

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
INDOAMÉRICA**

**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO  
PRODUCTIVOS**

TEMA:

---

**LOS RECURSOS ECONÓMICOS Y SU INCIDENCIA PARA LOGRAR LA  
COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA EDUPLASTIC EN EL CANTÓN  
LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, PERÍODO 2015.**

---

**Trabajo de Investigación previo a la obtención del Grado de Magister en  
Gestión de Proyectos Socio Productivos.**

**Autora:**

**Espinel Hinojosa Mayra Gabriela**

**Tutor:**

**Ing. Salomón Quito MBA.**

**Quito – Ecuador**

**2017**

**:**

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

## APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor, designado por la Dirección de Posgrados de la Universidad Tecnológica Indoamérica:

### **CERTIFICO:**

Que el Trabajo de Investigación “**LOS RECURSOS ECONÓMICOS Y SU INCIDENCIA PARA LOGRAR LA COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA EDUPLASTIC EN EL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, PERÍODO 2015**”, presentado por la maestrante Espinel Hinojosa Mayra Gabriela, estudiante del Programa de Maestría en Gestión de Proyectos Socio Productivos, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Jurado Examinador que la Dirección de Posgrado designe.

Quito, mayo del 2017

### **TUTOR**

---

Ing. Salomón Quito MBA.

C.C. 1708654627

## UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

### **AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Mayra Gabriela Espinel Hinojos, declaro ser autora del Trabajo de Investigación, titulado **“LOS RECURSOS ECONÓMICOS Y SU INCIDENCIA PARA LOGRAR LA COMPETITIVIDAD A NIVEL NACIONAL EN LA EMPRESA EDUPLASTIC EN EL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, PERÍODO 2015”**, como requisito para optar por el Grado de Magister en Gestión de Proyectos Socio Productivos, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, mayo del dos mil diecisiete, firmo conforme:

Autor: Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Firma \_\_\_\_\_

Número de Cédula: 0503147936

Dirección: Río Illuchi y Avenida Marco Aurelio Subía

Correo Electrónico: gaes07@yahoo.com

Teléfono: 0995292166

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**

## **APROBACIÓN TRIBUNAL DE GRADO**

El Trabajo de Investigación Científica, ha sido revisado, aprobado y autorizado su impresión y empastado, previa la obtención del Grado de Magister en Gestión de Proyectos Socio Productivos, por lo tanto, autorizamos al postulante la presentación de su sustentación pública.

Quito,...

### **EL JURADO**

---

**PRESIDENTE DEL JURADO**

---

**EXAMINADOR**

---

**DIRECTOR**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a mis padres que siempre han estado conmigo.

A mis maestros quienes me brindaron todo su conocimiento para poder crecer como profesional.

A mi tutor quien gracias a su asistencia mi proyecto pudo concluir.

A todo ellos dedico este proyecto porque son los principales protagonistas de esta meta cumplida.

**Gabriela**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por ser un pilar importante en mi vida, a mi mamá y mi papá que gracia a su apoyo he podido seguir adelante. Y sobre todo a mi querida Universidad porque al abrirme sus puertas me dieron una oportunidad de seguir engrandeciendo mis conocimientos y ser una mejor profesional.

**Gabriela**

## ÍNDICE GENERAL

<b>PRELIMINARES</b>	<b>Pág.</b>
TEMA .....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR .....	iii
APROBACIÓN TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE GENERAL .....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xv
GLOSARIO .....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO .....	xix
EXECUTIVE SUMMARY.....	xx
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I.....	3
EL PROBLEMA .....	3
Tema.....	3
Línea de Investigación .....	3
Planteamiento del Problema.....	4
<i>Contextualización</i> .....	4
Macro .....	4
Meso.....	4

Micro .....	5
Árbol de Problemas .....	6
Análisis Crítico .....	7
Formulación del Problema .....	7
Prognosis .....	8
Delimitación de la Investigación.....	8
Justificación .....	9
Objetivos .....	9
Objetivo General .....	9
Objetivos Específicos.....	10
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>11</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>11</b>
Antecedentes Investigativos.....	11
Fundamentaciones.....	12
Filosófica.....	12
Legal.....	12
Categorías Fundamentales .....	13
Constelación de Ideas de la Variable Independiente.....	14
Constelación de Ideas de la Variable Dependiente .....	15
Desarrollo de las Categorías Fundamentales de la Variable Independiente .....	16
Recursos .....	16
Recursos Económicos .....	16
Análisis Contable .....	16
Estados Financieros.....	17
Competencia de los recursos escasos .....	17
Recursos Financieros .....	17
Capacidad para generar utilidad en el futuro .....	17
Desarrollo de las Categorías Fundamentales de la Variable Dependiente.....	18



Competitividad.....	18
Competitividad y ética .....	18
Producción .....	18
Crédito.....	18
Inversión.....	19
Financiamiento .....	19
Hipótesis.....	19
Señalamiento de Variables.....	19
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>20</b>
<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>20</b>
Enfoque .....	20
Modalidad de Investigación .....	20
Niveles o Tipos .....	21
Población y Muestra.....	21
Población.....	22
Muestra.....	22
Fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra.....	23
Diseño experimental.....	24
Operacionalización de variables .....	24
Recolección de la Información.....	27
Plan de Recolección de la Información.....	27
Planes de procesamiento y análisis de la información .....	28
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>29</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>29</b>
Determinación del mercado a analizar.....	29
Análisis FODA.....	29
Estados Financieros de la Empresa Eduplastic .....	30
Análisis Histórico de balances .....	30

Análisis de los estados financieros vertical y horizontal .....	33
Razones Financieras.....	38
Flujo de Efectivo .....	41
Determinación de la Competitividad .....	43
Análisis e Interpretación de Resultados .....	45
Gestión Gerencial.....	48
Gestión Comercial.....	49
Gestión Financiera .....	51
Gestión de Producción .....	52
Innovación (Ciencia y Tecnología).....	54
Internacionalización .....	55
Verificación de Hipótesis.....	58
CAPÍTULO V .....	61
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	61
Conclusiones .....	61
Recomendaciones.....	62
CAPÍTULO VI.....	65
PROPUESTA.....	65
Título de la propuesta de solución a ser implementada .....	65
Datos informativos del beneficiario de la propuesta.....	65
Misión .....	66
Visión .....	66
Productos.....	67
Justificación de la propuesta .....	67
Objetivos de la propuesta .....	67
Análisis de factibilidad de implementación de la propuesta.....	68
Análisis de Riesgo.....	70
Modelo operativo de ejecución de la propuesta.....	75
Propuesta Financiera .....	78
Meta .....	84
Evaluación de impacto de la propuesta.....	85

Línea de acción .....	85
Conclusión y recomendación de la Propuesta.....	87
BIBLIOGRAFÍA .....	89
ANEXOS .....	91
ANEXO N° 1: Ruc de la empresa.....	91
ANEXO N° 2: Empresas Productoras de Envases Plásticos .....	92
ANEXO N° 3: Formato de Encuesta .....	96
ANEXO N° 4: Fotos de los productos de Eduplastic .....	97
ANEXO N° 5: Resumen de resultado de las encuestas .....	100

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Pág.</b>
<b>Gráfico N° 1:</b> Relación Causa – Efecto .....	6
<b>Gráfico N° 2:</b> Red de Inclusiones Conceptuales.....	13
<b>Gráfico N° 3:</b> Constelación de Ideas de la Variable Independiente.....	14
<b>Gráfico N° 4:</b> Constelación de Ideas de la Variable Dependiente .....	15
<b>Gráfico N° 5:</b> Activos .....	32
<b>Gráfico N° 6:</b> Pasivo .....	32
<b>Gráfico N° 7:</b> Patrimonio .....	33
<b>Gráfico N° 8:</b> Resultados Encuesta del Sector y de la Empresa .....	46
<b>Gráfico N° 9:</b> Gestión Gerencial del sector .....	48
<b>Gráfico N° 10:</b> Gestión Gerencial Eduplastic .....	49
<b>Gráfico N° 11:</b> Gestión Comercial Sector .....	50
<b>Gráfico N° 12:</b> Gestión Comercial Eduplastic.....	50
<b>Gráfico N° 13:</b> Gestión Financiera Sector .....	51
<b>Gráfico N° 14:</b> Gestión Financiera Eduplastic.....	52
<b>Gráfico N° 15:</b> Gestión de Producción Sector .....	53
<b>Gráfico N° 16:</b> Gestión de Producción Eduplastic .....	53
<b>Gráfico N° 17:</b> Innovación Sector.....	54
<b>Gráfico N° 18:</b> Innovación Eduplastic.....	55
<b>Gráfico N° 19:</b> Internacionalización del Sector .....	55
<b>Gráfico N° 20:</b> Internacionalización de Eduplastic.....	56
<b>Gráfico N° 21:</b> Cuota de Mercado .....	69
<b>Gráfico N° 22:</b> Esquema Dupont .....	70
<b>Gráfico N° 23:</b> Mapa de Riesgos .....	74
<b>Gráfico N° 24:</b> Impacto de la propuesta .....	85

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
<b>Cuadro N° 1:</b> Población.....	22
<b>Cuadro N° 2:</b> Operacionalización de Variable Independiente .....	25
<b>Cuadro N° 3:</b> Operacionalización de Variable Dependiente .....	26
<b>Cuadro N° 4:</b> Plan de Recolección de la Información.....	27
<b>Cuadro N° 5:</b> Análisis FODA.....	29
<b>Cuadro N° 6:</b> Balances General y de Resultado.....	30
<b>Cuadro N° 7:</b> Tasa de variación de los Balances.....	31
<b>Cuadro N° 8:</b> Análisis Vertical Estado de Situación y Estado de Resultados.....	34
<b>Cuadro N° 9:</b> Análisis Horizontal Estado de Situación y Estado de Resultados.....	36
<b>Cuadro N° 10:</b> Liquidez.....	38
<b>Cuadro N° 11:</b> Endeudamiento.....	39
<b>Cuadro N° 12:</b> Eficiencia.....	39
<b>Cuadro N° 13:</b> Rentabilidad .....	40
<b>Cuadro N° 14:</b> ROE Y ROA .....	40
<b>Cuadro N° 15:</b> Flujo de Efectivo .....	42
<b>Cuadro N° 16:</b> Análisis del Flujo de Efectivo .....	43
<b>Cuadro N° 17:</b> Nivel de competitividad de la empresa .....	47
<b>Cuadro N° 18:</b> Cuantificación de la Competitividad del Sector.....	57
<b>Cuadro N° 19:</b> Cuantificación de la Competitividad de Eduplastic .....	58
<b>Cuadro N° 20:</b> Competitividad y Disponibilidad de recursos .....	59
<b>Cuadro N° 21:</b> Prueba de chi-cuadrado .....	60
<b>Cuadro N° 22:</b> Cuota de Mercado .....	68
<b>Cuadro N° 23:</b> Esquema Dupont .....	70
<b>Cuadro N° 24:</b> Matriz de probabilidad e impacto .....	71
<b>Cuadro N° 25:</b> Probabilidad e Impacto .....	72
<b>Cuadro N° 26:</b> Medición de Riesgo.....	73
<b>Cuadro N° 27:</b> Probabilidad y Riesgo .....	73
<b>Cuadro N° 28:</b> Perspectiva Financiera .....	76

<b>Cuadro N° 29:</b> Perspectiva del Cliente .....	77
<b>Cuadro N° 30:</b> Perspectiva Interna .....	77
<b>Cuadro N° 31:</b> Perspectiva de Aprendizaje .....	78
<b>Cuadro N° 32:</b> Propuesta Financiera .....	79
<b>Cuadro N° 33:</b> Estructura de la Inversión.....	79
<b>Cuadro N° 34:</b> Tabla de Amortización .....	80
<b>Cuadro N° 35:</b> Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado.....	81
<b>Cuadro N° 36:</b> Flujo de Caja Proyectado .....	82
<b>Cuadro N° 37:</b> Flujos de Caja.....	83
<b>Cuadro N° 38:</b> Incrementos .....	84
<b>Cuadro N° 39:</b> Marco Lógico .....	86

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

	<b>Pág.</b>
Ilustración N° 1: Instalaciones Eduplastic .....	66
Ilustración N° 2: Elementos del Cuadro de Mando Integral .....	75
Ilustración N° 3: Empaques de Alimentos Procesados .....	97
Ilustración N° 4: Empaques de Comercio.....	97
Ilustración N° 5: Empaques productos Agrícolas .....	98
Ilustración N° 6: Empaques Industria .....	98
Ilustración N° 7: Empaques para desechos .....	99

## GLOSARIO

**Análisis competitivo:** identificar y analizar las características de una empresa rival

**Balance general:** Un estado financiero que reporta las posesiones de un negocio, lo que debe, y cuánto vale en un punto determinado de tiempo

**Calidad:** Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie. (Diccionario de la Real Academia Española).

Características del valor de un bien o servicio en conformidad con las necesidades y expectativas de los clientes.

**Cliente:** Personas o empresas que compran los productos de una empresa, sean estos consumidores finales, distribuidores o intermediarios, u otras empresas

**Competencia:** Rivalidad entre las empresas participantes en un mercado para lograr y mantener la preferencia de los clientes

**Competidor:** Empresas o unidades productivas que participan en un mismo mercado buscando obtener la preferencia de los clientes o compradores por sus productos.

**Competir:** Contender dos o más personas entre sí, aspirando unas y otras con empeño a una misma cosa. (Diccionario de la Real Academia Española).



Acción simultánea de dos o más empresas que rivalizan entre sí en un mercado por obtener la preferencia de los clientes mediante la diferenciación de sus productos en términos de precio, calidad u oportunidad.

**Competitividad:** Capacidad para competir. Rivalidad para la consecución de un fin. (Diccionario de la Real Academia Española)

Capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales. (Michael Porter)

Habilidad del empresario para diseñar, producir y mercadear bienes y servicios, cuyas calidades y precios conforman un paquete más atractivo que el de sus competidores. (Informe mundial sobre la competitividad)

**Competitivo(a):** Perteneiente o relativo a la competición. Capaz de competir.

**Estado de flujo de fondos:** un informe de contabilidad que describe el flujo de fondos de un negocio sobre un período de tiempo

**Empresa competitiva:** Empresa que tiene la cualidad de la competitividad, la capacidad y habilidad para competir exitosamente en su mercado.

La empresa competitiva es una organización en la cual todos sus componentes están alineados para tener la capacidad para producir y mercadear sus productos, bienes o servicios, en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales.

**Estrategia:** La estrategia es el conjunto de decisiones y acciones de una organización orientadas al logro de sus objetivos, tomando en consideración sus condiciones internas y los factores de su entorno. Comprende la misión, la visión, los objetivos, las estrategias propiamente dichas y los planes de acción.

**Demanda:** la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio determinado

**Inventario:** los productos y materiales necesarios para hacer los productos que un negocio le venderá a sus clientes

**Estrategia de mercadeo:** plan que identifica como se lograrán las metas de mercadeo

**Estados financieros pro forma:** estados financieros que se basan en ingresos y gastos proyectados

**Ganancia:** diferencia entre los ingresos generados por un negocio y el costo de operar el negocio

**Proveedores:** Empresas, organizaciones o personas particulares que proporcionan los insumos y servicios requeridos por la empresa en referencia. Los proveedores también son denominados: suplidores

**Rendimiento de la inversión:** cantidad ganada como resultado de la inversión, generalmente expresado como un porcentaje

**Riesgo:** posibilidad de algún tipo de pérdida; categorizado como riesgo humano, riesgo natural, y riesgo económico

**Ventaja competitiva:** Conjunto de atributos de una empresa (y de sus productos) que la distinguen de sus competidores y que son reconocibles por sus clientes.

Diferencias que le permiten a la empresa una ventaja para competir mejor, adelantándose a la competencia y superándola. Las ventajas competitivas usualmente se clasifican en ventajas de precio, de calidad y de oportunidad

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**

**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

**MAESTRÍA GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO PRODUCTIVOS**

**TEMA:**

Los recursos económicos y su incidencia para lograr la competitividad en la empresa Eduplastic en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, período 2015.

**AUTORA:**

Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

**TUTORA:**

Ing. Salomón Quito MBA

**RESUMEN EJECUTIVO**

La presente investigación realiza un análisis del nivel de competitividad del sector correspondiente a las empresas productoras de empaques de plástico, a través de información primaria como es la aplicación de una encuesta, y de información secundaria como son es la información financiera entregada a la Superintendencia de Compañías, a fin de determinar el nivel de competitividad del sector.

Para determinar el nivel competitivo se analiza la gestión gerencial, comercial, financiera, producción, innovación, e internacionalización de las ventas, se realiza el análisis a nivel sectorial y de la empresa Eduplastic.

Una vez determinado el nivel de competitividad se realiza una propuesta a fin de que Eduplastic, mejore los estándares y supere los resultados del sector, generando para la empresa niveles de rentabilidad y principalmente diferenciación del producto en cuanto a calidad y variedad de producción.

**DESCRIPTORES:** Competitividad, Estrategia, Inversión, Financiamiento, Calidad, Producción

**TECHNOLOGY INDOAMÉRICA UNIVERSITY**  
**CENTRE OF POSTGRADUATE**  
**MAESTRÍA GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO PRODUCTIVOS**

**TOPIC:**

The economic resources and their incidence to achieve competitiveness in the Eduplastic Company in the canton Latacunga, province of Cotopaxi, period 2015.

**AUTHOR:**

Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

**TUTOR:**

Ing. Salomón Quito MBA

**EXECUTIVE SUMMARY**

The present investigation makes an analysis of the level of competitiveness of the sector corresponding to the companies producing plastic packaging, through primary information such as the application of a survey, and secondary information such as are the financial information delivered to the Superintendence of Companies, in order to determine the level of competitiveness of the sector. To determine the competitive level, the managerial, commercial, financial, production, innovation, and internationalization of sales are analyzed, the analysis is carried out at the sector level and the company Eduplastic.

Once the level of competitiveness is determined, a proposal is made so that Eduplastic improves the standards and surpasses the results of the sector, generating for the company levels of profitability and mainly differentiation of the product in quality and variety of production.

**DESCRIPTORS:** Competitiveness, Strategy, Investment, Financing, Quality, Production.

## INTRODUCCIÓN

El tema de investigación es: Los recursos económicos y su incidencia para lograr la competitividad en la empresa Eduplastic en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, período 2015. Su importancia radica en que si no existe los suficientes recursos económicos dentro de la empresa va a existir una deficiente producción lo que provocara problemas con la competitividad, es así que buscando soluciones a este problema vamos a conseguir que la empresa crezca y mejor su rentabilidad y de esta forma ofrezca un mejor servicio a su cliente y cumpla con las expectativas y los requerimientos que sus compradores soliciten.

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA contiene; la contextualización macro, meso y micro estos tres nos ayudan a explorar el cómo se presenta el problema en diferentes realidades y de esta forma poder comprenderlas. También incluye el árbol de problemas, análisis crítico, formulación del problema, pronóstico, interrogantes de la investigación, delimitación espacial, delimitación temporal, unidades de observación, justificación y objetivos generales y específicos.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO donde se estructura los antecedentes investigativos, fundamentaciones como: filosóficas, epistemológica, ontológica, sociológica, pedagógica, didáctica y legal. Seguido del marco conceptual del desarrollo de las categorías fundamentales de las variables y la constelación de ideas de la variable independiente y dependiente.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA Se plantea la modalidad de la investigación, Modalidad y tipos de la investigación, población y muestra, diseño experimental, operacionalización de variables, plan de recolección de la información, planes de procesamiento y análisis de la información.

CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS Se determinará el mercado que se va analizar, se interpretara todos los datos obtenidos y se verificara la hipótesis para ver su valides mediante la aplicación de la prueba de independencia Chi-cuadrado.

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES se realiza un análisis de la investigación donde se va a contribuir en el mejoramiento de la capacidad competitiva, con una síntesis de todo el trabajo realizado durante el tiempo de investigación.

CAPÍTULO VI PROPUESTA donde se enfocará la propuesta financiera para incrementar la competitividad de la empresa, donde se realiza el análisis de varias variables como la factibilidad de implementación de la propuesta, el análisis Histórico de balances, Cuota de Mercado, análisis de riesgos y el modelo operativo de ejecución de la propuesta.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **Tema**

“Los recursos económicos y su incidencia para lograr la competitividad en la empresa Eduplastic en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, período 2015”.

#### **Línea de Investigación**

La presente investigación se realizó considerando la línea de investigación sobre Empresarialidad y Productividad, según las políticas y líneas de investigación de la Universidad Tecnológica Indoamericana (2001: Internet):

Está orientada por un lado al estudio de la capacidad de emprendimiento o Empresarialidad de la región; es decir, de repotenciación de industrias y, por otro lado, al estudio de las empresas existentes en un mercado, en una región, que se enmarcara en la productividad, la gestión de la calidad de las mismas, y que hacen que estas empresas crezcan y sobrevivan en los mercados. En este ámbito es de interés estudiar aspectos como exportación, diversificación de la producción y afines.

El contenido de esta investigación busca analizar la importancia de la situación financiera y la incidencia que tiene los recursos económicos dentro de una empresa para una mejor competitividad a nivel nacional. Esta línea de investigación permite realizar estudios de capacidad de emprendimiento y repotenciación de las empresas para mejorar la producción y de esta forma la empresa crezca y se posea dentro del mercado nacional.

## **Planteamiento del Problema**

Vivimos en un mundo de competencia global todas las empresas necesitan buscar un valor adicional que les permita mantenerse en un mercado que es muy competitivo. Por eso se necesita tener un personal capacitado y motivado para poder satisfacer tanto las necesidades individuales, como las organizacionales.

Para poder lograr aprovechar todos los recursos se necesita conocer la situación que se encuentra la empresa. Es por ello que se debe realizar un diagnóstico que permita conocer las formas para mejorar dentro del mercado. Todo esto con la finalidad de incrementar la productividad de la organización.

### *Contextualización*

#### **Macro**

Según un estudio realizado en 2012 por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), se estima que el crecimiento de la industria del plástico en el Ecuador se ha dinamizado, de acuerdo con la Asociación Ecuatoriana de Plásticos (ASEPLAS), este segmento tiene un aporte indirecto en el cambio de la matriz productiva, a pesar de que los datos son sumamente positivos, en cuanto a las exportaciones solo una parte del plástico ecuatoriano sale de manera indirecta como envases o empaques de otros productos de exportación, como banano, flores, camarón, atún, entre otros, esto se debe a que el sector no es competitivo en el sector internacional, esto sucede porque el sector carece de los suficientes recursos económicos para poder mejorar su calidad y producción y por ello se ha enfocado en producir artículos de consumo industrial dirigido solo para el mercado Ecuatoriano.

#### **Meso**



En la provincia de Cotopaxi la industria de fabricación de productos de plástico apenas llega al 0,28% de participación frente al mercado nacional, esto nos da una visión bastante clara de que al sector le hace falta dinamizarse y buscar soluciones para crecer dentro del mercado, una de ellas puede ser apoyarse en las políticas macroeconómicas que impulsan al sector productivo, por lo que los canales de crédito y asesoramiento están disponibles desde el sector público como es la Corporación Financiera Nacional, el Ministerio de Industrias, a nivel privado también las instituciones financieras canalizan créditos para fomentar la producción, cuando este sector logre contar con los suficientes recursos económicos podrán tener un cambio importante en su competitividad.

