en el ámbito interno y del entorno es por eso que se forma las fuerzas de Porter (Rubio & Baz, 2015).

Factores que determinan la competitividad

Para que exista competitividad en la empresa se tiene características que se deben cumplir mediante un proceso productivo esto se refiere a la mejor organización para conseguir y vender sus productos, los recursos deben ser los más óptimos es decir el más importante el recurso humano que debe estar calificado y preparado, que el producto tenga la capacidad óptima para ser comercializado o vendido ofreciendo la mejor satisfacción al consumidor final el valor añadido a la hora de vender juega un papel muy importante ya que los que demandan el producto buscan la mejor opción a la hora de comprar se debe tener calidad del producto o servicio en donde permitan minimizar el costo (Fea, 1995).

El factor humano

El factor humano en la competitividad juega un papel muy importante debido a que se trata de los recursos humanos que posee la organización y la competitividad con calidad que ofrece la empresa mediante sus productos o servicios, estos dos son los más importantes para que tenga éxito la organización dentro del mercado, el gerente se encarga de realizar las estrategias y políticas adecuadas para su objetivo propuesto en el futuro (Porret, 2014).

La comunidad

La comunidad en si se enfoca en establecer las condiciones óptimas para el desarrollo de la organización logrando así la maximización de un sistema económico, se enfoca en la corrección de problemas sociales que afecta a la organización tanto directa como indirectamente (Fea, 1995).

El empresario

El empresario es el responsable de formular las estrategias, implementarlas y valorar los resultados, vela por su empresa en el correcto proceso organizativo el cual tiene que afrontar el riesgo que conlleva cada proceso y el precio que es vendido su producto en el mercado lo que el mayor beneficiado va a ser la empresa que dirige y los

consumidores con la actividad que realiza dicha organización dentro de su ámbito económico (Iborra M. , Dasi, Dolz, & Ferrer, 2014).

La fuerza de trabajo

La fuerza de trabajo es la capacidad que una empresa presenta en lo productivo, se basa en un subconjunto de la población en donde pocos tienen las capacidades de realizar estrategias o de ser un buen líder, se manifiesta la fuerza del trabajo como el excedente del tiempo de trabajo para cumplir con la elaboración del producto final y cubrir las necesidades del consumidor la fuerza de la mano con el capital de la organización (García, 2012).

El capital

El capital es uno de los factores más importantes de la competitividad a la hora de formular una estrategia para que se puede establecer resultados a largo plazo con un riesgo reducido también esto se debe a los accionistas en donde se puede realizar inversiones en el bien común de la organización (Moreno, 2014).

Ventaja competitiva

La ventaja competitiva proviene de la capacidad para satisfacer las necesidades de los consumidores con mayor eficacia y eficiencia las necesidades de los consumidores lo que hace que una ventaja competitiva sea más sustentable (Peterae & Strickland, 2012).

Principio de la ventaja competitiva

Las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter y su incidencia en la competitividad

Las cinco fuerzas de Porter se basan en la incidencia de los precios para competir dentro de su entorno en donde están ligados a los resultados con el tiempo debido a sus políticas y sus estrategias propuestas o estudiadas (Porter, Ser competitivo, 2017).

Las fuerzas de Porter son:

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores
2. Poder de negociación de los compradores
3. Amenaza de productos o servicios sustitutos
4. Poder de negociación de los proveedores
5. Lucha entre los competidores actuales.

Amenaza de entradas de nuevos competidores

Se refiere a competidores que acceden por primera vez y el deseo de competir con un mercado ya cubierto ya que muchas organizaciones llegan a potenciar sus recursos, depende de obstáculos existentes, si estos son grandes hay que proveer de que la amenaza será pequeña, existen seis dificultades o barreras que impiden que un nuevo competidor entre al mercado las economías de escala, la diferenciación del producto, las necesidades de capital, los costes independientes del tamaño, el acceso a canales de distribución y la política de gobierno (Porter, 2003).

Los nuevos competidores que están dentro del mercado son las empresas Dynams S.A, Dispacif S.A, Encomeca y Godoy Ruiz S.A, estas empresas están ganando mercado y adquiriendo clientes de la Empresa Juan de la Cruz.

Poder de negociación de los compradores

El poder de negociación se da cuando los clientes compran por volumen el cual afecta la intensidad de la competencia en una industria para ello existen políticas, este poder es el más importante en la ventaja competitiva, esto se da debido a que si no se tienen satisfechos se pueden cambiar a productos sustitutos no necesitan de gastos excedentes esto para una organización se debe analizar estratégicamente ya que la competencia puede aprovechar provocando un desequilibrio en los precios de sus productos y dentro del mercado (Fred, 2013).

Amenaza de nuevos productos o servicios sustitutos

La presencia de sustitutos se presentan con un precio atractivo en el cual crea una presión competitiva, no se ofrece a los clientes incentivos, estos sustitutos crean distorsión en el mercado ya que los productores se ven obligados a reducir sus costos y absorber las disminución de precios de los sustitutos en comparar sus características, el desempeño y su facilidad de uso esto permite que la industria intensifique sus esfuerzos para el convencimiento a los clientes que los productos son mejores que los sustitutos (Thompson & Strickland, 2004).

Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación radica en que los proveedores ya sea de materia prima o de sus productos puedan utilizar la estrategia de aumentar su precio o reducir la calidad entre otros factores es posible que los proveedores puedan generar rentabilidad del sector, cuando no existe un producto sustituto los proveedores tienen un fuerte poder de negociación en donde también no depende de las ventas realizadas en el sector, para que no exista poder del proveedor siempre es necesario obtener proveedores alternativos, así se evitara los elevados costos cuando se obtiene un cambio de proveedor en el producto (Balanzátegui et, al., 2016).

Entre los principales proveedores de la empresa Juan de la Cruz tenemos a Nirsa con la distribución de su línea de atún, la empresa Ferrero, Jhonson & Jhonson, Bic, Colgate Palmolive, San Carlos entre otros, estos proveedores confían en la empresa por lo que les entregan la exclusividad en sus productos.

Lucha entre los competidores actuales

La lucha de competidores se basa en tácticas que tienen las organizaciones mediante las guerras de precios, la publicidad y en el incremento de servicios para el consumidor final en el cual esto se da cuando la competencia siente la presión en el mercado o tienen una oportunidad para un mejor posicionamiento dentro de la misma, todos los competidores están equilibrados así pueden existir un crecimiento de la industria poco retrasado o puede provocar una saturación del mercado (Martinez & Artemio, 2012).

De acuerdo a la competencia existen empresas como Icco S.A, Codelitesa S.A, representaciones Leonardo Soria y Repremarva Cia Ltda. estas empresas son la mayor competencia en donde poseen varios productos de las mismas marcas con la gran diferencia del precio.

En su artículo científico Aragón & Rubio (2010) nos manifiesta que cada día es mayor el interés de las organizaciones y sus responsables por el estudio de dirección y gestión que beneficia al logro de ventajas competitivas que permitan a las empresas ser rentables a largo plazo y es indispensable para su éxito se puede acotar que existen los factores internos que se da dentro de la organización que son los recursos físicos, técnico, financieros entre otros se adentra más a las habilidades y conocimientos en aspectos como tecnología, organización y dirección, por otro lado el factor externo de la empresa como las variables sociales, económicas, políticas y legales que intervienen en el funcionamiento de las empresas establecidas en un lugar establecido, el más importante es la competencia entre empresas, la ventaja competitiva se da mediante el estudio que las organizaciones realizan de sus recursos, habilidades y conocimientos teniendo en cuenta a los competidores con los recursos y conocimientos más elevados de acuerdo al estudio se consideran como los más claves en un largo tiempo.

Bonales, Zamora, & Ortiz (2015) en su artículo nos afirman que la competitividad empresarial se manifiesta como el control de los precios dentro de un mercado, la diferenciación de los productos juega un papel muy importante dentro de un sector con el lanzamiento habitual de propaganda y publicidad, la gestión financiera tiene varios instrumentos para su mejor funcionamiento, aquí se lograra ser mejor que sus competidores, la competitividad empresarial se deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización con relación a los de sus rivales en un mercado determinado según su actividad económica, por lo cual un país competitivo se realiza mediante empresas competitivas.

La investigación se realizará dentro de la gestión financiera en la cual se estudiara que estrategias utilizar mediante las políticas de crédito más idóneas para un correcto

funcionamiento de la empresa generando mayor competitividad con la implementación de factores que sean determinantes a la hora de tomar decisiones, las estrategias juegan un papel muy importante ya que forman parte de la competitividad ya que la organización y los procesos tienen que ser más eficiente.

CAPITULO IV

METODOLOGÍA

4.1 Paradigma de la investigación

La investigación se entiende como un proceso sistemático, crítico y empírico que se aplica al estudio de un fenómeno que se desconoce en la búsqueda de nuevos conocimientos y tratar de comprender los problemas para darlos solución por medio de instrumentos y procedimientos esenciales y el descubrimiento de principios generales, tiene que ser objetiva, en donde se busca pruebas posibles para el control sostenible de los datos recogidos y los procedimientos empleados (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

El empirismo en la investigación se basa en la experiencia mediante todo conocimiento, en donde se toma en cuenta la experiencia sensorial como una fuente del saber los datos tiene un papel muy importante en el cual son registrados mediante técnicas basadas en principios matemáticos (Lara, 2013).

La aplicación de esta investigación tiene como propósito medir la relación entre las variables de estudio gestión financiera y competitividad dentro de las políticas de crédito en las empresas comerciales mediante la verificación de correlación que debe existir mediante la prueba de variables con el método alfa de Cronbach y el método Delphi que es la validación del cuestionario mediante expertos.

4.2 Tipo de investigación

4.2.1 Investigación descriptiva

La investigación descriptiva se basa en la búsqueda de eventos y situaciones en como es el comportamiento de determinados fenómenos en donde se busca identificar las propiedades importantes de las personas, grupos u otro fenómeno que es sometido a un estudio en donde se evalúa varios aspectos como dimensiones o componentes con

mayor exactitud por ende se basa también en posibles predicciones (Valderrama, 2013).

Este método será el más óptimo para la investigación porque mediante dicho estudio se podrá conocer, describir y detallar las características más sobresalientes de la gestión financiera y su impacto en las políticas de crédito, aplicando las técnicas de investigación para así tener un conocimiento más claro del mismo.

4.3 Enfoque de la investigación

4.3.1 Enfoque cuantitativo como enfoque dentro la investigación

La investigación cuantitativa se enfoca más en las secuencias y en probar es decir mediante un orden riguroso podemos después rediseñar alguna etapa del proceso, tiene objetivos y nos basamos en preguntas de investigación claras para determinar las variables de estudio con la comprensión y análisis de los diferentes ámbitos el cual se estudia el comportamiento de las personas en general (Beatriz & Fridman, 2013).

En la investigación se efectuará encuestas, se logrará obtener datos mediante la verificación de debilidades que existen dentro de las empresas comerciales y efectuar cambios en diferentes puntos de vista para así lograr la prueba de las variables de estudio, los datos se apreciarán en su totalidad con la interpretación de los resultados de acuerdo a varios requerimientos en el estudio para poder llegar a obtener conclusiones generales partiendo de las variables y antecedentes obtenidos.

Operacionalidad de las variables

Tabla N°2

Operacionalidad de la variable independiente: Gestión financiera

| Conceptualización | Categoría | Indicadores | Ítems | Técnicas |
|---|-------------------|------------------|---|--|
| La gestión financiera es la situación económico-financiera de la organización con el propósito de analizar, verificar y vigilar la actividad realizada por la empresa en el proceso de la creación de valor, en el cual mediante el tiempo se estudia la constatación de resultados y objetivos. | Analizar | Proceso | ¿Qué factor de la gestión financiera considera usted que es el más incidente en la cartera vencida dentro de las empresas comerciales? | Encuestas que se realizará a empresarios |
| | | Estrategia | ¿Las empresas comerciales en la ciudad de Ambato poseen las estrategias adecuadas a la hora de vender su producto? | |
| | | Políticas | ¿Considera que el monto de compra tiene relación con los días de plazo que se les otorga a los clientes? | |
| | Verificar | Organización | ¿Cuál es el tipo de gestión que las empresas comerciales emplean más a la hora de comprar y vender sus productos? | |
| | Creación de valor | Elementos | ¿La toma de decisiones en las organizaciones afecta directamente a la gestión financiera dentro de la empresa? | |
| | Constatación | Principios | ¿En la gestión financiera que considera usted que es lo más importante para que las empresas comerciales sean competitivas? | |
| | Resultados | Cuentas a cobrar | ¿Cuál es el factor más influyente para la generación de deudas impagas o cartera vencida dentro de las empresas comerciales de la ciudad de Ambato? | |
| | | Cuentas a cobrar | ¿Considera usted que la calidad de clientes que poseen las empresas comerciales son el factor más importante para una correcta gestión financiera? | |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Tabla N°3

Operacionalidad de la variable dependiente: Competitividad

| Conceptualización | Categoría | Indicadores | Ítems | Técnicas |
|---|----------------------|--------------------------------|--|--|
| La competitividad posee varios factores en los cuales la ventaja competitiva mediante el desarrollo de un estudio ayuda a una empresa a ser exitosa con el desarrollo de sus productos y servicios dependiendo de sus propias estructuras con el objetivo de lograr ganarle a las fuerzas competitivas | Desarrollar | Formulación de estrategias | ¿La competitividad depende de la diferenciación que las empresas poseen dentro de sus productos? | Encuestas que se realizará a empresarios |
| | | Evaluación de resultados | ¿Las empresas comerciales evalúan sus estrategias mediante un análisis de comparación de los resultados obtenidos y los resultados propuestos? | |
| | Competitividad | Factores | ¿Qué factor es el más importante dentro de la competitividad para una correcta gestión financiera en las empresas comerciales? | |
| | Fuerzas competitivas | Fuerzas competitivas de Porter | ¿Cuál es el motivo de que las empresas comerciales pierdan poder dentro de la actividad económica que realiza? | |

Elaborado por: Gabriel Galarza

4.4 Población y muestra

4.4.1 La población

La población se dice que es el conjunto de todos los elementos, la muestra seleccionada está compuesta por unidades muestrales con cierta ubicación, espacio y tiempo del cual se pretende obtener información, esta investigación puede ser recabada de individuos, familias, compañías entre otros, la obtención de información de la población se realiza mediante censos en donde se registra todas las cualidades de la población por lo cual esto genera costos lo cual en la investigación suele ser más común los métodos de muestreo es decir la selección de una parte de la población (García, Jiménez, Arnaud, Ramírez, & Lino, 2011).

Tabla N°4

Empresas comerciales según el sector

| EMPRESAS | TOTAL |
|--|--------------|
| Total de empresas en el Ecuador | 843.745 |
| Empresas dedicadas al comercio | 308.956 |
| Empresas en Tungurahua | 41.790 |
| Empresas dedicadas al comercio | 12.847 |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: (Inec, 2016)

4.4.2 La muestra

La muestra se puede manifestar como el número de unidades escogidas de una población en general de acuerdo al estudio de investigación por medio de un proceso que tiene como nombre muestreo en donde de toda la información que se tiene como resultado se aplicará a toda la población en donde debe tener representatividad es decir poseer las mismas características la muestra que la población (Del Cid, Méndez, & Sandoval, 2011).

De acuerdo al Instituto nacional de estadística y censos en el año 2016 nos manifiesta que en la ciudad de Ambato existen 41.790 empresas en general, en el cual para el sector comercial se tiene un total de 12.847 organizaciones de donde se tomará una muestra para la recolección de información.

$$\text{Fórmula de la muestra} = n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

De donde:

N= tamaño de la muestra

e = error permitido 0.05

Z= nivel de confianza de 1.96%

P= probabilidad de éxito 0.50

Q= Probabilidad de fracaso 0.50

$$N = 12.987$$

$$Z = 1.96$$

$$P = 12.987$$

$$\text{Error} = 0.05$$

$$n = \frac{1.96^2 \times (0.5 \times 0.5) \times 12.847}{1.96(0.5 \times 0.5) + (12.847 \times 0.05^2)}$$

$$n = \frac{12338,25}{0.49 + (32.11)}$$

$$n = 378$$

4.5 Técnica de muestreo

El muestreo es la selección de una mínima parte estadística para derivar el valor de una o varias características del conjunto, en el cual se tiene el muestreo probabilístico, los elementos de la muestra obtienen la misma perspectiva y es el más utilizado dentro en las investigaciones de mercado (Baca, 2013).

