



CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERA EN FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

**“LAS HERRAMIENTAS FINANCIERAS Y SU IMPACTO EN LOS RECURSOS
ECONÓMICOS DE LA PANIFICADORA ANTONIO LOPEZ EN LA CIUDAD DE
MONTECRISTI”**

DIEGO CEDEÑO TUTIVEN

JOSÉ FERNANDO PROAÑO LÓPEZ

**TUTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:
ING. MERCEDES ELINA INTRIAGO CEDEÑO**

PORTOVIEJO-MANABÍ-ECUADOR

2020



CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERA EN FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

**“LAS HERRAMIENTAS FINANCIERAS Y SU IMPACTO EN LOS RECURSOS
ECONÓMICOS DE LA PANIFICADORA ANTONIO LOPEZ EN LA CIUDAD DE
MONTECRISTI”**

DIEGO CEDEÑO TUTIVEN

JOSÉ FERNANDO PROAÑO LÓPEZ

**TUTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:
ING. MERCEDES ELINA INTRIAGO CEDEÑO**

PORTOVIEJO-MANABÍ-ECUADOR

2020

AGRADECIMIENTO

Este es el reflejo de lo que se puede hacer con la bendición de Dios, gracias a él, a mi madre por su apoyo, amor y paciencia recibida a mi padre que nunca dejo de creer y siempre estuvo ahí para levantarme, a mis amados abuelos y esposa a mis ángeles en el cielo y en general gracias por el respaldo brindado durante este largo proceso.

Agradecer a la Universidad San Gregorio de Portoviejo por su acogida en estos años de preparación en la exitosa carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales por los conocimientos adquiridos, pero en especial quiero agradecer a mis maestros, por la paciencia durante esos 6 años en las aulas, porque gracias a ellos comprendí que antes de ser un buen profesional hay que ser un buen ser humano.

A mi amigo y compañero de tesis Diego Cedeño Tutiven, quien fue pieza clave en mi equipo, en esta investigación porque gracias a sus aportes y ayuda este proyecto se realizó de forma eficiente.

Agradezco a mi tutora de tesis Ing. Mercedes Intriago quien con su capacidad de enseñar nos transmitió sus conocimientos siendo nuestra guía para la culminación de este proyecto, gracias por creer y ante todo por su respaldo por hacernos saber que siempre contábamos con ella

José Fernando Proaño López

DEDICATORIA

Gracias a Dios por forjar mi camino y permitirme nunca decaer por sus bendiciones y por darme voluntad para creer en mí, guiándome por el camino correcto y así poder culminar esta etapa Universitaria de forma exitosa.

En especial a mi madre Lorena López mujer de lucha y emprendedora la misma que con su lucha constante ha sacado siempre a delante a sus hijos y ahora con su sueño hecho realidad en ver a uno de sus hijos convertido en un profesional, pero sobre todo un buen ser humano.

A mi papá Fernando Proaño por nunca dejarnos y siempre estar presente en el cumplimiento de nuestras metas más que todo por siempre ser parte de nuestras vidas,

A mis hermanas Anita, Anahí, María José y esposa quienes son mi apoyo incondicional, mis consejeras gracias por estar en este proceso y en todos los objetivos que faltan por cumplir sobre todo gracias por su amistad honesta.

José Fernando Proaño López

AGRADECIMIENTO

Agradecer principalmente a Dios que a pesar de todas las situaciones malas y buenas que me ha tocado pasar durante mi camino universitario siempre me dio luz y tranquilidad para continuar con mis estudios y alcanzar mis metas

A mi amigo y compañero de tesis Jose Proaño Lopez , quien fue pieza clave en mi equipo, en esta investigación porque gracias a sus aportes y ayuda este proyecto se realizó de forma eficiente.

Agradezco a mi tutora de tesis Ing. Mercedes Intriago quien con su capacidad de enseñar nos transmitió sus conocimientos siendo nuestra guía para la culminación de este proyecto, gracias por creer y ante todo por su respaldo por hacernos saber que siempre contábamos con ella

Tambien a mi familia y enamorada que siempre han creído en mi y nunca me dejaron solo en especial a mi padre que me dio la fortaleza y recursos para poder culminar mis estudios.

Diego Alejandro Cedeño Tutiven

DEDICATORIA

Dedicarle a Dios por permitirme nunca decaer por sus bendiciones y por darme voluntad para creer en mí, guiándome por el camino correcto y así poder finalizar esta etapa Universitaria de forma exitosa.

En especial a mis padres por apoyarme siempre y en cualquier situación a mi padre que me dio muchas fuerzas cuando talvez quise bajar mis brazos y a mi madre por todo el amor y trato que me da

A mis hermanos Andrés, Andrea, y enamorada quienes son mi apoyo incondicional y que sé que quieren siempre que me vaya excelente.

Y por último volver a dedicarle este trabajo a mi madre que supo aguantar mi carácter en momentos difíciles y brindarme siempre su apoyo y nunca decaer en sus esperanzas por mí.

Diego Alejandro Cedeño Tutiven

RESUMEN EJECUTIVO

Las microempresas panificadoras es un sector el cual carece de atención en nuestro país razón la cual presentan dificultades al no existir un control de sus ingresos al no tener un departamento de administración el cual se encargue de aplicar las medidas adecuadas en la aplicación de las herramientas financieras que permitan solucionar los problemas financieros de la microempresa. Las herramientas financieras y su impacto en los recursos económicos de la panificadora Antonio López en la ciudad de Montecristi.

En el cantón Montecristi se presentan varias microempresas las cuales se dedican a la producción y realización de roscas, panes, dulces las cuales están representadas por panificadores experimentados en su labor los mismos que cuentan con sus propios locales específicamente determinados cabe recalcar que esto no quiere decir que las finanzas de dichas microempresas estén bien del todo pues son llevadas de manera empírica desde hace más de 50 años sin un control en sus compras o en sus ventas, por lo tanto nos hemos visto en la necesidad de proponer una reestructuración en una microempresa en específico para que la misma genere un crecimiento más adecuado y rentable para la economía del gerente y su empresa.

Palabras claves: Finanzas, economía, crecimiento financiero, desarrollo, control de gastos, microempresa, rentabilidad.

ABSTRACT

EXECUTIVE SUMMARY

Micro-bakeries are a sector which lacks attention in our country, which is why they present difficulties as there is no control of their income as they do not have an administration department which is in charge of applying the appropriate measures in the application of financial tools. that allow solving the financial problems of the microenterprise. The financial tools and their impact on the economic resources of the Antonio López bakery in the city of Montecristi.

In the Montecristi canton there are several micro-companies which are dedicated to the production and making of threads, breads, sweets which are represented by experienced bakers in their work, the same ones that have their own specifically determined premises, it should be emphasized that this does not mean that the finances of these microenterprises are completely well since they have been carried out empirically for more than 50 years without a control in their purchases or sales, therefore we have seen the need to propose a restructuring in a microenterprise in specific so that it generates a more adequate and profitable growth for the manager's economy and his company.

Keywords: Finance, economy, financial growth, development, cost control, microenterprise, profitability.

INDICE

INTRODUCCION	1
CAPITULO I.....	3
1 ASPECTOS GENERALES.....	3
1.1 Tema:	3
1.2 Problemática:.....	3
1.3 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	3
1.3.1 Planteamiento del problema	3
1.3.2Contextualización histórica del problema.....	4
1.4 Delimitación del problema	6
1.5 OBJETIVOS	7
1.5.1Objetivo General	7
1.5.2Objetivos Específicos	7
1.6 JUSTIFICACION.....	8
CAPITULO II	10
2 MARCO TEÓRICO	10
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	10
2.2FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	12
2.3 MARCO CONCEPTUAL	16
2.4FUNDAMENTACIÓN LEGAL	18
2.5 HIPÓTESIS.....	21
2.5.1Hipótesis lógica	21
2.5.2Hipótesis nula.....	21
2.5.3Hipótesis estadística	21
2.6SEÑALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	21
2.6.1Variable independiente	21
2.6.2Variable Dependiente	21
2.7OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLE	21
2.7.1 LAS HERRAMIENTAS FINANCIERAS.....	21
2.7.2LOS RECURSOS ECONÓMICOS.....	25
CAPITULO III	26
3 MARCO METODOLÓGICO	26
3.1 TIPOS DE INVESTIGACION.....	26
3.1.1 Investigación Exploratoria.....	26
3.1.2 Investigación Descriptiva	26

3.1.3 Investigación Analítica	27
3.1.4 Investigación Sintética.....	27
3.1.5 Investigación Propositiva	27
3.2 MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN.....	28
3.2.1 Investigación bibliográfica	28
3.2.2 Investigación de Campo	28
3.3 MÉTODOS Y TÉCNICAS	29
3.3.1 MÉTODOS	29
3.3.2 TÉCNICAS	30
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	30
3.5 RECURSOS	31
3.5.1 Talento humano	31
3.5.2 Recursos materiales	31
3.5.3 Recursos tecnológicos	32
3.5.4 Recursos económicos	32
3.6 FUENTES Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	32
3.7 PRESUPUESTO	33
3.8 CRONOGRAMA	34
4. HERRAMIENTAS FINANCIERAS.....	35
4.2 PERSONAL ADMINISTRATIVO	36
4.2.1 ESTRUCTURA.....	40
4.2.2 POLÍTICA ADMINISTRATIVA.....	42
4.2.3 IMPORTANCIA	44
4.3 CULTURA ASOCIATIVA	45
4.3.1 AHORRO.....	48
4.3.2 Ventajas y Desventajas.....	49
4.4 POLÍTICA FINANCIERA.....	52
4.4.1 DEFINICION	52
4.4.2 IMPORTANCIA	53
4.4.3 CLASIFICACION	54
5.1 RECURSOS FINANCIEROS	55
5.1.1 DEFINICION	55
5.1.2 IMPORTANCIA	57
5.1.3 LIQUIDEZ	59
5.2 PRODUCCIÓN.....	60
5.2.1 COSTOS	64

5.2.2 NIVELES DE PRODUCCIÓN	65
5.2.3 RIESGOS	67
5.3 INSTITUCIONES FINANCIERAS	68
5.3.1 PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	71
5.3.2 TIPOS DE CRÉDITOS	76
CONCLUSIONES	81
CAPITULO VI	83
6.1 PROPUESTA	83
6.2 OBJETIVOS	83
6.2.1 Objetivo General	83
6.2.2 Objetivos Específicos	83
6.3 Beneficiarios	84
6.3.1 Directos	84
6.3.2 Indirectos.....	84
6.4 Justificación	84
6.5 Descripción de la Propuesta	85
6.6.1Elaboración de un plan de capacitación para el desarrollo financiero de la panificadora Antonio López del cantón Montecristi.	88
6.6.2 ETAPA I: REALIZAR UN DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL	90
6.6.3 ETAPA II: SOCIABILIZACIÓN PLAN DE CAPACITACIÓN	92
6.6.4 ETAPA III: EJECUCIÓN DE PLAN DE CAPACITACIÓN	95
6.6.5 ETAPA IV: MONITOREO Y EVALUACIÓN.....	98
6.6.6 ETAPA V: ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE HERRAMIENTAS FINANCIERAS.	100
6.6.7 ETAPA VI: MOTIVACIÓN A DIRECTIVOS	103
6.7 Cronograma de aplicación de Estrategias para el fortalecimiento del uso de herramientas financieras	105
6.8 Impacto de la propuesta	106
ANEXOS	96
Anexo 2	97
Cuestionario para Entrevista	97
ANEXO 3	98
ENTREVISTA.....	98
Bibliografía	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Delimitación del problema	6
Tabla 2 Herramientas Financieras	24
Tabla 3 Los Recursos Económicos	25
Tabla 4 Presupuesto	33
Tabla 5 Cronograma	34

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1	48
Ilustración 2	71
Ilustración 3	72

INTRODUCCION

INTRODUCCION

El presente trabajo busca determinar las problemáticas que existen en la empresa panificadora Antonio López Mero en el cantón Montecristi

La investigación de tesis realizada consiste en el desarrollo de seis capítulos, los cuales se explican de la siguiente manera.

Capítulo uno: Comprende el tema, la problemática, antecedentes, planteamiento del problema, contextualización histórica, delimitación del problema, objetivo general y objetivos específicos, los mismos que se cumplirán para encontrar las problemáticas y elaborar las respectivas conclusiones, también en la investigación se encuentra la justificación del por qué se ha realizado esta investigación.

Capítulo dos: Describe el marco teórico, antecedentes de la investigación a nivel internacional, nacional, local, también se encuentra la fundamentación teórica, el marco conceptual y la hipótesis con sus respectivas señalizaciones de las variables.

Capítulo tres: En este capítulo se encuentra el marco metodológico, donde se encuentran los tipos de investigación, métodos, técnicas, población y muestras realizadas en la investigación; también se detallan los materiales, recursos y fuentes de investigación utilizadas.

Capítulo cuatro: Está el desarrollo de la variable independiente, en la cual se analizará la utilización de las herramientas financieras en la empresa panificadora Antonio López Mero en el cantón Montecristi.

Capítulo cinco: Se encuentra el desarrollo de la variable dependiente, gráficos, tablas, el análisis en donde se interpreta las entrevistas realizadas a la gerente de la empresa y a otros microempresarios del cantón Montecristi de igual manera se presentarán las respectivas conclusiones en respuesta a cada uno de los objetivos elaborados en la investigación.

Capítulo seis: Comprende la propuesta realizada por los autores del trabajo de investigación donde se encuentra una estrategia para fortalecer la empresa panificadora Antonio López Mero del cantón de Montecristi.

CAPITULO I

1 ASPECTOS GENERALES

1.1 Tema:

Las herramientas financieras y su impacto en los recursos económicos de la panificadora Antonio López Mero en la ciudad de Montecristi.

1.2 Problemática:

Deficiencia en la aplicación de herramientas financieras en la Panificadora Antonio López de la ciudad de Montecristi.

1.3 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

1.3.1 Planteamiento del problema

El sector panificador es uno de los mercados más abundantes en el mundo contribuyendo al sector de pequeñas, medianas y grandes empresas y activando su crecimiento económico y a la generación de empleo, es de gran valor para el desarrollo de un país. Se estima según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos y conforme al último realizado el año 2017 en el país funcionan 5.670 empresas y negocios los cuales indican tener ventas anuales de 306 millones de dólares y dan empleo de manera directa a 13.074 personas. (Lideres, 2019)

En el Ecuador las PYMES representan (según datos de la Superintendencia de Compañías al 2016) el 81.5% de las empresas declaradas en la Superintendencia de Compañías, 49.8% son microempresas y 31.7% son pequeñas.

A pesar de la gran importancia que tienen las pequeñas y medianas empresas dentro de las economías de los países, es poco lo que se conoce sobre ellas. En la mayoría de las PYMES comúnmente son escasos los registros contables, hay costos mal determinados y listas de precios que no cubren los costos totales. La falta de estados financieros reales y el no contar con información oportuna para la toma de decisiones, son problemas cotidianos en las Pymes.

En la ciudad de Montecristi, muy conocida por la elaboración y venta de roscas, existe una considerable cantidad de micro empresas dedicadas a esta labor, entre ellas la panificadora Antonio López Mero, de la que se realiza la presente investigación. Este ramo de micro empresas carece de una correcta administración y de la utilización de las herramientas financieras que no les permite tomar decisiones acertadas que generen un crecimiento de las mismas.

1.3.2 Contextualización histórica del problema

El sector panificador influye mucho en la economía del cantón Montecristi ya sea por medio de micro empresas familiares o empresas consideradas más grandes, están influenciadas por la marca o los años de antigüedad y también por el comportamiento de sus clientes los mismo que han aumentado año tras año aumentando los ingresos de dichas empresas pero sin llevar un control del mismo, cabe recalcar que no todos se encuentran afiliados y con esto la cámara de comercio del mismo cantón busca cambiar para buscar el bienestar propio de los comerciantes

Las micro, pequeñas y medianas empresas suelen contar con un reducido número de personal, razón por la que en su mayoría no cuentan con una estructura orgánica a comparación de las grandes empresas y al no contar con una adecuada administración ni un correcto empleo de herramientas financieras que permitan conocer, estudiar y proyectar las finanzas para la toma de decisiones, es que detiene el crecimiento de las mismas y en ocasiones se provoca el declive de estos emprendimientos hasta llegar al cierre de los mismos.