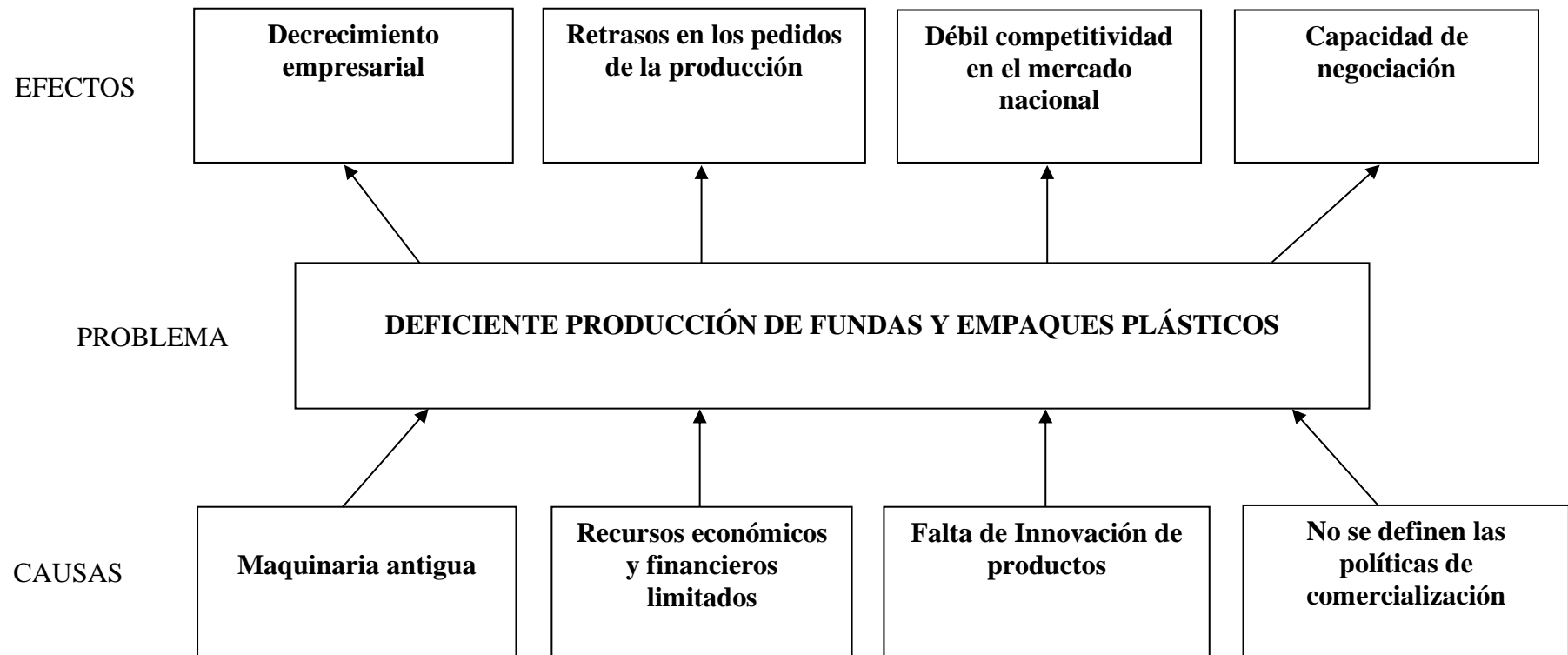
### **Micro**

La empresa Eduplastic se encuentra ubicada en la Vía a Panamericana Norte Km 5, Parroquia Eloy Alfaro del Cantón Latacunga Provincia de Cotopaxi. La empresa Eduplastic inicia sus actividades con productos plásticos para la producción en enero 2001.

Con estos antecedentes en el año 2001 se formó la misma en un galpón ubicado en el barrio San Felipe, posteriormente en el año 2003 con la adquisición del terreno en la vía a Panamericana Norte se toma la decisión de empezar la construcción de la infraestructura en donde actualmente realiza sus actividades desde el año 2007.

Es esta la empresa donde se han detectado los problemas que están causando que exista una deficiente producción de fundas y empaque plásticos, por los escasos recursos económicos que tiene la empresa ya que por la falta de estos no se puede alcanzar niveles más altos de competitividad a nivel nacional.

### Árbol de Problemas



**Gráfico N° 1:** Relación Causa – Efecto  
**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

## **Análisis Crítico**

Los limitados recursos económicos que tiene la empresa generan muchos problemas internos ya que por la falta de esto, no se puede adquirir nueva maquinaria que ayude a aumentar y mejorar la producción, pues al no lograr incrementar los recursos económicos no se puede aumentar la fabricación, y tampoco se puede producir nuevos productos para innovar la línea de producción, es decir que estos problemas generan mucha deficiencia ya que es necesario adquirir estos recurso de alguna forma, ya que serán de gran ayuda dentro de la empresa.

Es muy importante cambiar para mejorar dentro de este campo ya que todos estos problemas generara un decrecimiento empresarial, se debe incrementar la competitividad a nivel nacional, aumentar la producción y mejorar las entregas de los productos a los clientes, ya que gracias a estos cambios se logrará evitar retrasos en los pedidos, pues al no poseer una capacidad de producción idónea, no existirá un cambio dentro de la empresa y esto genera una débil competitividad a nivel nacional.

Por ello es necesario cambiar para poder introducir más productos dentro de la gama de producción y de esta forma poder contratar nuevo personal que sea más capacitado para lograr mejorar los procesos de fabricación.

## **Formulación del Problema**

¿Serán los recursos económicos un aspecto incidente para lograr mejorar la competitividad de la empresa Eduplastic en la provincia de Cotopaxi, para entrar en el mercado nacional, durante el 2015?

## **Prognosis**

De no conseguir los suficientes recursos económicos para que la empresa pueda mejorar su productividad, seguirá teniendo una débil competitividad en el mercado nacional.

Y si no existiera una acción pronta del dueño de la empresa para solucionar el problema de la deficiente productividad de rollos y fundas plásticas, no va a poder luchar con su competencia y mucho menos aumentar sus ventas y mejorar su servicio a su clientela.

## **Delimitación de la Investigación**

**Campo:** Gestión de Proyectos Socio Productivos

**Área:** Gestión Administrativa, Estadística, Planificación Estratégica, Macroeconomía, Diseño de Proyectos Productivo, Análisis Financiero, Contabilidad.

**Aspecto:** Producción de rollos y fundas plásticas.

**Delimitación Espacial:** Lugar de la Investigación se realizará en la Panamericana Norte Km 5 - Parroquia Eloy Alfaro - Cantón Latacunga - Provincia Cotopaxi según el RUC de la empresa (Anexo Nro. 1).

**Delimitación Temporal:** Este proyecto se realizará durante el año 2016.

**El tiempo de la investigación será:** inicio 1 enero del 2015 al - fin 31 diciembre del 2016.

## **Justificación**

Este estudio es original porque analiza la situación financiera y la importancia de los recursos económicos dentro de una empresa para mejorar su competitividad a nivel nacional y de esta forma optimizar y aumentar la producción.

Es muy importante que la empresa tome buenas decisiones y cambie su forma de ver esta situación ya que si no hay un cambio dentro de la organización la empresa seguirá siendo pequeña y con un bajo nivel de competitividad.

En el presente trabajo los beneficiarios de la investigación serán los dueños, el personal y los clientes de la empresa Eduplastic.

Es de vital interés que esta investigación encuentre una solución a la problemática de la empresa, dando ideas para que se corrija los errores que se han venido cometiendo y de esta forma mejorar dentro del campo que están laborando.

Además, existe factibilidad de realizar la investigación porque si se dispone de bibliografía suficiente, recursos tecnológicos, recursos económicos necesarios y se tiene conocimientos sobre el tema a investigar y acceso a la información.

Además, el impacto que va a causar la investigación beneficiara en gran parte a toda la empresa lo que provocará un interés de los beneficiarios de que se aplique la propuesta trazada en documentos ya que permitirá el cambio total de la empresa.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Evaluar la situación financiera que provocan que exista una débil competitividad a nivel nacional para aumentar la producción de rollos y fundas plásticas de la empresa Eduplastic en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi.

### **Objetivos Específicos**

- Analizar la disponibilidad de los recursos financieros de la empresa para mejorar su productividad.
- Evaluar la competitividad a nivel nacional para el crecimiento empresarial.
- Proponer un proyecto para incrementar la competitividad de la empresa Eduplastic que mejore su gestión, permita su crecimiento y ayude a optimizar los recursos económicos, con la meta de incrementar maquinaria y desarrollar nuevos productos.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes Investigativos**

Mediante el estudio y la investigación que se realizó en los archivos que yacen en los repositorios de las otras universidades se encontró varios trabajos que hacen referencia al que se está realizando, enfocándose de diferente forma, pero con el mismo objetivo.

En el repositorio de la Universidad Tecnológica Equinoccial existe un tema llamado “LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES DE CONFECCIÓN DE ROPA EN ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”, autor Rodrigo Gallegos Riofrío del 2005, el autor se refiere a que el escenario de una economía cada vez más globalizada el tema de la competitividad ha cobrado gran importancia en los últimos años como factor clave del desarrollo de las naciones y las empresas. Y que gracias a la competencia los mercados se desarrolla y crece en forma significativa y es importante y necesario desde la realidad y perspectiva de los clientes y consumidores, pero al mismo tiempo entraña un alto riesgo para las empresas, los trabajadores y la sociedad en general puesto que tendrán que enfrentar a competidores con experiencia, capital, tecnología, conocimientos y sistemas de aprendizaje muy desarrollados lo que puede conducirlos a perder sus mercados naturales, disminuir la generación de empleo y una baja capacidad de compra de los mismos consumidores.

Es por ello que se concluye que en un ambiente competitivo se debe tomar en cuenta la inversión, recursos invertidos, recursos del conocimiento, recursos financieros, para poder tener una buena competitividad.

## **Fundamentaciones**

### **Filosófica**

Este trabajo de investigación se encuentra en el paradigma crítico - propositivo, porque detecta y analiza los problemas y de esta forma busca plantear propuestas de solución trabajando en conjunto, el mismo resulta indispensable ya que se considera que con esta investigación se pretende realizar estudios de la realidad para poder analizar la situación y pone en marcha una propuesta que sea real y que pueda resolver los problemas encontrados apoyándose en las teorías de competitividad y evaluando cualitativamente cada paso con la única finalidad de lograr los objetivos ya planteados.

### **Legal**

Este proyecto de investigación responde a las exigencias legales establecidas en la Constitución Política de Ecuador la cual manifiesta:

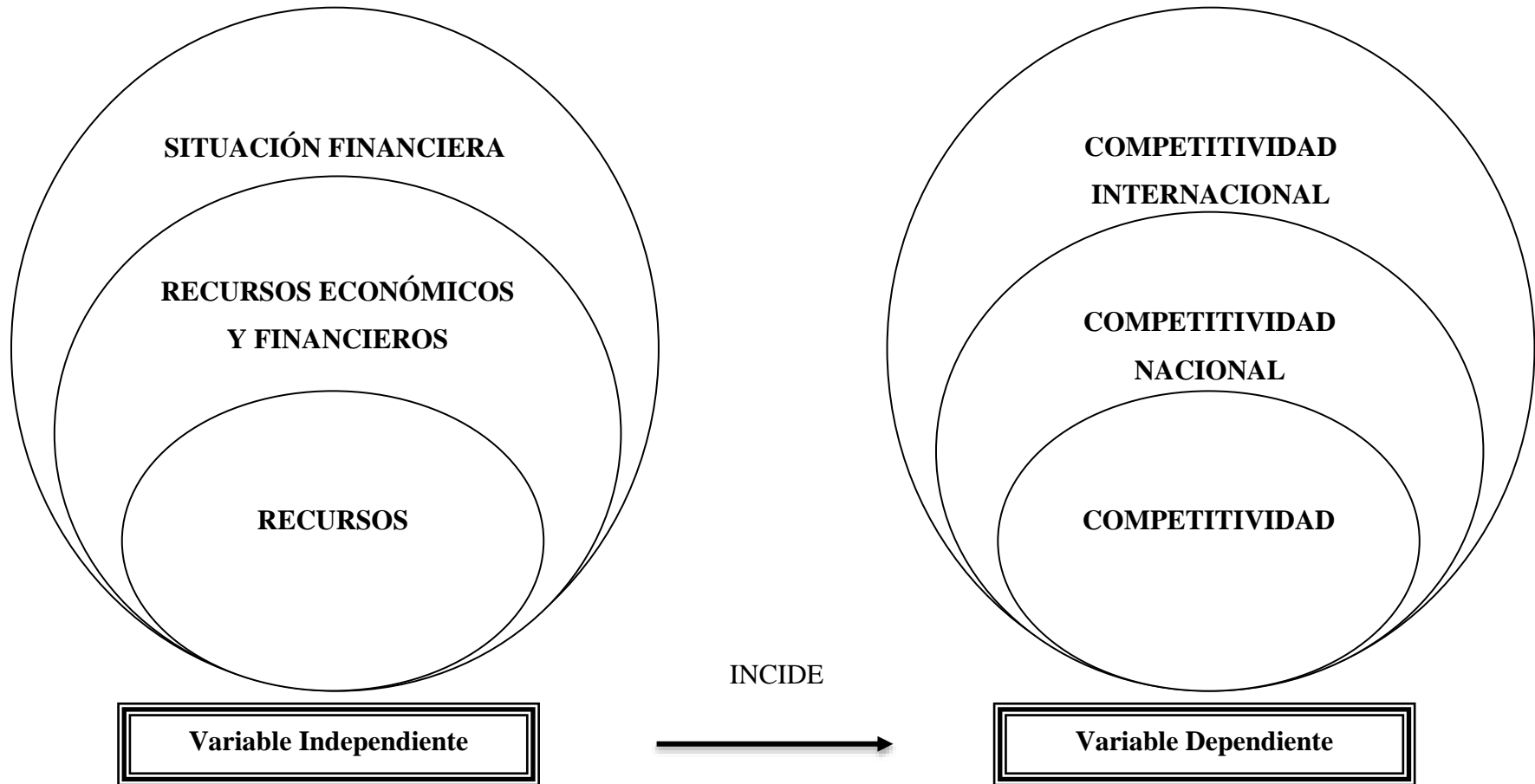
Art. 284.- La política económica tendrá los siguientes objetivos: numeral 2, Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos: numeral 3, Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.

Art. 334.- El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá: numeral 4, Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado.

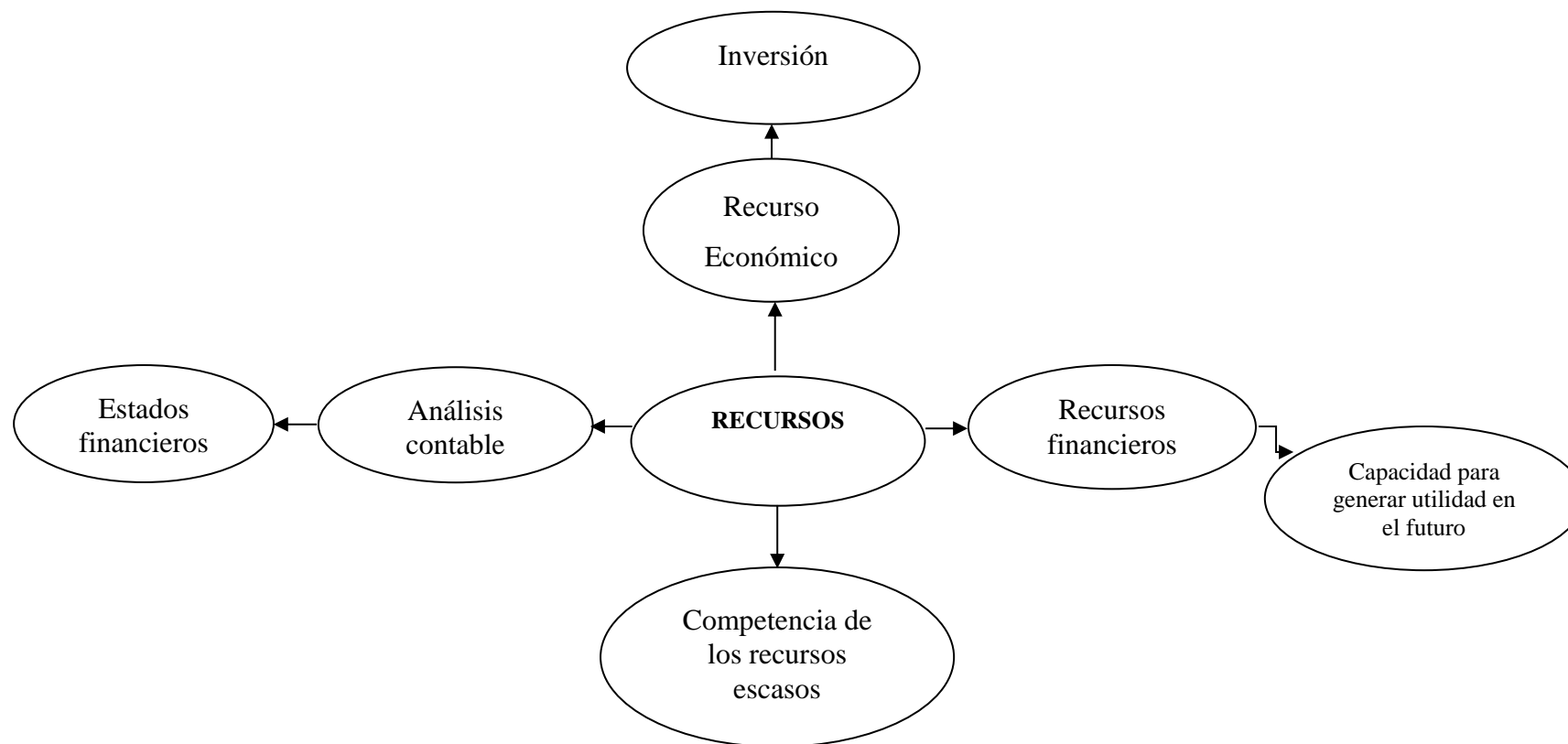


**Categorías Fundamentales**



**Gráfico N° 2:** Red de Inclusiones Conceptuales  
**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

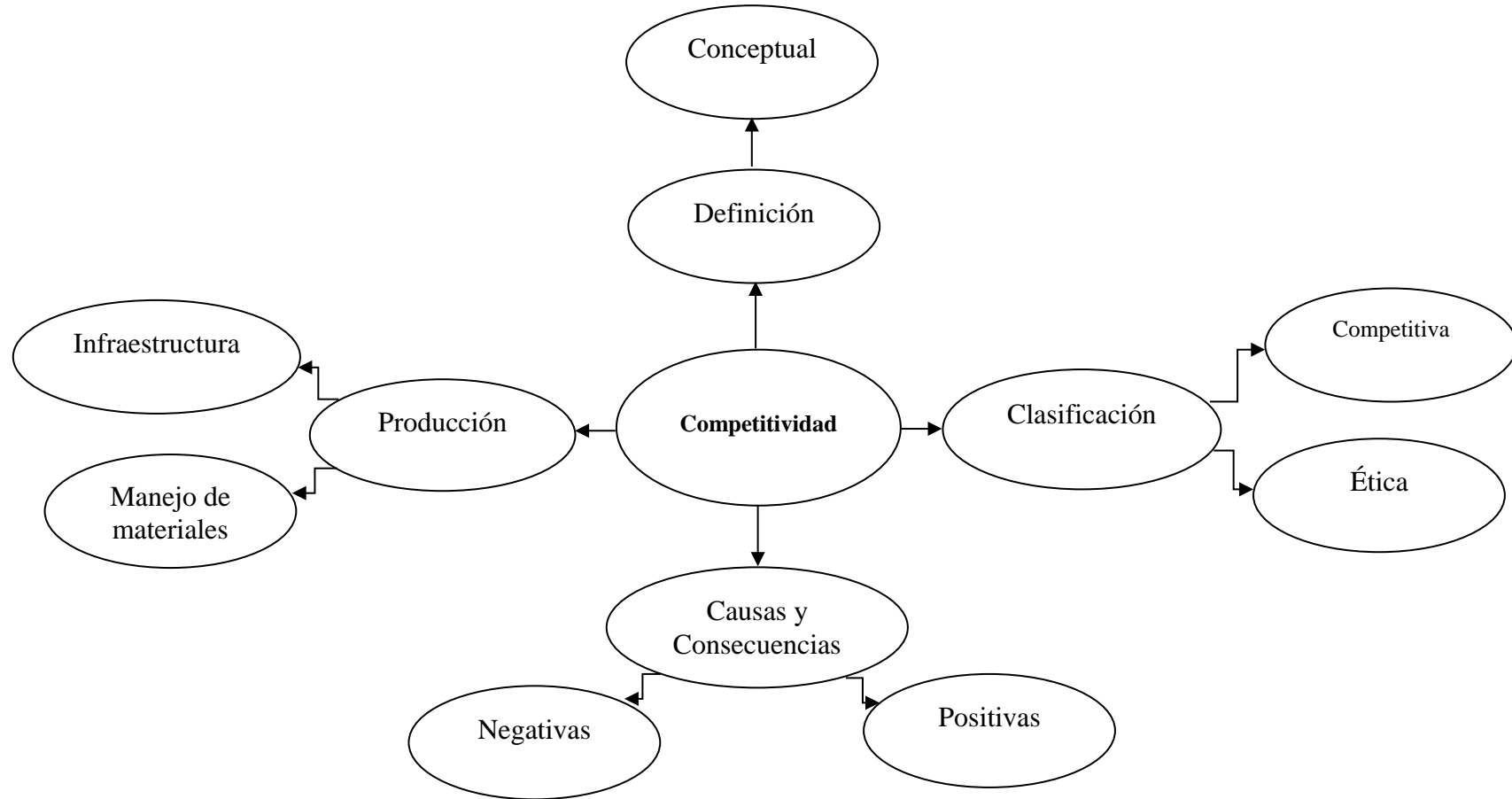
### Constelación de Ideas de la Variable Independiente



**Gráfico N° 3:** Constelación de Ideas de la Variable Independiente

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

### Constelación de Ideas de la Variable Dependiente



**Gráfico N° 4:** Constelación de Ideas de la Variable Dependiente  
**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

## **Desarrollo de las Categorías Fundamentales de la Variable Independiente**

### **Recursos**

La palabra recurso se emplea en diversos ámbitos, pero siempre con el significado de ser medio para el logro de fines. En el lenguaje cotidiano decimos que una persona posee recursos, cuando cuenta con los medios económicos necesarios para tener una vida digna, y poder comprar lo necesario para satisfacer sus necesidades.

Los recursos son el capital de las asignaciones de factores, físicos, sociales o humanos, tecnológicos y organizacionales que le permiten a una compañía crear valor para su clientela. El recurso de una compañía puede dividirse en dos tipos; tangibles e intangibles.

### **Recursos Económicos**

Los recursos económicos son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa. Estos recursos, por lo tanto, son necesarios para el desarrollo de las operaciones económicas, comerciales o industriales. Acceder a un recurso económico implica una inversión de dinero: lo importante para que la empresa sea rentable es que dicha inversión pueda ser recuperada con la utilización o la explotación del recurso.

### **Análisis Contable**

Es el proceso de evaluar en qué grado la contabilidad de una compañía refleja su realidad económica. Esto se hace estudiando las transacciones y acontecimientos de una compañía, reconociendo los efectos de sus políticas contables sobre los estados financieros. Los estados financieros son la fuente de información principal para el análisis financiero. Esto significa que la calidad de análisis financiero

depende de la confiabilidad de los estados financieros, la cual a su vez depende de la calidad de análisis contable. El análisis contable es particularmente importante para para un análisis comparativo.

### **Estados Financieros**

Es importante distinguir que los estados financieros informan sobre las actividades de financiamiento e inversión ocurridas en una fecha determinada, mientras que a la vez contiene información sobre las actividades de operación.

### **Competencia de los recursos escasos**

El conflicto nunca sería un problema si siempre hubiera abundancia de recursos. Cuando estos son escasos, lo que siempre sucede, se tienen que tomar decisiones sobre su asignación, y tiene que competir por su participación.

### **Recursos Financieros**

Se refiere a los recursos líquidos como el efectivo y las cuentas del capital de trabajo. Las mediciones analíticas incluyen el período de cobranza de las cuentas y la rotación de inventarios. Estos valores se evalúan en relación con estándares industriales y absolutos. Las clasificaciones también analizan el uso por parte del emisor de deuda a corto plazo y largo plazo y las combinaciones de ambas.

### **Capacidad para generar utilidad en el futuro**

Es la capacidad del emisor de generar efectivo, son factores importantes en la calificación de los títulos de deuda porque el nivel y la calidad de las utilidades futuras determinan la capacidad que tendrá una compañía para cumplir con sus obligaciones, en especial las de largo plazo. La capacidad de generar utilidad es, por lo general, una fuente más confiable de protección que los activos.

