

ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

UNIDAD DE TITULACIÓN

**INDICADORES FINANCIEROS PARA EL SECTOR ALIMENTOS Y
BEBIDAS DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
EMPRESARIAL**

LUCIA ALEJANDRA RIVERA MENA

lucia.rivera@epn.edu.ec

Director: Jaime Luis Hermel Cadena Echeverría

jaime.cadena@epn.edu.ec

2019

APROBACIÓN DEL DIRECTOR

Como director del trabajo de titulación Indicadores financieros para el sector alimentos y bebidas de las pequeñas y medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito desarrollado por Lucia Alejandra Rivera Mena, estudiante de la carrera de Ingeniería Empresarial, habiendo supervisado la realización de este trabajo y realizado las correcciones correspondientes, doy por aprobada la redacción final del documento escrito para que prosiga con los trámites correspondientes a la sustentación de la Defensa oral.

Jaime Cadena Echeverría
DIRECTOR

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Lucia Alejandra Rivera Mena, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Escuela Politécnica Nacional puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Lucia Alejandra Rivera Mena

DEDICATORIA

A Dios, por brindarme su amor infinito y bendición.

A mis padres Ricardo y Anita Lu quienes me han dado la vida y me han enseñado a luchar y nunca rendirme, han sido mi guía y mi inspiración para poder llegar a ser la persona que soy; por el ejemplo y los valores que han hecho de mí una mejor persona; quienes me han brindado todo su apoyo durante los momentos más arduos y felices de mi vida.

A mis hermanos Ricardo y Andrés, quienes con su existencia me han hecho la hermana más dichosa y feliz.

Al amor de mi vida Jair, el cual con sus consejos y amor me ha enseñado lo valiosa que es la vida.

“Las palabras nunca alcanzan cuando lo que hay que decir desborda del alma”

Julio Cortázar.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, quiero agradecer a Dios por darme salud y valentía para siempre salir adelante.

Agradezco infinitamente a mis padres por su apoyo incondicional, por ser el pilar fundamental en mi vida, todos mis logros son y serán para ustedes. Mamita querida Anita Lu te agradezco por siempre estar pendiente de mí, por darme todo el amor que puede existir en este mundo por ser una madre realmente admirable, con tu esfuerzo y dedicación me has enseñado que todo es posible. Papito de mi vida Ricardo, te agradezco por siempre luchar por nuestra familia, por estar pendiente de cada paso que doy, tu amor y sacrificio que día a día haces para contribuir con mi bienestar es realmente bello, los amo mucho.

La vida me dio la dicha de conocerte y te agradezco amor de mi vida Jair, por todo el amor y cariño que me das y por brindarme tu apoyo incondicional. Eres mi mejor amigo y compañero de vida realmente una persona maravillosa y muy importante para mí. Te amo.

Agradezco a mi profesor y director de tesis Ingeniero Jaime Cadena que gracias a sus conocimientos y sabiduría me ha podido guiar para realizar esta investigación; la Escuela Politécnica Nacional, que durante este camino profesional me ha brindado los conocimientos necesarios y me ha permitido desarrollarme como profesional, de igual manera quiero agradecer a los docentes que hicieron parte de mi formación académica.

Finalmente, quiero agradecer a mis amigos y compañeros quienes han hecho de mi vida universitaria una experiencia que perdurara por siempre.

ÍNDICE DE CONTENIDO

LISTA DE FIGURAS	i
LISTA DE TABLAS	ii
LISTA DE ANEXOS	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
CAPITULO I	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	2
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	3
1.3.1. Justificación Práctica	3
1.4. OBJETIVO GENERAL.....	3
1.5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
1.6. HIPÓTESIS O ALCANCE	4
CAPITULO II	5
2. MARCO TEÓRICO	5
2.1. ESTRATEGIA.....	5
2.2. TOMA DE DECISIONES	6
2.2.1. Modelos para la toma decisiones	7
2.2.1.1. Bajo certidumbre.....	7
2.2.1.2. Bajo riesgo.....	8
2.2.1.3. Bajo incertidumbre	9
2.2.1.4. Bajo Conflicto.....	10
2.2.1.5. Modelo según Guerrero, Lozano y Granados.....	10
2.3. INDICADORES FINANCIEROS.....	11
2.3.1. Indicadores de Liquidez	12
2.3.1.1. Liquidez Corriente.....	12
2.3.1.2. Prueba Ácida	13
2.3.2. Indicador de Solvencia	13
2.3.2.1. Endeudamiento del Activo.....	14
2.3.2.2. Endeudamiento Patrimonial	14
2.3.2.3. Endeudamiento del Activo Fijo.....	15

2.3.2.4. Apalancamiento	15
2.3.3. Indicadores de Gestión	15
2.3.3.1. Rotación de cartera.....	16
2.3.3.2. Rotación de Activo fijo.....	16
2.3.3.3. Rotación de Ventas.....	16
2.3.3.4. Periodo Medio de Cobranza.....	16
2.3.3.5. Periodo Medio de Pago.....	17
2.3.3.6. Impacto Gastos Administración y Ventas	17
2.3.3.7. Impacto de la Carga Financiera	17
.....	17
2.3.4. Rentabilidad	18
2.3.4.1. Rentabilidad Neta del Activo (Du Pont).....	18
2.3.4.2. Margen Bruto	18
2.3.4.3 Margen Operacional.....	19
2.3.4.4. Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto).....	19
2.3.4.5. Rentabilidad Operacional del patrimonio.....	19
2.3.4.6. Rentabilidad Financiera	20
CAPITULO III	20
1 METODOLOGÍA.....	20
3.1. NATURALEZA DE LA INFORMACIÓN, ALCANCE Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
3.2. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN	22
3.3. DELIMITACIÓN DE LA MUESTRA.....	23
3.4. HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	26
3.4.1. Diseño del Instrumento de recolección de datos	26
3.4.2. Validación del instrumento de recolección de datos	27
3.5. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	29
3.6. RESULTADOS DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD ..	29
3.6.1 Validación de Contenido	29
3.6.1.1. Validación del instrumento de recolección de datos	29
CAPITULO IV	34
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	34
4.1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL	35
4.2. TOMA DE DECISIONES Y GESTIÓN DE LAS EMPRESAS.	40
4.3. IDENTIFICACIÓN DE INDICADORES FINANCIEROS	41
4.4. PROPUESTA DE INDICADORES	

FINANCIEROS.....	44
CAPITULO V.....	46
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	46
5.1. CONCLUSIONES.....	47
5.2. RECOMENDACIONES.....	49
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	50
ANEXOS.....	55

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Circuito de toma de decisiones.	6
Figura 2 – Descripción de Objetividad y Subjetividad.....	8
Figura 3 – Toma de decisiones Bajo certidumbre	8
Figura 4 – Matriz de consecuencias.....	9
Figura 5 – Toma de decisiones Bajo Conflicto	10
Figura 6 – Muestreo aleatorio simple, representación gráfica.	24
Figura 7 – Actividad Económica.....	35
Figura 8 – Característica de la empresa	36
Figura 9 – Número de empleados.....	36
Figura 10 – Grupo al que pertenece la empresa.....	37
Figura 11 – Años en el mercado.	37
Figura 12 –Participación en programas de apoyo para PYMES.....	38
Figura 13 – Proveniencia de la empresa.....	38
Figura 14 – Lugares donde ofertan sus productos.	39
Figura 15 – Principal fuente de financiamiento.....	39
Figura 16 – Relación de los Objetivos de la empresa.	41
Figura 17 – Garantías de las empresas.	42

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Categorización de las PYMES.	1
Tabla 2 Categorías para la toma de decisiones.	7
Tabla 3 Industrias Manufactureras.....	22
Tabla 4 Total, de PYMES del Sector de Alimentos y Bebidas del DMQ.	23
Tabla 5 Determinación del tamaño de la muestra.	25
Tabla 6 Interpretación del Coeficiente de Cronbach.....	31
Tabla 7 Resultado del Coeficiente Alpha de Cronbach.	31
Tabla 8 Consideraciones de las empresas.	40
Tabla 9 Consideraciones en toma de decisiones y gestión de las empresas.	40
Tabla 10 Situación actual de los indicadores financieros en las empresas.	42
Tabla 11 Indicadores Financieros	43

LISTA DE ANEXOS

Anexo I – Formato para la validación de contenido.....	56
Anexo II – Formato encuesta piloto.....	59
Anexo III – Certificado otorgado por el Subdecano de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Escuela Politécnica Nacional para desarrollar la encuesta en las empresas.....	64
Anexo IV – Modelo de la Encuesta aplica a las PYMES del sector de Alimentos y Bebidas del DMQ.....	65

RESUMEN

Los indicadores financieros son herramientas gerenciales que permiten evidenciar la información obtenida de los saldos contables, cuyo uso correcto permite la toma de decisiones. El propósito de este trabajo de investigación es realizar un diagnóstico de la situación actual sobre el uso de indicadores financieros para la toma de decisiones. Este estudio está dirigido a pequeñas y medianas empresas en el sector de Alimentos y Bebidas del Distrito Metropolitano de Quito, ya que este sector es uno de los más importantes por su amplia demanda en este tipo de productos. Esta investigación es cuantitativa, exploratoria y transversal, cuyo instrumento de investigación consistió en la recopilación de datos cuantitativos que se obtuvieron mediante la aplicación de una encuesta a dueños o gerentes en el área financiera de veintinueve PYMES. Para el procesamiento de la información se utilizó el software IBM SPSS Statistics Versión 23, la confiabilidad interna del instrumento se realizó utilizando el coeficiente alfa de Cronbach. Entre los resultados obtenidos, muestran que las empresas utilizan principalmente indicadores de liquidez y rentabilidad, e indicadores parcialmente de solvencia y gestión; se estableció una propuesta de indicadores, que están alineados con las características de las PYMES y servirán para mejorar la gestión de sus documentos, el desarrollo y el análisis de los estados financieros, a fin de tomar decisiones de manera adecuada. Se concluye que las PYMES necesitan implementar indicadores de gestión financiera, ya que estos les permitirán conocer su período promedio de recuperación de la cartera y así poder tomar decisiones a tiempo.

Palabras clave: Indicadores financieros, Toma de decisiones, Estrategia, PYMES, Sector de Alimentos y Bebidas, Alpha de Cronbach.

ABSTRACT

Financial indicators are managerial tools that allow evidence of information obtained from accounting balances, whose correct use allows decision making. The purpose of this research work is to make a diagnosis of the current situation regarding the use of financial indicators for decision making. This study is aimed at small and medium enterprises in the Food and Beverage sector of the Metropolitan District of Quito, since this sector is one of the most important for its wide demand in this type of products. This research is quantitative, exploratory and cross-sectional transactional, whose research instrument consisted of the collection of quantitative data that were obtained by applying a survey to owners or managers in the financial area of twenty-nine SMEs. For the information processing the IBM SPSS Statistics Version 23 software was used, the internal reliability of the instrument was performed using Cronbach's alpha coefficient. Among the results obtained, they show that companies mainly use liquidity and profitability indicators, and partially solvency and management indicators; A proposal of indicators was established, which are aligned with the characteristics of SMEs and will serve to improve the management of their documents, the development and analysis of financial statements, in order to make decisions in an appropriate manner. It is concluded that SMEs need to implement financial management indicators, since these will allow them to know their average recovery period of the portfolio and thus be able to make decisions on time.

Keywords: *Financial Indicators, Decision Making, Strategy, SMEs, Food and Beverage Sector, Cronbach Alpha.*

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Definición del Problema

Mediante la legislación interna y la resolución 1260 vigente implantada por la Comunidad Andina, la Superintendencia de Compañías, Seguros y Valores, considera la categorización de pequeñas y medianas empresas “PYMES”, conforme a tres criterios: el monto de activos que posee, personal y valor bruto de ventas anualizadas. (Cámara de Comercio de Quito, 2017).

Las PYMES son aquellas que facturan de 100 mil a 1 millón de dólares anuales y su equipo de trabajo está conformado de 10 a 49 miembros, como se evidencia en la Tabla 1:

Tabla 1 Categorización de las PYMES.

Variables	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Grandes Empresas
Personal ocupado	De 1 - 9	De 10 - 49	De 50-199	≥ 200
Valor bruto de ventas anuales	≤ 100.000	100.001 - 1.000.000	1.000.001 - 5.000.000	$> 5.000.000$
Monto de activos	Hasta US \$ 100.000	De US \$ 100.001 hasta US \$ 750.000	De US \$ 750.001 hasta US \$ 3.999.999	$\geq 4.000.000$

Modificado de Cámara de Comercio de Quito (2017).
Elaborado por: El autor

Según los datos emitidos por el INEC (2016), en el año 2015 existían 844.999 empresas, de las cuales el 90.42% son microempresas, el 7.51% son pequeñas empresas, el 1.57% son medianas empresas y el 0.50% son grandes empresas. En la provincia de Pichincha se centraliza el 23.56% (199.076) de empresas, de las cuales alrededor del 11.68% son PYMES. Estos resultados evidencian la importancia de las PYMES en el Ecuador y la concentración de estas en Pichincha.

Las PYMES, “...cuentan con poca o ninguna especialización en la administración, normalmente se encuentra a cargo de una sola persona, que cuenta con pocos auxiliares y en mayor parte de los casos no están capacitados para llevar a cabo una función” (Yance, Solís, Burgos, & Hermida, 2017). Las PYMES según la publicación desarrollada por el INEC (2007), se identifican por tener poco manejo de recursos tecnológicos, capital mínimo,

reducida división de trabajo, limitada productividad, baja capacidad de ahorro, uso abundante de mano de obra y mal uso de servicios financieros y no financieros (Yance, Solis, Burgos, & Hermida, 2017). Como se puede evidenciar, las PYMES tienen un uso limitado de recursos financieros que les ayude a controlar la toma de decisiones empresariales.

La toma de decisiones según Pulgarín & Rivera (2012), es un proceso, que pertenece a uno de los principales desafíos de la estrategia, en la mejora de herramientas que sean la interfaz entre los esquemas diarios, procesos de análisis requeridos en las gerencias de empresas, marcos teóricos, diseños y análisis que permitan facilitar la aplicación de acciones hacia la toma de decisiones empresariales, según (Randstad, 2017), la toma de decisiones es una dinámica más del entorno, es así que, en ocasiones se toman decisiones de forma inconsciente, por emoción, intuición, experiencias pasadas o impulsos. Por lo tanto, es importante el uso de herramientas que permitan a las PYMES desarrollarse en el campo empresarial estratégicamente.

1.2. Pregunta de Investigación

Según Araque (2011), "...alrededor de 5 de cada 10 empresas se tienden a apoyar, a la hora de tomar decisiones financieras de largo plazo, en el diseño y evaluación de proyectos; sobre todo las grandes y medianas empresas". Es importante considerar varios aspectos financieros de la organización al tomar una decisión, es por eso que los indicadores financieros según (Gómez, 2015), es una herramienta que se utiliza para diagnosticar el estado actual de la organización cuyo objetivo primordial es la interpretación financiera mediante la toma de decisiones apropiadas para poder definir un punto de partida, que permita pronosticar de mejor manera el futuro de la empresa.

Esto lleva a formular la pregunta:

¿Cuáles son los indicadores financieros que más ayudan al control de la toma de decisiones empresariales para el sector de alimentos y bebidas del Distrito Metropolitano de Quito'?

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación Práctica

“En la actualidad las PYMES representan la mayor fuerza económica del país. La globalización y los rápidos cambios en la tecnología imponen enormes retos a las empresas para crecer y afrontar con éxito nuevos desafíos y asegurar su permanencia en mercados”. (Yance, Solis, Burgos, & Hermida, 2017). Con la necesidad de incrementar el rendimiento de las PYMES del sector de alimentos y bebidas del DMQ, el uso de indicadores financieros puede ser la clave para el inicio de una nueva era. Sánchez (2016), en su estudio “Importancia de los indicadores financieros para la toma de decisiones empresariales”, señala que, los indicadores son útiles en el mundo empresarial para identificar las debilidades, fortalezas y deficiencias de cualquier organización, a través de ellos podemos identificar problemas potenciales en cuanto a la eficiencia operativa que la empresa posea, la información de los indicadores también nos permiten estudiar de forma comparativa la empresa, brindándonos un entorno global de competidores y mercado.

Los indicadores financieros son herramientas utilizadas para la toma de decisiones de inversión, planes de acción y financiamiento, los cuales permiten identificar debilidades y fortalezas de la organización, esta información es necesaria para conocer el comportamiento operativo y financiero de la organización. La principal función de los indicadores financieros radica en la visualización cuantitativa del estado de la empresa en resultados de solvencia, operaciones, eficiencia, rendimientos, etc.; los cuales permiten establecer el grado de capacidad y liquidez para la generación de dinero y así conocer el pago de las obligaciones adquiridas (Nava, 2009).