La micro empresa Antonio López Mero se creó en Montecristi, en el año 1970 como parte de un proyecto familiar, desde esa fecha hasta la actualidad se ha mantenido en las mismas condiciones de pequeña empresa. De allí se resalta la dificultad que ha tenido la misma para alcanzar un adecuado crecimiento.

1.4 Delimitación del problema

*Tabla 1 Delimitación del problema***Cuadro N 1****Delimitación del Problema**

CAMPO:	Financiero
AREA:	Herramientas Financieras
ASPECTO:	Recursos económicos
TEMA:	Las herramientas financieras y su impacto en los recursos económicos de la empresa
PROBLEMA:	PALM en la ciudad de Montecristi. Deficiencia en la aplicación de herramientas financieras en la empresa PALM de la ciudad de Montecristi.
DELIMITACIÓN ESPACIAL:	La investigación se la realizara en la empresa PALM en la ciudad de Montecristi.
DELIMITACIÓN TEMPORAL:	El presente trabajo de investigación de desarrollará en el periodo mayo 2020 hasta septiembre 2020

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo General

Analizar el uso de las herramientas financieras y su impacto en los recursos económico de la PANIFICADORA ANTONIO LOPEZ de la ciudad de Montecristi

1.5.2 Objetivos Específicos

- Investigar las características del personal administrativo para el manejo de los recursos economicos.
- Identificar la cultura asociativa de los microempresarios y su relación con la producción.
- Establecer el nivel de conocimientos de políticas financieras para la obtención de créditos.
- Diseñar una propuesta para la solución del problema planteado.

1.6 JUSTIFICACION

La presente investigación, se realiza como un requisito previo para obtener el grado académico de Ingeniero en Finanzas y Relaciones Comerciales.

Con la temática “las herramientas financieras y su impacto en los recursos económicos de la panificadora Antonio López en la ciudad de Montecristi” Se busca mejorar la gestión administrativa de la microempresa panificadora desde el estudio de las diferentes micro empresas dedicadas a la misma labor hasta el análisis específico de la realidad administrativa y financiera de la empresa viéndose la radicación del problema en no utilizar las debidas herramientas financieras que permitan controlar y ordenar los recursos de la compañía.

Las PYMES deben mejorar la gestión de su empresa, definir una estructura flexible que les permita atender las necesidades del mercado rápidamente, pero de manera más formal, pues este tipo de empresas están acostumbradas a manejar sus recursos de manera empírica; la intuición ya no debe ser la única forma de tomar decisiones, es necesario apoyarse en la información real de su empresa.

Con esto se propone mejorar y modificar los diferentes lineamientos en aquellos esquemas de comportamiento administrativo contemplando las políticas de financiamiento que concierne a las pymes del sector comercial.

Con la realización de la investigación se obtendrán beneficios tanto como para los autores de la investigación y para los microempresarios del sector panificador en general, poniéndose en práctica los conocimientos aprendidos en el aula de clase y así con esto incentivar a los gerentes a aplicar herramientas financieras dentro del marco interno de las empresas

CAPITULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En Ecuador, provincia de Manabí, resalta la histórica ciudad de Montecristi, conocida como la “cuna de Alfaro”, al ver nacer al General Eloy Alfaro Delgado. Ciudad con una población estimada al 2020 de 107.785 habitantes

La micro empresa Panificadora Antonio López Mero se creó en el año de 1970 como parte de un proyecto familiar, esta empresa de la industria panificadora empezó sus labores con hornos de barro que tienen forma de domo y en donde se hornean, incluso hasta el día de hoy, tales productos con leña, siendo sobre todo las roscas el producto mayormente consumido dentro y fuera de la ciudad de Montecristi, pues algunos manabitas llegan a adquirir las mismas para enviarlas a España, Estados Unidos, Italia y otras naciones. Se debe tomar en cuenta que el horno de leña es referente de la década de los años 70.

Las finanzas surgieron como un campo de estudio a principios del siglo XIX, haciendo hincapié en los aspectos legales relacionados con los diversos tipos de valores emitidos por las corporaciones. Cuando las finanzas emergieron hacían parte de la economía y los gerentes financieros se dedicaban a llevar libros de contabilidad o a controlar la teneduría, siendo su principal tarea buscar financiación cuando fuese necesario. Según Fred Weston, cerca de 1920 el surgimiento de las nuevas tecnologías, nuevas industrias y la necesidad de financiarlas hizo surgir la administración financiera como una rama independiente con énfasis sobre los métodos de financiación externa.

La organización financiera de una pequeña empresa implica administrar los ingresos y los gastos, el flujo de caja y mantener el capital circulante en niveles adecuados para el buen funcionamiento del negocio. La lista de tareas es corta y parece simple, pero, en la práctica, garantizar el orden de las finanzas corporativas es una tarea compleja.

En Ecuador existen 1.322.5 MIPIMES, con un porcentaje mayoritario de microempresas y, según datos del Servicio de Rentas Internas y del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, durante el año 2016, alcanzaron ventas por USD 58.335 millones. De esta cifra, USD. 5.424 millones corresponden a 102.799 empresas manufactureras, evidenciando su importancia dentro del contexto económico nacional.

Por tanto, más del 90% de la red empresarial ecuatoriana, la integran medianas, pequeñas y micro empresas, que contribuyen activamente a la economía nacional generando empleo y desarrollo económico.

De acuerdo a un estudio realizado por la Red de Instituciones Financieras de Desarrollo (RFD) en 2017, en Ecuador existen 4,2 millones de microempresarios, de los cuales el 39%, aproximadamente 1,5 millones, se encuentra en el sector rural. Las cifras revelan además que el 65% de los microempresarios a escala nacional no cuenta con un registro único de contribuyentes (RUC) y al menos el 70% no lleva ningún registro contable de su actividad.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Todo ente económico por pequeño que sea requiere de un manejo adecuado de la entrada y salida de sus recursos para garantizar su permanencia en el mercado, lo cual constituye una de las principales actividades que le competen a la función financiera, encargada de mantener la optimización de las decisiones de inversión y financiación.

La función financiera implica llevar a cabo una serie de actividades ya sea el mercadeo, producción, talento humano y finanzas siendo estas esenciales para el entorno empresarial y el desarrollo de la compañía. (Tamayo, 2018)

Existen algunas definiciones de microempresa, pero por lo general, en la mayoría de países, van a estar determinadas por la cantidad de personal empleado y por los rubros económicos del negocio. A continuación, revisamos unas definiciones.

Se define a la microempresa como la pequeña unidad socioeconómica y a pesar de que estas cuentan con espacios reducidos es un importante elemento de la economía de cualquier país ya sea de producción, comercio o prestación de servicios y que para su constitución no se requiere de grandes inversiones de capital, cuenta con una gran adaptación al cambio y se orienta al mercado con mayor rapidez y facilidad que otras empresas. (Abad, 2018)

También es importante mencionar al personal administrativo los mismos que son profesionales fundamentales para el buen funcionamiento de una empresa los mismos que son técnicos administrativos, y auxiliares administrativos, siendo ellos la parte indispensable para las organizaciones ya sea recopilando, redactando, gestionar, coordinar, tramitar, supervisar. (Benítez, 2019)

En un estudio de línea de base sobre microempresas y micro finanzas en se nos presenta la siguiente definición de microempresa: Una "microempresa" es una forma de producir en menor escala los negocios personales o familiares en el área de comercio, producción, o servicios que tiene menos de 10 empleados, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante fuente de ingresos para el hogar. (Flores, 2018)

Partiendo de esta segunda definición rescatamos aspectos importantes para la presente investigación que son constantes de cualquier microempresa: en primer lugar que una micro empresa suele ser un emprendimiento personal o familiar; segundo que este tipo de negocios poseen ingresos o flujos de operación relativamente bajos; y tercero que el propietario suele ejercer un criterio independiente al momento de tomar decisiones, las cuales no siempre están inspiradas en la realidad financiera debidamente ejecutada en la microempresa.

“El fin de que las decisiones financieras deben ser similares a los objetivos de la empresa los directores financieros deben contar con herramientas para el análisis financiero, lo cual implica el uso de los diferentes estados dentro de los cuales están: el balance general, estado de resultados, estados de flujos de efectivo, presupuestos, entre otros; estos suministran información sobre el estado de salud de la empresa y sus necesidades financieras, igualmente suministran información necesaria para hacer las

diferentes proyecciones y análisis a través de indicadores financieros, punto de equilibrio. (Tamayo, 2018)

El 47.8% de las Mipyme no utilizan las herramientas financieras por lo tanto no hay un buen manejo de sus ingresos, argumentando que no las conocen, o no las consideran de vital importancia para su empresa; los que sí utilizan las herramientas lo hacen porque estas les ayudan a la evaluación de proyectos o simplemente por cumplir los requisitos de ley, el 52.2% de empresarios que utilizan las herramientas financieras la gran mayoría utilizan solo el estado de pérdidas y ganancias, ya que según ellos éste es el que refleja si la empresa es viable o no.

Al mirar esta comparación notamos la importancia de la utilización de herramientas financieras para el cumplimiento de los objetivos de las empresas, pero al mismo tiempo notamos la carencia del uso de estas herramientas, pues los microempresarios aducen la no utilización por desconocimiento, otros quizás por no recurrir a una asesoría contable y financiera que le signifique mayores costos. En ocasiones se limitan a realizar únicamente el estado de resultados, pues creen que con él pueden determinar la viabilidad del negocio, pero sabemos que para conocer si una empresa es viable o no se deben realizar estudios inversión y financiación.

Los recursos financieros de una empresa es el dinero como tal que se encuentra disponible para ser gastado y antes de comenzar un negocio se debe tomar en cuenta el capital suficiente para que se pueda llevar a cabo las operaciones de manera eficiente y las veces que sean necesarias. (Pacheco J. , 2018)

Se puede decir que con los recursos y el personal administrativo adecuado ya sea en una pequeña o gran empresa la actividad se verá reflejada con buenos resultados no obstante cabe recalcar que la asociatividad de las empresas que tiene el mismo fin comercial es parte esencial del crecimiento de las pymes impulsando sus mercados y adaptar estrategias colectivas que permitan enfrentar desde lo local hasta de manera internacional la competencia

La asociatividad empresarial surge en base a la necesidad de las pequeñas y medianas empresas frente a un mundo globalizado en el cual se manifiesta que cada día se hace más difícil mantener la competitividad y el desarrollo sostenible de la misma. (Sisa, 2020)

Es necesario tener en consideración que la asociatividad ha resultado ser una alternativa importante para mantenerse activas imponiendo sus respectivas leyes protección y políticas que beneficien a todo el sector panificador una de las medidas asociativas es la reducción en la compra de productos.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

MIPYMES. - Micro, pequeñas y medianas empresas.

Microempresario. - Es aquella persona independiente que emprende su propio negocio.

Herramientas financieras. - Son instrumentos utilizados en la administración financiera de una empresa, que permiten organizar los estados financieros para llevar un mejor manejo de los recursos y tener la seguridad de que se están tomando las mejores decisiones.

Estados financieros. - Los estados financieros, también denominados cuentas anuales, informes financieros o estados contables, son el reflejo de la contabilidad de una empresa y muestran la estructura económica de ésta.

Réditos. - Renta, utilidad o beneficio renovable que rinde un capital.

Liquidez. - Capacidad que tiene una persona, una empresa o una entidad bancaria para hacer frente a sus obligaciones financieras.

Finanzas. - Las finanzas corresponden a una rama de la economía que estudia el movimiento del dinero entre las personas, las empresas o el Estado. También estudia la obtención y la administración del dinero que ellos realizan para lograr sus respectivos objetivos, tomando en cuenta todos los riesgos que ello implica.

Micro finanzas. - Los micros finanzas son préstamos que se dirigen a personas o a grupos con pocos medios económicos y que normalmente están excluidos del sistema financiero tradicional, y también define los negocios que crecieron alrededor de estas actividades.

Proyección financiera. - Herramienta financiera que consiste en un análisis económico para anticipar cuáles serán las eventuales ganancias o pérdidas.

2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Base Legal y normativa del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES. - La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código. En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

Base Legal y normativa de la Ley de Economía Popular y Solidaria.

Art. 2.- **Ámbito.** - Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento.

Art. 3.- Objeto. - La presente Ley tiene por objeto:

- a) Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado;
- b) Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay;
- c) Establecer un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integran la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario; d) Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones sujetas a esta ley; y,
- e) Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación, control, fomento y acompañamiento.

Base legal y Código de Trabajo

El Código de Trabajo es una normativa que regula las relaciones entre empleador y empleados y que se aplica a las distintas modalidades de trabajo señaladas en el mismo código. Este detalla los derechos y obligaciones de ambas partes, sirviendo como referente legal para solucionar conflictos que se pudiesen presentar sobre el desarrollo de dichas relaciones (Código tributario, 2019)

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones vigente, en su Art. 53 hace una definición de las MYPYMES como una unidad productiva que ejercen una actividad de producción, comercio y/o servicios de acuerdo al número de trabajadores y valor de sus ventas anuales.

En el Art. 68 establece que las empresas privadas que requieran e financiamiento para desarrollar nuevas inversiones, podrán beneficiarse de programas de créditos flexibles, con tasas de Interés preferenciales y créditos a largo plazo.

2.5 HIPÓTESIS

2.5.1 Hipótesis lógica

Las herramientas financieras impactan significativamente en los recursos económicos de la empresa Panificadora Antonio López Mero de la ciudad de Montecristi.

2.5.2 Hipótesis nula

Las herramientas financieras no impactan significativamente en los recursos económicos de la empresa Panificadora Antonio López Mero de la ciudad de Montecristi.

2.5.3 Hipótesis estadística

H1= Lógica

A= VI

H1= $A \square B$

Ho= Nula

B=VD

Ho= $A \leq B$

2.6 SEÑALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

2.6.1 Variable independiente

Las herramientas financieras

2.6.2 Variable Dependiente

Los recursos económicos

2.7 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLE

2.7.1 LAS HERRAMIENTAS FINANCIERAS

Cuadro N° 2

Tabla 2 Herramientas Financieras

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BASICOS	TECNICA O INFORMATIVO
"La Gestión Financiera es la actividad que se realiza en una organización y que se encarga de planificar, organizar, dirigir, controlar, monitorear y coordinar todo el manejo de los recursos financieros con el fin de generar mayores beneficios y/o resultados. El objetivo es hacer que la organización se desenvuelva con efectividad, apoyar a la mejor toma de decisiones financieras y generar oportunidades de inversión para la organización" (Terrazas, 2009)	Personal	-Como está conformado	¿Cuenta la empresa con personal administrativo encargado de las finanzas?	Entrevista responsable de empresa.
	Administrativo	-Políticas administrativas -Importancia		
	Cultura asociativa	-¿Qué es? -Aumentar el ahorro -Pro y contras	¿Cuántas empresas del sector están asociadas?	Entrevista a Experto en el tema
	Políticas financieras	-En que consiste -Importancia -Clasificación	¿Qué políticas financieras aplica la empresa?	Entrevista a propietarios

2.7.2 LOS RECURSOS ECONÓMICOS

Cuadro N° 3

Tabla 3 Los Recursos Económicos

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BASICOS	TECNICA O INFORMATIVO
Los recursos económicos son toda entrada de los insumos que van a permitir el proceso productivo de un bien o un servicio, de acuerdo a la naturaleza de la empresa, es decir, son los factores de producción vistos desde un enfoque teórico económico, en los cuales se encuentran varios elementos como son: el talento humano, financiero y a su vez la visión empresarial con miras a un emprendimiento. (Ortega, 2019)	Recursos financieros	-Definición -Importancia -Liquidez	¿Qué porcentaje de las ganancias se destina a la reinversión de la empresa?	Entrevista a responsable de la empresa.
	Producción	-Costos -Niveles de producción -Riesgos	¿Qué posibilidades de asociación cuenta la empresa?	Entrevista a Experto en el tema.
	Instituciones Financieras	-Productos y servicios Financieros -Tipos de créditos		Entrevista a responsable de la empresa, Sector Bancario, Cooperativas.

CAPITULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPOS DE INVESTIGACION

Para el desarrollo de la investigación se aplicaron los siguientes tipos de investigación

3.1.1 Investigación Exploratoria

Se efectúa exactamente cuando el objetivo a examinar sea un tema o un problema de investigación poco estudiado el cual tiene muchas dudas o no se ha abordado anteriormente. Este método de investigación fue utilizado para diagnosticar la problemática encontrada en la microempresa Panificadora Antonio López Mero de la ciudad de Montecristi reconociendo la deficiencia de la misma, la cual radica en la falta de aplicación de las diferentes herramientas financieras que permitirían a la compañía obtener mejores resultados y réditos económicos.