## **Desarrollo de las Categorías Fundamentales de la Variable Dependiente**

### **Competitividad**

Es una medida que se toma, bajo condiciones de mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales, manteniendo y aun aumentando al mismo tiempo la renta real de sus ingresos.

### **Competitividad y ética**

Ética y competitividad son inseparables. Ninguna sociedad puede competir en un ámbito global mientras los miembros que la componen se estén robando los unos a los otros, concluyan sus disputas en pleitos o pese sobre ellos las amenazas de que el fin de su estilo de vida está próximo.

### **Producción**

La producción se ocupa de la creación de un bien o de un servicio. Para los productos físicos, cuando se habla de producción generalmente de manufacturas. Al desempeñar sus funciones de manera eficiente, la función de producción de una empresa ayuda a reducir su estructura de costos.

### **Crédito**

López Domínguez, Ignacio (2007: Internet):

En el ámbito bancario, el contrato de crédito es aquel a través del cual la entidad financiera se obliga a poner a disposición del cliente una cantidad de dinero pactada en unas determinadas condiciones y en un cierto plazo. El cliente o acreditado podrá disponer o no de la cantidad estipulada en contrato

según sus necesidades financieras. En todo caso, sólo tendrá que pagar intereses por el crédito dispuesto y no por el total disponible

### **Inversión**

Según Perdomo Moreno, Abraham (1993: Internet) la inversión se define como: “Aportación de tiempo, dinero o energía destinada a obtener algún beneficio; o bien sacrificio presente para tratar de obtener un rendimiento, aunque, incierto futuro”.

### **Financiamiento**

Según Peumans (1967: Internet) el financiamiento es:

El mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser, adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse.

### **Hipótesis**

La disponibilidad de los recursos provoca una débil competitividad a nivel nacional en la empresa Eduplastic.

### **Señalamiento de Variables**

#### **Variable Independiente**

Recursos

#### **Variable Dependiente**

Competitividad

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **Enfoque**

El presente trabajo utiliza el enfoque cuantitativo, pues consiste en plantear un problema de estudio delimitado y concreto, donde se elabora hipótesis que se somete a prueba mediante un diseño de investigación apropiado, usando la recolección de datos para su aprobación, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento.

Se tomará este enfoque cuantitativo porque se realizará una investigación mediante una serie de preguntas que están fundamentadas en los indicadores que sustentan las variables que permitan establecer una serie de conclusiones basadas en los resultados obtenidos. Además, se establecerá una relación entre las variables con la finalidad de elaborar conclusiones y recomendaciones que servirán para la solución de problema o para la toma de decisiones.

#### **Modalidad de Investigación**

**Campo:** Se aplica esta modalidad porque se investiga el lugar de los hechos, es decir el contacto directo del investigador con la realidad, ya que al investigar personalmente se puede palpar personalmente el problema y se puede llegar a una conclusión clara de lo que se puede realizar en beneficio de los interesados de la presente investigación.



Bibliográfica / Documental: Esta modalidad se aplica porque se consulta en libros, textos, revistas, periódicos, revista, e Internet, la información que se necesitara para la investigación que se va a realizar.

### **Niveles o Tipos**

Exploratorio: se utilizara porque se indaga las características del problema, formulara hipótesis de trabajo y seleccionara la metodología a utilizar. Para ello se visitará las instalaciones de Eduplastic, a fin de recabar información fotográfica, visualizar cómo se realizan los procesos, y se solicitará información referente a los recursos económicos y situación financiera como los balances de la empresa y en otros que existan en la gestión administrativa.

Descriptivo: se empleara porque se caracteriza en llevar a conocer las situaciones y particularidades del problema en lo que respecta a su origen y desarrollo.

Explicativo: Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas como de los efectos, mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.

Según Morales, Frank (2006: Internet) explique que:

La investigación explicativa intenta dar cuenta de un aspecto de la realidad, explicando su significatividad dentro de una teoría de referencia, a la luz de leyes o generalizaciones que dan cuenta de hechos o fenómenos que se producen en determinadas condiciones.

### **Población y Muestra**

## **Población**

Es el universo total que va a ser investigado que representa todas las unidades de la investigación que se estudia de acuerdo a la naturaleza del problema, es decir, la suma total de las unidades que se van a estudiar, las cuales deben poseer características comunes dando origen a la investigación.

Según Arias (1999: Internet), señala que: “es el conjunto de elementos con características comunes que son objetos de análisis y para los cuales serán válidas las conclusiones de la investigación”. (p. 98). La población a ser encuestada corresponde a 120 empresas productoras de empaques plásticos, a fin de medir el nivel de competitividad de la empresa.

**Cuadro N° 1: Población**

<b>Informantes</b>	<b>Número</b>
Empresas Productoras de empaques plásticos	120
<b>Total</b>	120

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

## **Muestra**

Es un subconjunto del universo, está constituida por el número de personas seleccionadas. Deben delimitarse las características de la población. Es una parte de la población, o sea, un número de individuos u objetos seleccionados científicamente, cada uno de los cuales es un elemento del universo. Para Balestrini

(1997: Internet), la muestra es: “obtenida con el fin de investigar, a partir del conocimiento de sus características particulares, las propiedades de una población” (p. 138). Para Hurtado (1998), consiste: “en las poblaciones pequeñas o finitas no se selecciona muestra alguna para no afectar la validez de los resultados”. (p. 77).

Para definir el tamaño de la muestra se aplica la fórmula probabilística estratificada para poblaciones finitas, que se muestra a continuación:

### **Fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra**

$$N = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{Z^2 p \cdot q + N e^2}$$

N= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad

95%  $0.95/2=0.4750$   $Z= 1.96$

p= probabilidad de ocurrencia = 0.5

q= Probabilidad de no concurrencia=  $1 - 0.5 = 0.5$

N= Población

e= Error de muestreo = 0.05 (5%)

A continuación se realiza el cálculo para determinar el tamaño de la muestra, utilizando la fórmula probabilística estratificada para poblaciones finitas.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 (N - 1) + (Z^2 * P * Q)}$$

Z	1,96
P	50%
Q	50%
N	120
E	5%

$$n = \frac{1.96^2 * 50\% * 50\% * 120}{5\%^2 (120 - 1) + (1.96^2 * 50\% * 50\%)}$$

$$n = 92$$

Una vez aplicada la fórmula se tiene que el tamaño de la muestra es de 92.

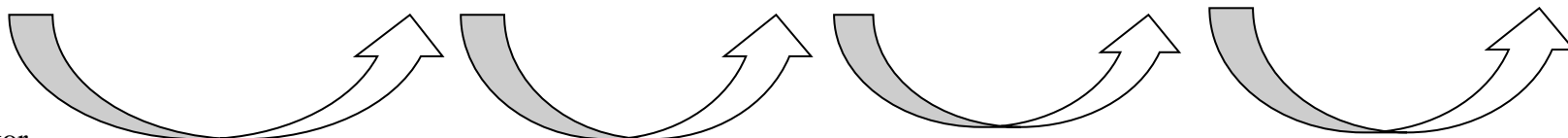
### **Diseño experimental**

#### **Operacionalización de variables**

Aquí se toma en consideración la (conceptualización, dimensiones) abstracto (indicadores e ítems) operativo; de cada variable tanto la dependiente como la independiente, es pasar de lo abstracto a lo operativo de la investigación es así que se llega a tener preguntas objetivas para realizar una encuesta acorde a las necesidades.

**Cuadro N° 2:** Operacionalización de Variable Independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Los recursos son todos aquellos elementos que se requiere para que una empresa pueda logara sus objetivos y que ayudan a satisfacer necesidades dentro del proceso productivo, estos son necesarios para el desarrollo de las operaciones comerciales. Acceder a un recurso implica una inversión de dinero, es importante para la empresa sea rentable ya que la inversión debe ser recuperada con la utilización de los recursos.</p>	<p>Producción</p> <p>Operaciones comerciales</p> <p>Inversión de dinero</p>	<p>Adquisición de maquinaria</p> <p>Implementación de nuevos productos</p> <p>Crédito</p>	<p>¿Es necesario adquirir nueva maquinaria?</p> <p>¿Se necesita implementar nuevos productos?</p> <p>¿Es necesario adquirir un crédito para mejorar la producción?</p>	<p>Observación, análisis de balances e información proporcionada por Eduplastic</p>

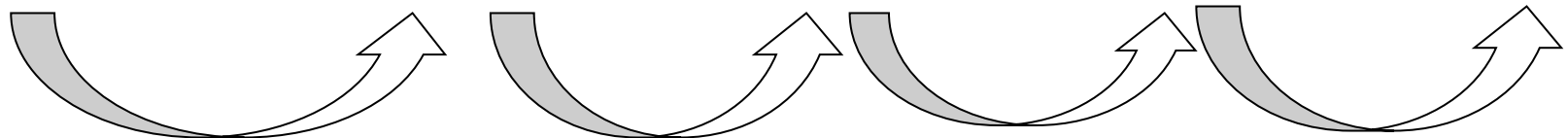


**Fuente:** El Autor

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

**Cuadro N° 3:** Operacionalización de Variable Dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Competitividad es una medida que se toma, bajo condiciones de mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales, manteniendo y aun aumentando al mismo tiempo la renta real de sus ingresos.	Mercado  Ingresos	Nivel de Competitividad	¿Se necesita un estudio de mercado para mejorar la competitividad?  ¿Es indispensable realizar un análisis financiero para determinar la situación de la empresa?	Encuestas



**Fuente:** El Autor

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

## Recolección de la Información

La recolección de información se la realizará mediante las siguientes técnicas e instrumentos:

Encuesta: Se realiza una encuesta estructurada donde se plantearán preguntas que ayudará a determinar las necesidades para poder solucionar el problema planteado.

Observación- Se realizará una ficha de Observación para determinar las necesidades de la empresa.

## Plan de Recolección de la Información

**Cuadro N° 4:** Plan de Recolección de la Información

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
1. ¿Para qué?	Para lograr mejorar la competitividad en el mercado nacional
2. ¿De qué persona?	Administradores de empresas que producen fundas
3. ¿Sobre qué aspectos?	Características, necesidades y cambios
4. ¿Quiénes?	Mayra Gabriel Espinel Hinojosa
5. ¿Cuándo?	2015
6. ¿Dónde?	Quito, Guayaquil, Ambato
7. ¿Cuántas veces?	92 encuestas
8. ¿Qué técnicas de recolección?	Encuestas
9. ¿Con qué?	Cuestionario para encuestas
10. ¿En qué situación?	Favorable para que exista la colaboración de las partes de todas las actividades

**Fuente:** El Autor

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

En la presente investigación se recolectará la información a través de una encuesta estructurada, dirigida a los clientes de la empresa y entrevistas semiestructuradas dirigidas a los trabajadores de la empresa.

### **Planes de procesamiento y análisis de la información**

La información obtenida en la presente investigación y su correspondiente análisis de la información se la utilizara de la siguiente manera:

- Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente entre otras.
- Recolección de información bibliográfica
- Representación gráfica.
- Análisis de los resultados estadísticos de acuerdo con los objetivos e hipótesis planteados.
- Tabulación de datos obtenidos de la aplicación de la encuesta.
- Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.
- Procesamiento de la información obtenida de la aplicación de la entrevista semiestructurada.
- Procesamiento de la información mediante gráficos estadísticos.
- Comprobación y verificación de hipótesis.
- Análisis e interpretación en función de los autores que sustentan las variables de investigación
- Establecer conclusiones y recomendaciones.



## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### Determinación del mercado a analizar

#### Análisis FODA

Con el propósito de visualizar la situación actual de la empresa y obtener un diagnóstico preciso sobre todos los elementos cualitativos que influyen en el desarrollo económico de la misma, es necesario realizar un análisis FODA para fortalecer la toma de decisiones, ya que permita estudiar las fortalezas y debilidades que tiene la entidad, así mismo identificar las oportunidades y amenazas que debe afrontar en el mercado.

**Cuadro N° 5: Análisis FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
1. Experiencias de más de 10 años en el sector de producción de rollo y empaques plásticos.	1. Aumento de demanda de productos a nivel empresarial e institucional.	1. Falta de Maquinaria e instalaciones amplias y adecuadas.	1. Aumento de competidores en el mercado.
2. Buena reputación en las instituciones financieras.	2. Desarrollar o adquirir nuevas tecnologías de fabricación.	2. Falta de controles internos de inventarios y uso de materiales.	2. Inadecuado manejo de fondos por falta de estructura organizativa.
3. Línea de productos acorde a las necesidades del consumidor local.	3 Acceso al mercado financiero para obtener recursos.	3. Falta de estructura organizativa adecuada a las actividades del negocio.	3. Elevado costo de maquinaria nueva.
4. Estabilidad en precios y volumen para proveedores y clientes.	4. Desarrollar nuevos productos para mercados nuevos	4. Limitada estrategia de marketing y falta de estudio de mercado.	4. Perdida de inventario por obsolescencia.
5. Precios más bajos que el mercado.	5. El mercado está creciendo.	5. Recuperación de cuentas por cobrar demasiado lentas.	5. Reducción en el poder adquisitivo de los clientes.

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

## Estados Financieros de la Empresa Eduplastic

### Análisis Histórico de balances

**Cuadro N° 6: Balances General y de Resultado**

Nombre de Cuenta	2013	2014	2015	2016
<b>ACTIVO</b>				
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE AL EFFECTIVO	\$55.825	\$98.592	\$37.574	\$23.921
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	\$ 319.711,48	\$ 496.255,10	\$ 289.434,14	\$ 235.277,13
INVENTARIO DE PROD. TERM. Y MERCAD. EN ALMACEN	\$ 334.933,10	\$ 641.790,41	\$ 110.175,62	\$ 77.576,13
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 710.469,96</b>	<b>\$ 1.236.637,75</b>	<b>\$ 437.183,29</b>	<b>\$ 336.773,80</b>
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$ 5.539,09	\$ 8.316,80	\$ 9.044,44	\$ 9.563,79
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 563.909,39	\$ 633.653,50	\$ 206.204,56	\$ 99.792,05
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 1.279.918,44</b>	<b>\$ 1.878.608,05</b>	<b>\$ 652.432,29</b>	<b>\$ 446.129,64</b>
<b>PASIVO</b>				
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 500.840,83	\$ 937.318,61	\$ 414.502,33	\$ 358.805,63
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$ 264.022,03	\$ 192.758,29	\$ 70.524,68	\$ -
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 19.666,46	\$ 20.151,67	\$ 27.440,39	\$ -
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 784.529,33</b>	<b>\$ 1.150.228,58</b>	<b>\$ 512.467,40</b>	<b>\$ 358.805,63</b>
<b>PATRIMONIO</b>				
CAPITAL	\$ 451.939,42	\$ 629.149,78	\$ 113.247,90	\$ 73.253,05
UTILIDAD ACUMULADA	\$ 43.449,70	\$ 99.229,69	\$ 26.717,00	\$ 14.070,95
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 495.389,12</b>	<b>\$ 728.379,47</b>	<b>\$ 139.964,89</b>	<b>\$ 87.324,00</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO :</b>	<b>\$ 1.279.918,44</b>	<b>\$ 1.878.608,05</b>	<b>\$ 652.432,29</b>	<b>\$ 446.129,64</b>

Nombre de Cuenta	2013	2014	2015	2016
TOTAL INGRESOS	\$ 646.567,73	\$ 1.098.989,06	\$ 680.541,26	\$ 569.684,06
TOTAL COSTOS	\$ 373.338,86	\$ 698.341,55	\$ 519.492,12	\$ 454.158,74
UTILIDAD BRUTA	\$ 273.228,86	\$ 400.647,51	\$ 161.049,14	\$ 115.525,32
TOTAL GASTOS	\$ 229.779,17	\$ 301.417,82	\$ 134.332,14	\$ 101.454,36
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 43.449,70</b>	<b>\$ 99.229,69</b>	<b>\$ 26.717,00</b>	<b>\$ 14.070,96</b>

**Fuente:** Eduplastic

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

**Cuadro N° 7: Tasa de variación de los Balances**

<b>Nombre de Cuenta</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>ACTIVO</b>			
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	74%	-65%	-23%
TOTAL ACTIVO FIJO	12%	-67%	-52%
TOTAL OTROS ACTIVOS	50%	9%	6%
TOTAL ACTIVO	47%	-65%	-32%
<b>PASIVO</b>			
TOTAL PASIVO CORRIENTE	87%	-56%	-13%
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	-27%	-63%	-100%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	2%	36%	-100%
TOTAL PASIVO	47%	-55%	-30%
<b>PATRIMONIO</b>			
TOTAL CAPITAL Y SUPERAVIT	39%	-82%	-35%
TOTAL PATRIMONIO	47%	-81%	-38%
RESULTADO DEL PERIODO :	128%	-73%	-47%
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO :</b>	<b>47%</b>	<b>-65%</b>	<b>-32%</b>

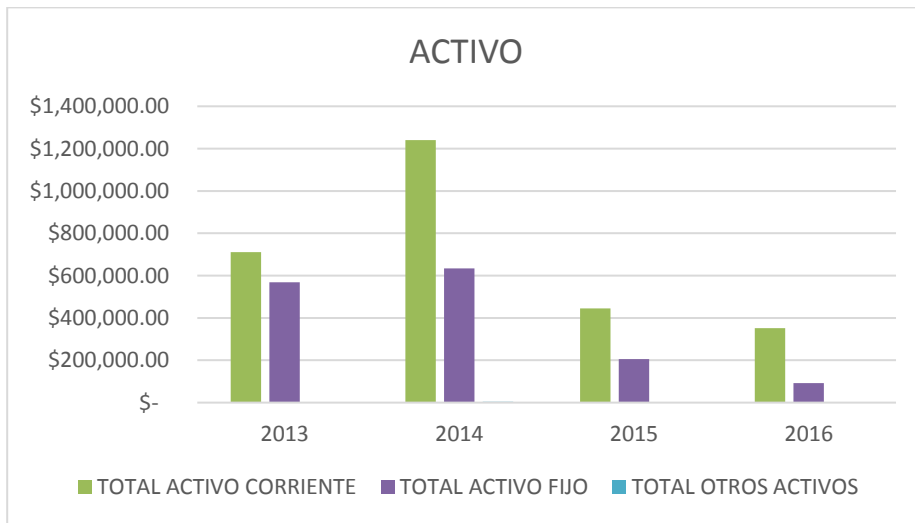
<b>Nombre de Cuenta</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
TOTAL INGRESOS	70%	-38%	-16%
TOTAL COSTOS	87%	-26%	-13%
TOTAL GASTOS	31%	-55%	-24%
<b>Resultado del Período :</b>	<b>128%</b>	<b>-73%</b>	<b>-47%</b>

**Fuente:** Eduplastic

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

De acuerdo a los resultados de los balances de situación se observa una disminución en el activo, pasivo y patrimonio en el 2014 -2016, de igual forma en el estado de resultados las ventas van decreciendo, la disminución en el capital de trabajo, las ventas bajas, puede provocar en un futuro a la empresa una deficiencia en su liquidez, lo que provocaría problemas para poder financiarse en el futuro.

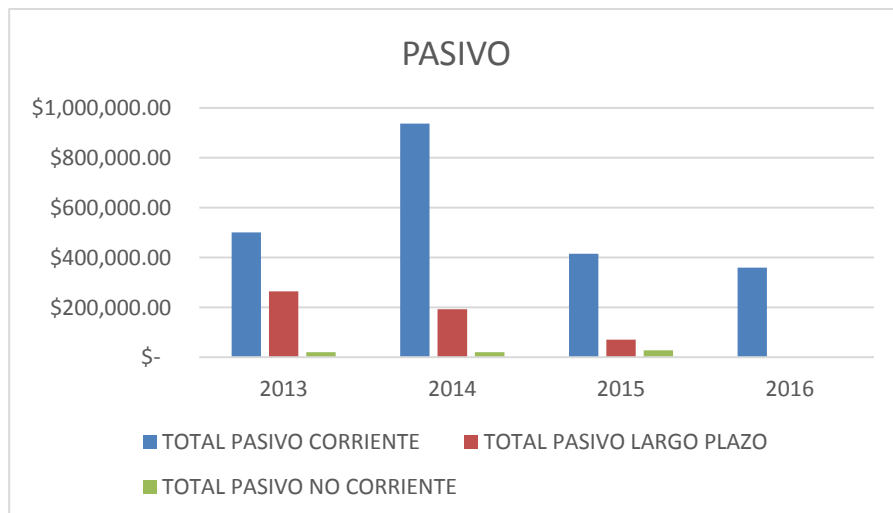
**Gráfico N° 5: Activos**



**Fuente:** Eduplastic

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

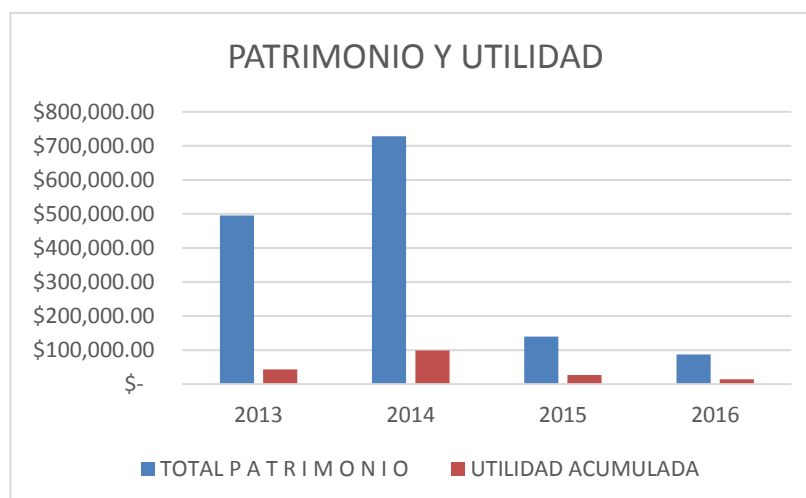
**Gráfico N° 6: Pasivo**



**Fuente:** Eduplastic

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

**Gráfico N° 7: Patrimonio**



**Fuente:** Eduplastic

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Se puede observar en los gráficos de Activo, Pasivo y Patrimonio que en el 2013 y 2014 hubo un crecimiento aceptable pero en el 2015 y 2016 existe una tendencia decreciente lo que nos da a entender que la empresa está pasando por dificultades financieras, esto puede darse por diferentes razones, el poder adquisitivo de los clientes no es el mismo, o la competencia esta ganado territorio y se necesita realizar medidas correctivas para poder volver a generar más ventas y que la empresa crezca y se posicione en el mercado.

### **Análisis de los estados financieros vertical y horizontal**

Para el análisis financiero vertical y horizontal de los resultados obtenidos se considerará los dos últimos años el 2015 y 2016 para poder verificar los cambios que se han dado en el transcurso de estos dos periodos y poder verificar en qué situación se encuentra la empresa y poder tomar medidas correctivas y mejora su competitividad.

