



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

**ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DE LAS DECISIONES FINANCIERAS
EN LA RENTABILIDAD DEL BAZAR “EL FAMOSO PAPUCO”**

Autora:

Quezada Zambrano Letty Mariana

Tutora:

Mg. Elena Tolozano Benites.

Guayaquil, Mayo 2014

AUTORÍA NOTARIADA

Los criterios e ideas expuestos en el presente Trabajo de Grado con el tema: **Análisis de la incidencia de las decisiones financieras en la rentabilidad del bazar “El Famoso Papuco”**, Unidad Académica De Ciencias Comerciales, Administrativas y Ciencias, de la carrera de Tecnólogo en Contabilidad y Auditoría del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, son de absoluta responsabilidad de la autora y no constituye copia o plagio de otra tesis presentada con anterioridad.

Autora:

Quezada Zambrano Letty Mariana

DEDICATORIA

A Nuestro Señor Jesucristo, el que me ha dado fortaleza para poder continuar y seguir adelante con mis metas. A mi madre con todo cariño y mi amor que hizo todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme día a día y darme la mano cuando el camino se terminaba, a usted por siempre mi corazón y mi agradecimiento, dedico todo mi esfuerzo y trabajo para la realización de este proyecto.

Quezada Zambrano Letty Mariana

AGRADECIMIENTO

Agradezco de manera especial a mi tutora Mg. Elena Tolozano Benites, por aceptarme y poder culminar mi carrera profesionalmente que me enseñó con sus sabios conocimientos contables.

Son muchas las personas que han contribuido a mi formación profesional, que me encantaría agradecerles por sus consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de este proceso, quiero darles las gracias y derramar muchas bendiciones.

Quezada Zambrano Letty Mariana

ÍNDICE GENERAL

| Contenidos: | Páginas: |
|---|-----------------|
| Carátula..... | i |
| Certificación de la aceptación del tutor..... | ii |
| Autoría notariada..... | iii |
| Dedicatoria..... | iv |
| Agradecimiento..... | v |
| Índice general..... | vi |
| Índice de Figuras..... | ix |
| Índice de cuadros..... | x |
| Resumen..... | xi |
| Abstract..... | xii |

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

| | |
|---|---|
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 1 |
| Ubicación del problema en un contexto..... | 1 |
| Situación conflicto..... | 2 |
| Delimitación del problema..... | 3 |
| Planteamiento o formulación del problema..... | 4 |
| Evaluación del problema..... | 4 |
| Objetivos de la investigación..... | 5 |
| Justificación e importancia..... | 5 |

CAPÍTULO II

MARCO TEÒRICO

| | |
|---------------------------------|----|
| FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA..... | 7 |
| Antecedentes históricos..... | 7 |
| Antecedentes referenciales..... | 11 |

| | |
|------------------------------------|----|
| Antecedentes teóricos | 13 |
| FUNDAMENTACIÓN LEGAL..... | 29 |
| VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN..... | 35 |
| DEFINICIONES CONCEPTUALES..... | 35 |

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

| | |
|--|----|
| DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN..... | 37 |
| TIPOS DE INVESTIGACIÓN..... | 38 |
| LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA..... | 39 |
| Población..... | 39 |
| Muestra..... | 40 |
| TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN..... | 40 |
| PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN..... | 42 |

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

| | |
|--|-----------|
| ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS... | 43 |
| PLAN DE MEJORAS..... | 49 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 51 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 52 |
| ANEXOS..... | 54 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| Títulos: | Páginas: |
|---|-----------------|
| Figura 1 Gastos mensuales | 43 |
| Figura 2 Marcas | 44 |
| Figura 3 Efectivo | 45 |
| Figura 4 Transacciones mensuales | 46 |
| Figura 5 Proliferación de bazares en el sector | 47 |
| Figura 6 Capacitación del personal | 48 |

ÍNDICE DE CUADROS

| Títulos: | Páginas: |
|---|-----------------|
| Cuadro 1 Población | 40 |
| Cuadro 2 Aspectos | 41 |
| Cuadro 3 Gastos mensuales | 43 |
| Cuadro 4 Marcas | 44 |
| Cuadro 5 Efectivo | 45 |
| Cuadro 6 Transacciones mensuales | 46 |
| Cuadro 7 Proliferación | 47 |
| Cuadro 8 Capacitación | 48 |



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

**ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DE LAS DECISIONES FINANCIERAS EN LA
RENTABILIDAD DEL BAZAR “EL FAMOSO PAPUCO”**

Autora: Quezada Zambrano Letty Mariana.

Tutora: Mg. Elena Tolozano Benites.

RESUMEN

El presente proyecto se enfoca en el análisis de la incidencia de las decisiones financieras en la rentabilidad del bazar “El famoso Papuco”, para lo cual se establece como objetivo estudiar las decisiones financieras, realizando el análisis de los resultados de los Estados Financieros del año fiscal 2013 y así determinar cómo estas han afectado en la rentabilidad del negocio. En el estudio se realizaron dos tipos de investigación; descriptiva y exploratoria, la técnica que se aplicó fue la observación para realizar el diagnóstico inicial. Se aplica una encuesta con escala de Likert y se obtuvo la información para luego mediante el diagrama de Pareto graficar los resultados. Se concluye que una de las causas más importantes que inciden en la productividad del bazar son las decisiones que ocasionan que mensualmente los gastos superen las ventas del bazar. Se propone un plan de mejoras para optimizar la toma de decisiones y mejorar paulatinamente la rentabilidad. Los beneficiarios de la presente investigación serán los clientes y la propietaria del bazar.

Análisis

Incidencia

Decisiones financieras

Rentabilidad



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

**ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DE LAS DECISIONES FINANCIERAS EN LA
RENTABILIDAD DEL BAZAR “EL FAMOSO PAPUCO”**

Autora: Quezada Zambrano Letty Mariana.

Tutora: Mg. Elena Tolozano Benites.

ABSTRACT

This project focuses on the analysis of the impact of financial decisions on the profitability of the bazaar "The famous Papuco", for which it is targeted to study financial decisions, making the analysis of the results of the Financial Statements for the year Fiscal 2013 and determine how these will affect the profitability of the business. In the study, two types of research were conducted; descriptive and exploratory technique applied was the observation for initial diagnosis. A survey was applied with Likert scale and then the information was obtained through the Pareto graph the results. We conclude that one of the most important causes that affect the productivity of the bazaar are the decisions that cause expenses exceed monthly sales bazaar. An improvement plan for better decision-making and gradually improve profitability is proposed. The beneficiaries of this research will be the customers and the owner of the bazaar.

Analysis

Incidence

Financial Decisions

Profitability

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

EL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

Las decisiones financieras involucran a todas las actividades de la empresa, autores como (Harrington y Brent, 2006), las reducen a sólo dos, cuando exponen: “Las decisiones financieras pueden ser agrupadas en dos grandes categorías: decisiones de inversión y decisiones de financiamiento. Las primeras tienen que ver con las decisiones sobre qué recursos financieros serán necesarios, mientras que la segunda categoría se relaciona de cómo proveer los recursos financieros requeridos.”

De manera más específica las decisiones financieras en las empresas deben ser tomadas sobre: inversiones en planta y equipo; inversiones en el mercado de dinero o en el mercado de capitales; inversión en capital de trabajo; búsqueda de financiamiento por capital propio o por capital ajeno, es decir contraer una deuda; búsqueda de financiamiento en el mercado de dinero o en el mercado de capitales. Cada una de ellas involucran aspectos aún más específicos, como por ejemplo: decisiones sobre el nivel de efectivo en caja o sobre el nivel de inventarios. Es necesario estudiar las diferentes interrelaciones existentes entre estos dos grandes tipos de decisiones financieras.

Entre las herramientas utilizadas en las empresas para evaluar decisiones financieras se encuentran los indicadores empresariales. Se resaltan como principales los de rentabilidad, utilizados para el estudio de la

información contenida en los estados financieros básicos de las empresas. La rentabilidad representa uno de los objetivos que se traza toda empresa para conocer el rendimiento de lo invertido al realizar una serie de actividades en un determinado período de tiempo. Se puede definir además, como el resultado de las decisiones financieras que toma la administración de una empresa.

Los límites económicos de toda actividad empresarial son la rentabilidad y la seguridad, normalmente objetivos contrapuestos, ya que la rentabilidad, en cierto modo, es la retribución al riesgo y, consecuentemente, la inversión más segura no suele coincidir con la más rentable. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que, por otra parte, el fin de solvencia o estabilidad de la empresa está íntimamente ligado al de rentabilidad, en el sentido de que la rentabilidad es un condicionante decisivo de la solvencia, pues la obtención de rentabilidad es un requisito necesario para la continuidad de la empresa.

Las empresas ecuatorianas que se dedican al negocio de venta de una gran variedad de productos que se denominan bazar, no escapan de esta situación y una de ellas es el bazar “El Famoso Papuco”, se encuentra ubicada en la ciudadela, La Atarazana atrás del Colegio Nacional Francisco Campos Coello, Inicia sus actividades el 6 de Abril del 2006, basado en la necesidad de los habitantes del sector dedicada principalmente a la venta de productos de papelería, la cual trata de determinar la incidencia de las decisiones financieras en la rentabilidad del bazar, pero surgen siempre obstáculos que, de carácter interno o externo, atentan contra la rentabilidad.

Situación del conflicto

Los problemas que presente el estudio, se puede sintetizar de la siguiente manera:

- Los gastos mensuales superan las ventas del mismo período.

- Las políticas de compras, adquirir la mercadería de contado.
- Las mercaderías que adquiere el bazar es de una sola marca (Pelikan) lo que hace que no haya diversidad de marca de mercadería.
- No se lleva registro alguno de las transacciones mensuales del bazar.
- Proliferación de bazares en el sector donde se encuentra ubicado el bazar.
- No hay un mayor volumen de ventas por lo que se disminuye la utilidad.
- La falta de una preparación adecuada del personal, que pone de manifiesto las necesidades específicas para mejorar la capacidad de dirección y administración financiera de este sector.

Si el problema del bazar persiste podría ocasionar el cierre del Bazar por tener sus bajas ventas, disminución de la utilidad, por no tener un registro de las transacciones del bazar, por el número de veces que rotan la mercadería, ya que los productos no giran como tiene que darse, dando como resultado baja rentabilidad.

El presente trabajo se realiza con el fin de conocer los lineamientos que permitirán realizar y evaluar la incidencia de las decisiones financieras en la rentabilidad del bazar, estas decisiones dependan de la situación actual del país, de los factores económicos, políticos, sociales que actualmente afectan a la economía del país.

Delimitación del problema

Campo: Financiero

Área : Rentabilidad

Aspecto: Decisiones financieras, rentabilidad

Tema : Análisis de la incidencia de las decisiones financieras en la rentabilidad del bazar “El Famoso Papuco”.

Determinación del Tema

Análisis de la incidencia de las decisiones financieras en la rentabilidad del bazar “El Famoso Papuco”.