En la actualidad, existe limitado uso de indicadores financieros de las PYMES del sector de alimentos y bebidas del DMQ, por tal razón es importante analizar el estado actual de este sector, con la finalidad de promover un desarrollo de estas empresas mediante el empleo pertinente de herramientas financieras.

1.4. Objetivo General

Determinar los indicadores financieros para el sector Alimentos y Bebidas de las Pequeñas y Medianas Empresas del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ).

1.5. Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de las PYMES de sector de Alimentos y Bebidas del Distrito Metropolitano de Quito.
- Identificar indicadores financieros que utilizan las PYMES de sector de Alimentos y Bebidas del Distrito Metropolitano de Quito y cómo contemplan la toma de decisiones.
- Definir indicadores financieros que podrían utilizar las PYMES de sector de Alimentos y Bebidas del Distrito Metropolitano de Quito, con la información que poseen, para que les permita la toma de decisiones.

1.6. Hipótesis o Alcance

Para el estudio cuantitativo no siempre es preciso formular hipótesis, debido a que, depende del alcance de la investigación; este estudio tiene un alcance de carácter exploratorio, ya que se desea buscar información de un problema poco estudiado. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2004), según Bernal (2010) "... se formula hipótesis, cuando en la investigación se requiere probar el impacto, que tienen las variables entre sí, o el efecto de un rasgo, son estudios que muestran la relación causa y efecto"

Tal y como nos indican Rodriguez & Valldeoriola (2013), "... el enfoque cuantitativo presenta una amplia revisión bibliográfica, que busca describir el objeto de investigación y generar una plantilla de preguntas de estudio."; como es evidente la metodología es aplicable para el presente estudio con el enfoque de generar una respuesta a una pregunta de investigación la cual nos orienta, en cumplir los objetivos definidos.

En la presente investigación cuantitativa, no se realizó mediante el método deductivo y no se formuló hipótesis, debido a que, el alcance de la investigación no tiene un enfoque correlacional ni explicativo; ya que, para establecer una hipótesis se debe intentar pronosticar un hecho o una cifra. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2004).

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

En este apartado se presentan definiciones básicas y características específicas relacionadas directamente con el tema de investigación, los cuales permitirán el desarrollo correcto del estudio.

2.1. Estrategia

La estrategia de una organización debe estar conectada con varias características de la empresa como: objetivos, recursos y temas ambientales, debido a que son de gran importancia para pequeñas, medianas o grandes empresas (Maldonado, 2016). Según Chiavenato & Sapiro (2017) define, la estrategia como un conjunto de objetivos de la empresa para cumplir metas empresariales en donde, todos los niveles de la organización deben estar involucrados para mejorar las actividades, tanto, de cada departamento como de toda la empresa.

Según Drucker (1954), define que los gerentes deben analizar su situación presente y cambiarla si fuera el caso tomando en cuenta los recursos que poseen, como los que podrían tener. Por otro lado, Kenneth Andrews (1969) señala que la estrategia permite definir la actividad y tipo de organización que será, por medio de objetivos o metas, políticas y los planes de acción. Igor Ansoff (1965), puntualiza, que la estrategia en las empresas sirve como un sistema de redes que conecta las actividades de esta con los productos y mercados.

Por otro lado, Andrews y Ansoff definen a la estrategia como representación de un enfoque que posee dos versiones, el primero un modelo lineal y el segundo un modelo adaptativo; estas definiciones poseen cuatro elementos, el primer elemento que se basa en las condiciones ajenas a la empresa; el segundo elemento definir los objetivos el cual sería misión para la empresa como eje fundamental, el tercer elemento analizar la situación de la empresa por medio de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas "FODA" y el último elemento planificar el uso de recursos para alcanzar metas (Bracker, 1980). El enfoque de Mintzberg & Waters (1985) sobre estrategias se elabora mediante el análisis y la acción, y establece algunos tipos, la estrategia emergente la empresa realiza actos de forma consiente que no son parte de sus intenciones normales y la estrategia no realizada cuando la empresa no cumple sus intenciones.

2.2. Toma de decisiones

La principal característica de los administradores de empresas es el compromiso y responsabilidad al momento de tomar grandes decisiones (Solano, 2016). En la toma de decisiones según Robbins (1987), existen varias alternativas a elección, en el mundo todos los seres humanos deben tomar decisiones a diario a lo largo de su vida, todas las decisiones pertenecen a un proceso administrativo, este proceso se puede repetir durante todas las circunstancias que se presenten ya sean decisiones sencillas o con alto grado de dificultad.

Por otro lado, Paul Moody (como se citó en Solano, 2016) describe la toma de decisiones como circuito cerrado, que inicia en el reconocimiento de la existencia de un problema, continua con la descripción del mismo, seguido del análisis de posibles alternativas y consecuencias, se selecciona una solución y a continuación se pone en práctica la decisión y en posterior se realiza la retroalimentación, como se evidencia en la Figura 1:

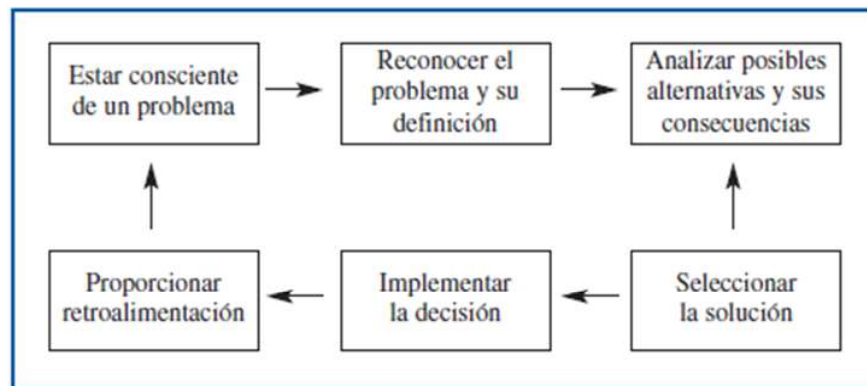


Figura 1 – Circuito de toma de decisiones.
Moody (citado en Solano, 2016).

La importancia de la decisión en las organizaciones, muchos gerentes se ven a diario con la necesidad de llegar a una decisión, existen distintos métodos para la toma de decisiones, pero todos llegan al mismo objetivo que es, proporcionar una decisión de importancia (Solano, 2016).

Para solucionar los problemas empresariales de toma de decisiones según Garza, González, & Salinas (2007), "...se ha venido desarrollando un conjunto de herramientas matemáticas, que garantizan una toma de decisiones rápida y eficiente, proporcionando

una ayuda para los empresarios actuales.” Para Amaya (2010), día a día las personas que toman decisiones también conocidos como decisores se les torna más complejo su trabajo, debido a que estas decisiones van ligadas al cumplimiento o incumplimiento de la visión y misión de la organización y no solo se encuentra en juego la administración estratégica de la empresa, también se encuentra involucrado la pérdida o ganancia de altas sumas de dinero, todo esto dependerá de decisiones tanto de rutina como decisiones de repercusión drástica que tome el gerente de la organización.

2.2.1. Modelos para la toma decisiones

Según Gallagher & Watson (1982), tomar la mejor alternativa es el objetivo, se tienen los datos y se tienen identificadas los riesgos y definido el problema; el trabajo es realizar una selección o toma de decisiones mediante cuatro categorías que se evidencia en la Tabla 2:

Tabla 2 Categorías para la toma de decisiones.

Categorías	Consecuencias
Certidumbre	Deterministas
Riesgo	Probabilistas
Incertidumbre	Desconocidas
Conflicto	Influidas por un oponente

Modificado de Gallagher & Watson (1982)
Elaborado por: El Autor

2.2.1.1. Bajo certidumbre

Esta metodología permite al decisor tomar decisiones dentro de uno o un millón de opciones, procediendo a que tomara dicha decisión bajo el modelo de causa y efecto, es decir que se tomara basado en la lógica en el momento de seleccionar una decisión más, se dificultara al momento de las consecuencias ya que la decisión no será al 100 % certera (Gallagher & Watson, 1982).

Efectivamente la decisión tomada será la que el decisor crea que maximizará el resultado y su bienestar. Según Reyes (2014), la forma más representativa de tomar decisiones es la programación lineal ya que esta, generando una función para describir lo que requiere alcanzar constituida por un conjunto de variables de decisión, mediante supuestos básicos

de la programación lineal, los cuales permiten satisfacer las propiedades mediante el uso de la objetividad y subjetividad, como se define en la Figura 2:

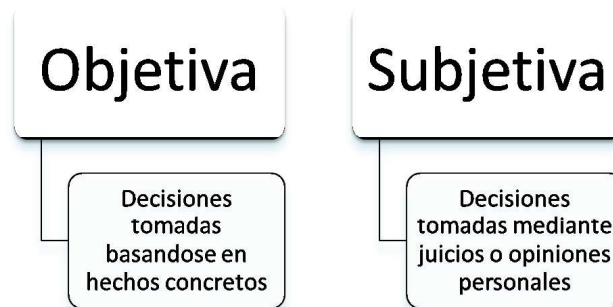


Figura 2 – Descripción de Objetividad y Subjetividad
Elaborado por: El Autor

De esta forma al momento de la toma de decisión se tendrá ciertas variables que analizar para la solución que se requiere.

2.2.1.2. Bajo riesgo

Según (Gallagher & Watson, 1982) describe la toma de decisiones de bajo riesgo como una base práctica que permite elegir el mayor valor esperado, la que genere mayor ingreso, se debe considerar que esta teoría se basa en probabilidades para poder elegir aquella alternativa que genere el pago promedio más alto, reduciendo la perdida de inversión y teniendo un redito en crecimiento, como se presenta en la Figura 3:

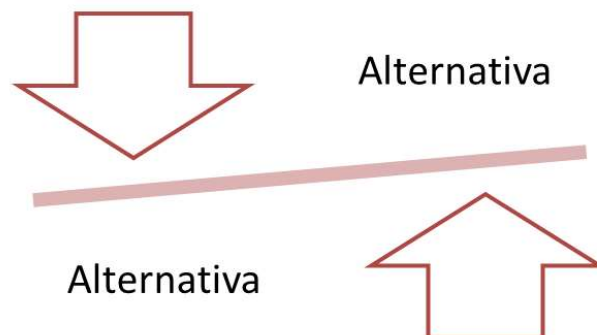


Figura 3 – Toma de decisiones Bajo certidumbre
Elaborado por: El autor.

Según Bernoulli (1738) como citó Cortada (2008), hace referencia a que las personas no tienen la perspectiva de recibir dinero, sino de tener la esperanza bajo un valor subjetivo de los resultados que se puedan obtener, esto se entiende, el valor subjetivo como el 80% del valor del dinero que se podría ganar al aceptar la alternativa correcta.

2.2.1.3. Bajo incertidumbre

El presente método es semejante con la toma de decisiones de bajo riesgo, con la peculiaridad que no utiliza probabilidades y más aun no tiene una visión del problema en general, la toma de decisiones bajo incertidumbre es en la obscuridad intentar de disparar, para esto se debe buscar información necesaria para el problema, investigar, estudiar el problema de lo contrario todo lo que se realizará será sin mirar las consecuencias que vendrán posteriormente (Gallagher & Watson, 1982).

Según Vitoriano (2007), define esta teoría o modelo basándose en la aleatoriedad de las decisiones por lo que no puede ser controladas y no se puede conocer con exactitud las consecuencias de las alternativas seleccionadas, es decir las alternativas que se presentan son finitas y desconocidas por lo que se pretende comprender las situaciones mediante la matriz de consecuencias, como se presenta en la Figura 4:

	E_1	E_2	...	E_m
	p_1	p_2	...	p_m
A_1	X_{11}	X_{12}	...	X_{1m}
A_2	X_{21}	X_{22}	...	X_{2m}
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
A_n	X_{n1}	X_{n2}	...	X_{nm}

Figura 4 – Matriz de consecuencias
(Vitoriano, 2007)

Mediante esta matriz podremos conocer todas las posibles consecuencias que se podrán obtener de las alternativas seleccionadas en cada decisión tomada de forma aleatoria

2.2.1.4. Bajo Conflicto

Según Amaya (2010), esta categoría es similar a la toma de decisiones de bajo incertidumbre, existe el desconocimiento de los eventos de las probabilidades, pero estas se encuentran influenciadas por un oponente el cual busca la meta con tal de lograrla. Este modelo hace referencia a tomar decisiones sin necesidad de analizar la información y con total desconocimiento de lo que pueda ocasionar la alternativa seleccionada; como se manifiesta en la Figura 5:

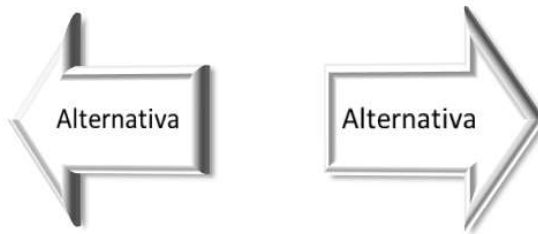


Figura 5 – Toma de decisiones Bajo Conflicto
Elaborado por: El Autor

2.2.1.5. Modelo según Guerrero, Lozano y Granados

Basado en la teoría de decisiones se puede generar un esquema con cuatro categorías de selección en donde estas son clasificadas por su productividad de las consecuencias de cada acción alternativa.

Existen características que definen la toma de decisiones según Guerrero, Lozano, & Granados (2014), una de ellas es decisiones de efectos futuros: cuando las decisiones se las puede clasificar de alto nivel si es influenciada a largo plazo en la organización o de nivel inferior cuando es a corto plazo, esto relacionado al impacto de las acciones que uno tenga al momento de tomar una decisión; otra es la de reversibilidad: esta característica depende de qué posibilidad existe de que se reverse una decisión tomada, sí reversar la decisión es difícil se recomienda decidir bajo la política de opción de alto nivel; la tercera característica que menciona el autor es basada en el impacto de las áreas que se verán involucradas en la decisión, sí el impacto es extenso se deberá tomar como una decisión de nivel alto; otra característica es de calidad basándose en las relaciones laborales, en torno a los valores éticos, legales, principios de conducta, etc., sí la decisión involucra

muchos factores se recomienda tomar una solución de alto nivel; la última característica es de periodicidad , basada en decisiones excepcionales de alto nivel o decisiones frecuentes de nivel inferior.

2.3. Indicadores financieros

El origen y la importancia de los indicadores financieros, se dio durante la era de la industrialización, donde las organizaciones tuvieron un incremento en su inventario, permitiendo que los gerentes de las organizaciones empiecen a tomar decisiones basados en resultados de los balances financieros de la empresa (González & Bermúdez, 2009).

Los indicadores financieros, se utilizan para evidenciar los lazos que existen en varios los balances financieros de una organización, con el fin de analizar indicadores de rentabilidad, liquidez, eficiencia y solvencia en la empresa (Alcántara, 2013), según Petersen (1977) sugiere 3 tipos de indicadores para la identificación de la crisis financiera en una identidad: 1) los indicadores que permiten mostrar las dificultades presentes, que se revelan en los estados financieros, 2) los indicadores generales que se basan en información tanto financiera como económica, y 3) los indicadores ambientales que presentan las limitación en situaciones políticas, económicas y sociales de las empresas en estudio, la información de los estados financieros se encontraban comprendidos en los indicadores, recalando los aspectos de relevancia (citado en Cárcaba, 2001).

Por otro lado, González & Bermúdez (2009) define a los indicadores, como herramientas gerenciales, que parten desde una hipótesis para probar los modelos en decisiones que orientan a las organizaciones a la creación de valor mediante el éxito de un objetivo planteado. Mediante los estudios realizados en distintos sectores empresariales, los indicadores son muestra latente de mejoramiento de la situación financiera en una identidad, no es el número de indicadores que se incorpore, es la correcta utilización de los mismos para la toma de decisiones (De la Hoz, Fontalvo, & Morelos, 2012).

PYMES.

Por otro lado, Ramírez (2005) como citó Aroca (2017), “La información financiera seguirá siendo el mejor apoyo para la toma de decisiones de los negocios, es necesario recordar que a mejor calidad de la información corresponde mayor probabilidad de éxito en las decisiones”.