**Cuadro N° 8: Análisis Vertical Estado de Situación y Estado de Resultados**

Nombre de Cuenta	2014	2015	2016	ANALISIS VERTICAL		
				2014	2015	2016
<b>ACTIVO</b>						
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE AL EFFECTIVO	\$98.592	\$37.574	\$23.921	5,25%	5,76%	5,36%
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	\$ 496.255,10	\$ 289.434,14	\$ 235.277,13	26,42%	44,36%	52,74%
INVENTARIO DE PROD. TERM. Y MERCAD. EN ALMACEN	\$ 641.790,41	\$ 110.175,62	\$ 77.576,13	34,16%	16,89%	17,39%
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 1.236.637,75</b>	<b>\$ 437.183,29</b>	<b>\$ 336.773,80</b>	<b>65,83%</b>	<b>67,01%</b>	<b>75,49%</b>
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$ 8.316,80	\$ 9.044,44	\$ 9.563,79	0,44%	1,39%	2,14%
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 633.653,50	\$ 206.204,56	\$ 99.792,05	33,73%	31,61%	22,37%
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 1.878.608,05</b>	<b>\$ 652.432,29</b>	<b>\$ 446.129,64</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>PASIVO</b>						
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 937.318,61	\$ 414.502,33	\$ 358.805,63	49,89%	63,53%	80,43%
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$ 192.758,29	\$ 70.524,68	\$ -	10,26%	10,81%	0,00%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 20.151,67	\$ 27.440,39	\$ -	1,07%	4,21%	0,00%
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 1.150.228,58</b>	<b>\$ 512.467,40</b>	<b>\$ 358.805,63</b>	<b>61,23%</b>	<b>78,55%</b>	<b>80,43%</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
CAPITAL	\$ 629.149,78	\$ 113.247,90	\$ 73.253,05	33,49%	17,36%	16,42%
UTILIDAD ACUMULADA	\$ 99.229,69	\$ 26.717,00	\$ 14.070,95	5,28%	4,09%	3,15%
TOTAL PATRIMONIO	\$ 728.379,47	\$ 139.964,89	\$ 87.324,00	38,77%	21,45%	19,57%
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO :</b>	<b>\$ 1.878.608,05</b>	<b>\$ 652.432,29</b>	<b>\$ 446.129,64</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Nombre de Cuenta	2014	2015	2016	ANALISIS VERTICAL		
				2014	2015	2016
TOTAL INGRESOS	\$ 1.098.989,06	\$ 680.541,26	\$ 569.684,06	100%	100%	100%
TOTAL COSTOS	\$ 698.341,55	\$ 519.492,12	\$ 454.158,74	63,54%	76,34%	79,72%
UTILIDAD BRUTA	\$ 400.647,51	\$ 161.049,14	\$ 115.525,32	36,46%	23,66%	20,28%
TOTAL GASTOS	\$ 301.417,82	\$ 134.332,14	\$ 101.454,36	27,43%	19,74%	17,81%
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 99.229,69</b>	<b>\$ 26.717,00</b>	<b>\$ 14.070,96</b>	<b>9,03%</b>	<b>3,93%</b>	<b>2,47%</b>

**Fuente:** Eduplastic

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa.

Al analizar la empresa Eduplastic en el año 2016 se hacen los siguientes comentarios:

La composición de los activos:

Como es notable existe una concentración en activos corrientes frente a los activos fijos, no se tiene un equilibrio, lo cual nos da a entender que la empresa tiene dificultades, esto puede ser porque existe un alto porcentaje de cuentas por cobrar en un 52,74% frente al 5,36% de efectivo lo que genera una falta de liquidez. Sus activos fijos son del 22,37% lo cual es el equivalente a todo aquello que posee la empresa para su constante funcionamiento. Sería recomendable realizar más inversiones, para adquirir maquinaria adecuada para la elaboración de los productos.

Composición del pasivo y patrimonio del 2016 nos muestra lo siguiente:

Se observa los pasivos a largo plazo y no corriente se saldaron, y existe un predominio muy importante del pasivo corriente mientras que el patrimonio tiene solo un 19,57%. Lo que significa que no posee una buena política de financiación. Además, se nota que la participación de los activos corrientes es relativamente alta (80,43%). Esto indica que la empresa posee en el corto plazo un mayor valor que las exigibilidades que tiene el mismo periodo. Para el patrimonio sería recomendable realizar reservas de venta.

En lo que se refiere al estado de pérdidas y ganancias de Eduplastic se observa la siguiente composición del año 2016, tomando como 100% las ventas netas totales:

Existe una concentración en los costos de un 79,72%, lo que se sugiere en buscar una reducción de costos de venta sin disminuir su calidad, y buscar la manera de aumentar los ingresos.

**Cuadro N° 9: Análisis Horizontal Estado de Situación y Estado de Resultados**

Nombre de Cuenta	2014	2015	2016	ANALISIS HORIZONTAL			
				VARIACIONES 2014-2015		VARIACIONES 2015-2016	
ACTIVO				VARIACION	%	VARIACION	%
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE AL EFFECTIVO	\$98.592	\$37.574	\$23.921	-61018,71	-61,89%	-13653,00	-36,34%
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	\$ 496.255,10	\$ 289.434,14	\$ 235.277,13	-206820,96	-41,68%	-54157,00	-18,71%
INVENTARIO DE PROD. TERM. Y MERCAD. EN ALMACEN	\$ 641.790,41	\$ 110.175,62	\$ 77.576,13	-531614,79	-82,83%	-32599,49	-29,59%
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 1.236.637,75</b>	<b>\$ 437.183,29</b>	<b>\$ 336.773,80</b>	<b>-799454,47</b>	<b>-64,65%</b>	<b>-100409,49</b>	<b>-22,97%</b>
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$ 8.316,80	\$ 9.044,44	\$ 9.563,79	727,65	8,75%	519,34	5,74%
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 633.653,50	\$ 206.204,56	\$ 99.792,05	-427448,94	-67,46%	-106412,51	-51,61%
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 1.878.608,05</b>	<b>\$ 652.432,29</b>	<b>\$ 446.129,64</b>	<b>-1226175,76</b>	<b>-65,27%</b>	<b>-206302,66</b>	<b>-31,62%</b>
PASIVO							
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 937.318,61	\$ 414.502,33	\$ 358.805,63	-522816,28	-55,78%	-55696,70	-13,44%
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$ 192.758,29	\$ 70.524,68	\$ -	-122233,61	-63,41%	-70524,68	-100,00%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 20.151,67	\$ 27.440,39	\$ -	7288,72	36,17%	-27440,39	-100,00%
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 1.150.228,58</b>	<b>\$ 512.467,40</b>	<b>\$ 358.805,63</b>	<b>-637761,18</b>	<b>-55,45%</b>	<b>-153661,77</b>	<b>-29,98%</b>
PATRIMONIO							
CAPITAL	\$ 629.149,78	\$ 113.247,90	\$ 73.253,05	-515901,88	-82,00%	-39994,85	-35,32%
UTILIDAD ACUMULADA	\$ 99.229,69	\$ 26.717,00	\$ 14.070,95	-72512,69	-73,08%	-12646,05	-47,33%
TOTAL PATRIMONIO	\$ 728.379,47	\$ 139.964,89	\$ 87.324,00	-588414,57	-80,78%	-52640,89	-37,61%
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO :</b>	<b>\$ 1.878.608,05</b>	<b>\$ 652.432,29</b>	<b>\$ 446.129,64</b>	<b>-1226175,76</b>	<b>-65,27%</b>	<b>-206302,66</b>	<b>-31,62%</b>

Nombre de Cuenta	2013	2014	2015	2016	ANALISIS HORIZONTAL			
					VARIACIONES 2014-2015		VARIACIONES 2015-2016	
TOTAL I N G R E S O S	\$ 646.567,73	\$ 1.098.989,06	\$ 680.541,26	\$ 569.684,06	-418447,80	-38,08%	-110857,20	-16,29%
TOTAL COSTOS	\$ 373.338,86	\$ 698.341,55	\$ 519.492,12	\$ 454.158,74	-178849,43	-25,61%	-65333,38	-12,58%
UTILIDAD BRUTA	\$ 273.228,86	\$ 400.647,51	\$ 161.049,14	\$ 115.525,32	-239598,37	-59,80%	-45523,82	-28,27%
TOTAL GASTOS	\$ 229.779,17	\$ 301.417,82	\$ 134.332,14	\$ 101.454,36	-167085,68	-55,43%	-32877,78	-24,47%
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 43.449,70</b>	<b>\$ 99.229,69</b>	<b>\$ 26.717,00</b>	<b>\$ 14.070,96</b>	<b>-72512,69</b>	<b>-73,08%</b>	<b>-12646,04</b>	<b>-47,33%</b>

**Fuente:** Eduplastic

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa



### **Activo:**

Para la comparación de los activos corrientes del año 2015 al 2016 es una disminución del 22.97% la cual es significativa.

Al verificar las cuentas y documentos por cobrar se observa que disminuyo en 18.71% esto puede ser un variación positiva pero a comparación del efectivo que disminuyo en un 36,34% causa un problemas de liquidez importante. Los activos fijos disminuyeron en un 51.61% se deduce que se disminuyó maquinaria, esto puede ser por baja del activo debido a que las maquinas no están aptas para ser utilizadas.

### **Pasivo y Patrimonio:**

Para la comparación del pasivo corriente del año 2015 al 2016 se incrementó en un 13.44%, mientras que el pasivo a largo plazo y pasivos no corriente se eliminaron, pero esto es bueno ya que se eliminaron estas deudas, pero se debe tomar alguna acción para disminuir el pasivo corriente para no traer problemas a la empresa. El patrimonio disminuyo en un 37.61% se debe verificar si se pagó dividendo y procurar tomar acciones para que el patrimonio no siga disminuyendo.

### **Estado de Pérdidas y Ganancias:**

En este se determina que las ventas disminuyeron en un 16.29% relación del año 2015, los costos de venta también disminuyeron en un 12,58% al igual que los gastos en un 24,47%, se debe tomar en cuenta que la utilidad disminuyo en un 47,33% es por ello que se recomienda analizar porque ha disminuido las ventas y que de esta forma podamos incrementar la utilidad, sin olvidar de cuidar que no se incremente los costos y gastos.

## Razones Financieras

Los análisis de las razones financieras se realizaron sobre los Estados Financieros históricos de la empresa Eduplastic, tomando de base los grupos siguientes: Liquidez, rentabilidad, eficiencia y endeudamiento de los últimos tres años 2014, 2015 y 2016, obteniendo las siguientes interpretaciones más relevantes:

Del análisis de la liquidez de Eduplastic surgen los siguientes resultados:

**Cuadro N° 10: Liquidez**

DETALLE	CÁLCULO	2014	2015	2016	Análisis
<b>LIQUIDEZ</b>					
Razón circulante	AC / PC	1,32	1,05	0,94	La empresa ha mantenido un índice que va decreciendo constantemente debido a que por cada \$1 de pasivo corriente, tiene \$1.32, \$1.05, \$0.94 de respaldo en el activo corriente para los años 2014, 2015 y 2016 respectivamente.
Prueba ácida (Inventarios)	(AC - INV) / PC	0,63	0,79	0,72	Con realización a la prueba ácida descontando los inventarios la empresa únicamente hace frente a \$0,63, \$0,79 y \$0,72 por cada \$1 de sus obligaciones a corto plazo.
Prueba ácida (Cuentas por cobrar)	(AC - CXC) / PC	0,79	0,36	0,28	Con realización a la prueba ácida descontando las cuentas por cobrar la empresa únicamente hace frente a \$0,79, \$0,36 y \$0,28 por cada \$1 de sus obligaciones a corto plazo, por lo que es indispensable la revisión y control de las cuentas por cobrar.
Razón de capital de trabajo	AC - PC	299.319,14	22.680,96	-22.031,84	El índice indica que la empresa durante el 2014 y 2015 ha mantenido recursos para cubrir las necesidades operativas de un negocio en marcha y por consiguiente una solvencia del mismo, pero en el 2016 eso recurso no son suficientes para cubrir las necesidades.

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

En vista de que la empresa tiene más concentraciones en cartera se calculó la prueba ácida tomando en cuenta las cuentas por cobrar, que nos demuestra que la empresa no cuenta con una apropiada liquidez.

Del análisis del endeudamiento de Eduplastic surgen los siguientes resultados:

**Cuadro N° 11: Endeudamiento**

DETALLE	CÁLCULO	2014	2015	2016	Análisis
<b>ENDEUDAMIENTO</b>					
Razón de Deuda	PT / AT	61%	79%	80%	El resultado obtenido para 2016 nos dice que el 80% de los activos totales se encuentran financiados por los acreedores y que si se liquidaran los activos totales al precio que aparecen en libros sería del 20% de su valor, después de pagar las deudas vigentes.

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Del análisis de eficacia de Eduplastic surgen los siguientes resultados:

**Cuadro N° 12: Eficiencia**

<b>EFICIENCIA</b>					
Utilización del activo total	VN / AT	0,34	1,68	2,20	El uso del activo en relación a la generación de ventas muestran que la empresa logro vender \$0.34, \$1.68 y \$2.20 por cada dólar invertido en activos totales
Utilización del activo circulante	VN / AC	0,89	2,24	2,58	El uso de estos activos en relación a la generación de ventas muestran que la empresa logro vender \$0.89, \$2.24 y \$2.58 por cada dólar invertido en activos circulante

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

A fin de analizar la rentabilidad de Eduplastic surgen los siguientes resultados a continuación:

**Cuadro N° 13: Rentabilidad**

RENTABILIDAD					
Margen de contribución	UB / VN	42,26%	36,46%	26,62%	Eduplastic ha ganado por cada dólar vendido una utilidad de 42%, 36%, 26% para los años 2014, 2015, 2016, cabe destacar que para que este ratio sea favorable es necesario una buena administración de los costos de venta.
Margen sobre ventas	UN / VN	9,03%	2,72%	1,62%	Con este margen se calcula el éxito de la empresa ya que se determina a cuánto ascienden las ganancias obtenidas de las ventas realizadas.
Rendimiento sobre la Inversión	UN / AT	5,28%	4,09%	3,15%	Según muestran los resultados la mejor rentabilidad obtenida fue en el año 2014 con un 5,28% en el uso de sus activos, debido a una buena gestión administrativa en relación al año 2016 en el cual únicamente obtuvo el 3,15%

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Y se calcula el ROA y ROE de la empresa:

**Cuadro N° 14: ROE Y ROA**

	2014	2015	2016
TOTAL ACTIVO	\$ 1.878.608,05	\$ 652.432,29	\$ 446.129,64
TOTAL PATRIMONIO	\$ 728.379,47	\$ 139.964,89	\$ 87.324,00
UTILIDAD ACUMULADA	\$ 99.229,69	\$ 26.717,00	\$ 14.070,95
ROA = Utilidad Neta / Activo Total	<b>5%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio Total	<b>14%</b>	<b>19%</b>	<b>16%</b>

**Fuente:** Eduplastic

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa


El año 2015 el ROA es de 4%, es decir es el rendimiento del activo, al 2016 él es del 3%, considerando que el activo se redujo en estos años.

En cuanto al rendimiento del patrimonio, el ROE al 2016 es del 16%, debido a una disminución de patrimonio como resultado de la reducción significativa del activo y del patrimonio.

### **Flujo de Efectivo**

Para verificar la liquidez de la empresa se debe realizar un análisis de los flujos de efecto, en este estado se podrá verificar los movimiento de dinero en efectivo en el negocio de esta forma determinaremos los patrones más adecuados tanto para cobrar como para pagar. El objetivo de este análisis es mantener suficiente efectivo disponible para las operaciones de la empresa.

**Cuadro N° 15: Flujo de Efectivo**

		<b>EDUPLASTIC</b>			
		<b>Estado de flujo de efectivo</b>			
Efectivo disponible al inicio del Año	2013	2014	2015	2016	
	27.500	55.825	98.592	37.574	
<b>Ingresos en efectivo</b>					
Ventas (efectivo)	\$329.314	\$519.798	\$466.108	\$373.937	
Cobranza	\$117.254	\$479.191	\$261.433	\$171.747	
<b>Total Ingresos en efectivo</b>	\$446.568	\$998.989	\$727.541	\$545.684	
<b>Efectivo Total Disponible (antes de los retiros)</b>	\$474.068	\$1.054.814	\$826.134	\$583.258	
<b>Egresos en efectivo</b>					
Compra de mercancía	\$214.587	\$586.870	\$489.564	\$356.417	
Compras (especificar)	\$94.564	\$264.092	\$238.304	\$160.388	
Sueldos brutos	\$4.734	\$5.982	\$4.192	\$3.549	
Otros gastos de nómina	\$1.985	\$3.168	\$1.785	\$2.457	
Mantenimiento	\$7.279	\$9.018	\$10.342	\$9.014	
Gastos de publicidad	\$2.145	\$3.045	\$1.874	\$1.200	
Combustible	\$3.045	\$5.421	\$4.012	\$3.224	
Servicio de monitoreo	\$850	\$850	\$850	\$850	
Internet	\$254	\$254	\$254	\$254	
Servicios Basicos	\$850	\$1.400	\$750	\$635	
Impuestos municipales	\$3.542	\$4.125	\$3.458	\$2.745	
Seguros	\$4.587	\$5.478	\$3.587	\$3.145	
Impuestos	\$5.894	\$12.548	\$9.841	\$7.912	
Intereses	\$73.926	\$53.972	\$19.747	\$7.547	
<b>SUBTOTAL</b>	\$418.242	\$956.222	\$788.560	\$559.337	
Reserva y/o en depósito					
Retiro de los accionistas	0				
<b>Total Egresos en efectivo</b>	\$418.242	\$956.222	\$788.560	\$559.337	
<b>Posición de Efectivo (fin de año)</b>	\$55.825	\$98.592	\$37.574	\$23.921	

**Fuente:** Eduplastic

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

**Cuadro N° 16:** Análisis del Flujo de Efectivo

		<b>EDUPLASTIC</b>			
		<b>Estado de flujo de efectivo</b>			
Efectivo disponible al inicio del Año	2013	2014	2015	2016	
	27.500	55.825	98.592	37.574	
<b>Ingresos en efectivo</b>					
Total Ingresos en efectivo	\$446.568	\$998.989	\$727.541	\$545.684	
Efectivo Total Disponible (antes de los retiros)	\$474.068	\$1.054.814	\$826.134	\$583.258	
Variación del efectivo disponible		\$580.747	-\$228.681	-\$242.876	
<b>Egresos en efectivo</b>					
Total Egresos en efectivo	\$418.242	\$956.222	\$788.560	\$559.337	
Variación del egresos		\$537.980	-\$167.662	-\$229.223	
Posición de Efectivo (fin de año)	\$55.825	\$98.592	\$37.574	\$23.921	
Variación del efectivo		\$42.767	-\$61.019	-\$13.653	

**Fuente:** Eduplastic

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Como se puede observar la empresa todos los años ha mantenido flujos de caja positivos, situación favorable desde el punto de vista financiero a corto plazo para las operaciones del negocio, pero lo que llama más la atención es que en el 2015 disminuyó considerablemente y en el 2016 el efectivo tuvo un pequeño incremento, los gastos se han mantenido en un importe considerable, esto demuestra que todavía mantiene la capacidad para pagar a proveedores, pero se debe tomar acciones para que se incremente este efectivo. Se puede decir que es una empresa que está teniendo pequeños inconvenientes, y que requiere de financiamiento para realizar cambios en su producción y mejorar su liquidez.

### **Determinación de la Competitividad**

Con el objetivo de determinar la competitividad del sector de los productores de empaques plásticos se utiliza una encuesta a empresas productoras de este producto, el sector

corresponde a la clasificación CIIU C2220.91 que corresponde a la Fabricación de artículos de plástico para el envasado de productos: bolsas, sacos, cajones, cajas, garrafones, botellas, etcétera. De acuerdo a la superintendencia de compañías existen 120 empresas dedicadas a este giro de negocio, para medir el nivel de competitividad se realizan encuestas y se analiza la información financiera entregada a la superintendencia.

Con el resultado obtenido con la fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra se obtuvo un total de 92 encuestas, para ello el trabajo de campo se realizó de la siguiente forma:

Dado que son empresas que se encuentran a nivel nacional, se procedió a localizar a las empresas, mismas que se encuentran en las ciudades de Quito, Ambato y Guayaquil.

De las 92 encuestas, 45 se realizaron en la ciudad de Quito, 15 en la ciudad de Ambato, y en Guayaquil 32, la toma de la información llevó tres meses debido a gran cantidad de encuestas y la distancia existente.

El cuestionario (Anexo Nro. 3), cumplió con el objetivo de determinar el nivel de competitividad del sector, donde se consideran los siguientes factores que determinan la competitividad:

1. Gestión Comercial
2. Gestión Financiera
3. Gestión de Producción
4. Ciencia y Tecnología
5. Internacionalización
6. Gestión Gerencial

Cada factor se califica del 1 al 4 siendo:



1. Nulo
2. Bajo
3. Medio
4. Alto

Además, para realizar un análisis comparativo con la empresa Eduplastic, se aplicó la encuesta al Gerente de la empresa, por lo tanto, a continuación, se realiza el análisis de competitividad del sector con respecto a la empresa.

Las variables de la encuesta están basada en el modelo de competitividad empresarial (Jiménez Ramírez, 2006, pág. 121), ya que esta metodología está enfocada a nivel micro y por ello se puede adaptar al análisis que se está realizando a la empresa Eduplastic.

### **Análisis e Interpretación de Resultados**

A continuación, se presenta el análisis de cada pregunta, las variables utilizadas en la encuesta obedecen al modelo preparado por Jiménez Ramírez (2006):

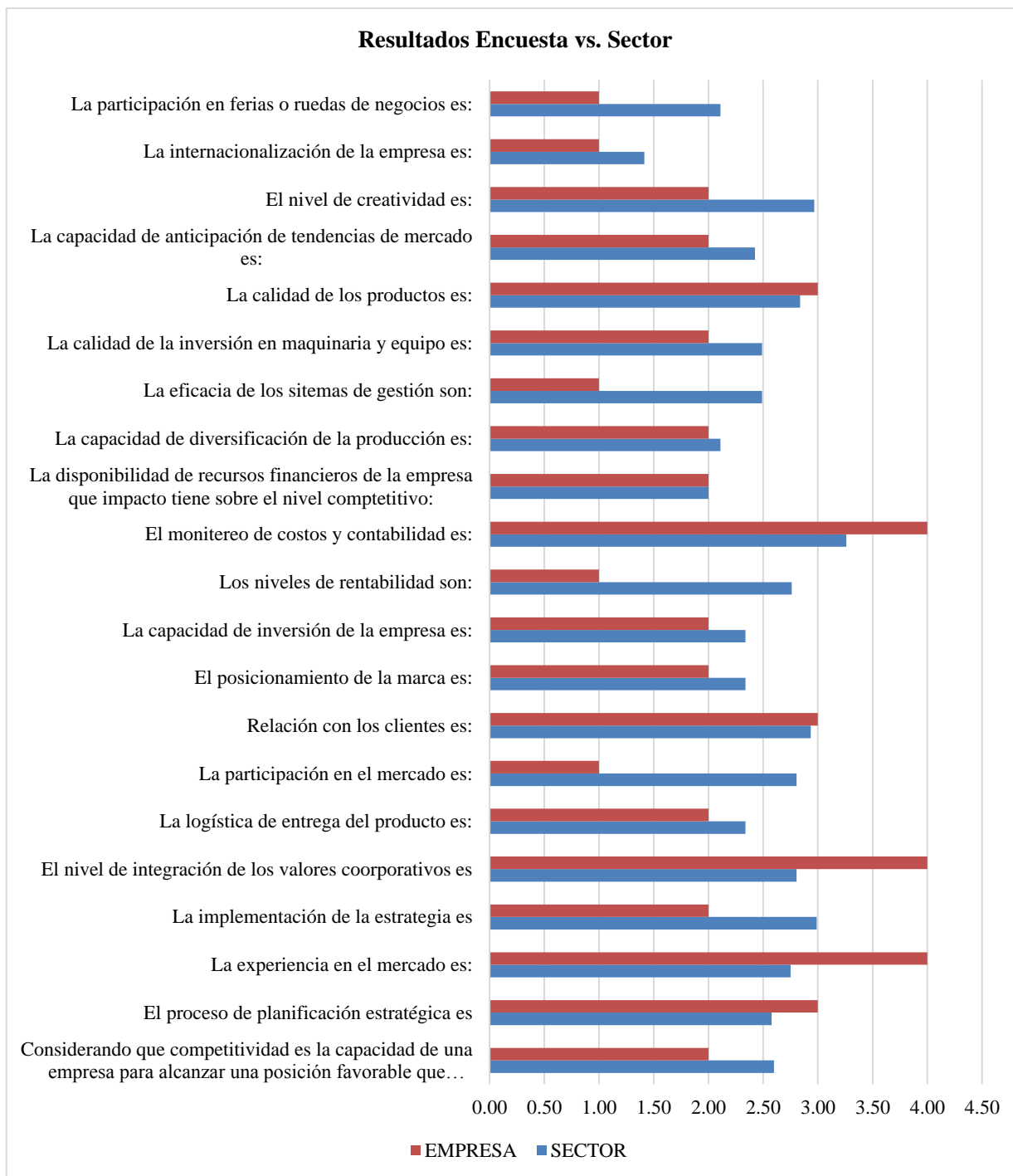
Donde define las variables a ser analizadas para medir el nivel de competitividad de una PYME, en el Anexo No. 6 se adjunta el modelo, el modelo se enfoca desde la perspectiva de la capacidad de toma de decisiones por parte de la gerencia.