4.5 Recolección de información

La recolección de información se basa mediante el diseño de la investigación con un proceso estructurado se precede a la indagación mediante una muestra estadística y

con uniformidad para todos los sujetos, con la naturaleza de los datos se realizara objetivos estandarizados (Corbetta, 2004).

4.5.1 Proceso de recolección de información

Se realizará el proceso de recolección de información con un esquema que se obtiene de acuerdo a los objetivos planteados en la investigación.

- Se debe proponer claramente los objetivos y las variables de estudio dentro de la investigación
- Se elige la población y muestra del objeto de estudio de la investigación
- Se define las técnicas de recolección de datos
- Analizar los resultados obtenidos de acuerdo con lo obtenido e interpretar los resultados

4.6 Técnica de recolección de información

4.6.1 La encuesta

Es una de las técnicas de recolección de información más utilizadas ya que por lo tanto, se pierde mayor credibilidad por el número de personas encuestas y se fundamenta en el cuestionario que se prepara con la meta de generar mayor información de las personas (Bernal, 2010).

La encuesta se utilizará como técnica de estudio de la investigación en el cual se da a conocer características de un grupo de personas mediante diversos aspectos que lo conforman.

4.7 Instrumento de la encuesta

4.7.1 El cuestionario

El cuestionario es el instrumento más utilizado en la obtención de datos, se trata de un listado de preguntas que se formulan de igual forma a todos los entrevistados se las otorga un lugar idóneo en el proceso global de la investigación por lo cual mediante las preguntas se obtendrá la información necesaria (García, Alvira, Alonso, & Escobar, 2015).

Tabla N°5

Recopilación de información

| PREGUNTAS BÁSICAS | EXPLICACIÓN |
|-------------------------------------|---|
| 1.- ¿Para qué? | Conocer el impacto de la gestión financiera en la competitividad de las empresas comerciales de la ciudad de Ambato |
| 2.- ¿A qué personas aplique? | Empresarios y jefes de empresas comerciales |
| 3.- ¿Sobre qué aspectos? | Gestión financiera, políticas de crédito, factores de gestión financiera, competitividad. |
| 4.- ¿Quién? | Investigador: Gabriel Galarza |
| 5.- ¿Cuándo? | Mes de enero de 2018 |
| 6.- ¿En qué lugar? | Empresas comerciales de la ciudad de Ambato |
| 7.- ¿Con que técnicas? | Encuesta-Entrevista |
| 8.- ¿Qué instrumento emplee? | Cuestionario |
| 9.- ¿En qué situación? | Actual |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Validación del instrumento de recolección de información

Para la validación del instrumento de recolección de información se utilizó el estadístico Alfa de Cronbach, el mismo que sirve para determinar la consistencia del instrumento de recolección, mediante el análisis entre las respuestas logradas de relación en las preguntas que son de tipo ordinal, en el cual se escogió aleatoriamente en donde se reúne dichas características.

Tabla N°6

Fiabilidad del proyecto mediante Alfa de Cronbach

| Alfa de Cronbach | Número de elementos |
|------------------|---------------------|
| 0,759 | 6 |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Se obtiene como resultado del Alfa de Cronbach el valor de 0,759 lo cual el instrumento contiene la consistencia necesaria para recolectar la información es decir el instrumento es válido y fiable para obtener información significativa de la realidad estudiada de las empresas comerciales y su gestión financiera y su impacto en la competitividad.

También se empleó el método Delphi o conocido como el método de expertos en donde con la cuantificación expresada y asignada por el grupo de expertos realizando distintos cambios y con la prospectiva en torno al objetivo de estudio se obtiene la reducción de incertidumbre del futuro adquiriendo de esa manera la aplicación del cuestionario con variables cualitativas.

Tabla N°7

Validación de cuestionario mediante método Delphi

| CRITERIOS | Excelente | Bueno | Regular | Deficiente |
|---|------------------|--------------|----------------|-------------------|
| Presentación del instrumento | X | X | | |
| Claridad en la redacción de los ítems | X | X | | |
| Pertinencia de la variable con los indicadores | X | X | | |
| Relevancia del contenido | X | X | | |
| Factibilidad de la aplicación | X | X | | |
| TOTAL DE EXPERTOS | 1 | 2 | 0 | 0 |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Se realizó la validación del cuestionario a 3 expertos en el cual se obtiene una aceptación y el que permite que se tenga fundamento en la información que se va a indagar mediante el cuestionario y después de los análisis respectivos en donde el objeto de estudio se basa en las fortalezas y aportes de expertos que se encamina a la obtención de opiniones con la prevalencia en el problema encontrado en la investigación en el anexo 5 se detalla los expertos que validaron el cuestionario.

CAPITULO V

RESULTADOS

5. Análisis e interpretación de resultados

5.1 Análisis de los resultados

Para realizar la recolección de información se ha utilizado como instrumento el formulario de la encuesta que consta con 12 preguntas, el mismo que ha sido aplicado a responsables de las empresas comerciales dentro de la ciudad de Ambato.

Una vez aplicado el instrumento de recolección de la información, los resultados se presentan en gráficos de barras con respecto al análisis donde se interpreta los resultados de la encuesta realizada, por cuanto la información que presenta será la que indique las conclusiones a las cuales llega la investigación.

5.2 Interpretación de datos

1.- Factor de la gestión financiera.

Tabla N°8

Factor más importante dentro de la gestión financiera

| Alternativas | Frecuencia | F. Absoluta | F. Relativa |
|----------------------|------------|-------------|-------------|
| Políticas de crédito | 178 | 0,4709 | 47,09% |
| La misión | 38 | 0,1005 | 10,05% |
| Los objetivos | 24 | 0,0635 | 6,35% |
| Las reglas | 44 | 0,1164 | 11,64% |
| Procedimientos | 94 | 0,2487 | 24,87% |
| Total | 378 | 1 | 100% |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Gráfico N°4

Factor más importante dentro de la gestión financiera



Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Análisis e interpretación

De acuerdo al análisis se puede deducir que el factor más influyente dentro de la cartera vencida en la gestión financiera son las políticas de crédito, debido a que varias clientes no cumplen con el tiempo establecido que le brinda la empresa y el factor que las

personas piensan que es de menor importancia son los objetivos ya que manifiestan que en la cartera vencida no son los más predominantes en la gestión financiera debido a que nadie crea objetivos para tener cartera vencida dentro de la actividad económica que se desenvuelva.

2.- Estrategias adecuadas

Tabla N°9

Posesión de las estrategias adecuadas en la venta del producto

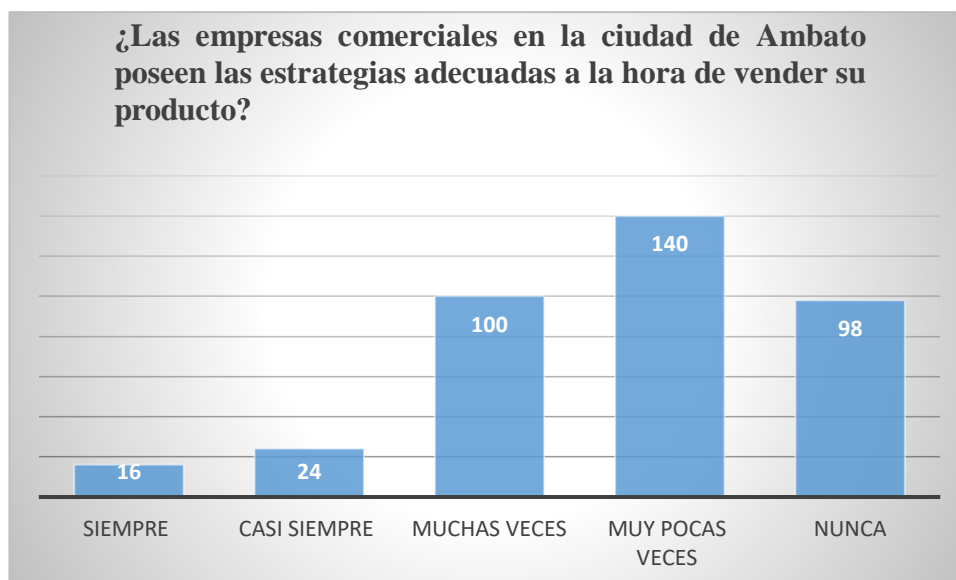
| Alternativas | Frecuencia | F. Absoluta | F. Relativa |
|------------------------|------------|-------------|-------------|
| Siempre | 16 | 0,0423 | 4,23% |
| Casi siempre | 24 | 0,0635 | 6,35% |
| Muchas veces | 100 | 0,2646 | 26,46% |
| Muy pocas veces | 140 | 0,3704 | 37,04% |
| Nunca | 98 | 0,2593 | 25,93% |
| Total | 378 | 1 | 100% |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Gráfico N°5

Posesión de las estrategias adecuadas en la venta del producto



Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Análisis e interpretación

Se observa que existe un factor negativo dentro de las empresas comerciales ya que la mayoría de las empresas no poseen las estrategias adecuadas a la hora de vender sus productos es decir poseen estrategias pero no son las adecuadas o simplemente no las

poseen lo que produce que varias empresas se queden estancadas y no sean competitivas, solo una mínima cantidad aclara que siempre poseen estrategias adecuadas lo que provoca que esas empresas compitan entre sí para ser la mejor dentro del sector que prevalece.

3.- Monto de compra

Tabla N°10

Relación entre el monto y los días plazo

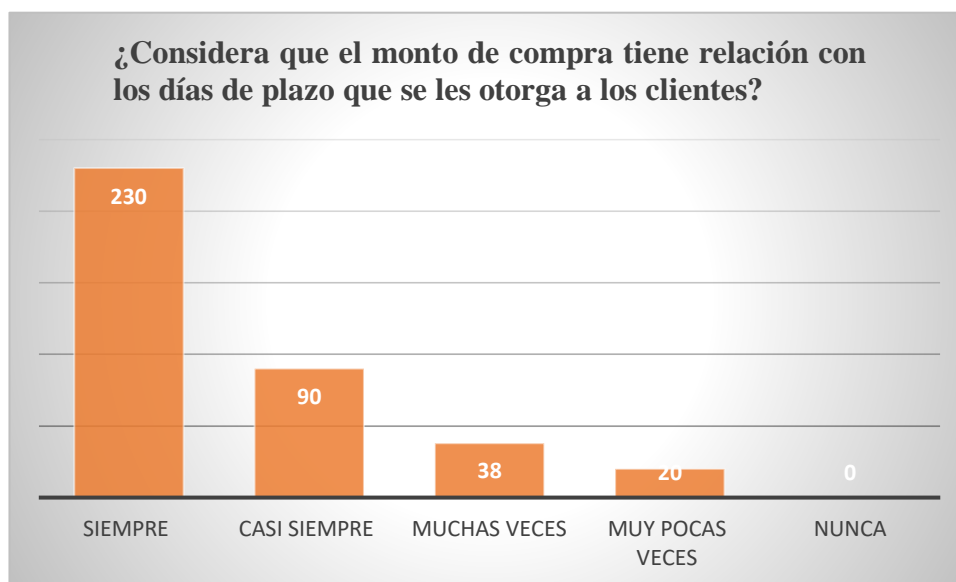
| Alternativas | Frecuencia | F. Absoluta | F. Relativa |
|------------------------|------------|-------------|-------------|
| Siempre | 230 | 0,6085 | 60,85% |
| Casi siempre | 90 | 0,2381 | 23,81% |
| Muchas veces | 38 | 0,1005 | 10,05% |
| Muy pocas veces | 20 | 0,0529 | 5,29% |
| Nunca | 0 | 0,0000 | 0% |
| Total | 378 | 1 | 100% |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Gráfico N°6

Relación entre el monto y los días plazo



Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Análisis e interpretación

La mayoría de los porcentajes son resultados positivos y manifiestan que los días de plazo son dependientes del monto de compra ya que varias veces los clientes realizan su compra de acuerdo a sus necesidades y en otras ocasiones compran en altas

cantidades debido a los cambios frecuentes del precio de los productos que existen por lo que esto genera que la empresa les brinda más días de plazo y verificando qué tipo de cliente sea ya que otras organizaciones por ganar participación en el mercado les entregan altos montos en productos sin conocer al cliente por lo que genera una cartera vencida y hasta perdida dentro de la organización debido a que los clientes después no pueden pagar.

4.- Tipo de gestión

Tabla N°11

Tipo de gestión de las empresas comerciales

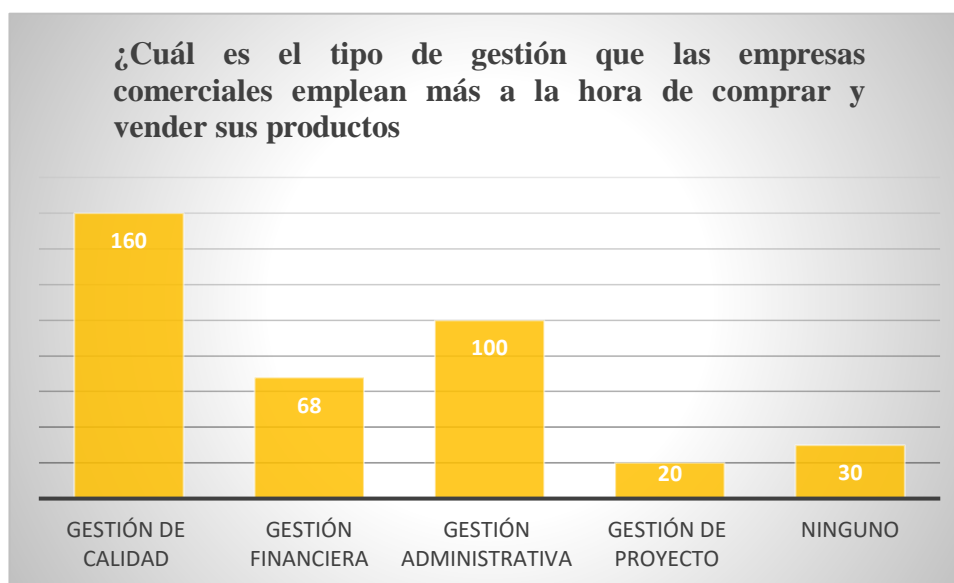
| Alternativas | Frecuencia | F. Absoluta | F. Relativa |
|------------------------|------------|-------------|-------------|
| Gestión de calidad | 160 | 0,4233 | 42,33% |
| Gestión financiera | 68 | 0,1799 | 17,99% |
| Gestión administrativa | 100 | 0,2646 | 26,46% |
| Gestión de proyecto | 20 | 0,0529 | 5,29% |
| Ninguno | 30 | 0,0794 | 7,94% |
| Total | 378 | 1 | 100% |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Gráfico N°7

Tipo de gestión de las empresas comerciales



Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Análisis e interpretación

De acuerdo al análisis un porcentaje amplio manifiesta que la gestión de calidad es la mejor a la hora de comercializar los productos que ofrecen las empresas comerciales por lo que no le toman como el más importante a la gestión financiera dentro del cual es la más importante para comprar y vender los productos debido a que primero se

debe realizar un estudio del mercado para conocer el precio del producto que se compra y al precio al que se vende por eso la mayoría de empresas se enfocan en la calidad y no en los procesos.