Los indicadores financieros según la Superintendencias de Compañías, Seguros y Valores (2004), se clasifican en cuatro factores:

2.3.1. Indicadores de liquidez

El indicador de liquidez mide la capacidad de las empresas de realizar pagos a corto plazo, esta relación se deduce de la división de los activos corrientes o también llamados activos circulantes por pasivos corrientes. El presente ratio nacen de la necesidad de las empresas para conocer qué capacidad tienen para hacer efectivas en corto plazo sus obligaciones, ya que, estos permiten evaluar a la organización con una visión de pago inmediato, sin embargo, esta proporción de información no asegura la capacidad de la organización para recolectar y cancelar sus facturas puntualmente. (Yepes & Dianderas, 1996).

2.3.1.1. Liquidez Corriente

Este ratio representa la capacidad de las organizaciones frente a las deudas, es decir la posibilidad de cumplir sus obligaciones financieras tanto pasivos o deudas en corto plazo, a más alto valor, mayores posibilidades de pagos a corto plazo. (Morelos, Fontalvo, & Hoz, 2012).

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Este indicador se encuentra conformado por el Activo corriente o circulante según Domench, Dallo, Alegría, & Rodríguez (2016), es una cuenta contable de derechos o bienes que por su naturaleza se puede convertir en efectivo, activo o consumo, en un plazo de doce meses de realizarla transacción, el cual contiene las siguientes cuentas:

- Existencias
- Cuentas por cobrar
- Inversiones a corto plazo
- Caja – Bancos
- Periodificaciones

El pasivo corriente es una cuenta que mantiene eventualidades y/o ciertas obligaciones con fecha de vencimiento en doce meses de contraída la deuda (Domench, Dallo, Alegría, & Rodríguez, 2016), conformada por:

- Deudas a corto plazo
- Provisiones a corto plazo
- Periodificaciones

2.3.1.2. Prueba Ácida

La prueba ácida o también conocida como liquidez seca, se basa en capacidad de la empresa frente a las deudas, sin depender de las ventas o ingresos de esta, es decir que se basara en las cuentas por cobrar, el efectivo de sus saldos, inventarios o algún otro activo que le permita una liquidación eficaz. Está prueba dependerá de la fecha de corte de la organización y de la actividad a la que se dedique, sin embargo, se podría asumir que lo más adecuado es acercarse a 1. (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Inventarios: Corresponde a todos los bienes de la empresa destinados a producción o venta (materia prima, productos en producción, artículos terminados, suministros, etc.) (Romero, 2011).

2.3.2. Indicador de Solvencia

El ratio de solvencia o endeudamiento busca medir el índice de financiamiento de la organización, en el que participan acreedores, se busca de medir el riesgo con el que tienen los acreedores al momento de otorgar financiamiento en una empresa, generalmente prefieren una organización con buena situación financiera, con “bajo” endeudamiento y sostenible en el tiempo. (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

2.3.2.1. Endeudamiento del Activo

Nos muestra el índice de independencia financiera de la organización, si el grado es elevado significa que depende de los acreedores y que tiene capacidad limitada para el endeudamiento, y si el grado es ligeramente bajo significa que tiene autonomía frente a los acreedores lo cual facilita la capacidad de endeudamiento (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

$$\text{Endeudamiento del activo} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

El pasivo total comprende a un conjunto de obligaciones contraídas con terceras personas, mientras que, los activos totales comprenden a un conjunto de bienes y/o derechos derivados de tracciones propias, capaces de generar ingresos económicos (Domench, Dallo, Alegría, & Rodríguez, 2016)

2.3.2.2. Endeudamiento Patrimonial

Busca medir la responsabilidad del patrimonio con los acreedores, para poder conocer si la raíz de los valores de las empresas es ajenos o propios y así conocer si son suficientes o limitados, esto no representa que el pasivo se paga con el patrimonio (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

$$\text{Endeudamiento Patrimonial} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

Patrimonio: pertenece a la diferencia entre los pasivos totales y activos totales, es decir, los derechos y bienes que la empresa tienen menos las obligaciones con terceros (Domench, Dallo, Alegría, & Rodríguez, 2016).

2.3.2.3. Endeudamiento del Activo Fijo

El índice de endeudamiento de activo fijo muestra la unidad invertida en activos fijos por las unidades monetarias que tiene el patrimonio.

Medir: Coeficiente igual o mayor a 1, el patrimonio puede financiar en su totalidad al activo fijo. (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

$$\text{Endeudamiento del Activo Fijo} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Fijo Neto}}$$

2.3.2.4. Apalancamiento

Es la relación de unidad monetaria de activos por cada una del patrimonio, es decir, si se minimiza el activo esto puede ocasionar la pérdida de todo el patrimonio o viceversa, si aumenta el activo, el patrimonio puede surgir una revalorización (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

Según Dussan (2012), este ratio tiene como objeto medir el índice de del financiamiento de la organización en el que participarían de los acreedores, en donde se pretende generar el riesgo que tendrían los mismos en caso de endeudamiento con la empresa.

2.3.3. Indicadores de gestión

Ratio que nos permite evaluar el desempeño de la empresa, asegurándose de la obtención de recursos teniendo el control y planeación de cada grupo operativo como objetivo, se tiene garantía de esta información siempre y cuando tengan efecto en la toma de decisiones de la organización. El pago de obligaciones y el grado de recuperación de los créditos son procesos que nos facilitarán y permitirán conocer el estado real de la empresa (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

2.3.3.1. Rotación de cartera

$$\text{Rotación de Cartera} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$$

Ospina, Castro, Jiménez, Giraldo, & Restrepo (2017) nos indican el promedio de periodos que las cuentas por cobrar giran o se convierten en efectivo en un tiempo fijo, por lo general se considera tiempo promedio un año.

2.3.3.2. Rotación de Activo fijo

$$\text{Rotación de Activo Fijo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$$

Nos muestra las unidades monetarias vendidas versus la unidad invertida en activos fijos, es decir las ventas deben ser la proporción de la planta o fabrica en la que se desarrolla el producto u/o servicio. En caso de no ser así, las utilidades se reducirán por la devaluación de un equipo encarecido. (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

2.3.3.3. Rotación de Ventas

El índice de rotación de ventas o coeficiente de eficiencia directiva muestra utilización eficiente del activo total versus la cantidad de ventas realizadas a base del total de activos (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

$$\text{Rotación de Ventas} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

2.3.3.4. Periodo Medio de Cobranza

Es una apreciación del grado de liquidez (días) de documentos o cuentas por cobrar, lo cual nos muestra la gestión y el comportamiento de la empresa, en el plazo de tiempo que se realiza la venta hasta el cobro de esta. (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

$$\text{Periodo Medio de Cobranza} = \frac{\text{Cuentas por Cobrar} * 365}{\text{Ventas}}$$

2.3.3.5. Periodo Medio de Pago

$$\text{Periodo Medio de Pago} = \frac{\text{Cuentas y Documentos por Pagar} * 365}{\text{Compras}}$$

Este nos muestra los días que se demora la organización en cumplir con las obligaciones de inventario, así podremos conocer y evaluar el pago de adquisiciones en corto plazo, los inventarios con poca o lenta rotación se da debido al periodo de cobranza o a su vez al desconocimiento de potencial financiero. (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

2.3.3.6. Impacto Gastos Administración y Ventas

$$\text{Impacto Gastos de Administración y Ventas} = \frac{\text{Gastos Administrativos y de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

Debido a gastos operacionales (Ventas y Administrativos) proporcionan un margen operacional mínimo de las utilidades netas de la organización, este indicador ayudaría a tener control sobre los gastos y a su vez incrementaría las posibilidades de reforzar el patrimonio de la organización y así generar potenciales beneficios a mediano plazo. (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

2.3.3.7. Impacto de la carga financiera

Nos permite conocer los gastos financieros versus los ingresos, este índice se debe relacionar con el margen operacional, y se debe tener en consideración que la mayor parte de casos la carga no debe superar el 10% de ventas. (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

$$\text{Impacto de la carga financiera} = \frac{\text{Gastos financieros}}{\text{Ventas}}$$

2.3.4. Rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad o también conocidos como ratios de ganancia, nos sirven para conocer la realidad de la administración de la organización para el control con los gastos y costos, para lograr convertir las ventas en utilidades (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

2.3.4.1. Rentabilidad Neta del Activo (Du Pont)

$$\text{Rentabilidad neta del activo (DuPont)} = \left(\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} \right) * \left(\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}} \right)$$

índice nos muestra la capacidad de la pyme para generar utilidades autónomas de la forma en que estos hayan sido financiados a partir de los activos, de forma, que estos sean parte del patrimonio o deuda. La rentabilidad neta del activo debido a la afectación de las utilidades netas por la conciliación tributaria, sin embargo, en algunos casos esta puede superar la utilidad del ejercicio. (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

2.3.4.2. Margen Bruto

Este ratio analiza la rentabilidad obtenida por ventas versus los costos; también, permite conocer la capacidad que tiene la organización frente a los gastos operativos y a su vez producir utilidades antes de las reducciones de impuestos, este índice será negativo siempre y cuando el costo de ventas sea mayor a las ventas netas. (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Ventas Netas} - \text{Costos de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

2.3.4.3 Margen Operacional

Indicador que nos muestra si la empresa es lucrativa o no, para ello, se debe evitar considerar que los gastos financieros son gastos operaciones y a su vez la empresa puede operar sin costo financiero por el proceder de los proveedores, socios, etc. (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

$$\text{Margen Operacional} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}}$$

2.3.4.4. Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)

Nos muestra la utilidad por cada unidad vendida por la empresa, es por ello por lo que se debe tener precaución y establecer una utilidad propia de la empresa, la inconveniencia es que si esto se deriva de un hecho así esta utilidad se convierte en inestable y esporádica por lo que no refleja un valor real y a su vez las conclusiones serian erróneas e incompletas. (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

$$\text{Margen Neto} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

2.3.4.5. Rentabilidad Operacional del patrimonio

Este indicador analiza la rentabilidad que se obtiene por los accionistas o acreedores en el capital que se invierte en la organización, sin tener pendientes los impuestos, gastos financieros y participaciones de colaboradores. Adicional nos permite conocer el grado de afectación de los impuestos y gastos financieros en el margen de ganancia de los accionistas (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

$$\text{Rentabilidad Operacional del Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Patrimonio}}$$

2.3.4.6. Rentabilidad financiera

$$\text{Rentabilidad financiera} = \left(\frac{\text{Activo}}{\text{Patrimonio}} \right) * \left(\frac{\text{Utilidad Antes de impuestos}}{\text{Utilidad antes de impuestos e intereses}} \right) * \left(\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Utilidad antes de Impuestos}} \right)$$

Se mide el beneficio neto de los impuestos, gastos financiero y participación de colaboradores deducidos, esto puede estar determinado por la rentabilidad que refleja el patrimonio. (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2004).

CAPITULO III

1 METODOLOGÍA

3.1. Naturaleza de la información, Alcance y Diseño de la investigación

El estudio está definido por un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos que son aplicados en diversos tipos de problemas o fenómenos, que a lo largo de la historia de la ciencia se han presentado mediante corrientes de pensamiento (materialismo, fenomenología, empirismo, estructuralismo y positivismo), las cuales se han expandido en caminos del conocimiento. (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014).

El presente estudio fue de carácter cuantitativo, debido que, el desarrollo del estudio estuvo enfocado en la, "... recolección de datos numéricos que analizan variables cuantificables, las mismas que son procesadas mediante métodos estadísticos para poder determinar el comportamiento de dichas variables" (Hernández, Fernández, & Baptista, 2004). Se utilizó instrumentos definidos que facilitaron el análisis de los indicadores, dentro del sector de alimentos y bebidas del DMQ.

El enfoque cuantitativo, permitió cumplir los objetivos del presente estudio, mediante sus herramientas de recolección de datos, la encuesta de índole cuantitativo me permitió obtener datos significantes para el estudio, generando información y herramientas para las PYMES del sector de alimentos y bebidas del DMQ.

Según Sampieri, Fernández, & Baptista (2014), el enfoque cuantitativo de investigación se basó en objetivos y/o preguntas de investigación que permitieron construir un macroobjetivo de las preguntas y establecer hipótesis para determinar variables en un determinado contexto, mediante la utilización de métodos estadísticos.

El alcance de la investigación se lo realizó mediante el estudio exploratorio, que, según Hernández, Fernández, & Baptista (2004) "...se efectúa normalmente cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes." Este tipo de alcance nos permitió explorar un tema desconocido, mediante el uso de bibliografía especializada. Dentro de la investigación se pudo indagar sobre los aspectos generales del uso de los indicadores de las PYMES.

El alcance de este estudio fue generar información muy poco estudiada anteriormente, otorgando ratios que permitan la toma de decisiones en las PYMES del sector de estudio, debido a que es un factor muy importante en todas las etapas de la organización.

Para el diseño de la investigación se utilizó el diseño transversal, el cual se centra en analizar las variables en un determinado tiempo, recolectando datos específicos en un solo punto (Dzul, 2006). Este diseño permitió obtener la información actual de las PYMES es del sector y del uso de indicadores.

La investigación transversal analiza y representa variables de interrelación e incidencia en un momento dado, se puede describir como una fotografía en un momento determinado midiendo percepciones y/o actitudes, recolectando datos únicos en el tiempo (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014).

Según Miler Sanca (2011), el diseño transversal puede evaluar varios subgrupos de estudios, los cuales permitan la recolección información sin necesidad de repetir las observaciones. Es por ello por lo que el presente trabajo de investigación se ha realizado mediante este tipo de diseño, el cual nos permita capturar los datos en un momento específico los mismos que fueron analizados sin necesidad de modificar las variables.

3.2. Determinación de la Población

La población se define como el agrupamiento de los elementos que contienen similares características y pertenecen a un universo, las medidas o parámetros de una población son números, como las personas que les gusta una marca de ropa en específico. Esta medida o parámetros de población se puede obtener bajo información realiza en un censo o en una muestra (Malhotra, 2008).

Tabla 3 Industrias Manufactureras

División	Grupo	Clase	Descripción
10			Elaboración de productos alimenticios
	101	1010	Elaboración y conservación de carne
	102	1020	Elaboración y conservación de pescado, crustáceos y moluscos.
	103	1030	Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas
	104	1040	Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal
	105	1050	Elaboración de productos lácteos
	106		Elaboración de productos de molinería, almidones y productos derivados de almidón.
	1061		Elaboración de productos de molinería
	1062		Elaboración almidones y productos derivados de almidón.
	107		Elaboración de otros productos alimenticios
	1071		Elaboración de productos de panadería
	1072		Elaboración de azúcar
	1073		Elaboración de cacao y chocolate y de productos de confitería
	1074		Elaboración de macarrones, fideos, alcuzczuz y productos farináceos similares
	1075		Elaboración de comidas y platos preparados
	1079		Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.
	108	1080	Elaboración de piensos preparados para animales
11			Elaboración de bebidas
	1101		Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas
	1102		Elaboración de vinos
	1103		Elaboración de bebidas malteadas y de malta
	1104		Elaboración de bebidas no alcohólicas; producción de aguas minerales y de otras aguas embotelladas

Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas (2009)

Para la presente investigación se realizó con una población que pertenece a las PYMES del sector de alimentos y bebidas del DMQ. Se obtuvo el número total de PYMES de la base CIIU 10 “Elaboración de productos alimenticios” y CIIU 11 “Elaboración de bebidas”, de la Superintendencia de Compañías Seguros y Valores. La Clasificación Industrial Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU), es una clasificación internacional

que hace referencia a las actividades productivas cuyo principal propósito es ofrecer una gran variedad de conjuntos de actividades que pueden ser utilizados para la obtención de datos estadísticos. (Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas, 2009).

La CIIU contiene detallada la estructura para el sector de estudio de la siguiente forma (ver Tabla 3).

La Superintendencia de compañías, seguros y valores, controlan a las organizaciones y basan su ranking empresarial en información del ejercicio económico del 2018, en donde se puede obtener información relevante para el estudio que se evidencia en la siguiente tabla (ver Tabla 4):

Tabla 4 Total, de PYMES del Sector de Alimentos y Bebidas del DMQ.

INFORMACIÓN POBLACIONAL	
Provincia:	Pichincha
Ciudad:	Quito
Tamaño:	Pequeñas y Medianas
Año:	2017
Sector económico:	Manufacturero
Divisiones:	Elaboración de productos alimenticios Elaboración de bebidas
Total de compañías:	97

Modificado de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2017)
Elaborado por: El Autor

Para poder obtener datos poblacionales, se realizan encuestas y/o censos que permiten conocer el tamaño y adquirir estadísticas de acuerdo con la población de estudio. (Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas, 2009).

3.3. Delimitación de la Muestra

El presente estudio tiene como naturaleza de información el enfoque cuantitativo, por lo que, según Hernández, Fernández, & Baptista (2004) la muestra para el enfoque cuantitativo representa a un subgrupo de la población de estudio en donde es potencialmente representativa basada en los objetivos planteados del estudio a desarrollarse.