En el Anexo No. 5 se presenta un resumen general de los resultados de la encuesta, donde se comparan los resultados del sector con la empresa, como se puede observar en el siguiente gráfico, en las preguntas: niveles de rentabilidad, integración de los valores corporativos, y la experiencia del mercado Eduplastic, tiene puntuación más alta que el sector, en los demás factores analizados el sector tienen mayor puntaje, por lo tanto como se indica en las conclusiones la empresa es menos competitiva que el sector.

## Resultados de la Encuesta

Una vez aplicada la encuesta a 92 empresas, se tienen los siguientes resultados con un nivel de confianza del 95% y error de 5%:

**Gráfico N° 8:** Resultados Encuesta del Sector y de la Empresa



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

## Interpretación de Datos

Pregunta 1: Considerando que competitividad es la capacidad de una empresa para alcanzar una posición favorable que permita un desempeño superior a las empresas de la competencia, Ud. Considera que el nivel de competitividad de su empresa es:

El resultado de esta pregunta sobre la percepción del nivel de competitividad de la empresa en el sector; se considera que el 34.8% tiene un nivel competitivo bajo, el 28% el nivel competitivo medio, el 22.8% un nivel competitivo alto, como se presenta en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 17:** Nivel de competitividad de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nulo	13	14,1	14,1	14,1
Bajo	32	34,8	34,8	48,9
Medio	26	28,3	28,3	77,2
Alto	21	22,8	22,8	100,0
Total	92	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Con respecto a la empresa la encuesta califica como nivel 2, considerando que el promedio del sector es de 2.60, la empresa es menos competitiva que el sector.

A continuación, se analizan los resultados de la encuesta, en función de los factores considerados en la presente investigación como elementos que determinan la competitividad de una empresa.

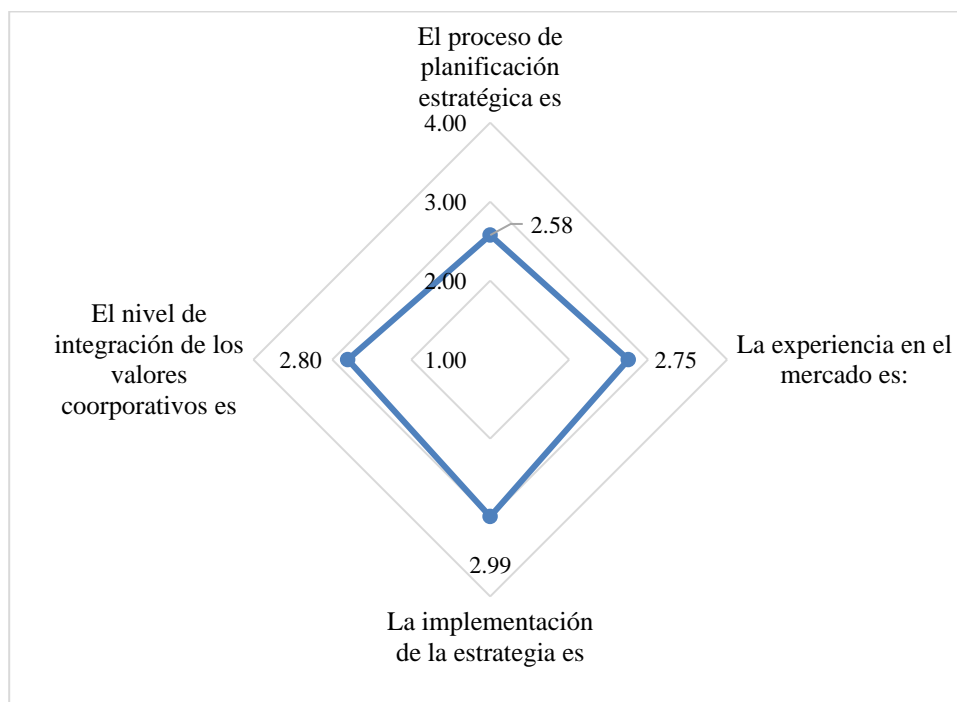
## Gestión Gerencial

Las variables analizadas para esta categoría y los resultados promedio son:

- El proceso de planificación estratégica es: 2.58
- La experiencia en el mercado es: 2.75
- La implementación de la estrategia es: 2.99
- El nivel de integración de los valores corporativos es: 2.80

Como se observa, la implementación de la estrategia llega a 2.99 como valor máximo, integración de valores corporativos 2.8, experiencia en el mercado de 2.75, y planificación estratégica 2.58, en el caso de que la puntuación sea la máxima en cada opción el resultado sería de 4 preguntas por 4 puntos, es decir 16. El valor de la total de la Gestión Comercial del sector es de 11.12 / 16., en caso de la empresa éstos parámetros suman 13, es decir la gestión gerencial de Eduplastic es superior a la del sector.

**Gráfico N° 9:** Gestión Gerencial del sector

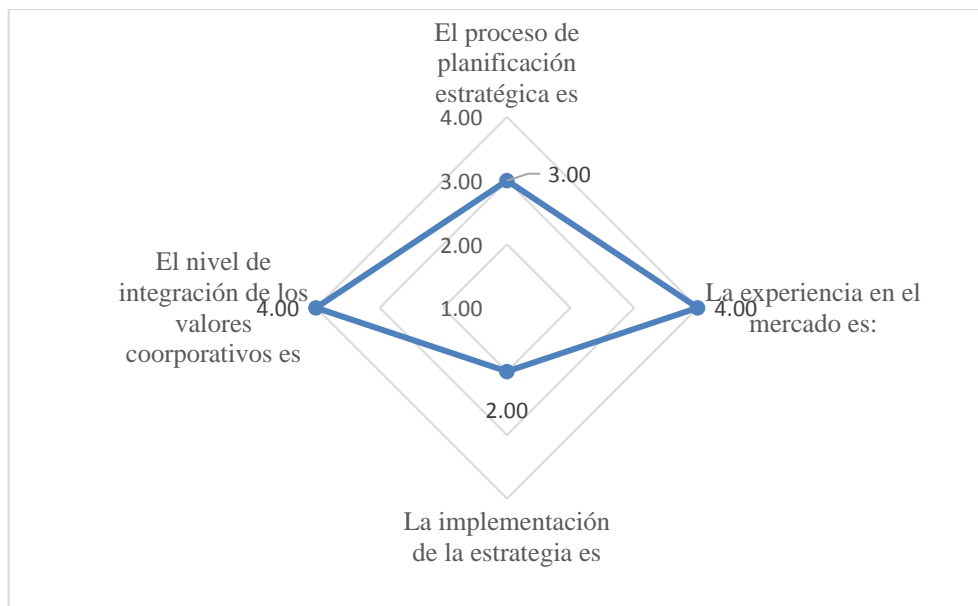


**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

A continuación, se muestran los resultados de Eduplastic, donde observa que la empresa sobresale en la experiencia en el mercado, integración de valores corporativos con respecto al sector, sin embargo, en lo que respecta a la implementación de la estrategia es inferior al sector, la calificación es de 13/16.

**Gráfico N° 10: Gestión Gerencial Eduplastic**



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

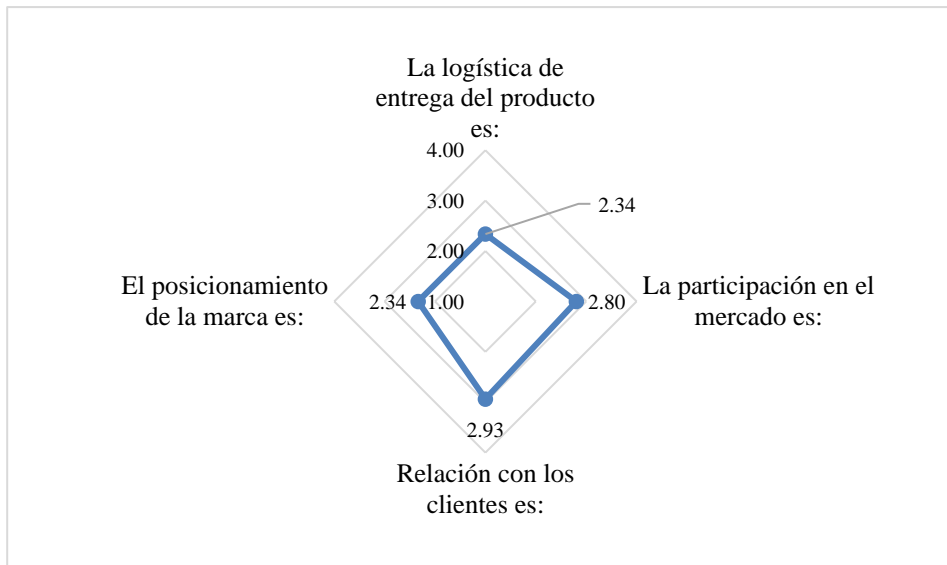
### Gestión Comercial

Las variables analizadas y los resultados son:

- La logística de entrega del producto es: 2.34
- La participación en el mercado es: 2.8
- Relación con los clientes es: 2.93
- El posicionamiento de la marca es: 2.34

De los resultados de la encuesta el sector tiene que ninguna variable alcanza el máximo puntaje, siendo la mejor variable la relación que tienen con los clientes, pero la logística y el posicionamiento de la marca corresponde a niveles bajos, la puntuación total es de 10.41/16.

**Gráfico N° 11: Gestión Comercial Sector**

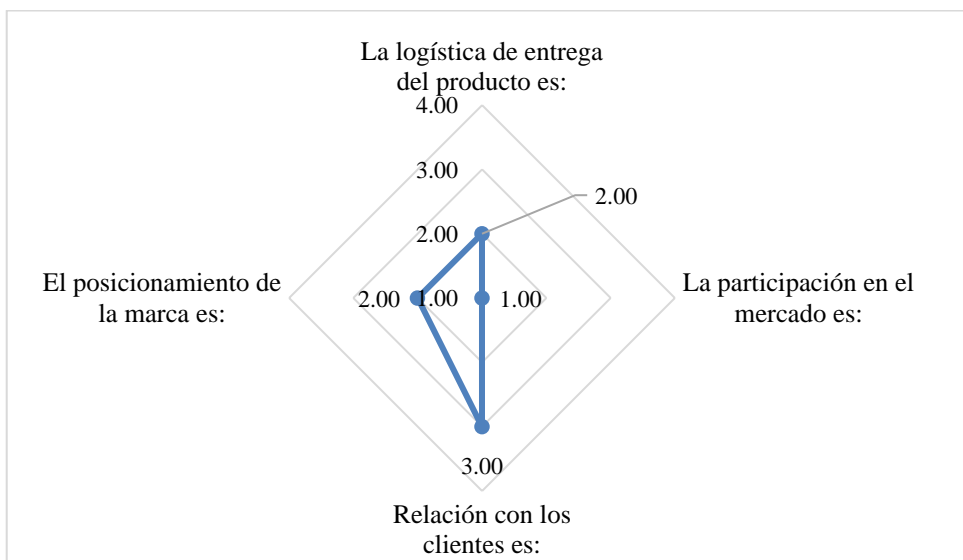


**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

A continuación, se presentan los resultados de la medición a Eduplastic, donde se observa que la participación en el mercado es nula, sin embargo, la relación con los clientes es alta, la calificación total es de 8/16, inferior al sector.

**Gráfico N° 12: Gestión Comercial Eduplastic**



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

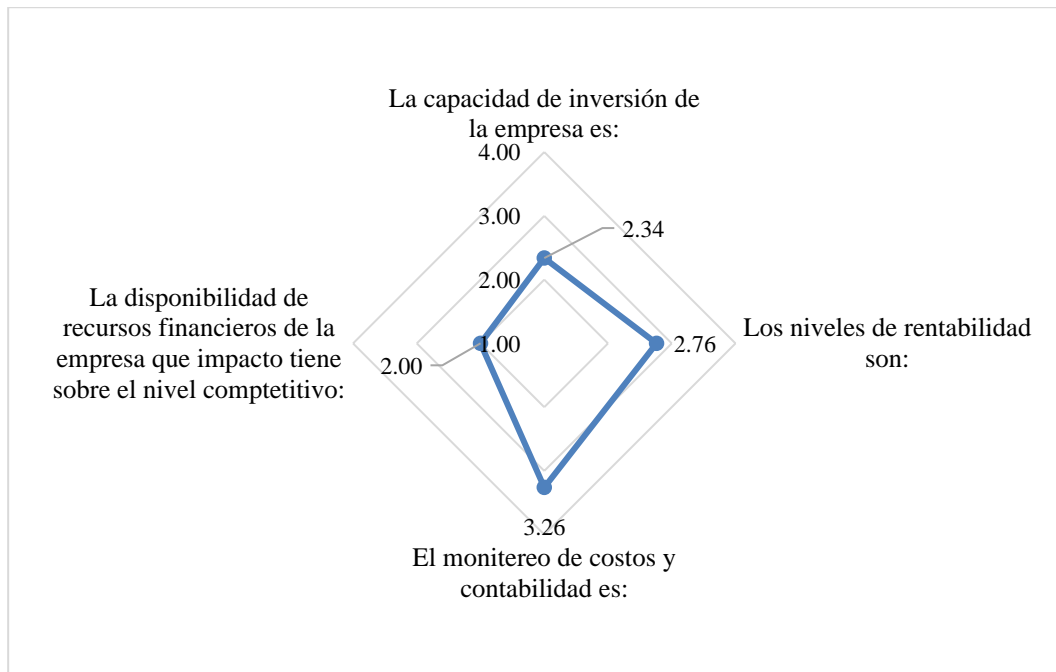
## Gestión Financiera

Las variables y resultados son las siguientes:

- La capacidad de inversión de la empresa es: 2.34
- Los niveles de rentabilidad son: 2.76
- El monitoreo de costos y contabilidad es: 3.26
- La disponibilidad de recursos financieros de su empresa que impacto han tenido sobre el nivel competitivo: 2

En cuanto a los resultados del sector, la gestión financiera es baja, principalmente analizando la disponibilidad de los recursos financieros que es de 2, la capacidad de inversión, los niveles de rentabilidad son bajos, el monitoreo de los costos y contabilidad es medio, el resultado de la gestión financiera del sector es de 10.36/16.

**Gráfico N° 13:** Gestión Financiera Sector

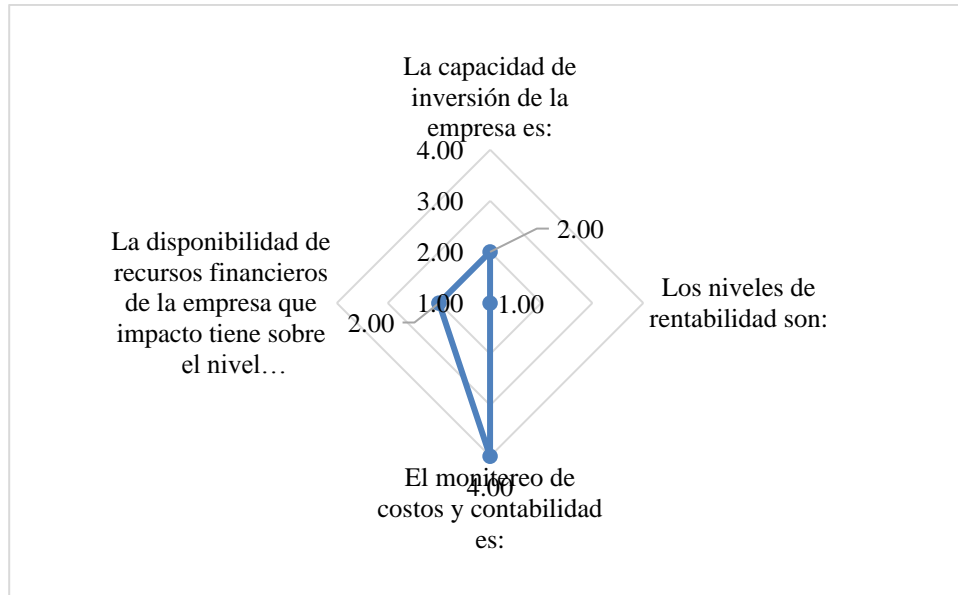


**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

En cuanto a los resultados de Eduplastic, se identifica que la rentabilidad es nula, la capacidad de invertir y la disponibilidad de recursos es baja, la calificación es de 9/16, inferior al sector.

**Gráfico N° 14:** Gestión Financiera Eduplastic



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

### Gestión de Producción

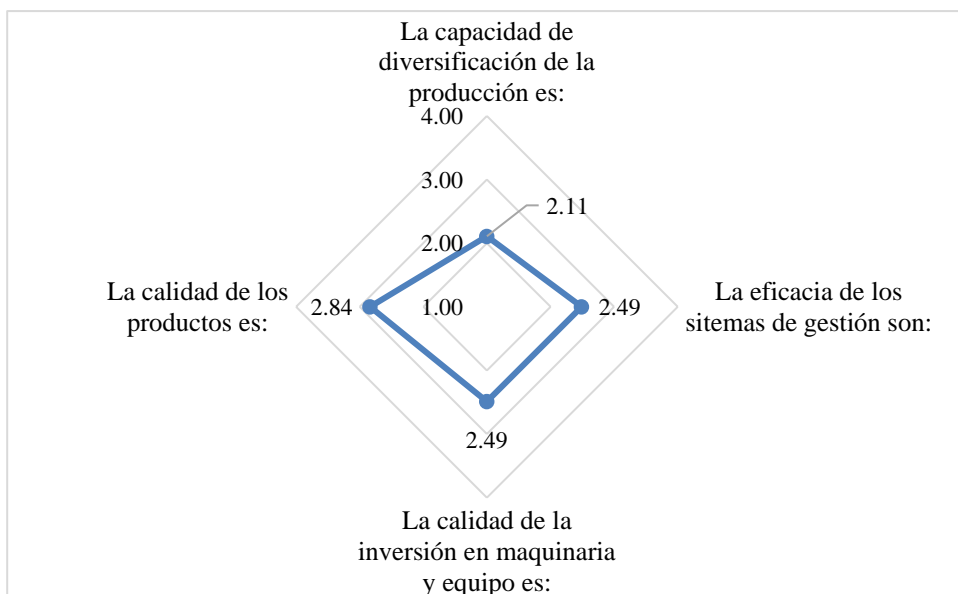
Los parámetros que se miden y su calificación promedio es la siguiente:

- La capacidad de diversificación de la producción es: 2.11
- Las eficacias de los sistemas de gestión son: 2.49
- La calidad de la inversión en maquinaria y equipo es: 2.49
- La calidad de los productos es: 2.84

El nivel de competitividad es bajo en las variables de producción, se observa que la diversificación de la producción, la calidad de la maquinaria y la calidad del producto es baja, la calificación total es de 9.92/16, un resultado bastante bajo para el sector.



**Gráfico N° 15: Gestión de Producción Sector**

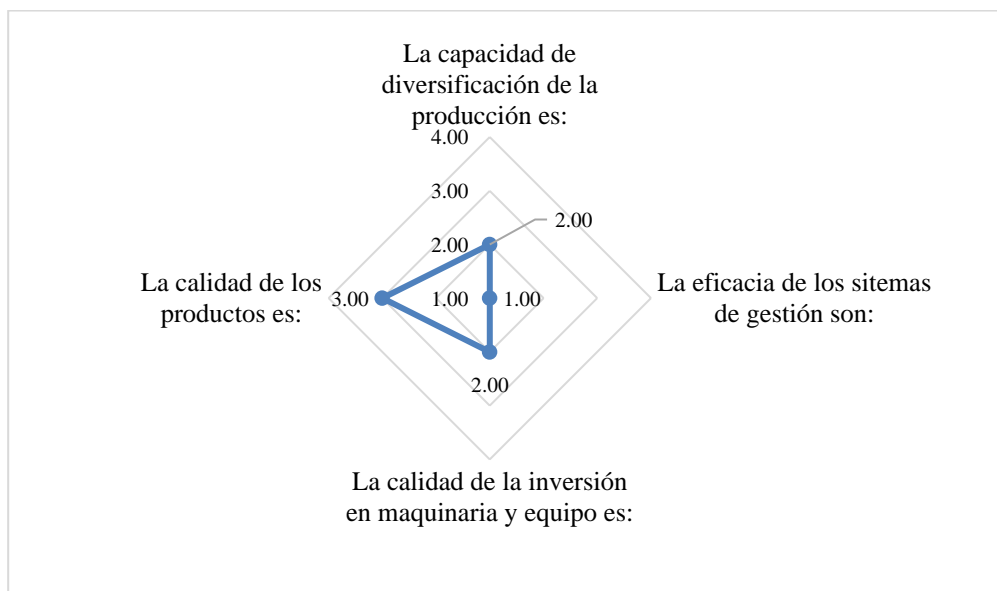


**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Los resultados de Eduplastic en este parámetro es de 8/16, calificación inferior al sector, se identifica que la eficacia de los sistemas de gestión es nula, mientras que la capacidad para diversificar el producto, la calidad del producto y de la maquinaria es baja.

**Gráfico N° 16: Gestión de Producción Eduplastic**



**Fuente:** Encuestas

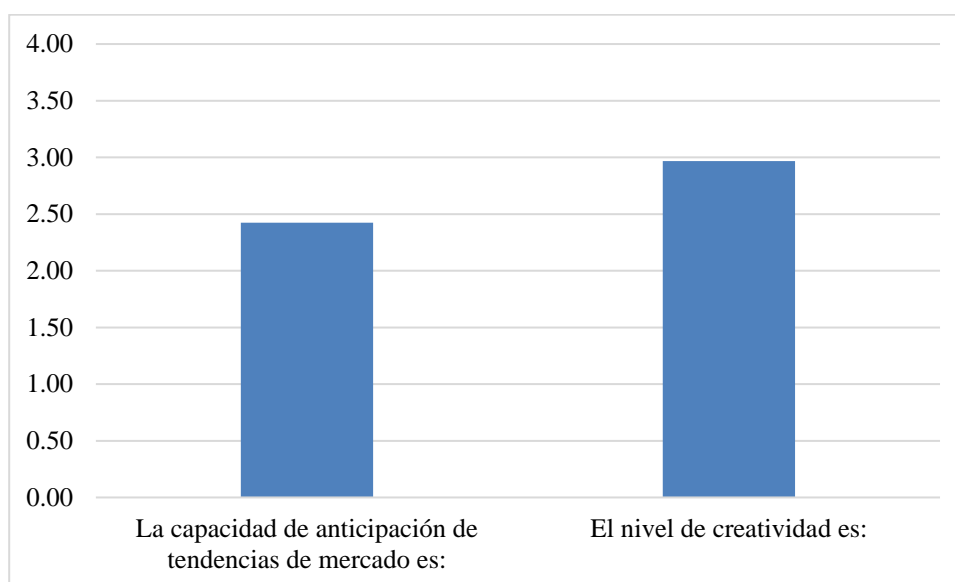
**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

## Innovación (Ciencia y Tecnología)

Las variables y resultados promedios para analizar este componente son las siguientes:

- La capacidad de anticipación de tendencias de mercado es: 2.42
- El nivel de creatividad es: 2.97
- La innovación del sector es baja, la calificación de éste parámetro es de 5.39/8 como se muestra en el siguiente gráfico.

