

TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO

VIDA NUEVA

SEDE MATRIZ



TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN

TEMA

DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN FINANCIERO EN UNA EMPRESA

DISTRIBUIDORA DE CONSUMO MASIVO

PRESENTADO POR

SOLA ESPINOSA ANDRES MATEO

TUTOR

ING. QUISPE NAUSIN JESSICA MARIBEL MG.

FECHA

JULIO 2023

QUITO – ECUADOR

Tecnología Superior en Administración

Certificación del Tutor

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Aplicación Práctica con el tema: “Diseño e implementación de un plan financiero para la Distribuidora El Triángulo”, presentado por el ciudadano Sola Espinosa Andres Mateo, para optar por el título de Tecnólogo Superior en Administración, certifico que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, del mes de julio de 2023.

Tutor: Ing. Quispe Nausin Jessica Maribel Mg.

C.I.: 1721049219

Tecnología Superior en Administración

Aprobación del Tribunal

Los miembros del tribunal aprueban el Proyecto de Aplicación Práctica, con el tema: “Diseño e implementación de un plan financiero para la Distribuidora El Triángulo”, presentado por el ciudadano Sola Espinosa Andres Mateo, facultado en la carrera Tecnología Superior en Administración.

Para constancia firman:

Ing.

C.I.:

DOCENTE TUVN

Ing.

C.I.:

DOCENTE TUVN

Ing.

C.I.:

DOCENTE TUVN

Ing.

C.I.:

DOCENTE TUVN

Tecnología Superior en Administración

Cesión de Derechos de Autor

Yo, Sola Espinosa Andres Mateo portador de la cédula de ciudadanía 1722126602, facultado en la carrera Tecnología Superior en Administración, autor de esta obra, certifico y proveo al Tecnológico Universitario Vida Nueva usar plenamente el contenido de este Proyecto de Aplicación Práctica con el tema “Diseño e implementación de un plan financiero para la Distribuidora El Triángulo”, con el objeto de aportar y promover la cultura investigativa, autorizando la publicación de mi proyecto en la colección digital del repositorio institucional, bajo la licencia Creative Commons: Atribución-No Comercial-Sin Derivadas.

En la ciudad de Quito, del mes de julio de 2023.

Sola Espinosa Andres Mateo

C.I.: 1722126602

Dedicatoria

En el camino hacia este punto culminante de mi trayectoria académica, no puedo evitar sentirme abrumado por un profundo agradecimiento hacia todos que me han acompañado y apoyado en este arduo y gratificante camino. Este proyecto de aplicación práctica no es solo el resultado de mi esfuerzo individual, sino también el reflejo de una gran red de apoyo extraordinaria que me ha rodeado en todo este gran viaje, cada línea escrita y cada logro alcanzado llevan la huella de las palabras de aliento y confianza de quienes creyeron en mí. Hoy, mientras celebro el final de esta etapa, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mis padres y hermanos por ser mi guía y mi inspiración constante. Este proyecto de aplicación práctica es un tributo no solo a mi dedicación y esfuerzo, sino también al amor, paciencia y apoyo incondicional de mi familia y pareja quienes hicieron que esto posible, quiero que estas palabras sean el testimonio de mi gratitud eterna y la evidencia de que sus contribuciones han dejado una huella imborrable en mi camino hacia el éxito académico.

Agradecimiento

De manera principal quiero expresar mis más sinceros agradecimientos a Dios por haberme permitido llegar hasta aquí con muchas de las bendiciones que he recibido en este extenso camino. Quiero agradecer a mis padres, hermanos y pareja quienes siempre fueron los que han creído en mí y me han dado su apoyo incondicionalmente en todas mis decisiones agradecerles por su amor y dedicación incasable.

Este momento representa un logro único dentro de mi instancia académica, quiero agradecer a mi tutora de este proyecto, por su guía y orientación experta a lo largo de este proceso. Cabe mencionar que sus enseñanzas y consejos han sido invaluable y espero poder aplicarlos en mi desenvolvimiento como futuro profesional.

Tabla de Contenido

Resumen	11
Abstract	12
Introducción	13
Antecedentes	15
Justificación	17
Objetivos	18
Objetivo General	18
Objetivos Específicos	18
Marco Teórico	19
Plan Financiero	19
Planificación de Efectivo	19
Plan de Inversión	19
Balance	19
Plan de Tesorería	20
Plan de Utilidades	20
Plan Estratégico a Largo Plazo	20
Utilidad Total	20
Utilidad Marginal	21
Modelo de Negocios	21
Segmentación de Clientes	21
Propuesta de Valor	21
Flujo de Ingreso	22

Plan de Negocios	22
Viabilidad	22
Marketing	22
Mercado	23
Manejo de Proveedores	23
Calidad de Servicio	23
Capacidad de Respuesta	23
Confiabilidad de la Empresa	24
Seguridad	24
Empatía	24
Criterios de Evaluación	24
Selección de Expertos	25
Escala de Valoración	25
Evaluación de Proveedores	25
Homogenización	25
Normalización	25
Metodología y Desarrollo del Proyecto	26
Diseño Metodológico	26
Enfoque de la Investigación	26
Investigación Documental	26
Investigación Aplicada	26
Investigación Descriptiva	26
Diseño Muestral	31

	9
Técnicas de Recolección de Datos	31
Procesamiento de datos	32
Filosofía de la Empresa	42
Descripción de la empresa	42
Filosofía Empresarial	42
Misión	43
Visión	43
Valores	43
Análisis FODA	44
Matriz FODA	46
Propuesta	50
Datos financieros de la empresa	50
Estado de situación inicial	50
Estado de Resultados	51
Estado de Flujo de efectivo	52
Estado de situación final	54
Cálculo de la TMAR	56
Valor Actual Neto (VAN)	58
Tasa Interna de Retorno (TIR)	59
Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	61
Beneficio / Costo	63
Costo De Oportunidad	65
Punto de Equilibrio	66

	10
Implementación del Sistema GEO Enterprise	70
Conclusiones	72
Recomendaciones	73
Referencias	74
Bibliografía	74
Anexos	78

Resumen

En la presente investigación se refleja cómo propósito de establecer un plan Financiero en la “Distribuidora de Consumo Masivo El Triángulo” mediante el desarrollo de un diseño conformado por protocolos, con la finalidad de optimización de sus falencias encontradas en la información financiera sobre el manejo de proveedores. En la metodología utilizada se encuentra el enfoque cuantitativo el cual se empleó el cuestionario y la guía de preguntas para la medición de variables, el tipo de investigación fue el documental, debido a que, se realizará un análisis y evaluación bibliográfica sobre el tema, al igual que la descriptiva, porque favorecerá a que se detalle de manera esquematizada los criterios relevantes de búsqueda y contribuirá a que el análisis sobre ciertos fenómenos se lleve a cabo de forma concisa. Se pudo evidenciar que la distribuidora no contaba con un sistema contable digital el cual ayude a verificar los ingresos y gastos diarios que realiza la distribuidora, al momento de contar con un plan financiero la distribuidora puede establecer cómo y por donde va a guiarse para conseguir rentabilidad en sus ventas, trazándose una guía o ruta por donde debe ir y así pueda sistematizar los estados financieros para conocer si la empresa durante unos 5 años futuros tendrá rentabilidad o no, sacando el mejor provecho del presente plan.

Palabras claves: PLAN FINANCIERO, FILOSOFÍA EMPRESARIAL, ESTADO FINANCIERO INICIAL, ESTADO FINANCIERO FINAL, SISTEMA DE INVENTARIO.

Abstract

This research aims to establish a Financial Plan for " Distribuidora de Consumo Masivo El Triángulo " with the purpose of addressing and improving the deficiencies found in the financial information related to supplier management. The study involves the development of a design composed of protocols to optimize the financial procedures. The quantitative approach was employed, using questionnaires and guides for variable measurement. The research type is documentary, where a bibliographic analysis and evaluation of the subject matter is conducted, and it is also descriptive to outline relevant search criteria and facilitate a concise analysis of the phenomena. The study revealed that the distributor lacked a digital accounting system to track daily income and expenses. With the implementation of a financial plan, the distributor can chart a course to achieve profitability in its sales, outlining a guide or route to follow. Additionally, this enables the systematic recording of financial statements to assess future profitability over a period of five years. Thus, making the most out of the current plan.

Keywords: FINANCIAL PLAN, BUSINESS PHILOSOPHY, INITIAL FINANCIAL STATEMENT, FINAL FINANCIAL STATEMENT, INVENTORY SYSTEM.

Introducción

Es importante conocer que uno de los problemas de no contar con un plan financiero es diagnosticar la situación financiera de la distribuidora, así como planificar la gestión de los recursos para lograr que sea viable. Es la base para poder desarrollar cualquier estrategia de negocio y una herramienta clave para la administración y dirección de empresas y al no contar con un plan puede reducir la rentabilidad de la distribuidora.

Dentro del desarrollo del presente trabajo se diseñará e implementará un plan financiero, en el que dicha ejecución implicará el análisis e interpretación de las herramientas, factores y objetivos económicos que beneficiaran a la viabilidad y rentabilidad de la empresa con relación al manejo de sus proveedores, tomando en consideración los datos e información interna y externa proporcionado directamente por la empresa, al igual que los resultados arrojados de la aplicación de los instrumentos ya establecidos en la investigación.

El objetivo general del estudio será establecer un plan Financiero en la “Distribuidora de Consumo Masivo El Triángulo” mediante el desarrollo de un diseño conformado por protocolos, con la finalidad de optimización de sus falencias encontradas en la información financiera sobre el manejo de proveedores.

La metodología a utilizada es de enfoque cuantitativo con la técnica de la encuesta con la utilización del instrumento del cuestionario que ser aplicado a funcionarios que trabajan en la distribuidora y están comprendidos de 28 a 56 años, que se encuentran en Quito con un total de 38 personas.

Al contar con un plan financiero adecuado, ayuda al mejoramiento de la gestión empresarial, permitiendo la visualización al momento de formar la distribuidora en una forma que exista el entendimiento de los términos financieros, y al momento de tomar en consideración

nuevas estrategias o planes operativos estos valores pueden ser proyectados a futuro, dando a conocer la siguiente pregunta en donde se refiere a ¿Cómo se invertirá las ganancias obtenidas para una mejor rentabilidad de producción o ventas al pasar los años?.

Antecedentes

Para Valle (2020), “La planificación financiera es un instrumento esencial de la gestión financiera que comprende, otorga control y perfecciona la gestión de toma de decisiones, así como el nivel de logro de objetivo y metas institucionales” (párr.1). La autora, quien desarrolló una investigación de tipo analítica y descriptiva en una empresa distribuidora de prendas de vestir, pudo identificar falencias dentro del sistema administrativo que procedían de un manejo deficiente en la planificación financiera de la entidad y que como consecuencia de tal el nivel de logro de los objetivos financieros expuestos era nulo.

Para la autora, un plan financiero debe estar conformado por dos niveles, mismos que contribuirán a que la empresa, marque sus objetivos financieros largo plazo y defina estrategias y escenarios sostenibles con el tiempo. El primer nivel corresponde a una planificación a largo plazo con previsiones para 2 a 10 años y se debe ajustar los plazos de los capitales permanentes con los flujos generados por las inversiones para diversificar las fuentes financieras. En un segundo nivel se define una planificación a corto plazo en el cual la empresa debe mantener un equilibrio financiero para alcanzar la cantidad de fondos líquidos y excedentes suficientes para cumplir con las acciones para los cuales están destinados, tal es el caso de pago a proveedores e inversiones en activo no corriente.