3.1.2 Investigación Descriptiva

Es un tipo de investigación mediante el cual verificamos que comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, procesos e interpretación correcta de la realidad. En este caso la presente investigación es de tipo descriptiva debido a que hemos hecho un análisis sobre las falencias económicas dentro de la microempresa para poder determinar las posibles soluciones a la problemática encontrada aplicándose luego una propuesta que sirva no solo a la empresa sino también a otras microempresas panificadoras del mismo cantón.

3.1.3 Investigación Analítica

Este proceso consiste en estudiar un objeto descomponiéndolo en los diferentes elementos que lo constituyen con el fin de tomarlos en consideración de manera individual empleando el método deductivo el cual consiste en formular proposiciones particulares a partir de proposiciones generales.

Este tipo de investigación hace posible el análisis del estado actual de los recursos económicos de las microempresas identificando los problemas y sus causas, de esta manera se pueden comprender los hechos que identifican el desarrollo de este estudio.

3.1.4 Investigación Sintética

Es un proceso mental que tienen como meta la comprensión de todo lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades, conocidas también como conclusiones generales.

Gracias a este procedimiento se puso emitir las debidas conclusiones sobre el problema planteado.

3.1.5 Investigación Propositiva

Es un proceso dialectico que utiliza un conjunto de técnicas y procedimientos con la finalidad de resolver problemas primordiales, se baja en encontrar respuestas a preguntas planteadas científicamente,

La investigación propositiva nos permite crear una propuesta para la solución del problema.

3.2 MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

El desarrollo de la modalidad de la investigación se realizó en dos tipos de modalidades.

3.2.1 Investigación bibliográfica

La investigación bibliográfica representa un importante aporte en la elaboración de este trabajo, ya que permitió recopilar la información científica y teórica necesaria, la misma que se basó en diferentes fuentes y autores, lo cual nos permitió guiarnos para así mejorar la representación de nuestra propuesta facilitando su aplicación.

3.2.2 Investigación de Campo

En esta modalidad permite realizar un análisis de los problemas en la realidad con el propósito de ya sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y sus diversos factores, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los enfoques de investigación conocidos o ya en desarrollo. Aplicándolo a la investigación para obtener información exacta sobre las herramientas financieras utilizadas por las microempresas.

3.3 MÉTODOS Y TÉCNICAS

3.3.1 MÉTODOS

Método estadístico. - la estadística se caracteriza por utilizar datos para conseguir relación o comprensión sobre un fenómeno, especialmente esta comprensión es una secuencia de la combinación sobre el tema a tratar y la capacidad para utilizar gráficos y cálculos para extraer información de los datos cuantitativos.

Método Analítico. - Este método es un camino para llegar a un resultado mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos, utilizando este método con el propósito de analizar minuciosamente cada uno de los factores que afectan al no crecimiento de dichas microempresas y haciendo énfasis al impacto que ha generado la empresa Panificadora Antonio López Mero.

Método Inductivo. -Este método se aplicó a través de la observación de las situaciones que se presentaron a lo largo de esta investigación, la cual se obtuvo una conclusión y recomendación que se pudiese aplicar en los distintos puntos débiles que tiene la empresa o micro empresas al momento de generar recursos y utilidades y así mismo su impacto dentro de las microempresas panificadoras.

Método Prepositivo. - Este método consiste en dar razones lógicas o pruebas que demuestren que tipo de conocimientos se deben aprender o que estrategias se deben seguir, después del proceso de investigación adecuado se puede sugerir una propuesta para la aplicación de las herramientas financieras en las microempresas panificadoras.

3.3.2 TÉCNICAS

Las técnicas para la recolección de datos se formularon a través de una observación estructurada de la información y procesos de la empresa Panificadora Antonio López Mero en la ciudad de Montecristi y entrevista a los responsables de la misma., información que permite facilitar la investigación con datos precisos y confiables.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

La presente investigación se basa en explorar y analizar el proceso administrativo interno de la empresa Panificadora Antonio López Mero de la ciudad de Montecristi, por tal motivo no es necesario identificar una población externa. Se trabajará con el 100% de la población interna.

3.5 RECURSOS

3.5.1 Talento humano

Durante el proceso investigativo participaron las siguientes personas:

Autores

Tutor

Personal responsable de la empresa Panificadora Antonio López Mero

3.5.2 Recursos materiales

Libros

Carpetas

Plumas

Lápiz

Hojas

CD

Copias

Anillados

3.5.3 Recursos tecnológicos

Computadora

Celulares

Internet

3.5.4 Recursos económicos

Los recursos económicos utilizados para la realización de la presente investigación fueron un total de \$705.00 costeados en su totalidad por los autores.

3.6 FUENTES Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Para el desarrollo de la investigación se recurrió a información proveniente de fuentes primarias que provenían de los responsables de la empresa PALM en la ciudad de Montecristi; y fuentes secundarias como libros, revistas, artículos de internet y sitios web que permitieron fundamentar la presente investigación.

Para procesar la información se utilizaron herramientas ofimáticas como Word para procesar, transcribir y analizar la información investigada; Excel para la tabulación de información y realización de cálculos; y por último el programa Power Point donde se elaboró la presentación final de la investigación realizada.

3.7PRESUPUESTO

Cuadro N° 4*Tabla 4 Presupuesto*

RUBROS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
				PROPIA	INST. FINANCIERAS
CUADERNOS	2	\$2.50	\$5.00	\$5.00	-
INTERNET	100 horas	\$1.00	\$100.00	\$100.00	-
TRANSPORTE	84 (3 veces a la semana por 6 meses)	\$5.00	\$420	\$420.00	-
IMPRESIONES	1600 (hojas)	\$0.10	\$160.00	\$160.00	-
ANILLADOS	4	\$5.00	\$20.00	\$20.00	-
TOTAL DE GASTOS			\$705.00	\$705.00	-

3.8CRONOGRAMA

Cuadro N° 5*Tabla 5 Cronograma*

ACTIVIDAD	TIEMPO ESTIMADO	FECHA DE INICIO / CULMINACIÓN
Preparación de trabajo de titulación	1 semana	Mayo11 / Mayo 15 / 2020
Marco Referencial (CAP. I)	1 semana	Mayo 18 / Mayo 22/ 2020
Marco Teórico (CAP. II)	3 semanas	Mayo 25 / Junio 12 / 2020
Metodología (CAP. III)	1 semana	Junio 15 / Junio 19 / 2020
Tutoría Personalizada	3 semanas	Junio 22 / Julio 10 / 2020
Desarrollo Capítulo IV	3 semanas	Julio 13 / Julio 31 / 2020
Desarrollo Capítulo V	3 semanas	Agosto 3 / Agosto 21 / 2020
Diseño de propuesta	1 semana	Agosto 24 / Agosto 28 / 2020
Control de plagio / revisión de lectora	1 semana	Agosto 31 / Septiembre 4 / 2020
Corrección y arreglos de la documentación	1 semana	Septiembre 7 / Septiembre 11 / 2020
Sustentación	1 semana	Septiembre14 / Septiembre 18 / 2020

CAPITULO IV

4. HERRAMIENTAS FINANCIERAS

4.1 DEFINICION

Las herramientas financieras son muy útiles para la organización de nuestros estados financieros al nivel de mejorar nuestros ingresos y obtener una paz financiera mental para así controlar, deducir y organizar el futuro de nuestra empresa.

Para dar un enfoque a las herramientas financieras y a la administración para mejorar el servicio y los productos de la empresa y tener una buena planeación, son útiles ya que nos permite organizar los estados financieros para llevar un mejor manejo y tener seguridad de que se está manejando y aplicando las herramientas financieras correctamente para incrementar las utilidades de la empresa. (Ariana, 2013)

Se deber tener en cuenta que todas las herramientas financieras van a ser utilices al momento de aplicarlas dentro del marco interno de una empresa y dentro de un país las pymes requieren de estas herramientas para predecir el crecimiento y expansión de la microempresa, la planeación de un presupuesto nos permite una búsqueda de proyectos con mayores ganancias (Martha, 2018)

Es necesario para las microempresas del sector panificado administrar sus recursos de manera segura y planificando estratégicamente para así mejorar no solo en la parte interna si no en la parte externa donde podemos brindar un buen servicio al cliente es por eso que es importante tener y aplicar las herramientas financieras para mejorar el trabajo continuo, mejorar los productos y servicios de la empresa y con esto llevar nuestras obligaciones de forma eficiente y con esto cambiar el concepto de lo que hoy en día son las microempresas panificadoras .

4.2PERSONAL ADMINISTRATIVO

Según (finanzas, 2017) la gestión administrativa es fundamental para la empresa si quiere ser productiva y solvente por un lado debe saber analizar los procesos, entradas y salidas para poder ofrecer mejoras a la empresa y por otro lado debe saber exponer donde es posible reducir costes e invertir.

Se debe tomar en cuenta que la administración es un conjunto de actividades relacionadas con la planificación financiera, el mantenimiento de los registros y la facturación, el personal, la distribución física y la logística, los departamentos están conformados por dos tipos de empleados que realizan estas actividades se los conoce como administrativos de oficina, o jefes de administración según el tamaño de la empresa.

Dentro de una empresa ya sea pequeña o mediana se deben seguir ciertos estándares de control de sus finanzas y como parte de estos se inicia desde la selección de su personal tal como la palabra mismo lo indica un personal administrativo es un empleado de una empresa privada o pública que es indispensable para las organizaciones el mismo que es un perfil profesional muy demandado por empresas de todo tipo de tamaño. (benitez, 2019).

FUNCIONES DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO

1. Redactar, archivar y revisar todo tipo de documentos espacialmente recibos, reportes y hojas de calculo
2. Recopilar información con el objetivo de estudiar datos, extraer conclusiones y generar los informes correspondientes
3. Actualizar y tener al día los procedimientos, las guías y los manuales corporativos, así como la base de datos y la lista de contactos
4. Gestionar el calendario administrativo para gestiones como presentación de impuestos trimestrales y anuales
5. Prestar apoyo al departamento de recursos humanos para la realización de las gestiones administrativas
6. Desarrollar y supervisar registros de contabilidad
7. Supervisar gestiones relacionadas con las cuentas de la empresa, la tesorería, los proyectos de inversión etc.
8. Informar y atender a clientes para ofrecerles información sobre los productos o servicios de la empresa

CARACTERISTICAS

El personal administrativo es parte fundamental de cualquier empresa e indispensable al manejar los recursos humanos y materiales de la misma existiendo algunos niveles de los cuales se caracteriza: (Uriarte, 2019)

- Gerente de primera línea e encuentra en la parte primordial de responsabilidades. Su función radica más en la operatividad ya que es responsable directo de la producción de bienes y la toma de decisiones ya sea a largo o corto plazo.
- El administrador intermedio se va a encargar de evaluar qué servicios o productos va a ofrecer la empresa claramente con el consentimiento del dueño tomando decisiones tácticas a mediano plazo.
- Administrador de primer nivel de ocupa de las de las operaciones gerenciales de toda la empresa encargándose de desarrollar metas, políticas, para toda la compañía.

Al entrevistar a la gerente Lorena López Farfán de la empresa “Panificadora Antonio López Mero “expresa que la empresa no dispone de departamentos los cuales permitan la empresa desarrollar mejor su función ya que se maneja de manera empírica al momento de llevar un control exacto de sus ingresos y gastos y expresa que si uno no tiene claro lo que posee la empresa con las debidas herramientas que faciliten el control no se podrá tomar decisiones ni tener un buen manejo de los recursos. (VER ANEXO NUMERO N°2, PREGUNTA N°1)

Partiendo desde un punto clave la empresa siempre busca vender la mayor cantidad de productos buscando el mayor beneficio posible la misma que se divide en varios departamentos cada uno con una función, y así mismo con una función concreta pero conectados entre sí, el departamento administrativo se dedicara a todas las gestiones administrativas, este va ser responsable de ejecutar las fases administrativas, monitoreo, control de cada uno de los procesos es imprescindible tomar en cuenta que este departamento se hace responsable del control y la tramitación así mismo como pagos de los empleados, otro es el control de los movimientos bancarios ya que solo así se podrá gestionar correctamente los recursos de la compañía (Sisternas, 2019).

El personal administrativo es imprescindible para la gestión y el control de una compañía, si bien es cierto muchas micro empresas no llevan un orden en los registros contables que ayuden de manera positiva a la empresa a tomar decisiones acertadas de manera eficiente y sin riesgo alguno, es fundamental contar con personal de apoyo que permita ver resultado a corto y largo plazo, la empresa Antonio López Mero carece de este personal por lo tanto no se reflejara un buen control de sus ingresos y así mismo en sus actividades diarias.

4.2.1 ESTRUCTURA

Todas las empresas cuentan con una estructura organizacional que los define por sus objetivos y metas a conseguir, esto va a determinar el nivel jerárquico, departamentales, funcionales entre muchas otras unidades de negocios, ya que cada empresa sigue un sistema organizacional adecuado a sus funciones en este caso las pequeñas empresas más innovadoras y actuales suelen utilizar una estructura horizontal otorgándoles un ritmo acelerado en la toma de decisiones y a medida que la empresa crece su estructura organizacional está en constante actualización. (CANIVE, 2018)

Es importante conocer qué clase de estructura organizacional utilizan las diferentes empresas, saber porque y cómo funcionan, saber qué ventajas y desventajas poseen qué interés persiguen cada una de ellas y si estas se acomodan a las necesidades de la empresa y saber que el éxito en cualquier campo es la lucha constante para conseguir los objetivos planteados.

En la estructura de una empresa se ve reflejado tanto como el entorno interno y externo el primero involucra factores económicos, inflación, nivel de desempleo, tipos de interés, la intervención de materias primas, factores políticos y legales como la política monetaria y política financiera y los distintos factores socio-culturales, factores tecnológicos, defensa del medio ambiente, el nivel y desarrollo de la tecnología y la comunicación. (Padilla, 2016).

- Competidores
- Proveedores
- Clientes
- Los gremios

En el plano interno podemos recalcar las áreas administrativas de la empresa

- Finanzas
- Recursos humanos
- Área técnica
- Mercadeo

El personal administrativo y su estructura impacta de manera significativa al momento de controlar o manejar los recursos de una empresa ya que permite identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el ambiente administrativo de la compañía pueden generar un impacto tanto como positivo o negativo el mismo que a veces falla por el mal manejo del entorno interno que es donde se maneja la parte económica y sus respectivos recursos.

En la entrevista realizada a la propietaria de las “Panificadora Antonio López Mero” no cuenta con una estructura organizacional donde permita evidenciar los cargos existentes actualmente para el desarrollo de su actividad, igualmente el dueño de la microempresa no realiza actividades importantes en el proceso administrativo como registros o evaluación de proveedores o búsqueda de clientes ya que ocupa su tiempo en otras actividades. ((VER ANEXO NUMERO N°2, PREGUNTA N°2))

4.2.2 POLITICA ADMINISTRATIVA

La política es un plan general de acción que guía a los miembros de una organización a llevar a cabo un orden en sus operaciones a la hora de poner en práctica o ejecutar las estrategias programas y proyectos específicos, ya que las empresas están constituidas por personas y al ocupar diferentes posiciones las mismas que se las ha establecido la empresa, toda esa actividad debe conducir hacia alcanzar el objetivo deseado. (Duarte, 2018).

Estas se clasifican en:

- Estratégicas o generales, estas se formulan al nivel de alta gerencia su función es establecer o permitir lineamientos que guíen a la empresa como una unidad integrada.
- Tácticas o departamentales son lineamientos específicos que se refieren a cada departamento.
- Operativas o específicas estas se aplican principalmente en la toma de decisiones la mismas que tiene que ejecutarse en cada una de las unidades de las que consta un departamento.

Según su origen se clasifican en políticas externas e internas, las políticas externas son originadas por factores externos como la competencia, el gobierno y los sindicatos, proveedores y los clientes (Duarte, 2018).

Las políticas internas llevan consigo un conjunto de directrices que establecen normas en áreas como procedimientos apropiados y comportamiento de los empleados estas varían dependiendo de la naturaleza del negocio o la filosofía del gerente.

Dentro del el ambiente laboral de la empresa “Panificadora Antonio López Mero” no consta con un despliegue muy grande de normas o políticas, carece de implementación de programas de capacitación adecuados con temas relacionados con políticas para salvaguardar el bien común.