Formulación del Problema

¿Cómo inciden las decisiones financieras en la rentabilidad del bazar “El Famoso Papuco”, ubicado en la provincia del Guayas, en el período fiscal 2013?

Variables de la Investigación

Variable Independiente : Decisiones financieras.

Variable dependiente : Rentabilidad.

Evaluación del problema

Delimitado.- La población está conformada por los empleados que laboran en el bazar “El famoso Papuco”, el periodo de tiempo de la investigación está comprendido en el año 2013.

Factible.- Es un proyecto factible de realizar porque cuenta con el apoyo de la dueña y personal que trabajan en el bazar “El famoso Papuco”

Claro.- El problema planteado es coherente con la propuesta de solución, que están redactados en forma precisa.

Evidente.- En la problematización se identifica la necesidad de un estudio de las decisiones financieras para determinar la rentabilidad del bazar “El famoso Papuco”.

Original.- Dentro del el bazar “El famoso Papuco” es por primera vez que se realiza un estudio para solucionar el problema económico que atraviesa el bazar.

Relevante.- Es de suma importancia establecer la rentabilidad para comprobar la utilidad e ingresos del bazar “El famoso Papuco”.

OBJETIVOS

Objetivo general

Estudiar las decisiones financieras, mediante el análisis de los resultados económico del 2013 para determinar su incidencia en la rentabilidad

Objetivos específicos

1. Sustentar teóricamente sobre decisiones financieras y rentabilidad.
2. Analizar a partir de los estados financieros del año 2013, cuáles son las decisiones financieras que más incidieron en su resultado.
3. Proponer plan de mejoras.

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

En el día a día de los negocios se toman decisiones, algunas muy importantes otras de menos relevancia; unas inmediatas otras que pueden esperar, de cualquier manera, la mayor parte de esas decisiones son tomadas a partir de información. G. B. Davis (1974), citado por Montilva (1999:23) define la información como “...datos que han sido procesados en una forma que es significativa para quien los utiliza y que son de valor real y perceptible en decisiones actuales y futuras”; agrega que “...la información constituye el recurso esencial en el proceso de toma de decisiones y en la solución de problemas en una empresa”.

Comúnmente se recurre a indicadores financieros para obtener información, tanto, que han sido considerados como importantes herramientas de análisis y, además, como pilares fundamentales para la toma de decisiones empresariales.

Chávez (2005) afirma que la rentabilidad es uno de los indicadores financieros más relevantes, sino el más importante, para medir el éxito de un negocio; agrega que una rentabilidad sostenida combinada con una política de dividendos cautelosa, conlleva a un fortalecimiento del patrimonio. Como complemento de esto, Anthony y Govindarajan (2003) mencionan que habitualmente, en una empresa el beneficio es el objetivo más importante, por ello es tan necesario el cálculo de la rentabilidad. Es por ello que en esta investigación se decide abordar la rentabilidad como principal herramienta para la toma de decisiones.

La presente investigación se realizará al bazar "El famoso Papuco" que requiere un mejoramiento económico que le permita obtener una mayor rentabilidad, que tiene problemas en los ingresos.

El desafío por mantener niveles expectantes de ventas que permitan, al Bazar "El Famoso Papuco" mantenerse en equilibrio, constituye un verdadero reto, y es aquí donde nace la necesidad inmediata de un análisis de rentabilidad que contribuya a mejorar de resultados financieros, que permitan de alguna manera lograr los objetivos propuestos, que es el propósito del presente trabajo de investigación.

Los beneficiarios del estudio son: el personal del bazar "El Famoso Papuco", porque se mejorará su rentabilidad económica, teniendo rotación de las mercaderías que se tiene en stock, mejora la demanda de clientes satisfechos, quienes obtendrá un producto de calidad.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes históricos

La toma de decisiones constituye una actividad que durante el transcurso de los últimos siglos, específicamente el XIX y XX, ha ganado notoriedad por su importancia en los entornos organizacionales. Aun cuando la profundización del tema y sus principales características no tienen lugar hasta finales de la década del 50 del pasado siglo, no es menos cierto que, anteriormente, la producción mercantil y los ambientes de negocios en general se encontraban bajo la influencia de este proceso específico.

Durante la Revolución Industrial, la administración individual que cada propietario hacía de su negocio influía sobre las particularidades que adoptaba la toma de decisiones. Esto evidencia que las decisiones que se tomaban respondían a los criterios que estos contemplaban, y sus consecuencias, y aun cuando podían afectar la propia producción y los trabajadores, era responsabilidad de esa máxima autoridad administrativa.

"Cuando la gerencia se percató de que el negocio se hacía más complejo, comenzaron a contratar expertos para que dieran su consejo en campos como el derecho, el mercadeo, la ingeniería, las finanzas, entre otros. Esto produjo que a inicios del siglo XX, el individuo que tomaba decisiones se basara fundamentalmente en las estadísticas operativas y en la información interna, pero este método carecía de la sofisticación

necesaria para hacer frente a la multitud de factores relacionados con las decisiones organizaciones."

En este período, esta problemática se agudizó y se incrementó el interés por solucionarla. Sin embargo, no es hasta principios de la segunda guerra mundial que aparece la investigación de operaciones (*Operations research*). Aun cuando su origen está relacionado con el campo militar, está también vinculada con el conocido desarrollo de la organización industrial. Con las técnicas de la investigación de operaciones, se intentaba determinar las alternativas de solución y la decisión final sobre la base de datos obtenidos empíricamente.

Con posterioridad a este período, la investigación de operaciones continuó su desarrollo por investigadores entre los que se encuentran *Dantzig, Churchman, Ackoff y Arnoff*, entre otros, e incluso se llegó a valorar las distintas fases por las que ha transitado esta actividad y sus características: primitiva (1941-1960), académica (1961-1970), maduración (1971-1980). En general la "Investigación de operaciones proporciona las técnicas que permiten juzgar, ponderar y valorar datos de forma racional, para poder alcanzar mejores soluciones, por lo que constituye un instrumento a utilizar para tomar decisiones." El desarrollo de esta actividad sentó las bases para la consolidación de la ciencia de la decisión, aunque en esta última, con el paso de los años, han intervenido múltiples teorías y disciplinas científicas. No obstante, al centrarse en datos empíricos, autores como *Moody* reconocen que en ocasiones los datos no son suficientes y fidedignos, y que las interpretaciones y percepciones desempeñan un papel fundamental en la toma de decisiones.

Si bien la investigación de operaciones intentaba proveer un mecanismo que tributara a la mejora de la toma de decisiones que realizaban los individuos, comienzan a vislumbrarse determinados factores o elementos constitutivos que inciden en este proceso y que con el paso del tiempo le

acentúan un carácter sumamente complejo. Esto, sumado a la consolidación de las técnicas gerenciales y el interés de la comunidad científica por profundizar sobre la administración, provocó que en los años 50 se comenzaran a desarrollar estudios desde ciencias específicas, que debido a su afinidad con el tema permitirían adquirir una mejor comprensión de la toma de decisiones en las organizaciones.

En la teoría organizacional, al convertirse la toma de decisiones en un tema central y medular, se inicia un esfuerzo por entender cómo los individuos, grupos y organizaciones proceden ante esta actividad. Esto hace que "entre las ciencias particulares mencionadas anteriormente se encuentren la antropología, sociología, psicología, economía y teoría de la administración." Estas fueron las ciencias que desde los inicios más aportaron al tema con investigaciones empíricas y con aportaciones sólidas para la comprensión de este campo de estudio.

Uno de los investigadores más notables en esta etapa fundacional de los estudios relacionados con la toma de decisiones, fue *Herbert A. Simon*. Si bien existen numerosos autores que han contribuido al desarrollo de este proceso en las organizaciones, las investigaciones realizadas por *Simon* constituyen la base para el estudio de este campo de conocimiento debido a: "la racionalidad limitada." Su visión y experiencia desde la economía, administración y psicología convirtieron sus investigaciones, enfocadas específicamente a la toma de decisiones en las organizaciones, en la base de posteriores teorías sobre la toma de decisión, y a su vez, en un precedente para futuras investigaciones sobre el tema.

Es necesario destacar que ante la propia complejidad del proceso tratado, dígame sus componentes y las especificidades del contexto en el que tienen lugar, "existe gran diversidad entre las perspectivas de investigación dominantes sobre el tema, entre la que destacan la teoría del comportamiento como una de las más investigadas", que aún se

evidencian por múltiples factores relacionados todos por los vínculos sociales y la influencia de estos en el proceso de toma de decisiones. Precisamente, las relaciones sociales constituyen un elemento que ha incidido considerablemente en la conformación de los aspectos teóricos relacionados con las decisiones por medio de las teorías de la administración o gestión científica de *Frederick Winslow Taylor*, de la motivación de *Abraham Maslow*; del comportamiento de *Douglas McGregor*; así como de la administración o gestión moderna de *Henri Fayol*. Si bien es cierto que las relaciones sociales tienen gran valor para la toma de decisiones organizacionales, es justo señalar que este proceso se ha nutrido considerablemente de los aportes teóricos realizados desde las diferentes teorías relacionadas con la administración/gerencia por ser un proceso que involucra a toda la organización y está condicionado por los factores que inciden en esta.

Sin embargo, indistintamente de la perspectiva dominante y de las teorías que han influido en la toma de decisiones, se puede afirmar que, con el paso del tiempo, estas se han diversificado, aun cuando todas han estado bajo la influencia del desarrollo de la administración o gestión que contribuyen al enriquecimiento de este campo teórico. De igual forma, se evidencian en la esencia de las teorías clásicas de la decisión, el intento de realizar aproximaciones teórico-metodológicas para que las organizaciones tomen decisiones de forma acertada.

En los últimos años, como resultado del marcado interés por comprender el modo en que los individuos toman decisiones, se han conformado modelos que permiten representar el comportamiento en la toma de decisiones que siguen determinados individuos o grupos ante problemas o situaciones concretas. Algunos autores como *Meacham* contemplan este fenómeno como teorías de decisiones.

Antecedentes referenciales

Estudio de factores que incrementan la rentabilidad de plantaciones pulpables de *Eucalyptus Globulus Labill* en Chile, autor: Emilio Ricardo Guerra Bugueño, España, 2012

Resumen

La presente tesis se inició dentro de un programa de doctorado, específicamente diseñado para académicos de universidades iberoamericanas, con una prolongada experiencia profesional. En este sentido el desarrollo del trabajo de investigación se realizó utilizando la experiencia acumulada a través de los años. Se investigó en la especie forestal *Eucalyptus globulus*, en Chile, en relación de los efectos de la densidad, fertilización y calidad de suelo (aplicación de agua por medio de riego), en la rentabilidad de las plantaciones. Los estudios se llevaron a cabo a edad de cosecha, concluyéndose en primer lugar que los mayores rendimientos volumétricos no propician las mayores rentabilidades, toda vez que el incremento de la densidad de plantación aumenta los costos por unidad de planta en relación al manejo de suelos, control de malezas y fertilización. Como resultado intermedio de este trabajo de tesis doctoral se han generado las siguientes publicaciones indexadas: Efecto de los sistemas de riego en la rentabilidad de plantaciones de eucalipto (*Eucalyptus globulus*). Agrocienza (2010) y Rentabilidad de la fertilización al establecimiento de plantaciones de *Eucalyptus globulus*. Agrocienza (2007).