La determinación de la población de estudio se realizó mediante el muestreo probabilístico, permite obtener resultados de forma precisa y la replicación de estos, reduciendo el error muestral. Se utilizó el método de muestreo aleatorio simple, el cual permite que toda la población de estudio tenga las mismas oportunidades de ser seleccionados, basados en la equi-probabilidad de elección (Bustamante, 2011).

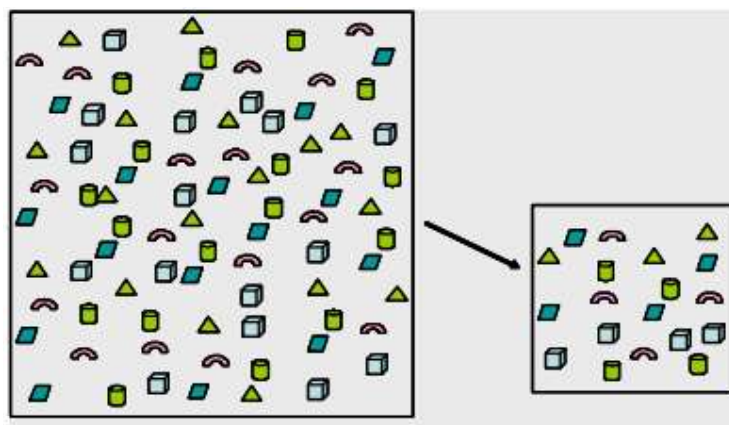


Figura 6 – Muestreo aleatorio simple, representación gráfica. (Jordi, 2003)

Para el cálculo de la muestra de población finita se utiliza la siguiente fórmula propuesta por Jordi (2003) :

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{(N - 1)d^2 + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N = tamaño de la población

p = probabilidad de éxito

Z = nivel de confianza

n = tamaño de la muestra

q = probabilidad de fracaso

d = error muestral

Para el muestreo simple se puede dar valores que son razonables para el error sin afectar la seguridad de la encuesta, esto se lo puede realizar por el coste económico, el tiempo necesario y los inconvenientes de campo (Manzano, 2013). Los datos empleados para el cálculo de la muestra de la investigación son determinados mediante el ajuste al error muestral debido a que el estudio pretende analizar cierta parte del sistema financiero de las empresas, a causa de esto, se dificultó la recopilación de la información, debido a que, todos los empresarios no siempre están de acuerdo con otorgar información relacionada a esta área, lo que genero retraso en el tiempo establecido para la recolección de información, por lo que, se aplicó un margen de error del 13% , sin que ello afecte el nivel de seguridad de la encuesta, y, debido a la escasez de información de estudios relacionados con el análisis de indicadores para las PYMES, la probabilidad de fracaso y de éxito asumen el valor de 0.5 cada uno como se muestra en la siguiente tabla (ver Tabla 5):

Tabla 5 Determinación del tamaño de la muestra.

DESCRIPCIÓN	DATOS
Tamaño de la población (N)	97
Nivel de confianza (Z)	90%
Valor de Z	1,65
Probabilidad de éxito (p)	0,50
Probabilidad de fracaso (q)	0,50
Error muestral (d)	0,13

Elaborado por: El Autor

Se aplica la formula antes descrita, donde se reemplazan los valores descritos en la tabla 5.

$$n = \frac{1.65^2 * 0.5 * 0.5 * 97}{(97 - 1)0.13^2 + 1.65^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 28.67$$

El tamaño de la muestra es de 29 PYMES del sector de alimentos y bebidas del DMQ.

3.4. Herramientas de recolección de datos

Las herramientas de recolección de datos fueron fundamentales para poder acceder a la información necesaria, lo cual permitió resolver y comprobar un problema o fenómeno de estudio antes descrito, fue importante plantear de forma correcta las preguntas o criterios de selección de información, ya que de eso dependió el logro o fracaso de la investigación (Universidad Nacional Abierta, 2011).

El instrumento de investigación que se utilizó fueron las encuestas que se define como una herramienta que es de utilidad para investigaciones o estudios que necesiten información de una amplia muestra. Es decir, que esta herramienta de recolección de datos depende de todos aquellos individuos que o empresas que sean parte de las muestras, influyendo sus conductas, actitudes y características que son de fundamentales para el estudio, las encuestas se obtienen de forma individual estas no aplican para obtención de información de forma masiva. (Universidad de Investigaciones y Postgrado, 2010).

Según (Thompson, 2006), "...un método que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa". Esta herramienta de investigación se podrá realizar mediante entrevistas personales (cara a cara) lo que nos va a generar mejor calidad de la información y/o también se puede utilizar entrevistas mediante líneas telefónicas, correo electrónico e internet (López & Roldán, 2015).

3.4.1. Diseño del Instrumento de recolección de datos

López & Roldán (2015) indican que la encuesta es considerada como una herramienta de recolección de datos a través de conceptos interrogativos que se fundamentan en la pregunta de investigación y su problemática, se realiza mediante un cuestionario el cual nos permitirá medir y tener registro de los datos cuya característica será el anonimato del encuestado (López & Roldán, 2015).

Bernal (2010) define la encuesta como una técnica o instrumento de recolección de información más utilizada, sin embargo, con el uso pierde la credibilidad debido al sesgo de población al encuestar. La encuesta se basa en un conjunto de preguntas o cuestionario que se realizan con la finalidad de obtener la información deseada de los encuestados. El proceso principal para obtener la información necesaria es responder claramente a los

objetivos planteados y a la pregunta de investigación, nos indica que para proporcionar una encuesta valedera se debe seleccionar un objeto de estudio, a continuación, se debe elaborar las preguntas y validarlas y finalmente procesar la información recolectada para su respectivo análisis y conclusión.

Tomando en cuenta lo antes expuesto y debido a que no existe un modelo de encuesta que se pueda aplicar directamente, se realizó una investigación documental donde se analizaron: artículos científicos, libros, periódicos, informes, revistas, tesis, entre otros relacionados con la investigación, los cuales nos permitieron edificar el cuestionario orientado hacia los objetivos de investigación.

La encuesta está conformada por una serie de preguntas agrupadas por cuatro dimensiones:

1. Datos Generales de la Empresa (contiene 15 preguntas)
2. Toma de decisiones de la empresa (contiene 5 preguntas)
3. Gestión que realiza la empresa (contiene 8 preguntas)
4. Indicadores financieros de la empresa (contiene 19 preguntas)

Se tomo en consideración que la estructura de las preguntas sea de forma cerrada con la finalidad de poder validar las respuestas mediante preguntas dicotómicas (dos opciones de respuestas) y de opción múltiple (dos o más opciones de respuestas) delimitas por una escala porcentual, que permita al encuestado seleccionar la mejor respuesta que describa la situación actual de la organización. Este tipo de preguntas son útiles y accesibles para codificar y analizar la información proporcionada posteriormente.

3.4.2. Validación del instrumento de recolección de datos

Se puede obtener estimación de confiabilidad mediante el juicio de expertos el cual nos permite tener un criterio de cómo se encuentra plasma la información que se desea recolectar, pero, también se intenta medir la validación mediante un evaluación interna del instrumento que corresponde a factores tanto comunes como únicos de cada uno (Cervantes, 2005).

Según Escobar y Cuervo (2008) citado por (Coromoto, Romero, & Parroquín, 2017), consiste en interpretar y aplicar los resultados de forma acertada, con rigurosa metodología y estadística y con eficiencia que nos permita medir la información obtenida con los fines

deseados. Cuando se pretende medir el comportamiento de una interrogante o variable que surge de un tema de investigación es cuan confiable y valida es la medición, ya que esta nos proporcionara información real para tener una investigación de calidad (Coromoto, Romero, & Parroquín, 2017). Por lo que la presente investigación se basa inicialmente, en la validación por expertos como un instrumento para identificar competencias y destrezas de un profesional en el ámbito administrativo – financiero como soporte para el desarrollo del estudio, la confiabilidad interna del instrumento fue realizada por el Alpha de Cronbach; el cual se explica en el apartado 3.4.2.

La validación de la encuesta se realizó durante el mes de marzo y mediados del mes de abril de 2019, con la colaboración de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Escuela Politécnica Nacional. Se realizó el contacto con cada uno de los expertos de forma personal, y se les proporciono documentación para la validación del instrumento como: tema de investigación, objetivo general y específicos, y borrador de la encuesta (Anexo I).

Se considero que el instrumento de investigación es factible para dicho estudio y va enlazado con los objetivos que se pretenden alcanzar, sin embargo, se tuvieron correcciones puntuales, las cual fueron realizadas inmediatamente con la finalidad de poder realizar la aplicación de la encuesta.

La validación del instrumento para una estimación de confiabilidad se lo realizó por consistencia interna mediante el método de Coeficiente Alpha de Cronbach, el que fue descrito por Lee Cronbach y en su mayoría es utilizado para determinar la homogeneidad que existe del instrumento de investigación en una escala tipo Likert. Este método estadístico sirve para estimar la confiabilidad de la encuesta mediante la estimación de varianzas (Cervantes, 2005). La confiabilidad se define según Niebel y Freivads (2009) citado por (Bojórquez, López, Hernández, & Jiménez, 2013)“...la probabilidad de éxito de sus componentes. Un sistema podría ser ya sea un producto físico con componentes físico o un procedimiento operativo con una secuencia de pasos o sub-operaciones que deben realizarse correctamente para que el procedimiento tenga éxito”.

Se aplico la encuesta piloto al diez por ciento de la población meta de estudio, se desarrolló la validación y confiabilidad del instrumento mediante el método antes mencionado, donde nos permitió evaluar criterios respecto a la claridad en la redacción, el sesgo, coherencia de la pregunta, lenguaje con respecto al nivel del encuestado y si se está midiendo lo que se necesita.

3.5. Procedimiento de recolección y análisis de resultados

La recolección de datos se realizó mediante la aplicación de la encuesta a los dueños, gerentes o encargados del área financiera de cada una de las 29 PYMES del sector de alimentos y bebidas del DMQ, una parte fue aplicada de forma personal y la otra parte fue realizada online utilizando la herramienta digital de Microsoft llamada OneDrive. Con la información obtenida por las encuestas se realizó el análisis de los datos mediante estadística descriptiva "... incluye la obtención, clasificación, presentación y descripción de datos numéricos" (García & Matus, 2013). Según la Universidad de Investigaciones y Postgrado (2010), esta herramienta ofrece métodos para demostrar y evaluar las características principales de la información obtenida, mediante gráficos, tablas y resúmenes. Los datos fueron analizados de manera descriptiva mediante el Alpha de Cronbach el cual nos permite calcular la correlación de cada ítem o reactivo con cada uno, dándonos como resultados una gran cantidad de coeficientes de correlación (Arevalo & Padilla, 2010); se utilizó el programa estadístico SPSS versión 23, con la finalidad de responder a los objetivos planteados y obtener una aproximación a la realidad con las variables de estudio. Para la elaboración de figuras y análisis por juicio de expertos se utilizó el programa EXCEL.

3.6. Resultados de Validez de Contenido y Análisis de Confiabilidad

3.6.1 Validación de Contenido

3.6.1.1. Validación del instrumento de recolección de datos

La validez del contenido según Martín Arribas (2004), "...el cuestionario elaborado, y por tanto los ítems elegidos. Se somete el cuestionario a la valoración de investigadores, que deben juzgar la capacidad de éste para evaluar todas las dimensiones." Para la presente encuesta de investigación se aplicó la metodología de Validez de Contenido según Villavicencio, Ruiz, & Cabrera (2016) en su estudio Validation of Questionnaires definen la validación del contenido como un instrumento de medición en donde se presentan todas las dimensiones de los ítems, esta se evalúa mediante la opinión de expertos, que por lo general es número impar; la validez de contenido también es una cuestión que se lo realiza mediante el juicio y generalmente se estima de forma intersubjetiva o subjetiva empleando el Juicio de Expertos quienes serán los que evalúen de forma individual todas las variables de que contiene la encuesta.

Esta etapa se realizó durante los meses de marzo y abril de 2019, se tomó el diez por ciento de la muestra que corresponde a cuatro expertos, se solicitó la colaboración de cuatro docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Escuela Politécnica Nacional especialistas en el tema contable - financiero, los mismos que fueron contactados de forma personal, y se les proporcionó la información necesaria para la respectiva validación: borrador de la encuesta, formato de validación del instrumento (Anexo II) e información relacionada a la investigación (objetivo general y específicos), los expertos certificaron que las preguntas son claras y van alineadas con la investigación; posteriormente se analizaron las validaciones y se decide que variables son favorables o desfavorables y cuáles deberían tener modificaciones.

Se desarrolló las respectivas correcciones y finalmente se realizó la confiabilidad interna del instrumento mediante una prueba piloto que Malhotra (2008) define, "la prueba piloto consiste en aplicar un instrumento de recolección de datos a una pequeña muestra de encuestados, con el fin de mejorarlo mediante la identificación y eliminación de problemas potenciales."

Para desarrollar la prueba piloto se seleccionó el veinte y cinco por ciento de la muestra prevista que corresponde a diez PYMES del sector de alimentos y bebidas del DMQ; Se aplicó la prueba piloto durante el mes de mayo de forma aleatoria. La prueba piloto obtiene resultados para cumplir con un objetivo específico que permita caracterizar la información mediante la escala de medición de Likert, que permita establecer la pertinencia de las variables de estudio (Garzón & Fischer, 2010).

La Confiabilidad se realizó mediante el coeficiente Alpha de Cronbach, el cual según Salkind (como se citó en Arevalo & Padilla, 2010), el coeficiente nos permite saber cuál será la correlación esperada entre total de las preguntas de nuestro instrumento, el cual fue realizado para medir un constructo. El coeficiente Alpha de Cronbach es una herramienta de medición mostrando valores que oscilan entre 0 y 1, la misma que, fue desarrollada por J.L Cronbach, el que muestra que, para poder calcularlo no es preciso dividir los agregados del instrumento, simplemente se aplica la medición y se calcula el Alpha (Bojórquez, López, Hernández, & Jiménez, 2013). En la literatura se sostiene que el valor límite para aceptar el instrumento mediante el coeficiente es de 0.7, según Streiner (citado en Arevalo & Padilla, 2010). (George & Mallery, 2003), propusieron que los resultados del coeficiente sean interpretados como se muestra en la tabla 6:

Tabla 6 Interpretación del Coeficiente de Cronbach.

Rango	Magnitud
0.91 a 1.00	Excelente
0.81 a 0.90	Bueno
0.71 a 0.80	Aceptable
0.61 a 0.70	Cuestionable
0.51 a 0.60	Pobre
0.01 a 0.50	Inaceptable

Modificado de George & Mallery (2003)
Elaborado por: El autor

Los resultados obtenidos mediante el coeficiente de Cronbach, después de haber aplicado la encuesta como prueba piloto a 10 empresas se muestra a continuación:

Tabla 7 Análisis de correlación y Alpha Cronbach sección 1. Datos de identificación de la empresa.

Correlaciones			
	ITEM 1	ITEM 2	Apha Cronbach
ITEM 1 Correlación de Pearson	1	.591	.591
ITEM 2 Correlación de Pearson	.591	1	.591
Promedio			.591
Coefficiente Alpha de Cronbach			.743

Elaborado por: El autor

En la tabla 7 se muestra el análisis de confiabilidad interna de los ítems del instrumento de recolección de datos de la sección 1. Datos de identificación de la empresa, mismos que son interpretados con un valor de 0.74, siendo así, ítems aceptables para la aplicación de la misma.

Tabla 8 Análisis de correlación y Alpha Cronbach consolidado sección 2. Toma de decisiones de la empresa.

		Correlaciones					Apha Cronbach
		ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	ITEM 7	
ITEM 3	Correlación de Pearson	1	.716	.175	.289	.602	1.781
ITEM 4	Correlación de Pearson	.716	1	.620	.661	.552	1.833
ITEM 5	Correlación de Pearson	.175	.620	1	.403	.112	.515
ITEM 6	Correlación de Pearson	.289	.661	.403	1	.696	.696
ITEM 7	Correlación de Pearson	.602	.552	.112	.696	1	4.825
Promedio							.483
Coefficiente Alpha de Cronbach							.824

Elaborado por: El autor

Se obtuvo como resultado del análisis de confiabilidad interna del instrumento de recolección de datos de la sección 2. Toma de decisiones de la empresa, un valor de 0.82, lo que indica que los ítems de dicha sección son buenos y aplicables para el estudio. Se evidencia en la tabla 8.