Según la entrevista realizada a la propietaria de la microempresa “Panificadora Antonio López Mero” si el actual personal influye de manera positiva o negativa a la empresa y llegando a la conclusión es que la empresa no ha establecido aun políticas a cuanto se refiere el comportamiento de sus trabajadores y más aún la parte administrativas de la empresa lo cual conlleva a tener ciertas limitaciones a la hora de generar ingresos y ejecutar las estrategias. (VER ANEXO NUMERO N°2, PREGUNTA N°3)

4.2.3 IMPORTANCIA

El capital humano es esencial y es el principal elemento de toda organización ya que representa el motor para el funcionamiento de las diversas áreas de una empresa, constituye a unos de los pilares en la gestión de los recursos humanos, es el principal elemento de toda empresa para así aprovechar al máximo las capacidades de cada colaborador.

En un mercado competitivo y global la mejor manera de llevar una empresa es la correcta administración del capital humano y así mismo mejorar el desempeño global. (Bazo, 2018)

Lo más importante al hablar de personal administrativo son los beneficios para una empresa siguiendo las políticas y normas adecuadas así mismo tener en cuenta que no se puede tener un buen personal sin tener capacitaciones las cuales ayudan y permitan mejorar el desempeño ya sea al momento de generar más recursos y utilidades para la empresa o para mejorar el ambiente laboral es decir toda empresa debe contar con personal de apoyo que pueda brindar ayuda para así alcanzar las metas como ya lo mencionamos.

4.3 CULTURA ASOCIATIVA

La asociatividad en los negocios permite a los productores tener un poder de negociación mayor, convirtiéndose en un modelo eficiente para mejorar el acceso a nuevos mercados, lograr la formalización del trabajo y el desarrollo de capacidades empresariales además es una estrategia fundamental que servirá para aumentar competitividad en todos los ámbitos o a aquellas empresas que lo requieran (Gonzalez X. , 2018)

La asociatividad en el sector panificador es importante ya que trae ventajas como la disminución de valores en compra de productos y además genera una competencia sana que fortalece el comercio y la autogestión.

El modelo asociativo surge como uno de los mecanismos de cooperación que persigue la creación de valor a través de la solución de problemas originados fundamentalmente por el tamaño de las empresas y esto hace muy difícil la incorporación de tecnologías o materiales de producción, penetración en nuevos mercados y el acceso a información. (Cobeña, 2016)

La asociatividad es un proceso complejo el cual persigue como objetivo fundamental unir fuerzas para alcanzar el éxito conjunto la asociación es necesaria para mantener la sustentabilidad en las empresas entre los requisitos más importantes tenemos:

- Proyecto común
- Compromiso mutuo
- Objetivos comunes
- Riesgos compartidos sin abandonar la independencia de cada uno de los participantes

El modelo asociativo en general sin dejar de lado a autonomía de las empresas que participen en un grupo posibilita la solución de problemas comunes tales como:

- Reducción de costos
- Incorporación de tecnología
- Mejoramiento y posicionamiento de los mercados
- Acceso a mercado de mayor envergadura
- Capacitación de recursos humanos
- Incremento de productividad
- Acceso a recursos materiales y humanos especializados
- Desarrollo de economías a escala
- Disponibilidad de información
- Captación de recursos financieros
- Optimización de estándares de calidad
- Desarrollo de nuevos productos
- Ventajas competitivas
- Mejora de las posibilidades de negociación con clientes y proveedores

Las microempresas tienen un papel clave en cuanto se trata de generar empleo y en el desarrollo de las economías regionales, si hablamos del sector panificador se hace cada vez más difíciles para estas empresas mantenerse para subsistir en el mercado y la clara realidad es que las empresas solo compiten individualmente frente a otras en contexto no analizan la asociatividad como una de las maneras para efectuar cambios en su estructura.

- Al entrevistar a algunos panificadores señalan no tener conocimiento acerca de un plan de asociatividad que permita mejorar su negocio tanto en compra de productos o incremento de productividad a esto concluyeron que no hay interés por parte de otros micro panificadores ya que su idiosincrasia y la manera de convencer a otras personas para la asociatividad no es efectiva por lo tanto no hay esa sociedad conjunta para el mejoramiento de la competitividad.

4.3.1 AHORRO

La unión de esfuerzos no solo se ve traducida en mayor producción, sino que también influye positivamente a las relaciones interpersonales de los microempresarios en un 19% según (Telegrafo, 2018)

Ilustración 1



Fuente: Diario el Telégrafo 2018

Elaborado por: Universidad Andina Simón Bolívar

La siguiente ilustración nos muestra el ahorro por parte de las pequeñas y medianas empresas conforme a la asociatividad nos muestra que gracias al esfuerzo colectivo ha mejorado las relaciones interpersonales según las estadísticas un 19% en los empresarios que utilizaron esta técnica para el mejoramiento e incremento de sus negocios, incremento de confianza e incremento de la productividad.

Así mismo pese a no tener importancia de los procesos asociativos como alternativa para mejorar el nivel de competitividad en el Ecuador los pequeños microempresarios que se han sumado a este proceso han ampliado la capacidad financiera de un territorio en un 15% y aumentando la cultura del trabajo en equipo en un 15%.

4.3.2 Ventajas y Desventajas

Según (HM, 2017) las relaciones asociativas pueden tener su origen en una amplia gama de objetivos que van desde simples uniones este movimiento se ha desarrollado con mayor impulso con empresas con proveedores o también con empresas intermediarias podemos decir que hay ciertas ventajas y desventajas que se deben tomar en cuenta tales como:

Ventajas

- Incremento de producción y productividad
- Mantener la autonomía de los participantes en este caso la unión hace la fuerza.
- Asociatividad manteniendo aquellos puntos estratégicos que no desean ser compartidos.
- Mayor poder de negociación
- Mejora de acceso a tecnologías
- Se comparten riesgos y costos
- Mejora en la calidad de diseño
- Mejora la gestión de la cadena de valor mayor control
- Mejora en la gestión del conocimiento técnico
- Las pymes tendrán los beneficios de la asociatividad de acuerdo al grado de participantes y el compromiso que ellos tengan
- Mejora de productividad y competitividad lo que permite ampliar los mercados
- Generan entre los empresarios tener la mentalidad más abierta, mayor confianza, visión y la integración

Desventajas

- Muchas veces no pueden solicitar préstamos o créditos puesto que no tienen una firma colateral.
- Los microempresarios ofrecen una cantidad muy pequeña de productos y por lo general no reciben un buen precio por sus productos.
- La compra de insumos resulta más cara puesto que los vendedores no le ofrecerán un descuento.
- Por lo general no se ofrecen capacitaciones.

La asociatividad entre empresas tiene mucho que ver con la confianza, la transparencia y un objetivo en común el cual es crecer con un mecanismo de control planificando de manera adecuada dicha maniobra para así obtener resultados inmediatos e incrementar la producción de dicha empresa. Podemos encontrar alianzas de carácter competitivo que viene hacer competidoras directas y las complementarias que no son competidores generalmente son relaciones entre empresa y proveedores. (Pineda, 2017)

4.4 POLITICA FINANCIERA

4.4.1 DEFINICION

La política financiera se puede definir como el manejo por parte de las autoridades monetarias y financieras de un país especialmente del banco central, la política macroeconómica de la cual se trata la estabilidad de los precios, pleno empleo, equilibrio exterior y crecimiento económico a través del fomento del ahorro y la inversión productiva, el funcionamiento de una empresa depende mucho de la liquidez que tenga para cumplir sus obligaciones financieras y enfrentar problemas en el corto y largo plazo.

Establecen las pautas en relación con la provisión de capital por las diferentes fuentes de financiamiento y así mismo la capacidad de endeudamiento. (Hilda, 2016).

- Capital propio el cual se basa en venta de acciones, utilidades retenidas, venta de activos, reservas por depreciación.
- Capital de deuda que son aquellos préstamos hipotecarios, créditos.

En este caso las políticas financieras dentro de la panificadora Antonio López Mero serán valiosas para garantizar los negocios y asegurar la solvencia financiera, así mismo garantizar el desarrollo mediante la definición de una estructura que permita utilizar una gestión adecuada de los riesgos financieros.

Al hablar de políticas financieras hablamos acerca de un análisis para que la empresa establezca políticas en las diferentes áreas que se desarrolla el tema y así poder establecer lineamientos con los cuales se dirija una empresa a lo largo de un periodo contable

4.4.2 IMPORTANCIA

La política financiera dentro del marco interno de cualquier empresa es fundamental para evitar los fracasos y como toda estrategia de planeación en aspectos financieros toda empresa requiere seguir un método con políticas que permita alcanzar las metas. (Financiero, 2019)

La microempresa Antonio López Mero carece de un sistema político el cual beneficie directamente al plano financiero de la empresa, por lo tanto, sean incluido algunos puntos clave los cuales beneficien a dicha empresa para el mejoramiento de sus ideas tanto para el mejoramiento de su rentabilidad, manejo adecuado del efectivo, respectivas fuentes de financiamiento, nivel de ventas, ajuste de sus gastos correspondientes al nivel de las operaciones realizadas de manera diaria.

- Establecer las metas de la microempresa y sus objetivos.
- Definir fechas para el logro de sus objetivos.
- Elaborar un presupuesto generado por parte del área administrativa que identifiquen las herramientas financieras que se utilizaran
- Gestionar el presupuesto y medir sus resultados y hacer los ajustes necesarios.

4.4.3 CLASIFICACION

La política financiera está vinculada con el ahorro y la inversión siendo un mecanismo a través de los cuales se canalizan los recursos desde agentes económicos **excedentarios** hacia otros **deficitarios**. (Herrera, 2016)

- Busca garantizar la eficaz asignación de los recursos financieros.
- Contribuir al logro de la estabilidad monetaria y financiera
- Fomentar el ahorro y la inversión productiva

Según (Pineda M. , 2015) las políticas financieras se clasifican en:

POLITICA MONETARIA. - Es el conjunto de acciones las cuales el banco lleva a cabo para influir sobre las tasas de interés y las expectativas inflacionarias del público con el fin de que los precios sean congruentes con el objetivo principal de mantener un entorno de inflación baja y estable refiriéndose a todas aquellas acciones que lleva a cabo el banco central para así lograr la estabilidad de los precios

POLITICA FISCAL. - Es el uso del gasto público y la recaudación de los impuestos que sirven para influir en la economía teniendo como objetivo acelerar el crecimiento económico, plena ocupación de todos los recursos y estabilidad de precios.

Dentro de toda empresa debe existir una planificación acompañada de una buena administración que nos va a permitir como empresa proponer políticas de cambio que si bien es cierto cada una tiene sus propias políticas específicas según los proyectos o las necesidades algunas siendo más importantes que otras, no se puede afirmar que haya una política financiera común en todas las compañías ya que cada empresa es un mundo tanto sus obligaciones tributarias, la contabilidad o los inventarios.

5.1 RECURSOS FINANCIEROS

5.1.1 DEFINICION

(Arias, s.f.) Define los recursos financieros y sus tipos y formas como aquellos activos que tienen algún grado de liquidez. Por tanto, desde una vertiente económica sería aquellos relacionados con el efectivo y sus equivalentes líquidos.

Así, se pueden definir los recursos financieros como aquellos activos que, o bien son dinero (efectivo), o son susceptibles de serlo. Por ejemplo, el dinero en cuenta, las líneas de crédito o las acciones. Todos ellos, salvo el dinero en efectivo, tienen un coste financiero o de capital (interés) que hay que tener en cuenta.

Tipos y formas de generarlos

Podemos clasificarlos en recursos propios o ajenos. Los primeros los conforman el dinero en efectivo, el capital social (que son las acciones de los propietarios o socios) o las reservas obtenidas de los beneficios. Respecto a los ajenos, tenemos los préstamos o créditos o las emisiones de valores como las acciones u obligaciones.

La forma de obtener este tipo de recursos, por parte de la empresa, es principalmente la venta de productos o prestación de servicios procedente de su actividad económica. De esta forma, al cobrar por aquello a lo que se dedica, la empresa genera flujos de efectivo o cash flow. Pero puede utilizar otras vías como la emisión de acciones o las subvenciones o ayudas públicas, entre otras.

Ejemplos de recursos financieros

Existen multitud de ejemplos, pero algunos de los más conocidos son los que mostramos a continuación:

- El dinero en efectivo, que es el principal recurso de la empresa para financiarse.
- Los depósitos bancarios. Equivalentes al dinero en efectivo, pero con una disponibilidad limitada, a cambio de una rentabilidad. Hoy en día con bajos tipos de interés es una opción residual.
- Créditos o préstamos concedidos por el banco a largo plazo, a corto plazo, con garantía hipotecaria, etcétera.

- Divisas en moneda extranjera. Son equivalentes al dinero en efectivo, pero su valor fluctúa dependiendo del tipo de cambio.

Para (Corvo, 2019) Los recursos financieros son el conjunto de todos los fondos financieros de una organización. Desde una perspectiva económica, los recursos financieros son parte de los activos o propiedades de una empresa. Se trata del dinero que tiene disponible un negocio para gastar, en efectivo, valores líquidos y líneas de crédito.

5.1.2 IMPORTANCIA

(El Insignia, 2017) Indica que la importancia y los objetivos principales del área financiera es evitar que en la época en que sobran recursos, porque son esos los momentos en que se toman las decisiones de inversiones y si la decisión de inversiones es desfavorable, sin ninguna duda que va a caer el valor de la empresa. El área financiera en épocas de superávit de fondos, cuando hay muchos recursos es donde más cuidado debe poner para evaluar las posibles asignaciones de esos fondos. En la medida de que las decisiones que se tomen en esos momentos sean las correctas, va a ser cumplido el objetivo de toda empresa. Generalmente cuando hay muchos fondos el asesor financiero debe comunicar cual es el origen de esos fondos, si esos fondos son superávits transitorios, o si esos fondos son de superávit permanentes.

LOS OBJETIVOS MÁS IMPORTANTES DE LA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

La administración financiera tiene por objetivos determinar las siguientes condiciones:

- Planear el crecimiento de la empresa, tanto táctica como estratégica.

- Captar los recursos necesarios para que la empresa opere en forma eficiente.
Asignar recursos de acuerdo con los planes y necesidades de la empresa.

- Optimizar los recursos financieros.

- Minimizar la incertidumbre de la inversión.

- Maximización de las utilidades

- Maximización del Patrimonio Neto

- Maximización del Valor Actual Neto de la Empresa

- Maximización de la Creación de Valor

- Por último, el objetivo básico financiero está definido, no como cree mucha gente en la maximización de utilidades, sino como la maximización de la riqueza de los dueños de la empresa, la cual viene a ser igual a la maximización del valor de la empresa.

(Garay, 2016) Define que la importancia de la educación financiera radica en que permitirá que cada uno de los individuos, como engranajes del Estado, contribuyan al fortalecimiento colectivo, en aras de lograr un equilibrio entre los países que han sufrido inequidades, mucho más cuando se está ante el panorama de un capitalismo de avanzada que requiere sujetos educados financieramente y en uso de sus inteligencias contextuales, con el fin de evitar la dominación y la inequidad; además, los efectos del capitalismo global ejercen una presión alta para los países, las economías y las personas.

5.1.3 LIQUIDEZ

(Luna, 2018) La liquidez financiera de una empresa es la capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo. En otras palabras, es la facilidad con la que un activo puede convertirse en dinero en efectivo.

Hay que recordar que, en términos económicos, la liquidez representa la cualidad de los activos para ser convertidos en dinero efectivo de forma inmediata sin pérdida significativa de su valor. De tal manera que cuanto más fácil es convertir un activo en dinero se dice que es más líquido.

En el mismo artículo (Luna, 2018) señala que existen diferencias entre la liquidez y otros conceptos como la solvencia de una empresa, que es la capacidad de un negocio para generar fondos con los que hacer frente a sus obligaciones de pago en las condiciones y plazos pactados con terceros.

Tampoco con el de rentabilidad, que es entendida como la medida comparativa del nivel de beneficio alcanzado y los recursos utilizados para ello, Beneficio / Activo Total, Rentabilidad sobre Activos o por sus siglas "Return on Assets" (ROA). Es la rentabilidad económica de la empresa.

(Banda, 2016) Para medir la liquidez de una empresa se utiliza lo que se conoce como ratio de liquidez, el cual permite calcular la capacidad que tiene una compañía para afrontar sus obligaciones a corto plazo y, con ello, averiguar su solvencia en efectivo y su capacidad para resolver de forma rentable cualquier imprevisto.