Análisis

La investigación presentada por Emilio Ricardo Guerra Bugueño es de un programa de doctorado, específicamente diseñado para académicos de universidades iberoamericanas, donde se investigó en la especie forestal *Eucalyptus globulus*, en Chile, en relación de los efectos de la densidad, fertilización y calidad de suelo (aplicación de agua por medio de riego), en

la rentabilidad de las plantaciones, el presente estudio se limita a proponer un plan de mejoras para mejorar la rentabilidad del bazar y deja establecido conclusiones y recomendaciones, esperando sean el inicio de futuras investigaciones. La diferencia entre estos estudios está dada por el nivel de profundidad que se relaciona con el nivel de formación.

Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo, De La Hoz Suárez, Betty, Ferrer, María Alejandra, De La Hoz Suárez, Aminta, 2007

Resumen

El artículo busca establecer la importancia de la información para tomar decisiones financieras dentro de las empresas; describiendo como herramienta importante para el flujo de información, el sistema de control de gestión basado en indicadores. Es una investigación de tipo descriptiva, orientada hacia un diseño documental, de campo, no experimental. Inicialmente se abordó la teoría documentada de distintos autores, lo que permitió la preparación de un cuestionario de recolección de datos, aplicado a cinco hoteles de categoría media, ubicados en Maracaibo. Se concluye que, en las empresas es importante contar con indicadores financieros como herramienta para la toma de decisiones empresariales. La información empírica demostró que las empresas objeto de estudio fueron incrementando moderadamente su rentabilidad durante tres períodos económicos (2001-2003). Por ejemplo, con respecto a la rentabilidad económica, la mayoría de los hoteles pasaron de una rentabilidad que oscila entre el 1% y 10% en el año 2001, a una rentabilidad económica de entre el 11% y el 20% en el año 2002 y 2003; producto de las buenas decisiones tomadas en cuanto a la formulación e implementación de estrategias financieras, y a su vez, gracias al control de gestión basado en indicadores. Palabras clave: Información, indicadores financieros, rentabilidad, toma de decisiones, hoteles.

Análisis

El artículo presentado por De La Hoz Suárez, Betty Ferrer María Alejandra, De La Hoz Suárez Aminta, tiene similitud con la presente investigación en el estudio de la toma de decisiones financieras, este artículo se centra en establecer la importancia de la información para tomar decisiones financieras dentro de las empresas; describiendo como herramienta importante para el flujo de información, donde proponen un sistema de control de gestión basado en indicadores, la presente investigación analiza la importancia de las herramientas financieras que podrían ser parte del plan de mejora que se propone para dar solución al problema investigado. La autora comparte con el criterio de que en las empresas es importante contar con indicadores financieros como herramienta para la toma de decisiones empresariales. Estas investigaciones son similares entre sí porque ambas aplican una investigación de tipo descriptiva, de campo, no experimental, se desarrollan un cuestionario de recolección de datos, aplicado a los colaboradores del bazar “El famoso Papuco” que conforman la población del estudio.

Antecedentes teóricos

Decisiones financieras

Para Gitman (2003) una de las principales responsabilidades del administrador financiero es revisar y analizar las decisiones de inversión propuestas para asegurarse de que sólo se realicen aquellas que contribuyan positivamente al valor de la empresa. A través de varias técnicas y herramientas, los administradores financieros estiman los flujos de efectivo que generará una inversión y luego aplican técnicas apropiadas de decisión para evaluar el impacto de la inversión sobre el valor de la empresa. Desde luego, sólo se deben realizar las inversiones que puedan incrementar el precio de las acciones.

Gitman (2003) también habla de otro tipo de decisiones financieras, entre las cuales nombra el costo de capital, el apalancamiento y la política de dividendos como decisiones financieras a largo plazo y la administración de activos circulantes y de pasivos circulantes como decisiones financieras a corto plazo.

Algunos ejemplos de decisiones que podrían requerir políticas de finanzas son (Fred, 1997):

1. Reunir capital por medio de créditos a corto plazo, a largo plazo, acciones preferentes o acciones comunes.
2. Arrendar o comprar activos fijos.
3. Determinar una razón adecuada para el pago de dividendos.
4. Extender el plazo de las cuentas por cobrar.
5. Establecer un porcentaje de descuento para las cuentas pagadas dentro de un plazo determinado.
6. Determinar la cantidad de efectivo que se debe tener a la mano.

(Fred, 1997) Para implementar estrategias es fundamental considerar varios aspectos del área de finanzas, tales como:

1. Adquirir capital para implementar estrategias: Además de la utilidad neta de las operaciones y de la venta de activos, dos fuentes básicas de capital para la organización son los créditos y el capital contable.

Determinar una mezcla adecuada de pasivos y capital contable en la estructura del capital de una empresa puede ser vital para la debida implementación de sus estrategias.

El análisis de las Utilidades por Acción (UPA)/ Utilidades antes de Intereses e Impuestos (UAI) es la técnica más utilizada para determinar si la mejor alternativa para reunir capital a efecto de implementar estrategias

es el endeudamiento, la emisión de acciones o una combinación de créditos y acciones.

2. Estados Financieros proyectados: Es una técnica básica para implementar estrategias porque permite a la organización estudiar los resultados esperados de diversas acciones y enfoques. Este tipo de análisis se puede utilizar para pronosticar las consecuencias de diversas decisiones en la implementación. Unos Estados Financieros proforma permiten a las organizaciones calcular las razones financieras proyectadas de acuerdo con diversos escenarios para implementar estrategias.

Las razones financieras, cuando se comparan con los años anteriores y los promedios de la industria, ofrecen información valiosa en cuanto a la viabilidad de diversos enfoques para la implementación de estrategias.

3. Presupuestos Financieros: Es un documento que detalla cómo se obtendrán y gastarán los fondos dentro de un plazo de terminado.

La presupuestación financiera es un método para especificar qué se debe hacer para lograr la debida implementación de las estrategias. No se debe considerar como un instrumento que sirve para limitar los egresos, sino más bien como un método que sirve para obtener el uso más rentable y productivo de los recursos de la organización. Los presupuestos financieros son la asignación planificada de los recursos de la empresa, basada en los pronósticos del futuro.

4. Valor del Negocio: Arroja información acerca de lo que posee una empresa, lo que gana una empresa o lo que la empresa llevará al mercado. Esto es fundamental para implementar estrategias porque permite establecer el valor financiero o efectivo de un negocio que facilita la puesta en práctica de ciertas estrategias determinadas, como: adquisición de otras empresas, venta de una división, venta de toda la empresa, entre otras. Algunas formas de hacer evaluaciones periódicas

dentro de una organización son: planes para empleados, impuestos, jubilación, fusiones, adquisiciones, planes de expansión, relaciones con los Bancos, muerte de un jefe, contratos de sociedad, auditorías, entre otros. La información relacionada con el valor de la empresa protege los intereses de todas las partes involucradas.

5. Cómo decidir que se vuelva pública la compañía: Hacer pública la compañía significa vender un porcentaje de la compañía a terceros a efectos de reunir capital y, por consiguiente, diluir el control de la empresa que estaba en manos de los dueños.

Tomando en cuenta lo anteriormente planteado, se puede decir que el proceso toma de decisiones para la implementación de políticas y estrategias, muy especialmente las asociadas al área de finanzas, debe considerar detenidamente los aspectos planteados por Fred (1997), ya que antes de decidir la puesta en práctica de las estrategias es primordial conocer con qué recursos económicos cuenta la organización, determinar el uso más rentable y productivo que debe dársele a dichos recursos, estudiar cuáles son los resultados que se esperan y establecer el valor financiero o efectivo del negocio. Todo ello contribuirá a tomar decisiones acertadas en cuanto a qué cursos de acción implementar y a prevenir consecuencias negativas futuras que pudieran impedir el cumplimiento de objetivos y por ende truncar el progreso de la organización. (Tomado del Libro Conceptos de Administración Estratégica.)

Toma de decisiones

Colectivo de autores (2011) En el ambiente socioeconómico actual altamente competitivo y complejo, los métodos tradicionales de toma de decisiones se han vuelto relativamente inoperantes ya que los responsables de dirigir las actividades de las empresas e instituciones financieras se enfrentan a situaciones complicadas y dinámicas, que requieren de soluciones creativas y prácticas apoyadas en una base cuantitativa sólida.

Las empresas se preocupan constantemente por tomar decisiones que les permita optimizar sus resultados de manera que se obtenga el mayor beneficio. La palpable dificultad de tomar estas decisiones ha hecho que el hombre se dirija a la búsqueda de una herramienta o método que le permita tomar las mejores decisiones de acuerdo a los recursos disponibles y a los objetivos que persigue. Las herramientas para las decisiones empresariales tales como los modelos matemáticos han sido aplicadas a una amplia gama de situaciones en la toma de decisiones dentro de diversas áreas de la empresa.

Colectivo de autores (2011) En la actualidad se ha incrementado el uso de modelos matemáticos para interpretar y predecir los comportamientos de los mercados y controlar así la toma de decisiones. Dichas aplicaciones incluyen decisiones multicriterios, pronósticos de ventas, predicciones del impacto, efecto de campañas publicitarias, estrategias para proteger desabastecimiento de inventarios, para determinar estrategias óptimas de inversión de portafolios, etc.

Los objetivos de toda empresa debe ser siempre alcanzar el liderato en su rama, controlando la eficiencia y efectividad de todas sus componentes por medio de métodos que permitan encontrar las relaciones óptimas que mejor operen el sistema, dado un objetivo específico.

Colectivo de autores (2011) Es importante a la hora de tomar decisiones realizar un conjunto de acciones que permitan decidir aceptadamente entre las alternativas posibles. En primer lugar se debe determinar la necesidad de una decisión que es generada por un problema o disparidad entre lo deseado y la condición real. Luego se necesita identificar los criterios de decisión y asignar peso a estos criterios para priorizar primero los de mayor importancia en la decisión. Después se desarrollan todas las alternativas o posibles soluciones al problema y si bien no resulta posible en la mayoría de los casos conocer todos los caminos que se pueden tomar para solucionar el problema, mientras más alternativas se tengan va a ser mucho más probable encontrar una que resulte satisfactoria.

Existen herramientas, en particular para la administración de empresas para evaluar diferentes alternativas, que recoge la investigación de operaciones. Finalmente se procede a seleccionar la mejor alternativa (toma de decisiones): Una vez seleccionada la mejor alternativa se llega al final del proceso de la toma de decisiones. A partir de esto se hace necesario implementar la decisión para poder evaluar si la decisión fue o no acertada y evaluar los resultados.