5.- Toma de decisiones

Tabla N°12

Toma de decisiones en las organizaciones

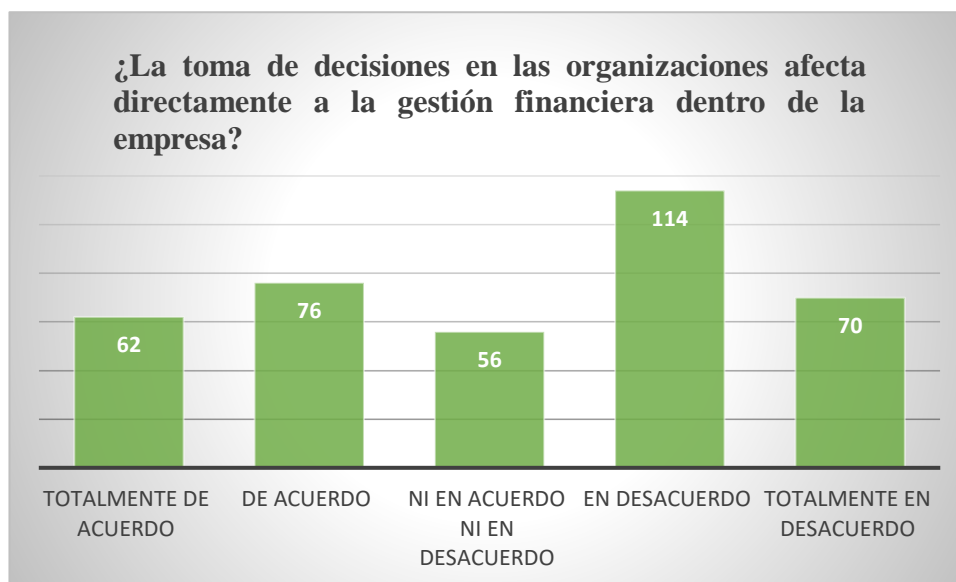
| Alternativas | Frecuencia | F. Absoluta | F. Relativa |
|---------------------------------------|------------|-------------|-------------|
| Totalmente de acuerdo | 62 | 0,1640 | 16,40% |
| De acuerdo | 76 | 0,2011 | 20,11% |
| Ni en acuerdo ni en desacuerdo | 56 | 0,1481 | 14,81% |
| En desacuerdo | 114 | 0,3016 | 30,16% |
| Totalmente en desacuerdo | 70 | 0,1852 | 18,52% |
| Total | 378 | 1 | 100% |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Gráfico N°8

Toma de decisiones en las organizaciones



Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Análisis e interpretación

De acuerdo al análisis se puede manifestar que la mayoría de los empresarios no le toman de mayor importancia a la toma de decisiones dentro de la gestión financiera por lo que generalmente es la parte más importante o la más difícil debido a que dicha

gestión mira las estrategias y en el que se beneficia del entorno por lo que la mayoría están equivocados al pensar que la gestión de calidad es la más óptima, por lo tanto esta gestión estudia los procesos y los planifica de una manera que se ahorre tiempo y dinero.

6.- Competitividad en la gestión financiera

Tabla N°13

Importancia de la gestión financiera para la competitividad

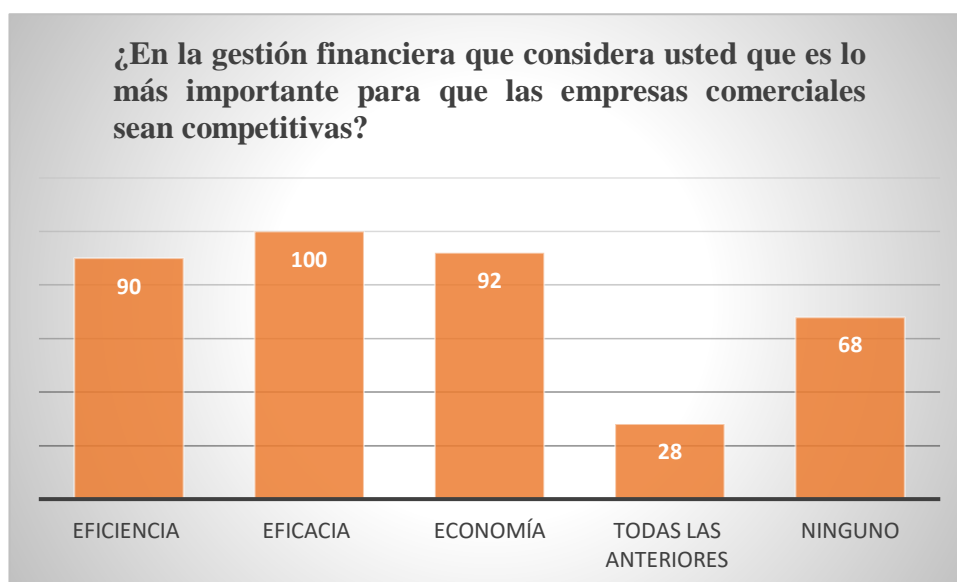
| Alternativas | Frecuencia | F. Absoluta | F. Relativa |
|-----------------------------|------------|-------------|-------------|
| Eficiencia | 90 | 0,2381 | 23,81% |
| Eficacia | 100 | 0,2646 | 26,46% |
| Economía | 92 | 0,2434 | 24,34% |
| Todas las anteriores | 28 | 0,0741 | 7,41% |
| Ninguno | 68 | 0,1799 | 17,99% |
| Total | 378 | 1 | 100% |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Gráfico N°9

Importancia de la gestión financiera para la competitividad



Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Análisis e interpretación

La encuesta indica que la mayoría se enfoca solo en un principio de la gestión financiera por lo que la eficacia es el más importante dentro de las empresas comerciales ya que el objetivo dentro de estas organizaciones es la obtención de metas y objetivos para lograr así alcanzar el éxito.

7.- Generación de deudas impagas

Tabla N°14

Generación de cartera vencida en las empresas comerciales

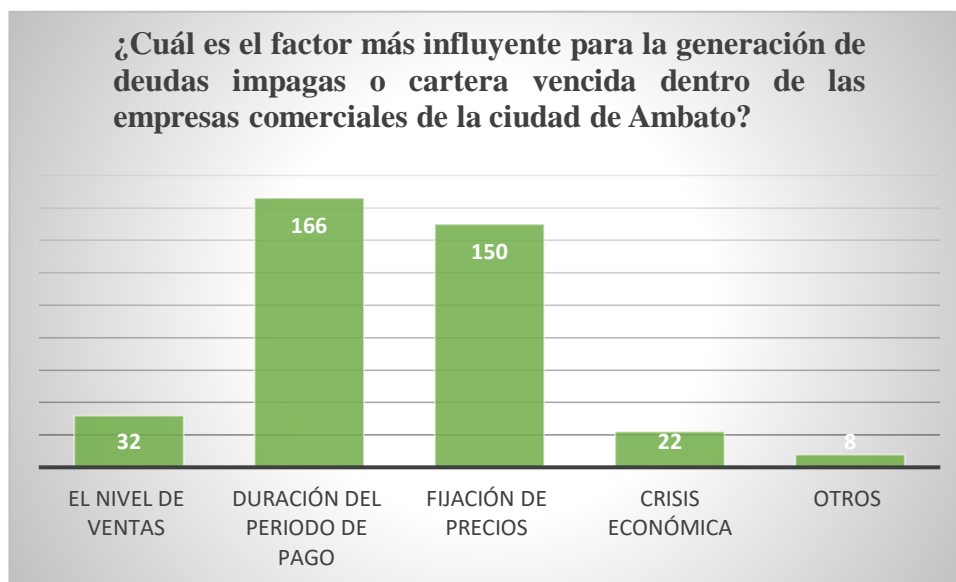
| Alternativas | Frecuencia | F. Absoluta | F. Relativa |
|------------------------------|------------|-------------|-------------|
| El nivel de ventas | 32 | 0,0847 | 8,47% |
| Duración del periodo de pago | 166 | 0,4392 | 43,92% |
| Fijación de precios | 150 | 0,3968 | 39,68% |
| Crisis económica | 22 | 0,0582 | 5,82% |
| Otros | 8 | 0,0212 | 2,12% |
| Total | 378 | 1 | 100% |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Gráfico N°10

Generación de cartera vencida en las empresas comerciales



Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Análisis e interpretación

Según los resultados arrojados por la aplicación de esta encuesta, los responsables de las empresas comerciales manifiestan que el factor más influyente para que se produzcan deudas impagas es debido a la duración del periodo de pago ya que en varias

ocasiones los clientes no cumplen con lo establecido y quieren un plazo mayor debido a que varios clientes tienen varios proveedores.

8.- Calidad de clientes

Tabla N°15

Calidad de clientes como factor de la gestión financiera

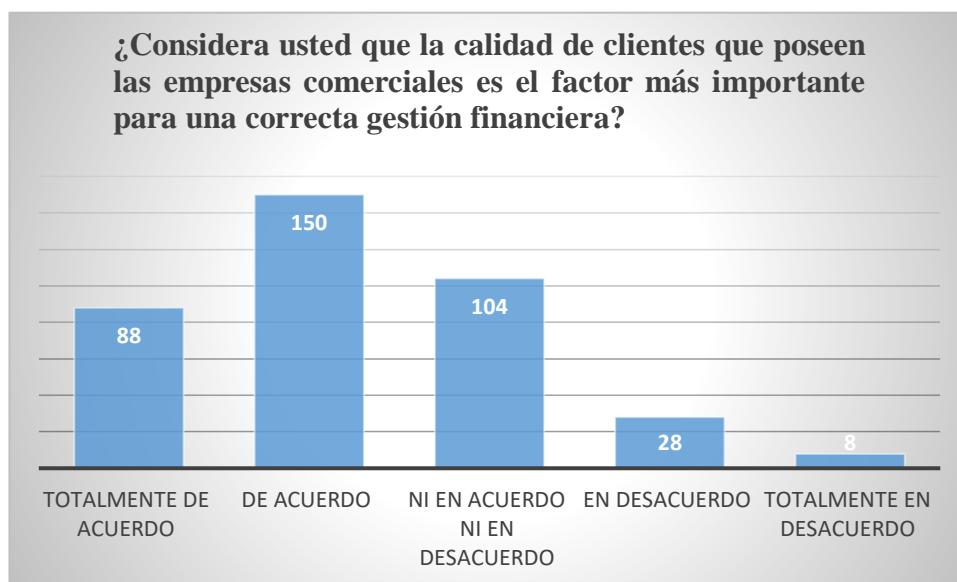
| Alternativas | Frecuencia | F. Absoluta | F. Relativa |
|---------------------------------------|------------|-------------|-------------|
| Totalmente de acuerdo | 88 | 0,2328 | 23,28% |
| De acuerdo | 150 | 0,3968 | 39,68% |
| Ni en acuerdo ni en desacuerdo | 104 | 0,2751 | 27,51% |
| En desacuerdo | 28 | 0,0741 | 7,41% |
| Totalmente en desacuerdo | 8 | 0,0212 | 2,12% |
| Total | 378 | 1 | 100% |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Gráfico N°11

Calidad de clientes como factor de la gestión financiera



Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Análisis e interpretación

La mayoría de las personas encuestadas manifiestan que el factor más importante para que una empresa tenga una correcta gestión financiera es que obtengan dentro de su poder calidad de clientes, en donde todas las organizaciones poseen en escasas cantidades y de los cuales dependen para subsistir dentro del mercado.

9.- La competitividad

Tabla N°16

La competitividad y la diferenciación dentro de las empresas

| Alternativas | Frecuencia | F. Absoluta | F. Relativa |
|-----------------|------------|-------------|-------------|
| Siempre | 52 | 0,1376 | 13,76% |
| Casi siempre | 30 | 0,0794 | 7,94% |
| Muchas veces | 60 | 0,1587 | 15,87% |
| Muy pocas veces | 176 | 0,4656 | 46,56% |
| Nunca | 60 | 0,1587 | 15,87% |
| Total | 378 | 1 | 100% |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Gráfico N°12

La competitividad y la diferenciación dentro de las empresas



Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Análisis e interpretación

De acuerdo al análisis se puede deducir muy pocas veces las empresas comerciales tienen diferenciación en su producto debido a que no poseen estrategias adecuadas lo que conlleva a perder participación y a no obtener competitividad en el mercado por

ende los clientes buscan a la competencia para poder satisfacer sus necesidades dentro del mismo ámbito económico.

10.- Evaluación de estrategias

Tabla N°17

Evaluación de estrategias mediante comparación de resultados

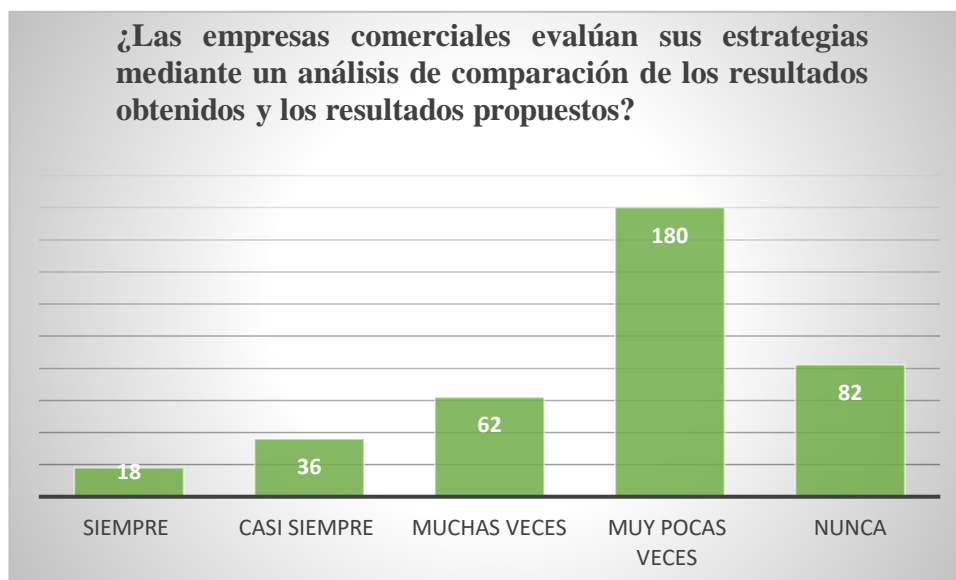
| Alternativas | Frecuencia | F. Absoluta | F. Relativa |
|-----------------|------------|-------------|-------------|
| Siempre | 18 | 0,0476 | 4,76% |
| Casi siempre | 36 | 0,0952 | 9,52% |
| Muchas veces | 62 | 0,1640 | 16,40% |
| Muy pocas veces | 180 | 0,4762 | 47,62% |
| Nunca | 82 | 0,2169 | 21,69% |
| Total | 378 | 1 | 100% |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Gráfico N°13

Evaluación de estrategias mediante comparación de resultados



Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Análisis e interpretación

La gráfica indica que las empresas comerciales muy pocas veces evalúan sus estrategias mediante un análisis de comparación de los resultados obtenidos y los resultados propuestos en un tiempo determinado lo cual no planifican para largo plazo

y por ende ocasiona que las empresas no puedan ser competitivas logrando un mayor número de ventas.

11.- Factor dentro de la competitividad

Tabla N°18

Factor más importante dentro de la competitividad

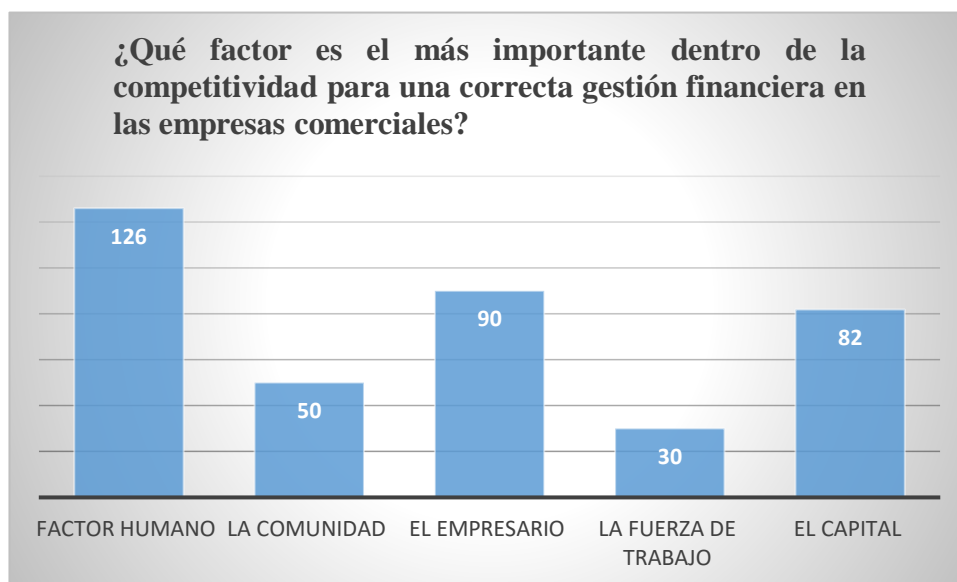
| Alternativas | Frecuencia | F. Absoluta | F. Relativa |
|-----------------------------|------------|-------------|-------------|
| Factor humano | 126 | 0,3333 | 33,33% |
| La comunidad | 50 | 0,1323 | 13,23% |
| El empresario | 90 | 0,2381 | 23,81% |
| La fuerza de trabajo | 30 | 0,0794 | 7,94% |
| El capital | 82 | 0,2169 | 21,69% |
| Total | 378 | 1 | 100% |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Gráfico N°14

Factor más importante dentro de la competitividad



Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Análisis e interpretación

Se observa que la mayoría de las empresas comerciales manifiestan que el factor humano es el más importante, el empresario también se considera como uno de los más importantes, debido a que dichos factores se encuentran bajo el control de las organizaciones y dependiendo de estos para una correcta gestión financiera generando

competitividad, el cual tiene relación directa para resolver las necesidades o llevar a cabo las actividades necesarias para generar mayores beneficios dentro de las empresas dentro y su entorno.