Tabla 9 Análisis de correlación y Alpha Cronbach consolidado sección 3. Gestión que realiza la empresa.

		Correlaciones									Apha Cronbach
		ITEM 8	ITEM 9	ITEM 10	ITEM 11	ITEM 12	ITEM 13	ITEM 14	ITEM 15	ITEM 16	
ITEM 8	Correlación de Pearson	1	.724	.818	.066	.704	.066	.415	.637	.452	3.881
ITEM 9	Correlación de Pearson	.724	1	.921	-.429	.509	.048	.763	.946	.600	3.358
ITEM 10	Correlación de Pearson	.818	.921	1	-.395	.804	.263	.703	.871	.678	2.925
ITEM 11	Correlación de Pearson	.066	-.429	-.395	1	-.218	.048	-.393	-.509	.055	-1.018
ITEM 12	Correlación de Pearson	.704	.509	.804	-.218	1	.509	.389	.481	.583	1.963
ITEM 13	Correlación de Pearson	.066	.048	.263	.048	.509	1	.532	-.024	.600	1.108
ITEM 14	Correlación de Pearson	.415	.763	.703	-.393	.389	.532	1	.671	.609	1.281
ITEM 15	Correlación de Pearson	.637	.946	.871	-.509	.481	-.024	.671	1	.528	.528
ITEM 16	Correlación de Pearson	.452	.600	.678	.055	.583	.600	.609	.528	1	14.025
Promedio											.390
Coefficiente Alpha de Cronbach											.852

Elaborado por: El autor

Mediante la aplicación del Alpha de Cronbach se obtuvo que los ítems de recolección de datos de la sección 3. Gestión que la empresa realiza, un valor de 0.85, lo que evidencia que los ítems son buenos y confiables para la aplicación del instrumento.

Tabla 10 Análisis de correlación y Alpha Cronbach consolidado sección 4. Indicadores financieros de la empresa.

Correlaciones											
	ITEM 17	ITEM 18	ITEM 19	...	ITEM 36	ITEM 37	ITEM 38	ITEM 39	ITEM 40	ITEM 41	Apha Cronbach
ITEM 17 Correlación de Pearson	1	-.396	-.396688	.197	.338	.316	.915	.831	8.021
ITEM 18 Correlación de Pearson	-.396	1	1.000	...	-.221	.373	.080	.156	-.289	-.212	1.129
ITEM 19 Correlación de Pearson	-.396	1.000	1	...	-.221	.373	.080	.156	-.289	-.212	.129
.
.
.
ITEM 36 Correlación de Pearson	.688	-.221	-.221	...	1	-.110	-.165	-.092	.766	.750	1.149
ITEM 37 Correlación de Pearson	.197	.373	.373	...	-.110	1	.716	.582	0.000	-.079	1.219
ITEM 38 Correlación de Pearson	.338	.080	.080	...	-.165	.716	1	.950	.277	.238	1.465
ITEM 39 Correlación de Pearson	.316	.156	.156	...	-.092	.582	.950	1	.361	.381	.741
ITEM 40 Correlación de Pearson	.915	-.289	-.289766	0.000	.277	.361	1	.979	.979
ITEM 41 Correlación de Pearson	.831	-.212	-.212750	-.079	.238	.381	.979	1	71.652
Promedio											.239
Coefficiente Alpha de Cronbach											.887

Elaborado por: El autor

En la tabla 10 se muestra el análisis de correlación y el resultado del Alpha de Cronbach de los ítems de la sección 4. Indicadores financieros de la empresa, de los cuales se obtuvo un valor de 0.887, lo que muestra que los ítems son valiosos y buenos para la investigación.

Tabla 11 Análisis de correlación y Alpha Cronbach consolidado.

	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 37	ITEM 38	ITEM 39	ITEM 40	ITEM 41	Alpha Cronbach
ITEM 1 Correlación de Pears on	1	0.591	0.197	-0.197	-0.338	-0.316	-0.508	-0.457	-5.025
ITEM 2 Correlación de Pears on	0.591	1	0.349	-0.349	-0.45	-0.512	-0.361	-0.381	-5.129
ITEM 3 Correlación de Pears on	0.197	0.349	1	0.167	-0.179	-0.349	0.129	0	8.881
ITEM 37 Correlación de Pears on	-0.197	-0.349	0.167	1	0.716	0.582	0	-0.079	1.219
ITEM 38 Correlación de Pears on	-0.338	-0.45	-0.179	0.716	1	0.95	0.277	0.238	1.465
ITEM 39 Correlación de Pears on	-0.316	-0.512	-0.349	0.582	0.95	1	0.361	0.381	0.741
ITEM 40 Correlación de Pears on	-0.508	-0.361	0.129	0	0.277	0.361	1	0.979	0.979
ITEM 41 Correlación de Pears on	-0.457	-0.381	0	-0.079	0.238	0.381	0.979	1	153.384
Promedio									0.187
Coefficiente Alpha de Cronbach									0.904

Elaborado por: El autor

Con el análisis de confiabilidad interna se pudo observar que todos los ítems del instrumento de recolección de datos son interpretados con un valor 0.90, siendo así, un instrumento válido y confiable. Se procedió a la aplicación de la encuesta en toda la muestra.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El objetivo de la presente investigación es determinar y analizar la situación actual en la que se encuentran las PYMES del sector de Alimentos y Bebidas del DMQ con respecto al uso de indicadores financieros para la toma de decisiones. Debido a que no se han encontrado estudios anteriores relacionados con este tema, existe un limitante para la comparación de resultados.

Finalizado el proceso de aplicación de encuestas a las 29 empresas de acuerdo con la muestra obtenida con los datos obtenidos en la tabla 5, se procedió a tabular los datos

levantados donde se han conseguido los resultados que son presentados a continuación mediante gráficos y tablas:

4.1. Diagnóstico de la situación actual

En la primera sección se encuentran características destacadas de las empresas en estudio, las cuales pertenecen a la clasificación de las pequeñas y medianas empresas del sector de alimentos y bebidas del DMQ. Cabe señalar que la base de datos utilizada para el cálculo de la muestra fue obtenida de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, tal como se mostró en la tabla 4.

La información obtenida nos mostrara la situación actual de las PYMES y como se encuentran frente a la toma de decisiones y la utilización de indicadores financieros.

Actividad Económica

La figura 7 se evidencia muestra que la mayor parte de las empresas pertenecen al sector de alimentos.



Figura 7 – Actividad Económica.
Elaborado por: El autor

Característica de la empresa

Con respecto a las características de las empresas se obtuvo que la mayoría de las empresas seleccionadas pertenecen al sector productivo, lo que evidencia la importancia de las PYMES de alimentos y bebidas en el sector industrial de la ciudad de Quito, como se muestra en la figura 8:

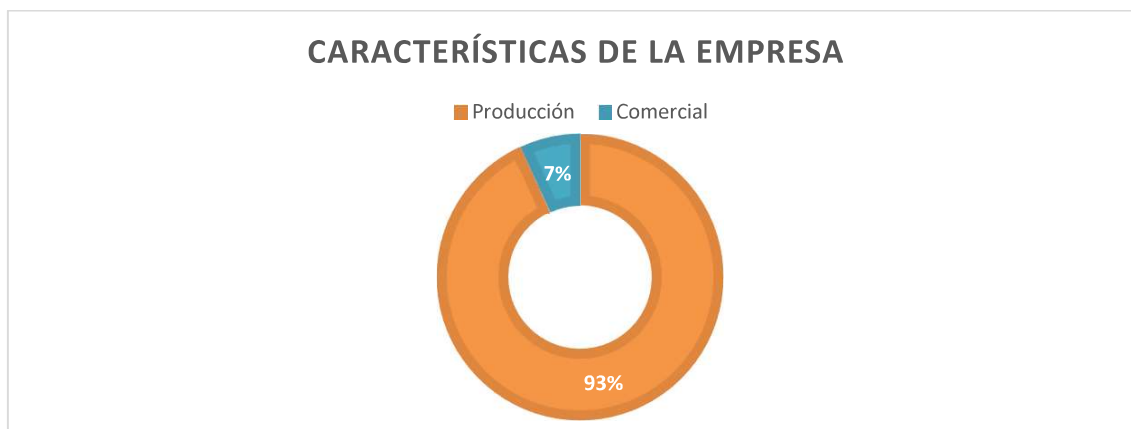


Figura 8 – Característica de la empresa
Elaborado por: El autor

Número de empleados

La figura 9 se muestra que el 45% del total de las empresas bajo estudio poseen de 1 a 9 empleados, definiéndolas como pequeñas empresas; y con un 34% las empresas que poseen de 10 a 49 empleados, lo cual se considera como pequeñas y medianas empresas.

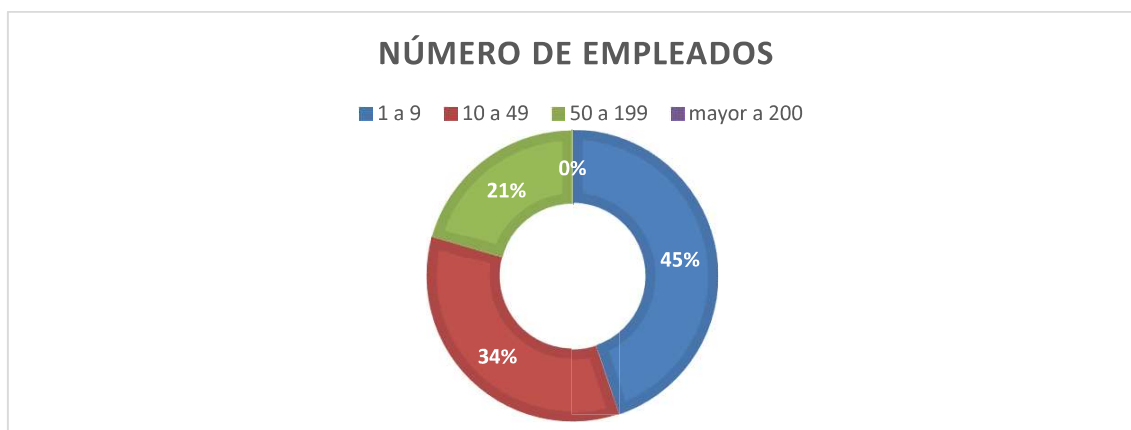


Figura 9 – Número de empleados.
Elaborado por: El autor

Grupo al que pertenece la empresa

Con respecto a que grupo pertenecen empresas de estudio se obtuvo que todas las PYMES son Nacionales, por lo que, se evidencia que la capacidad de la ciudad frente a un desarrollo económico, como se muestra en la figura 10:



Figura 10 – Grupo al que pertenece la empresa.
Elaborado por: El autor.

Años en el mercado

En la figura 11 se muestra que más de la mitad de la muestra llevan más de 10 años de funcionamiento, con un tiempo de 4 a 6 años la cuarta parte de las empresas, seguido de un lapso de 7 a 9 años, siendo estos los porcentajes más relevantes. En general se puede concluir que la mayoría de las PYMES cuentan con una larga trayectoria en el mercado.

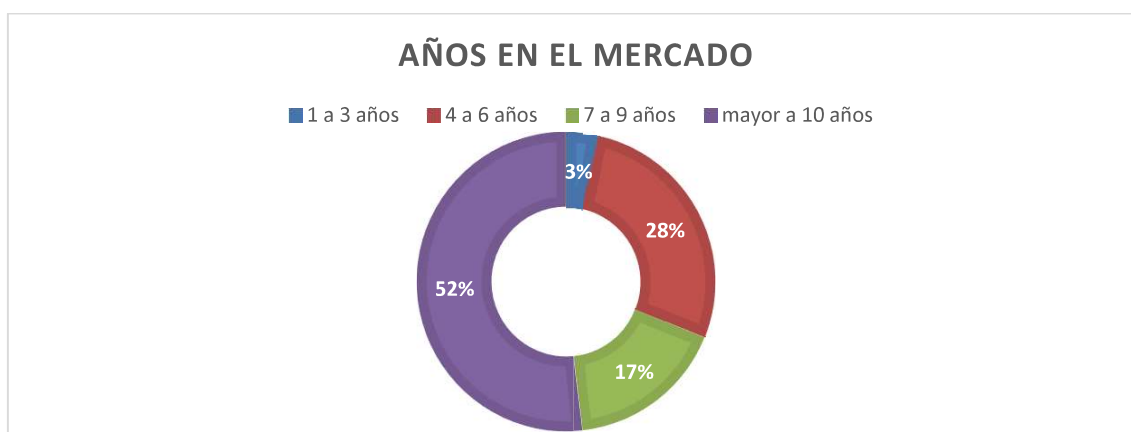


Figura 11 – Años en el mercado.
Elaborado por: El autor

Participación en programas de apoyo para PYMES

En la figura 12 se evidencia que el 62% no ha participado en ningún programa de apoyo para PYMES, el 21% de la población en estudio ha participado en programas de apoyo para las PYMES con el Ministerio de la Industria y con la Cámara de la pequeña y mediana empresa de pichincha un 14%. En general se puede decir que la mayoría de las empresas no participan de programas de apoyo o desconocen de los mismos.

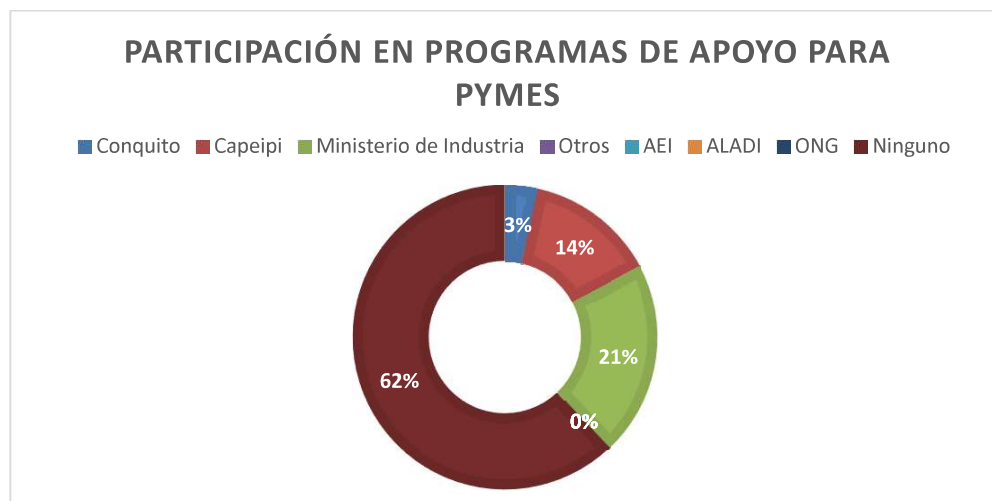


Figura 12 –Participación en programas de apoyo para PYMES.
Elaborado por: El autor.

Proveniencia de la empresa

En la figura 13 se muestra que la mayoría de la muestra en estudio son de proveniencia de emprendimientos familiares y una parte significativa pertenece a otros, lo cual nos permite decir que todavía se debe introducir en el sector las incubadoras de empresas y startups.