En la toma de decisiones financieras de una empresa, son dos decisiones las que captan gran importancia, la de invertir y la de financiar, la primera decisión de inversión se refiere a los activos de la empresa mientras que la segunda decisión de financiamiento se refiere a las fuentes de financiamiento a largo plazo.

Las decisiones de inversión serán elegidas según el objetivo que se pretenda buscar en activos reales, estos deben valer más de lo que cuesten, y las decisiones de financiamiento se eligen según el grado de autonomía y la cuantía de endeudamiento que es capaz de soportar la empresa.

Importancia de la información para la toma de decisiones

En el día a día de los negocios se toman decisiones, algunas muy importantes otras de menos relevancia; unas inmediatas otras que pueden esperar, de cualquier manera, la mayor parte de esas decisiones son tomadas a partir de información. G. B. Davis (1974), citado por Montilva (1999) define la información como:

Datos que han sido procesados en una forma que es significativa para quien los utiliza y que son de valor real y perceptible en decisiones actuales y futuras"; agrega que "...la información constituye el recurso esencial en el proceso de toma de decisiones y en la solución de problemas en una empresa". (p. 23)

Para Montilva (1999), la función de la información es:

Incrementar el conocimiento de un hecho u objeto y reducir la incertidumbre de quien la utiliza. Dentro del marco organizacional, la función de la información es servir de elemento de apoyo en el proceso de toma de decisiones, permitiendo al usuario ganar un conocimiento más profundo de lo acontecido, lo que acontece y lo que pueda acontecer en la organización. (p. 25)

Lo anteriormente planteado por Montilva (1999) destaca la importancia de la información para llevar a cabo los procesos de identificación y selección de acciones adecuadas, para la solución de problemas específicos.

La toma de decisiones basada en la información es pues una actividad fundamental en las empresas actuales; puede decirse que es la base para la supervivencia y buen funcionamiento de las mismas.

Puesto que en todo proceso de identificación de estrategias, hay elementos difíciles de conocer y controlar para escoger la mejor decisión, sí es posible contar con información clara, veraz y oportuna dentro de las empresas para tomar buenas decisiones. Es importante recordar que una decisión inadecuada puede causar problemas graves a una empresa, por el contrario, una buena decisión puede llevarla a su mejor momento económico.

Para Pacheco et al. (2002) **“tomar decisiones es elegir entre un conjunto más o menos finito de opciones”** (p.12) La información se constituye en el recurso clave que garantiza la calidad de las decisiones. Por su parte, Cohen y Asín (2000) citan el modelo del proceso de toma de decisiones de Slade: **“Comienza con la identificación del problema para el cual es necesario tomar una decisión: después, se procede a identificar alternativas de solución. Aquí se hace la distinción mencionando los problemas viejos”**. (p. 183-184). En este caso, existen problemas que se han presentado con anterioridad y las personas que tienen experiencia acumulada eligen las acciones usuales o más comunes. Los problemas “nuevos” pasan al siguiente punto que consiste en la evaluación de las alternativas de solución.

Después de evaluar las opciones, se elige la que mejor satisfaga los requerimientos de la empresa. En caso de que no se encuentre una alternativa apropiada, se generan nuevas alternativas hasta que se halle la adecuada o se decida que no existe alternativa factible.

Cuando se encuentra la alternativa adecuada se procede a implantarla. Si no existe ninguna, se abandona el problema debido a que no hay solución para él.

Puede recalcar entonces, la importancia de contar con un flujo de información que permita identificar claramente los problemas de diferente índole presentados en las empresas, pero en especial los relacionados con el área de finanzas. La experiencia indica que comúnmente se recurre a indicadores financieros para obtener tal información, tanto, que han sido considerados como importantes herramientas de análisis y, además, como pilares fundamentales para la toma de decisiones empresariales.

Thierauf (1991) dice que siempre ha existido y sigue existiendo una conciencia en la sociedad que la información precisa y oportuna es un recurso vital para cualquier empresa; muchos miembros de la alta gerencia están descubriendo que la información es una fuente de fuerza competitiva, dándoles la habilidad de actuar más rápido que la competencia en momentos críticos.

La rentabilidad

Parés, A. (1979) Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo

producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori.

La importancia del análisis de la rentabilidad viene determinada porque, aun partiendo de la multiplicidad de objetivos a que se enfrenta una empresa, basados unos en la rentabilidad o beneficio, otros en el crecimiento, la estabilidad e incluso en el servicio a la colectividad, en todo análisis empresarial el centro de la discusión tiende a situarse en la polaridad entre rentabilidad y seguridad o solvencia como variables fundamentales de toda actividad económica.

Así, para los profesores Cuervo y Rivero (1986)

La base del análisis económico-financiero se encuentra en la cuantificación del binomio rentabilidad-riesgo, que se presenta desde una triple funcionalidad: Análisis de la rentabilidad.

Análisis de la solvencia, entendida como la capacidad de la empresa para satisfacer sus obligaciones financieras (devolución de principal y gastos financieros), consecuencia del endeudamiento, a su vencimiento.

Análisis de la estructura financiera de la empresa con la finalidad de comprobar su adecuación para mantener un desarrollo estable de la misma. (p. 19)

Es decir, los límites económicos de toda actividad empresarial son la rentabilidad y la seguridad, normalmente objetivos contrapuestos, ya que la rentabilidad, en cierto modo, es la retribución al riesgo y, consecuentemente, la inversión más segura no suele coincidir con la más rentable. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que, por otra parte, el fin de solvencia o estabilidad de la empresa está íntimamente ligado al de rentabilidad, en el sentido de que la rentabilidad es un condicionante

decisivo de la solvencia, pues la obtención de rentabilidad es un requisito necesario para la continuidad de la empresa.

Esteo Sánchez, F. (1998) **“La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona *return on equity* (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado.”** (p. 25)

La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios.

Además, una rentabilidad financiera insuficiente supone una limitación por dos vías en el acceso a nuevos fondos propios. Primero, porque ese bajo nivel de rentabilidad financiera es indicativo de los fondos generados internamente por la empresa; y segundo, porque puede restringir la financiación externa.

González Pascual, J. (1995) **“En este sentido, la rentabilidad financiera debería estar en consonancia con lo que el inversor puede obtener en el mercado más una prima de riesgo como accionista.”** (p. 34)

Sin embargo, esto admite ciertas matizaciones, puesto que la rentabilidad financiera sigue siendo una rentabilidad referida a la empresa y no al accionista, ya que aunque los fondos propios representen la participación de los socios en la empresa, en sentido estricto el cálculo de la rentabilidad del accionista debería realizarse incluyendo en el numerador magnitudes tales como beneficio distribuible, dividendos, variación de las cotizaciones, etc., y en el denominador la inversión que corresponde a esa remuneración, lo que no es el caso de la rentabilidad financiera, que, por tanto, es una rentabilidad de la empresa.

La rentabilidad financiera es, por ello, un concepto de rentabilidad final que al contemplar la estructura financiera de la empresa (en el concepto de resultado y en el de inversión), viene determinada tanto por los factores incluidos en la rentabilidad económica como por la estructura financiera consecuencia de las decisiones de financiación.

Niveles de análisis de la rentabilidad empresarial

Parés, A. (1979) Aunque cualquier forma de entender los conceptos de resultado e inversión determinaría un indicador de rentabilidad, el estudio de la rentabilidad en la empresa se realiza en dos niveles, en función del tipo de resultado y de inversión relacionada con el mismo que se considere:

Así, un primer nivel de análisis conocido como rentabilidad económica o del activo, en el que se relaciona un concepto de resultado conocido o previsto, antes de intereses, con la totalidad de los capitales económicos empleados en su obtención, sin tener en cuenta la financiación u origen de los mismos, por lo que representa, desde una perspectiva económica, el rendimiento de la inversión de la empresa.

Y un segundo nivel, la rentabilidad financiera, en el que se enfrenta un concepto de resultado conocido o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos.

La relación entre ambos tipos de rentabilidad vendrá definida por el concepto conocido como apalancamiento financiero, que, bajo el supuesto de una estructura financiera en la que existen capitales ajenos, actuará como amplificador de la rentabilidad financiera respecto a la económica siempre que esta última sea superior al coste medio de la deuda, y como reductor en caso contrario.

Indicadores de Rentabilidad

Existen diversas definiciones y opiniones relacionadas con el término rentabilidad, por ejemplo, Gitman (1997) dice que rentabilidad es la relación entre ingresos y costos generados por el uso de los activos de la empresa en actividades productivas. La rentabilidad de una empresa puede ser evaluada en referencia a las ventas, a los activos, al capital o al valor accionario. Por otra parte, Aguirre et al. (1997) consideran la rentabilidad como un objetivo económico a corto plazo que las empresas deben alcanzar, relacionado con la obtención de un beneficio necesario para el buen desarrollo de la empresa.

Para Sánchez (2002) la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y financieros con el fin de obtener ciertos resultados. En la literatura económica, aunque el término se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo.

En términos más concisos, la rentabilidad es uno de los objetivos que se traza toda empresa para conocer el rendimiento de lo invertido al realizar una serie de actividades en un determinado período de tiempo. Se puede definir además, como el resultado de las decisiones que toma la administración de una empresa.

De acuerdo a Sánchez (2002), la importancia del análisis de la rentabilidad viene dada porque, aun partiendo de la multiplicidad de objetivos a que se enfrenta una empresa, basados unos en la rentabilidad o beneficio, otros en el crecimiento, la estabilidad e incluso en el servicio a la colectividad, en todo análisis empresarial el centro de la discusión tiende a situarse en la polaridad entre rentabilidad y seguridad o solvencia como variables fundamentales de toda actividad económica.

Sánchez (2002) señala además que la base del análisis económico-financiero se encuentra en la cuantificación del binomio rentabilidad-riesgo, que se presenta desde una triple funcionalidad: análisis de la rentabilidad, análisis de la solvencia, entendida como la capacidad de la empresa para satisfacer sus obligaciones financieras (devolución de principal y gastos financieros), consecuencia del endeudamiento, a su vencimiento, y análisis de la estructura financiera de la empresa con la finalidad de comprobar su adecuación para mantener un desarrollo estable de la misma.

Los indicadores referentes a rentabilidad, tratan de evaluar la cantidad de utilidades obtenidas con respecto a la inversión que las originó, ya sea considerando en su cálculo el activo total o el capital contable (Guajardo, 2002). Se puede decir entonces que es necesario prestar atención al análisis de la rentabilidad porque las empresas para poder sobrevivir necesitan producir utilidades al final de un ejercicio económico, ya que sin ella no podrán atraer capital externo y continuar eficientemente sus operaciones normales.

Con relación al cálculo de la rentabilidad, Brealey y Myers (1998) describen que los analistas financieros utilizan índices de rentabilidad para juzgar cuan eficientes son las empresas en el uso de sus activos.