Es importante controlar la liquidez de una empresa, especialmente durante aquellas épocas en las que el crédito bancario sea reducido. Gracias a las distintas fórmulas que proporciona el análisis financiero de las empresas es posible calcular el grado de liquidez de una empresa, que siempre deberá guardar una cierta relación con su cantidad de deudas a corto plazo.

5.2 PRODUCCIÓN

(Project Management en Supply Chain, 2017) Un proceso de producción es el conjunto de actividades orientadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios. En este proceso intervienen la información y la tecnología, que interactúan con personas. Su objetivo último es la satisfacción de la demanda.

Dicho de otra manera, un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran relacionadas entre sí y cuyo objetivo no es otro que el de transformar elementos, sistemas o procesos. Para ello, se necesitan unos factores de entrada que, a lo largo del proceso, saldrán incrementado de valor gracias a la transformación.

Podría hablarse de la existencia de tres fases en todo proceso de producción:

1. Acopio/ etapa analítica: esta primera etapa de la producción, las materias primas se reúnen para ser utilizadas en la fabricación. El objetivo principal de una empresa durante esta fase del proceso de producción es conseguir la mayor cantidad de materia prima posible al menor costo. En este cálculo hay que considerar también los costes de transporte y almacén. Es en esta fase cuando se procede a la descomposición de las materias primas en partes más pequeñas.

Además, en esta primera fase el gerente o el jefe de producción indicará el objetivo de producción que se tiene que conseguir, algo muy a tener en cuenta a la hora de realizar el acopio de la materia prima, así como de todo el material que se necesitará para realizar la correcta producción.

2. Producción/ etapa de síntesis: durante esta fase, las materias primas que se recogieron previamente se transforman en el producto real que la empresa produce a través de su montaje. En esta etapa es fundamental observar los estándares de calidad y controlar su cumplimiento. Para que esta fase salga según lo previsto y se evitan problemas, es necesario hacer un trabajo de observación del entorno,

de tal manera que se puedan anticipar los cambios y se pueda trazar un plan de actuación para saber cómo actuar en todo momento para seguir trabajando en pro del cumplimiento de los objetivos.

3. Procesamiento/ etapa de acondicionamiento: la adecuación a las necesidades del cliente o la adaptación del producto para un nuevo fin son las metas de esta fase productiva, que es la más orientada hacia la comercialización propiamente dicha. Transporte, almacén y elementos intangibles asociados a la demanda son las tres variables principales a considerar en esta etapa. Una vez el producto/servicio ya esté entregado, no se puede olvidar que hay que llevar a cabo una tarea de control que permita saber si lo que se ha entregado cumple con los objetivos marcados y con los estándares de calidad que el cliente demanda.

(Educación Integral) Señala en su blog que el área de producción es el departamento que tiene como función principal la creación de los productos de la empresa. Transforman los insumos o recursos en productos finales (bienes o servicios).

Comprende todo lo relacionado con la planificación más económica para la fabricación de los productos, coordinación de la mano de obra, uso de materiales, instalaciones, herramientas y servicios, prueba de calidad de productos y entrega de los mismos para su comercialización o directamente al cliente.

Mediante una entrevista realizada a la ingeniera en contabilidad y auditoría Melissa Paredes manifiesta que la producción es la actividad económica que se encarga de transformar una materia prima en un producto final determinado, el mismo que se desarrolla en base a procedimientos, estudios, estadísticas, estándares, acorde a las necesidades de sus principales consumidores, quienes certificaran su calidad, el mismo que permitirá desarrollar el volumen en producción y staff en el mercado. (Paredes, 2020).

En la Empresa Panificadora Antonio López, el proceso de producción es: sobre pedido, y en base a una clientela fija, la cual se le produce una cantidad específica todos los meses La elaboración se realiza de manera manual e industrial, mediante unos hornos especialmente diseñados para la producción de roscas y roscones.

5.2.1 COSTOS

(González, 2016) Los costos de producción son todos los desembolsos que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados. Este es el primer paso del control administrativo para que la panadería logre las utilidades que usted espera como dueño del negocio.

En el estado de ganancias y pérdidas se tiene en cuenta el Costo de Producción, encontrando allí los factores que intervienen en la elaboración de los productos. Recordémoslos más detalladamente:

Costos Fijos: son los que permanecen constantes dentro de un determinado tiempo, sin importar si cambia el volumen de la producción y las ventas; por ejemplo: los sueldos de todo el personal, arriendo del local, servicios públicos, etc.

Costos Variables: son aquellos que tienden a variar en proporción al volumen total de la producción. Por ejemplo, al trabajar un saco de harina se necesita cierta cantidad de levadura, grasa, azúcar, huevos, y demás ingredientes, pago de salarios al destajo. Los costos de estos productos aumentan o disminuyen de acuerdo a la cantidad de la materia prima y al valor de compra de la misma.

Costos Directos: Son aquellos que se pueden identificar y cuantificar fácilmente con los productos terminados, como la cantidad de materia prima y mano de obra utilizada para elaborar el producto.

Costos Indirectos: Estos son los costos que no se tienen en cuenta como directos. No son identificables y cuantificables fácilmente con los productos terminados en la panadería, como la depreciación, e impuestos.

Mediante entrevista a la Gerente de la empresa, la señora Farfán, manifestó que mensualmente el costo de producción asciende a los \$ **1,500.00**, aproximadamente entre materia prima, servicios básicos, y mano de obra.

5.2.2 NIVELES DE PRODUCCIÓN

(Project Management en Supply Chain, 2017) Los factores de entrada de producción más habituales y comunes en todas las empresas son trabajo, recursos y capital que aplicados a la fabricación se podrían resumir en una combinación de esfuerzo, materia prima e infraestructura.

Existen cuatro tipos de proceso de producción diferentes. Son los siguientes:

- **Producción bajo pedido:** en esta modalidad productiva solamente se fabrica un producto a la vez y cada uno es diferente, no hay dos iguales, por lo que se considera un proceso de mano de obra intensiva. Los productos pueden ser hechos a mano o surgir como resultado de la combinación de fabricación manual e interacción de máquinas y/o equipos.

- **Producción por lotes:** con la frecuencia que sea necesario se produce una pequeña cantidad de productos idénticos. Podría considerarse como un proceso de producción intensivo en mano de obra, pero no suele ser así, ya que lo habitual es incorporar patrones o plantillas que simplifican la ejecución. Las máquinas se pueden cambiar fácilmente para producir un lote de un producto diferente, si se plantea la necesidad.
- **Producción en masa:** es como se denomina a la manufactura de cientos de productos idénticos, por lo general en una línea de fabricación. Este proceso de producción, a menudo, implica el montaje de una serie de sub-conjuntos de componentes individuales y, generalmente, gran parte de cada tarea se halla automatizada lo que permite utilizar un número menor de trabajadores sin perjuicio de la fabricación de un elevado número de productos.
- **Producción continua:** permite fabricar muchos miles de productos idénticos y, a diferencia de la producción en masa, en este caso la línea de producción se mantiene en funcionamiento 24 horas al día, siete días a la semana. de esta forma se consigue maximizar el rendimiento y eliminar los costes adicionales de arrancar y parar el proceso de producción, que está altamente automatizado y requieren pocos trabajadores.

Mediante entrevista a la propietaria la señora Farfán, señalo que su producción está basada entre una producción por lote a sus clientes fijos, y bajo pedido a clientela en general.

5.2.3 RIESGOS

(Ruesta, 2016) En un principio, todos tendemos a identificar el concepto de riesgo con el de amenaza. En este sentido, entendemos que todas las actividades de una organización pueden estar sometidas a una serie de amenazas que pueden hacerlas vulnerables. Algunas de las cosas que nos vienen a la mente son accidentes operacionales, enfermedades, incendios u otras catástrofes naturales, etc. Tradicionalmente, las organizaciones trataron estos riesgos/amenaza mediante estrategias de reacción y soluciones puntuales. Pero a partir de la década de los años noventa del siglo XX, se empieza a imponer el concepto de gestión integral de riesgos, que tiene como base dos principios: • La ampliación del concepto de riesgo hasta definirlo como “efecto de incertidumbre sobre los objetivos”. El efecto puede ser positivo, negativo o una desviación sobre lo esperado.

- El acuerdo generalizado de que los elementos que conforman los riesgos y los factores que determinan el impacto de sus consecuencias son los mismos que intervienen para todos. Por lo tanto, se puede utilizar una misma metodología y estrategia para gestionar cualquier tipo de riesgo.

(Crane, 2018) Indica que toda actividad o acontecimiento inseguro que se relacione con la producción es un riesgo de producción. La producción agropecuaria implica un resultado o rendimiento.

Entre los tipos de riesgos que se pueden presentar en la Panificadora Antonio López, se encuentran riesgos financieros, al no contar con los recursos económicos destinados para la producción mensual, riesgos naturales, al contacto con plagas en el sembrío del trigo que constituye la materia prima.

5.3 INSTITUCIONES FINANCIERAS

Una institución financiera es una organización que ofrece servicios financieros a sus clientes o miembros dentro del financiero. Sin duda, el mayor servicio financiero proporcionado es actuar como intermediario entre agentes con déficit de recursos y agentes con superávit, vía depósitos y préstamos. La mayoría de las entidades financieras están reguladas por el gobierno. (Enciclopedia Financiera, Instituciones Financieras, 2014).

Las instituciones financieras son organizaciones o entidades que presta servicios financieros a sus clientes ofreciendo servicios con el dinero que tienen o necesitan, por lo tanto, estas instituciones tienen el papel de intermediario para que el cliente (estado, familia o empresa) pueda cubrir sus necesidades. Básicamente estas instituciones deben captar el dinero que surge como excedente de los ahorradores para transferirlo a las unidades que están en déficit, este flujo de recursos se ve compensado con los intereses que genera en las cuentas. (Venemedia Comunicaciones C.A., 2018).

(Franco, 2020)Mediante entrevista realizada a la cooperativa jep, a la señorita Lucia Franco, estableció, que cuentan con algunas líneas de créditos entre los cuales los más solicitados son los credivienda y credipymes este último nos manifestó es el más solicitado últimamente ya que mucha gente busca fuentes financiamientos para continuar con sus emprendimientos entre los requisitos que se necesitan para poder acceder a este crédito son el contar con una cuenta en el banco, cedula, planilla de servicio básico y balances de la empresa o emprendimiento

(Cano, 2020)El señor Byron Cano, asesor de crédito del Banco Guayaquil, manifiesta que post pandemia muchas persona han solicitado créditos de consumo así como solicitudes de tarjetas de crédito pero muchas solicitudes han sido rechazadas ya que no presentas garantías para el cumplimiento del pago así mismo manifestó que han existido muchos solicitudes de re negociaciones de créditos ya que la situación crítica que está pasando el país por la emergencia sanitaria impide el pago de las cuotas de algunos créditos.

Las instituciones financieras son organizaciones que prestan servicios a través de la captación de capital. Bancos, aseguradoras, grupos de ahorro y préstamo, son algunas de estas instituciones cuya función es ser un intermediario entre sus miembros o clientes y el mercado financiero; son parte fundamental del sistema financiero. La estabilidad de las mismas depende en gran medida del equilibrio económico de un país, y su confiabilidad es garantía de estabilidad social, económica y personal, motivo por el cual en su mayoría son sujeto de regulación del gobierno.

En la actualidad el cliente financiero ya no diferencia entre una entidad financiera grande o pequeña para el uso de sus servicios; sea cual fuese la entidad financiera debe entender que es una mala práctica bancaria la aplicación de comisiones que incluso se considera como "abusivas" a la entidad que grava como gastos de comisiones por usar servicios bancarios adicionales por lo que las entidades financieras están obligados a informar al cliente antes de prestar el servicio si es que esta grava de gastos adicionales.

5.3.1 PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

El fortalecimiento y profundización de los servicios financieros, es una estrategia que permite potencializar el desarrollo de los sectores de menores ingresos, dinamiza las pequeñas economías, mejor aprovechamiento de recursos, elevación de los niveles de ingresos y disminución de las imperfecciones de los mercados, contribuyendo así en la activación de la economía en el ámbito nacional. (Banco Central del Ecuador , 2016).

Ilustración 2

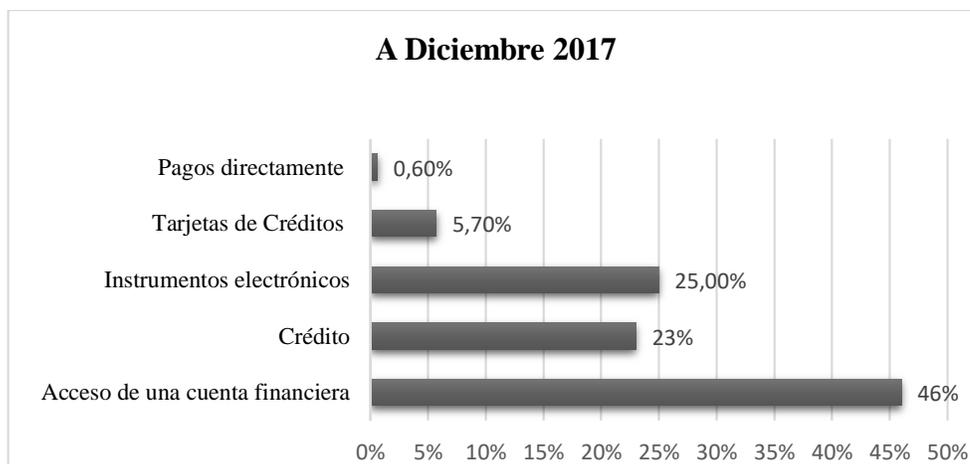


Fuente: Superintendencia de Bancos 2017

Elaborado por: Autores

Según datos estadísticos, Ecuador solamente el 46% de adultos tienen acceso a una cuenta financiera, el 23% tomó un crédito en 2014, el 25% utilizaron instrumentos electrónicos, 5,7% tenían tarjeta de crédito y apenas un 0,6% utilizó su cuenta en una institución financiera para realizar directamente pagos; señalándose como amplias y factibles las posibilidades de inclusión a los productos y servicios financieros bajo un marco y estrategias adecuadas. (Superintendencia de Bancos, 2017).

Ilustración 3



(Asmundson, 2011) Menciona que entre las cosas que pueden comprarse con dinero, hay una diferencia entre un bien y un servicio. Un servicio financiero no es el bien financiero en sí; define el servicio financiero como la transacción necesaria para obtener el bien financiero.

El sector financiero abarca muchos tipos de transacciones, en ámbitos tales como el sector inmobiliario, de financiamiento al consumo, bancario y seguros.

También abarca varios modelos de financiamiento para la inversión, incluidos los valores, se tiene el a los bancos y otros proveedores de servicios financieros, que entre la variedad de servicios financieros que realizan estas entidades, señala los siguientes:

- Aceptan depósitos y fondos reembolsables y efectuar préstamos, pagan a los que les entregan dinero, que ellos, a su vez, prestan o intervienen con el objetivo de realizar un beneficio sobre la diferencia entre lo que pagan a los depositantes y el monto que reciben de los prestatarios.
- Administran sistemas de pago, permitiendo transferir fondos de los pagadores a los beneficiarios y facilitan las transacciones y la liquidación de cuentas a través de tarjetas de crédito y débito, giros bancarios, como cheques, y transferencias electrónicas de fondos.
- Negocian y ayudan a las empresas a comprar y vender valores, divisas y derivados, emiten valores, ayudan a los prestatarios a captar fondos vendiendo acciones de empresas o emitiendo bonos.
- Gestionan activos, ofrecen asesoramiento o invierten en nombre de los clientes, que pagan por sus conocimientos especializados.

El BanEcuador establece que los principales productos y servicios que ofrecen las entidades del sistema financiero son:

- **CUENTAS DE AHORRO:** en las que los ciudadanos depositan y retiran su dinero con el uso de una libreta en las cajas de la institución financiera o mediante el uso de la banca electrónica. El dinero de las cuentas de ahorro genera intereses a favor de los depositantes y puede estar disponible para su retiro en cualquier momento, o en un plazo previamente programado y acordado con la entidad financiera.
- **CUENTAS CORRIENTES:** en las que los ciudadanos depositan su dinero y pueden retirarlo por medio de cheques o mediante el uso de la banca electrónica. Generalmente el dinero de las cuentas corrientes no genera intereses y está disponible para su retiro en cualquier momento.
- **DEPÓSITOS A PLAZO FIJO:** son depósitos que no permiten retirar el dinero en cualquier momento sino únicamente cuando se cumpla un plazo acordado con la institución financiera. Genera un interés mayor que el de la cuenta de ahorros en favor de sus beneficiarios, el cual debe ser conocido desde el momento mismo en que se realiza el depósito.
- **CRÉDITOS:** El dinero que se presta a una persona u organización, bajo determinadas condiciones de devolución.