12.- Pérdida de poder

Tabla N°19

Pérdida de poder dentro de su actividad económica

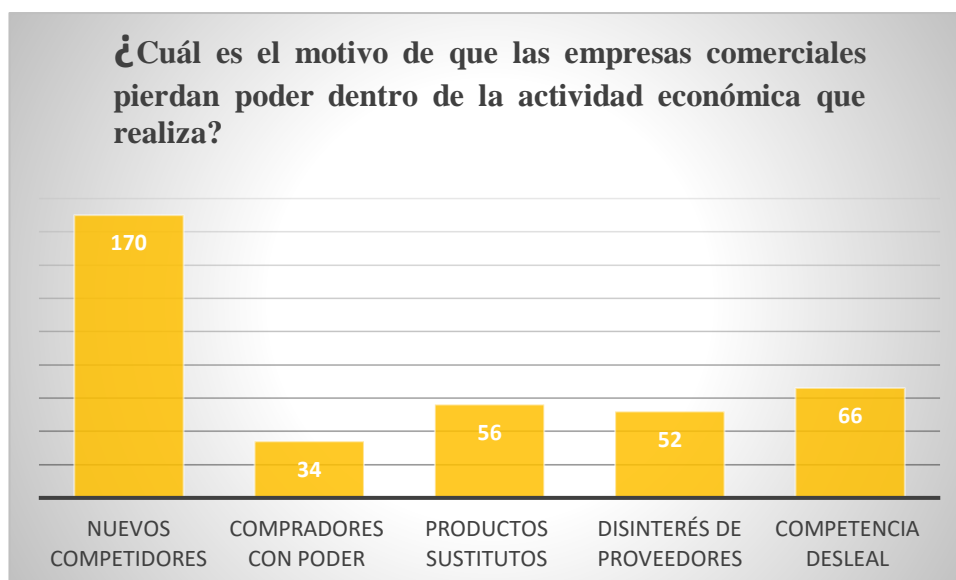
| Alternativas | Frecuencia | F. Absoluta | F. Relativa |
|---------------------------|------------|-------------|-------------|
| Nuevos competidores | 170 | 0,4497 | 44,97% |
| Compradores con poder | 34 | 0,0899 | 8,99% |
| Productos sustitutos | 56 | 0,1481 | 14,81% |
| Desinterés de proveedores | 52 | 0,1376 | 13,76% |
| Competencia desleal | 66 | 0,1746 | 17,46% |
| Total | 378 | 1 | 100% |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Gráfico N°15

Pérdida de poder dentro de su actividad económica



Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresas comerciales de la ciudad de Ambato

Análisis e interpretación

La mayor parte de las empresas comerciales pierden su poder debido a nuevos competidores que se generan dentro del mismo mercado en donde aprovechan como una oportunidad la demanda insatisfecha que existe en el entorno, esto se genera porque varias empresas no pueden satisfacer las necesidades de los clientes y estos

buscan otros proveedores en el cual permitan obtener mayor beneficio, mientras que un grupo reducido piensa que compradores con poder han generado dicha pérdida de poder de las empresas, por consiguiente en las empresas comerciales se debe establecer estrategias y políticas en las cuales sean más competitivas y se genere el beneficio mutuo.

Para concluir con la recolección de información se obtuvo un análisis como factor predominante la gestión financiera en el cual interviene la cartera vencida, un factor negativo dentro de las empresas esto es generado por la escases de estrategias, a la hora de vender sus productos. La gestión de calidad se manifiesta que es la mejor opción cuando se comercializa los productos por lo cual la duración del periodo de pago es el factor más relevante para la generación de deudas, las empresas pierden participación en el mercado debido a que no tienen diferenciación en su producto o no poseen un análisis de comparación de los resultados obtenidos y los resultados propuestos en un tiempo determinado para evitar esto se analiza mediante un estudio de nuevos competidores que se generan dentro del mismo mercado, para estos resultados tenemos los índices financieros que dan la mayor versatilidad de los estados financieros de la empresa Juan de la Cruz



Tabla N°20

Estados Situación Financiera



MULTISERVICIOS JUAN DE LA CRUZ S.A.
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2016

| CUENTAS | 2015 | 2016 |
|--|------------------------|------------------------|
| ACTIVOS | | |
| ACTIVO CORRIENTE | \$ 3.200.696,14 | \$ 3.600.303,43 |
| Efectivo y equivalentes del efectivo | \$ 28.280,86 | \$ 8.311,57 |
| Activos financieros | \$ 1.404.112,57 | \$ 1.738.173,00 |
| Documentos y cuentas por cobrar clientes no relacionados | \$ 1.406.300,14 | \$ 1.654.591,14 |
| Documentos y cuentas por cobrar relacionados | \$ 16.218,00 | \$ 2.922,71 |
| Otras cuentas por cobrar | \$ 24.380,14 | \$ 120.194,57 |
| (-) Provisión cuentas incobrables y deterioro | \$ (42.785,71) | \$ (39.535,29) |
| Inventarios | \$ 1.745.666,29 | \$ 1.826.941,71 |
| Servicios y otros pagos anticipados | \$ 8.925,43 | \$ 10.367,00 |
| Activos por impuestos corrientes | \$ 13.711,00 | \$ 16.510,29 |
| ACTIVO NO CORRIENTE | \$ 472.324,57 | \$ 468.684,71 |
| Propiedad, planta y equipo neto | \$ 176.452,14 | \$ 213.574,57 |
| Activos intangibles | \$ 25.936,14 | \$ 15.834,29 |
| Propiedad de inversión | \$ 269.936,43 | \$ 240.704,43 |
| TOTAL ACTIVOS | \$ 3.673.020,71 | \$ 4.068.988,29 |
| PASIVOS | | |
| PASIVO CORRIENTE | \$ 2.630.687,14 | \$ 2.740.835,29 |
| Cuentas y documentos por pagar | \$ 2.310.899,14 | \$ 2.345.610,43 |
| Otras obligaciones corrientes | \$ 124.297,29 | \$ 82.961,86 |
| Obligaciones con Instituciones Financieras | \$ 192.356,71 | \$ 307.726,43 |
| Otras provisiones corrientes | \$ 3.134,14 | \$ 4.536,57 |
| PASIVO NO CORRIENTE | \$ 111.274,71 | \$ 182.843,71 |
| Cuentas por pagar diversas/relacionadas | \$ 42.857,14 | \$ 42.857,14 |
| Obligaciones con Instituciones Financieras a largo plazo | \$ 5.958,29 | \$ 64.194,71 |
| Provisiones por beneficios a empleados | \$ 62.459,43 | \$ 75.791,86 |
| TOTAL PASIVOS | \$ 2.741.962,00 | \$ 2.923.679,00 |
| PATRIMONIO | | |
| Capital | \$ 474.285,71 | \$ 654.285,71 |
| Aporte para futura capitalización | \$ 180.000,00 | \$ - |
| Reservas | \$ 65.122,29 | \$ 87.501,43 |
| Resultados acumulados | \$ 219,29 | \$ 221.307,00 |
| Resultados acumulados por adopción de NIIF's | \$ (49.530,14) | \$ (49.530,14) |
| Resultados del ejercicio | \$ 267.054,86 | \$ 201.156,43 |
| Otros resultados integrales acumulados | \$ (6.093,14) | \$ 30.588,86 |
| TOTAL PATRIMONIO | \$ 931.058,86 | \$ 1.145.309,29 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | \$ 3.673.020,71 | \$ 4.068.988,29 |

Tabla N°21

Estado de Resultados



MULTISERVICIOS JUAN DE LA CRUZ S.A
ESTADO DE RESULTADOS
POR LOS PERIODOS TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2016



| CUENTAS | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
|--|------------------------|------------------------|
| INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS | \$ 10.856.542 | \$ 10.622.210 |
| COSTO DE SERVICIOS PRESTADOS | \$ (9.077.355) | \$ (8.872.759,14) |
| UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | \$ 1.779.187,14 | \$ 1.749.450,71 |
| OTROS INGRESOS | \$ 77.354,71 | \$ 56.060,71 |
| GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS | \$ (1.386.071) | \$ (1.452.229,43) |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA DE OPERACIONES CONTINUADAS | \$ 470.471,43 | \$ 353.282,14 |
| 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES | \$ (70.571) | \$ (52.992,29) |
| IMPUESTO A LA RENTA | \$ (103.132,43) | \$ (76.498,29) |
| UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO | \$ 296.768,29 | \$ 223.791,57 |
| RESERVAS | \$ (29.676,86) | \$ (22.379,14) |
| SALARIO DIGNO | \$ (36,71) | \$ (256,14) |
| UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO | \$ 267.054,86 | \$ 201.156,43 |

Índices Financieros

Los indicadores financieros son herramientas que se diseñan mediante la información financiera de la empresa y son fundamentales para medir la estabilidad, la capacidad de endeudamiento, la capacidad de generar liquidez, los rendimientos y las utilidades de la entidad, los indicadores financieros permiten el análisis de la realidad financiera, de manera individual, y facilitan la comparación de la misma con la competencia y con la entidad u organización que lidera el mercado (Pimenta & Martinez, 2014).

Liquidez

Mide la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo es decir el dinero en efectivo que posee, para cancelar sus deudas se limitan al análisis del activo y pasivo corriente.

Tabla N°22

Liquidez

| Fórmula | 2015 | 2016 |
|---|---|---|
| $= \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$ | $= \frac{3.200.696,14}{2.630.687,14}$ $= 1,22$ | $= \frac{3.600.303,43}{2.740.835,29}$ $= 1,31$ |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresa Juan de la Cruz agencia Ambato.

En el año 2015 la Compañía presento un índice de liquidez de 1,22 ctvs, lo que indica que por cada dólar de deuda cuenta con 0,22 ctvs más para el pago de sus obligaciones corrientes, en el año 2016 este índice aumento 1,31 ctvs lo que indica que por cada dólar de deuda la empresa cuenta con 0,31 ctvs más para el pago de sus obligaciones corrientes, es decir, la empresa aumento su liquidez.

Prueba ácida

Proporciona una medida más exigente de la capacidad de pago de una empresa en el corto plazo es más severo que la liquidez.

Tabla N°23

Prueba ácida

| Fórmula | 2015 | 2016 |
|--|--|--|
| $= \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo corriente}}$ | $= \frac{1.455.029,85}{2.630.687,14}$ = 0,55 | $= \frac{1.773.361,72}{2.740.835,29}$ = 0,65 |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresa Juan de la Cruz agencia Ambato

En el año 2015 y 2016 el índice de prueba acida es de 0,55 y 0,65 respectivamente lo que indica que la Compañía no puede cubrir sus obligaciones corrientes por lo que debería recurrir a la realización de sus inventarios.

Capital de trabajo

El capital de trabajo es lo que se obtiene después de pagar las deudas inmediatas, es la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes, es lo que queda para poder operar en el día a día.

Tabla N°24

Capital de Trabajo

| Fórmula | 2015 | 2016 |
|---|---|---|
| $= \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$ | $= 3.200.696,14 - 2.630.687,14$ = 570.009 | $= 3.600.303,43 - 2.740.835,29$ =859.468,14 |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresa Juan de la Cruz agencia Ambato

Una vez la empresa cancele el total de sus obligaciones corrientes, le quedaran \$570.009 en el año 2015 para atender las obligaciones que surgen en el normal desarrollo de su actividad económica. Podemos observar que para el año 2016 dicho capital de trabajo aumento en \$859.468,14 lo cual puede ser consecuencia de la nueva línea de productos obtenida por la compañía.

Solvencia

La solvencia es la relación que indica cuántos recursos se tienen en activo en comparación con el pasivo, este indicador es utilizado por los analistas financieros, se acompaña con otras relaciones que se practican sobre las cuentas y rubros de los estados contables.

Tabla N°25

Solvencia

| Fórmula | 2015 | 2016 |
|---|---|---|
| $= \frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$ | $= \frac{3.673.020,71}{2.741.962}$ = 1,34 | $= \frac{4.068.988,29}{2.923.679}$ = 1,39 |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresa Juan de la Cruz agencia Ambato

El índice de solvencia de la compañía en el año 2015 fue de 1,34 y en el 2016 fue de 1,39 lo cual se manifiesta que no es suficiente el nivel de solvencia el resultado obtenido lo que puede generar desconfianza en los acreedores o posibles acreedores.

Rotación de cartera

Miden la frecuencia de recuperación de las cuentas por cobrar, el propósito es medir el plazo promedio de créditos otorgados a los clientes y evaluar la política de crédito y cobranza.

Tabla N°26

Rotación de cartera

| Fórmula | 2015 | 2016 |
|---|--|--|
| $= \frac{\text{Cuentas por cobrar clientes}}{\text{Ventas netas}} \times 360$ | $= \frac{1.406.300,14}{10.856.542} \times 365$ = 47 Días | $= \frac{1.654.591,14}{10.622.210} \times 365$ = 56 Días |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresa Juan de la Cruz agencia Ambato

En el año 2015 la compañía recuperaba su cartera en 47 días, lo que para el año 2016 este índice aumento en 56 días lo que quiere decir en los cobros a clientes tuvo un incremento de 9 días.

Endeudamiento

Representa el porcentaje de fondos de participación de los acreedores, ya sea en el corto o largo plazo, el objetivo primordial es medir el grado de endeudamiento o proporción de fondos aportados por los acreedores

Tabla N°27
Endeudamiento

| Fórmula | 2015 | 2016 |
|--|--|--|
| $= \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}} \times 100$ | $= \frac{2.741.962}{3.673.020,71} \times 100$ = 74.65 | $= \frac{2.923.679}{4.068.988,29} \times 100$ = 71.85 |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Fuente: Empresa Juan de la Cruz agencia Ambato

Por cada dólar del activo, el 74,65% en el año 2015 pertenece a terceros a través de los créditos, en el año 2016 bajo al 71,85% lo que ha provocado un decrecimiento y pérdida de participación de la empresa en el mercado

Rentabilidad

La rentabilidad mide la capacidad que tiene la entidad de mantenerse en el tiempo; es decir, la sostenibilidad que ha de ser producto de la efectividad que tiene al administrar los costos y gastos y convertirlos en utilidad.

Tabla N°28

Rentabilidad

| Fórmula | 2015 | 2016 |
|--|---|---|
| $= \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$ | $= \frac{1.779.187}{10.856.542} \times 100$ = 16,39 | $= \frac{1.749.450}{10.622.210} \times 100$ = 16,46 |
| $= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$ | $= \frac{296.768,29}{10.856.542} \times 100$ = 2,46 | $= \frac{223.791,57}{10.622.210} \times 100$ = 2,10 |

Elaborado por: Gabriel Galarza


Fuente: Empresa Juan de la Cruz agencia Ambato

Margen Bruta de utilidad

La compañía por cada dólar que ha vendido en el año 2015 genero el 16,39% de utilidad, en el año 2016 la empresa aumento un margen de utilidad de 0,07%.

Rendimiento de utilidad neta

La compañía Juan de la Cruz por cada dólar vendido genera de utilidad 2,46% en el año 2015, para el próximo año la empresa disminuyo al 2,10%.

| | | |
|--|---|---|
|  JUAN DE LA CRUZ <small>MULTISERVICIOS</small> | GUÍA | PAG: 1 DE 21 |
| | MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DENTRO DE LA GESTION FINANCIERA | VERSIÓN: 1 CODIGO: MNP FECHA QUE SE REALIZÓ 06/03/2018 |

PROPUESTA

**MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA MEJORAR LA
COMPETITIVIDAD DENTRO DE LA GESTION FINANCIERA**




NOMBRE: GABRIEL GALARZA
AMBATO, MARZO DE 2018



ÍNDICE DE CONTENIDO

| CONTENIDO | PÁGINA |
|--|---------------|
| Introducción..... | 3 |
| Justificacion | 3 |
| Mision..... | 4 |
| Visión..... | 4 |
| Objetivos | 4 |
| Políticas | 4 |
| Políticas generales | 5 |
| Política de calidad..... | 5 |
| Política gestión de crédito..... | 6 |
| Política de venta..... | 8 |
| Entrega del pedido | 10 |
| Facturación del pedido..... | 13 |
| Condiciones de venta..... | 15 |
| Venta de contado | 15 |
| Venta de crédito..... | 15 |
| Cupo y ampliación de los días de plazo | 15 |
| Recuperación de cartera..... | 16 |

| | | |
|---|---|---|
|  | GUÍA | PAG: 3 DE 21 |
| | MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DENTRO DE LA GESTION FINANCIERA | VERSIÓN: 1 CODIGO: MNP FECHA QUE SE REALIZÓ 06/03/2018 |

Introducción


Entre las etapas más importantes para la toma de decisiones, se recalca los reglamentos que facilitan al personal y a los clientes cumplir procesos a la hora de comprar y vender el producto y donde proporcionan la orientación adecuada que se requiere para el ámbito operativo, son una herramienta necesaria para cumplir sus funciones y procesos de una manera clara y en el tiempo establecido


La presente propuesta de diseñar políticas y procedimientos en la gestión financiera ha sido elaborado con el propósito de brindar información de una manera concreta y como se deben describir los procesos para obtener mejor competitividad y posicionamiento de la empresa Juan de la Cruz agencia Ambato.