**Gráfico N° 17: Innovación Sector**

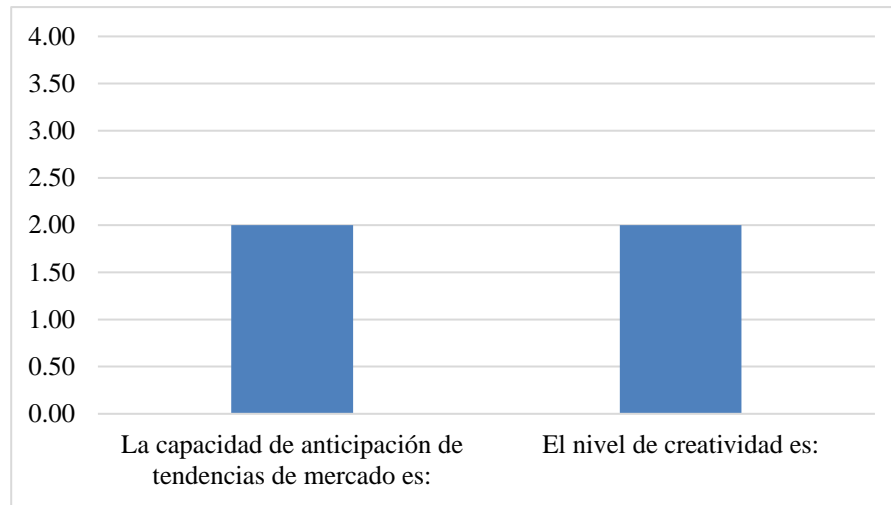


**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Eduplastic en lo que tiene que ver con innovación, tiene una calificación baja, corresponde a 4/8 inferior al sector.

**Gráfico N° 18: Innovación Eduplastic**



**Fuente:** Encuestas

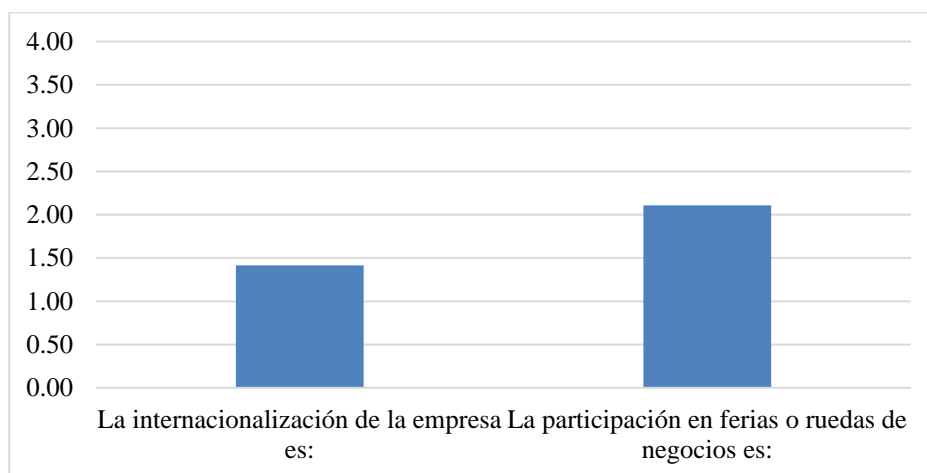
**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

### **Internacionalización**

Las variables analizadas y sus respectivas calificaciones son:

- La internacionalización de la empresa es: 1.41
- La participación en ferias o ruedas de negocios es: 2.11
- La calificación esta ente nula y baja, lo que indica que el sector atiende la demanda nacional principalmente, la calificación total es de 3.52/8.

**Gráfico N° 19: Internacionalización del Sector**

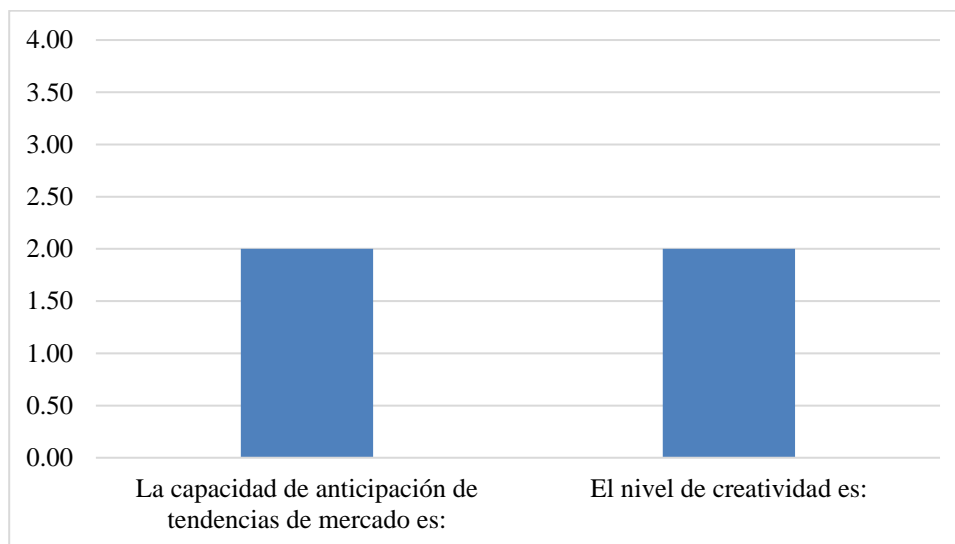


**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Eduplastic, en cuanto a la participación de mercado internacional es nula, la calificación es de 2/8.

**Gráfico N° 20:** Internacionalización de Eduplastic



**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

A fin de cuantificar el nivel de competitividad del sector, se utiliza la metodología de Manuel Jiménez, donde se da una ponderación a las variables analizadas, este método se ajusta a PYMES, que se desarrollan en el mercado latinoamericano, las ponderaciones del modelo son las siguientes (Jiménez Ramírez, 2006, pág. 123):

$$\text{Competitividad} = G.G. (G.C. + G.F. + G.P. + IN + I)$$

Siendo:

G.G. = Gestión Gerencial

G.C. = Gestión Comercial

G.F. = Gestión Financiera

G.P. = Gestión de Producción

IN = Innovación

I = Internacionalización

Las ponderaciones aplicadas son las siguientes:

G.C. = 30

G.F. = 20

G.P. = 20

IN = 10

I = 20

Jiménez Ramírez (2006): “Como se observa la Gestión Gerencial no tiene ponderación, toma valores entre cero y uno, ya que la competitividad depende de esencialmente de la habilidad administrativa”.

Una vez calculado el valor de cada factor, se aplica la fórmula y se clasifica de acuerdo a la siguiente tabla: (Jiménez Ramírez, 2006, pág. 124)

90-100 puntos: Muy competitiva

80-89 puntos: Competitiva

70-79 puntos: Baja competitividad

0-69 puntos: No competitiva

Siguiendo la metodología a continuación se presenta la cuantificación de la competitividad del sector correspondiente a la producción de empaques plásticos:

**Cuadro N° 18:** Cuantificación de la Competitividad del Sector

	Calificación Máxima	Sector	Ponderación	Calificación	Total factores ponderados
Gestión Gerencial	16	11,12		0,70	
Gestión Comercial	16	10,41	30	0,65	19,52
Gestión Financiera	16	10,36	20	0,65	12,95
Gestión de Producción	16	9,92	20	0,62	12,40
Innovación (Ciencia y Tecnología)	8	5,39	10	0,67	6,74
Internacionalización	8	3,52	20	0,44	8,80
<b>TOTAL FACTORES PONDERADOS</b>					<b>60,41</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Competitividad = G.G. (G.C. + G.F. + G.P. + IN + I)

Competitividad del Sector= 60,41

Resultado: No competitiva

**Cuadro N° 19:** Cuantificación de la Competitividad de Eduplastic

	Calificación Máxima	Eduplast	Ponderación	Calificación	Total factores ponderados
Gestión Gerencial	16	13		0,81	
Gestión Comercial	16	8	30	0,50	15,00
Gestión Financiera	16	9	20	0,56	11,25
Gestión de Producción	16	8	20	0,50	10,00
Innovación (Ciencia y Tecnología)	8	4	10	0,50	5,00
Internacionalización	8	2	20	0,25	5,00
<b>TOTAL FACTORES PONDERADOS</b>					<b>46,25</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Competitividad = G.G. (G.C. + G.F. + G.P. + IN + I)

Competitividad de Eduplastic = 46,25

Resultado: No competitiva

### Verificación de Hipótesis

Para determinar la validez de la hipótesis se aplica la prueba de independencia Chi-cuadrado, ésta prueba de hipótesis compara dos variables categóricas permitiendo medir el nivel de correlación entre las variables, para ello los parámetros del nivel de significancia son los siguientes:

- Sig.  $\geq 5\%$  Se acepta que entre las dos variables hay independencia
- Sig.  $\leq 5\%$  Las variables tienen correlación

En la presente investigación se consideran las siguientes hipótesis:

Ho= Las variables son independientes “La competitividad no depende de la disponibilidad de los recursos”

H1= Las variables **no** son independientes “La competitividad SI depende de la disponibilidad de los recursos”

Para el cálculo de Chi cuadrado se utiliza el programa SPSS, donde se ha ingresado las 92 encuestas, los resultados son los siguientes:

**Cuadro N° 20:** Competitividad y Disponibilidad de recursos

		La disponibilidad de recursos de la empresa que impacto tiene sobre el nivel competitivo:				
		Nulo	Bajo	Medio	Alto	Total
Considerando que competitividad es la capacidad de una empresa para alcanzar una posición favorable que permita un desempeño superior a las empresas de la competencia, Ud. Considera que el nivel de competitividad de su empresa es:	Nulo	1	7	3	2	13
	Bajo	18	9	4	1	32
	Medio	3	11	9	3	26
	Alto	11	6	3	1	21
Total		33	33	19	7	92

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

**Cuadro N° 21: Prueba de chi-cuadrado**

	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	21,352 <sup>a</sup>	9	,011
Razón de verosimilitud	23,186	9	,006
Asociación lineal por lineal	,454	1	,500
N de casos válidos	92		

a. 8 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,99.

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Como se observa en el cuadro anterior el nivel de significancia de la prueba Chi-cuadrado es inferior a 5%, es decir se rechaza la hipótesis nula  $H_0$ , y se aprueba la hipótesis alternativa  $H_1$ , es decir dos variables: el nivel de competitividad y la disponibilidad de los recursos tienen correlación, lo que significa que el nivel de recursos que una empresa posea afecta directamente al nivel de competitividad de la misma.

Por lo tanto, en el capítulo correspondiente a la propuesta se analiza el nivel de recursos del sector, para determinar el impacto financiero de los mismos y realizar una propuesta a fin de equilibrar los recursos financieros de Eduplastic para promover la competitividad de la empresa.



## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **Conclusiones**

- En el análisis horizontal su resultado arroja una situación de continuo decrecimiento de la empresa Eduplastic, se debe tomar decisiones que ayude a que esto vaya mejorando y la empresa pueda tener un crecimiento muy adecuado dentro del mercado.
- Al realizar el análisis vertical del estado de situación se evidencia que existe una gran concentración de cuentas por cobrar a comparación del efectivo que posee la empresa, esta situación provocara que la empresa requiera en el futuro recursos económicos para afrontar su producción y mejorar su competitividad.
- En cuanto al nivel de competitividad del sector, los resultados de la encuesta realizada indican que el 14.1% de las empresas no se consideran competitivas, 34.8% consideran un nivel de competitividad bajo, en promedio el nivel competitivo es de 2.60, mientras el nivel de competitividad es de 2 para Eduplastic.
- La gestión gerencial, tiene una calificación de 11.12, el cual refleja que los procesos de gestión estratégicos no son eficientes, lo que demuestra las actividades y decisiones se basan en acciones tomadas conforme se presenta la dinámica del mercado.
- La gestión comercial del sector es débil principalmente en las áreas de logística y posicionamiento de la marca, en el caso de Eduplastic también no tiene ventaja en estos

aspectos, principalmente en la participación del mercado que es nula, dado que atiende al mercado de Latacunga, mercado relativamente pequeño comparado con el sector.

- La gestión financiera del sector tiene un resultado bajo, principalmente a la disponibilidad de los recursos financieros, al igual que la inversión y la rentabilidad, lo que muestra que la débil inversión repercute sobre la calidad y crecimiento del sector, Eduplastic tiene calificación de 9/16 en este parámetro es decir no es competitivo con respecto al sector.
- La gestión de producción, tiene un resultado de 9,92/16, donde resalta la baja capacidad de diversificación de la producción, la calidad del producto se lo califica bajo.
- En cuanto a la innovación los niveles son bajos, tanto para el sector como a la empresa analizada, se evidencia que no ha existido interés en invertir en crear productos originales.
- En cuanto a la internacionalización de las ventas, el sector califica bajo, es decir atiende principalmente al mercado nacional, Eduplastic no genera exportaciones.
- Finalmente concluimos que es necesario realizar una propuesta que ayude a la empresa Eduplastic a potenciar la empresa para lograr mejorar la competitividad a nivel nacional, pues de esta forma podrá incrementar sus ventas y mejorar sus procesos.

### **Recomendaciones**

- Para dar una solución al decrecimiento de la empresa Eduplastic, se recomienda analizar las variaciones que se han tenido para verificar estrategias y soluciones para corregir esta disminución de valores.

- Se recomienda a la empresa Eduplastic que tome acciones para disminuir las cuentas por cobrar por consiguiente se debe acudir a financiamiento externo, pues así se podrá afrontar una inversión.
- Eduplastic, en cuanto al nivel de competitividad percibido por la gerencia, debe realizar acciones a fin de que alcance estándares superiores al promedio del sector, a fin de que en el corto plazo la empresa logre los estándares del sector.
- En cuanto a la gestión gerencial, se recomienda que se implementen procesos administrativos que permitan desarrollar acciones estratégicas, a fin de plantearse una planificación en el mediano y largo plazo, que permitan garantizar la calidad de los procesos.
- Eduplastic debe generar procesos de posicionamiento de la marca, a fin de ampliar su mercado, además fortalecer el sistema logístico para generar una ventaja en el mercado con respecto a la competencia.
- En cuanto a la gestión financiera Eduplastic, no es competitiva por lo tanto se recomienda que la empresa realice un plan de negocios, con el objetivo de ampliar la inversión, modernizar sus equipos, y buscar fuentes de financiamiento.
- La gestión de producción tiene un bajo nivel competitivo, por eso se ha identificado bajos niveles de calidad y diversificación del producto, por lo que se debe actualizar la maquinaria a fin de que se modernice el proceso y por lo tanto se obtenga una mejora en el producto final.
- En vista que la innovación es baja, la empresa debe contratar personal a fin de genere nuevos productos, a fin de que se diferencie por la variedad y originalidad de producción.

- En cuanto al mercado internacional se recomienda que Eduplastic, primero busque posicionamiento a nivel nacional, por lo tanto, no es conveniente que genere acciones para atender el mercado externo.
- Se debe realizar una propuesta financiera para que permita a Eduplastic, posicionarse en el mercado, realizar inversiones en diferentes aspectos para que se genere buenos niveles de rentabilidad y competitividad a nivel nacional.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **Título de la propuesta de solución a ser implementada**

#### **Propuesta Financiera para incrementar la competitividad de la empresa Eduplastic**

#### **Datos informativos del beneficiario de la propuesta**

Eduplastic es una empresa ecuatoriana fundada en el año 2001 bajo la dirección del Sr. John Maldonado, está dedicada a la elaboración de fundas y rollos plásticos, mismas que son utilizadas por otras empresas para el empaquetado de sus productos.

Ésta empresa se inició en un pequeño local ubicado en el barrio San Felipe del Cantón Latacunga. Al iniciar sus actividades únicamente contaba con cinco operarios y dos maquinarias para la elaboración de las fundas plásticas.

Para atraer clientes la empresa tuvo que realizar visitas a pequeñas y microempresas locales que elaboraban productos, a fin de ofertar las fundas dando a entender que eran personalizados y al gusto del cliente. A partir del año 2003 la empresa logro obtener mayores recursos y pudo adquirir un terreno ubicado en la Panamericana Norte, en donde se llevó a cabo la construcción de las instalaciones de la empresa; la construcción de dicha infraestructura duro aproximadamente 4 años y cuando estuvo en las condiciones adecuadas para desarrollar las labores de la empresa, todos sus miembros se trasladaron a este lugar para continuar con sus actividades y hasta la presente fecha siguen laborando en este lugar.

### **Ilustración N° 1: Instalaciones Eduplastic**



#### **Misión**

Fabricar rollos y fundas plásticas con y sin impresión de acuerdo a las necesidades y requerimientos de nuestra clientela al mejor costo y que rindan ecológica y económicamente, promoviendo la ética y la honestidad en el trabajo, la mejora continua que asegure el permanente crecimiento de la empresa. (Eduplastic)

#### **Visión**

Buscamos posicionarnos como empresa líder en la industria de la elaboración de fundas, en la zona centro del país, mediante la utilización de materia prima de excelente calidad, con compromiso ético, ambiental y de responsabilidad social, convirtiéndonos en el proveedor preferido de nuestros clientes por la variedad, calidad y servicio brindado. (Eduplastic)

## **Productos**

La empresa cuenta con las siguientes líneas de producción:

- Alimentos Procesados
- Comercio
- Agrícola
- Industria
- Empaques para desechos

El Anexo Nro. 4 muestra imágenes de los productos por cada línea de producción:

## **Justificación de la propuesta**

Actualmente, la competencia que existe en los diferentes mercados, obliga a las empresas a tener sus metas y objetivos claros. Por tal motivo, este proyecto parte de la importancia y la necesidad de implementar un plan de financiamiento donde se realizara diferentes inversiones para que la empresa realice ciertos cambios que generen un crecimiento sostenido a partir de las ventajas competitivas que se derivan de la implantación de esta inversión, y de esta forma lograr el crecimiento empresarial y posicionamiento dentro del mercado nacional.

## **Objetivos de la propuesta**

Los objetivos de la propuesta son los siguientes:

- Determinar los rubros a invertir por Eduplastic a fin de lograr competitividad en el sector de la producción de empaques plásticos
- Determinar la rentabilidad de Eduplastic con incremento de la inversión
- Determinar el nivel de financiamiento necesario para generar rentabilidad y niveles de competitividad

## Análisis de factibilidad de implementación de la propuesta

### Análisis de Cuota de Mercado

Una vez considerada la situación financiera de la empresa, para tomar una decisión con enfoque de competitividad, es necesario analizar financieramente a la competencia, para ello se considera la información de las empresas que son competidores directos:

- Reynacsac
- Industria Plasticword
- Coberparck

**Cuadro N° 22:** Cuota de Mercado

EMPRESAS	Ventas 2016	Ventas 2015	Utilidad	Activo	Patrimonio	Cuota Mercado	Crecimiento
EDUPLASTIC	\$569.684,06	\$680.541,26	\$14.070,96	\$446.129,64	\$87.324,00	4,0%	-16,29%
REYNACSAC S.A.	\$5.258.337,49	\$10.606.884,90	\$187.388,94	\$9.270.713,43	\$6.450.780,00	36,6%	-50,43%
PLASTICA PLASTICWORLD S.A.	\$3.061.392,78	\$5.053.303,33	\$263.649,66	\$3.127.195,80	\$1.258.345,00	21,3%	-39,42%
COBERPACK CIA. LTDA.	\$5.491.012,16	\$7.466.353,81	\$201.270,94	\$3.360.082,00	\$2.014.567,00	38,2%	-26,46%
PROMEDIO:	\$3.595.106,62	\$5.951.770,83	\$166.595,12	\$4.051.030,22	\$2.452.754,00	25,0%	-33,15%
TOTAL:	\$14.380.426,49	\$23.807.083,30	\$666.380,50	\$16.204.120,87	\$9.811.016,00	100,0%	

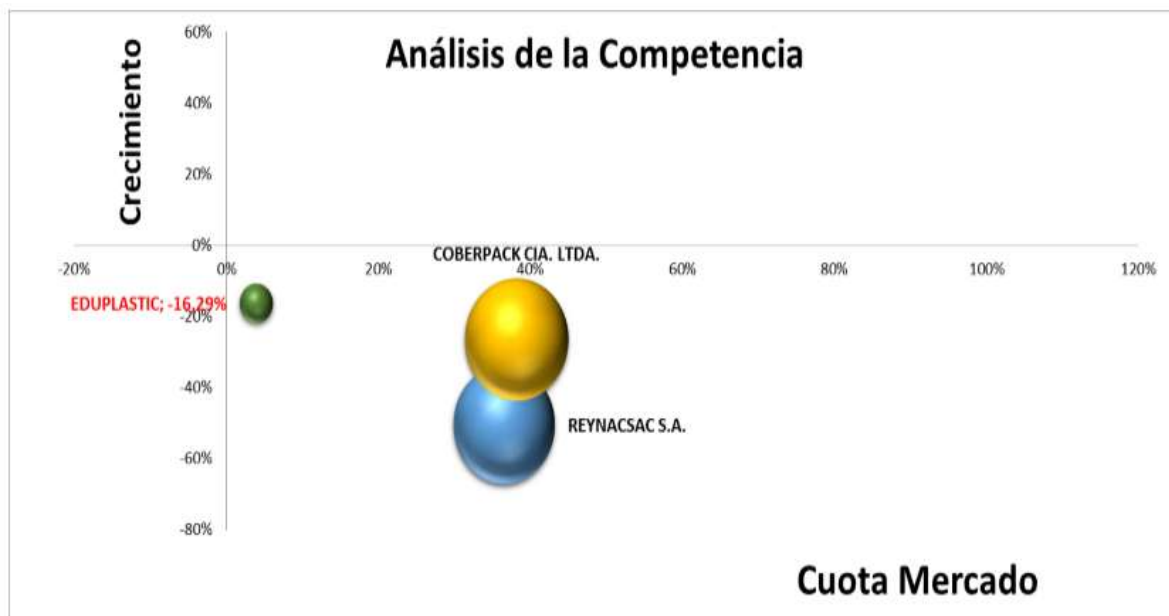
**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Todas las empresas analizadas al 2016 tienen decrecimiento, en la utilidad, analizando el nivel de ventas se determina la cuota de mercado, Eduplastic es la más pequeña, por lo que se requiere que incremente su activo a fin de generar mayor producción.



**Gráfico N° 21: Cuota de Mercado**



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

A continuación, se calcula el margen de ganancia, la rotación del activo y la rentabilidad, se observa que Eduplastic, tiene una rentabilidad de 3,2%, la rotación es de 1,28 la más alta, el margen es de 2,5% la menor de todas, por lo que la empresa debe plantearse ampliar sus ventas a fin de ser competitiva el mercado. Se analiza también el apalancamiento, donde se observa que el 80.4% del activo es deuda, lo que indica que se debe analizar la política de créditos de la empresa.