En su expresión analítica, la rentabilidad contable va a venir expresada como cociente entre un concepto de resultado y un concepto de capital invertido para obtener ese resultado. A este respecto, según Sánchez (2002), es necesario tener en cuenta una serie de cuestiones en la formulación y medición de la rentabilidad para poder así elaborar una ratio o indicador de rentabilidad con significado:

1. Las magnitudes cuyo cociente es el indicador de rentabilidad han de ser susceptibles de expresarse en forma monetaria.

2. Debe existir, en la medida de lo posible, una relación causal entre los recursos o inversión considerados como denominador y el excedente o resultado al que han de ser enfrentados.

3. En la determinación de la cuantía de los recursos invertidos habrá de considerarse el promedio del periodo, pues mientras el resultado es una variable flujo, que se calcula respecto a un periodo, la base de comparación, constituida por la inversión, es una variable stock que sólo informa de la inversión existente en un momento concreto del tiempo. Por ello, para aumentar la representatividad de los recursos invertidos, es necesario considerar el promedio del periodo.

4. También es necesario definir el periodo de tiempo al que se refiere la medición de la rentabilidad (normalmente el ejercicio contable), pues en el caso de breves espacios de tiempo se suele incurrir en errores debido a una periodificación incorrecta.

Por otra parte, Guajardo (2002) dice que el estado de resultados es el principal medio para medir la rentabilidad de una empresa a través de un periodo, ya sea de un mes, tres meses o un año. En estos casos, el estado de ganancias y pérdidas debe mostrarse en etapas, ya que al restar a los ingresos los costos y gastos del periodo se obtienen diferentes utilidades hasta llegar a la utilidad neta. Esto no quiere decir que se excluirá el balance general a la hora de hacer un análisis financiero, puesto que para evaluar la operación de un negocio es necesario analizar conjuntamente los aspectos de rentabilidad y liquidez, por lo que es necesario elaborar tanto el estado de resultados como el estado de cambios en la posición financiera o balance general.

Tanto el Estado de resultados como el Balance General son necesarios para construir indicadores de rentabilidad, ya que no sólo se requiere de información relacionada con resultados, ingresos o ventas, sino también es necesario disponer de información relacionada con la estructura financiera, básicamente con los activos y el capital invertido.

Todos los índices de rentabilidad que se construyan a partir de los Estados Financieros ya mencionados, permitirán medir la eficiencia con que se ha manejado la empresa en sus operaciones, principalmente en el manejo del capital invertido por los inversionistas. El numerador de los índices incluye la rentabilidad del período y el denominador representa una base de la inversión representativa.

Toma de decisiones y rentabilidad

Una importante herramienta para el flujo de información financiera y no financiera que conlleve a la toma de decisiones oportunas, la constituyen los sistemas de control de gestión.

Anthony y Govindarajan (2003) consideran dichos sistemas como una ayuda para empujar a las empresas hacia sus objetivos de largo plazo, centrándose principalmente en la implementación estratégica. Cuando hablan de resultados financieros se refieren a resultados monetarios como: ingresos netos, rentabilidad sobre recursos propios, entre otros, y dentro de los objetivos no financieros se encuentran: calidad de los productos, cuota de mercado, satisfacción de la clientela, cumplimiento de plazos de entrega y motivación de los trabajadores.

Por otra parte, el control de gestión según Beltrán (1998), se concibe sobre una empresa en funcionamiento y se basa en la continua conversión de información clave en acción proactiva, a través de la toma efectiva de decisiones. Por lo anterior, es vital contar con información administrable, que permita un análisis ágil; este tipo particular de información está contenido y representado en los indicadores de gestión.

En este sentido, Darío Abad Arango citado por Beltrán (1998) indica que el control de gestión es un instrumento gerencial, integral y estratégico que, apoyado en indicadores, índices y cuadros producidos en forma sistemática, periódica y objetiva, permite que la empresa sea efectiva para captar recursos, eficiente para transformarlos y eficaz para

canalizarlos. Así mismo, Pacheco et al. (2002) comenta que el control de la gestión descansa sobre el seguimiento y la medición de indicadores.

En lo anteriormente expuesto, se nota que tanto Beltrán (1998) como Abad Arango y Pacheco et al. (2002), mencionan una importante herramienta: los indicadores de control de gestión. Particularmente, este último autor mencionado, dice que un indicador numérico es la relación entre dos o más datos significativos, que tienen un nexo lógico entre ellos, y que proporcionan información sobre aspectos críticos o de importancia vital para la conducción de la empresa. Agrega además, que responde a dos principios básicos de gestión: “lo que no es medible no es gerenciable” y “el control se ejerce a partir de hechos y datos”.

En este mismo orden de ideas, Pacheco et al. (2002) menciona que los indicadores son un instrumento básico de las prácticas directivas para el control y el despliegue de las estrategias en cada una de las áreas funcionales de las empresas: producción, mercadeo, recursos humanos y finanzas. Una práctica común dentro de muchas organizaciones consiste en aplicar indicadores en cada una de las mencionadas áreas.

En finanzas, por ejemplo, se utilizan con mucha frecuencia indicadores para el estudio de la información contenida en los estados financieros básicos. Según Pacheco et al. (2002), las razones financieras suelen ser calificadas en seis tipos fundamentales: liquidez, apalancamiento, actividad, rentabilidad, crecimiento y valuación; por su parte, Guajardo (2002) las clasifica dentro de cuatro rubros: rentabilidad, liquidez, utilización de activos y utilización de pasivos.

En relación con esto, Chávez (2005) afirma que la rentabilidad es uno de los indicadores financieros más relevantes, sino el más importante, para medir el éxito de un negocio; agrega que una rentabilidad sostenida combinada con una política de dividendos cautelosa, conlleva a un fortalecimiento del patrimonio. Como complemento de esto,

Anthony y Govindarajan (2003) mencionan que habitualmente, en una empresa el beneficio es el objetivo más importante, por ello es tan necesario el cálculo de la rentabilidad. Es por ello que, de los indicadores financieros aplicados por las empresas, en esta investigación se decide abordar los de rentabilidad como principales herramientas para la toma de decisiones.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Constitución de la República del Ecuador

TÍTULO II

DERECHOS

Capítulo tercero

Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria

Sección novena

Personas usuarias y consumidoras

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las

personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas.

Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.

Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección sexta

Ahorro e inversión

Art. 338.- El Estado promoverá y protegerá el ahorro interno como fuente de inversión productiva en el país. Asimismo, generará incentivos al

retorno del ahorro y de los bienes de las personas migrantes, y para que el ahorro de las personas y de las diferentes unidades económicas se oriente hacia la inversión productiva de calidad.

Art. 339.- El Estado promoverá las inversiones nacionales y extranjeras, y establecerá regulaciones específicas de acuerdo a sus tipos, otorgando prioridad a la inversión nacional. Las inversiones se orientarán con criterios de diversificación productiva, innovación tecnológica, y generación de equilibrios regionales y sectoriales.

La inversión extranjera directa será complementaria a la nacional, estará sujeta a un estricto respeto del marco jurídico y de las regulaciones nacionales, a la aplicación de los derechos y se orientará según las necesidades y prioridades definidas en el Plan Nacional de Desarrollo, así como en los diversos planes de desarrollo de los gobiernos autónomos descentralizados.

La inversión pública se dirigirá a cumplir los objetivos del régimen de desarrollo que la Constitución consagra, y se enmarcará en los planes de desarrollo nacional y locales, y en los correspondientes planes de inversión.

Sección sexta

Ahorro e inversión

Art. 338.- El Estado promoverá y protegerá el ahorro interno como fuente de inversión productiva en el país. Asimismo, generará incentivos al retorno del ahorro y de los bienes de las personas migrantes, y para que el ahorro de las personas y de las diferentes unidades económicas se oriente hacia la inversión productiva de calidad.

Art. 339.- El Estado promoverá las inversiones nacionales y extranjeras, y establecerá regulaciones específicas de acuerdo a sus tipos, otorgando prioridad a la inversión nacional. Las inversiones se orientarán con

criterios de diversificación productiva, innovación tecnológica, y generación de equilibrios regionales y sectoriales.

La inversión extranjera directa será complementaria a la nacional, estará sujeta a un estricto respeto del marco jurídico y de las regulaciones nacionales, a la aplicación de los derechos y se orientará según las necesidades y prioridades definidas en el Plan Nacional de Desarrollo, así como en los diversos planes de desarrollo de los gobiernos autónomos descentralizados.

La inversión pública se dirigirá a cumplir los objetivos del régimen de desarrollo que la Constitución consagra, y se enmarcará en los planes de desarrollo nacional y locales, y en los correspondientes planes de inversión.

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR DEL 2013 AL 2017

Objetivo 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

Los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas.

Al olvidar que trabajo es sinónimo de hombre, el mercado lo somete al juego de la oferta y demanda, tratándolo como una simple mercancía Polanyi, (1980). El sistema económico capitalista concibe al trabajo como un medio de producción que puede ser explotado, llevado a la precarización, y hasta considerarlo prescindible. El trabajo, definido como tal, está subordinado a la conveniencia de los dueños del capital, es funcional al proceso productivo y, por lo tanto, está alejado de la realidad familiar y del desarrollo de las personas.

En contraste con esa concepción, y en función de los principios del Buen Vivir, el artículo 33 de la Constitución de la República establece que el trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo, en sus diferentes formas, es fundamental para el desarrollo saludable de una economía, es fuente de realización personal y es una condición necesaria para la consecución de una vida plena. El reconocimiento del trabajo como un derecho, al más alto nivel de la legislación nacional, da cuenta de una histórica lucha sobre la cual se han sustentado organizaciones sociales y procesos de transformación política en el país y el mundo.

Los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas. En prospectiva, el trabajo debe apuntar a la realización personal y a la felicidad, además de reconocerse como un mecanismo de integración social y de articulación entre la esfera social y la económica.

La Constitución establece de manera explícita que el régimen de desarrollo debe basarse en la generación de trabajo digno y estable, el mismo que debe desarrollarse en función del ejercicio de los derechos de los trabajadores (art. 276). Lo anterior exige que los esfuerzos de política pública, además de impulsar las actividades económicas que generen trabajo, garanticen remuneraciones justas, ambientes de trabajo saludables, estabilidad laboral y la total falta de discriminación. Una sociedad que busque la justicia y la dignidad como principios fundamentales no solamente debe ser evaluada por la cantidad de trabajo que genera, sino también por el grado de cumplimiento de las garantías que se establezcan y las condiciones y cualidades en las que se efectúe. Asimismo, debe garantizar un principio de igualdad en las oportunidades al trabajo y debe buscar erradicar de la manera más enfática cualquier figura que precarice la condición laboral y la dignidad humana.

Lo anterior también implica considerar la injerencia directa del Estado en los niveles de trabajo como empleador –especialmente como empleador de última instancia–, con el objeto de asegurar el acceso al trabajo a las poblaciones en condición de vulnerabilidad económica y de garantizar la total aplicación del concepto constitucional del trabajo como un derecho.