Las políticas y procedimientos utilizados para mejorar la competitividad y posicionamiento van a ser el punto de partido para que los empresarios con visión financiera tendrán que considerar a fin de orientar efectiva y eficientemente la gerencia de crédito y cobranzas. Así, se pretende lograr los objetivos propuestos para la empresa donde el volumen de sus ventas y el nivel de sus utilidades netas periódicas dependen de las ventas a crédito.

Justificación

Todas las empresas en la actualidad para brindar un servicio de crédito en sus productos deben establecer procedimientos, políticas y las herramientas más adecuadas para proporcionar un funcionamiento eficiente y de manera más rápida, se enfoca en incluir en sus modelos administrativos en donde las ventajas competitivas están enfocadas al alcance diario de la competitividad las empresas tienen que estar en constante cambio.

| | | |
|--|--|--|
|  | <p style="text-align: center;">GUÍA</p> <p>MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DENTRO DE LA GESTION FINANCIERA</p> | <p>PAG: 4 DE 21 VERSIÓN: 1 CODIGO: MNP FECHA QUE SE REALIZÓ 06/03/2018</p> |
| <p>para enfrentar el mundo de la globalización y determinar qué tan competitiva o no pude ser en el mercado.</p> <p>El contar con políticas y procedimientos en la gestión financiera permitirá a la empresa Juan de la Cruz de la ciudad de Ambato a mejorar su competitividad en donde permitirá mitigar el riesgo con reglas claras y concretas para tener mejor posicionamiento del mercado</p> <p style="text-align: center;">Misión</p> <p>Nos especializamos en lograr su satisfacción en crecimiento y rentabilidad, liderando con innovación y tecnología el mercado de consumo y la industria</p> <p style="text-align: center;">Visión</p> <p>Ser un Grupo Empresarial de cobertura nacional que duplica sus ventas, comprometidos con el desarrollo de nuestra gente y del país.</p> <p style="text-align: center;">Objetivo</p> <p>Diseñar las políticas y procedimientos adecuados en la gestión financiera para mejorar la competitividad y el posicionamiento de la Empresa Juan De la Cruz. Introducción.</p> <p style="text-align: center;">Políticas</p> <p>Todo movimiento empresarial se opera bajo políticas o normas que guían la variedad de actividades comerciales que se proporcionan en el mercado es así, considerando que el crédito es un proceso metódico de pasos y procedimientos interrelacionados al desarrollo económico y financiero se necesita de políticas para que dicha actividad se procese sobre objetivos específicos.</p> | | |

| | | |
|---|---|---|
|  | GUÍA | PAG: 5 DE 21 |
| | MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DENTRO DE LA GESTION FINANCIERA | VERSIÓN: 1 CODIGO: MNP FECHA QUE SE REALIZÓ 06/03/2018 |

Políticas Generales

Organización que se orienta a satisfacer las necesidades del cliente y orientada a los resultados

Intervención del personal comprometida a ampliar una cultura corporativa y un excelente ambiente laboral

Liderazgo en los distintos niveles jerárquicos

Perspectiva desarrolla a procesos, mejora continua y sistemas automatizados


Capacitación permanente del personal en investigación de mercados orientados a la descentralización de la planificación y ejecución

Revisar periódicamente el manual de políticas y procedimientos.

Para la entrega de los productos a los distintos clientes, dicha mercadería debe ser metódicamente revisada antes de su entrega para que el cliente nos tenga inconvenientes a la hora de recibir su pedido.

Política de Calidad

En Juan de la Cruz agencia Ambato comercializamos productos de alta y excelente calidad para tu hogar buscando satisfacer las necesidades y perspectivas de nuestros clientes, socios y comunidad mediante el mejoramiento continuo de nuestras líneas de productos, logística, compras, comercialización y distribución, contando con la calificada colaboración y apoyo de nuestro talento humano.

| | | |
|---|---|---|
|  | GUÍA | PAG: 6 DE 21 |
| | MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DENTRO DE LA GESTION FINANCIERA | VERSIÓN: 1 CODIGO: MNP FECHA QUE SE REALIZÓ 06/03/2018 |

Otorgamiento de créditos o días plazo a clientes nuevos con la entrega de productos

Política de Gestión de crédito

Estándar para conceder el crédito

En el otorgamiento de un crédito se deben tener muy en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos:

Impacto de compras: Se debe realizar las 5 primeras compras en efectivo para lograr conocer al cliente y que el mismo conozca cómo es la forma de trabajo de la empresa.

Moralidad comercial: Se hace referencia al hábito de pago de los clientes con el sector real, el sector financiero.

Capacidad de pago: Capacidad que posee el cliente para apropiarse de compromisos con proveedores y para desempeñar con sus gastos generales y financieros.

Respaldo patrimonial: Se trata de conocer cuál es el respaldo del cliente, en conclusión, conocer cuánto posee y cuanto es lo que adeuda el por ende si se le confiere el crédito no debe superar el patrimonio del cliente.

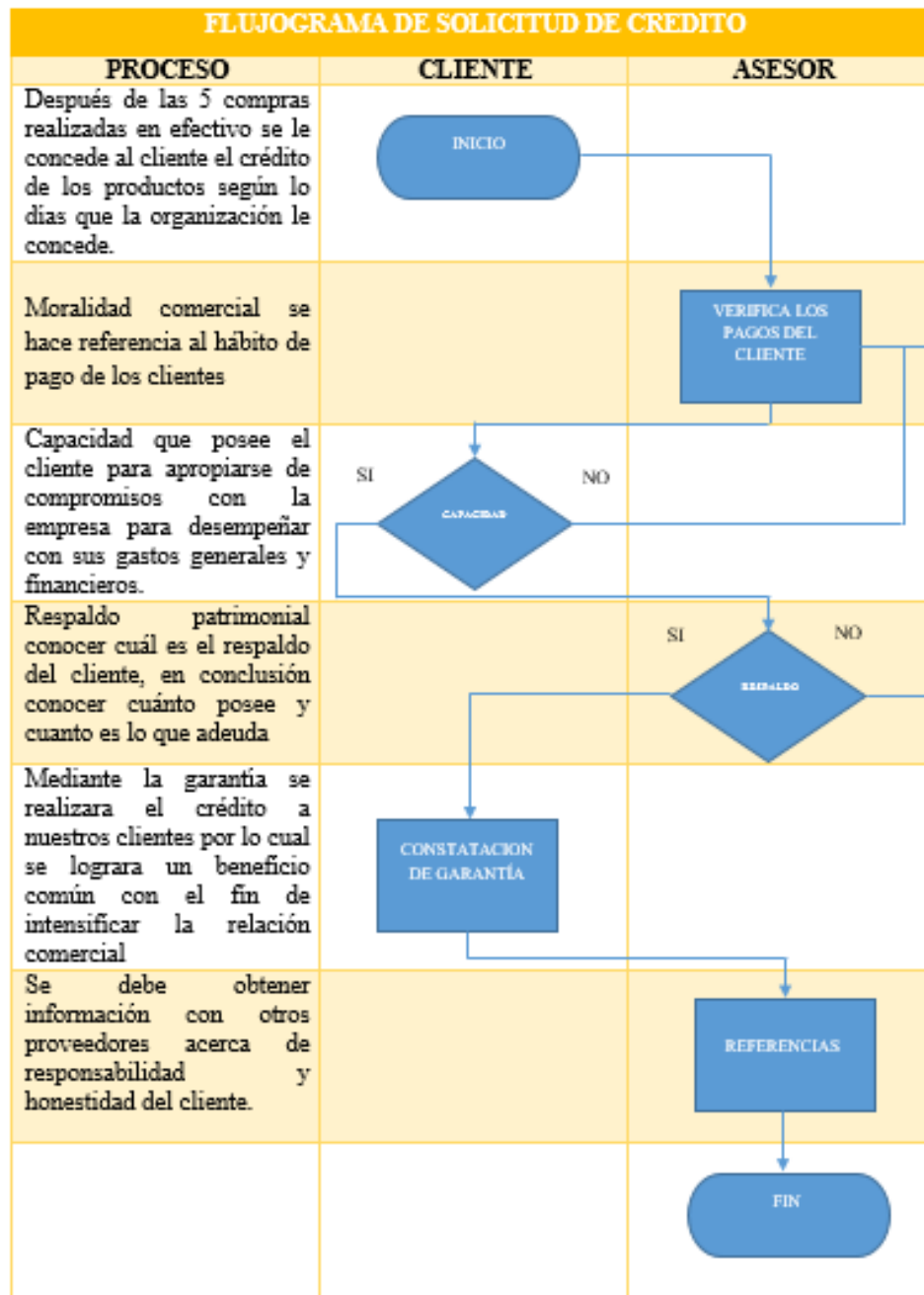
Garantía: Mediante la obtención de la garantía (facturas) para el crédito con nuestros clientes, se logrará un beneficio común, con el fin de intensificar la relación comercial que alcanzara a obtener confianza y fluidez en sus operaciones con nosotros.

Localización del negocio: Aspecto del negocio, tamaño y capacidad de almacenaje, calculo estimado del negocio. Se debe obtener información con otros proveedores acerca de responsabilidad y honestidad del cliente.




Gráfico N°16

Proceso de solicitud de crédito



Elaborado por: Gabriel Galarza

| | | |
|---|---|---|
|  | GUÍA | PAG: 8 DE 21 |
| | MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DENTRO DE LA GESTION FINANCIERA | VERSIÓN: 1 CODIGO: MNP FECHA QUE SE REALIZÓ 06/03/2018 |

Políticas de venta

Juan de la Cruz agencia Ambato facilita a sus clientes las siguientes políticas para mejor relación, satisfacción y una mejor atención por parte del recurso humano

Pedidos por parte del cliente

Al instante de realizar un pedido se conservarán los precios acordados del producto con el vendedor responsable en la zona correspondiente en caso de que exista un costo elevado o menor al acordado se pondrá en contacto con el cliente para brindarle una solución adecuada para ambas partes.

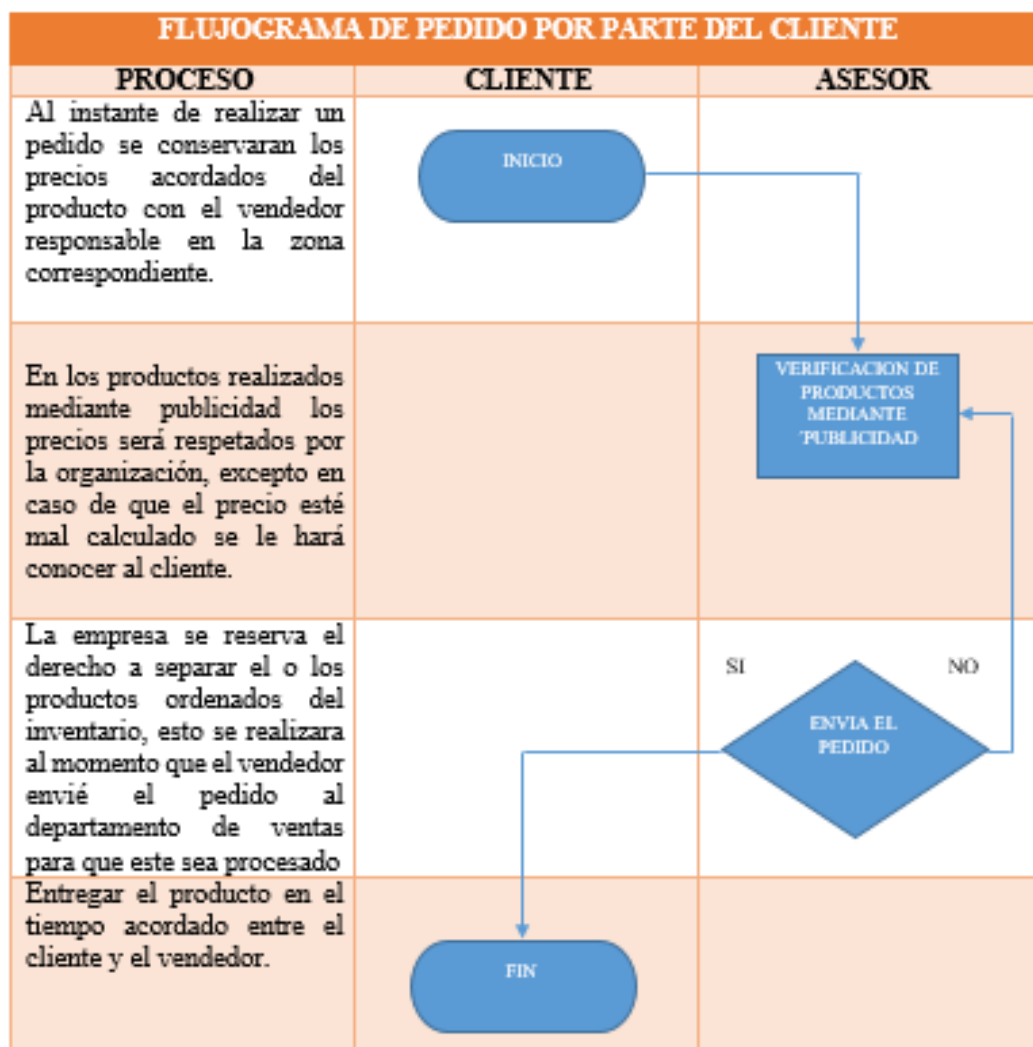
En los productos realizados mediante publicidad los precios serán respetados por la organización, excepto en caso de que el precio esté mal calculado se le hará conocer al cliente

La empresa se reserva el derecho a separar el o los productos ordenados del inventario, esto se realizará al momento que el vendedor envíe el pedido al departamento de ventas para que este sea procesado.




Gráfico N°17

Pedido por parte del cliente a la empresa



Elaborado por: Gabriel Galarza

| | | |
|--|---|---|
|  JUAN DE LA CRUZ <small>MULTISERVICIOS</small> | GUÍA | PAG: 10 DE 21 |
| | MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DENTRO DE LA GESTION FINANCIERA | VERSIÓN: 1 CODIGO: MNP FECHA QUE SE REALIZÓ 06/03/2018 |

Entrega del pedido


Existen diferentes tiempos a la hora de enviar el producto ordenado por nuestros clientes en lo cual puede ser el mismo día, 24 horas, 48 horas esto depende del destino al cual se requiere el producto esto es especificado al momento de compra en donde el tiempo correrá después del pedido del producto en donde es considerado las entregas de lunes a viernes.

Si el pedido no se puede entregar dentro del límite de tiempo acordado se le notificara al cliente antes de enviarle de nuevo el pedido realizado y continuar con la entrega.

Solo se aceptarán devoluciones cuando la mercadería tenga defecto de fábrica y no más de 10 días de ser entregado el producto, en donde se reemplazará el producto defectuoso, en caso de no existir el producto se reembolsara el monto pagado mediante una nota de crédito por la mercadería defectuosa o quedara como abono del próximo pedido a realizar.

En cada de nuestros productos que posean promoción se indicaran que condiciones tiene y que vigencia posee para la adquisición del mismo en el cual se respetara todos los estándares establecidos en el momento de la compra del producto.