De acuerdo a Guerrero en su proyecto de titulación sobre el Análisis de la Planificación Financiera de la empresa “H y J”, un plan financiero debe estar estructurado por cuatro puntos clave. En primer lugar, está la planificación de efectivo distinguida por el autor como la columna vertebral de la empresa, pues, “sin esta, no se tendría conocimiento si la empresa cuenta con suficiente efectivo para respaldar las operaciones o si se requiere de financiamiento bancario” (Guerrero, 2018. p,15). Otro de los puntos es el plan de utilidades, que contribuye a la toma de

decisiones sobre los activos y la futura adquisición de los mismos a largo plazo. Para el autor, previo al establecimiento del plan de negocios es sustancial crear un modelo en el cual se encuentren instituidos criterios sobre cómo la empresa pretende generar mayor rentabilidad y posterior a ello generar un plan de negocios que les permita a las entidades diseñar una ruta para conseguir los objetivos propuestos, sobresaliendo entre ellos la rentabilidad.

Para Torres et al. (2021) “cuando la empresa no instaura un plan financiero y por ende no cuenta con un plan y modelo de negocios, esta se expone a un riesgo de pérdida y, por consiguiente, a la desaparición de la misma del tejido empresarial” (p.55). Los autores en su proyecto investigativo titulado “Evaluación de la Gestión de Proveedores en la Universidad de Holguín” coinciden que varios son los inconvenientes que acarrea un mal establecimiento del plan financiero; sin embargo, la gestión sobre el manejo de la información financiera en proveedores es una de las más notables.

A través del análisis situacional de la entidad se determinó que el manejo de proveedores se tramitaba de manera empírica y en conjunto con el escaso dominio del personal sobre la gestión de aprovisionamiento, la situación financiera de la universidad era desfavorable. Para una empresa, la administración de proveedores representa un factor imperante. Por lo cual, se sugirió tomar medidas estratégicas para realizar un adecuado aprovisionamiento, tomando en cuenta los diferentes criterios de selección y evaluación, evidenciándose así una optimización en las operaciones financieras.

Justificación

Tras la elaboración del presente trabajo investigativo se espera que la empresa gestione de forma adecuada la información financiera en cuanto al manejo de proveedores. Por ello, en primera instancia se pretende generar un protocolo diseñado a través de un método sistemático que esté constituido por criterios relevantes de evaluación integral que faciliten al personal llevar un proceso más objetivo y rápido a la hora de gestionar el manejo de proveedores. El método con que se va a llevar de forma más eficaz la toma de decisiones en la gestión de compra va a estar basado en la técnica de análisis multicriterio, la cual mediante fases permite en primera instancia establecer criterios relevantes de evaluación basados en un análisis para posterior operacionalizar los mismos y esquematizarlos en un software. Con esto se pretende optimizar el proceso de decisión en la cadena de abastecimiento y convertirlo en un modelo más confiable, alcanzar ventajas competitivas sostenibles y generar acuerdos estratégicos a largo plazo.

La distribuidora “El Triángulo” será la beneficiaria directa del proyecto, puesto que, a través de la implementación de un plan financiero tendiente a la optimización del manejo de proveedores, mejorará de forma significativa el estado financiero actual de la empresa y le permitirá a la misma alcanzar los objetivos financieros deseados. A su vez, los clientes también se subvencionarán del plan de mejora, ya que, con la implementación de este y posterior a una evaluación focalizada, tendrán acceso a un buen producto con precio conveniente, mejorando así la satisfacción y relación comercial que se tiene con los mismos. Además, los proveedores también se verán beneficiados del proyecto, pues con el mismo se prevé consolidar alianzas estratégicas.

Objetivos

Objetivo General

Establecer un plan Financiero en la “Distribuidora de Consumo Masivo El Triángulo” mediante el desarrollo de un diseño conformado por protocolos, con la finalidad de optimización de sus falencias encontradas en la información financiera sobre el manejo de proveedores.

Objetivos Específicos

- Indagar el plan inicial de gestión financiera de la empresa, a través de un análisis de datos establecidos en el área administrativa.
- Analizar el proceso de gestión de abastecimiento que tiene la empresa, mediante un establecimiento de protocolos de evaluación integral.
- Desarrollar un plan financiero tendiente a la supresión de las inconsistencias en el manejo de proveedores, que permita una mejor gestión en las operaciones en el área administrativa.

Marco Teórico

Plan Financiero

Desde una perspectiva general se menciona que el plan financiero es el documento que contiene de una forma estructurada, los objetivos y estrategias económicas a ejecutar para el alcance de las metas establecidas (Westreicher, 2020, p. 4).

Planificación de Efectivo

A la planificación de efectivo se la puede conceptualizar como al análisis que permite determinar las entradas y salidas de dinero en un lapso de tiempo determinado. De la misma manera, Acosta (2019) sugiere que es un “ informe en el que se detallan las entradas y salidas planeadas del efectivo a un corto plazo por parte de la compañía”.

Plan de Inversión

El plan de inversión hace una referencia a nivel general que es el abarcamiento y estudio de los factores esenciales para la ejecución de una inversión, en el que expresado en una forma mucho más concreta el plan de inversión entabla a las estrategias que permiten analizar y direccionar la inversión que se va a efectuar (Santaella, 2022, p. 3).

Balance

Un balance se puede definir como el documento válido financiero el cual expresa económicamente el estado el que se encuentra la empresa en un período de tiempo determinado. Pimentel (2019) afirma que el balance “presenta la información financiera concreta de la situación en la que se encuentra la compañía, detallando sus recursos, responsabilidades y capital con la que cuenta en un tiempo específico”.

Plan de Tesorería

Se define como plan de tesorería a la proyección que brinda la visualización de las cancelaciones y recaudaciones estimadas para un próximo período, las cuales se basan en la previsión de los tiempos de pagos establecidos, para lograr un estado neutro dentro de la cartera de tesorería (García, 2022, p. 5).

Plan de Utilidades

El plan de utilidades hace mención que sirve como una herramienta eficiente para la proyección de toma de decisiones a un amplio plazo, en relación a costos que son considerados como capitalizable, no capitalizable y los correspondientes activos que se generan dentro de la organización. Expresado en otras palabras el plan de utilidades refiere al proceso con el que se especifica la posterior obtención de activos, elementos administrativos y en los costos que presenta la organización (González, 2023, p. 3).

Plan Estratégico a Largo Plazo

Una definición breve sobre el plan estratégico es que es el documento que proyecta de una manera cuantitativa y cualitativa dentro del direccionamiento que debe tomar la empresa para la disminución de riesgo y obtención de una estabilidad dentro de un mercado en un plazo de tiempo corto, mediano o largo. La aplicación de planes estratégicos “permiten reforzar las fortalezas y acciones con las que se direcciona a los objetivos planteados en un tiempo específico de tiempo” (Torres, 2023, p. 5).

Utilidad Total

La utilidad total abarca a toda la sumatoria de utilidades que se obtuvieron en relación al nivel de cantidad de adquisición de un bien o servicio determinado, dicho así que la utilidad total presenta el índice de bienes o servicios adquiridos (Hernández, 2019, p. 5).

Utilidad Marginal

Se puede conceptualizar a la utilidad marginal como la ganancia que se obtiene por la adquisición extra del bien o del servicio en sí, así mismo la utilidad marginal se refiere al cambio que se presenta dentro de la conocida utilidad total en la que se adquiere un bien o servicio adicional (Salish, 2020, p. 8).

Modelo de Negocios

El modelo de negocios se lo define como la herramienta esencial que permite conocer de manera clara cuales son las directrices a seguir para la correcta comercialización de un servicio o producto, mencionado en una forma más específica el modelo de negocios permite conocer de manera general los requerimientos que presenta el mercado y sobre sus potenciales competidores (Clavijo, 2023, p. 4).

Segmentación de Clientes

La segmentación de clientes consiste en la agrupación de cada cliente en relación a las carencias, especificaciones y preferencias generales, en el que se busca como objetivo la identificación de clientes que pueden llegar a generar una rentabilidad y fidelización con relación a la empresa mediante el análisis y estudio de las características que presenta una cantidad de clientes dentro del mercado (Narvaez, 2020, p. 3).

Propuesta de Valor

De manera amplia se menciona que la propuesta de valor se desglosa de la rama del Marketing, en la que tiene como enfoque principal demostrar el cómo la empresa puede beneficiar al cliente con la incorporación de un plus diferenciador al de su competencia lo que la convierte en única en el mercado (Higuerey, 2019, p. 2).

Flujo de Ingreso

Al flujo de ingresos se lo denomina como la herramienta que permite conseguir de manera estratégica la monetización de la propuesta de valor, el flujo de ingresos permite definir de manera correcta los precios de venta al público, así también ayuda a conocer la cantidad de clientes que se necesita para generar un nivel de ganancias o conseguir un punto muerto (Rodríguez, 2023, p. 5).

Plan de Negocios

Se considera al plan de negocios como la estrategia estructurada bajo las metas y proyecciones por la organización. El plan de negocios presenta las estrategias necesarias para su ejecución en un tiempo determinado, así también permite asegurar la financiación de potenciales inversores y proyecta los pronósticos estimados para la demanda (Moreno, 2023, p. 4).

Viabilidad

La viabilidad refiere a la acción que se basa en la probabilidad, la cual busca expresar que tan probable puede ser un índice de fracaso o éxito, dicho en otras palabras la viabilidad presenta la información correspondiente del si es viable o no viable llevar a cabo dicha acción (Arias, 2020, p. 3) .

Marketing

Al marketing se lo define como las pautas estratégicas que buscan la creación, la comunicación y la transformación, con la finalidad de agregar un valor a un producto o servicio, con el objetivo de contribuir en el impacto de la empresa con relación a su consumidor y su público objetivo (Mesquita, 2018, p. 4) .

Mercado

Se considera como mercado a la acción que se realiza entre transacciones de compra y venta de servicios o bienes por un determinado valor adquisitivo de por medio, en el que mencionado de otra manera el mercado es el espacio físico o virtual en el que existe una interacción o transacción entre los compradores y vendedores de bienes o servicios como beneficio (Quiroa, 2019, p. 3).

Manejo de Proveedores

El manejo de proveedores embarca las acciones de análisis, gestionamiento y adquisición de un bien o servicio, para asegurar la calidad al consumidor. Se basa en el conocer las falencias de la empresa para así gestionar una buena relación costo – beneficio entre el proveedor y el consumidor (SYDLE, 2023, p. 6).

Calidad de Servicio

La calidad de servicio se define como la manera que la empresa puede conocer las necesidades del cliente y del como la organización la puede satisfacer mediante la aplicación de factores como la capacidad en dar solución, trato al cliente, servicios de post venta y recepción de información (Ortega , 2022, p. 4).

Capacidad de Respuesta

En la capacidad de respuesta se menciona que dentro de los servicios de atención al cliente es considerada como la capacidad que posee la organización para la atención y correspondiente solución de cada uno de los factores que solicitan los clientes en un lapso de tiempo preestablecido de manera interna (Moya, 2020, p. 2).

Confiabilidad de la Empresa

Dentro de la confiabilidad de la empresa se puede hacer mención que es el punto de anclaje que posee en los factores de productividad, confiabilidad, seguridad y optimización en relación a su capacidad de generar un desempeño rentable, eficiente y óptimo (Panfilo, 2022, p. 3).