Para el cálculo de la rentabilidad se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{Beneficio}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo}} = \text{Margen} \times \text{Rotación}$$

**Cuadro N° 23:** Esquema Dupont

Esquema Dupont 2016				
EMPRESAS	Margen	Rotación	Rentabilidad	APALANCAMIENTO 1- (Patrimonio/Activo)
EDUPLASTIC	2,5%	1,28	3,2%	80,4%
REYNACSAC S.A.	3,6%	0,57	2,0%	30,4%
PLASTICA PLASTICWORLD S.A.	8,6%	0,98	8,4%	59,8%
COBERPACK CIA. LTDA.	3,7%	1,63	6,0%	40,0%
PROMEDIO:	4,6%	1,11	4,9%	52,7%

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

**Gráfico N° 22:** Esquema Dupont



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

### Análisis de Riesgo

Una vez analizado el nivel competitivo de la empresa, se analiza el riesgo del negocio, para el cálculo de la matriz de riesgos se tienen en cuenta los diferentes escenarios a los que se enfrenta el proyecto y su impacto, a continuación, se explica la metodología:

- 1) Se determinan los posibles riesgos,
- 2) Asigna una probabilidad de ocurrencia (1, 2, 3, 4, y 5), correspondiendo 1 a un suceso excepcional y 5 a la máxima probabilidad
- 3) Asigna el impacto (1, 2, 3, 4 y 5), siendo 1 un impacto insignificante y 5 una catástrofe

El modelo calcula el riesgo (bajo, medio, alto y muy alto) de acuerdo con la siguiente matriz de riesgos

**Cuadro N° 24:** Matriz de probabilidad e impacto

PROBABILIDAD	IMPACTO				
	1-Insignificante	2-Pequeño	3-Moderado	4-Grande	5-Catastrofe
5- Casi seguro que suceda	Medio (5)	Alto (10)	Alto (15)	Muy alto (20)	Muy alto (25)
4- Muy probable	Medio (4)	Medio (6)	Alto (12)	Alto (16)	Muy alto (20)
3- Es posible	Bajo (3)	Medio (5)	Medio (9)	Alto (12)	Alto (15)
2- Es raro que suceda	Bajo (2)	Bajo (4)	Medio (6)	Medio (8)	Alto (10)
1- Sería excepcional	Bajo (1)	Bajo (2)	Bajo (3)	Bajo (4)	Medio (5)

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Con el objetivo de plantear una propuesta integral para mejorar los aspectos económicos de Eduplastic, se analizan factores desde la perspectiva interna de la empresa, del cliente, del proveedor y del medio interno como externo, de esta manera las variables que se utilizan para analizar el nivel de riesgo son las siguientes:

- Competencia Inversión Extranjera

- Nuevos competidores servicios online
- Dejamos de ser competitivos en precio
- Dependencia excesiva de un cliente
- Clientes dejen de pagar
- Dependencia excesiva proveedores
- Riesgo desabastecerse de Producto
- Suben tipos de interés
- Cambio político
- Inestabilidad laboral
- Cambios en legislación perjudican

**Cuadro N° 25: Probabilidad e Impacto**

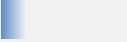

















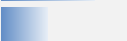


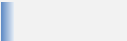


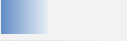








Tipo de riesgo	Probabilidad	X	Impacto
Competencia Inversión Extranjera	2- Es raro que suceda		2-Pequeño
Nuevos competidores servicios online	4- Muy probable		4-Grande
Dejamos de ser competitivos en precio	2- Es raro que suceda		4-Grande
Dependencia excesiva de un cliente	1- Sería excepcional		2-Pequeño
Clientes dejen de pagar	3- Es posible		3-Moderado
Dependencia excesiva proveedores	3- Es posible		4-Grande
Riesgo desabastecerse de Producto	2- Es raro que suceda		5-Catastrofe
Suben tipos de interés	3- Es posible		2-Pequeño
Cambio político	3- Es posible		1-Insignificante
Inestabilidad laboral	2- Es raro que suceda		3-Moderado
Cambios en legislación perjudican	4- Muy probable		3-Moderado

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Una vez calificada la probabilidad y el impacto se determina que existe alto riesgo en: nueva competencia, dependencia de proveedores, cambios legislativos, no ser competitivo en el precio:

**Cuadro N° 26:** Medición de Riesgo

Tipo de riesgo	Riesgo				
Competencia Inversión Extranjera			4	Bajo	
Nuevos competidores sevicios online			16	Alto	
Dejamos de ser competitivos en precio			8	Medio	
Dependencia excesiva de un cliente			2	Bajo	
Cientes dejen de pagar			9	Medio	
Dependencia excesiva proveedores			12	Alto	
Riesgo desabastecerse de Producto			10	Alto	
Suben tipos de interés			6	Medio	
Cambio político			3	Bajo	
Inestabilidad laboral			6	Medio	
Cambios en legislación perjudican			12	Alto	

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

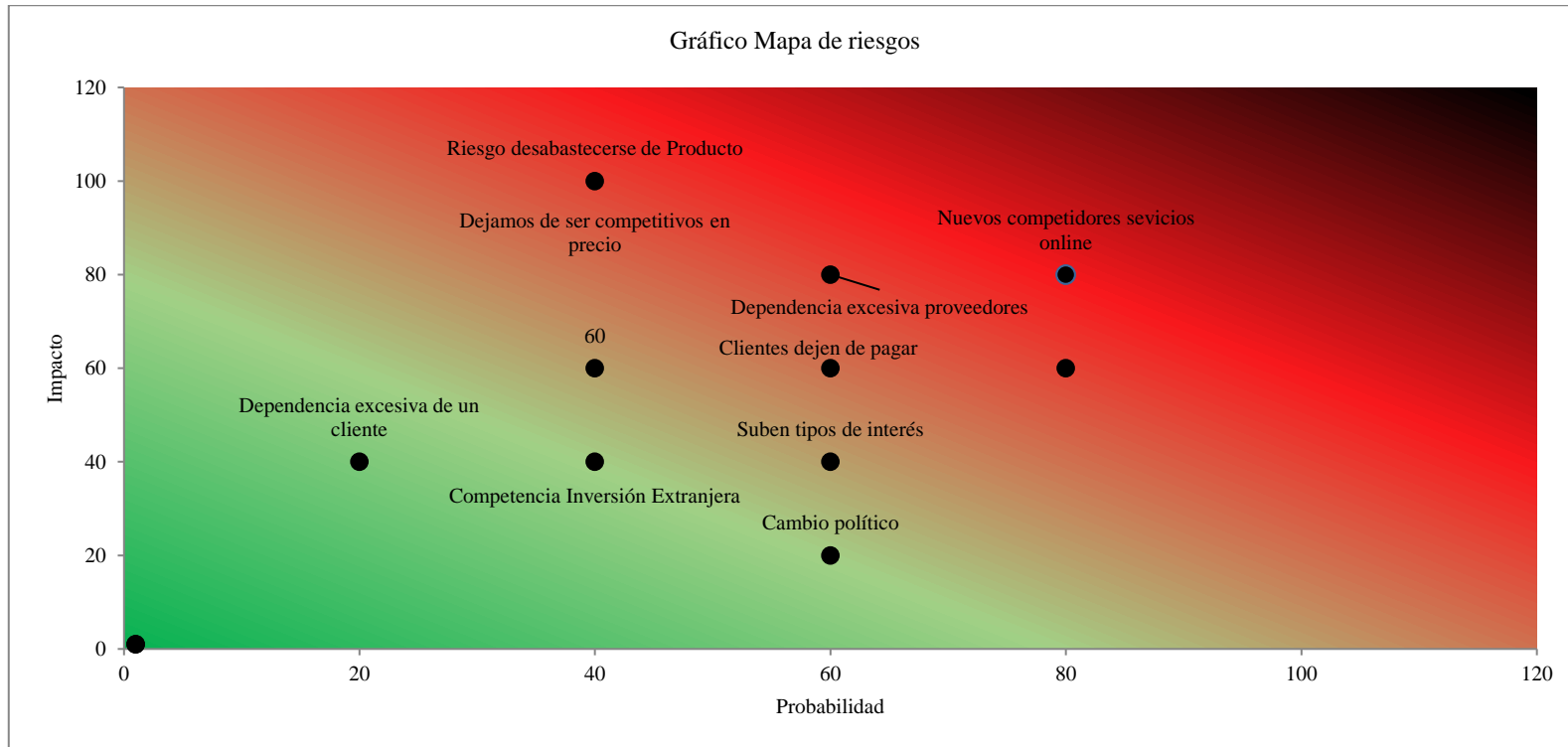
**Cuadro N° 27:** Probabilidad y Riesgo

Tipo de riesgo	Probabilidad	Impacto
Competencia Inversión Extranjera	40	40
Nuevos competidores sevicios online	80	80
Dejamos de ser competitivos en precio	40	80
Dependencia excesiva de un cliente	20	40
Cientes dejen de pagar	60	60
Dependencia excesiva proveedores	60	80
Riesgo desabastecerse de Producto	40	100
Suben tipos de interés	60	40
Cambio político	60	20
Inestabilidad laboral	40	60
Cambios en legislación perjudican	80	60

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

**Gráfico N° 23: Mapa de Riesgos**



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Una vez analizada la situación financiera, la competencia y los riesgos a continuación se realiza la propuesta para que la empresa invierta y logre ser competitiva.

### Modelo operativo de ejecución de la propuesta

El objetivo de la propuesta es generar una estrategia a fin de que la empresa alcance competitividad en el sector donde se desarrolla, para ello se aplica el método del cuadro de mando integral, donde se analizan las perspectivas financieras, del cliente, interna y de aprendizaje.

**Ilustración N° 2:** Elementos del Cuadro de Mando Integral



**Fuente:** CMI Gestión

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

A fin de generar una mejora a nivel global y económico para la empresa a continuación se presentan las metas, objetivos e indicadores que Eduplastic, debe implementar en las cuatro perspectivas:

**Perspectiva Financiera:** Esta perspectiva busca generar mayores ingresos, y mayor rentabilidad, además la eficiencia operativa se refiere a que en el corto plazo el apalancamiento disminuya, la estrategia para lograr estos objetivos es realizar un plan de negocios y adquirir maquinaria.

**Cuadro N° 28:** Perspectiva Financiera

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESTRATEGICO	METAS	INDICADOR
<b>Administrar eficientemente los recursos</b>	<b>Aumentar la rentabilidad para los accionistas</b>	<b>Porcentaje de rentabilidad bruta anual del 40%</b>	<b>RENTABILIDAD CAPITAL</b>
	<b>Aumentar la eficiencia operativa</b>	<b>Incrementar la eficiencia operativa a 8 puntos</b>	<b>EFICIENCIA OPERATIVA</b>
	<b>Crecimiento del ingresos</b>	<b>Incrementar los Ingresos en un 25 %</b>	<b>VENTAS</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

**Perspectiva del Cliente:** El objetivo es incrementar el número de clientes, fidelizar los clientes para ello se plantea contratar personal que se dedique a la innovación de los productos, es decir realizar fundas o empaques plásticos que satisfagan las necesidades del mercado.



**Cuadro N° 29: Perspectiva del Cliente**

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESTRATEGICO	METAS	INDICADOR
<b>Sensibilidad en las necesidades de los clientes</b>	Establecer punto de repeticiones de clientes	Porcentaje de repetición de clientes por año del 80%	REPETICION DE CLIENTES
	Nuevos clientes	Numero de cuentas nuevas	CUENTAS NUEVAS
	Incrementar la rentabilidad por cliente	Porcentaje de incremento de rentabilidad de clientes	RENTABILIDAD POR SERVICIOS A CLIENTES

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

**Perspectiva Interna:** La estrategia es generar procesos dentro del ciclo de mejora continua, para ello se requiere que la empresa defina los procesos y los estándares de calidad para el producto, como propuesta se plantea realizar el plan estratégico, documentar procesos e iniciar el proceso de certificación de la calidad.

**Cuadro N° 30: Perspectiva Interna**

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESTRATEGICO	METAS	INDICADOR
<b>Mejoramiento continuo en la calidad de los servicios</b>	Aumentar la calidad de los productos	Disminuir el numero de inconformidades internas y externas	NUMERO DE INCONFORMIDADES
	Cuantificar el numero efectivo de mejoras y innovaciones	Documentación de procesos	NUEVOS PROCESOS Y PRODUCTOS
	Asegurar la calidad del servicio a los clientes	Porcentaje de servicios satisfactorios del 100% anual	ESTANDAR DE CALIDAD

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

**Perspectiva de Aprendizaje:** La estrategia es incorporar innovación y tecnología, para ello el objetivo es capacitar al personal, incorporar tecnología a través de maquinaria, y medir continuamente el nivel de satisfacción de los empleados, para ello se propone capacitación, gestión de logística y comercialización.

**Cuadro N° 31:** Perspectiva de Aprendizaje

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESTRATEGICO	METAS	INDICADOR
Fortalecer el conocimiento del personal y la innovación tecnológica	Realizar cursos para incorporar mejoras a la producción	Porcentaje de gastos invertidos en capacitación	FORMACION DEL RECURSO HUMANO
	Actualizar tecnología para el desarrollo de los productos	Porcentaje de inversión en maquinaria	TECNOLOGIA
	Evaluar el grado de satisfacción de los empleados	Alto nivel de satisfacción	CLIMA LABORAL

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

### Propuesta Financiera

De acuerdo a las conclusiones y recomendaciones se presentan los siguientes parámetros para generar una ventaja competitiva con respecto al sector, estas acciones que se presentan pretenden mejorar la administración de la empresa, compra de maquinaria, vehículos y principalmente la innovación de productos, la inversión asciende a \$362.200 dólares.

**Cuadro N° 32: Propuesta Financiera**

<b>PROPUESTA INCREMENTO DE LA COMPETITIVIDAD</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
<b>PERSPECTIVA INTERNA</b>			
Desarrollo del Plan Estratégico	\$ 3.000,00	1	\$ 3.000,00
Documentación de Procesos	\$ 4.500,00	1	\$ 4.500,00
Certificación de Calidad de los procesos	\$ 4.000,00	1	\$ 4.000,00
<b>PERSPECTIVA DE APRENDIZAJE</b>			
Plan Estratégico de Comercialización	\$ 2.000,00	1	\$ 2.000,00
Capacitación al personal	\$ 6.500,00	1	\$ 6.500,00
Sistema de distribución (Vehículo)	\$ 35.000,00	2	\$ 70.000,00
<b>PERSPECTIVA FINANCIERA</b>			
Plan de Negocios	\$ 3.000,00	1	\$ 3.000,00
Adquisición de Maquinaria	\$ 250.000,00	1	\$ 250.000,00
<b>PERSPECTIVA DEL CLIENTE</b>			
Personal para generación de nuevos productos. Innovación	\$ 9.600,00	2	\$ 19.200,00
<b>Total</b>			<b>\$362.200,00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Se requiere que la propuesta se financie, dada la existencia de activos que pueden apalancar la deuda de acuerdo a la siguiente estructura:

**Cuadro N° 33: Estructura de la Inversión**

<b>FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>		
PRÉSTAMO DE LARGO PLAZO	\$ 274.876,00	75,89%
CAPITAL PROPIO	\$ 87.324,00	24,11%
<b>TOTAL DEL FINANCIAMIENTO</b>	<b>362.200</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Aplicando el método de costo promedio ponderado del capital, se determina la tasa de descuento que es 17,38%, donde el costo del financiamiento es del 19,58%, que corresponde a la tasa activa para créditos productivos otorgados por la banca privada, el costo del capital propio corresponde a la sumatoria del riesgo país a febrero del 2017 de 5,45%, más la tasa pasiva anual que es del 4,97%, y la inflación de 0,28% esto genera una TMAR de 10,72%.

A continuación, se determina la tabla de amortización para 5 años para el crédito solicitado.

**Cuadro N° 34:** Tabla de Amortización

PERIODO	INTERES	CAPITAL	SALDO
0			\$274.876,00
1	\$53.816,59	\$37.245,26	\$237.630,74
2	\$46.524,53	\$44.537,32	\$193.093,42
3	\$37.804,79	\$53.257,06	\$139.836,36
4	\$27.377,86	\$63.683,99	\$76.152,36
5	\$14.909,49	\$76.152,36	\$0,00

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Una vez, determinada la propuesta la nueva maquinaria permitirá producir 25.000 unidades diarias, con mejor calidad, el precio unitario es de 0.09 centavos por funda, a continuación, se presenta el estado de pérdidas y ganancias proyectado:

**Cuadro N° 35:** Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

CONCEPTO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	2018	2019	2020	2021	2022
<b>VENTAS NETAS</b>	\$ 630.000,00	\$ 640.017,00	\$ 650.193,27	\$ 660.531,34	\$ 671.033,79
- COSTO DE PRODUCCION	\$ 210.000,00	\$ 213.339,00	\$ 216.731,09	\$ 220.177,11	\$ 223.677,93
<b>= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	\$ 420.000,00	\$ 426.678,00	\$ 433.462,18	\$ 440.354,23	\$ 447.355,86
GASTO SUELDOS	\$ 19.800,00	\$ 20.471,22	\$ 21.165,19	\$ 21.882,69	\$ 22.624,52
DEPRECIACION DE MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
DEPRECIACION DE VEHICULO	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00
PROVISION PARA MANTENIMIENTO	\$ 393,94	\$ 407,73	\$ 422,00	\$ 436,77	\$ 452,05
<b>=UTILIDAD EN OPERACION</b>	\$ 360.806,06	\$ 366.799,05	\$ 372.874,99	\$ 379.034,77	\$ 385.279,29
- GASTOS FINANCIEROS	\$ 53.816,59	\$ 46.524,53	\$ 37.804,79	\$ 27.377,86	\$ 14.909,49
- OTROS GASTOS	\$ 31.500,00	\$ 32.000,85	\$ 32.509,66	\$ 33.026,57	\$ 33.551,69
<b>= UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION LABORAL</b>	\$ 275.489,47	\$ 288.273,67	\$ 302.560,53	\$ 318.630,34	\$ 336.818,11
- 15 % DE PARTICIPACION LABORAL	\$ 41.323,42	\$ 43.241,05	\$ 45.384,08	\$ 47.794,55	\$ 50.522,72
<b>- UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>	\$ 234.166,05	\$ 245.032,62	\$ 257.176,45	\$ 270.835,79	\$ 286.295,39
- % DE IMPUESTO A LA RENTA	\$ 51.516,53	\$ 53.907,18	\$ 56.578,82	\$ 59.583,87	\$ 62.984,99
<b>= UTILIDAD NETA</b>	\$ 182.649,52	\$ 191.125,45	\$ 200.597,63	\$ 211.251,92	\$ 223.310,41

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

A partir del primer año se observa que existe utilidad, para determinar el rendimiento de la propuesta se obtienen el flujo de caja y se calcula el VAN, TIR, y la relación Beneficio/Costo.

**Cuadro N° 36:** Flujo de Caja Proyectado

CONCEPTO	INVERSIONES	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
		2018	2019	2020	2021	2022
<b>VENTAS NETAS</b>		\$ 630.000,00	\$ 640.017,00	\$ 650.193,27	\$ 660.531,34	\$ 671.033,79
- COSTO DE PRODUCCION		\$ 210.000,00	\$ 213.339,00	\$ 216.731,09	\$ 220.177,11	\$ 223.677,93
<b>= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$ 420.000,00</b>	<b>\$ 426.678,00</b>	<b>\$ 433.462,18</b>	<b>\$ 440.354,23</b>	<b>\$ 447.355,86</b>
GASTO SUELDOS		\$ 19.800,00	\$ 20.471,22	\$ 21.165,19	\$ 21.882,69	\$ 22.624,52
DEPRECIACION DE MAQUINARIA Y EQUIPO		\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
DEPRECIACION DE VEHICULO		\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00
PROVISION PARA MANTENIMIENTO		\$ 393,94	\$ 407,73	\$ 422,00	\$ 436,77	\$ 452,05
<b>=UTILIDAD EN OPERACION</b>		<b>\$ 360.806,06</b>	<b>\$ 366.799,05</b>	<b>\$ 372.874,99</b>	<b>\$ 379.034,77</b>	<b>\$ 385.279,29</b>
- GASTOS FINANCIEROS		\$ 53.816,59	\$ 46.524,53	\$ 37.804,79	\$ 27.377,86	\$ 14.909,49
- OTROS GASTOS		\$ 31.500,00	\$ 32.000,85	\$ 32.509,66	\$ 33.026,57	\$ 33.551,69
<b>= UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION LABORAL</b>		<b>\$ 275.489,47</b>	<b>\$ 288.273,67</b>	<b>\$ 302.560,53</b>	<b>\$ 318.630,34</b>	<b>\$ 336.818,11</b>
- 15 % DE PARTICIPACION LABORAL		\$ 41.323,42	\$ 43.241,05	\$ 45.384,08	\$ 47.794,55	\$ 50.522,72
<b>- UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>		<b>\$ 234.166,05</b>	<b>\$ 245.032,62</b>	<b>\$ 257.176,45</b>	<b>\$ 270.835,79</b>	<b>\$ 286.295,39</b>
- % DE IMPUESTO A LA RENTA		\$ 51.516,53	\$ 53.907,18	\$ 56.578,82	\$ 59.583,87	\$ 62.984,99
<b>= UTILIDAD NETA</b>		<b>\$ 182.649,52</b>	<b>\$ 191.125,45</b>	<b>\$ 200.597,63</b>	<b>\$ 211.251,92</b>	<b>\$ 223.310,41</b>
+ DEPRECIACIONES		\$ 39.000,00	\$ 39.000,00	\$ 39.000,00	\$ 39.000,00	\$ 39.000,00
INVERSION DEL PLAN DE MEJORAS	\$ (362.200,00)					
+ VALORES RESIDUALES DE LOS ACTIVOS						\$ 125.000,00
- PAGO DE CAPITAL DE LA DEUDA		\$ (37.245,26)	\$ (44.537,32)	\$ (53.257,06)	\$ (63.683,99)	\$ (76.152,36)
<b>= FLUJO DE FONDOS NETO PURO</b>	<b>\$ (362.200,00)</b>	<b>\$ 184.404,26</b>	<b>\$ 185.588,12</b>	<b>\$ 186.340,57</b>	<b>\$ 186.567,92</b>	<b>\$ 311.158,04</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Para determinar la rentabilidad se calcula el Valor Actual Neto, que suma los flujos actualizados y resta la inversión, es decir calcula el retorno una vez descontado lo invertido, la fórmula es:

$$VAN = (-InversiónInicial) + \frac{FC_1}{(1+td)^1} + \frac{FC_2}{(1+td)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+td)^n}$$

Los flujos generados son los siguientes:

**Cuadro N° 37:** Flujos de Caja

AÑO	FLUJO	FLUJO DESCONTADO	FLUJO ACUMULADO
1	S/ 184.404,26	S/ 157.096,03	S/ 157.096,03
2	S/ 185.588,12	S/ 134.691,04	S/ 291.787,08
3	S/ 186.340,57	S/ 115.210,02	S/ 406.997,09
4	S/ 186.567,92	S/ 98.268,44	S/ 505.265,53
5	S/ 311.158,04	S/ 139.621,53	S/ 644.887,06

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

La propuesta genera un VAN de \$ 282.687,06 dólares, por lo tanto, se justifica la inversión para la empresa.

La fórmula de la TIR es la siguiente:

$$0 = (-InversiónInicial) + \frac{FC_1}{(1+td)^1} + \frac{FC_2}{(1+TD)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+TD)^n}$$

La TIR es de 45.84%, superior a la tasa de descuento que es de 17.38% por lo que es rentable y factible el proyecto.

La fórmula de la relación beneficio costo es la siguiente:

$$B/C = \text{Flujos Netos Descontados} / \text{Inversión}$$

$$B/C = 1,95$$

Por cada dólar invertido el retorno neto es de 1,95 centavos, lo que representa que la propuesta es rentable ya que adicionalmente se recupera unos 0,95 centavos.

Se determina que la propuesta es rentable, además permitirá que Eduplastic pueda seguir mejorando su competencia en el mercado en el que se desarrolla.

### Meta

Con la propuesta realizada se desea incrementar las ventas y la utilidad con el fin de involucrar a todos los miembros de la empresa para que contribuyan con el cambio empresarial y la búsqueda de mejorar la competitividad.

**Cuadro N° 38:** Incrementos

INDICADOR	LINEA BASE (2016)	META (2022)
INCREMENTO EN VENTAS	\$ 569.684,06	\$ 671.033,79
PORCENTAJE DE UTILIDAD DE LA EMPRESA	\$ 14.070,95	\$ 223.310,41

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa



## Evaluación de impacto de la propuesta

En la implementación del plan se analiza el impacto económico que tendrá la empresa Eduplastic.

**Gráfico N° 24:** Impacto de la propuesta



**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Observando el cuadro de flujo verificamos que año a año existe crecimiento en la utilidad, esto nos da un efecto positivo ya que ayudara al incremento de su rentabilidad y podrá tomar acciones para mejorar su competitividad.

## Línea de acción

Para determinar la eficiencia del plan de financiamiento, se toma como líneas de acción al marco lógico para poder supervisar y evaluar su impacto positivo dentro de la empresa al momento de ejecutarlo y de esta forma medir los cambios positivos y tomar decisiones que ayude a que la empresa pueda seguir creciendo en el sector en el cual está trabajando.