La fecha planificada de envío está basada en la existencia del producto y en el tiempo de procesamiento del pedido que realiza el vendedor hacia el departamento de ventas en el cual se procede a notificar a bodega el pedido para su despacho.

| | | |
|--|---|---|
|  JUAN DE LA CRUZ <small>MULTISERVICIOS</small> | GUÍA | PAG: 11 DE 21 |
| | MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DENTRO DE LA GESTION FINANCIERA | VERSIÓN: 1 CODIGO: MNP FECHA QUE SE REALIZÓ 06/03/2018 |

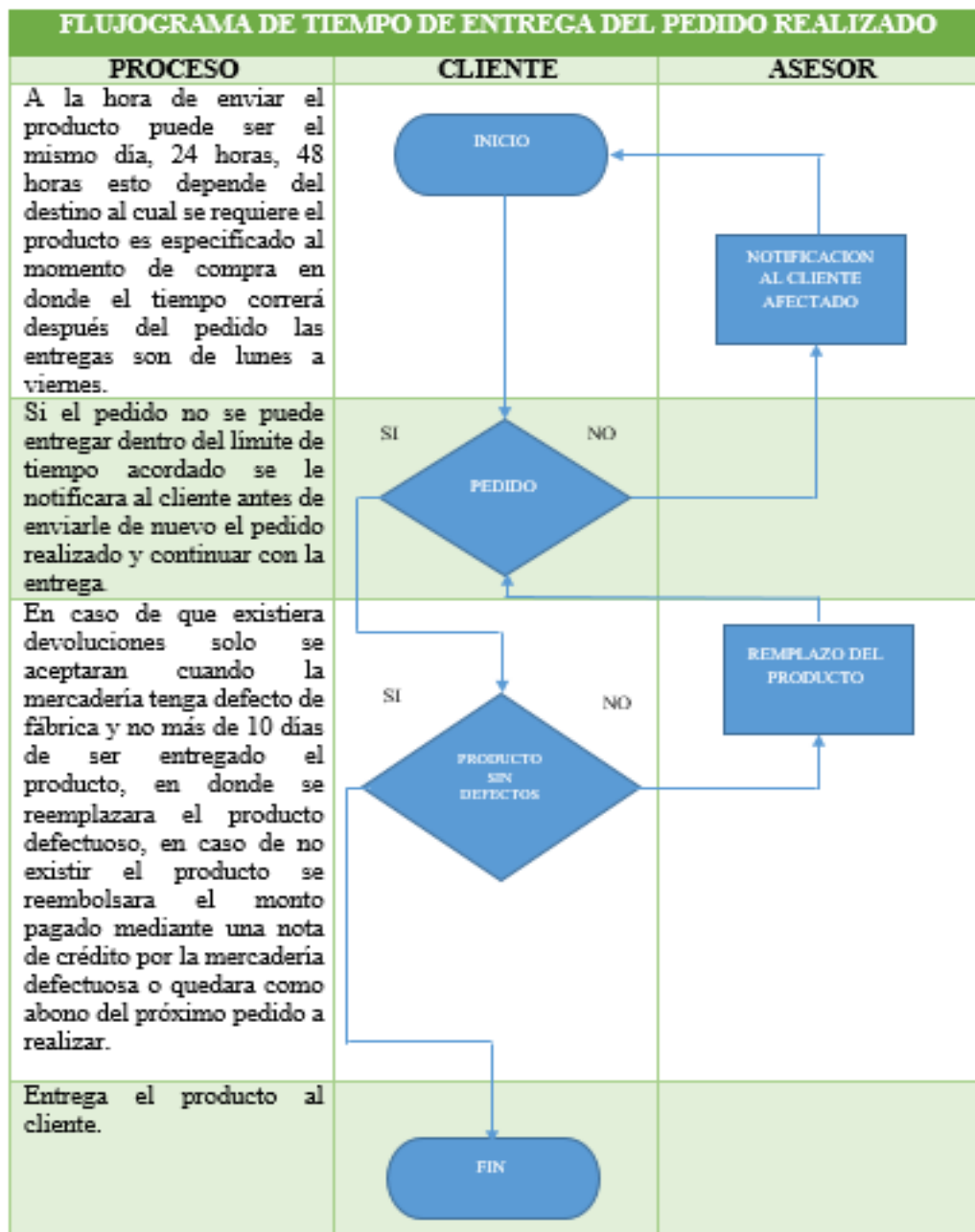
Todos los clientes en las diferentes zonas de la ciudad de Ambato serán atendidos por los ejecutivos de ventas que posee dicha organización en donde se designa de acuerdo al número de clientes que existe dentro de la zona escogida y el tiempo de experiencia que tiene el vendedor

Juan de la Cruz agencia Ambato se reserva el derecho de cambiar las políticas y procedimientos en cualquier instante.




Gráfico N°18

Tiempo de entrega del pedido



Elaborado por: Gabriel Galarza

| | | |
|---|---|---|
|  | GUÍA | PAG: 13 DE 21 |
| | MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DENTRO DE LA GESTION FINANCIERA | VERSIÓN: 1 CODIGO: MNP FECHA QUE SE REALIZÓ 06/03/2018 |

Facturación de pedidos

Todos los pedidos cuando cumplen los requisitos formales y de cupo, son procesados de inmediato a facturación para la entrega del pedido de acuerdo a la fecha establecida con el cliente.

El proceso de digitación se da después de la firma de factura por parte del cliente en el cual los despachadores son los encargados de ilustrar su firma y dar las especificaciones del pedido entregado esto recibe el administrador de agencia, esto es de suma importancia en donde depende del reconocimiento para que el cliente acepta la responsabilidad de deuda favor de la empresa.

A los clientes todas las facturas se les enviarán vía e-mail en donde también al momento de la entrega del producto se le entregará también físicamente una nota de venta para la constatación que el producto fue entregado en el cual el cliente tiene 72 horas en días hábiles para notificar reclamos, en caso de que no exista ninguno acepta las condiciones y asume la responsabilidad de la misma.



GUÍA

MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DENTRO DE LA GESTION FINANCIERA

PAG: 14 DE 21

VERSIÓN: 1

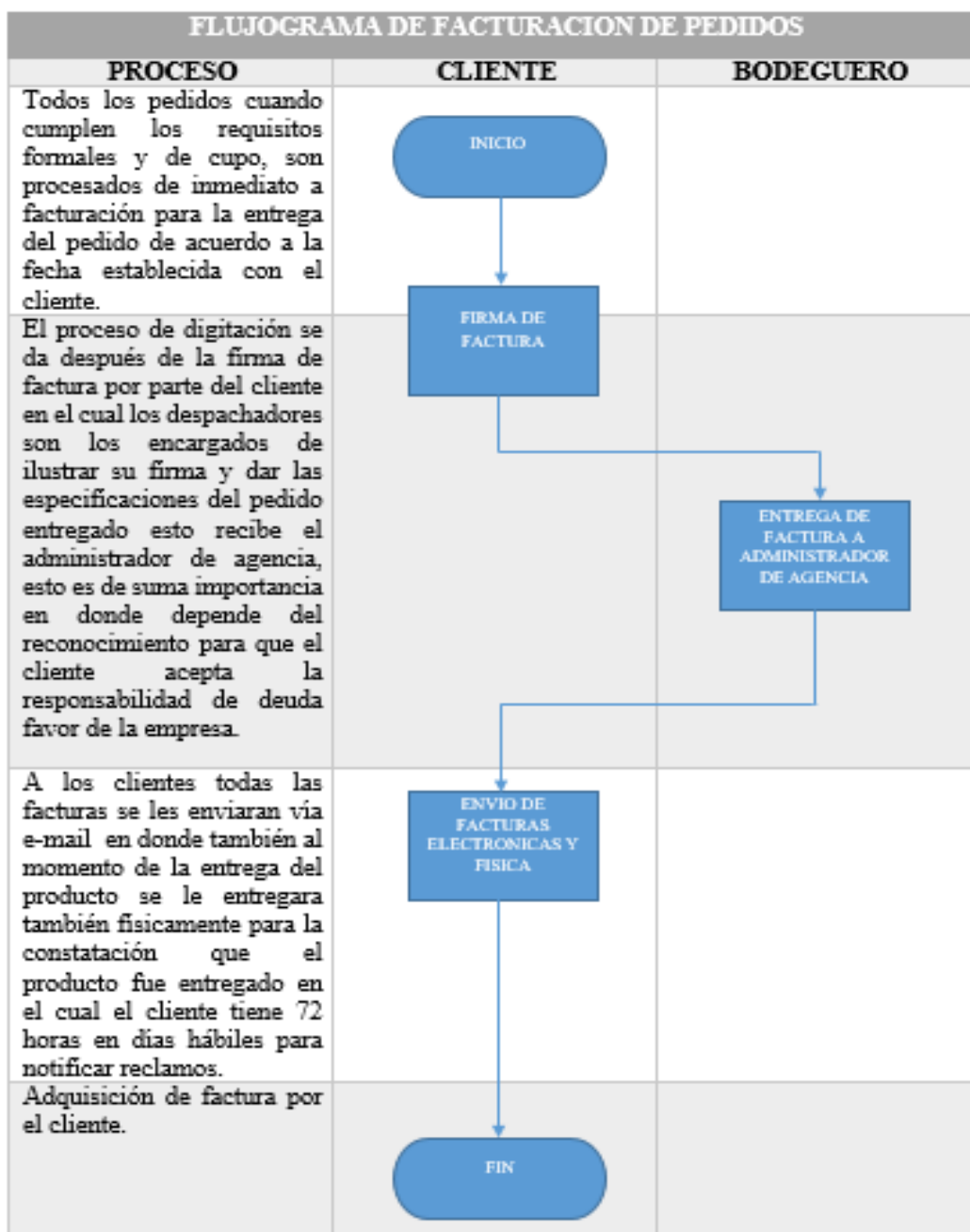
CODIGO: MNP

FECHA QUE SE REALIZÓ


06/03/2018

Gráfico N°19

Facturación del pedido



Elaborado por: Gabriel Galarza

| | | |
|--|--|---|
|  | <p style="text-align: center;">GUÍA</p> <p>MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DENTRO DE LA GESTION FINANCIERA</p> | <p>PAG: 15 DE 21 VERSIÓN: 1 CODIGO: MNP FECHA QUE SE REALIZÓ 06/03/2018</p> |
| <p style="text-align: center;">Condiciones de venta</p> <p style="text-align: center;">Venta de contado</p> <p>Solo se receptorá formas de pago en efectivo y transferencias a la cuenta de la empresa Juan de la Cruz.</p> <p>Contra entrega cuando el pago se realiza en efectivo al momento de recibir la mercadería.</p> <p>En ningún caso una venta de contado debe registrar saldos en cartera se va en contra de los intereses de Juan de la Cruz.</p> <p>Para el pago en contra entrega es responsabilidad del asesor comercial que se realice el pago en efectivo.</p> <p>El pago debe ser por anticipado del 50% para que le producto sea enviado y el otro 50% cuando el producto se entregue caso solo se entregara el monto pagado del producto con la garantía necesaria de la empresa y así evitar el riesgo de fraude esto es en caso de clientes nuevos.</p> <p style="text-align: center;">Ventas de crédito</p> <p>Se realiza cuando un producto se cobra mediante un plazo establecido en una parte o en su totalidad el pago con cheque se conoce como crédito.</p> <p>No se permitirá recibir cheques de terceras personas por seguridad para la organización.</p> <p style="text-align: center;">Incremento de cupos y ampliación de plazo</p> <p>Los clientes que la empresa considera que en el año no ha tenido mora en todos sus pagos se le considerarán como especiales y tendrán diferentes cupos teniendo en cuenta los montos de compra que realiza.</p> | | |


| | | |
|---|---|---|
|  | GUÍA | PAG: 16 DE 21 |
| | MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DENTRO DE LA GESTION FINANCIERA | VERSIÓN: 1 CODIGO: MNP FECHA QUE SE REALIZÓ 06/03/2018 |

Tabla N°29

Propuesta de días de crédito para evitar cartera vencida

| Clientes | Días de crédito | Tiene colchón | Se considera cartera vencida |
|--------------------|-----------------|---------------|------------------------------|
| Reservados | 8 días | no tiene | 9 días |
| Satisfechos | 15 días | tiene 5 días | 21 días |
| Influyentes | 25 días | tiene 5 días | 31 días |
| Especiales | 40 días | tiene 5 días | 46 días |

Elaborado por: Gabriel Galarza

Recuperación de cartera

Los responsables de la gestión de recaudo y obtención del pago de las facturas a vencimiento es deber y trabajo de los asesores comerciales y el Departamento de crédito y cartera de la empresa Juan de la Cruz

Se registrará semanalmente a la fuerza comercial la cuota de recaudo y diariamente se suministrara seguimiento a la gestión de cobros en la información de la cartera dentro de la empresa

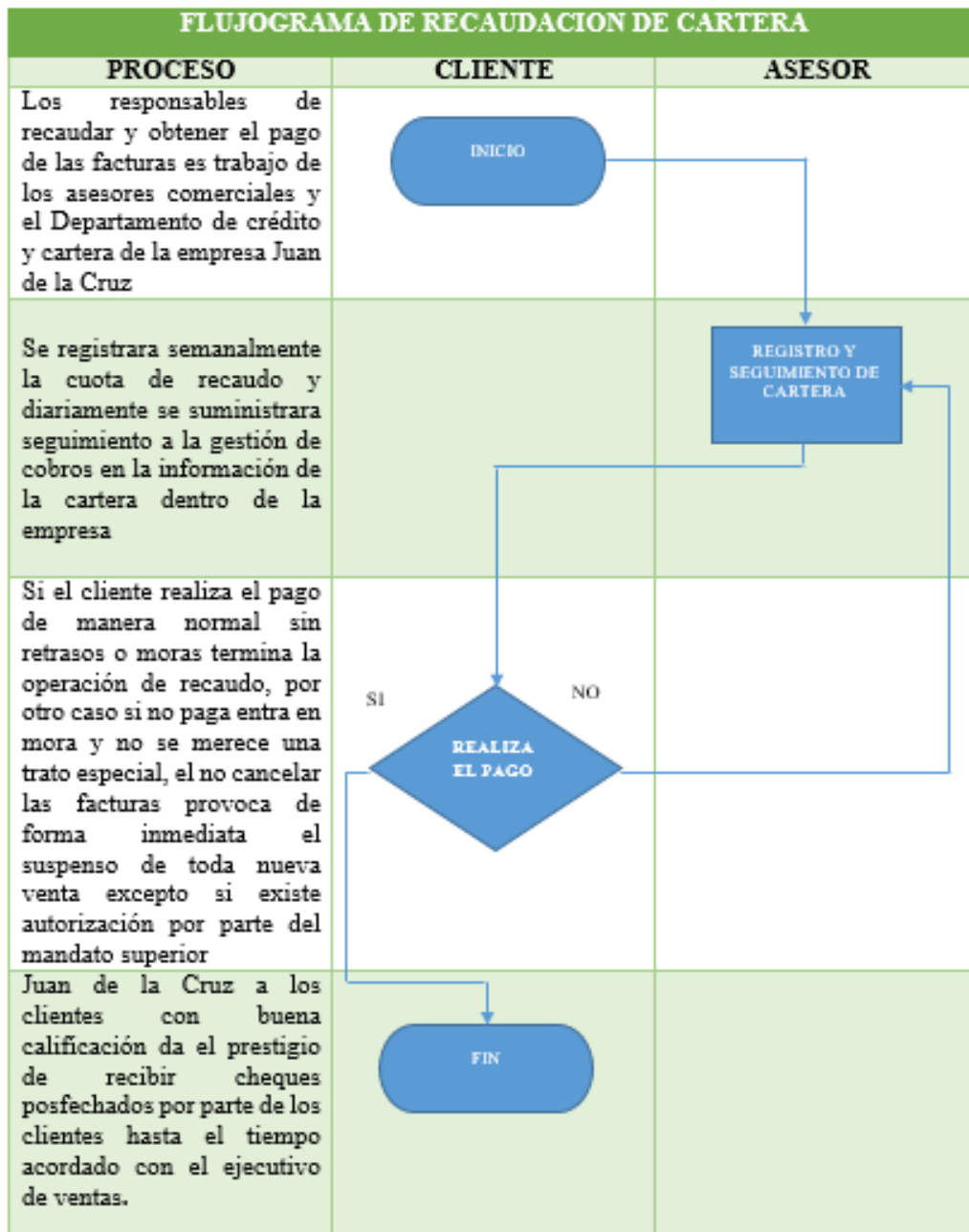
Si el cliente realiza el pago de manera normal sin retrasos o moras termina la operación de recaudo, por otro caso si no paga entra en mora y no se merece un trato especial, el no cancelar las facturas provoca de forma inmediata el suspenso de toda nueva venta excepto si existe autorización por parte del mandato superior.

Juan de la Cruz a los clientes con buena calificación da el prestigio de recibir cheques posfechados por parte de los clientes hasta el tiempo acordado con el ejecutivo de ventas.