- **TARJETAS DE DÉBITO:** son tarjetas plásticas que una institución financiera da a sus clientes para que, mediante el uso de los cajeros automáticos, realicen depósitos, transferencias, retiros o pagos desde sus cuentas corrientes o de ahorros. Estas tarjetas están numeradas y tienen una banda magnética o microchip y una clave para su uso, para dar una mayor seguridad al usuario. También sirven para efectuar pagos en determinados locales comerciales.
- **TARJETAS DE CRÉDITO:** son tarjetas plásticas que una institución financiera da a sus clientes como un complemento del dinero en efectivo que tienen en sus cuentas. Estas tarjetas permiten realizar compras o retirar dinero en efectivo para ser pagados en el futuro. Las instituciones financieras cobran un interés por el uso de las tarjetas de crédito, también están numeradas y por seguridad tienen una banda magnética o microchip y una clave para su uso.
- **TRANSFERENCIAS:** son los depósitos de dinero que realizan los ciudadanos desde una cuenta propia a otra, pudiendo ser o no de la misma institución financiera.

- **REMESAS:** es el dinero que a través del sistema financiero se envía o se recibe de los migrantes o de otras personas, desde o hacia diferentes países.

(BanEcuador, 2018)

5.3.2 TIPOS DE CRÉDITOS

(Orozco, 2015) En este artículo señala que la junta reguladora del Banco Central ha segmentado los tipos de créditos de la siguiente manera:

1. Crédito Productivo

Financiar proyectos productivos que en, al menos, un 90% sea para adquirir bienes de capital, terrenos, construcción de infraestructura y compra de derechos de propiedad industrial. Se exceptúa la adquisición de franquicias, marcas, pagos de regalías, licencias y la compra de vehículos de combustible fósil.

Este tipo de crédito podrá ser Productivo Corporativo (personas naturales obligadas a llevar contabilidad o empresas con ventas anuales superiores a USD 5 millones), Productivo Empresarial (con ventas de más de USD 1 millón y más de 5 millones) y Productivo Pymes (con ventas de más de USD 100 000 y hasta 1 millón).

2. Crédito Comercial Ordinario

Es el otorgado a personas naturales obligadas a llevar contabilidad o a empresas con ventas superiores a USD 100 000 y para adquirir o comercializar vehículos livianos, incluyendo los que son para fines productivos y comerciales.

3. Crédito Comercial Prioritario

Es el otorgado a personas naturales obligadas a llevar contabilidad o a empresas con ventas anuales superiores a USD 100 000 para adquirir de bienes y servicios para actividades productivas y comerciales, que no estén dentro del crédito comercial ordinario. Se incluye créditos para vehículos pesados y entre entidades financieras. Este tipo de crédito podrá ser de tres tipos: Comercial Prioritario Corporativo (personas naturales obligadas a llevar contabilidad o a empresas con ventas superiores a USD 5 millones), Comercial Prioritario Empresarial (ventas anuales superiores a USD 1 millón y hasta 5 millones) y Comercial Prioritario PYMES (ventas anuales de más de USD 100 000 y hasta USD 1 millón).

4. Crédito de Consumo Ordinario

Es el otorgado a personas naturales, cuya garantía sea de naturaleza prendaria o fiduciaria, con excepción de los créditos prendarios de joyas. Incluye anticipos de efectivo o consumos con tarjetas de crédito corporativas y de personas naturales, cuyo saldo adeudado sea superior a USD 5 000, excepto en establecimientos médicos y educativos.

5. Crédito de Consumo Prioritario

Es el otorgado a personas naturales para la compra de bienes, servicios o gastos no relacionados con una actividad productiva, comercial y otras compras y gastos no incluidos en el segmento de consumo ordinario, incluidos los créditos prendarios de joyas. Incorpora los anticipos de efectivo o consumos con tarjetas de crédito corporativas y de personas naturales, cuyo saldo adeudado sea hasta USD 5 000; excepto en los establecimientos educativos. Comprende los consumos efectuados en los establecimientos médicos cuyo saldo adeudado por este concepto sea superior a USD 5 000.

6. Crédito Educativo

Comprende las operaciones de crédito otorgadas a personas naturales para su formación y capacitación profesional o técnica y a personas jurídicas para el financiamiento de formación y capacitación profesional o técnica de su talento humano, en ambos casos la formación y capacitación deberá ser debidamente acreditada por los órganos competentes. Se incluye todos los consumos y saldos con tarjetas de crédito en los establecimientos educativos.

7. Crédito de Vivienda de Interés Público

Es el otorgado con garantía hipotecaria a personas naturales para la adquisición o construcción de vivienda única y de primer uso, cuyo valor comercial sea menor o igual a USD 70 000 y cuyo valor por metro cuadrado sea menor o igual a USD 890.

8. Crédito Inmobiliario

Es el otorgado a personas naturales para adquirir bienes inmuebles para la construcción de vivienda propia no categorizados en el segmento de crédito Vivienda de Interés Público, o para la construcción, reparación, remodelación y mejora de inmuebles propios.

9. Microcrédito

Es el otorgado a una persona natural o jurídica con un nivel de ventas anuales inferior o igual a USD 100 000, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades de producción y/o comercialización en pequeña escala, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, verificados adecuadamente por la entidad del Sistema Financiero Nacional.

Este segmento se divide en los siguientes sub segmentos: Microcrédito Minorista (solicitantes de crédito cuyo saldo adeudado en microcréditos a las entidades del sistema financiero nacional sea menor o igual a USD 1 000, incluyendo el monto de la operación solicitada), Microcrédito de Acumulación Simple (más de USD 1 000 y hasta USD 10 000 incluyendo el monto de la operación solicitada.) y Microcrédito de Acumulación Ampliada (superior a USD 10 000 incluyendo el monto de la operación solicitada.).

10. Crédito de Inversión Pública

Financia programas, proyectos, obras y servicios encaminados a la provisión de servicios públicos, cuya prestación es responsabilidad del Estado, sea directamente o a través de empresas; y, que se cancelan con cargo a los recursos presupuestarios o rentas del deudor fideicomitidas a favor de la institución financiera pública prestamista.

Para la dueña de la panificadora Antonio López ha tratado de acceder muchas veces a créditos productivos en diferentes tipos de instituciones financieras y se los han negado ya que tiene que presentar diferentes requisitos que como consecuencia del desorden, desconocimiento de la aplicación de procesos administrativo y financieros, poco en el manejo de las cuentas de la empresa no puede cumplir y se hace imposible la obtención del crédito.

CONCLUSIONES

- La empresa Panificadora Antonio Lopez Mero carece de un personal administrativo ya que actualmente la única persona que se encarga de esas funciones es la gerente por esta razón la empresa presenta un desorden en sus cuentas por lo tanto se requiere la contratación de un personal que recolecte información acerca de las compras, ventas y gastos para poder tener certeza en la toma decisiones.
- La asociatividad es fundamental para el proceso evolutivo de una empresa ya sea pequeña, mediana, o grande, la misma que debe ser vista como parte del desarrollo de varias empresas que buscan el bien común, pero al mismo tiempo buscan mejorar su competitividad dichas empresas se unen para superar las debilidades y explorar las oportunidades de negocios como una acción voluntaria y esto solo se puede llevar a cabo de forma voluntaria por parte de los microempresarios. Como parte del proceso de el mejoramiento de la parte administrativa de la panificadora Antonio López Mero se puede generar un comprimo el cual la microempresa se asocie con otra mypes del sector generando beneficios de carácter productivo.

- Por lo investigado en la panificadora Antonio López Mero se desconoce los tipos de políticas financieras que existen y su influencia en los recursos económicos por lo cual dentro de la investigación se señala algunas políticas financieras que se podrían aplicar para lograr resultados positivos para la empresa

- Elaboración de un plan de capacitación para el desarrollo financiero

CAPITULO VI

6.1 PROPUESTA

ELABORACION DE UN PLAN DE CAPACITACION PARA EL DESARROLLO FINANCIERO

6.2 OBJETIVOS

6.2.1 Objetivo General

Elaborar un plan de capacitación para el desarrollo financiero de la empresa panificadora

Antonio López

6.2.2 Objetivos Específicos

1. Diagnóstico de la situación actual
2. Sociabilización plan de capacitación
3. Ejecución de plan de capacitación
4. Monitoreo y evaluación
5. Elaboración de un manual de herramientas financieras
6. Motivación a directivos

6.3 Beneficiarios

La empresa Panificadora López y su gerente son los beneficiarios ya que mediante de la elaboración de este plan de capacitación les brindara los conocimientos para tener un correcto manejo de sus cuentas financieras y así le genera información clara para toma de decisiones de índole financieras con las cuales les servirán para un crecimiento económico

6.3.1 Directos

La Empresa Panificadora Antonio López.

6.3.2 Indirectos

La Gerente de la Empresa

6.4 Justificación

La Propuesta se plantea como resultados a las entrevistas e investigación realizada a la empresa y a su gerente ya que se notó un desorden en el manejo de la información económica lo cual provoca que la empresa tenga perdidas y su forma de producción no sea la adecuada.

Este trabajo permitirá que la panificadora Antonio López Mero utilice las herramientas financieras y la gestión empresarial bien informada sobre el aspecto financiero, operativo y administrativo en base a las herramientas financieras se podrá tomar decisiones efectivas sobre la situación económica y patrimonial de la misma.

En este trabajo en primer lugar se ha identificado la problemática en las herramientas financieras y la gestión empresarial en panificadora Antonio López Mero, sobre dicha problemática se han formulado las posibles soluciones a través de la presente propuesta; luego se ha establecido los propósitos que persigue el trabajo por intermedio de los objetivos.

6.5 Descripción de la Propuesta

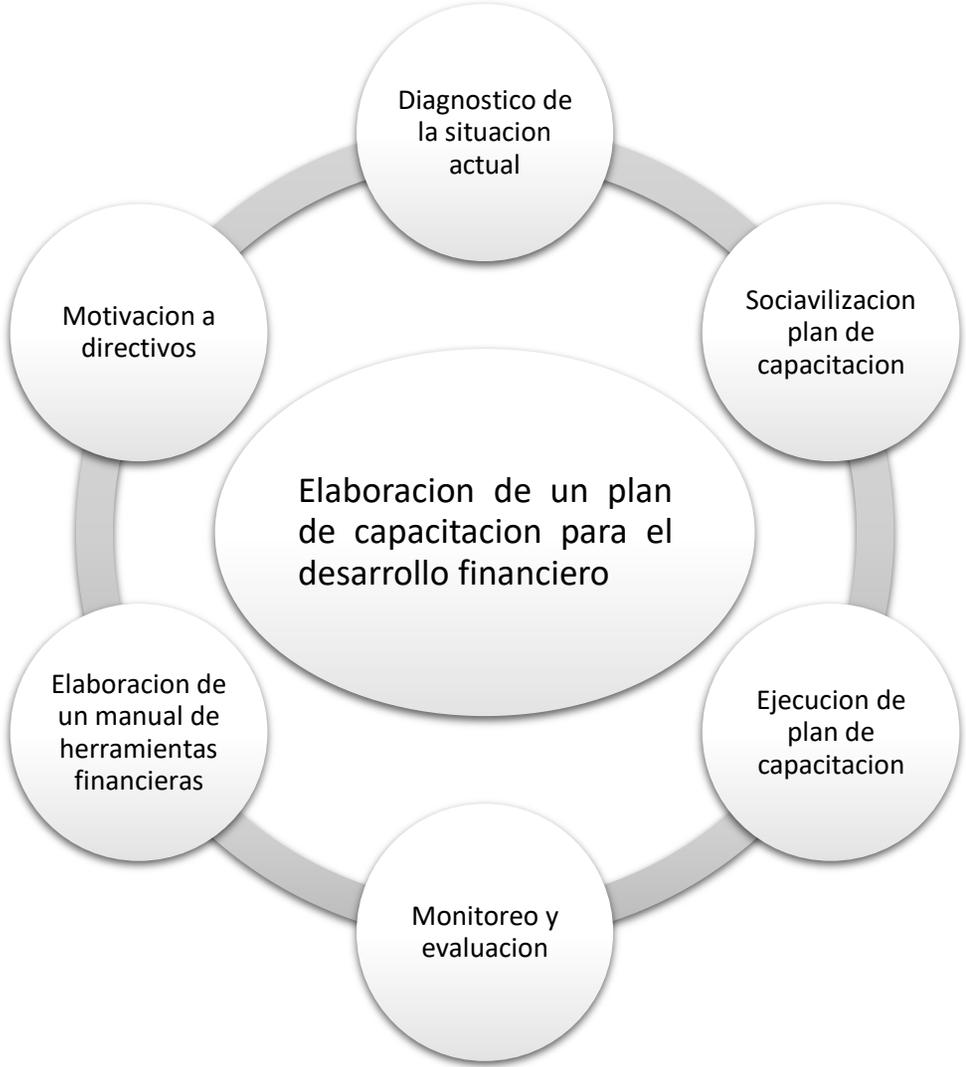
La Propuesta se fundamenta en la elaboración de un plan de capacitación que se divide en varias etapas que es dirigido a la gerente de la empresa lo que le facilitara la obtención de información clara que ayude a un mejor manejo de orden financiero y administrativo lo que permita una mejora en la utilización de manera eficiente de los recursos económicos de la empresa

Dentro de la propuesta se plantea realizar un diagnóstico general de cómo se maneja actualmente la empresa la forma de cómo se administran los recursos económicos y en que se los invierte así mismo se realizara un seguimiento a la empresa para ver que se aplican las herramientas financieras con lo cual se buscara motivar al personal de la

empresa a aplicarlas, así como un monitoreo que lo planteado se esté desarrollando de una manera correcta también un manual con las herramientas financieras esenciales.

Estrategias para el fortalecimiento del uso de herramientas financieras

Las herramientas financieras



Las herramientas financieras

Estrategias para el fortalecimiento del uso de herramientas financieras

6.6.1 Elaboración de un plan de capacitación para el desarrollo financiero de la panificadora Antonio López del cantón Montecristi.

Fundamentación teórica

(Edgardo, 2019) Se entiende el término capacitación, o desarrollo de personal, como “toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal”. Además, debe ser un proceso estructurado con metas bien definidas. Puede pensarse entonces, que la capacitación busca el perfeccionamiento del colaborador para su puesto y el incrementar la productividad en función de las necesidades de la empresa.

(Aguilar, 2014) La capacitación es un proceso planeado basado en necesidades reales de las organizaciones orientadas hacia un cambio en los conocimientos habilidades y actitudes con el objetivo de que los colaboradores adiestrados y capacitados que desempeñen eficientemente las funciones de su cargo.

La capacitación y desarrollo que se aplica en las organizaciones, son concebidos como modelos de educación, a través de los cuales se forman una cultura de identidad empresarial, basada en valores sociales de productividad y calidad en las tareas laborales. Los retos productivos, la calidad y la excelencia que tienen las organizaciones de hoy, son logrados a través de los modelos educativos integrales en los cuales están involucrados los empleados, directivos y empresarios.

Por ello es que con la capacitación se busca desarrollar el conocimiento a través de procesos formativos ya sea en centros de estudios o con el entrenamiento en los puestos de trabajo para lograr altos niveles de desempeño, integrando las metas organizacionales y personales de los empleados, lo que generará en los empleados motivación, productividad, integridad y compromiso con la empresa.

Objetivo

Elaborar de un plan de capacitación para el desarrollo financiero de la panificadora Antonio Lopez del cantón Montecristi.

Actividades a realizar

- Diagnóstico de la situación actual
- Sociabilización plan de capacitación
- Ejecución de plan de capacitación
- Monitoreo y evaluación
- Elaboración de un manual de herramientas financieras
- Motivación a directivos

Ejecución del plan de capacitación para el desarrollo financiero de la panificadora Antonio Lopez del cantón Montecristi.