**Cuadro N° 39: Marco Lógico**

Resumen Narrativo de los Objetivos	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos
<p><b>Fin</b> El plan de financiamiento contribuirá a mejorar la competitividad a nivel nacional</p> <p><b>Propósito</b> Incorporar acciones para mejorar las ventas y ampliar la cartera de clientes en el sector.</p>	<p>A partir del 2018 la competitividad se incrementara en un 20%.</p> <p>Incrementar las ventas en un 25% durante el primer año realizar promociones para atraer nuevos clientes</p>	<p>Análisis de la cuota del mercado para verificar su crecimiento frente a la competencia.</p> <p>Análisis de las ventas a la finalizar el primer año.</p>	<p>El contexto organizacional de la empresa se mantenga estable.</p> <p>Visto bueno de los dueños</p>
<p><b>Componentes</b></p> <p>a) Desarrollo del Plan Estratégico.</p> <p>b) Documentación de Procesos</p> <p>c) Certificación de Calidad de los procesos</p> <p>d) Plan Estratégico de Comercialización</p> <p>e) Capacitación al personal</p> <p>f) Sistema de distribución (Vehículo)</p> <p>g) Plan de Negocios</p> <p>h) Adquisición de Maquinaria</p>	<p>a) A partir del 2018 el plan estratégico debe ya estar en marcha.</p> <p>b) A partir del 2018 la documentación de proceso tiene que realizada.</p> <p>c) Obtener la certificación de calidad de los proceso hasta el 2018</p> <p>d) Desarrollar el plan estratégico de comercialización dentro del 1er al 2do año.</p> <p>e) A partir de primer año el personal ya debe estar capacitado.</p> <p>f) Compra de los dos vehículos hasta el primer trimestre del primer año.</p> <p>g) Tener el plan de negocios hasta diciembre del 2018</p> <p>h) Comprar la maquinaria dentro del primer y segundo año de ejecución.</p>	<p>Verificar la documentación de los avances de plan estratégico.</p> <p>Documento de los proceso de la empresa.</p> <p>Certificado obtenido que certifica la calidad de los proceso.</p> <p>Informes del desarrollo del plan estratégico de comercialización.</p> <p>Registro de capacitaciones.</p> <p>Factura de la compra de los vehículos.</p> <p>Documento donde se detalla el plan de negocios.</p> <p>Facturas de la compra de la maquinaria</p> <p>Diseños de los nuevos productos a desarrollarse</p>	<p>Para lograr que esto se cumpla debemos tener el respaldo de los dueños del negocio.</p> <p>Los involucrados en este proyecto deben apoyar las estrategias que ayudara a que su producto se posesiones en el mercado.</p>

<p>i) Personal para generación de nuevos productos. Innovación.</p> <p><b>Actividades.</b> Análisis de todos los componentes: recursos humanos, tecnológicos y calidad de servicio. Diseño de políticas y funciones</p> <p>Desarrollo del proyecto:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seleccionar una institución financiera que tenga las mejores alternativas de financiamiento.</li> <li>2. Cotización de los equipos a adquirir.</li> <li>1. Seleccionar y capacitar al personal en las áreas requeridas.</li> <li>2. Estudio de nuevos productos, y encuesta a la clientela</li> </ol>	<p>i) A partir del 2018 se contratara al nuevo personal para que cree nuevos productos innovadores.</p> <p><b>Presupuesto.</b></p> <table border="1" data-bbox="761 327 1171 1054"> <tr> <td>a. Desarrollo del Plan Estratégico</td> <td>\$ 3.000,00</td> </tr> <tr> <td>b. Documentación de Procesos</td> <td>\$ 4.500,00</td> </tr> <tr> <td>c. Certificación de Calidad de los procesos</td> <td>\$ 4.000,00</td> </tr> <tr> <td>d. Plan Estratégico de Comercialización</td> <td>\$ 2.000,00</td> </tr> <tr> <td>e. Capacitación al personal</td> <td>\$ 6.500,00</td> </tr> <tr> <td>f. Sistema de distribución (Vehículo)</td> <td>\$ 70.000,00</td> </tr> <tr> <td>g. Plan de Negocios</td> <td>\$ 3.000,00</td> </tr> <tr> <td>h. Adquisición de Maquinaria</td> <td>\$ 250.000,00</td> </tr> <tr> <td>i. Personal para generación de nuevos productos. Innovación</td> <td>\$ 19.200,00</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>\$ 362.200,00</b></td> </tr> </table>	a. Desarrollo del Plan Estratégico	\$ 3.000,00	b. Documentación de Procesos	\$ 4.500,00	c. Certificación de Calidad de los procesos	\$ 4.000,00	d. Plan Estratégico de Comercialización	\$ 2.000,00	e. Capacitación al personal	\$ 6.500,00	f. Sistema de distribución (Vehículo)	\$ 70.000,00	g. Plan de Negocios	\$ 3.000,00	h. Adquisición de Maquinaria	\$ 250.000,00	i. Personal para generación de nuevos productos. Innovación	\$ 19.200,00	<b>Total</b>	<b>\$ 362.200,00</b>	<p>Análisis de los estados financiero para la verificación la ejecución del presupuesto.</p>	<p>Se dispone de los recursos necesarios.</p>
a. Desarrollo del Plan Estratégico	\$ 3.000,00																						
b. Documentación de Procesos	\$ 4.500,00																						
c. Certificación de Calidad de los procesos	\$ 4.000,00																						
d. Plan Estratégico de Comercialización	\$ 2.000,00																						
e. Capacitación al personal	\$ 6.500,00																						
f. Sistema de distribución (Vehículo)	\$ 70.000,00																						
g. Plan de Negocios	\$ 3.000,00																						
h. Adquisición de Maquinaria	\$ 250.000,00																						
i. Personal para generación de nuevos productos. Innovación	\$ 19.200,00																						
<b>Total</b>	<b>\$ 362.200,00</b>																						

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

Los beneficios que dará el marco lógico es monitorear el proyecto donde podremos identificar posibles falencias y fallas en el plan de ejecución; establecer si el proyecto se está realizando conforme a los parámetros establecido; examinar continuamente los supuestos del proyecto, determinar el riesgo de no cumplir con los objetivos; establecer la probabilidad de que se ejecuten los componentes o productos en forma planificada; verificar si los componentes resultarán en el logro del Propósito; identificar problemas recurrentes que necesitan atención; recomendar cambios al plan de ejecución del proyecto; ayudar a identificar soluciones a problemas; y establecer vínculos entre el desempeño de las operaciones en marcha.

## **Conclusión y recomendación de la Propuesta**

### **Conclusión**

Se concluye que el plan de financiamiento ayudara a la empresa Eduplastic a mejorar su producción ya que las medidas que se estar adoptando será de gran apoyo para que dentro del tiempo establecido mejore su productividad, incremente su rentabilidad y de esta forma cambie su situación actual, ya que al no tomar decisiones idóneas, el futuro de la empresa se verá estancada y no podrá ser competitiva dentro del mercado.

### **Recomendación**

Se recomienda en realiza el seguimiento del proyecto con personal idóneo para que vele por el cumplimiento de las actividades y que al encontrar dificultades estos sean rápidamente solucionados, de esta forma la empresa podrá seguir mejorando financieramente y podrá seguir buscando nuevos mercados para expandirse en el mercado nacional.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abogados Ecuador*. (2 de 11 de 2014). Obtenido de <http://www.abogadosdecuador.com/constitucion-tituloVI.htm>
- Books google*. (2 de 11 de 2014). Obtenido de [http://books.google.com.ec/books?id=kQnzohZdMs4C&printsec=frontcover&dq=competitividad&hl=es&sa=X&ei=d9VdVM\\_rIfLesATKnoHoDA&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=competitividad&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=kQnzohZdMs4C&printsec=frontcover&dq=competitividad&hl=es&sa=X&ei=d9VdVM_rIfLesATKnoHoDA&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=competitividad&f=false)
- Charles W. L. Hill, G. R. (2004). *Administracion Estrategica*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Deconceptos. (s.f.). Obtenido de <http://deconceptos.com/general/recursos>
- John J. Wild, K. S. (2010). *Analisis de Estados Financieros*. California: Mc Graw Hill.
- Jones, G. R. (2008). *Teoria Organizacional*. Mexico: Camara Nacional de la Industria .
- slideshare*. (23 de Julio de 2011). Obtenido de <http://es.slideshare.net/alejandrajvt/ecuador-competitivo>
- Armijos, Eduardo y Armijos Alex (2009). *Guía para la Elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación*, Primera edición, Loja –Ecuador
- INEC. ( 2011, 2012, 2013, 2014). *Directorio de Empresas*. Base de Datos. Recuperado el Marzo de 2016
- Mokate, K. (2003). *Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión* (Vol. Segunda Edición ). Bogotá: Uniandes.
- Muñoz Guerrero, Mario, “*Perfil de la Factibilidad*”, Ed. Master Editores, Primera edición, Quito-Ecuador.
- Ochoa, A. (2006). *Aprendiendo en torno al desarrollo endógeno*. (U. d. Andes, Ed.) Recuperado el Enero de 2016, de <http://www.rebelion.org/docs/35115.pdf>
- Ortegón , E., Pacheco , J., & Roura, H. (2005). *Metodología General de Identificación, Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión Pública*. (I. L. (ILPES), Ed.) Santiago de Chile: CEPAL.
- PMI. (2013). *Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos (Guía del PMBOK)*. Quinta Edición. (P. M. Institute, Ed.) Estados Unidos.

Sapag Chain (2008), *Preparación y Evaluación de proyectos*, Editorial Mc Graw Hill Bogotá.  
Vaca Urbina Gabriela, *Formulación Y Evaluación De Proyectos*, Editorial Pearson, 1ª Edición  
2007.

# ANEXOS

## ANEXO N° 1: Ruc de la empresa

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES  
PERSONAS NATURALES**



**NUMERO RUC:** 0002209686001

**APELLIDOS Y NOMBRES:** MALDONADO LOZADA JOHN ALBERTO

**NOMBRE COMERCIAL:** EDUPLASTIC

**CLASE CONTRIBUYENTE:** OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** SI

**CALIFICACIÓN ARTESANAL:** NUMERO:

---

**FEC. NACIMIENTO:** 22/07/1967 **FEC. ACTUALIZACIÓN:** 25/06/2014

**FEC. INICIO ACTIVIDADES:** 01/10/1990 **FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:**

**FEC. INSCRIPCIÓN:** 02/01/1991 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:** 25/06/2014

---

**ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:**

FABRICACIÓN DE FUNDAS PLASTICAS

---

**DOMICILIO TRIBUTARIO:**

Provincia: COTOPAXI Cantón: LATACUNGA Parroquia: ELOY ALFARO (SAN FELIPE) Calle: PANAMERICANA NORTE  
Número: KM 5 Referencia: JUNTO A LA HACIENDA LA CALEPA Teléfono: 012271353 Email: john.22maldonado@gmail.com

**DOMICILIO ESPECIAL:**

---

**OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:**

- ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

---

<b># DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS</b>	del 001 al 002	<b>ABERTOS:</b>	1
<b>JURISDICCION:</b>	( REGIONAL CENTRO ( COTOPAXI )	<b>CERRADOS:</b>	1

---

**FIRMA DEL CONTRIBUYENTE**


Declaro que los datos contenidos en este documento son veraces y auténticos, por lo que autorizo al registro contribuyente a publicar los datos en Internet (Art. 47 Código Tributario, Art. 3 Ley del RUC y Art. 3 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

**Usuario:** AVTOMERO **Lugar de emisión:** LATACUNGA CALLE SANCHEZ PASTOR y fecha: 25/06/2014 11:32:58

Página 1 de 2

**ANEXO N° 2: Empresas Productoras de Envases Plásticos**

<b>No.</b>	<b>EMPRESAS PRODUCTORAS DE ENVASES PLÁSTICOS</b>	<b>CIIU</b>
1	RHENANIA SA	C2220.91
2	COMERCIAL INDUSTRIAL ECUATORIANA SA CIESA	C2220.91
3	CELOPLAST S.A.	C2220.91
4	PLÁSTICOS ECUATORIANOS S.A	C2220.91
5	PLÁSTICOS PANAMERICANOS PLAPASA SA	C2220.91
6	FLEXIPLAST S.A.	C2220.91
7	DURAPLAST S.A.	C2220.91
8	AGRICOMINSA, AGRÍCOLA COMERCIAL INDUSTRIAL S.A. (AGRICOMINSA)	C2220.91
9	PRODUCTORA INDUSTRIAL TÉCNICA PRINTECSA SA	C2220.91
10	NEYPLEX CIA LTDA.	C2220.91
11	SIGMAPLAST S.A.	C2220.91
12	BOPP DEL ECUADOR S.A.	C2220.91
13	DECORACIÓN Y ENSAMBLAJE PLÁSTICO DENPLA SA	C2220.91
14	INDUSTRIAL Y COMERCIAL TRILEX C.A.	C2220.91
15	TECNOPLAST DEL ECUADOR CIA LTDA.	C2220.91
16	PLÁSTICOS CHEMPRO C LTDA.	C2220.91
17	DELTA PLASTIC CA	C2220.91
18	PLASTIGUAYAS CIA LTDA.	C2220.91
19	PLASTIGOMEZ S.A.	C2220.91
20	COELCA ECUATORIANA S.A.	C2220.91
21	PLÁSTICOS KOCH C LTDA.	C2220.91
22	PLASTICUB RECUBRIMIENTOS PLÁSTICOS C LTDA.	C2220.91
23	MICROPLAST C LTDA.	C2220.91
24	SACOPLAST S.A.	C2220.91
25	INDUSTRIAS PLÁSTICAS JOSA CIA.LTDA.	C2220.91
26	MANAPLAST S.A.	C2220.91
27	PLASTIANDES S.A.	C2220.91
28	MEGAENVASES CIA. LTDA.	C2220.91



29	INDUSTRIA DE PLASTICOS PALACIOS MÁRQUEZ PALMAPLAST C. LTDA.	C2220.91
30	POLIFIBRAS DEL ECUADOR SA POLIFECSA	C2220.91
31	LATIENVASES S.A.	C2220.91
32	PLÁSTICOS CONTINENTALES PLASCONTI SA	C2220.91
33	PLASTRO S.A.	C2220.91
34	INMOBILIARIA EDUBRATOCHÉ S. A.	C2220.91
35	ENVASES ALIMENTICIOS PRIMAVERA ENVALPRI SA	C2220.91
36	POLYFAN S.A.	C2220.91
37	EMPAQPLAST S.A.	C2220.91
38	TEXTICOM CIA. LTDA.	C2220.91
39	INDUPETRA S.A.	C2220.91
40	PLASTICOS DE ECUADOR DECPLASTIC CIA. LTDA.	C2220.91
41	IMPRESIONES Y EMPAQUES INDUSTRIALES PRINTOPAC COMPANIA LIMITADA	C2220.91
42	DISTRIBUIDORA DE PLÁSTICOS SALGADO DISPLASAL CIA. LTDA.	C2220.91
43	INDUSTRIAS LILIANGEL S.A	C2220.91
44	PLAINSA S.A.	C2220.91
45	EXPLAST, EXTRUSIONES PLÁSTICAS S.A.	C2220.91
46	RHINOPLAST S. A.	C2220.91
47	FUNDAS DEL ECUADOR S.A. FUNDECUA	C2220.91
48	INDUSTRIA ECUATORIANA DE PLÁSTICOS INPLASTIC S.A.	C2220.91
49	PICKUEL S.A.	C2220.91
50	INCOPLAST S.A.	C2220.91
51	DISTRIBUIDORA JARAMILLO S.A.	C2220.91
52	INDUSTRIA PLÁSTICA BANANERA S.A. (INPLASBAN)	C2220.91
53	GRUNDENPLAST S.A.	C2220.91
54	CASTROPLAST S.A.	C2220.91
55	PLASTINEC S.A. PLÁSTICOS INDUSTRIALES DEL ECUADOR	C2220.91
56	OYEMPAQUES C.A.	C2220.91
57	MOLDECUA S.A	C2220.91
58	CODI-EMPAQUES DEL ECUADOR CIA LTDA.	C2220.91

59	INDUSTRIA DE PLÁSTICOS DEL FUTURO FUTUPLAST CIA. LTDA.	C2220.91
60	BOTTLINGPLAS S. A.	C2220.91
61	TAPINSA S.A.	C2220.91
62	REYNACSAC S.A.	C2220.91
63	SUPRALIVE S.A.	C2220.91
64	MEGACOMPANY S.A.	C2220.91
65	CONSTRUCCIONES Y ARQUITECTURA RABE S.A.	C2220.91
66	PLÁSTICOS REYES MOYA C.A.	C2220.91
67	PLASTIFUN S.A.	C2220.91
68	MIGPLAS S.A.	C2220.91
69	BARESI S.A.	C2220.91
70	GENYO S.A.	C2220.91
71	AMCOR RIGID PLASTICS ECUADOR S.A.	C2220.91
72	ECUAMUNDOCORP S.A.	C2220.91
73	SAN MIGUEL INDUSTRIAL SAMEC S.A.	C2220.91
74	AMERICANA DE PLASTICOS S.A. PLASTIZOC	C2220.91
75	AMSOTOP S.A.	C2220.91
76	INDUCALIDAD S.A.	C2220.91
77	PROQUIR S.A.	C2220.91
78	PRODUCTORA DE ENVASES DEL ECUADOR PRECUSA S.A.	C2220.91
79	BLUELABEL S.A.	C2220.91
80	SAPLAST S.A.	C2220.91
81	CONFORTOLA S.A.	C2220.91
82	PLASTICHIME S.A.	C2220.91
83	PROMAPLAST PROCESADORA DE MATERIALES PLÁSTICOS S.A.	C2220.91
84	PLASTIRIOS S.A.	C2220.91
85	BARDACH S.A.	C2220.91
86	EXPOEMPRESA S.A.	C2220.91
87	MILANPLASTIC S.A.	C2220.91
88	PLASTICEC S.A.	C2220.91
89	SENCO S.A.	C2220.91

90	COBERPACK CIA. LTDA.	C2220.91
91	TAPAS Y ENVASES DEL ECUADOR S.A. TAPENSA	C2220.91
92	SACOS ECUADOR S.A. ECUSACOS	C2220.91
93	PLÁSTICOS DEL PACIFICO S.A. TICOSFICO	C2220.91
94	SEINPACK CIA. LTDA.	C2220.91
95	ARAMIS S.A.	C2220.91
96	PLAST-LINE S.A. ALTA TECNOLOGÍA EN PLÁSTICOS	C2220.91
97	PLASTICSACKS CIA. LTDA.	C2220.91
98	FLOREMPAQUE CIA. LTDA.	C2220.91
99	FLOPACK DEL ECUADOR S.A.	C2220.91
100	ASEFLEX ASESORÍA Y VENTAS DE EMPAQUES FLEXIBLES CIA. LTDA.	C2220.91
101	ZIPPERFLEX S.A.	C2220.91
102	IDEPLAST IDEAS PLÁSTICAS CIA. LTDA.	C2220.91
103	FERLUCORP S.A.	C2220.91
104	TINFLEX S.A.	C2220.91
105	TERMOPACK GONZÁLEZ ESCOBAR CIA. LTDA.	C2220.91
106	ESTRUFLEX CIA. LTDA.	C2220.91
107	LOGISTPLAST S.A.	C2220.91
108	BOREALPLAST CIA. LTDA.	C2220.91
109	PLASTIFLAN CIA. LTDA.	C2220.91
110	NOVOVASOS S.A.	C2220.91
111	PLÁSTICOS MULTIDIMENSIONALES DEL ECUADOR PLASMULTIEC CIA.LTDA.	C2220.91
112	CRUZPLAST S.A.	C2220.91
113	MEFRAPLAST S.A.	C2220.91
114	UNIPLASTIC S.A.	C2220.91
115	INDUSTRIA PLÁSTICA PLASTICWORLD S.A.	C2220.91
116	POLIMEX-ECUATORIANA S.A.	C2220.91
117	DKPLAST S.A.	C2220.91
118	CAMUPLASTIC S.A.	C2220.91
119	INDUSTRIA DE PET IEPET CIA. LTDA.	C2220.91
120	INDUSTRIA ALUCAPS ECUADOR GA S.A.	C2220.91

### ANEXO N° 3: Formato de Encuesta

<b>UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA</b>				
<b>MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIOPRODUCTIVOS</b>				
El objetivo de la presente encuesta es determinar el nivel de competitividad de empresas productoras de envases plásticos				
Nombre de la Empresa: _____				
Fecha: _____				
Cargo del Encuestado: _____				
	Bajo	Medio	Muy Bueno	Alto
Considerando que competitividad es la capacidad de una empresa para alcanzar una posición favorable que permita un desempeño superior a las empresas de la competencia, Ud. Considera que el nivel de competitividad de su empresa es:				
<b>Gestión Gerencial</b>	Bajo	Medio	Muy Bueno	Alto
El proceso de planificación estratégica es				
La experiencia en el mercado es:				
La implementación de la estrategia es				
El nivel de integración de los valores corporativos es				
<b>Gestión Comercial</b>	Bajo	Medio	Muy Bueno	Alto
La logística de entrega del producto es:				
La participación en el mercado es:				
Relación con los clientes es:				
El posicionamiento de la marca es:				
<b>Gestión Financiera</b>	Bajo	Medio	Muy Bueno	Alto
La capacidad de inversión de la empresa es:				
Los niveles de rentabilidad son:				
El monitoreo de costos y contabilidad es:				
La disponibilidad de recursos financieros de la empresa que impacto tiene sobre el nivel competitivo:				
<b>Gestión de Producción</b>	Bajo	Medio	Muy Bueno	Alto
La capacidad de diversificación de la producción es:				
La eficacia de los sistemas de gestión son:				
La calidad de la inversión en maquinaria y equipo es:				
La calidad de los productos es:				
<b>Innovación (Ciencia y Tecnología)</b>	Bajo	Medio	Muy Bueno	Alto
La capacidad de anticipación de tendencias de mercado es:				
El nivel de creatividad es:				
<b>Internacionalización</b>	Bajo	Medio	Muy Bueno	Alto
La internacionalización de la empresa es:				
La participación en ferias o ruedas de negocios es:				

## ANEXO N° 4: Fotos de los productos de Eduplastic

### Ilustración N° 3: Empaques de Alimentos Procesados



Fuente: Eduplastic

Elaborado por: Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

### Ilustración N° 4: Empaques de Comercio



Fuente: Eduplastic

Elaborado: Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

**Ilustración N° 5:** Empaques productos Agrícolas



**Fuente:** Eduplastic

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

**Ilustración N° 6:** Empaques Industria



**Fuente:** Eduplastic

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

**Ilustración N° 7: Empaques para desechos**



**Fuente:** Eduplastic

**Elaborado por:** Mayra Gabriela Espinel Hinojosa

**ANEXO N° 5: Resumen de resultado de las encuestas**

	SECTOR	EMPRESA
Considerando que competitividad es la capacidad de una empresa para alcanzar una posición favorable que permita un desempeño superior a las empresas de la competencia, Ud. Considera que el nivel de competitividad de su empresa es:	2,60	2
El proceso de planificación estratégica es	2,58	3
La experiencia en el mercado es:	2,75	4
La implementación de la estrategia es	2,99	2
El nivel de integración de los valores corporativos es	2,80	4
La logística de entrega del producto es:	2,34	2
La participación en el mercado es:	2,80	1
Relación con los clientes es:	2,93	3
El posicionamiento de la marca es:	2,34	2
La capacidad de inversión de la empresa es:	2,34	2
Los niveles de rentabilidad son:	2,76	1
El monitoreo de costos y contabilidad es:	3,26	4
La disponibilidad de recursos financieros de la empresa que impacto tiene sobre el nivel competitivo:	2,00	2
La capacidad de diversificación de la producción es:	2,11	2
La eficacia de los sistemas de gestión son:	2,49	1
La calidad de la inversión en maquinaria y equipo es:	2,49	2
La calidad de los productos es:	2,84	3
La capacidad de anticipación de tendencias de mercado es:	2,42	2
El nivel de creatividad es:	2,97	2
La internacionalización de la empresa es:	1,41	1
La participación en ferias o ruedas de negocios es:	2,11	1