De la misma manera, las acciones del Estado deben garantizar la generación de trabajo digno en el sector privado, incluyendo aquellas formas de producción y de trabajo que históricamente han sido invisibilizadas y desvalorizadas en función de intereses y relaciones de poder. Tanto a nivel urbano como rural, muchos procesos de producción y de dotación de servicios se basan en pequeñas y medianas unidades familiares, asociativas o individuales, que buscan la subsistencia antes que la acumulación. Amparándose en la Constitución de la República, es necesario profundizar el reconocimiento y el apoyo a estas distintas formas de trabajo, sobre todo a las que corresponden al auto-sustento y al cuidado humano, a la reproducción y a la supervivencia familiar y vecinal (arts. 319 y 333).

Para alcanzar este objetivo, debemos generar trabajos en condiciones dignas, buscar el pleno empleo priorizando a grupos históricamente excluidos, reducir el trabajo informal y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales. Hay que establecer la sostenibilidad de las actividades de autoconsumo y auto-sustento, así como de las actividades de cuidado humano, con enfoque de derechos y de género. El fortalecimiento de los esquemas de formación ocupacional y capacitación necesita articularse a las necesidades del sistema de trabajo y a la productividad laboral.

VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Variable independiente:

Decisiones financieras: La toma de decisiones es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las opciones o formas para resolver diferentes situaciones a nivel empresarial, consiste básicamente, en elegir una opción entre las disponibles, a los efectos de resolver un problema actual o potencial (aun cuando no se evidencie un conflicto latente).

Variable dependiente:

Rentabilidad: La rentabilidad es el beneficio renta expresado en términos relativos o porcentuales respecto a alguna otra magnitud económica como el capital total invertido o los fondos propios. Frente a los conceptos de renta o beneficio que se expresan en términos absolutos, esto es, en unidades monetarias, el de rentabilidad se expresa en términos porcentuales.

DEFINICIONES CONCEPTUALES

Análisis de la estructura financiera: tiene la finalidad de comprobar su adecuación para mantener un desarrollo estable de la misma.

Análisis de la solvencia: entendida como la capacidad de la empresa para satisfacer sus obligaciones financieras (devolución de principal y gastos financieros), consecuencia del endeudamiento, a su vencimiento.

Compañía pública: Hacer pública la compañía significa vender un porcentaje de la compañía a terceros a efectos de reunir capital y, por consiguiente, diluir el control de la empresa que estaba en manos de los dueños.

Decisiones de financiamiento: se eligen según el grado de autonomía y la cuantía de endeudamiento que es capaz de soportar la empresa.

Decisiones de inversión: serán elegidas según el objetivo que se pretenda buscar en activos reales, estos deben valer más de lo que cuesten.

Decisiones financieras: Consiste básicamente, en elegir una opción entre las disponibles, a los efectos de resolver un problema actual o potencial (aun cuando no se evidencie un conflicto latente).

Estados Financieros proyectados: Es una técnica básica para implementar estrategias porque permite a la organización estudiar los resultados esperados de diversas acciones y enfoques.

La rentabilidad financiera: puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente

La rentabilidad: Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados.

Presupuestación financiera: es un método para especificar qué se debe hacer para lograr la debida implementación de las estrategias.

Presupuestos Financieros: Es un documento que detalla cómo se obtendrán y gastarán los fondos dentro de un plazo de terminado.

Toma de decisiones: La toma de decisiones es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las opciones o formas para resolver diferentes situaciones.

Utilidades por Acción (UPA): es la técnica más utilizada para determinar si la mejor alternativa para reunir capital a efecto de implementar estrategias es el endeudamiento, la emisión de acciones o una combinación de créditos y acciones.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

El Bazar “El Famoso Papuco” está ubicado en la Cdla. La Atarazana, atrás del Colegio Nacional Francisco Campos Coello, inicia su actividad económica el 6 de Abril del 2006, se inicia basado en la necesidad de los habitantes del sector e incluso para poder satisfacer las necesidades de los estudiantes y por la demanda que se presenta por el sector.

MISIÓN

Somos una microempresa dedicada a productos destinados para estudiantes, amas de casa y personas en general, con el fin de lograr la satisfacción plena de nuestros clientes. Tratando de ayudar a los moradores del sector con un horario continuo para poder alcanzar las necesidades.

El Bazar “El Famoso Papuco” tiene una imagen con la calidad, la excelencia y la satisfacción del cliente, dando servicio estable y cortés.

VISIÓN

Proyección con la excelencia teniendo claro que los logros que se realizarán con perseverancia y dedicación, ir siempre hacia adelante, buscando más alternativas y teniendo todavía el extracto que la calidad es más importante que la cantidad.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Cuantitativa.- Calero J. (2000) “Es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables estudia la asociación o

relación entre variables cuantificadas, se la utiliza para expresar los datos que resultan de un cálculo matemático” (pág.192)

Cualitativa.- Flick (2007) “ Es relevante en el estudio de las relaciones sociales, se utilizan principios que miden y cuantifican los diseños de investigación que permiten generalizar y formular leyes generales, en esta investigación existe comunicación del investigador con el campo y sus miembros como parte de conocimiento, se basa de un concepto teórico y metodológico unificado”. (pág.16)

La investigación se basará con un modelo mixto porque permite conocer los hechos, procesos, estructura en su totalidad, estimular la realización de ajustes, especificar las características principales y las fases para la realización de la investigación.

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Investigación Exploratoria.- Villalba, (2009) Es una actividad preliminar; por medio de ella se realiza el examen de un tema o problema de investigación poco estudiado, o que no ha sido abordado antes. Esta investigación utiliza la observación inmediata del área y de los elementos que caracterizan al objeto que va a ser investigado.

Este tipo de investigación permitirá analizar y recopilar la información necesaria para la realización de un plan de mejoras en el bazar “El Famoso Papuco”

Investigación Descriptiva.- Bernal, (2006) Se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio. Tradicionalmente se define la palabra describir como el acto de representar, reproducir o figurar a personas, animales o cosas.

Se deben describir aquellos aspectos más característicos, distintos y particulares de estar personas, situaciones o cosas, o sea, aquellas propiedades que le hacen reconocibles a los ojos de los demás.

Esta investigación dará a conocer las características y aspectos sobre la incidencia que tiene las decisiones financieras en la rentabilidad del Bazar “El famoso Papuco”.

Investigación Correlacional.- Bernal, (2006) Tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables. En otras palabras, la correlación examina asociaciones pero no relaciones causales, donde un cambio en un factor influye directamente en un cambio en otro.

Se utilizó este proceso para examinar el proyecto como resultado se analizará la relación que existe entre las decisiones financieras y la rentabilidad del Bazar “El famoso Papuco”, variables del estudio.

LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

Cadenas C. (1974).

Población.- Es un conjunto de elementos que presentan una característica común. El tamaño que tiene una población es un factor de suma importancia en el proceso de investigación estadística, y este tamaño vienen dando por el número de elementos que constituyen la población, según el número de elementos la población puede ser finita o infinita. (pág. 361)

La población es el conjunto de todos los individuos cuyo conocimiento es objeto de interés desde un punto de vista estadístico.

Población Infinita.- Castillo J. (2005) “Una población infinita es aquella lo bastante grande con relación al sistema de servicio como para que el cambio de tamaño ocasionado por sustracciones o adiciones a la población.” (pág.12)

Es infinita si se incluye un gran conjunto de medidas y observaciones que no pueden alcanzarse en el conteo de los productos.

Población finita.- Spagni M. (2005) “El número de elementos que la forman es finito, la población finita son poblaciones muy pequeñas por lo que es más fácil de realizar un conteo y de determinar una representación muestral.” (pág. 13)

Cuadro 1 Población

| Elementos | Cantidad |
|------------------------|-----------------|
| Personal de la empresa | 15 |
| TOTAL | 15 |

Fuente: Letty Quezada

La población de esta investigación está conformada por los administrativos y personal que labora en el bazar “El Famoso Papuco”

Muestra

Jiménez F. (1983).

Muestreo.- “es una parte o subconjunto de una población normalmente seleccionada de tal modo que ponga de manifiesto las propiedades de la población” (pág. 237)

Muestreo es la imposibilidad de estudiar todos los sujetos, es un proceso lógico, porque en la práctica no es necesario obtener datos de todos los posibles sujetos para comprender con exactitud la naturaleza del fenómeno que se estudia, se puede alcanzar esa comprensión con una parte de los sujetos.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Observación.- Villalba, (2009) Es la técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho, caso o actividad, tomar información y registrarla para su posterior análisis. Es la técnica más antigua que se utiliza en evaluación psicológica.

Se utilizó esta técnica para la recopilación de información necesaria para la realización del presente proyecto.

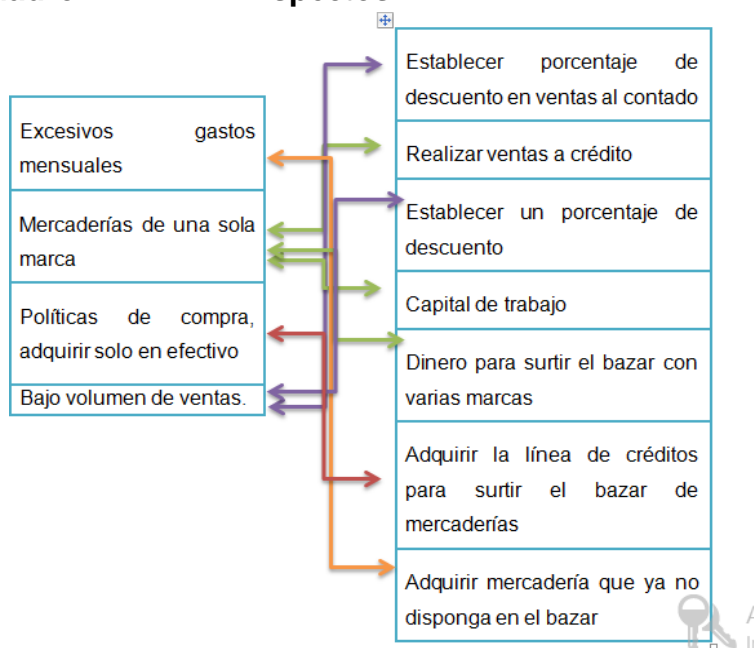
Encuesta: Muñoz C. (2012) La encuesta, una de las técnicas de investigación social más difundidas, se basa en las declaraciones orales o escritas de una muestra de la población con el objeto de recabar información. Se puede basar en aspectos objetivos (hechos, hábitos de conducta, características personales) o subjetivos (opiniones o actitudes)

La información se recoge de forma estructurada con el objeto de procesarla, es decir, interpretarla. Para ello se elaboran cuestionarios con una serie de preguntas que se formularán a todos los individuos encuestados y en el mismo orden. Los cuestionarios agrupan temáticamente las respuestas para poderlas analizar cómodamente en el momento en que se apliquen técnicas analíticas estadísticas. En el desarrollo de cualquier encuesta pueden producirse errores, llamados errores de muestreo que abarcan desde la idoneidad de la población entrevistada hasta los fallos de diseño del cuestionario.