Seguridad

La seguridad dentro del ámbito administrativo tiende a enfocar a dos tipos, en la que como primer punto encontramos a la seguridad con el cliente y como segunda la seguridad interna de la empresa. De manera general se dice que la seguridad al cliente es donde se enfoca en garantizar que el usuario obtenga un bien o servicio de calidad, y dentro de la seguridad interna de la empresa es la se enfoca a nuestros colaboradores, al uso adecuado de la infraestructura de la empresa, el ambiente de trabajo y los controles del aspecto salubre para la óptima ejecución de las actividades en los puestos de trabajo (Gomez, 2020, p. 3).

Empatía

Se conceptualiza a la empatía dentro del ámbito administrativo y comercial como la capacidad de la comprensión y forma de interacción con los clientes, mediante la identificación de los aspectos psicosociales que se presenta o expresa el cliente, con la finalidad de generar un vínculo de fidelización con los mismos (Equipo Editorial Sanarai, 2022, p. 5).

Criterios de Evaluación

Al criterio de evaluación se la denomina como la acción de realizar parámetros correspondientes a lo que de forma general se los puede definir como indicadores que ayudan a establecer el nivel de cumplimiento o alcance de de las pautas preestablecidas para su ejecución correspondiente (Anabel, 2021, p. 3).

Selección de Expertos

En la selección de expertos se puede definir como la acción de selección de personas profesionales o expertos en conocimiento de un área específica, los cuales cuentan con las habilidades y conocimientos requeridos o buscados en un principio, esta selección se realiza a través de diferentes pruebas que permiten conocer los distintos dominios que se posee (Falcón, 2020, p. 4).

Escala de Valoración

Dicho de una manera general las escalas de valoración hacen un énfasis a que son los instrumentos que permiten generar una valoración dentro de un nivel de rango estimado o definido con relación a las actividades a realizar (Cortés, 2019, p. 4).

Evaluación de Proveedores

La evaluación de proveedores se puede conceptualizar como al proceso de valoración, evaluación y aprobación de los respectivos proveedores que se podrían relacionar con la organización, esto mediante la aplicación de técnicas cualitativas y cuantitativas que permitan conocer a los proveedores de manera específica (Muguirra, 2018, p. 3).

Homogenización

La homogenización dentro de los proveedores tiende hacer énfasis en el que la empresa debe mantener una relación con los proveedores equilibrada sin la realización de cambios constantes o frecuentes de los mismos (Grifol, 2018, p. 5)

Normalización

De una manera general la normalización es punto referente para la estandarización de actividades ya establecidas, en el que se busca perfeccionar un proceso en relación a la normativa interna implantada (IEnova, 2021, p. 5).

Metodología y Desarrollo del Proyecto

Diseño Metodológico

Enfoque de la Investigación

Se hará uso del método cuantitativo, pues, se tiene previsto emplear instrumentos numéricos como, el cuestionario y la guía de preguntas para la medición de variables.

Tipo de Investigación

Investigación Documental

Para obtener la información necesaria sobre el objeto de estudio se recurrirá a la investigación de tipo documental, debido a que, se realizará un análisis y evaluación bibliográfica sobre el tema.

Investigación Aplicada

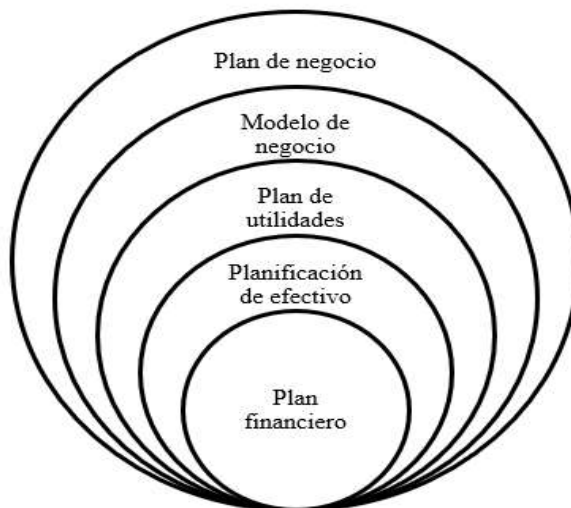
Se empleará este tipo de investigación, pues, mediante el establecimiento de un plan financiero para una distribuidora de consumo masivo y en concreto en la información financiera sobre el manejo de proveedores, se pretende dar solución al decrecimiento de liquidez de la entidad.

Investigación Descriptiva

Este tipo de investigación detalla de manera esquematizada los criterios relevantes de búsqueda y contribuirá a que el análisis sobre ciertos fenómenos se lleve a cabo de forma concisa.

Figura 1

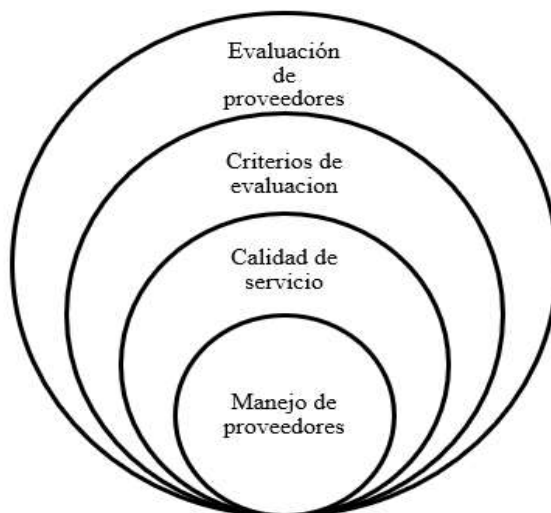
Determinación de dimensiones sobre la variable “Plan Financiero”



Nota. En la presente figura se encuentran representadas las dimensiones sobre la variable independiente “Plan Financiero”.

Figura 2

Determinación de dimensiones sobre la variable “Manejo de proveedores”



Nota. En la presente figura se encuentran representadas las dimensiones sobre la variable dependiente “Manejo de Proveedores”.

Variables y definición operacional

Variable independiente: Plan financiero

Variable dependiente: Gestión de proveedores

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumento Medición	Ítems
Variable independiente Plan Financiero	Es un programa en el cual se encuentran detallados los objetivos financieros de una empresa a corto y largo plazo. (Cahuana, 2019)	Planificación de efectivo	Plan de inversión	Cuestionario Ordinal	¿La empresa cuenta con un plan de inversión formalmente instituido?
			Balance		¿Los cobros y pagos han sido registrados de forma adecuada en la matriz de tesorería?
			Plan de tesorería		
		Plan de utilidades	Plan estratégico a largo plazo		
			Utilidad total		
			Utilidad marginal		
Modelo de negocios	Segmentación de cliente	¿Se debe brindar mayor prioridad al análisis de segmentación de cliente?			

			Propuesta de valor		¿Antes de su establecimiento la empresa diseñó un lienzo sobre la propuesta de valor?
			Flujo de ingreso		
		Plan de negocios	Viabilidad		¿Estima usted que la empresa debería manejar una estrategia de marketing mejor estructurada?
			Marketing		
			Mercado		¿La distribuidora realizó un buen análisis de mercado antes de su establecimiento?
			Capacidad de respuesta de la empresa		¿Considera usted que la empresa solventó sus requerimientos de forma rápida y eficaz?
Variable dependiente	Es un proceso estratégico en el cual una entidad gestiona el abastecimiento de bienes o recursos. (Valle, 2020)	Calidad del servicio	Confiabilidad por parte de la empresa	Cuestionario Ordinal	¿Los dependientes de la distribuidora conocen detalladamente las cualidades del producto y le ofrecen un buen servicio?
Manejo de proveedores			Seguridad		

Empatía		
Criterios de evaluación	Calidad de los insumos	¿La distribuidora cuenta con buenos productos y precios módicos?
	Precios	¿La distribuidora dispone de variedad de marcas comerciales?
Evaluación de proveedores	Logística	
	Acciones de la organización	
	Proceso	
	Resultados de la gestión	

Nota. En la tabla actual, se establecen las variables independientes y dependientes derivadas del desarrollo e implementación de un Plan Financiero en la empresa Triángulo. Además, en la misma se encuentran esquematizados las dimensiones, indicadores e instrumento.

Diseño Muestral

Para la presente investigación la población finita a ser estudiada es el personal de la distribuidora de consumo masivo “El Triángulo” situada en la ciudad de Quito.

La muestra está conformada por funcionarios, mismos que desempeñan distintas funciones dentro de la empresa, su rango de edad está comprendido entre los 28 y 56 años. Además, para la aplicación de la técnica encuesta, se tomará de muestra del total de trabajadores

Tamaño muestral

Se estableció una muestra representativa de 38 personas de la empresa ubicada en Quito, con el fin de conocer la importancia que tiene la realización del plan financiero.

Técnicas de Recolección de Datos

Para la recopilación de datos del presente documento investigativo se tendrán respuestas por parte del sujeto de estudio y por ello se hará uso de encuestas. En la variable independiente “Plan Financiero”, se aplicará el cuestionario, este será difundido vía online y estará constituido por preguntas cerradas procedentes de las dimensiones e indicadores establecidos en la operacionalización de variables. En cuanto a la variable dependiente “Gestión de proveedores”, se aplicará, de igual manera, la encuesta; sin embargo, el tipo de encuesta será la escala de Likert.

El instrumento que será empleado es el cuestionario general derivado de la técnica encuesta. Se seleccionó este instrumento, puesto que, a más de aligerar la obtención de datos, facilita la consecución de los mismos de manera sistemática y ordenada. Para la variable dependiente se realizará un cuestionario de cinco preguntas de tipo escala Likert en donde las opciones de respuesta serán totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, ni acuerdo, ni en desacuerdo, de acuerdo, totalmente de acuerdo.

Procesamiento de datos

Para el desarrollo de este apartado se procedió a ordenar y tabular adecuadamente las encuestas realizadas, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 2

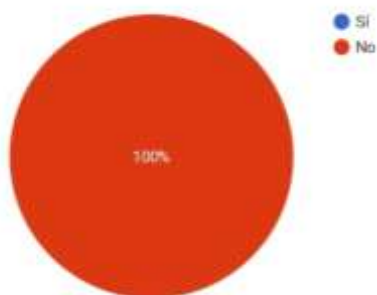
Primera pregunta ¿La empresa cuenta con un plan de inversión formalmente instituido?

Pregunta 1	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0
No	38	100
Total	38	100

Nota. En esta tabla se puede observar la representación de los datos recolectados mediante la encuesta de la pregunta 1.

Figura 3

Pregunta 1.- ¿La empresa cuenta con un plan de inversión formalmente instituido?



Nota. Representación gráfica de los datos recolectados pregunta 1.

Análisis e interpretación de resultados

Con la representación gráfica se puede dar a conocer que, el 100% de los encuestados dan a conocer que la distribuidora no cuenta con un plan de inversión. Se debe tener en cuenta que un plan de inversión es importante incluirlo en la distribuidora, ya que, permite trazarse un camino

para la utilización del dinero permitiendo tener una gestión financiera efectiva, porque se traza los objetivos que desea tener la empresa para su rentabilidad.

Tabla 3

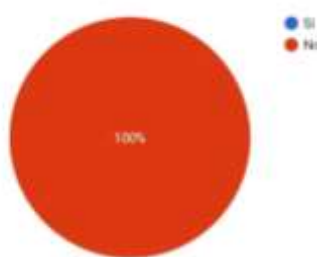
Segunda pregunta ¿Los cobros y pagos han sido registrados de forma adecuada en la matriz de tesorería?