Según Roberto Pinto Villatoro (2000). “Planear es decidir con anticipación lo que se va hacer, cómo hacerlo, cuándo hacerlo y quién se encargará en hacerlo”. Implica prever y seleccionar las actividades que se van a seguir en el futuro. En el proceso de Capacitación la planeación es la fase que le da razón y contenido técnico al proceso mismo de la capacitación, pues ayuda a determinar que se va hacer.

El desarrollar programas de capacitación constituye un aspecto de mucha importancia para toda empresa, debido a la serie de cambios que se dan constantemente en el entorno económico, obligándolos a preparar el recurso humano en aquellos aspectos en donde se presentan deficiencias, obteniendo con ello una contribución considerable para el personal y al mismo tiempo para la empresa. De esa manera se logra que los empleados adquieran los conocimientos teóricos y prácticos, reforzando a la vez los que ya poseen, lo cual es aprovechado por la organización, puesto que la fuerza laboral desarrollará más eficientemente su trabajo, permitiendo así alcanzar los objetivos que la empresa se ha propuesto.

Estrategia de fortalecimiento del uso de herramientas financieras en la panificadora Antonio Lopez del cantón Montecristi.

6.6.2 ETAPA I: REALIZAR UN DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Diagnóstico:

Fundamentación teórica

En la fase de diagnóstico, se realiza un análisis completo de la situación con objeto de detectar, tanto las áreas potenciales de mejora, como la capacidad de crecimiento de la empresa.

Como resultado de esta fase, se desarrollará un informe de diagnóstico en el que se incluirán, tanto los datos obtenidos, como las orientaciones de estudio en cada una de las áreas susceptibles de mejora.

Objetivo

Elaborar un diagnóstico de la situación actual de la empresa.

Actividades a realizar

El proceso de análisis abarcará las siguientes áreas:

- Analizará la tipología, el catálogo y la gama de productos, la estacionalidad, el componente tecnológico, la relación calidad/precio, los factores de diferenciación, los canales y otras consideraciones adicionales en función de la empresa, como por ejemplo el packaging.
- Estudiar el ámbito geográfico, el modelo de negocio, los criterios de compra y factores de decisión, el análisis de la competencia, y el peso de la innovación.
- Evaluar los ámbitos de gestión y digitalización, los sistemas de información y los procesos de automatización junto con los factores referentes a la producción. En especial, aquellos factores referidos a capacidades, medios y procesos, incluyendo logística e innovación.

- Analizar todos aquellos factores referentes al marketing mix y a la comunicación tanto la realizada por los medios tradicionales, como la comunicación online a través de banners, redes sociales, blog, entre otros.
- Analizarán todos aquellos aspectos referidos a la estructura de la empresa, la situación contractual, el clima laboral y el sistema retributivo.
- Estudiarán los estados financieros, el origen y aplicación de fondos, la política de inversiones, la calidad de la deuda y el modelo de ingresos.

Elaborar un diagnóstico de la situación actual de la empresa que dé como resultado un estudio general de la empresa.

El diagnóstico de la situación actual permite conocer la realidad objetiva, y el desarrollo de la empresa, además de contribuir a identificar y analizar las tendencias y fenómenos que puedan influir en la formulación e implantación de estrategias.

Fundamentación teórica.

El diagnóstico de situación es una técnica de educación moral que tiene por objeto el desarrollo de la capacidad de valorar las diferentes alternativas que se presentan en una situación problemática, así como las posibles consecuencias de cada una de ellas, a partir de una situación de diálogo organizado

Objetivo

Elaborar un diagnóstico de la situación actual de la empresa.

Actividades a realizar

- Realizar DAFO.
- Analizar el DAFO como punto inicial a la propuesta.

6.6.3 ETAPA II: SOCIABILIZACIÓN PLAN DE CAPACITACIÓN

Una vez construido participativamente el plan de capacitación, con las aportaciones y modificaciones necesarias, será presentado a la máxima autoridad para su aprobación y posterior difusión a todas las áreas de la institución.

Existen varias formas de difusión del plan:

- Oficio circular, firmado por la máxima autoridad o área de Talento Humano.
- Publicación en la cartelera institucional, como mecanismo de difusión a la ciudadanía
- Correo institucional.
- Reunión general con los servidores involucrados en el proceso, para la presentación del plan.

Es necesario destacar la importancia de los mandos medios (coordinaciones, jefaturas) en este proceso, como fuente de información y coordinación de los servidores a su cargo.

Fundamentación teórica

Para llevar adelante de forma adecuada la ejecución del plan, es conveniente identificar a los interlocutores de cada área, quienes elaborarán un calendario semanal o mensual, para tener presentes las fechas de capacitación de cada participante.

Objetivo:

Realizar una planificación adecuada en donde se establezcan las estrategias a utilizarse para el centro de acopio de maíz en la comunidad Montañita del cantón Junín.

Actividades a realizar:

- Recaudación de información sobre las necesidades del centro de acopio.
- Elaborar estrategias con el fin de cumplir las metas establecidas.
- Establecer como pretender lograr los objetivos de marketing establecidos por el centro de acopio.

Elaboración.

Según la información recaudada en este trabajo de investigación es de suma urgencia la elaboración de un plan de marketing en donde describe la situación del centro de acopio en la falta de estrategias de marketing y programas de acción.

Las carencias o las problemáticas que impiden el funcionamiento óptimo del centro de acopio son también la falta de maquinaria, por tal motivo se deberán elaborar estrategias para mejorar y corregir esta problemática.

Fundamentación teórica

Un plan de marketing es un documento en donde se describe la situación actual, el análisis de dicha situación en donde se establecen dichos objetivos de marketing y se elaboran las estrategias con el fin de cumplir las metas.

Objetivo

Elaborar una sociabilización del plan de capacitación con la suficiente información sobre las necesidades de la panadería.

Actividades a realizar.

- Establecer las fechas de socialización
- Estudiar a profundidad las necesidades de capacitación
- Crear propuestas de capacitación de acuerdo a la socialización realizada.

Ejecución

La ejecución de la sociabilización del plan de capacitación será muy importante para la panadería Antonio Lopez será el momento en donde se podrá demostrar que los procesos establecidos.

Será de gran importancia que el proceso sociabilización del plan de capacitación será de una forma ordenada y planificada y sus mejoras se verán a en un tiempo establecido.

Fundación teórica.

La ejecución del proceso sociabilización del plan de capacitación es la fase de mayor importancia ya que es el momento de ponerse manos a la obra y donde podemos empezar actuar establecer las estrategias.

Objetivo.

Ejecutar el proceso sociabilización del plan de capacitación con toda la información, estrategias y objetivos elaborados en la planificación.

Actividades a realizar

- Coordinar la preparación para la ejecución del proceso sociabilización del plan de capacitación
- Difundir el inicio de la ejecución proceso sociabilización del plan de capacitación

6.6.4 ETAPA III: EJECUCIÓN DE PLAN DE CAPACITACIÓN

Es importante que las convocatorias para cada evento de capacitación sean enviadas.

Ha cada servidor, con el tiempo suficiente para que pueda programar sus actividades y

Cumplir con la capacitación, sin descuidar las obligaciones laborales.

La convocatoria enviada deberá contener:

- Objetivo del plan de capacitación
- Disposición de asistencia al curso
- Título del curso
- Lugar de realización del evento
- Fechas y horario

Esta información no debe constituir sorpresa alguna para los convocados, pues todo el Proceso para llegar a este punto ha sido diseñado con su participación.

Es responsabilidad de la instancia que ejecutará las acciones de capacitación, la elección del lugar del evento, la disponibilidad del espacio necesario, la adecuación de la Sala, infraestructura, ruidos, temperatura idónea; la disponibilidad de herramientas y Materiales; la ubicación de los participantes y del facilitador, etc., a no ser que como parte de las instalaciones de la institución se disponga de un aula de capacitación y se haya acordado utilizarla.

Fundamentos teóricos.

Otra consideración debe ser la disponibilidad y facilidades de acceso geográfico de los participantes a los eventos de capacitación, sobre todo en la zona rural, donde muchas veces el difícil desplazamiento o la no disponibilidad de recursos económicos representan factores que inciden en la participación de los servidores públicos.

Objetivo:

Determinar la incidencia de las estrategias implementadas para la ejecución de plan de capacitación

Actividades a realizar

- Realizar los módulos para la capacitación.
- Elaborar indicadores y gráficos que permitan obtener resultados sobre la necesidad de capacitación de la empresa.

Estrategias implementadas para la ejecución de plan de capacitación.

Hay que comunicar el plan de capacitación a los trabajadores y proceder a la ejecución de la capacitación, lo que supone que una vez definidos los objetivos generales de la empresa, se crean los programas formativos que a su vez se dividirán en acciones formativas y cursos concretos.

- Adecuación del plan de capacitación a las necesidades de la organización.
- Buscar y valorar la calidad del material de capacitación.
- Cooperación y motivación del personal de la empresa.
- Buscar la calidad y preparación de los formadores.
- Selección de los trabajadores que van a recibir la capacitación.

Fundamentación teórica.

Una ejecución de plan de capacitación es la etapa de la puesta en marcha del **plan de capacitación** y desarrollo, específicamente se coordina y prepara el programa para el desarrollo del evento, utilizando los trípticos y/u otro medio para difundir la realización del evento.

Objetivo.

Crear un departamento de capacitación altamente comprometido con el fin de la empresa.

Actividades a realizar

- Planificar la creación de un departamento de capacitación.
- Preparar un equipo de instructores para realizar el plan de capacitación,

6.6.5 ETAPA IV: MONITOREO Y EVALUACIÓN

Se evalúan los resultados del plan, los pros y los contras del mismo, y se analiza lo que no se ha hecho bien, para mejorarlo en el futuro. Para ello, realizamos un proceso de evaluación en el que analizaremos la relación causa-efecto entre las acciones impartidas y la mejora del rendimiento, seguridad y satisfacción laboral en la organización.

Fundamentos teóricos.

El seguimiento y monitoreo de resultados son claves para verificar la eficiencia de las diferentes estrategias establecidas; por medio de estos se podrá observar si las medidas tomadas han tenido resultados óptimos y esperados y las metas establecidas se han podido cumplir. El seguimiento y monitoreo es muy importante en todo proyecto ya que gracias a él podemos sacar conclusiones y obtener resultados más claros para tener el conocimiento que las medidas realizadas han sido significativas en la mejora del proyecto.

Reacción. En este nivel se mide la reacción que tienen los participantes ante las acciones del plan de capacitación.

Aprendizaje. Este segundo nivel trata de evaluar ese aprendizaje, para lo que será necesario tener bien definidos los objetivos específicos.

Conducta. Se define conducta como la medida en que ha ocurrido un cambio en el comportamiento del participante como consecuencia de haber asistido a las acciones del plan.

Objetivo:

Determinar la incidencia de las estrategias implementadas para la monitoreo y evaluación.

Actividades a realizar

- Realizar comparaciones sobre la evolución de las capacitaciones.
- Elaborar indicadores y gráficos que permitan obtener resultados sobre la mejora que se dieron al implementar las capacitaciones.

Estrategias implementadas para la monitoreo y evaluación.

Para el cumplimiento del plan de capacitación es muy importante tener un equipo auditor con el fin de conocer si se está cumpliendo el plan propuesto con sus respectivas estrategias y metas ya establecidas esto ayudara a seguir en el fortalecimiento del centro de acopio y obtener la información adecuada del uso de sus establecimiento y recursos.

Fundamentación teórica.

Una auditoria es un examen integral y sistemático que se lo realiza periódicamente para diagnosticar las problemáticas que existan en la ejecución del plan de capacitación.

Objetivo.

Crear un equipo para el monitoreo y evaluación, altamente capacitado con el fin de realizar el cumplimiento del plan de capacitación.

Actividades a realizar

- Planificar la creación de un departamento de capacitación
- Preparar un equipo de auditoria para realizar el seguimiento del plan de capacitación.

6.6.6 ETAPA V: ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE HERRAMIENTAS FINANCIERAS.

Ayudan a mantener actualizado al personal de forma constante contienen toda la información de la empresa sobre las políticas, procedimientos, funciones, etc. Lo cual permite minimizar el riesgo inherente que existe en todos los procesos que realizan de forma cotidiana.

Fundamentos teóricos.

“El manual contiene información respecto de las tareas que deben cumplir cada puesto de trabajo y cada unidad administrativa. Facilitan por otro lado una mejor selección del personal para los distintos cargos de la empresa”. (Ortiz, 2008, pág. 78). Los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación para registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática tanto la información de una organización (antecedentes, legislación, estructura, objetivos, políticas, sistemas, procedimientos, elementos de calidad, etc.), como las instrucciones y lineamientos necesarios para que desempeñe mejor sus tareas. (Benjamín & Fincowsky, 2009, pág. 244).

Objetivo:

Elaborar un manual Administrativo-Financiero para mejorar la gestión empresarial en la panadería Antonio Lopez

Actividades a realizar

Según (Benjamín & Fincowsky, 2009) los objetivos de los manuales son:

- Visualizar con precisión la imagen documentada de una organización.
- Comprender lo que significa la información sistematizada para el quehacer cotidiano de una organización.
- Entender en qué medida los manuales administrativos contribuyen a mejorar el desempeño de una organización.
- Identificar las distintas versiones de manuales administrativos.

- Valorar la importancia que tienen los manuales de organización, de procedimientos y de gestión de la calidad.
- Dominar el método y las técnicas para elaborar manuales administrativos.
- Asociar los enfoques funcionales y de procesos para crear valor en una organización

Elaboración de un manual de herramientas financieras.

En manual de organización es el producto final tangible, de la planeación organizativa, en donde se especifican los perfiles de cada uno de los puestos que integran la organización con el fin de que las personas conozcan las funciones.

Responsabilidades que tienen y en qué lugar se encuentra dentro de la organización. Permite conocer el funcionamiento interno de la organización.

Fundamentación teórica.

Una auditoria del marketing es un examen integral y sistemático que se lo realiza periódicamente para diagnosticar las problemáticas que existan en la ejecución del plan de marketing.

Objetivo.

Crear un equipo auditor de marketing altamente capacitado con el fin de realizar el cumplimiento del plan de marketing.

Actividades a realizar

- a) Que este manual sea un instrumento de consulta, que facilite la ubicación de los puestos y la descripción de las funciones en forma ordenada y lógica, para lograr el mejor funcionamiento de los procesos financieros.
- b) Orientar al personal que inicia labores en un puesto, por ser de nuevo ingreso o por rotación de personal, disminuyendo el tiempo de instrucción y garantizar el buen desempeño de sus funciones en el nuevo cargo
- c) Facilitar la coordinación y supervisión de las funciones de trabajo, evitando la duplicidad de esfuerzos.
- d) Dictar las normas necesarias que regulen y aseguren el fiel cumplimiento de las tareas asignadas de conformidad con lo planificado.
- e) Instrumentalizar al servicio del Departamento Financiero con los manuales administrativos básicos, que sirvan de base en la modernización financiera-

6.6.7 ETAPA VI: MOTIVACIÓN A DIRECTIVOS

Debe encontrar formas de motivar a su equipo directivo o a tus equipos de alto rendimiento, para fomentar la productividad y garantizar la satisfacción laboral. Un gerente no puede obligar a un empleado a tener éxito en su trabajo, pero puede motivarlo con un trato justo, incentivos adecuados y una compensación adecuada. El papel de la

dirección y el suyo propio como gerente, es liderar con el ejemplo y motivar a su equipo directivo a dar lo mejor de sí mismos.

Fundamentos teóricos.

La dirección de la empresa debe entender exactamente qué motiva a cada empleado dentro de su compañía. A algunos les motivan los incentivos monetarios y/o sus beneficios, a otros le motiva el reconocimiento a su trabajo y a otros les motiva la conciliación personal, laboral y familiar.

Como propietario o cabeza visible del negocio, debe evaluar las responsabilidades laborales de cada empleado y las motivaciones subyacentes. Para realizar el análisis de un empleado, éste requiere que te reúnas con cada empleado individualmente, que exprese sus deseos y anhelos relacionados con el trabajo.

La mayoría de los empleados valoran el interés de sus “jefes” en su situación personal, ya que ésta afectará a su rendimiento dentro de la compañía.

Objetivo:

Determinar estrategias para motivación a directivos implementadas para la panadería Antonio Lopez.