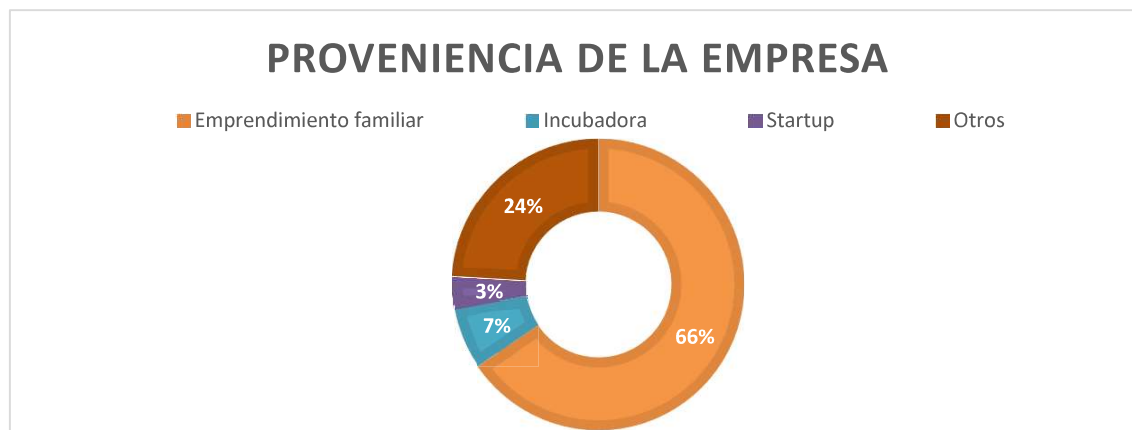


Figura 13 – Proveniencia de la empresa.
Elaborado por: El autor

Lugares donde ofertan sus productos

Con respecto a lugares donde ofertan los productos las PYMES de estudio se obtuvo que más del 60% ofertan sus productos en Supermercados/Tiendas y el 31% realizan venta directa. En general se puede evidenciar que la producción de las PYMES del sector es alta para poder ofertar en supermercados con demandas elevadas diarias de productos, como se muestra en la figura 14:

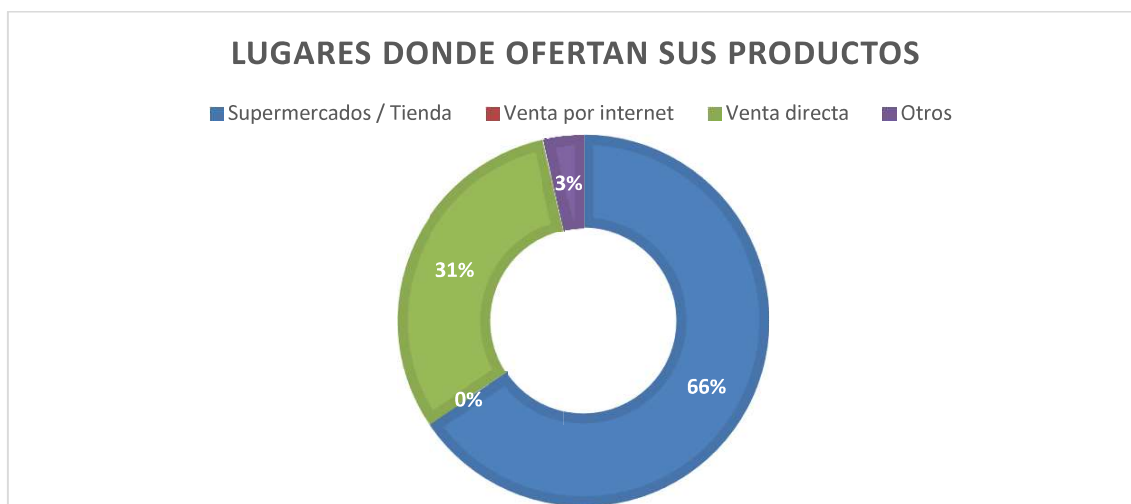


Figura 14 – Lugares donde ofertan sus productos.
Elaborado por: El autor

Principal fuente de financiamiento

La figura 15 se evidencia que en su mayoría las empresas de estudio son financiadas por la Banca privada y mediante aportes propios, lo que nos indica que la Banca privada es más accesible para realizar un financiamiento.

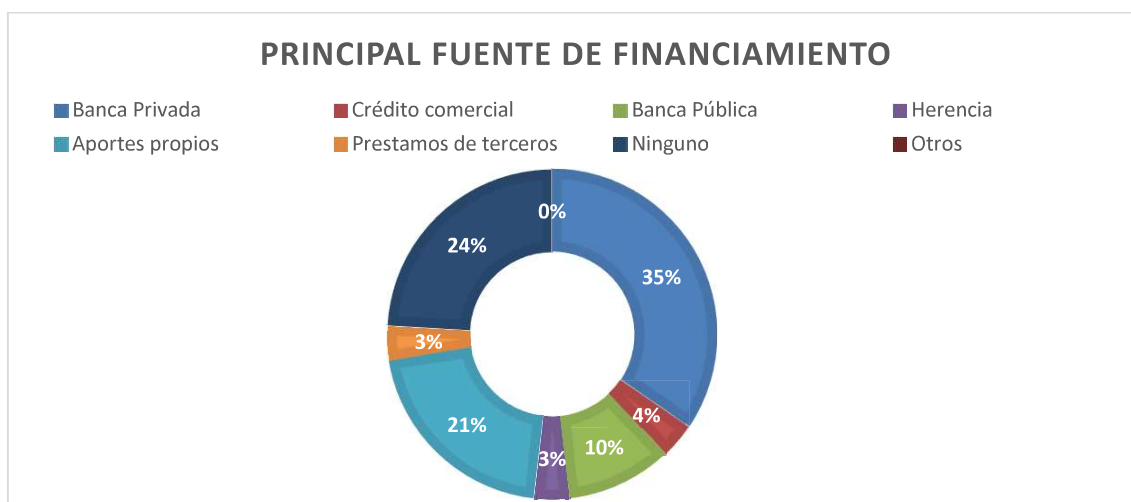


Figura 15 – Principal fuente de financiamiento.
Elaborado por: El autor

Consideraciones

La tabla 12 nos muestra que el 41% considera que necesita actualmente un financiamiento y el 45% del total del estudio considera que la competencia si ayuda a fortalecer su empresa.

Tabla 12 Consideraciones de las empresas.

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	0% - 24%	25% - 49%	50% - 74%	75% - 99%	100%
	1	2	3	4	5
Considera que su empresa necesita actualmente financiamiento	7%	10%	17%	41%	24%
Considera que la competencia le ayuda a fortalecer su empresa	3%	0%	14%	45%	38%

Elaborado por: El autor

4.2. Toma de decisiones y gestión de las empresas.

En esta sección se pretende conocer como las empresas en estudio toman decisiones en su organización y cuál es la gestión que realizan.

Tabla 13 Consideraciones en toma de decisiones y gestión de las empresas.

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	0% - 24%	25% - 49%	50% - 74%	75% - 99%	100%
	1	2	3	4	5
Utilizan herramientas para la tomar decisiones	14%	0%	24%	17%	45%
La toma de decisiones la utilizan como una estrategia	7%	3%	14%	31%	45%
Mantienen fundamentos cuantificables al momento de tomar	0%	0%	14%	45%	41%
Tienen un proceso establecido para estructurar decisiones	0%	10%	34%	21%	34%
Consideran un plan de acción para tomar una decisión	0%	7%	28%	31%	34%
La forma en que se desempeñan en el mercado es importante	0%	0%	7%	41%	52%
Mantienen o interpretan resultados financieros periódicamente	0%	0%	7%	31%	62%
Conocen la capacidad de la empresa para enfrentar obligaciones	0%	0%	10%	28%	62%
Mantienen inventarios constantes (mensuales- trimestrales)	7%	10%	14%	10%	59%
Conocen la importancia de utilizar indicadores financieros	0%	7%	7%	10%	76%
Mantienen estados contables actualizados	0%	0%	10%	24%	66%
La empresa mantiene una buena solvencia financiera	3%	0%	28%	28%	41%
La empresa mantiene gestion financiera	0%	3%	28%	17%	52%
Conocen los datos reales de los activos que la empresa posee.	0%	3%	10%	17%	69%

Elaborado por: El autor

En la Tabla 13 se evidencia que el 76% de las empresas conocen la importancia de los indicadores financieros en la organización; conocen los datos reales de los activos que poseen la empresa el 69%; el 66% de la muestra de estudio mantienen estados contables actualizados; mantienen o interpretan resultados financieros periódicamente y conocen la capacidad de la empresa para enfrentar obligaciones el 62%; el 59% mantienen inventarios constantes (mensuales – trimestrales); La forma en que se desempeñan en el mercado es importante para la empresa y mantienen gestión financiera el 52%; el 45% del estudio utilizan herramientas para la toma de decisiones y que las utilizan como una estrategia dentro de la organización; mantienen fundamentos cuantificables al momento de tomar decisiones el 41% y el 34% están totalmente de acuerdo en tener un proceso establecido para la estructuración de la toma de decisiones y consideran un plan de acción para tomar una decisión.

4.3. Identificación de indicadores financieros

Se busca conocer la situación real de que tan involucrada se encuentran las PYMES del sector de alimentos y bebidas del DMQ con los indicadores financieros.

Los objetivos de la empresa están ligados con:

La figura 16 nos muestra que la mayoría de los objetivos de las PYMES en estudio se encuentran ligados a la Misión y Visión de la organización, por lo que, se puede decir que los objetivos se encuentran ligados con el marco estratégico de las empresas.

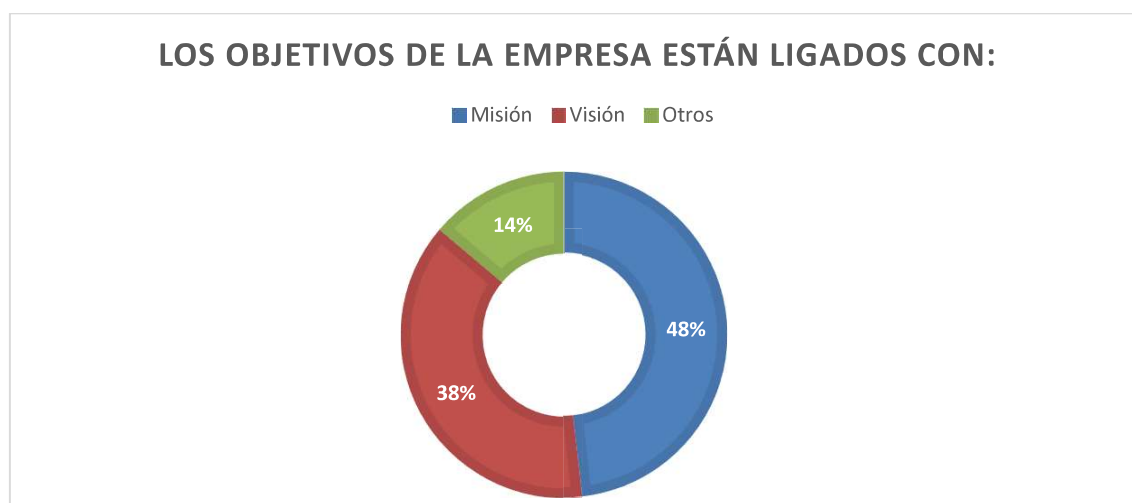


Figura 16 – Relación de los Objetivos de la empresa.
Elaborado por: El autor

Garantías de las estrategias

El 45% de la muestra en estudio están de acuerdo que sus estrategias garantizan una estabilidad financiera, por otro lado, el 24% piensa que sus estrategias están ligadas al cumplimiento de la empresa, como se muestra en la figura 17:



Figura 17 – Garantías de las empresas.
Elaborado por: El autor

Situación actual de los indicadores financieros en las empresas

En la tabla 14 se evidencia que el 52% de las empresas de estudio conocen donde se encuentran sus brechas de metas y resultados; conocen o saben cómo va la ejecución de planes y el grado de obtención de resultados el 45%; el 31% saben cómo tomar decisiones organizacionales de forma más adecuada; consideran que las decisiones tomadas fueron las más adecuadas el 28% y el 24% cuenta con recursos para financiar planes a futuro.

Tabla 14 Situación actual de los indicadores financieros en las empresas.

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	0% - 24%	25% - 49%	50% - 74%	75% - 99%	100%
	1	2	3	4	5
La empresa cuenta con recursos para financiar planes a futuro	10%	21%	24%	21%	24%
Conoce o sabe como va la ejecución de planes	3%	3%	21%	28%	45%
Conoce donde están las brechas de metas y resultados	3%	0%	24%	21%	52%
Considera que las decisiones tomadas fueron las más adecuadas	0%	3%	14%	55%	28%
Conoce el grado de obtención de resultados	0%	0%	17%	38%	45%
Sabe como tomar decisiones organizacionales de forma mas adecuada	0%	0%	31%	38%	31%

Elaborado por: El autor

Indicadores financieros que las empresas utilizan

Tabla 15 Indicadores financieros

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	0% - 24%	25% - 49%	50% - 74%	75% - 99%	100%
	1	2	3	4	5
INDICADORES DE LIQUIDEZ					
Utiliza el indicador de Liquidez Corriente	3%	0%	21%	21%	55%
Utiliza el indicador de Prueba Ácida	10%	17%	14%	17%	41%
INDICADORES DE SOLVENCIA					
Utiliza el indicador de Endeudamiento del activo	3%	3%	31%	21%	41%
Utiliza el indicador de Endeudamiento Patrimonial	7%	21%	21%	17%	34%
Utiliza el indicador de Endeudamiento del Activo Fijo	7%	21%	24%	7%	41%
Utiliza el indicador de Apalancamiento	7%	14%	21%	17%	41%
INDICADORES DE GESTIÓN					
Utiliza el indicador de Rotación de Cartera	10%	7%	24%	21%	38%
Utiliza el indicador de Rotación de Activo Fijo	10%	7%	38%	14%	31%
Utiliza el indicador de Rotación de Ventas	3%	14%	31%	17%	34%
Utiliza el indicador de Período Medio de Cobranza	14%	7%	24%	17%	38%
Utiliza el indicador de Período Medio de Pago	14%	21%	14%	14%	38%
Utiliza el indicador de Impacto Gastos de Administración y Ventas	10%	21%	28%	14%	28%
Utiliza el indicador de Impacto de la carga financiera	14%	28%	17%	10%	31%
INDICADORES DE RENTABILIDAD					
Utiliza el indicador de Rentabilidad neta del activo (DuPont)	10%	14%	31%	17%	28%
Utiliza el indicador de Margen Bruto	7%	0%	21%	21%	52%
Utiliza el indicador de Margen Operacional	10%	3%	24%	17%	45%
Utiliza el indicador de Margen Neto	7%	0%	28%	7%	59%
Utiliza el indicador de Rentabilidad Operacional del Patrimonio	21%	3%	24%	14%	38%
Utiliza el indicador de Rentabilidad Financiera	24%	3%	21%	7%	45%

Elaborado por: El autor

Indicadores de liquidez: El 55% del total de las empresas utilizan el indicador de liquidez corriente y el 41% de la muestra utiliza el indicador de prueba ácida, como se muestra en la tabla 15.

Indicadores de solvencia: En la tabla 15 se muestra que el 41% de las empresas en estudio utilizan los indicadores de endeudamiento del activo, endeudamiento del activo fijo y apalancamiento; y el indicador de endeudamiento patrimonial utiliza el 34%.

Indicadores de gestión: El 38% de las PYMES del sector en estudio utilizan los indicadores de rotación de cartera, periodo medio de cobranza y periodo medio de pago; el indicador de rotación de ventas utiliza el 34%; el 31% utilizan los indicadores de rotación de activos fijos e impacto de la carga financiera; y el indicador de impacto de gastos de administración y ventas es utilizado por el 28%, como se evidencia en la tabla 15.

Indicadores de rentabilidad: La tabla 15 se muestra que el 59% de las empresas bajo estudio utilizan el indicador de margen neto; el indicador de margen bruto utiliza el 52%; el 45% utilizan los indicadores de margen operacional y rentabilidad financiera; el indicador de rentabilidad operacional del patrimonio es utilizado por el 38% y el 28% utiliza el indicador de rentabilidad neta del activo (DuPont).

4.4. Propuesta de indicadores financieros.

La investigación busca contribuir a las PYMES de sector de alimentos y bebidas con indicadores financieros, que les permitan evaluar la situación actual en la que se encuentran, de forma que, tomen decisiones de acuerdo con la realidad de las empresas, específicamente decisiones del área financiera, ya que, la presente área es un pilar fundamental para el desarrollo de la organización.

La propuesta se detalla a continuación basada en los resultados obtenidos del estudio de campo, visto en 4.3. Indicadores financieros.

Se propone a las PYMES la utilización de plantillas de cálculo las que permiten generar reportes contables, también, pueden utilizar plantillas o macros apoyándose de la herramienta Excel para poder ingresar información financiera mensual y así poder utilizar indicadores financieros con información actualizada y real.

Debido a que las PYMES tienen una estructura y factores diferentes, se podrían ajustar mejor a los indicadores de gestión y rentabilidad, los cuales son fundamentales para las PYMES del sector de alimentos y bebidas. Se pueden apartar los indicadores de solvencia, debido a que, las PYMES en su mayoría cuentan con recursos propios y se encuentran poco expuestos a endeudarse en grandes cantidades. Así mismo, los indicadores de solvencia no son de gran utilidad en este tipo de empresas por el mismo motivo de los de liquidez, aunque la mayoría de las PYMES pueden acceder a créditos bancarios y pueden adquirir compromisos financieros, se podría considerar su posible uso en un mediano o largo plazo.

Se propone utilizar siete indicadores con la información que se obtenga de los reportes contables, los cuales servirán para el desarrollo de la empresa y la toma de decisiones.