Pregunta 2	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0
No	38	100
Total	38	100

Nota. En esta tabla se puede observar la representación de los datos recolectados mediante la encuesta de la pregunta 2.

Figura 4

Pregunta 2.- ¿Los cobros y pagos han sido registrados de forma adecuada en la matriz de tesorería?



Nota. Representación gráfica de los datos recolectados pregunta 2.

Análisis e interpretación de resultados

De acuerdo a los datos obtenidos, el 100% de los encuestados dicen que la empresa no cuenta con una matriz de tesorería de los cobros y pagos que realiza la distribuidora. Lo que implica que, al momento de conseguir un sistema adecuado de gestión de cobros y pagos se

obtendrán todas las transacciones monetarias en una adecuada organización, esto permitirá el crecimiento de la distribuidora.

Tabla 4

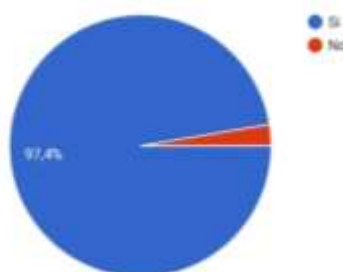
Tercera pregunta ¿Se debe brindar mayor prioridad al análisis de segmentación de cliente?

Pregunta 3	Cantidad	Porcentaje
Si	37	97,4
No	1	5,3
Total	38	100

Nota. En esta tabla se puede observar la representación de los datos recolectados mediante la encuesta de la pregunta 3.

Figura 5

Pregunta 3.- ¿Se debe brindar mayor prioridad al análisis de segmentación de cliente?



Nota. Representación gráfica de los datos recolectados pregunta 3.

Análisis e interpretación de resultados

Se puede observar que el 97,4% de los encuestados dan a conocer que sí, es necesario brindar mayor prioridad al análisis de segmentación de cliente para la satisfacción del cliente. Tomando en cuenta que la segmentación es importante para poder comunicar y crear el mensaje de marketing dirigido al target que se dará a conocer a grupos o clientes específicos, obteniendo buenos resultados al momento de ofrecer el producto.

Tabla 5

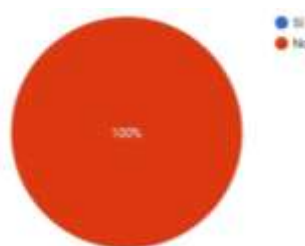
Cuarta pregunta ¿Antes de su establecimiento la empresa diseñó un lienzo sobre la propuesta de valor?

Pregunta 4	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0
No	38	100
Total	38	100

Nota. En esta tabla se puede observar la representación de los datos recolectados mediante la encuesta de la pregunta 4.

Figura 6

Pregunta 4.- ¿Antes de su establecimiento la empresa diseñó un lienzo sobre la propuesta de valor?



Nota. Representación gráfica de los datos recolectados pregunta 4.

Análisis e interpretación de resultados

Los propietarios de la distribuidora con un 100% de las personas encuestadas dan a conocer que la empresa no cuenta con una propuesta de valor, ya que es un valor muy importante donde se da a conocer lo que el cliente espera recibir por parte de la distribuidora. Si la empresa contará con la propuesta de valor, mejoraría las ventas con la utilización de la herramienta visual, ya que ayuda a posicionar el producto de la distribuidora de acuerdo a las necesidades de los

clientes. El objetivo del lienzo de propuesta de valor es identificar cómo tu negocio proporciona valor dentro del mercado.

Tabla 6

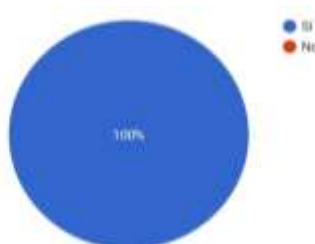
Quinta pregunta ¿Estima usted que la empresa debería manejar una estrategia de marketing mejor estructurada?

Pregunta 5	Cantidad	Porcentaje
Si	38	100
No	0	0
Total	38	100

Nota. En esta tabla se puede observar la representación de los datos recolectados mediante la encuesta de la pregunta 5.

Figura 7

Pregunta 5.- ¿Estima usted que la empresa debería manejar una estrategia de marketing mejor estructurada?



Nota. Representación gráfica de los datos recolectados pregunta 5.

Análisis e interpretación de resultados

El 100% de los encuestados dan a conocer que, la distribuidora si debe contar con estrategias de marketing mejor estructuradas, para promocionar los productos que ofrece. Al momento que la distribuidora cuente con las estrategias de marketing ayudara que la

distribuidora aplique métodos, planes estratégicos los cuales permiten que la empresa logre sus objetivos planteados con el marketing a corto y largo plazo, utilizando las capacidades de promocionar los productos de mejor manera.

Tabla 7

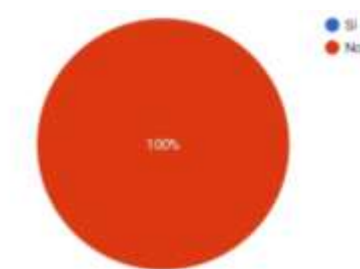
Sexta pregunta ¿La distribuidora realizó un buen análisis de mercado antes de su establecimiento?

Pregunta 6	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0
No	38	100
Total	38	100

Nota. En esta tabla se puede observar la representación de los datos recolectados mediante la encuesta de la pregunta 6.

Figura 8

Pregunta 6.- La distribuidora realizó un buen análisis de mercado antes de su establecimiento?



Nota. Representación gráfica de los datos recolectados pregunta 6.

Análisis e interpretación de resultados

Se puede evidenciar que el 100% de los encuestados dan a conocer que la distribuidora no realizó un análisis de mercado antes de su conformación. Si se realiza un análisis de mercado adecuado antes de establecer un negocio, es fundamental ya que permite si el negocio tendrá la

aceptación del público, pudiendo identificar que, un análisis de mercado es efectivo para la empresa para saber oferta que tiene la competencia y así poder mejorar los precios de los productos que ofrece la distribuidora.

Tabla 8

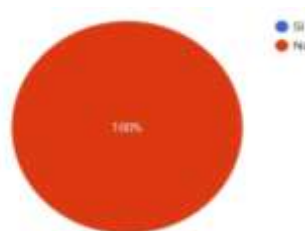
Séptima pregunta ¿Considera usted que la empresa solventó sus requerimientos de forma rápida y eficaz?

Pregunta 7	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0
No	38	100
Total	38	100

Nota. En esta tabla se puede observar la representación de los datos recolectados mediante la encuesta de la pregunta 7.

Figura 9

Pregunta 7.- ¿Considera usted que la empresa solventó sus requerimientos de forma rápida y eficaz?



Nota. Representación gráfica de los datos recolectados pregunta 7.

Análisis e interpretación de resultados

Se considera que la distribuidora no solventó sus requerimientos de forma rápida y eficaz, para la satisfacción del cliente, esto sucede porque la empresa no realizó análisis previos a su

implementación al igual que no tuvo una planificación estratégica adecuada de ofrecer sus productos, ocasionando que tengan pérdidas de tiempo al momento de distribuir las entregas y no ayuden con los requerimientos a tiempo de los clientes.

Tabla 9

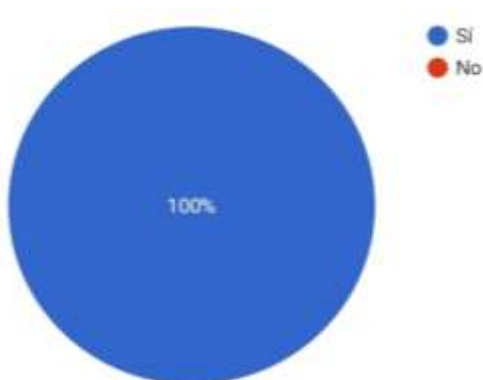
Octava pregunta ¿Los dependientes de la distribuidora conocen detalladamente las cualidades del producto y le ofrecen un buen servicio?

Pregunta 8	Cantidad	Porcentaje
Si	38	100
No	0	0
Total	38	100

Nota. Representación en una tabla de los datos recolectados pregunta 8.

Figura 10

Pregunta 8.- ¿Los dependientes de la distribuidora conocen detalladamente las cualidades del producto y le ofrecen un buen servicio?



Nota. Representación gráfica de los datos recolectados pregunta 8.

Análisis e interpretación de resultados

El 100% de las personas encuestadas dan a conocer que la distribuidora conoce detalladamente las cualidades de los productos que ofrecen. Al momento que los trabajadores no conozcan lo que ofrecen, no pueden satisfacer las necesidades de los clientes es por esa razón que debe existir capacitaciones adecuadas de los productos que ofrece la distribuidora y esto se apoya con una planificación estratégica para un servicio de calidad.

Tabla 10

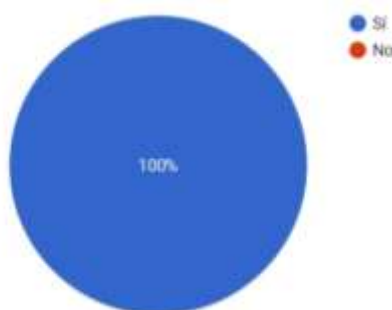
Novena pregunta ¿La distribuidora cuenta con buenos productos y precios módicos?

Pregunta 9	Cantidad	Porcentaje
Si	38	100
No	0	0
Total	38	100

Nota. En esta tabla se puede observar la representación de los datos recolectados mediante la encuesta de la pregunta 9.

Figura 11

Pregunta 9.- ¿La distribuidora cuenta con buenos productos y precios módicos?



Nota. Representación gráfica de los datos recolectados pregunta 9.

Análisis e interpretación de resultados

Los encuestados dan a conocer con un 100% que la distribuidora si cuenta con productos de calidad y precios módicos. Esto se debe a que los propietarios de la distribuidora pudieron investigar sobre algunas distribuidoras de su competencia para poder mejorar el precio a los demás y ser uno de los primeros en ser solicitados por el cliente.

Tabla 11

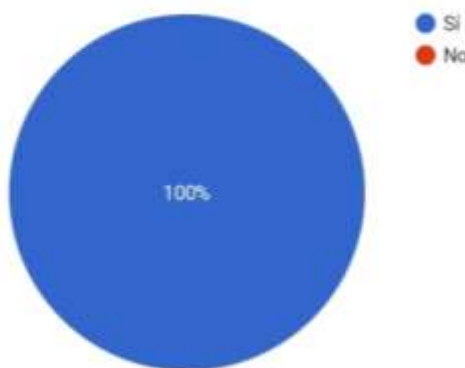
Decima pregunta ¿La distribuidora dispone de variedad de marcas comerciales?

Pregunta 10	Cantidad	Porcentaje
Si	38	100
No	0	0
Total	38	100

Nota. En esta tabla se puede observar la representación de los datos recolectados mediante la encuesta de la pregunta 10.

Figura 12

Pregunta 10.- ¿La distribuidora dispone de variedad de marcas comerciales?



Nota. Representación gráfica de los datos recolectados pregunta 10.

Análisis e interpretación de resultados

El 100% de las personas encuestadas dan a conocer que la distribuidora si cuenta con una gran variedad de marcas comerciales. Al contar con las marcas comerciales más conocidas y con una buena oferta la satisfacción del cliente es más continua, permitiendo que las visitas a la distribuidora sean más frecuentes que antes, al igual al momento de distribuir los entregas, para que sean oportunos y a la hora indicada sin alterar la calidad del producto solicitado.

