



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS

INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

“La administración presupuestaria y su incidencia en la creación de valor de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi en el periodo 2018 – 2021”

Bedón Taco, Lesly Carolina y Moreno Osorio, Rosa Belén

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Finanzas y Auditoría

Trabajo de titulación, previo a la obtención de título de Licenciada en Finanzas –

Contador Público – Auditor

Ing. Lema Cerda, Luis Alfonso

10 de agosto del 2022

Latacunga

COPYLEAKS

TESIS_BEDÓN_MORENO.docx

Scanned on: 18:14 August 4, 2022 UTC



Overall Similarity Score



Results Found



Total Words in Text

Identical Words	568
Words with Minor Changes	213
Paraphrased Words	104
Omitted Words	0

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Ing. Lema Cerda".

Ing. Lema Cerda, Luis Alfonso

Director del proyecto

C. C.: 0502046725



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO

CARRERA DE LICENCIATURA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación: **“La administración presupuestaria y su incidencia en la creación de valor de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi en el periodo 2018 – 2021”** fue realizado por la señorita **Bedón Taco, Lesly Carolina** y la señorita **Moreno Osorio, Rosa Belén**, el mismo que cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

Latacunga, 4 de agosto de 2022

Ing. Lema Cerda, Luis Alfonso

C. C.: 0502046725



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO

CARRERA DE LICENCIATURA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Nosotros, **Bedón Taco, Lesly Carolina**, con cédula de ciudadanía N°0550667018 y **Moreno Osorio, Rosa Belén**, con cédula de ciudadanía N°0550590236 declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“La administración presupuestaria y su incidencia en la creación de valor de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi en el periodo 2018 – 2021”**, es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Latacunga, 4 de agosto de 2022

.....
Bedón Taco, Lesly Carolina

C.C.: 0550667018

.....
Moreno Osorio, Rosa Belén

C.C.: 0550590236



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO

CARRERA DE LICENCIATURA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Nosotros, **Bedón Taco, Lesly Carolina**, con cédula de ciudadanía N°0550667018 y **Moreno Osorio, Rosa Belén**, con cédula de ciudadanía N°0550590236, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: “**La administración presupuestaria y su incidencia en la creación de valor de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi en el periodo 2018 – 2021**”, en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Latacunga, 4 de agosto de 2022

.....
Bedón Taco, Lesly Carolina

C.C.: 0550667018

.....
Moreno Osorio, Rosa Belén

C.C.: 0550590236

Dedicatoria

El presente trabajo de titulación lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mi madre Sandra, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ella he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Su bendición a diario me protege y me lleva por el camino del bien. Es un orgullo y privilegio de ser su hija.

A la estrella más bonita que existe en el cielo, mi padre, que me cuida y me guía para conseguir cada una de mis metas.

A mi hermano Nicolay, que es mi ejemplo a seguir, en el tengo el espejo en el cual me quiero reflejar pues sus virtudes infinitas y su gran corazón me llevan a admirarlo cada día más.

Además, se lo dedico a quienes me inspiraron y a quienes me ayudaron a llegar donde he llegado.

Lesly Bedón T.

Dedicatoria

El presente trabajo de titulación se lo dedico a Dios por ser mi luz en el camino, que con su voluntad y bendiciones ha guiado mi vida.

A mis padres, Joselito y Rocío, quienes han sido mi fuente de inspiración, y han formado una persona llena de valores, demostrando que con responsabilidad sacrificio y voluntad es posible cumplir las metas que me proponga. Con mucho amor les dedico esta meta cumplida y cada uno de mis triunfos.

A mi hermana Jessica, que siempre ha sido una gran confidente y se ha esforzado por mantenerme firme en este proceso, ofreciéndome su mano amiga y su apoyo moral para cumplir con tan anhelada meta.

A mi abuelita Concepción, por formar parte fundamental en mi vida y estar al pendiente en cada uno de mis días.

Rosa Moreno O.

Agradecimiento

Doy gracias a Dios por su amor, bondad, por bendecirme la vida, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Agradezco a mi madre Sandra, que ha sido siempre el motor que impulsa mis sueños y esperanzas, quien estuvo siempre a mi lado, gracias por todo el esfuerzo y sacrificio que realizó para verme llegar a la meta. Siempre ha sido mi mejor guía de vida. Gracias por creer en mí.

Quiero darle gracias a mi padre, que me cuida desde el cielo, por dejarme la mejor herencia del mundo, sus enseñanzas.

A mi hermano Nicolay, por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

También quiero agradecer a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE por darme la oportunidad de formarme como profesional.

Al Ing. Luis Lema, por su paciencia y sus consejos. Usted formó parte importante de esta historia con sus aportes profesionales que lo caracterizan. Muchas gracias por sus múltiples palabras de aliento, cuando más las necesité. Gracias por sus orientaciones.