- Rotación de cartera

Este indicador nos muestra el número de veces que giran las cuentas por cobrar, es decir, las ventas realizadas sobre el promedio de las cuentas por cobrar. Para poder aplicar este indicador se debe tener información histórica de un año. Su uso es justificado debido a que la mayoría de las PYMES del sector en estudio realizan sus ventas en supermercados y/o tiendas por lo que en su mayoría entregan a crédito hasta realizar la venta al consumidor final; o también se tienen el caso de que entregan su mercadería, pero tienen un día específico al mes para cobrar dicho valor por la mercadería otorgada. Por lo que, no se recupera de forma inmediata la inversión.

- Rotación de activo fijo

Este indicador se lo debe considerar debido a que nos indica la inversión de nuestros activos en referencia con las ventas realizadas, si su valor es muy alto la empresa debe tener cuidado, ya que pone en riesgo sus activos fijos.

- Periodo medio de cobranza

Ratio que indica a la empresa cuánto tardará la totalidad de la cartera en convertirse en efectivo, esto con la finalidad de determinar si el periodo de cobro es el adecuado, este plazo de cobro es establecido por la empresa dentro de la política de ventas.

- Margen operacional

Este indicador es de gran importancia, debido a que mide la utilidad operacional sobre las ventas, es decir, muestra los gastos operaciones o de administración sobre las ventas efectuadas, en caso de que los gastos sean mayores que las ventas nos darían una alerta de que algo no está funcionando de forma correcta en la empresa y poder realizar correctivos a tiempo.

- Margen neto

Muestra la utilidad neta sobre las ventas netas de la empresa, es importante conocer la procedencia de la utilidad de la empresa debido a que esta puede tener irregularidades o ser inestable para la pyme, como de concluyo en el indicador de margen operacional.

Otros indicadores que se sugiere utilizar son:

- Capital de trabajo

Esta ratio permitirá a las PYMES del sector de alimentos y bebidas conocer dentro de un periodo menor a un año que activos de la empresa se convierten en efectivo, este indicador este compuesto por efectivo, cuentas por cobrar e inventarios.

- Margen de contribución

Este indicador corresponde a los gastos que están destinados a cubrir los costos fijos de la empresa, es justificado debido a que, tienen un control de los valores que están siendo destinados a esta actividad y de esa forma poder validar si son realmente necesarios, esto puede considerarse para realizar futuras inversiones.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En base a los resultados obtenidos se establecen las siguientes conclusiones como respuesta a la pregunta de investigación y a los objetivos específicos planteados al inicio, adicional, se recomiendan ciertas acciones para complementar la investigación.

5.1. Conclusiones

- La concentración de las empresas en estudio se caracteriza por pertenecer al sector productivo y tener una participación en el mercado más de diez años con un grupo de trabajo de 49 personas aproximadamente; tomando en cuenta que los alimentos y bebidas son los productos con alta demanda en el mercado y de mayor consumo, estos en su mayoría son ofertados en supermercados y venta directa.
- Se obtuvo que, toda la muestra en estudio pertenece al mercado Nacional del cual, el 72% pertenece al sector de alimentos y más del 60% no participan actualmente de ningún programa de apoyo para PYMES, las mismas que provienen de emprendimientos familiares cuyo financiamiento en gran parte procede de la banca privada, por lo que, la mayoría está de acuerdo que su empresa necesita en la actualidad un financiamiento y para fortalecer su organización consideran que el mejor factor es la competencia.
- Más del 45% de las PYMES de la industria de alimentos y bebidas mantienen o interpretan resultados financieros periódicamente y conocen sobre la importancia de utilizar indicadores financieros, lo que significa que las PYMES se encuentran involucradas en implementar estas herramientas para la toma de decisiones ya que consideran importante la forma en la que se desempeñan en el mercado y para ello mantienen fundamentos cuantificables en cuales basan sus decisiones
- En cuanto a la gestión que las empresas realizan para tomar decisiones basadas en herramientas cuantificables de forma que estas minimicen el sesgo de error mediante un proceso establecido para estructurar decisiones considerando la mayor parte de tiempo un plan de acción, se obtuvo, que más del 50% de las empresas en estudio conocen los datos reales de los activos que poseen y la capacidad de las mismas para enfrentarse a obligaciones debido a que mantienen estados contables actualizados e inventarios constantes (mensuales – trimestrales), lo que muestra, la situación actual de su empresa y como sostienen la solvencia financiera.
- Se concluye en el presente trabajo que los indicadores que utilizan las empresas en su mayoría son de liquidez y rentabilidad; más del 28% de las PYMES tienen

implementado ya todos los indicadores. Lo que evidencia que el uso de los indicadores es limitado, debido a que, el 76% no conoce con exactitud cómo va la ejecución de planes en su empresa y más del 60% de las PYMES en estudio no están totalmente seguras de saber cómo tomar decisiones organizacionales de forma más adecuada.

- En la sección de indicadores de rentabilidad, el más utilizado en las PYMES del sector de alimentos y bebidas es el indicador de Margen neto con el 59%, en segundo lugar, se encuentra el indicador de margen bruto con 52%, en tercer lugar, están los indicadores de margen operacional y rentabilidad financiera con el 45% y por último se encuentran los indicadores de rentabilidad operacional del patrimonio con 38% y rentabilidad neta del activo (Dupont) con 28%, el cual, es uno de los indicadores que es poco empleado, debido a que su estructura mantiene cuentas que una pyme no puede obtener tanto por su volumen de ventas y/o su estructura en general.
- El 41% de las PYMES de la industria de alimentos y bebidas del DMQ manejan indicadores de endeudamiento del activo, endeudamiento del activo fijo y apalancamiento; lo que muestra que, un porcentaje de estas empresas utilizan indicadores de solvencia, lo que es atractivo para futuros acreedores ya que la organización conoce de su situación financiera y que tan sostenible es con el tiempo.
- Los indicadores con menos porcentaje de utilización son los de gestión, por lo que se evidencia solo el 38% de las PYMES evalúan el desempeño de su organización, con respecto al pago de obligaciones y grado de recuperación de los procesos efectuados.
- Mediante el estudio realizado se obtuvo que los indicadores que mejor se ajustan a la realidad de las PYMES del sector de alimentos y bebidas del DMQ son los indicadores de liquidez corriente, prueba ácida, endeudamiento del activo, endeudamiento del activo fijo, apalancamiento, margen bruto, margen operacional, margen neto y rentabilidad financiera.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las empresas incorporar en su nómina de empleados personas con capacidades financieras que colaboren con la implementación de indicadores, debido a que estas herramientas permiten fortalecer a la organización en la toma de decisiones, cabe recalcar que el mejor apoyo para la toma de decisiones son los indicadores ya que estos nos brindan alta calidad de información que corresponde a mayor posibilidad de éxito.
- Se recomienda seguir dentro de esta línea de investigación para poder fortalecer estudios con relación a indicadores financieros de diversos sectores económicos, tales como metalmecánico, textil, turístico, entre otros; con la finalidad de que todos los sectores mantengan implementados en su estructura financiera herramientas que les permita la toma de decisiones de forma más adecuada y así evitar futuros riesgos. También se puede considerar la presente investigación para ser replicada en microempresas debido a que su estructura empresarial es distinta.
- Finalmente, las PYMES en la actualidad buscan mejorar la toma de decisiones dentro de su organización, por lo cual, el presente estudio es un sustento teórico válido para que las organizaciones puedan evidenciar a través de cifras reales la situación de las empresas en el DMQ.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcántara, M. (2013). *Indicadores Financieros*. Sahagún: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo .
- Amaya, J. (2010). *Toma de decisiones gerenciales: Métodos cuantitativos para la administración*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Ansoff, I. (1965). *Corporate Strategy: An Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion*. New York: McGraw-Hill.
- Araque, W. (2011). *Prácticas de la gerencia financiera en la empresa ecuatoriana*. Quito: Observatorio Pyme Universidad Andina Simón Bolívar.
- Arevalo, D., & Padilla, C. (2010). *Medición de la Confiabilidad del Aprendizaje del programa RSEstudio Mediante el Alfa de Cronbach*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Aroca, A. (2017). *La gestión financiera y la toma de decisiones en la empresa Radical Cosmetics S.A*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación. Tercera Edición*. Colombia: Pearson Educación.
- Bojórquez, J., López, L., Hernández, M., & Jiménez, E. (2013). *Utilización del alfa de Cronbach para validar la confiabilidad de un instrumento de medición de satisfacción del estudiante en el uso del software Minitab*. Cancun: Eleventh LACCEI Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology.
- Bracker, J. (1980). The Historical Development of the Strategic Management Concept. En *Academy of Management Review* 5.
- Bustamante, G. (2011). *Aproximación al muestreo estadístico en investigaciones científicas*. Obtenido de Revista de Actualización Clínica Investigación: http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?pid=S2304-37682011000700006&script=sci_arttext&tlng=es
- Cámara de Comercio de Quito. (15 de Junio de 2017). *Clasificación de las PYMES, Pequeña y Mediana Empresa*. Obtenido de Boletín Jurídico: http://www.ccq.ec/wp-content/uploads/2017/06/Consulta_Societaria_Junio_2017.pdf
- Cárcaba, A. (2001). *El uso de indicadores financieros en el análisis de la información contable pública. Una aplicación a los ayuntamientos asturianos*. Oviedo: Revista Asturiana de Economía - Rae N°1.

- Cervantes, V. (2005). *Interpretación del Coeficiente Alpha de Cronbach*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Chiavenato, I., & Sapiro, A. (2017). *Planeación Estratégica*. McGraw-Hill Interoamericana.
- Coromoto, A., Romero, R., & Parroquín, P. (2017). *Validación por expertos de un instrumento para la identificación de Habilidades y Competencias de un profesional en el área de Logística*. Juárez: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- Cortada, N. (2008). *Los Sesgos Cognitivos en la Toma de Decisiones*. Buenos Aires: ISSN 2011.
- De la Hoz, E., Fontalvo, T., & Morelos, J. (26 de marzo de 2012). *Aplicación de análisis discriminante para evaluar el mejoramiento de los indicadores financieros en las empresas del sector alimento de Barranquilla - Colombia*. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-33052012000300006&script=sci_arttext&tlng=pt
- Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas. (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)*. Nueva York: Revisión 4.
- Domench, P., Dallo, F., Alegría, S., & Rodriguez, M. (2016). *Estados contables*. Ediciones Pirámide.
- Drucker, P. (1954). *The price of Management*. New York: Harper & Brothers.
- Dussan, T. (2012). *Indicadores financieros*. Colombia: Universidad Surcolombiana.
- Dzul, M. (2006). *Unidad 3: Aplicación básica de métodos científicos*. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Gallagher, C., & Watson, H. (1982). *Métodos cuantitativos para la toma de decisiones en Administración*. México: McGraw-Hill.
- García, H., & Matus, J. (2013). *Estadística Descriptiva e Inferencial*. México: Colegio de Bachilleres.
- Garza, R., González, C., & Salinas, E. (2007). Toma de decisiones empresariales: Un enfoque multicriterio multiexperto. *Ingeniería Industrial Vol XXVIII N° 1* , 29-36.
- Garzón, M., & Fischer, A. (2010). *El aprendizaje organizacional, prueba piloto de instrumentos tipo Likert*. University of Puerto Rico - Rio Piedras Campus.
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update (4th ed.)*. Boston: Allyn & Bacon.
- Gómez, L. (2015). Importancia de análisis e Interpretación de los Estados Financieros con Base en las Razones Financieras para la Toma de Decisiones. En L. Gómez, *Gestión de las Organizaciones rumbo al 3er milenio*. Cohauilla: XIX Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas.

- González, P., & Bermúdez, T. (2009). *Fuentes de información, indicadores y herramientas más usadas por gerentes de Mipyme en Cali, Colombia*. Cali: Contaduría y Administración.
- Guerrero, J., Lozano, J., & Granados, O. (2014). *Indicadores relevantes para la toma de decisiones en el sistema de gestión integral de la policía nacional*. Medellín.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2004). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- INEC. (15 de Junio de 2016). *Ecuador en cifras*. Obtenido de Directorio de empresas y establecimientos 2015.: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2015/Principales_Resultados_DIEE2015.pdf
- Jordi, E. (2003). *Tipos de Muestreo*. Barcelona: Rev. Epidem.
- López, P., & Roldán, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Maldonado, J. (2016). *La estrategia empresarial*. Obtenido de https://www.academia.edu/27474767/ESTRATEGIA_EMPRESARIAL.pdf
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Educación.
- Manzano, V. (2013). *El tamaño de la muestra*. España: REBIUM.
- Mintzberg, & Waters. (1985). Of Strategies, Deliberate and Emergent. En *Strategic Management Journal* (págs. 257-272).
- Morelos, J., Fontalvo, T., & Hoz, E. d. (2012). *Análisis de los indicadores financieros en las sociedades prtuarias de colombia*. Cartagena: Unilibre Cali.
- Nava, M. (2009). *Análisis Financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente*. Zuia: RVG.
- Ospina, A., Castro, M., Jiménez, S., Giraldo, S., & Restrepo, L. (2017). *Análisis del balance e indicadores financieros de una compañía bancaria*. . Medellín: Memorias VIII.
- Pulgarín, S., & Rivera, H. (2012). Las herramientas estratégicas un apoyo al proceso de toma de decisiones gerenciales. En C. Libre. ISSN 1900-0642.
- Randstad. (24 de Abril de 2017). *El proceso de toma de decisiones*. Obtenido de <https://www.randstad.es/tendencias360/el-proceso-de-toma-de-decisiones/>
- Reyes, M. (2014). *Unidad de aprendizaje: Teoría de Decisiones*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Robbins, S. (1987). *Administración Teórica y Práctica*. México: Prentice-Hall Hispanoamerica S.A.
- Rodríguez, D., & Valldeoriola, J. (2013). *Metodología de la investigación*. Catalunya: Universitat Oberta de Catalunya.

- Romero, Á. (2011). *Cantabilidad Intermedia: NIF A-6, A-7, C-1, C-2, C-3, C-4, C-5, C-6, C-8, C-9, C-11, inventarios perpetuos, cuentas de orden*.
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Sanca, M. (2011). Tipos de Investigación científica. *Rev. Act. Clin. Med [online]*, 621 - 624.
- Solano, A. (2016). *Toma de decisiones gerenciales*. Tecnología en Marcha Vol 16 N°3.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2017). *Empresas sujetas al control de la supeintendencia de compañías, valores y seguros*. Obtenido de Ranking Empresarial - Provincia del Pichincha: <https://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/rankingCias.zul?id=17&tipo=2>
- Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros. (2004). *Tabla de Indicadores*. Quito: Supercias del Ecuador.
- Thompson, I. (julio de 2006). *Promonegocios*. Obtenido de Definición de encuesta: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion-1p.html>
- Universidad de Investigaciones y Postgrado. (2010). Capítulo 7: Medios, Instrumentos, Técnicas y Métodos en la Recolección de Datos e Información. Caracas: Dirección de Investigaciones y Postgrado.
- Universidad Nacional Abierta. (2011). Capítulo 7: Medio, Instrumentos, Técnicas y Métodos en la Recolección de Datos e Información. En E. López, *Metodología de la Investigación II* (págs. 235 - 341). Caracas: ISBN 978-980-236-705-4.
- Villavicencio, E., Ruiz, V., & Cabrera, A. (2016). Validación de Cuestionarios. *Revista OACTIVA UC Cuenca*, 71 - 76.
- Vitoriano, B. (2007). *Teoría de la Decisión: Decisión con Incertidumbre, Decisión Multicriterio y Teoría de Juegos*. Madrid: Universidad Complutense Madrid.
- Yance, C., Solis, L., Burgos, I., & Hermida, L. (2017). La Importancia de las Pymes en el Ecuador. *Observatorio de la Economía*, En línea.
- Yepes, G., & Dianderas, A. (1996). *Water & Wastewater Utilities Indicators 2nd Edition*. Washington: International Bank for Reconstruction and Development.

ANEXOS

Anexo I – Formato para la validación de contenido.

CONSISTENCIA DEL INSTRUMENTO: PRUEBA PILOTO

Indicación: Señor(a) se solicita su colaboración para evaluar el cuestionario presente.

Califique cada una de las preguntas, colocando una “X” en la casilla que considere conveniente, según su criterio.