Filosofía de la Empresa

Descripción de la empresa

Distribuidora “EL TRIANGULO”, es una empresa familiar, que se dedica a la compra y venta de productos de consumo masivo.

Establecimiento Operadora: Empresa Distribuidora “EL TRIANGULO”

Propietario: Sra. Lucrecia Espinosa

Ubicación: Quito - Ecuador

Calles: Turubamba, calle E3 y calle S57E

Beneficiarios: Cliente, empleador y empleados

Tiempo de ejecución: 2022

Filosofía Empresarial

Figura 13

Logo tipo de la empresa



Nota. Figura logo de la empresa proporcionada por la distribuidora

Misión

Distribuidora “EL TRIANGULO”, es una empresa que brinda productos de consumo masivo confiables y oportunos, para satisfacer las necesidades de los clientes, a través de un equipo humano calificado, empleando los estándares de calidad mediante el esfuerzo, experiencia y capacitación constante, con la adquisición de productos de primera necesidad de calidad, para brindar un servicio integral.

Visión

Es una empresa que, en el 2024 pretende ser, una de las mejores distribuidoras líderes de la provincia en la venta de productos de consumo masivo, mediante el constante esfuerzo, capacitación y experiencia, garantizando la confianza de los productos ofrecidos, e implementando productos de calidad de primera necesidad y cumpliendo con normas nacionales e internacionales para la satisfacción del cliente.

Valores

Ética, calidad, responsabilidad, trabajo en equipo, integridad, competitividad.

Figura 14*Organigrama*

Nota. Figura del organigrama de empresa datos facilitados por la distribuidora.

Análisis FODA

Se elabora el análisis FODA teniendo en cuenta los factores internos y externos de la distribuidora.

Tabla 12*Análisis FODA de la distribuidora 10 de cada uno*

Fortalezas	Debilidades
1. Imagen Corporativa	1. Ausencia de planes estratégicos
2. Control y comunicación gerencial	2. Sobre carga laboral
3. Capacidad para enfrentar a la competencia	3. Baja velocidad de respuesta a condiciones cambiantes
4. Fortaleza de proveedores	

- | | |
|--|---|
| 5. Disponibilidad de productos | 4. Sistema de toma de decisiones no está bien definida |
| 6. Acceso a capital, disponibilidad de fondos internos | 5. Insuficiente administración de Clientes y servicio Postventa |
| 7. Programas de entregas a domicilio | 6. Mediana satisfacción de cliente |
| 8. Nivel académico del recurso humano | 7. Rentabilidad, retorno de la inversión |
| 9. Experiencia Técnica. | 8. Mediana habilidad para competir con precios |
| 10. Capacitación del personal | 9. No se utiliza tecnología informática |
| 11. Gestión de desechos | 10. Bajo nivel de remuneración |

Oportunidades

1. Mediana estabilidad de la política administrativa
2. Planes de desarrollo regional
3. Leyes sobre sectores regulados.
4. Expansión del mercado con la distribución de los productos.
5. Implantación de las redes sociales en la sociedad, para dar a conocer y llegar a todo tipo de perfiles sociales a muy bajo precio.
6. Tendencias de consumo.

Amenazas

1. Nivel de Corrupción
 2. Nuevas competencias
 3. Facilidades económicas para la creación de nuevos negocios
 4. IVA que afecta a los servicios
 5. Cambios de ciclo económicos: crisis
 6. Distribución de Ingresos deficientes
 7. Nuevas Tendencias en el estilo de vida
 8. Cambio de la legislación sobre salud y seguridad en el trabajo
-

-
7. Preocupación por la calidad del producto.
-

Nota. En la tabla se identifica las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa.

Matriz FODA

Se elabora las estrategias de acuerdo al análisis FODA, anteriormente detallado.

Tabla 13

Estrategias del análisis FODA

	Oportunidades	Amenazas
Externas	1. Mediana estabilidad de la política administrativa 2. Planes de desarrollo regional 3. Leyes sobre sectores regulados. 4. Expansión del mercado con la distribución de los productos. 5. Implantación de las redes sociales en la sociedad, para dar a conocer y llegar a todo	1. Nivel de Corrupción 2. Nuevas competencias. 3. Facilidades económicas para la creación de nuevos negocios. 4. IVA que afecta a los servicios. 5. Cambios de ciclo económicos: crisis. 6. Distribución de Ingresos deficientes. 7. Nuevas Tendencias en el estilo de vida. 8. Cambio de la legislación sobre salud y seguridad en el trabajo.

tipo de perfiles sociales

a muy bajo precio.

6. Tendencias de

consumo.

7. Preocupación por la

calidad del producto.

Internas

Fortalezas

1. Imagen Corporativa
2. Control y comunicación gerencial.
3. Capacidad para enfrentar a la competencia.
4. Fortaleza de proveedores.
5. Disponibilidad de productos.
6. Acceso a capital, disponibilidad de fondos internos.
7. Programas de entregas a domicilio.
8. Nivel académico del recurso humano.
9. Experiencia Técnica.

FO

- F2O6 Establecer tiempos y movimientos por servicios, los cuales deben ser medibles y evaluables.
- F4O1 Identificar la calidad de todos los productos
- F6O7 Participar y aprobar controles de calidad externos, para el mejoramiento de la venta de los productos de la distribuidora.
- F7O3 Fomentar la pertenencia y buen hacer empresarial

FA

- F3O2 Gestionar la solución a las inconformidades expresadas por los clientes, en búsqueda de su satisfacción.
 - F1O3 Diseñar e implementar el programa de Gestión organizacional
 - F8O7 Generar un proceso de evaluación para identificar las habilidades y competencias del personal
 - F7O6 Generar un programa de transparencia empresarial
-

10. Capacitación del personal.

11. Gestión de desechos

Debilidades	DO	DA
1. Ausencia de planes estratégicos.	• D3O6 Identificar puntos críticos en la adquisición de productos.	• D1A8 Generar un proceso de planeación y dirección estratégica.
2. Sobre carga laboral.	• D4O7 Articular y consolidar los elementos normativos que rigen los principios de la empresa para generar un sistema integrado de gestión.	• D3A5 Listar y Actualizar Periódicamente los costos netos de los productos.
3. Baja velocidad de respuesta a condiciones cambiantes.	• D6O5 Implementar y evaluar los elementos del sistema de gestión, orientados a la satisfacción de las necesidades y expectativas de las partes interesadas, mediante el mejoramiento continuo de los procesos empresariales.	• D8A7 Generación de paquetes institucionales.
4. Sistema de toma de decisiones no está bien definida.		• D7A2 Presentar ofertas comerciales que permitan la fidelización del cliente
5. Insuficiente administración de Clientes y servicio Postventa.		
6. Mediana satisfacción de cliente.		
7. Dependencia de un solo proveedor en algunos productos.		
8. Mediana habilidad para competir con precios.		
9. No se aplica tecnologías informáticas.		

10. Bajo nivel de
remuneración

Nota. En la representación gráfica sobre la Generación de estrategias de acuerdo al análisis FODA realizada con la información de la distribuidora.

Propuesta

Datos financieros de la empresa

Estado de situación inicial

Se presenta a continuación el estado de situación inicial, donde se proyecta la información contable para puntualizar a donde va dirigido la parte económica y financiera de la distribuidora “El Triángulo”.

Tabla 14

Estado de situación inicial

Balance De Situación Inicial			
<u>Activo corriente</u>		<u>Pasivo corriente</u>	
Caja y bancos	\$16.602,54	Participación trabajadores utilidades	-
Total activos corrientes		Impuesto renta	-
	16.602,54	Pasivo largo plazo	20.306,85
Activos fijos operativos		Total de pasivos	20.306,85
Muebles y enseres	1.770,00		
Equipos de computación	1.870,00	Patrimonio	
Equipos de oficina	195	Capital social pagado	16.614,69
Maquinaria y equipo	104	Reserva legal	-
Herramientas	120	Utilidad retenida	-
Vehículos	15.000,00	Utilidad retenida del periodo	-
Bienes inmuebles	-	Utilidad (pérdida) neta	-
Adecuaciones y arreglos físicos	430		-
Total activos fijos operativos		Total patrimonio	16.614,69
(-) Depreciaciones	-		

<i>Total activos fijos netos</i>	19.489,00		
<u>Activos diferidos</u>			
Gastos de constitución	200		
Patentes y licencias	150		
Software contable	300		
Gastos pre operativos	180		
	0	0	
(-)Amortizaciones	-		
<i>Total activos diferidos</i>	830		
<hr/>			
<i>Total de activos</i>	<u>36.921,54</u>	<i>Total pasivo + patrimonio</i>	<u>36.921,54</u>
<hr/>			

Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

Estado de Resultados

Dentro de este esquema financiero, se presentan los ingresos o egresos producidos en el trayecto de las operaciones que se realizan en la distribuidora, para determinar con transparencia las pérdidas y ganancias de las actividades desarrolladas.

Tabla 15

Estado de resultados

Estado de pérdidas y ganancias					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>Ingresos</u>					
Tasa de inflación promedio	2,730%	2,730%	2,730%	2,730%	2,730%
<i>Ventas totales</i>	12150,00	12757,50	13395,38	14065,14	14768,40
(-) Costos de producción	150735,53	154890,06	159108,86	163442,84	167895,14

					-
<i>Utilidad bruta en ventas</i>	<i>-138585,53</i>	<i>-142132,56</i>	<i>-145713,49</i>	<i>-149377,70</i>	<i>153126,74</i>
<u>Gastos de operación</u>					
Gastos de administración	52258,12	53617,79	55019,38	56459,24	57938,41
Gastos de ventas	1140,00	1171,12	1203,09	1235,94	1269,68
					-
<i>Utilidad operacional</i>	<i>-191983,65</i>	<i>-196921,47</i>	<i>-201935,96</i>	<i>-207072,88</i>	<i>212334,83</i>
Gasto financiero	3208,93	2742,42	2201,21	1573,36	844,98
					-
<i>Utilidad del ejercicio</i>	<i>-195192,58</i>	<i>-199663,88</i>	<i>-204137,17</i>	<i>-208646,23</i>	<i>213179,81</i>
15 % participación laboral	-29278,89	-29949,58	-30620,58	-31296,94	31976,97
					-
<i>Utilidad después de part. Laboral</i>	<i>-165913,69</i>	<i>-169714,30</i>	<i>-173516,60</i>	<i>-177349,30</i>	<i>181202,84</i>
25% impuesto a la renta	-41478,42	-42428,58	-43379,15	-44337,32	45300,71
					-
<i>Utilidad neta</i>	<i>\$ (124.435,27)</i>	<i>\$ (127.285,73)</i>	<i>\$ (130.137,45)</i>	<i>\$ (133.011,97)</i>	<i>\$ (135.902,13)</i>
(-) Reserva legal 5%		\$ (6.364,29)	\$ (6.506,87)	\$ (6.650,60)	\$ (6.795,11)
(=) Utilidad/perdida retenida		<u>\$(120.921,44)</u>	<u>\$(123.630,58)</u>	<u>\$(126.361,38)</u>	<u>\$(129.107,02)</u>

Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

Estado de Flujo de efectivo

Se efectúa a continuación la proyección del flujo de efectivo dentro de un periodo de 5 años, donde se evidencia la liquidez económica que tendrá la distribuidora “El Triángulo”, percibiendo los resultados de las ventas, costos de operación y otros gastos generados.