Gráfico N°20

Recaudación de cartera



Elaborado por: Gabriel Galarza

| | | |
|---|---|---|
|  | GUÍA | PAG: 18 DE 21 |
| | MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DENTRO DE LA GESTION FINANCIERA | VERSIÓN: 1 CODIGO: MNP FECHA QUE SE REALIZÓ 06/03/2018 |

Recaudo de la cartera vencida la mora en pago

Si el cliente cumple la fecha de vencimiento estipulado en la factura y no paga entra en mora lo independientemente que calidad de cliente sea, en donde se realizara un tratamiento especial de recaudo puede ser días de cuenta regresiva que se llevara mediante etapas como la comunicación directa con el cliente, cobro prejudicial, gestión jurídica.

Pedidos retenidos


El cliente que no pague en su totalidad todo el monto adeudado entrara en mora se retendrá todos los pedidos que realicen todos los asesores deben validar el estatus de cada pedido que los realicen antes de ingresar el pedido con el propósito de no afectar la relación comercial.

De la misma manera todo pedido será retenido en caso de exceder el cupo establecido, en caso de no ser un cliente especial considerado por la organización.

Bloqueo de clientes

Los clientes que evidencien malos hábitos de pago, esto se considera cuando dichos clientes no cancelan hasta la fecha de vencimiento o no cancela el monto adeudado a la empresa.

Los clientes que presenten más de 3 cheques devueltos durante el último año también se les quitaran el privilegio de seguir perteneciendo a la organización Juan de la Cruz.

| | | |
|---|---|---|
|  | GUÍA | PAG: 19 DE 21 |
| | MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DENTRO DE LA GESTION FINANCIERA | VERSIÓN: 1 CODIGO: MNP FECHA QUE SE REALIZÓ 06/03/2018 |

Pagos mediante cheques posfechados

El ejecutivo de ventas deberá informar al asesor comercial de los cheques posfechados que reciben de los clientes en donde son los responsables de tomar las prevenciones de control, calculando el tiempo de despacho y del recaudo del dinero sea el adecuado, y no se podrá enviar un nuevo pedido hasta que se haga efectivo el pago.

Pagos directos en cuenta corriente


Es la manera de pago más eficiente para la compañía, esto evita que el vendedor asuma los riesgos propios de conducir el dinero en efectivo, estos montos son aceptados con un monto superior a 500 dólares americanos, sin embargo, es indispensable validarla mediante el comprobante de pago que el vendedor le entrega al cliente.

Manejo de efectivo

Todo trabajador o funcionario de la empresa que reciba efectivo debe dirigirse por diferentes motivos de forma inmediata a consignar en las cuentas de la organización, no se admite que ningún ejecutivo tenga dinero de la empresa en su poder por más de un día.

Manejo de cheques devueltos

Por ley general quedará el cliente inmediatamente bloqueado hasta que el valor del cheque sea cancelado por el deudor y el cual exceda los límites del tiempo acordado y así generando costos extras por la devolución del cheque en lo cual este gasto se deberá cargar a la cuenta del cliente

| | | |
|---|--|---|
|  | <p style="text-align: center;">GUÍA</p> <p>MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DENTRO DE LA GESTION FINANCIERA</p> | <p>PAG: 20 DE 21 VERSIÓN: 1 CODIGO: MNP FECHA QUE SE REALIZÓ 06/03/2018</p> |
| <p>Entrega de cheques</p> <p>Se entregan a los asesores según la ruta que se da ya sea esta diaria o semanalmente en el cual debe ser entregado en las horas de trabajo, los cheques son entregados al departamento de recaudación para su correcto depósito.</p> <p>Suspensión de crédito al cliente</p> <p>Se suspende el crédito el cliente opera con chequera ajena, cuenta cancelada, saldo embargado, hurto o atraco al vendedor en el proceso de recaudo y quiebra en el cual se dará aviso de inmediato a la organización para que realice las correctas denuncias.</p> <p>Informe de rotación de cartera.</p> <p>Cada mes se produce un cierre en el cual contiene la información de ventas y cartera por vendedor, esto servirá para conocer el número de veces que se cobra en total la cartera vencida en el periodo fijado para controlar y dar un seguimiento de cartera por parte del gerente general.</p> <p>El asistente de cartera debe entregar informes mensuales a cada uno de los mandos superiores vía email para su aprobación y adecuado control.</p> <p>Ningún trabajador de Juan de la Cruz tiene la potestad de modificar las políticas o los términos a la hora de vender su producto se debe respetar los reglamentos realizados por la institución.</p> | | |



GUÍA

MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCESOS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DENTRO DE LA GESTION FINANCIERA

PAG: 21 DE 21

VERSIÓN: 1

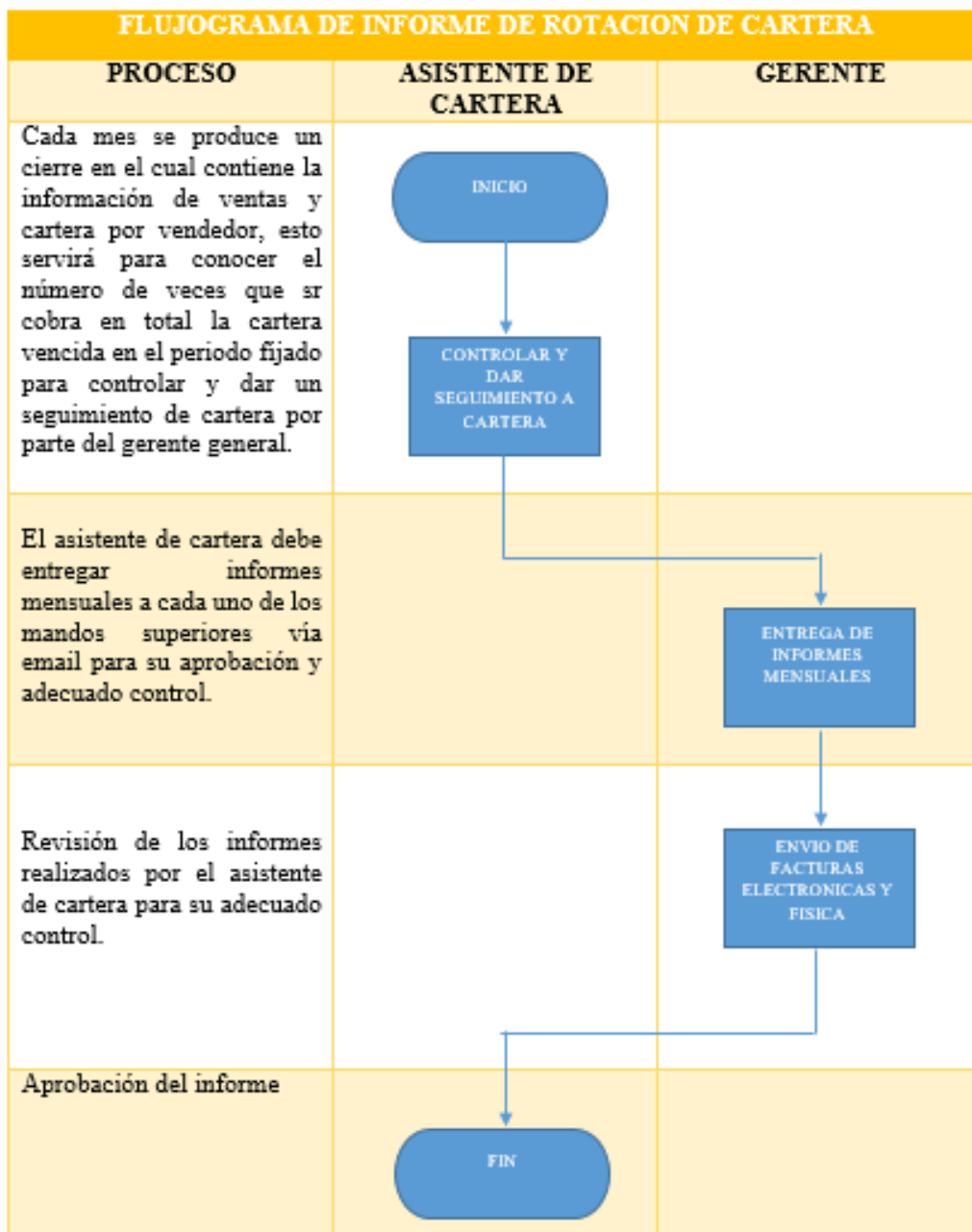
CODIGO: MNP

FECHA QUE SE REALIZÓ

06/03/2018

Gráfico N°21

Informe de rotación de cartera



Elaborado por: Gabriel Galarza

CAPITULO VI

CONCLUSIONES

La influencia de la gestión financiera y la competitividad dentro de las empresas comerciales de la Provincia de Tungurahua son un estudio de amplio interés por lo que la gestión financiera mediante los ratios o índices financieros fue el estudio de dicha investigación dentro de la empresa Juan de la Cruz por ende se visualizó que en la rotación de cartera aumento, el rendimiento de utilidad neta decreció en el último año debido a los estados financieros y que por cada dólar del activo, el 71,85% pertenece a terceros a través de los créditos que se entregan a los clientes en los productos lo que ha provocado un decrecimiento y pérdida de participación de la empresa en el mercado

Se fundamentó teóricamente la gestión financiera que mediante el cual trabajan conjuntamente con normativas que las personas interactúan en ellas en donde se logra una relación, las finanzas gestionan los procesos administrativos de las operaciones y todas las decisiones adoptadas en las empresas comerciales, busca obtener un crecimiento en términos financieros que pretende asegurar la supervivencia y progreso para conseguir mejorar continuamente en si se puede decir que la gestión financiera es la situación económico-financiera de la organización con el propósito de analizar, verificar y vigilar la actividad realizada en el proceso de la creación de valor mediante el tiempo con la constatación de resultados y objetivos.

De acuerdo a los resultados obtenidos se manifiesta que no existen en las empresas comerciales estrategias que ayuden a mejorar la competitividad o que tengan competitividad, pocas realizan estrategias para el beneficio de la organización y no para el cliente esto influye en el retraso de las empresas y perdida de participación dentro de la ciudad de Ambato o dentro del mercado ya que los clientes prefieren comprar a varias empresas los distintos productos y no solo a uno todo en masa.

El diseño de políticas y procesos están guiados y fundamentados teórica y prácticamente pensando en las dos partes relación cliente empresa para la toma de

decisiones más oportunas ya que es la parte más importante o la más difícil para un gerente en donde vela que sea la mejor al momento de implantar sus estrategias, políticas y procedimientos enfocados en la competitividad mediante la mejora y estudio de factores dentro del entorno o giro económico que se desenvuelve la organización con la visión de verificar el mayor problema de los clientes y el cual genera peligro a la empresa.

De acuerdo a las causas que ha incidido en una ineficiente gestión financiero es la escasez de la ventaja competitiva que desde el punto de vista administrativo tiene que cumplir tres elementos que es la formulación de estrategias adecuadas, la diferenciación ya que no todas las empresas comerciales no tienen debido a que solo pretenden vender su producto y no mantener a los clientes y la concentración en el nicho de mercado esto se debe a que varios competidores pretenden cubrir todo el mercado y no se enfocan en uno solo y esto provoca una variación o confusión a las empresas en los precios y en los servicio que pueden poseer.

CAPITULO VII

RECOMENDACIONES

Para que las empresas comerciales tengan las capacidades de una adecuada gestión financiera como la diferenciación mediante la ventaja competitiva se debe basar en sus tres principios que son la eficiencia, eficacia y economía de la cual permitirá la estabilidad de la organización y una mejor competitividad, se debe eliminar la rigidez de los métodos para realizar las actividades empresariales logrando así tener un enfoque más claro para la formulación de estrategias y la toma de decisiones.

Los empresarios como factor dentro de la competitividad deben verificar la calidad de clientes ya que esto es un factor importante para una adecuada gestión financiera por lo tanto es importante tener lineamientos claros donde mediante la ventaja competitiva obtendremos mayor participación.

Los valores en las empresas comerciales se deben establecer de forma clara permitiendo de esa manera compartir en forma concreta y establecida a todos los miembros de la organización, garantizando la supervivencia a largo plazo y una mejor rentabilidad obteniendo mayores líneas de distribución por lo que para eso es necesario conservar los ya obtenidos para generar ganancias mayores y un equilibrio dentro de la organización evitando cualquier retraso en su funcionamiento.

Se recomienda que se implante el manual de políticas y procesos para generar competitividad en la gestión financiera enfocada más en los clientes y en los productos ya que de esto depende que la organización crezca en el tiempo, esto se produce mediante la constitución del personal que es la base del éxito, centrándose en limitar problemas de cobertura y cartera vencida con el objetivo de evaluar los resultados en el tiempo con la toma de decisiones en el presente y pensando un mejor futuro.

Mediante ratios o indicadores financieros todas las empresas comerciales de la ciudad de Ambato deberían estudiar tanto en el corto como el largo plazo el comportamiento financiero que la empresa produce en el mercado implantado.

CAPITULO VIII

BIBLIOGRAFÍA

- Alberich, T., Sotomayor, E., Amezcu, T., & García, M. (2014). *Planificación y gestión. Manual para la acción social*. Madrid: Dykinson.
- Aragón, A., & Rubio, A. (2010). Factores asociados con el éxito competitivo de las pyme industriales en España. *Redalyc*, 36-37.
- Arana, S. (2014). *Manual de conceptos básicos de gestion económico-financiera para personas emprendedoras*. Bilbao: Beaz.
- Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw Hill.
- Bahillo, M., Pérez, M., & Escribano, G. (2013). *Gestion financiera*. Madrid: Paraninfo.
- Balanzátegui, J., Almeida, D., Balanzátegui, R., Bravo, C., Sanchez, M., & Mejía, L. (2016). Las cadenas productivas y su incidencia en el crecimiento. *Eumednet*, 8-9.
- Barry, R., Stair, R., & Hanna, M. (2012). *Métodos cuantitativos para los negocios*. México: Pearson Educación.
- Beatriz, G., & Fridman, A. (2013). *Investigación de Mercado en el Siglo XXI. Un enfoque desde el Cono Sur*. Buenos Aires: Dunken.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* . Bogotá: Perason Educación .
- Bonales, J., Zamora, A., & Ortiz, C. (2015). Variables e Índices de Competitividad de las Empresas Exportadoras, utilizando el PLS. *Cimexus*, 16-17.
- Brigham, E., & Ehrhardt, M. (2013). *Financial Management: Theory & Practice*. Canadá: South Western.
- Cardona, P. (2009). Planifcación fnanciera en las pyme exportadoras Caso de Antioquia, Colombia. *Redalyc*, 51-52.
- Carrasco, C., & Pellerola, J. (2013). *Gestion Financiera* . Bogotá: Ediciones de la U.
- Casanovas, A. (2013). Gestión de políticas de empresa. *KPMG*, 3-5.
- Cegarra, J. (2011). *Metodología de la investigación científica y tecnológica*. Madrid: Diaz de Santos.
- Cibrán, P., Prado, C., Crespo, M. A., & Huarte, C. (2013). *Planificación financiera*. Madrid: Esc.
- Corbetta, P. (2004). *Metodología y Tecnicas de investigacion social* . Madrid: Mc Graw Hill.
- Córdoba, M. (2012). *Gestion Financiera*. Bogotá: Ecoe.

- Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2011). *Investigación fundamentos y metodología*. México: Pearson Educación .
- Del Orden, O. (2015). *Gestión del riesgo y mercados financieros* . Madrid: Delta.
- Fea, U. (1995). *La competitividad es calidad total* . Barcelona : Alfaomega.
- Fernández, A. (2012). Conceptos de Estrategia Empresarial . *Escuela de organización industrial*, 2-3.
- Ferrell, G., Hirt, G., & Ferrell, L. (2010). *Introducción a los negocios* . México : McGraw Hill.
- Finkler, S., Smith, D., Calabrese, T., & Purtell, R. (2016). *Financial Management for Public, Health, and Not-for-Profit Organizations*. New York: CQ, Press.
- Flores, G. (24 de Febrero de 2014). *Aberats*. Obtenido de Deho: <http://www.deho.mx/definicion-de-politicas-en-la-organizacion/>
- Fred, D. (2013). *Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.
- Gállardo, J. (2012). *Administración estratégica*. México: Alfaomega.
- Ganga, F., Cassinelli, A., Piñones, M., & Quiroz, J. (2014). El concepto de eficiencia organizativa: una aproximación a lo universitario. *Lider*, 130-131.
- García, J. (2012). *Hacia una razón situada*. Santiago de Chile: LOM.
- García, J., Jiménez, F., Arnaud, M., Ramírez, Y., & Lino, L. (2011). *Introducción a la metodología de la investigación en ciencias de la salud* . México: McGraw Hill.
- García, M., Alvira, F., Alonso, L., & Escobar, M. (2015). *El análisis de la realidad social* . Madrid: Alianza.
- García, V. M. (2014). *Introducción a las Finanzas*. México : Patria.
- Giraldo, M. (2015). *Morosidad de empresas en América Latina aumenta: Moody's*. Chile: Reuters.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de investigación*. México: McGraw Hill.
- Hernandez, S., & Palafox, G. (2012). *Administración*. México D.F.: McGraw Hill.
- Iborra, M., Dasi, Á., Dolz, C., & Ferrer, C. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas*. Madrid: Paraninfo.
- Iborra, M., Dasi, A., Dolz, C., & Ferrer, C. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas*. Madrid: Paraninfo.
- Inec. (2016). *Inec*. Obtenido de Directorio de empresas : <http://www.ecuadorencifras.gob.ec//censo-nacional-economico/>

- Institute, P. M. (2013). *Guía de fundamentos para la dirección de proyectos*. Canadá: PMI.
- Jaramillo, J. P. (2017). Ecuador y sus niveles de competitividad. *Perspectiva*, 17-20.
- Koontz, H., Wehrich, H., & Cannice, M. (2012). *Aministración* . México D.F: McGraw Hill.
- La Hora. (22 de Febrero de 2016). Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101917714/tungurahua-entre-las-provincias--que-mc3a1s-empresas-concentran->
- Lagia, A. (2016). La morosidad se acentúa en el consumo y en el microcrédito. *Revista Lideres* .
- Lara, E. (2013). *Fundamentos de Investigación*. México : Alfaomega.
- Lerma, A., & Bárcena, S. (2012). *Planeación estratégica por áreas funcionales* . México : Alfaomega.
- Luna, A. (2014). *Administración estatégica*. México : Patria.
- Maldonado, G. (2017). ¿Cuál es el problema de la economía? *El comercio*.
- Mankiw, G. (2012). *Principios de economía*. México D.F: Cengage Learning.
- Mankiw, G., & Taylor, M. (2017). *Economía*. Madrid: Paraninfo.
- Martinez, D. (4 de Noviembre de 2017). *Ecuadorinmediato*. Obtenido de Ecuadorinmediato: http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818818493
- Martinez, P., & Artemio, M. (2012). *Análisis del entorno*. Madrid: Diaz de Santos.
- Monchón, F., Monchón, M. d., & Sáez, M. (2014). *Administración* . México : Alfaomega.
- Morales, A., Morales, J., & Alcocer, F. (2014). *Administración Financiera*. México: Patria.
- Moreno, J. (2014). *Contabilidad de la Estructura Financiera de la Empresa*. México : Patria.
- Múñch, L. G. (2012). *Fudamentos de administración*. México : Trillas .
- Nava, R., & Marbelis, A. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Scielo*, 3-4.
- Nistal, A., & Sotomayor, E. (2014). *Planificación, gestión y evaluación. Manual básico para la acción social*. Madrid: Dykinson.
- Núñez, L. (2016). *Finanzas I: Contabilidad, planeación y administración financiera*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

- Padilla, M. (2012). *Gestion Financiera*. Bogotá : Ecoe.
- Paspuel, W., & Orozco, M. (2017). El cobro de la cartera vencida de las empresas es más difícil. *El Comercio*.
- Perez, J. (2013). *Control de gestión empresarial*. Madrid: Esic.
- Pérez, J. F. (2015). *La gestión financiera de la empresa*. Madrid: Esic.
- Peterae, T., & Strickland, G. (2012). *Administración estrategica teoria y casos* . México D.F: Mc Graw Hill.
- Pimenta, A., & Martinez, P. (2014). *Análisis de la performance en las empresas: una perspectiva integrada*. Barcelona: UOC.
- Porret, M. (2014). *Gestión de personas*. Madrid: Esic.
- Porter, M. (2003). *Ser competitivo: nuevas aportaciones y conclusiones*. Barcelona: Deusto.
- Porter, M. (2007). *Ventaja competitiva*. México: Patria.
- Porter, M. (2017). *Ser competitivo*. México: Deusto.
- Prieto, J. (2012). *Gestion estratégica organizacional* . Bogotá: Ecoe.
- Rivas, J. (2012). *Dirección estratégica de empresas turísticas*. Oviedo: Septem.
- Robbins, S., & Thimothy, J. (2013). *Comportamiento organizacional*. México: Pearson.
- Rubio, L., & Baz, V. (2015). *El poder de la competitividad*. México : CIDAC.
- Rubio, M. (2014). *Finanzas para no financieros*. Bogotá: UPC.
- Ruiz, D. (2013). *Finanzas aplicadas al marketing*. Madrid: Pirámide.
- Ruiz, D. (2013). *Finanzas aplicadas en marketing*. Madrid: Pirámide.
- Ruiz, D. (2013). *Finanzas aplicadas en marketing*. Madrid: Pirámide.
- Ruiz, S., & Puértolas, F. (2013). *Gestión financiera de la empresa ina vision práctica*. Madrid: Delta.
- Thompson, A., & Strickland, A. (2004). *Administración estratégica*. Mexico : McGraw Hill.
- Torres, Z. (2014). *Teoria general de la administración*. México: Patria.
- Valderrama, S. (2013). *Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigacion científica*. Perú: San Marcos .
- Valencia, E. (18 de Junio de 2016). Morosidad en alza . *Vistazo*.
- Zabala, V. (2017). El sistema financiero ecuatoriano entre la recesion y la incertidumbre. *Ekos*, 46-47.

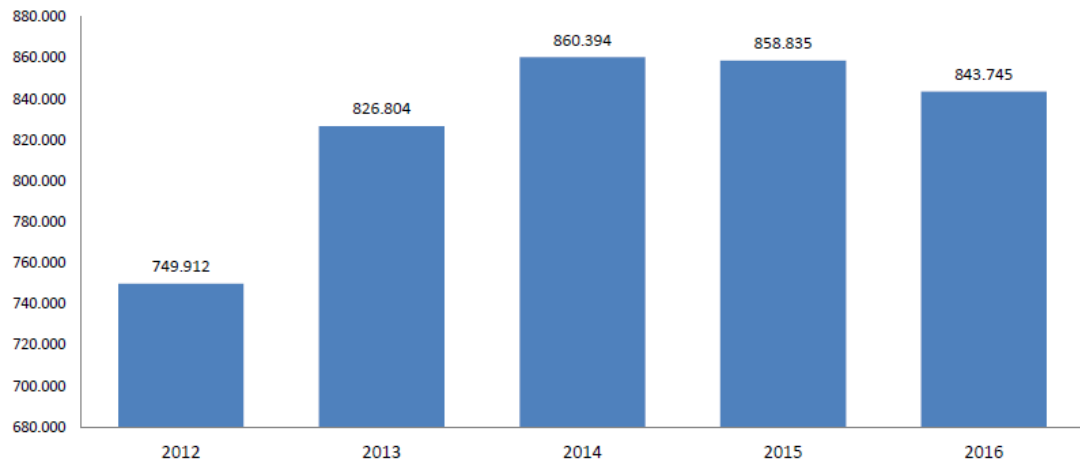
Zambrano, L. (27 de Marzo de 2017). La percepción del comercio es que las ventas no se levantan. *Expresso*. Obtenido de *Expresso*.

ANEXOS

Anexo N°1

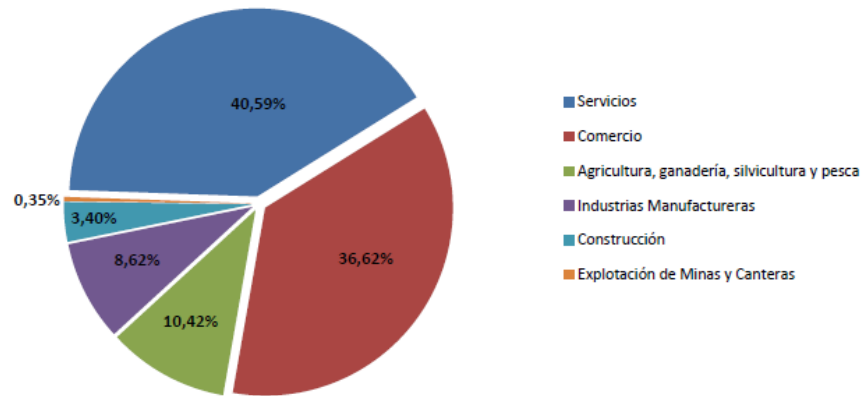
Total de empresas en el Ecuador

Evolución del número de empresas (2012 – 2016)



Anexo N°2

Empresas por sectores en el Ecuador



| Sector Económico 2016 | No. Empresas | Porcentaje |
|--|----------------|----------------|
| Servicios | 342.488 | 40,59% |
| Comercio | 308.956 | 36,62% |
| Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca | 87.926 | 10,42% |
| Industrias Manufactureras | 72.735 | 8,62% |
| Construcción | 28.678 | 3,40% |
| Explotación de Minas y Canteras | 2.962 | 0,35% |
| Total | 843.745 | 100,00% |

Anexo N°3

Empresas dedicadas al comercio en Tungurahua

The image shows a search interface with three dropdown menus: 'SIERRA', 'TUNGURAHUA', and 'Comercio al por mayor y al por menor'. Below the filters is a 'Consultar' button. The results are displayed in two rows: '# Establecimientos' with the value '12.847' and 'Personal Ocupado' with the value '24.072'.

| Category | Value |
|--------------------|--------|
| # Establecimientos | 12.847 |
| Personal Ocupado | 24.072 |

Anexo N° 4

Encuesta



**UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS**



OBJETIVO. La presente encuesta se realizará con la finalidad de determinar las políticas de crédito dentro de la gestión financiera en la misma que se analizará el impacto en la competitividad de las empresas comerciales dentro de la ciudad de Ambato.

INSTRUCCIONES

Con la información que se obtenga de esta encuesta, se manejará exclusivamente para análisis e investigación educativa.

- Lea detenidamente las preguntas antes de su contestación.
- Marque con una X la opción que cree usted que sea la más adecuada.
- Responda con la mayor seriedad del caso.

1.- ¿Qué factor de la gestión financiera considera usted que es el más influyente en la cartera vencida dentro de las empresas comerciales?

| | |
|----------------------|--|
| Políticas de crédito | |
| La misión | |
| Los objetivos | |
| Las reglas | |
| Procedimientos | |

2.- ¿Las empresas comerciales en la ciudad de Ambato poseen las estrategias adecuadas a la hora de vender su producto?

| | |
|--------------|--|
| Siempre | |
| Casi siempre | |
| Muchas veces | |
| Pocas veces | |
| Nunca | |

3.- ¿Considera que el monto de compra tiene relación con los días de plazo que se les otorga a los clientes?

| | |
|--------------|--|
| Siempre | |
| Casi siempre | |
| Muchas veces | |
| Pocas veces | |
| Nunca | |

4.- ¿Cuál es el tipo de gestión que las empresas comerciales emplean más a la hora de comprar y vender sus productos?

| | |
|------------------------|--|
| Gestión de calidad | |
| Gestión financiera | |
| Gestión administrativa | |
| Gestión de proyecto | |
| Ninguno | |

5.- ¿La toma de decisiones en las organizaciones afecta directamente a la gestión financiera dentro de la empresa?

| | |
|--------------------------------|--|
| Totalmente de acuerdo | |
| De acuerdo | |
| Ni en acuerdo ni en desacuerdo | |
| En desacuerdo | |
| Totalmente en desacuerdo | |

6.- ¿En la gestión financiera que considera usted que es lo más importante para que las empresas comerciales sean competitivas?

| | |
|----------------------|--|
| Eficiencia | |
| Eficacia | |
| Economía | |
| Todas las anteriores | |
| Ninguno | |

7.- ¿Cuál es el factor más influyente para la generación de deudas impagas o cartera vencida dentro de las empresas comerciales de la ciudad de Ambato?

| | |
|------------------------------|--|
| El nivel de ventas | |
| Duración del periodo de pago | |
| Fijación de precios | |
| Crisis económica | |
| Otros | |

8.- ¿Considera usted que la calidad de clientes que poseen las empresas comerciales son el factor importante para una correcta gestión financiera?

| | |
|--------------------------------|--|
| Totalmente de acuerdo | |
| De acuerdo | |
| Ni en acuerdo ni en desacuerdo | |
| En desacuerdo | |
| Totalmente en desacuerdo | |

9.- ¿La competitividad depende de la diferenciación que las empresas poseen dentro de sus productos?

| | |
|--------------|--|
| Siempre | |
| Casi siempre | |
| Muchas veces | |
| Pocas veces | |
| Nunca | |

10.- ¿Las empresas comerciales evalúan sus estrategias mediante un análisis de comparación de los resultados obtenidos y los resultados propuestos?

| | |
|--------------|--|
| Siempre | |
| Casi siempre | |
| Muchas veces | |
| Pocas veces | |
| Nunca | |

11.- ¿Qué factor es el más importante dentro de la competitividad para una correcta gestión financiera en las empresas comerciales?

| | |
|----------------------|--|
| Factor humano | |
| La comunidad | |
| El empresario | |
| La fuerza de trabajo | |
| El capital | |

12.- ¿Cuál es el motivo de que las empresas comerciales pierdan poder dentro de la actividad económica que realiza?

| | |
|---------------------------|--|
| Nuevos competidores | |
| Compradores con poder | |
| Productos sustitutos | |
| Desinterés de proveedores | |
| Competencia desleal | |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 5

Validación de cuestionario a expertos mediante método Delphi

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

Cuestionario dirigido a docentes Expertos en Proyectos de Titulación, modalidad investigación

APRECIACIÓN CUALITATIVA

| CRITERIOS | Excelente | Bueno | Regular | Deficiente |
|--|-----------|-------|---------|------------|
| Presentación del instrumento | | X | | |
| Claridad en la redacción de los ítems | | X | | |
| Pertinencia de la variable con los indicadores | | X | | |
| Relevancia del contenido | | X | | |
| Factibilidad de la aplicación | | X | | |

Observaciones: Muy General nuevo

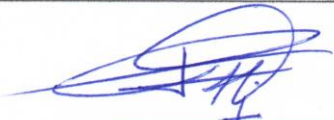
| | |
|------------------------------|-----------------------|
| Validado por: | Soledad Sevilla |
| Profesión: | Ing. Empresas |
| Lugar de trabajo: | UTA |
| Cargo que desempeña: | Docente |
| Lugar y fecha de validación: | Ambato, Enero 19/2018 |
| Firma: | M/ Soledad Sevilla |

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO
Cuestionario dirigido a docentes Expertos en Proyectos de Titulación, modalidad investigación

APRECIACIÓN CUALITATIVA

| CRITERIOS | Excelente | Bueno | Regular | Deficiente |
|--|-----------|-------|---------|------------|
| Presentación del instrumento | | / | | |
| Claridad en la redacción de los ítems | | / | | |
| Pertinencia de la variable con los indicadores | | / | | |
| Relevancia del contenido | | / | | |
| Factibilidad de la aplicación | | / | | |

Observaciones: Para la Elaboración De Cuestionarios De Sondeo de Opinión, es recomendable que el Cuestionario contenga entre 6-8 ítems.

| | |
|------------------------------|---|
| Validado por: | Rodrigo Fernando Miranda López |
| Profesión: | Ingeniero De Empresas MBS. |
| Lugar de trabajo: | UTA. FCSDM. |
| Cargo que desempeña: | Docente |
| Lugar y fecha de validación: | Ambato 18 / Enero / 2018 |
| Firma: |  |

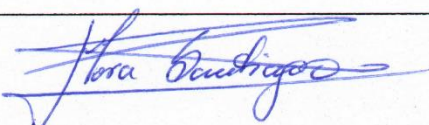
INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

Cuestionario dirigido a docentes Expertos en Proyectos de Titulación, modalidad investigación

APRECIACIÓN CUALITATIVA

| CRITERIOS | Excelente | Bueno | Regular | Deficiente |
|--|-----------|-------|---------|------------|
| Presentación del instrumento | ✓ | | | |
| Claridad en la redacción de los ítems | ✓ | | | |
| Pertinencia de la variable con los indicadores | ✓ | | | |
| Relevancia del contenido | ✓ | | | |
| Factibilidad de la aplicación | ✓ | | | |

Observaciones:

| | |
|------------------------------|---|
| Validado por: | ING. MG. NORA SANTIAGO |
| Profesión: | MG. GESTIÓN FINANCIERA |
| Lugar de trabajo: | FCADM. |
| Cargo que desempeña: | DOCENTE |
| Lugar y fecha de validación: | AMIBATO, 19 de enero 2018. |
| Firma: |  |