Por cada pregunta se considera una escala de 1 a 5 donde:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	Preguntas	Puntaje					Total
		1	2	3	4	5	
Sección 1: Datos de Identificación de la Empresa							
1	Considera que su empresa necesita actualmente financiamiento						
2	El éxito de su negocio es la forma de tomar de decisiones						
3	Es importante para su empresa el incremento de demanda						
4	Considera que la competencia le ayuda a fortalecer su empresa						
Sección 2: Toma de decisiones de la empresa							
5	Es importante para la empresa la toma de decisiones						
6	Utilizan herramientas para la tomar decisiones						
7	La toma de decisiones la utilizan como una estrategia empresarial						
8	Mantienen fundamentos cuantificables al momento toma de decisión						
9	Contemplan o realizan cambios en las decisiones tomadas anteriormente						
10	Evalúan riesgos antes de tomar una decisión						
11	Tienen un proceso establecido para estructurar decisiones						
12	Consideran un plan de acción para tomar una decisión						
Sección 3: Gestión que realiza la empresa							
13	La forma en que se desempeñan en el mercado es importante						
14	Mantienen o interpretan resultados financieros periódicamente						
15	Conocen la capacidad de la empresa para enfrentar obligaciones						
16	Mantienen inventarios constantes (mensuales- trimestrales)						
17	Conocen la importancia de utilizar indicadores financieros						
18	Utilizan contabilidad financiera						
19	Mantienen estados contables actualizados						
20	Conocen la solvencia financiera de la empresa.						
21	Conocen la gestión financiera que realiza la empresa						
22	Conocen la rentabilidad de su empresa						
23	Conocen los datos reales de los activos que la empresa posee.						

24	En qué medida tienen en cuenta los gastos e ingresos de la empresa								
----	--	--	--	--	--	--	--	--	--

N°	Preguntas	Puntaje					Total
		1	2	3	4	5	
Sección 4: Indicadores financieros de la empresa							
25	La empresa cuenta con recursos para financiar planes a futuro						
26	Conoce o sabe cómo va la ejecución de planes						
27	Conoce donde están las brechas de metas y resultados						
28	Que tan eficiente está utilizando los recursos de la empresa						
29	Qué tan eficiente está cumpliendo los objetivos						
30	Conoce cuál es el grado de obtención de resultados						
31	Sabe cómo tomar decisiones organizacionales más adecuadas						
32	Utiliza el indicador de Liquidez Corriente						
33	Utiliza el indicador de Prueba Ácida						
34	Utiliza el indicador de Endeudamiento del activo						
35	Utiliza el indicador de Endeudamiento Patrimonial						
36	Utiliza el indicador de Endeudamiento del Activo fijo						
37	Utiliza el indicador de Apalancamiento						
38	Utiliza el indicador de Rotación de Cartera						
39	Utiliza el indicador de Rotación de activo fijo						
40	Utiliza el indicador de Rotación de ventas						
Sección 4: Indicadores financieros de la empresa							
41	Utiliza el indicador de Periodo Medio de Cobranza						
42	Utiliza el indicador de Periodo Medio de Pago						
43	Utiliza el indicador de Impacto Gasto de Administración y Ventas						
44	Utiliza el indicador de Impacto de carga financiera						
45	Utiliza el indicador de Rentabilidad neta del activo (Dupont)						
46	Utiliza el indicador de Margen Bruto						
47	Utiliza el indicador de Margen Operacional						
48	Utiliza el indicador de Margen Neto						
49	Utiliza el indicador de Rentabilidad Operacional del Patrimonio						
50	Utiliza el indicador de Rentabilidad financiera						

UAI: Utilidad antes de Impuestos

UAI: Utilidad antes de Impuestos e Intereses

UO: Utilidad Operacional

Recomendaciones:

Apellidos y Nombres:
Grado de institución:
Firma:

Anexo II – Formato encuesta piloto.

LA PRESENTE INVESTIGACIÓN TIENE COMO OBJETIVO DEFINIR INDICADORES FINANCIEROS PARA LAS PYMES DEL SECTOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Sección 1: Datos de Identificación de la Empresa

Nombre / Razón Social:

Actividad Económica Principal:

Alimentos

Bebidas

Características de la empresa:

Manufacturera

Comercial

Servicios

Nombre del Encuestado:

Cargo:

Email:

Teléfono:

Actualmente: ¿Cuántos empleados hay en su empresa?

1 a 9

10 a 49

50 a 199

mayor a 200

Seleccione a que grupo pertenece su empresa

Nacional

Internacional

¿Cuántos años tiene la empresa desde su constitución legal?

1 a 3 años

4 a 6 años

7 a 9 años

mayor a 10 años

Actualmente: ¿La empresa participa de algún programa de apoyo a PYMES?

Conquito

Capeipi

Ministerio de Industria

ONG

AEI

ALADI

Otros

Ninguno

Su empresa proviene de:

Incubadora

Startup

otros

¿Dónde ofertan sus productos?

Venta directa

Tiendas

Supermercados

Actualmente: ¿Cuál es su principal fuente de financiamiento externo?

- Banca Privada Banca Pública Crédito comercial Ahorros
 Herencia Prestamos de terceros Otros Ninguno

Califique cada una de las preguntas, colocando una "X" en la casilla que considere conveniente, según su criterio.

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
Considera que su empresa necesita actualmente financiamiento	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El éxito de su negocio es la forma de tomar de decisiones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es importante para su empresa el incremento de demanda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Considera que la competencia le ayuda a fortalecer su empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Actualmente: ¿Qué departamentos se encuentran estructurados en la empresa?

- Administrativo Financiero Ventas Comercial
 Talento Humano Calidad Producción Otros

Sección 2: Toma de decisiones de la empresa

Califique cada una de las preguntas, colocando una "X" en la casilla que considere conveniente, según su criterio.

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
Es importante para la empresa la toma de decisiones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizan herramientas para la tomar decisiones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La toma de decisiones la utilizan como una estrategia empresarial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mantienen fundamentos cuantificables al momento toma de decisión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contemplan o realizan cambios en las decisiones tomadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Evalúan riesgos antes de tomar una decisión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tienen un proceso establecido para estructurar decisiones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consideran un plan de acción para tomar una decisión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sección 3: Gestión que realiza la empresa

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
La forma en que se desempeñan en el mercado es importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mantienen o interpretan resultados financieros periódicamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocen la capacidad de la empresa para enfrentar obligaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mantienen inventarios constantes (mensuales- trimestrales)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocen la importancia de utilizar indicadores financieros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizan contabilidad financiera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mantienen estados contables actualizados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocen la solvencia financiera de la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocen la gestión financiera que realiza la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocen la rentabilidad de su empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocen los datos reales de los activos que la empresa posee.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En que medida tienen en cuenta los gastos e ingresos de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sección 4: Indicadores financieros de la empresa

Actualmente: Los objetivos planteados en la organización se encuentran ligados a

Misión Visión Otros

Las estrategias definidas en la empresa garantizan

Cumplimiento de la empresa Crecimiento organizacional Estabilidad financiera Otros

Califique cada una de las preguntas, colocando una "X" en la casilla que considere conveniente, según su criterio.

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
La empresa cuenta con recursos para financiar planes a futuro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conoce o sabe como va la ejecución de planes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conoce donde están las brechas de metas y resultados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Que tan eficiente está utilizando los recursos de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qué tan eficiente esta cumpliendo los objetivos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conoce cual es el grado de obtención de resultados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sabe como tomar decisiones organizacionales mas adecuadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Califique cada una de las preguntas, colocando una "X" en la casilla que considere conveniente, según su criterio.

Preguntas	Nunca Utiliza	Casi nunca Utiliza	A veces Utiliza	Casi siempre utiliza	Siempre utiliza
	1	2	3	4	5
INDICADORES DE LIQUIDEZ					
Utiliza el indicador de <i>Liquidez Corriente</i> = $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Prueba Ácida</i> = $\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
INDICADORES DE SOLVENCIA					
Utiliza el indicador de <i>Endeudamiento del activo</i> = $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Endeudamiento Patrimonial</i> = $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Endeudamiento del Activo Fijo</i> = $\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Fijo Neto}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Apalancamiento</i> = $\frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Preguntas	Nunca Utiliza	Casi nunca Utiliza	A veces Utiliza	Casi siempre utiliza	Siempre utiliza
	1	2	3	4	5
INDICADORES DE GESTION					
Utiliza el indicador de <i>Rotación de Cartera</i> = $\frac{Ventas}{Cuentas\ por\ Cobrar}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Rotación de Activo Fijo</i> = $\frac{Ventas}{Activo\ Fijo}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Rotación de Ventas</i> = $\frac{Ventas}{Activo\ Total}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Periodo Medio de Cobranza</i> = $\frac{Cuentas\ por\ Cobrar * 365}{Ventas}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Periodo Medio de Pago</i> = $\frac{Cuentas\ y\ Documentos\ por\ Pagar * 365}{Compras}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Impacto Gastos de Administración y Ventas</i> = $\frac{Gastos\ Administrativos\ y\ de\ Ventas}{Ventas}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Impacto de la carga financiera</i> = $\frac{Gastos\ financieros}{Ventas}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
INDICADORES DE RENTABILIDAD					
Utiliza el indicador de <i>Rentabilidad neta del activo (DuPont)</i> = $\left(\frac{Utilidad\ Neta}{Ventas}\right) * \left(\frac{Ventas}{Activo\ Total}\right)$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Margen Bruto</i> = $\frac{Ventas\ Netas - Costos\ de\ Ventas}{Ventas}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Margen Operacional</i> = $\frac{Utilidad\ Operacional}{Ventas}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Margen Neto</i> = $\frac{Utilidad\ Neta}{Ventas}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Rentabilidad Operacional del Patrimonio</i> = $\frac{Utilidad\ Operacional}{Patrimonio}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Rentabilidad Financiera</i> = $\left(\frac{Activo}{Patrimonio}\right) * \left(\frac{UAI}{UAI}\right) * \left(\frac{Utilidad\ Neta}{UAI}\right)$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN

Anexo III – Certificado otorgado por el Subdecano de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Escuela Politécnica Nacional para desarrollar la encuesta en las empresas.



ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CERTIFICACIÓN

A petición de la interesada, el Subdecano de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Escuela Politécnica Nacional, **CERTIFICA:**

Que la señorita LUCÍA ALEJANDRA RIVERA MENA portadora de la C.C. 1726716416, es estudiante de la carrera de Ingeniería Empresarial, al momento se encuentra desarrollando el proyecto de investigación denominado *"INDICADORES FINANCIEROS PARA EL SECTOR ALIMENTOS Y BEBIDAS DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO"*, con la finalidad de culminar la carrera.

Para realizar dicho proyecto la señorita Rivera, debe realizar encuesta a la PYMES de sector de alimentos y bebidas del Distrito Metropolitana de Quito.

Es todo cuanto puedo certificar facultando a la interesada hacer uso del presente documento en lo que estime necesario.

Quito, D.M., 20 de enero de 2019

Antonio Franco Crespo, PhD.
SUBDECANO FCA



AF/lourdes

Teléfono: 2507139/ 2507144

Quito-Ecuador

Anexo IV – Modelo de la Encuesta aplica a las PYMES del sector de Alimentos y Bebidas del DMQ.

LA PRESENTE INVESTIGACIÓN TIENE COMO OBJETIVO DEFINIR INDICADORES FINANCIEROS PARA LAS PYMES DEL SECTOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Sección 1: Datos de Identificación de la Empresa

Nombre / Razón Social: _____

Actividad Principal: Económica Alimentos Bebidas

Características de la empresa: Producción Comercial

Nombre del Encuestado: _____

Cargo: _____ Email: _____

Teléfono: _____

Actualmente: ¿Cuántos empleados fijos existen en su empresa?.

1 a 9 10 a 49 50 a 199 mayor a 200

Seleccione a que grupo pertenece su empresa Nacional Internacional

¿Cuántos años tiene la empresa desde su constitución legal?

1 a 3 años 4 a 6 años 7 a 9 años mayor a 10 años

Actualmente: ¿La empresa participa de algún programa de apoyo a PYMES?.
(Seleccionar solo 1 respuesta).

Conquito Capeipi Ministerio de Industria ONG
 AEI ALADI Otros _____ Ninguno

Su empresa proviene de:

Emprendimiento familiar Incubadora Startup Otros _____

¿Dónde ofertan sus productos?.
(Seleccionar solo 1 respuesta).

Supermercados / Tienda Venta directa Venta por internet Otros _____

Actualmente: ¿Cuál es su principal fuente de financiamiento externo?. (Seleccionar solo 1 respuesta).

Banca Privada Banca Pública Crédito comercial Aportes propios
 Herencia Prestamos de terceros Otros _____ Ninguno

Califique cada una de las preguntas, colocando una "X" en la casilla que considere conveniente, según su criterio.

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	0% - 24%	25% - 49%	50% - 74%	75% - 99%	100%
	1	2	3	4	5
Considera que su empresa necesita actualmente financiamiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El éxito de su negocio es la forma de tomar de decisiones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es importante para su empresa el incremento de demanda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Considera que la competencia le ayuda a fortalecer su empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Actualmente: ¿Qué departamentos se encuentran estructurados formal en la empresa?, puede seleccionar varias opciones.

- Administrativo Financiero Ventas Comercial
 Talento Humano Calidad Producción Otros _____

Sección 2: Toma de decisiones de la empresa

Califique cada una de las preguntas, colocando una "X" en la casilla que considere conveniente, según su criterio.

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	0% - 24%	25% - 49%	50% - 74%	75% - 99%	100%
	1	2	3	4	5
Es importante para la empresa la toma de decisiones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizan herramientas para la tomar decisiones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La toma de decisiones la utilizan como una estrategia empresarial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mantienen fundamentos cuantificables al momento toma de decisión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contemplan o realizan cambios en las decisiones tomadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Evalúan riesgos antes de tomar una decisión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tienen un proceso establecido para estructurar decisiones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consideran un plan de acción para tomar una decisión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sección 3: Gestión que realiza la empresa

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	0% - 24%	25% - 49%	50% - 74%	75% - 99%	100%
	1	2	3	4	5
La forma en que se desempeñan en el mercado es importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mantienen o interpretan resultados financieros periódicamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocen la capacidad de la empresa para enfrentar obligaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mantienen inventarios constantes (mensuales- trimestrales)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocen la importancia de utilizar indicadores financieros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizan contabilidad financiera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mantienen estados contables actualizados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocen la solvencia financiera de la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocen la gestión financiera que realiza la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocen la rentabilidad de su empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocen los datos reales de los activos que la empresa posee.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En que medida tienen en cuenta los gastos e ingresos de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sección 4: Indicadores financieros de la empresa

Actualmente: Los objetivos planteados en la organización se encuentran ligados a

Misión Visión Otros _____

Las estrategias definidas en la empresa garantizan

Cumplimiento de la empresa Crecimiento organizacion al Estabilidad financiera Otros _____

Califique cada una de las preguntas, colocando una "X" en la casilla que considere conveniente, según su criterio.

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	0% - 24%	25% - 49%	50% - 74%	75% - 99%	100%
	1	2	3	4	5
La empresa cuenta con recursos para financiar planes a futuro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conoce o sabe como va la ejecución de planes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conoce donde están las brechas de metas y resultados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Que tan eficiente está utilizando los recursos de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qué tan eficiente esta cumpliendo los objetivos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conoce cual es el grado de obtención de resultados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sabe como tomar decisiones organizacionales mas adecuadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Califique cada una de las preguntas, colocando una "X" en la casilla que considere conveniente, según su criterio.

Preguntas	Nunca Utiliza	Casi nunca Utiliza	A veces Utiliza	Casi siempre utiliza	Siempre utiliza
	0% - 24%	25% - 49%	50% - 74%	75% - 99%	100%
	1	2	3	4	5
INDICADORES DE LIQUIDEZ					
Utiliza el indicador de <i>Liquidez Corriente</i> = $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Prueba Ácida</i> = $\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
INDICADORES DE SOLVENCIA					
Utiliza el indicador de <i>Endeudamiento del activo</i> = $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Endeudamiento Patrimonial</i> = $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Endeudamiento del Activo Fijo</i> = $\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Fijo Neto}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Apalancamiento</i> = $\frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Preguntas	Nunca Utiliza	Casi nunca Utiliza	A veces Utiliza	Casi siempre utiliza	Siempre utiliza
	0% - 24%	25% - 49%	50% - 74%	75% - 99%	100%
	1	2	3	4	5
INDICADORES DE LIQUIDEZ					
Utiliza el indicador de <i>Liquidez Corriente</i> = $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Prueba Ácida</i> = $\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
INDICADORES DE SOLVENCIA					
Utiliza el indicador de <i>Endeudamiento del activo</i> = $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Endeudamiento Patrimonial</i> = $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Endeudamiento del Activo Fijo</i> = $\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Fijo Neto}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utiliza el indicador de <i>Apalancamiento</i> = $\frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

UAI: Utilidad antes de Impuestos

UAI: Utilidad antes de Impuestos e Intereses

UO: Utilidad Operacional

GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN

Normativa N° CD-03-2016, julio 2016.