Tabla 16*Estado de flujo de efectivo*

Estado de flujo de efectivo						
	0	1	2	3	4	5
A. Ingresos operacionales						
Recuperación por ventas		12.150,00	12.757,50	13.395,38	14.065,14	14.768,40
Parcial		\$12.150,00	\$12.757,50	\$13.395,38	\$14.065,14	\$14.768,40
B. Egresos operacionales						
Costos del servicio		150.735,53	154.890,06	159.108,86	163.442,84	167.895,14
Gastos de administración		52.258,12	53.617,79	55.019,38	56.459,24	57.938,41
Gastos de ventas		1.140,00	1.171,12	1.203,09	1.235,94	1.269,68
(-) Depreciaciones		2.052,40	2.052,40	2.052,40	2.052,40	2.052,40
(-) Amortizaciones		137,47	130,26	130,26	130,26	130,26
Parcial		\$201.943,77	\$207.496,31	\$213.148,68	\$218.955,36	\$224.920,57
C. Flujo operacional (a-b)		\$-189.793,77	\$-194.738,81	\$-199.753,30	\$-204.890,22	\$-210.152,17
D. Ingresos no operacionales						
Crédito	20.306,85					
Capital social	16.614,69					
Parcial	\$36.921,54	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
E. Egresos no operacionales						
Pago intereses		3.208,93	2.742,42	2.201,21	1.573,36	844,98
Pago principal (capital) de los pasivos		2.913,91	3.380,42	3.921,63	4.549,48	5.277,86
Pago participación trabajadores			-29.278,89	-29.949,58	-30.620,58	-31.296,94
Pago de impuesto a la renta			-41.478,42	-42.428,58	-43.379,15	-44.337,32
Activos fijos operativos						
Muebles y enseres	1.770,00					

Herramientas	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Vehículos	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00
Bienes inmuebles	-	0	0	0	0	0
Adecuaciones y arreglos físicos	430,00	430,00	430,00	430,00	430,00	430,00
Total activos fijos operativos	19.489,00	19.489,00	19.489,00	19.489,00	19.489,00	19.489,00
(-) Depreciaciones		2052,4	4104,8	6157,2	8209,6	10262
Total activos fijos netos	19.489,00	17.436,60	15.384,20	13.331,80	11.279,40	9.227,00
Activos diferidos						
Gastos de constitución	200	200	200	200	200	200
Patentes y licencias	150	150	150	150	150	150
Software contable	300	300	300	300	300	300
Gastos preoperativos	180	180	180	180	180	180
0	0	0	0	0	0	0
(-)Amortizaciones		137,47	267,73	397,99	528,25	658,51
Total activos diferidos	830	692,53	562,27	432,01	301,75	171,49
Total de activos	36.921,54	-161.185,11	-293.472,11	-429.152,76	-568.348,75	-711.172,16
Pasivo corriente						
Participación trabajadores utilidades		-29278,89	-29949,58	-30620,58	-31296,94	-31976,97
Impuesto renta		-41478,42	-42428,58	-43379,15	-44337,32	-45300,71
Pasivo largo plazo	20.306,85	17129,4	13748,97	9827,34	5277,86	
Total de pasivos	20.306,85	-53627,91	-58629,19	-64172,39	-70356,4	-77277,68
Patrimonio						
Capital social pagado	16.614,69	16399,07	16399,07	16399,07	16399,07	16399,07
Reserva legal		-6221,76	-12586,05	-19092,92	-25743,52	-32538,63
Utilidad retenida			-118213,51	-239134,94	-362765,52	-489126,9
Utilidad Retenida del Periodo						
Utilidad (pérdida) neta		-118213,51	-120921,44	-123630,58	-126361,38	-129107,02
Total patrimonio	<u>16.614,69</u>	<u>-108036,2</u>	<u>-235321,93</u>	<u>-365459,38</u>	<u>-498471,35</u>	<u>-634373,48</u>
Total pasivo y patrimonio	<u>36.921,54</u>	<u>-161.664,11</u>	<u>-293.951,12</u>	<u>-429.631,77</u>	<u>-568.827,75</u>	<u>-711.651,16</u>

\$0,00 \$0,00 \$0,00 0,00 0,00 0,00

Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

Cálculo de la TMAR

Es la rentabilidad mínima es un inversionista que espera obtener de una inversión, teniendo en cuenta los riesgos de la misma.

Distribuidora “El Triángulo”

Proyecto a 5 años

Tasas de interés: pasiva 5,82% y activa 8,58%

Tasa de inflación: 1,05%

Riesgo país: 12.4%

Valor total: 36.921,54 dólares.

Tabla 18

Tasas de interés

	Tasa de interés	
Tasa pasiva	0,0582	5,82%
Tasa consumo	0,0858	8,58%
Capital propio	16.614,69	45,00%
Prestamo bancos	20306,85	55,00%
Total	<u>36.921,54</u>	<u>100,00%</u>

Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

Tabla 19*Flujos netos*

Año	Flujo Neto
0	36.921,54
1	40.613,69
2	33.598,60
3	36.552,32
4	44.305,85
5	55.382,31

Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

Tabla 20*Ingresos y egresos*

Años	Ingresos	Egresos
1	135.250,00	100.151,52
2	138.540,00	103.870,32
3	143.789,68	110.258,12
4	145.087,45	111.698,58
5	159.698,15	113.654,45

Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

Tabla 21*CPPC (Costo promedio ponderado de capital)*

Detalle	Inversión	% financiamiento	Tasa	WACC
----------------	------------------	-------------------------	-------------	-------------

Aporte socio	16.614,69	45,00%	5,82%	2,62%
Apalancamiento	203306,85	55,00%	8,58%	4,72%
Total	<u>36.921,54</u>	<u>100,00%</u>		<u>7,338%</u>

Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

Tabla 22

TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento)

WACC	7,34%
Premio de riesgo país	12,40%
Tasa de inflación	1,05%
TMAR=	<u>20,79%</u>

Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

TMAR= 20,79% (es la mínima tasa aceptable de rendimiento que se aspira ganar)

Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neta (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión.

Para tomar en consideración para el cálculo del VAN, utilizamos el 0,07338% de descuento, obtenido del costo promedio de capital (**WACC**).

Tabla 23

VAN (Valor Actual Neto)

Año	Flujo neto	Flujo de caja actualizada
0	36921,54	
1	40613,69	45483,44
2	33598,60	34081,65
3	36552,32	36615,33
4	44305,85	44315,01
5	55382,31	55383,68
Total		<u>215879,11</u>

Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

Desarrollo cálculo VAN:

$$C = \frac{M}{(1+WACC)^n}$$

0	1	2	3	4	5
Io	F1	F2	F3	F4	F5

$$VAN = -I_0 + \frac{F_1}{(1+WACC)^1} + \frac{F_2}{(1+WACC)^2} + \frac{F_3}{(1+WACC)^3} + \frac{F_4}{(1+WACC)^4} + \frac{F_5}{(1+WACC)^5}$$

$$VAN = -36921.54 + \frac{40613.69}{(1+0,07338)^1} + \frac{33598,60}{(1+0,07338)^2} + \frac{36552,32}{(1+0,07338)^3} + \frac{44305,85}{(1+0,07338)^4} + \frac{55382,31}{(1+0,07338)^5}$$

$$VAN = -36921.54 + 45483,44 + 34081,65 + 36615,33 + 44315,01 + 55383,68$$

$$VAN = -36921.54 + \mathbf{215879,11}$$

$$VAN = \mathbf{178957,57}$$

El VAN para el proyecto es positivo y se considera viable su constitución.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Con este indicador financiero se demuestra el nivel de rentabilidad que puede alcanzar el proyecto, para el cálculo se consideró las siguientes tasas de interés supuestas del 36 y 37% respectivamente, para tal procedimiento se utilizó la fórmula:

$$\underline{\text{TIR}} = T_m + Dt \left(\frac{\text{VAN MENOR}}{\text{VAN MENOR} - \text{VAN MAYOR}} \right)$$

Tabla 24

TIR (Tasa Interna de Retorno)

Año	Flujo Neto	Factor de actualización	VAN menor	Factor de actualización	VAN mayor
0	36921,54	36%	36921,54	37%	36921,54
1	40613,69	0,74	29863,01	0,73	29645,03
2	33598,60	0,54	18165,33	0,53	17901,11
3	36552,32	0,40	14531,09	0,39	14215,21
4	44305,85	0,29	12951,06	0,28	12577,05
5	55382,31	0,21	11903,55	0,21	11475,41
Resultado VAN menor			<u>124335,59</u>	Resultado VAN mayor	<u>122735,35</u>
TIR: 37%					

Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

Tabla 25

Desarrollo cálculo TIR

36%	37%
$\frac{1}{(1+0,36)^1} = 0,74$	$\frac{1}{(1+0,37)^1} = 0,73$
$\frac{1}{(1+0,36)^2} = 0,54$	$\frac{1}{(1+0,37)^2} = 0,53$
$\frac{1}{(1+0,36)^3} = 0,40$	$\frac{1}{(1+0,37)^3} = 0,39$
$\frac{1}{(1+0,36)^4} = 0,29$	$\frac{1}{(1+0,37)^4} = 0,28$
$\frac{1}{(1+0,36)^5} = 0,21$	$\frac{1}{(1+0,37)^5} = 0,21$
Resultado VAN menor: 124335,59	Resultado VAN mayor: 122735,35
$TIR = Tm + (Dt) \left(\frac{VAN\ MENOR}{VAN\ MENOR - VAN\ MAYOR} \right)$	
$TIR = 36 + (37-36) \left(\frac{124335,59}{124335,59 - (-122735,35)} \right)$	
TIR= 37%	

Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

La TIR para el proyecto es del 37%, por tanto, como la TIR es mayor a la TMAR (20,79%), el proyecto es viable.

Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Da conocer el periodo de recuperación de la inversión inicial, se utilizó la siguiente

fórmula: $X + \frac{I_0 - Y}{Z}$

I₀=Inversión

inicial

X= Número de año primario, cuya sumatoria no cubre la inversión inicial.

Y= Valor de la sumatoria que no cubre la inversión inicial.

Z= Flujo de caja actualizado donde el acumulado supera la inversión inicial.

Tabla 26

PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

Año	Flujo Neto	Flujo de caja actualizada	Flujo de caja acumulada actualizada
0	36921,54		
1	40613,69	45483,44	45483,44
2	33598,60	34081,65	79565,08
3	36552,32	36615,33	116180,41
4	44305,85	44315,01	160495,42
5	55382,31	55383,68	215879,11
Total		<u>215879,11</u>	<u>617603,46</u>

Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

Tabla 27

PAYBACK (Periodo de recuperación de la inversión)

Io	36921,54
x	1,00
y	45483,44
z	45483,44

	0,8118
PAYBA	0 años
CK=	8 meses
	11 días

Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

El retorno de la inversión es en 0 años, 8 meses, 11 días, por tanto, se considera que la inversión se recuperará en un tiempo conveniente para la distribuidora “El Triángulo”.

Beneficio / Costo

Es el resultado del rendimiento que se obtiene de cada unidad monetaria que se ha invertido, con una tasa de interés del 7,34% registrado desde el WACC. Antes, se describen ciertas normas definidas a continuación:

- Si la relación es igual a 1, el proyecto es neutral.
- Si la relación es mayor a 1, el proyecto es beneficioso.
- Si la relación es menor a 1, el proyecto no es conveniente.