Aspectos a evaluar

Cuadro 2

Aspectos



Elaborado por: Letty Quezada

De lo anterior expuesto los aspectos a evaluar en la encuesta, son los excesivos gastos mensuales, la mercadería de una sola marca, política de compra, adquirir solo en efectivo, bajo volumen de ventas, estos aspectos se medirán en la encuesta para determinar los aspectos que más inciden en la rentabilidad del bazar, para determinar las posibles soluciones en el plan de mejoras.

PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

El manejo de los datos recogidos, es decir el procesamiento y análisis de los datos es la etapa final del método estadístico. Una vez recogida la información es necesario tabularlos, procesarlos, analizarlos e interpretarlos. Las etapas que constituyen el procesamiento de la Información son: organización, resumen y presentación.

Características de la organización.

- 1.- Revisión y Organización de la Información,
- 2.- Clasificación y Compilación de los datos,
- 3.- Presentación mediante Figuras y tablas.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

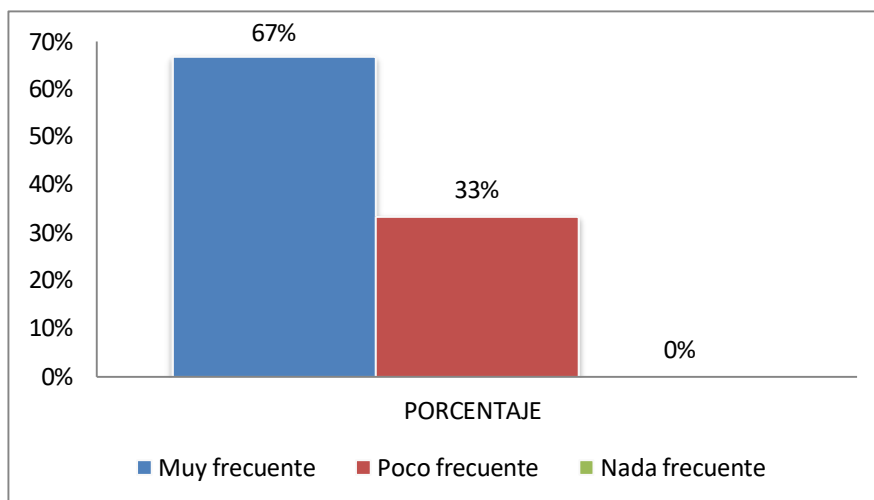
1.- ¿Con qué frecuencia los gastos mensuales supera las ventas?

Cuadro 3 Gastos mensuales

| ALTERNATIVAS | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|-----------------------|-----------|-------------|
| Muy frecuente | 10 | 67% |
| Poco frecuente | 5 | 33% |
| Nada frecuente | 0 | 0% |
| TOTAL | 15 | 100% |

Elaborado por: Letty Quezada

Figura 1. Gastos mensuales



Elaborado por: Letty Quezada

Análisis

El 47% de los encuestados respondieron que es muy frecuente que los gastos mensuales superen las ventas, el restante 33% lo considera poco frecuente, de los resultados obtenidos se evidencio que una de las causas porque existe una baja rentabilidad se debe a que los gastos están superando las ventas del bazar.

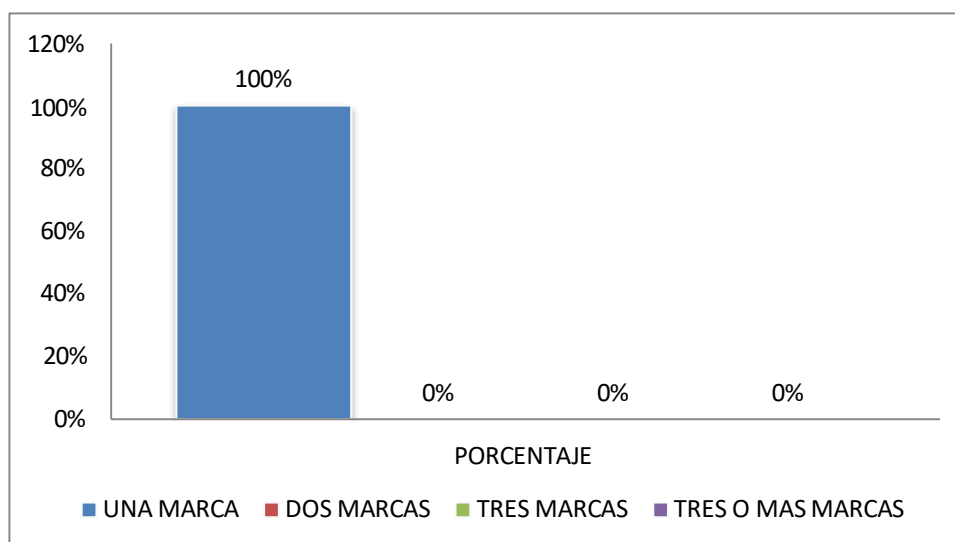
2. ¿Con cuántas marcas de mercadería cuenta el bazar?

Cuadro 4 Marcas

| ALTERNATIVAS | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|--------------------------|-----------|-------------|
| UNA MARCA | 15 | 100% |
| DOS MARCAS | 0 | 0% |
| TRES MARCAS | 0 | 0% |
| TRES O MAS MARCAS | 0 | 0% |
| TOTAL | 15 | 100% |

Elaborado por: Letty Quezada

Figura 2 Marcas



Elaborado por: Letty Quezada

Análisis

El 100% de los encuestados respondieron que el bazar solo cuenta con una marca de mercadería, esto trae como consecuencia que las ventas disminuyan ya que los clientes compran mercaderías de diversas marcas, por lo que se está perdiendo clientes potenciales para el bazar, dando como resultado baja en la rentabilidad del bazar.

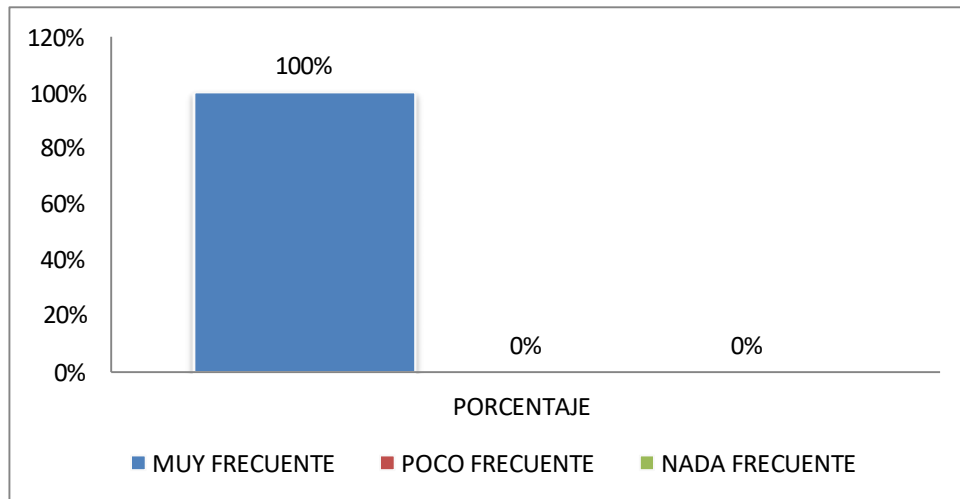
3. ¿Con que frecuencia se realizan en efectivo las compras de mercaderías en el bazar?

Cuadro 5 Efectivo

| ALTERNATIVAS | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|-----------------------|-----------|-------------|
| MUY FRECUENTE | 15 | 100% |
| POCO FRECUENTE | 0 | 0% |
| NADA FRECUENTE | 0 | 0% |
| TOTAL | 15 | 100% |

Elaborado por: Letty Quezada

Figura 3 Efectivo



Elaborado por: Letty Quezada

Análisis

El 100% de los encuestados respondieron que el bazar cuenta con una política de compra que es la adquisición de mercadería solo en efectivo, esto trae como consecuencia que en algunas ocasiones no se puede comprar la mercadería, por no contar con créditos, esto afecta la rentabilidad del bazar.

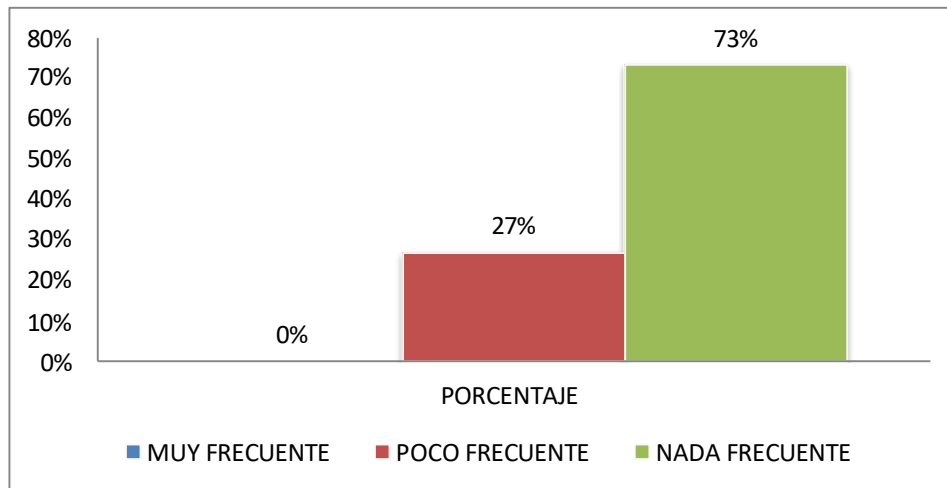
4. ¿Con que frecuencia se registran de transacciones mensuales?

Cuadro 6 Transacciones mensuales

| ALTERNATIVAS | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|-----------------------|-----------|-------------|
| MUY FRECUENTE | 0 | 0% |
| POCO FRECUENTE | 4 | 27% |
| NADA FRECUENTE | 11 | 73% |
| TOTAL | 15 | 100% |

Elaborado por: Letty Quezada

Figura 4 Transacciones mensuales



Elaborado por: Letty Quezada

Análisis

El 73% de los encuestados consideran nada frecuente el registro de las transacciones mensuales que deben realizar al momento de efectuar una venta, por lo que no se sabe los ingresos que percibe el bazar mensualmente al no contar con un registro y como consecuencias sus gastos son mayores a las ventas que realiza y esto a su vez afecta la rentabilidad del bazar.