Actividades a realizar

- Mostrar apoyo continuo a tus profesionales.
- Fomenta sus habilidades y destrezas
- Clima laboral propicio
- Reconocimiento a su trabajo

Motivación a directivos implementados

En las empresas existen muchas posibilidades interesantes a tener en cuenta, de manera que el empleado se sienta fiel a la empresa, parte de ella, valorado y adquiera la cobertura de unas necesidades que de por sí no habría podido gastarse. De esta manera, los empleados rinden mejor porque se sienten felices ofreciendo más beneficios a la empresa, y que además, por otra parte también se ahorra los gastos de selección y formación de nuevos empleados, garantizándose así personas que trabajen para la empresa de manera fiel y con conocimientos y experiencia en el sector.

6.7 Cronograma de aplicación de Estrategias para el fortalecimiento del uso de herramientas financieras

TABLA

Fases / Fechas	Año I	Año II	Año III
Fase I	X	X	X
Fase II	X	X	X
Fase III			X
Fase IV			X
Fase V			X
Fase VI			X

6.8 Impacto de la propuesta

La evaluación de impacto es un tipo particular de evaluación. A continuación, se citan algunas definiciones: Término que indica si el proyecto tuvo un efecto en su entorno en términos de factores:

1. Económicos
2. Técnicos
3. Socio-culturales
4. Institucionales
5. Medioambientales

ANEXOS



Anexo 2

Cuestionario para Entrevista

ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE GENERAL Y JEFE DE OPERACIONES DE LA PANIFICADORA ANTONIO

LOPEZ MERO DE LA CIUDAD DE MONTECRISTI

Objetivo: Determinar los niveles de liquidez de la panificadora Antonio

Lopez Mero de la ciudad de Montecristi

1. ¿Cuál fue el valor total del activo corriente en el año 2019?
2. ¿Cuál fue el valor total del pasivo corriente en el año 2019?
3. ¿Cuál fue el monto total del efectivo y equivalentes del efectivo en el año 2019?
4. ¿Cuál fue el valor total del Inventario en el año 2019?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3

ENTREVISTA

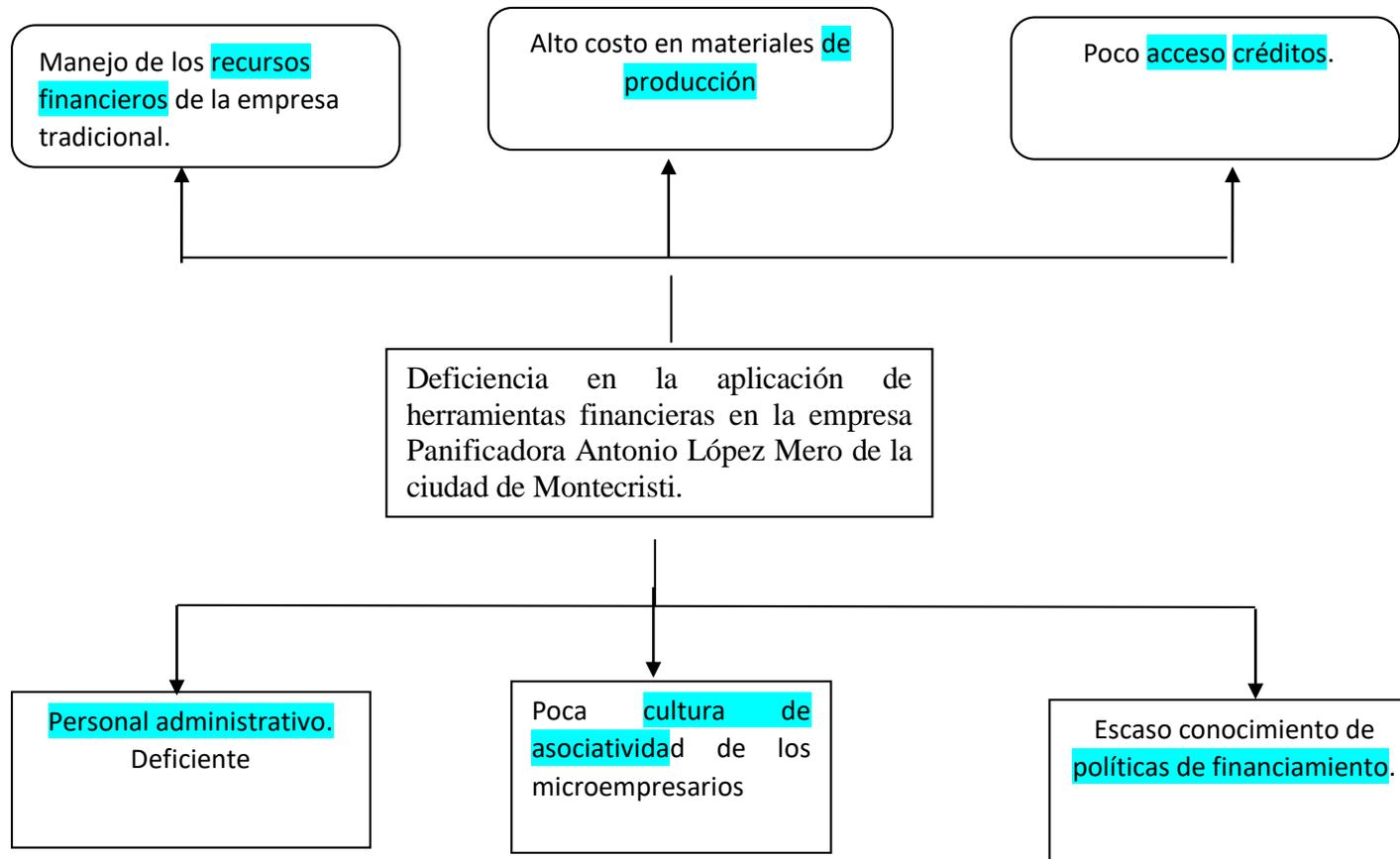
CARRERA DE FINANZAS**Entrevista dirigida al administrador de la Panificadora Antonio López Mero.**

Objetivo General: Analizar el uso de las Herramientas Financieras y su impacto en los recursos económicos de la PANIFICADORA ANTONIO LOPEZ MERO de la Ciudad de Montecristi.

DIRIGIDA: Lorena López Farfán (administradora)

1. ¿Es importante contar con personal administrativo que facilite la toma de decisiones dentro de la empresa? **(OE1)**
2. ¿Cuenta la empresa con una estructura organizacional que permita una mejor administración en su empresa? **(OE1)**
3. ¿Las técnicas empleadas por el actual personal influyen de manera positiva a los recursos de la empresa? **(OE1)**
4. ¿Cree usted que el asociarse con otras empresas que dan el mismo servicio influye de manera positiva a su empresa? **(OE2)**
5. ¿Es adecuado que los microempresarios de este medio se asocien para buscar beneficios al comprar materiales de producción? **(OE2)**
6. ¿Conoce usted los requisitos que tiene que presentar su empresa para la obtención de un crédito en una entidad financiera? **(OE3)**
7. ¿Sabe usted las diferentes líneas de crédito que ofrece una institución financiera? **(OE3)**
8. ¿Qué herramienta financiera usted aplica para el beneficio de su empresa? **(OE4)**

Impacto económico (VD)



Herramientas financieras (VI)

Bibliografía

- Abad, G. G. (27 de 08 de 2018). *Qué son y cómo funcionan las microempresas*. Obtenido de Hablemos de empresas: <https://hablemosdeempresas.com/pymes/microempresas/>
- Aragón, M. A. (10 de julio de 2018). *gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/la-importancia-de-las-herramientas-financieras-en-el-lanzamiento-de-pymes/>
- Ariana, V. J. (13 de 09 de 2013). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/la-importancia-de-las-herramientas-financieras/>
- Arias, E. R. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/recursos-financieros.html>
- Asmundson, I. (Marzo de 2011). ¿Qué son los servicios financieros? *Finanzas & Desarrollo*. Obtenido de <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2011/03/pdf/basics.pdf>
- Banco Central del Ecuador . (2016). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/>
- Banda, J. (8 de Agosto de 2016). *Economía Simple*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/liquidez>
- BanEcuador. (2018). *Conceptos básicos*. Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/glosario-de-conceptos-basicos/>
- Bazo, K. R. (20 de 09 de 2018). <https://blog.kellyservices.com.mx/recursos-humanos-la-importancia-de-la-administracion-de-personal>. Obtenido de <https://blog.kellyservices.com.mx/recursos-humanos-la-importancia-de-la-administracion-de-personal>
- benitez, y. (28 de octubre de 2019). *quality*.
- Benítez, Y. (28 de 10 de 2019). *Quality*. Obtenido de <https://www.qualitytemporal.com/blog/personal-administrativo-funciones-y-tareas/>
- CANIVE, T. (2018). *SINNAPS*. Obtenido de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/estructura-organizacional>
- Cano, B. (10 de 09 de 2020). *Creditos*. (D. Cedeño, Entrevistador)
- Cedeño, V. (15 de Julio de 2018). *Líneas de Créditos Banco Pacífico*. (K. M. Quijije, Entrevistador)
- Cevallos, M. (15 de Julio de 2018). *Líneas de Creditos Cooperativa 15 de Abril*. (K. M. Quijije, Entrevistador)
- Cobeña, J. A. (10 de 09 de 2016). *La importancia de la asociatividad para el desarrollo*. Obtenido de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/125/1470>
- Código tributario. (24 de 04 de 2019). *Ministerio del Trabajo*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>

- Corvo, H. S. (2019). *Lidefer*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/recursos-financieros/>
- Crane, D. L. (2018). *Risk Management*. Obtenido de <https://www.ag-risk.org/NCIS PUBS/spanish/PRSP-04.pdf>
- creditorial. (2015).
- drucker, p. (2009). *herramientas financieros para las pymes*.
- Duarte, A. (19 de 02 de 2018). *prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/4kqpb8lmtukv/politicas-administrativas/#:~:text=pol%C3%ADticas%20administrativas&text=Define%20el%20conjunto%20de%20principios,soporte%20de%20la%20cultura%20organizacional>.
- Educacion Integral. (s.f.). Obtenido de <http://www.educacion-integral.com/conocimientos/empresa/producci%C3%B3n-y-log%C3%ADstica/%C3%A1rea-de-producci%C3%B3n.html>
- El Insignia*. (25 de Noviembre de 2017). Obtenido de <https://blog.elinsignia.com/2017/11/25/la-importancia-de-la-administracion-financiera/>
- Enciclopedia. (24 de 07 de 2014). *Instituciones Financieras*. Obtenido de <https://www.encyclopediainanciera.com/definicion-instituciones-financieras.html>
- Enciclopedia Financiera. (24 de 07 de 2014). *Instituciones Financieras*. Obtenido de <https://www.encyclopediainanciera.com/definicion-instituciones-financieras.html>
- Farfan, L. L. (08 de 09 de 2020). personal adminsitrativo. (j. f. Proaño, Entrevistador)
- Fiallos, A. M. (2017). *Determinantes de morosidad macroeconómicos en el sistema bancario privado del Ecuador*. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5737/1/T2376-MFGR-Fiallos-Determinantes.pdf>
- Financiero, G. (16 de 07 de 2019). Obtenido de <https://blog.bancobase.com/objetivo-planeacion-financiera-para-empresa>
- finanzas, a. y. (02 de 01 de 2017). *blog de formacion profesional*. Obtenido de <https://fp.uoc.fje.edu/blog/como-funciona-el-departamento-de-administracion-de-una-empresa/>
- Flores, J. (10 de 07 de 2018). *Drecho Ecuador*. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/microempresa>
- Franco, L. (09 de 09 de 2020). Creditos. (J. Proaño, Entrevistador)
- Garay, G. (2016). Índice de alfabetismo financiero, la cultura y la educación financiera. . *Revista Perspectivas*, 23-40.
- Gonzalez, j. O. (8 de mayo de 2017). *Gestion financiera*. Obtenido de <https://finanzasyproyectos.net/herramientas-financieras/>

- González, N. (Abril de 2016). *Pan Caliente*. Obtenido de <http://www.revistapancaliente.do/actualidad/costos-de-produccion-en-la-panaderia/>
- Gonzalez, X. (19 de 12 de 2018). *Agronegocios*. Obtenido de <https://www.agronegocios.co/agricultura/la-asociatividad-es-una-estrategia-para-alcanzar-la-competitividad-2807257#:~:text=Agro-,La%20asociatividad%20es%20una%20estrategia%20para%20alcanzar%20la%20competitividad,un%20poder%20de%20negociaci%C3%B3n%20mayor.>
- Herrera, A. (2016). *leyderecho.org*. Obtenido de <https://leyderecho.org/politica-financiera/>
- Hilda. (08 de 01 de 2016). *la guia del derecho*. Obtenido de <https://derecho.laguia2000.com/derecho-politico/politica-financiera>
- HM, S. (14 de 12 de 2017). Obtenido de https://kupdf.net/download/ventajas-y-desventajas-de-la-asociatividad_5a31aa04e2b6f58c09f594be_pdf
- Jiménez, A. V. (13 de septiembre de 2013). *gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/la-importancia-de-las-herramientas-financieras/>
- Lideres, R. (2019). La industria panificadora se halla en crecimiento. *Lideres*, 1.
- Luna, N. (18 de Enero de 2018). *Entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/307396>
- Marco Sanjuan, F. J. (2018). *Institución financiera*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/institucion-financiera.html>
- Martha, O. (10 de 07 de 2018). *Gestiopolis*. Obtenido de www.gestiopolis.com/la-importancia-de-las-herramientas-financieras-en-el-lanzamiento-de-pymes/
- Merino, J. P. (2013). Obtenido de <https://definicion.de/recursos-economicos/#:~:text=Los%20recursos%20econ%C3%B3micos%20son%20los,actividad%20comercial%20de%20una%20empresa.&text=Por%20ejemplo%3A%20un%20campo%20es,el%20desarrollo%20de%20la%20agricultura.>
- Orozco, M. (22 de Abril de 2015). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/nuevos-tipos-credito-vigentes-ecuador.html>
- Pacheco, J. (25 de 07 de 2018). *Web y Empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/recursos-financieros/>
- PACHECO, J. (20 de FEBRERO de 2020). *FORMIIK PARA FINANCIERAS*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/herramientas-financieras/>
- Pacheco, j. (29 de febrero de 2020). *web y empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/herramientas-financieras/>
- Padilla, C. (2016). *Gestion Financiera*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Paredes, M. (08 de 09 de 2020). Produccion. (D. Cedeño, Entrevistador)

- PETER, D. (s.f.). HERRAMIENTAS FINANCIERAS PARA LAS PYMES. *INNOVADOR MAESTRO DE LA ADMINISTRACION DE EMPRESAS*.
- Pillasagua , G. (16 de Julio de 2018). Líneas de Créditos Banco Comercial de Manabi . (M. E. Vinces, Entrevistador)
- Pineda, M. (27 de 09 de 2015). *Prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/ouxgqrvojwwg/politica-financiera/>
- Pineda, M. S. (02 de 07 de 2017). *Procesos de asociatividad*. Obtenido de <file:///C:/Users/Master/Downloads/Dialnet-ElConocimientoDeterminanteEnProcesosDeAsociativida-6068649.pdf>
- Project Management en Supply Chain. (25 de Octubre de 2017). Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/proceso-de-produccion-en-que-consiste-y-como-se-desarrolla/>
- RODRÍGUEZ, J. C. (2008). *misnisterio de comercio exterior de peru*.
- Ruesta, C. B. (2016). Identificación de riesgos en la producción, gestión y mantenimiento de documentos electrónicos. Barcelona, Cataluña, España.
- Sisa, F. G. (2020). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad de las PYMES en el Ecuador. 39-52.
- Sisternas, P. (23 de 07 de 2019). *Emprende pymes*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/funciones-del-departamento-de-administracion-en-la-empresa.html>
- Superintendencia de Bancos . (2017). Obtenido de http://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/portalestudios/wp-content/uploads/sites/4/downloads/2018/05/Inclusion_financiera_dic_17.pdf
- Tamayo, M. L. (2018). *Calameo.com*. Obtenido de <https://es.calameo.com/read/0055522659e7e85684861>
- Telegrafo, D. e. (02 de 05 de 2018). *Mipymes abren nuevos mercados con la asociatividad*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/asociatividad-empresas-mipymes-competitividad>
- tendencias, M. y. (2018). Cuáles son las nuevas herramientas financieras para las pequeñas y medianas empresas? *Mercados y tendencias* .
- Uriarte, J. M. (18 de 05 de 2019). Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/administrador/>. Consultado: 23 de septiembre de 2020.
- Venemedia Comunicaciones C.A. (01 de 2018). *Definicion XYZ*.