La fórmula a utilizar para el cálculo de los ingresos y egresos se presenta de esta forma:

$$C = \frac{M}{(1 + WACC)^n}$$

Tabla 28

Beneficio/Costo (Ingresos)

Año	Ingreso	Ingresos actualizados
1	138300	128845,32
2	1452215	126038,86
3	152475,75	123293,52

4	150099,54	113074,67
5	168104,51	117980,95
Total		<u>609233.35</u>

Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

Desarrollo beneficio/costo:

$$C = \frac{M}{(1 + WACC)^n}$$

$$C = \frac{138300}{(1+0,07338)^1} = 128845,3297$$

$$C = \frac{145215}{(1+0,07338)^2} = 126038,8643$$

$$C = \frac{152475,75}{(1+0,07338)^3} = 123293,5284$$

$$C = \frac{150099,54}{(1+0,07338)^4} = 113074,6795$$

$$C = \frac{168104,51}{(1+0,07338)^5} = 117980,945$$

Ingresos actualizados: 609233,347

Tabla 29

Beneficio/Costo (Egresos)

Año	Egreso	Egresos actualizados
1	106151,8	98894,89
2	107285	93117,65
3	108406,85	87658,94
4	109540,48	82520,27

5	110686,51	77683,21
Total		<u>439874,97</u>

Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

$$C = \frac{M}{(1 + WACC)^n}$$

$$C = \frac{106151,8}{(1+0,07338)^1} = 98894,89277$$

$$C = \frac{107285}{(1+0,07338)^2} = 93117,6501$$

$$C = \frac{108406,85}{(1+0,07338)^3} = 87658,94276$$

$$C = \frac{109540,48}{(1+0,07338)^4} = 82520,27069$$

$$C = \frac{110686,51}{(1+0,07338)^5} = 77683,21652$$

Egresos actualizados: 439874,9728

$$B/C = \frac{INGRESOS ACTUALIZADOS}{EGRESOS ACTUALIZADOS}$$

$$B/C = \frac{609233,347}{439874,9728}$$

B/C= 1,3850

Análisis: Significa que, por cada dólar invertido, recupera \$ 1,38, quedando una ganancia de \$ 0,38 centavos de dólar.

Costo De Oportunidad

$$Co = \frac{FLUJOS ACUMULADOS}{INVERSIÓN INICIAL}$$

$$Co = \frac{119408,8772}{26000}$$

$$Co = 4,59$$

Análisis: Es el valor a favor, por haber renunciado a otro proyecto.

Punto de Equilibrio

Es una herramienta que ejecuta las acciones necesarias para el progreso de la distribuidora “El triángulo”, representa los niveles de ventas o de actividades donde los ingresos deben ser iguales a los costos, se considera también que no existen pérdidas ni ganancias. Para obtener los resultados se considera las ventas, costos fijos y variables.

Para tener referencia de la información, se ha tomado los datos de la tabla de costos y gastos:

Tabla 30

Costos y gastos

Costos y gastos	Años				
	1	2	3	4	5
Tasa de inflación					
promedio	2,730%	2,730%	2,730%	2,730%	2,730%
<u>Costos directos</u>					
Sueldos y salarios	86.000,33	88.348,14	90.760,04	93.237,79	95.783,18
MP	29.280,00	30.079,34	30.900,51	31.744,09	32.610,71
CIF	35.148,00	36.107,54	37.093,28	38.105,92	39.146,21
Servicios básicos	307,20	355,03	355,03	355,03	355,03
Subtotal	150.735,53	154.890,06	159.108,86	163.442,84	167.895,14

Gastos de
administración

Sueldos

administrativos	37.527,17	38.551,66	39.604,12	40.685,31	41.796,02
-----------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Viáticos	1.200,00	1.232,76	1.266,41	1.300,99	1.336,50
----------	----------	----------	----------	----------	----------

Amortizaciones	137,20	130,00	130,00	130,00	130,00
----------------	--------	--------	--------	--------	--------

Depreciaciones	2.052,40	2.052,40	2.052,40	2.052,40	2.052,40
----------------	----------	----------	----------	----------	----------

Mantenimiento	2.715,60	2.789,74	2.865,90	2.944,13	3.024,51
---------------	----------	----------	----------	----------	----------

Energía eléctrica	38,40	39,45	39,45	39,45	39,45
-------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Internet	18,00	18,49	18,49	18,49	18,49
----------	-------	-------	-------	-------	-------

Teléfono	36,00	36,98	36,98	36,98	36,98
----------	-------	-------	-------	-------	-------

Suministros de

oficina	133,35	136,99	140,73	144,57	148,52
---------	--------	--------	--------	--------	--------

Arriendo	8.400,00	8.629,32	8.864,90	9.106,91	9.355,53
----------	----------	----------	----------	----------	----------

Subtotal	52.258,12	53.617,79	55.019,38	56.459,24	57.938,41
-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Gastos de ventas

Gastos de ventas	1.140,00	1.171,12	1.203,09	1.235,94	1.269,68
------------------	----------	----------	----------	----------	----------

Sub total	1.140,00	1.171,12	1.203,09	1.235,94	1.269,68
<u>Gastos de financieros</u>					
Gasto intereses	3.208,93	2.742,42	2.201,21	1.573,36	844,98
Total de costos y gastos	207.342,58	212.421,38	217.532,55	222.711,38	227.948,21
	<u>56.607,05</u>	<u>57.531,33</u>	<u>58.423,69</u>	<u>59.268,54</u>	<u>60.053,07</u>

Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

Tabla 31

Clasificación costos fijos y variables

Detalle	Costo variable	Costo fijo
Mano de obra directa	30587,54	
Costos indirectos de fabricación	20145,12	
Sueldos administrativos	12852,45	
Gasto de ventas		110,80
Viáticos		580
Mantenimiento		1200,85
Servicios básicos		840
Suministros de oficina		385,54

Total	<u>63585,11</u>	<u>3117,19</u>
	<u>43924,2068</u>	

Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

Fórmula:

$$P.EQ. = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$P.EQ. = \frac{3117,19}{1 - \frac{63585,11}{90658,13}}$$

$$P.EQ. = \frac{3117,19}{1 - 0.701372398}$$

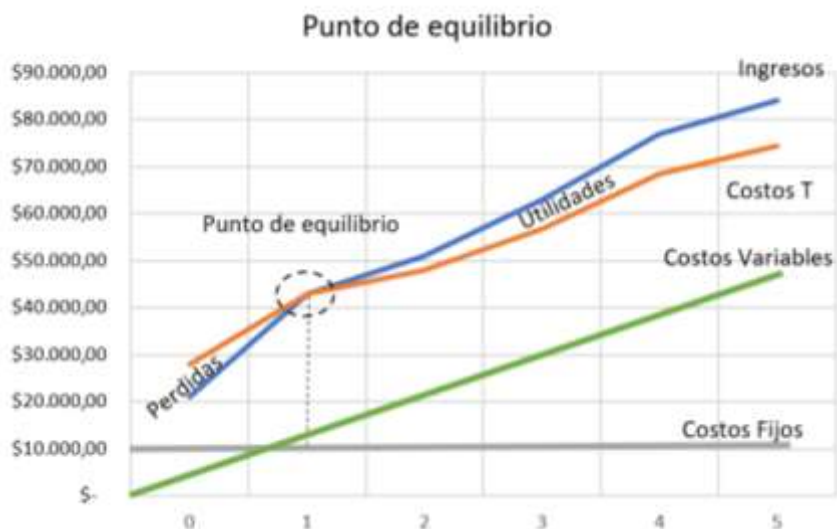
$$P.EQ. = \frac{3117,19}{0,298627602}$$

$$P.EQ. = 43924,2068$$

Análisis: 43924,2068 sería el nivel de equilibrio para las ventas o actividades a desarrollarse y que la distribuidora “El Triángulo” debería alcanzar, calculado en el primer año de operación.

Figura 15

Punto de equilibrio



Nota. Elaboración propia, Información facilitada por la distribuidora.

Implementación del Sistema GEO Enterprise

Se implementó como una herramienta de software eficiente dentro de la Distribuidora el Sistema Geo Enterprise, el cual tiene como objetivo controlar el tema de inventario y facturas.

Figura 16

Sistema de Inventario GEO Enterprise de la Distribuidora.

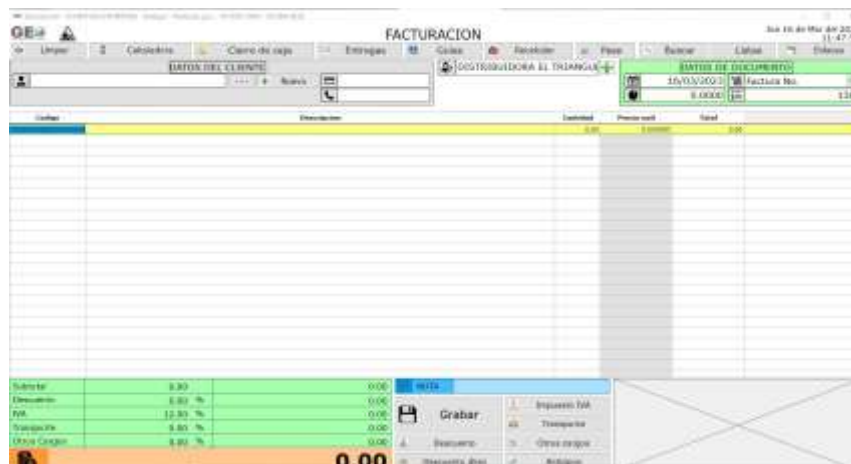
El software muestra una interfaz de usuario con un menú superior que incluye 'DATOS', 'LISTA', 'CAMBIOS DE PRECIOS', 'TOMA FISICA' y 'EXTRAS'. El título principal es 'INVENTARIOS'. Se muestra una 'LISTA DE PRECIOS Y MODIFICACION DE ITEMS' con una tabla de productos.

Código	Descripción	Unid.	Unid.	Cantidad	Precio Promedio	Tipo
ATUN-0013	ATUN REAL	IND	UND	199.00	1.800000	1
CER-0001	CERVEZA CLUB 850	IND	UND	774.00	22.000000	1
CER-0002	CERVEZA CLUB 550ML	IND	UND	594.00	19.000000	1
CER-0003	CERVEZA PILSENER LITRO	IND	UND	961.00	22.000000	1
CER-0004	CERVEZA PILSENER 600ML	IND	UND	398.00	17.000000	1
CHI-0005	CHIFLES DE SAL	IND	UND	33.00	0.750000	1
COC-0006	COCACOLA 300ML	IND	UND	294.00	4.000000	1
FRU-0007	FRUTARIS 355ML	IND	UND	395.00	2.750000	1
GUI-0008	GUITIG 3L X6	IND	UND	196.00	11.000000	1
NUT-0008	NUTRIMALTA FAMILIA 550	IND	UND	241.00	6.000000	1
NUTR-0009	NUTRIMALTA 330ML	IND	UND	262.00	5.800000	1
PANCHI-0010	PANCHITO NATURAL	IND	UND	146.00	3.300000	1
PEP-0011	PEPSI 1 LITRO	IND	UND	290.00	8.000000	1
PICA-0012	PICADITAS NATURAL	IND	UND	150.00	0.600000	1

Nota: Elaboración propia, Representación Del Sistema De Inventario GEO Enterprise.

Figura 17

Sistema de Facturación GEO Enterprise de la Distribuidora.



Nota. Elaboración propia, Representación Del Sistema De Facturación GEO Enterprise.