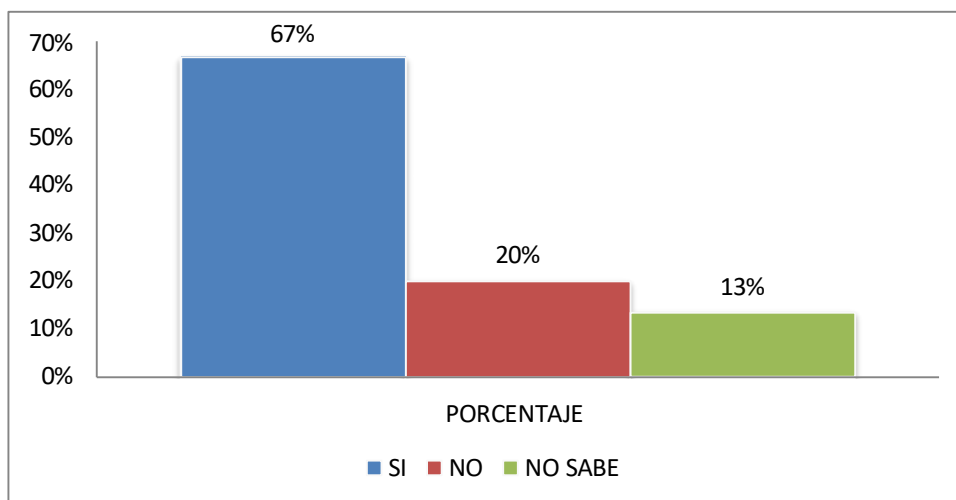
5. ¿Proliferan los bazares en el sector, donde se encuentra el bazar?

Cuadro 7 Proliferación

| ALTERNATIVAS | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|----------------|-----------|-------------|
| SI | 10 | 67% |
| NO | 3 | 20% |
| NO SABE | 2 | 13% |
| TOTAL | 15 | 100% |

Elaborado por: Letty Quezada

Figura 5 Proliferación



Elaborado por: Letty Quezada

Análisis

El 67% de los encuestados respondieron que si existe proliferación de bazares en el sector donde se encuentra ubicado “El famoso Papuco”, por lo que también es una de las causas por la que existe disminución en las ventas, ya que existe competencia con otros bazares y estos cuentan con mayor diversidad de mercadería.

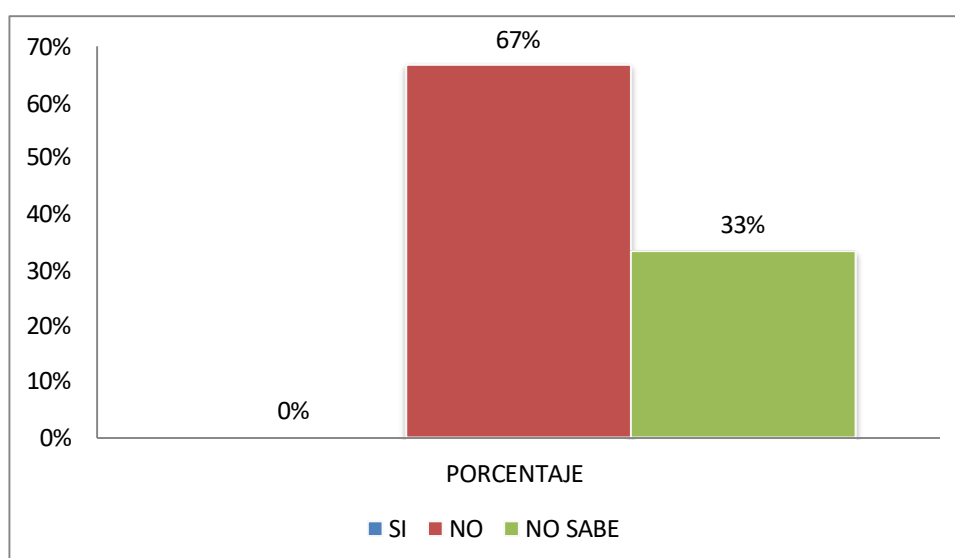
6. ¿Existe capacitación para el personal sobre el manejo de los registros que deben de realizar en cada venta?

Cuadro 8 Capacitación

| ALTERNATIVAS | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|--------------|----------|------------|
| SI | 0 | 0% |
| NO | 10 | 67% |
| NO SABE | 5 | 33% |
| TOTAL | 15 | 100% |

Elaborado por: Letty Quezada

Figura 6 Capacitación del personal



Elaborado por: Letty Quezada.

Análisis

El 67% de los encuestados respondieron que no existe una capacitación para realizar los registros que debe efectuar en cada factura, lo que provoca que se haga un mal registro o no se realice ningún registro, esto tiene como consecuencia que no haya una buena rentabilidad en el bazar.

PLAN DE MEJORAS

| | | | | | |
|--|--|---|--|--------------------------|-----------------|
| Oportunidad de mejora: Optimizar las toma de decisiones financieras | | | | | |
| Meta: Mejorar la rentabilidad | | | | | |
| Responsable: Letty Quezada | | | | | |
| ¿QUÉ? | ¿QUIÉN? | ¿CÓMO? | ¿POR QUÉ? | ¿Dónde? | ¿CUÁNDO? |
| Incrementar el capital de trabajadores. | Letty Quezada | Solicitando líneas de crédito. | | | Permanente |
| Incrementar el volumen de ventas. | Empleados del bazar “El famoso Papuco” | Aperturar créditos a los clientes, mediante un plan acumulativo. Realizar promociones de descuento que incentiven las ventas al contado. Surtir el inventario de acorde al nivel económico de los clientes. | Optimizar las decisiones financieras, para mejorar la rentabilidad | Bazar “El famoso Papuco” | |

HERRAMIENTAS PARA INCREMENTAR EL VOLUMEN DE VENTAS

PLAN ACUMULATIVO

Los planes acumulativos se presentan como la solución para las personas que necesitan realizar sus compras, pero no poseen dinero para hacerlas en efectivo y no califican para los créditos directos.

Para acceder a ellos solo se necesita dar como entrada entre el 10 y el 30% (dependiendo del local) del costo total del artículo.

Al realizar el depósito el cliente congela el precio del producto que desea adquirir durante dos meses, tiempo durante el cual podrá abonar la cantidad que quiera cuando pueda.

En cada ocasión que el cliente entrega dinero (por entrada o abonos), quienes atienden el lugar tienen la obligación de dar un comprobante que especifique el monto cancelado.

PROMOCIONES

Para que un consumidor potencial se convierta en un consumidor fiel a la marca debe producirse una primera compra que inicie un proceso de aprendizaje (conocimiento del producto) por medio de su consumo y compras repetidas del mismo. Proceso que puede comenzar debido a una acción de promoción de ventas entre otras opciones. Por tanto, la promoción de ventas podrá ayudar a la consecución de nuevos consumidores fieles si tiene como principales objetivos:

- a) Provocar la primera compra y prueba de un producto desconocido o no valorado hasta ese momento por el público objetivo al que se dirige.
- b) Facilitar y estimular el aprendizaje del producto por medio de su uso y consumo

CONCLUSIONES

El gasto mensual que efectúa el bazar es una de las causas más importante que incide en la rentabilidad del bazar, estos gastos superan las ventas del bazar.

El bazar solo cuenta en la mercadería una marca, esto genera que los clientes se vayan a otros bazares por no encontrar lo que necesitan, existen proliferación de bazares en donde se encuentra ubicado el bazar “El famoso Papuco”

El bazar “El famoso Papuco” cuenta con la política de compra de solo adquirir en efectivo, esto inciden en el volumen de las ventas del bazar

El registro de las transacciones mensuales en el bazar es regular, por lo que se necesita de capacitación al personal para mejorar el registro de las transacciones

RECOMENDACIONES

Realizar un control de los gastos que efectúa el bazar para no superar las ventas.

Realizar promociones de descuento que incentiven las ventas al contado.

Adquirir variedad de marca en la mercadería que se vende para atraer a los clientes.

Implementar en la política de compra no solo adquirir en efectivo sino a crédito.

Capacitar al personal para que realicen un registro adecuado de las transacciones mensuales.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, Juan; Prieto, Marta; Escamilla, Juan (1997). Contabilidad de costos, gestión y control presupuestario, control de gestión, la función del controller. Tomo II. Cultural de Ediciones, S.A. España. pp. 320
- Anthony, Robert; Govindarajan (2003). Sistemas de control de gestión. Editorial Mc Graw Hill. Décima edición. España. pp. 709
- Beltrán, Jesús (1998). Indicadores de Gestión. Herramientas para lograr la competitividad. 2da. Edición. 3R Editores y Global Ediciones, S.A. Colombia. pp.147
- BERNAL, Torres César Augusto: *Metodología de la Investigación*, Pearson Educación, México, 2006, pp. 112
- BERNAL, Torres César Augusto: *Metodología de la Investigación*, Pearson Educación, México, 2006, pp. 113
- Brealey, Richard; Myers, Stewart (1998). Principios de finanzas corporativas. Quinta edición. McGraw Hill. España. pp. 805.
- Cohen, Daniel; Asín, Enrique (2000). Sistemas de información para los negocios. Un enfoque de toma de decisiones. Editorial McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V. Tercera Edición. pp 413.
- Dess, Gregory G.; Lumpkin G.T. (2003). Dirección estratégica. McGraw Hill. España. pp 536.
- Fred, David (1997). Conceptos de Administración Estratégica. Quinta Edición. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. México. pp 355.
- Gitman, Lawrence (1997) Fundamentos de administración financiera. Editorial OUP Harla México, S.A. México. pp 1077.

- Gitman, Lawrence (2003). Principios de Administración financiera. Décima edición. Pearson Educación de México, S.A. México. pp 559.
- Guajardo, Gerardo (2002). Contabilidad financiera. Editorial Mc Graw Hill. Tercera edición. México. 539 pp.
- Montilva, Jonás (1999). Desarrollo de Sistemas de Información. Universidad de los Andes, Consejo de Publicaciones. Mérida - Venezuela. 262 pp.
- Pacheco, Juan; Castañeda, Widberto; Caicedo, Carlos (2002). Indicadores Integrales de Gestión. Editorial Mc Graw Hill. Colombia. 184pp.
- Sánchez, Juan Pedro (2002). Análisis de Rentabilidad de la empresa. ([Http://www.5campus.com/leccion/anarenta](http://www.5campus.com/leccion/anarenta)). Consulta: Febrero 18 de 2004. 10:00 a.m.
- Thierauf, Robert (1991). Sistemas de información gerencial para control y planificación. Editorial Limusa. México. 614 pp.
- Van Horne, James y Wachowicz, John (2002). Fundamentos de administración financiera. Undécima edición. Pearson Educación de México, S.A. México.
- Villalba, Avilés Carlos: *Metodología de la Investigación Científica*, Sur editores, Ecuador, 2009 pp. 112
- Villalba, Avilés Carlos: *Metodología de la Investigación Científica*, Sur editores, Ecuador, 2009 pp. 121
- Villalba, Avilés Carlos: *Metodología de la Investigación Científica*, Sur editores, Ecuador, 2009 pp. 8