Figura 18

Hoja de Excel de la Distribuidora.

DISTRIBUIDORA EL "TRIANGULO"			
BALANCE DE SITUACION INICIAL AL 1 DE JUNIO DEL 2022			
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja y Bancos	135.681,17	Participaciones trabajadores cotizados	-
TOTAL ACTIVO CORRIENTES	135.681,17	Impuesto Renta	-
ACTIVOS Fijos OPERATIVOS		PASIVO LARGO PLAZO	30.045,50
MUEBLES Y ENSERES	3.779,06	TOTAL DE PASIVOS	30.045,50
EQUIPOS DE COMPUTACION	3.779,06	EXTRORDINARIO	
EQUIPOS DE OFICINA	88	Capital social pagado	18.189,87
MAQUINARIA Y EQUIPO	48	Reserva Legal	-

Nota. Elaboración propia, Representación Del Sistema Excel De La Distribuidora.

Conclusiones

Con el desarrollo del presente proyecto se pudo conocer cómo se encontraba el plan inicial de gestión financiera de la distribuidora. Utilizando los respectivos documentos y analizándolos para plasmar en un archivo en Excel en el área administrativo.

Se procedió a realizar el correspondiente análisis del proceso de gestión de abastecimiento que tiene la empresa, y se estableció los respectivos balances financieros, con una evaluación integral.

Se desarrolló un plan financiero para llevar un mejor manejo de proveedores, que permite la rentabilidad del área administrativa y financiera de la distribuidora.

Recomendaciones

Es importante contar con un plan financiero adecuado para la sistematización y automatización de los ingresos y gastos de la distribuidora para que así no existe ningún inconveniente con la pérdida de documentación importante para conocer el desarrollo de la empresa si tiene pérdidas o ganancias mensuales, con este registro se podrá obtener un control diario de ventas y gastos que se realizada durante el día o semanalmente.

Mejorar la gestión integral de la distribuidora, para así obtener un adecuado rendimiento en sus ventas y actividades diarias a realizarse.

Se recomienda la capacitación periódica del personal en cargado en la utilización del sistema, ya que mensualmente existen cambios que son un beneficio para la distribuidora y el personal administrativo debe encontrarse capacitado adecuadamente.

Referencias

Bibliografía

Acosta, J. (11 de noviembre de 2019). *Planeación Del Efectivo*. Scribd.

<https://es.scribd.com/document/434484495/Planeacion-Del-Efectivo#>

Anabel. (17 de noviembre de 2021). *Definición de criterios de evaluación*. Virgulablog.

<https://virgulablog.es/programacion-didactica/elementos-de-la-programacion-didactica/evaluacion/criterios-de-evaluacion/definicion-de-criterios-de-evaluacion/#:~:text=Los%20criterios%20de%20evaluaci%C3%B3n%20son,competencias%20por%20parte%20del%20alumno.>

Arias, E. (8 de mayo de 2020). *Viabilidad*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/viabilidad.html>

Clavijo, C. (20 de enero de 2023). *¿Qué es un modelo de negocios?*. HubSpot.

<https://blog.hubspot.es/sales/modelo-negocio>

Cortés, J. (26 de diciembre de 2019). *Escalas de valoración*. Blogger.

<http://revolucion.blogspot.com/2019/12/escalas-de-valoracion.html>

Equipo Editorial Sanarai. (12 de septiembre de 2022). *Qué es la empatía: definición,*

importancia y como se desarrollarla. Sanarai. <https://www.sanarai.com/blog/que-es-la-empatia-definicion-importancia-y-como-desarrollarla>

Falcón, V. (7 de mayo de 2020). *El método Delphi Fuzzy para la selección de expertos en el*

turismo (The Delphi Fuzzy Method for the Selection of Tourism Experts). SSRN.

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3554849

García, G. (27 de diciembre de 2022). *Cómo hacer un plan de tesorería*. Sage.

<https://www.sage.com/es-es/blog/como-hacer-un-plan-de->

- Moreno, J. (20 de enero de 2023). *¿Qué es un plan de negocios y para qué sirve?*. HubSpot.
<https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plan-de-negocios>
- Moya, D. (29 de julio de 2020). *¿Qué es la capacidad de respuesta en el servicio al cliente?*.
Gestionar Fácil. <https://www.gestionar-facil.com/que-es-la-capacidad-de-respuesta-en-el-servicio-al-cliente/>
- Muguirra, A. (20 de mayo de 2018). *Evaluación de proveedores: Qué es y cuáles son sus beneficios*. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/evaluacion-de-proveedores/>
- Narvaez, M. (11 de noviembre de 2020). *¿Qué es la segmentación de clientes?*. QuestionPro.
<https://www.questionpro.com/blog/es/segmentacion-de-clientes/>
- Ortega , C. (19 de octubre de 2022). *Calidad del servicio: Qué es y cómo mejorarla*.
QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/calidad-del-servicio/>
- Panfilo, S. (12 de noviembre de 2022). *¿Qué es la confiabilidad en una empresa?*. Centro.
Banamex. <https://www.centrobanamex.com.mx/que-es-la-confiabilidad-en-una-empresa>
- Pimentel , O. (11 de mayo de 2019). *Principales Estados Financieros*. Scribd.
<https://es.scribd.com/document/409573593/Principales-estados-financieros-GestioPolis-pdf>
- Quiroa, M. (4 de noviembre de 2019). *Mercado*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>
- Rodríguez, J. (19 de enero de 2023). *Flujo de ingresos. qué es y cómo obtenerlo*. HubSpot.
<https://blog.hubspot.es/sales/flujo-ingresos>
- Salish, M. (9 de marzo de 2020). *Utilidad Marginal*. INOMICS.
<https://inomics.com/es/terms/utilidad-marginal-1441685>

Santaella, J. (25 de mayo de 2022). *Plan de inversión*. Economía3. <https://economia3.com/plan-de-inversion/>

SYDLE. (5 de enero de 2023). *Gestión de proveedores: ¿Cómo puede ayudar la tecnología?*.

SYDLE. <https://www.sydle.com/es/blog/gestion-de-proveedores-627c06ddfde47e37d67560b4/>

Torres, D. (20 de enero de 2023). *Qué es el plan estratégico de una empresa*. HubSpot.

<https://blog.hubspot.es/sales/que-es-plan-estrategico-empresa>

Westreicher, G. (26 de abril de 2020). *Plan Financiero*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/plan-financiero.html>

Anexos

Anexo 1

Balance Inicial

Cuenta	Debe	Haber	Debe	Haber
MAQUINARIA Y EQUIPO	40	Reserva Legal	-	-
HERRAMIENTAS	120	Utilidad Retenida	-	-
VEHICULOS	15,000.00	Utilidad Retenida del Periodo	-	-
BIENES INMUEBLES	-	Utilidad (pérdida) neta	-	-
ADICIONES Y AJUSTES	430			
TOTAL ACTIVOS FIJOS	28,810.00	TOTAL PATRIMONIO	28,810.07	
OPERATIVOS	-			
Depreciaciones	-			
TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	28,810.00			
ACTIVOS DIFERIDOS				
Gastos de Constitución	200			
Patentes y Licencias	150			
Software Contable	300			
Gastos Pre-operativos	180			
	0			
Amortizaciones	-			
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	830			
TOTAL DE ACTIVOS	86,482.37	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	86,482.37	

Nota. Anexo balance inicial obtenido por elaboración propia con los datos obtenidos de la distribuidora.

Anexo 2

Estado de flujo de caja

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Actividades Operativas						
Recepciones por ventas	11,200,000	12,700,000	13,900,000	14,800,000	16,700,000	18,700,000
Pagos	(10,200,000)	(11,700,000)	(12,800,000)	(13,800,000)	(15,700,000)	(16,700,000)
Actividades de Inversión						
Gastos de Inversión	(2,000,000)	(2,000,000)	(2,000,000)	(2,000,000)	(2,000,000)	(2,000,000)
Gastos de Amortización	95,000,000	95,000,000	95,000,000	95,000,000	95,000,000	95,000,000
Gastos de Interés	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
Depreciaciones	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000
Amortizaciones	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
Pagos	(200,000,000)	(200,000,000)	(200,000,000)	(200,000,000)	(200,000,000)	(200,000,000)
Flujo de Efectivo Disponible al 31 de	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
Actividades de Financiación						

Nota. Anexo estado de flujo de caja, elaboración propia obtenidos de la distribuidora.

Anexo 3

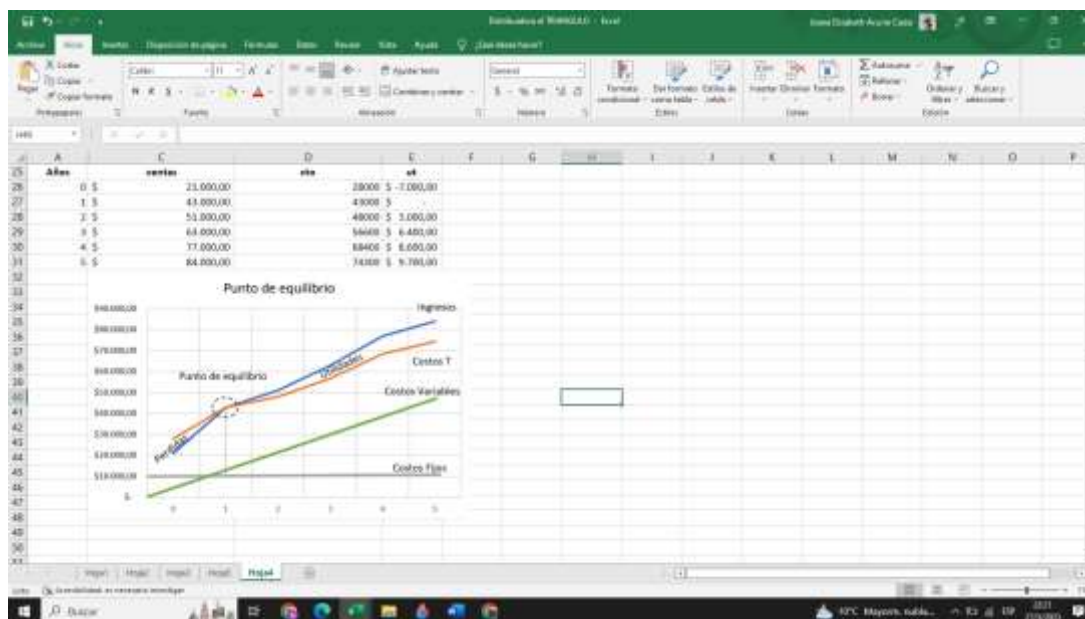
Balance de Situación final

Categoría	Valor
Activos	121,27
TOTAL ACTIVOS BIENES	89
TOTAL DE ACTIVOS	840,27
PASIVO CORRIENTE	
Participaciones adquiridas	207,89
Depositos Bancarios	447,42
PASIVO A LARGO PLAZO	284,12
TOTAL DE PASIVOS	284,12
PATRIMONIO	
Capital social pagado	628,27
Reserva Legal	402,19
Utilidad Retenida	183,81

Nota. Anexo obtenido por elaboración propia con los datos obtenidos de la distribuidora.

Anexo 4

Punto de equilibrio



Nota. Anexo obtenido por elaboración propia con los datos obtenidos de la distribuidora.

Anexo 5

Sistema De Control GEO Enterprise De La Distribuidora El Triangulo



Nota. Anexo de su Sistema De Control obtenido por la elaboración de la distribuidora.