A cada uno de los docentes, sus palabras fueron sabias, sus conocimientos rigurosos y precisos, a ustedes mis profesores queridos, les debo mis conocimientos. Donde quiera que vaya, los llevaré conmigo en mi transitar profesional.

A mi amiga y compañera de tesis, Rosita, gracias porque me ayudo de una manera desinteresada, gracias infinitas por toda su ayuda y buena voluntad.

Mi agradecimiento a mis amigos que de una u otra manera me brindaron su colaboración.

Lesly Bedón T.

Agradecimiento

Primeramente, agradezco a Dios por brindarme fortaleza y sabiduría en aquellos momentos de debilidad, por guiarme por un buen camino y bendecirme en cada paso de este proceso.

A mis padres Joselito y Rocío por ser un gran ejemplo a seguir, que con su esfuerzo y trabajo me brindaron el apoyo incondicional en el transcurso de la carrera, por las palabras sabias y valiosos consejos que me impulsaron a seguir adelante en momentos difíciles, y el inmenso amor entregado durante el proceso.

A mi hermana Jessica, que siempre ha sido mi fiel compañera y mi mejor amiga, por apoyarme en cada momento difícil y aconsejarme con la voz de la experiencia, por sus gestos de confianza y seguridad depositados en mí y por ser mi fuente de inspiración y de alegría.

A mi abuelita Concepción, por ser parte de cada uno de mis logros, por alimentar mi espíritu y brindarme su inmenso amor.

A mi tutor de tesis, Ing. Luis Lema, por guiarnos con paciencia e impartir sus conocimientos durante el desarrollo de este proyecto de titulación, para ser culminado con éxito.

A los docentes, por compartir todos sus conocimientos en las aulas de clase para formar profesionales de calidad.

A mi amiga y compañera de tesis, Lesly, quien ha sido un gran equipo de trabajo, con quien he compartido muchos momentos y me ha brindado su amistad sincera, y por el impulso continuo a seguir adelante hasta culminar satisfactoriamente con este sueño.

A mis amigos y compañeros de clase que fueron un complemento para seguir adelante y formaron grandes experiencias en el trascurso de la carrera universitaria.

Finalmente, a mi querida Universidad de las fuerzas Armadas ESPE, por abrirme las puertas y ofrecerme la oportunidad de formarme como profesional en esta prestigiosa institución.

Rosa Moreno O.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Carátula.....	1
Reporte de verificación de contenido	2
Certificación	3
Responsabilidad de autoría.....	4
Autorización de publicación.....	5
Dedicatoria.....	6
Dedicatoria.....	7
Agradecimiento.....	8
Agradecimiento.....	9
Índice de contenido	10
índice de tablas	15
índice de figuras	18
Resumen	21
Abstract.....	22
Capítulo I: El problema.....	23
Antecedentes.....	23
Planteamiento del Problema.....	24
<i>Contextualización Macro</i>	24
<i>Contextualización Meso</i>	28
<i>Contextualización Micro</i>	31
<i>Árbol de Problemas</i>	36
Análisis Crítico.....	37
Formulación del Problema	38
Justificación e importancia.....	38

	11
Objetivos	39
<i>Objetivo General.....</i>	<i>39</i>
<i>Objetivos Específico.....</i>	<i>39</i>
Variables de Investigación.....	40
Hipótesis	40
Operacionalización de Variables.....	41
<i>Operacionalización variable independiente.....</i>	<i>41</i>
<i>Operacionalización de la variable dependiente.....</i>	<i>42</i>
Conceptualización de las Variables.....	43
Capítulo II: Marco teórico.....	44
Base Teórica	44
<i>Teoría de la Administración Clásica</i>	<i>44</i>
<i>Teoría de maximización de presupuesto</i>	<i>44</i>
<i>Teoría de los Stakeholders.....</i>	<i>45</i>
Marco conceptual.....	46
<i>Administración presupuestaria</i>	<i>46</i>
Presupuesto	46
El presupuesto y su relación con la administración.....	47
Importancia de los presupuestos	47
<i>Administración.....</i>	<i>48</i>
Etapas del proceso estratégico	48
<i>Decisiones estratégicas</i>	<i>49</i>
<i>Estructura organizativa</i>	<i>50</i>
Diseño de una estructura organizativa	50
<i>Actividades financieras</i>	<i>52</i>
<i>Planeación financiera.....</i>	<i>52</i>

	12
<i>Planeación Operativa</i>	52
<i>Gestión financiera</i>	53
<i>Diagnóstico financiero</i>	53
<i>Valor</i>	54
<i>Creación de valor</i>	55
Generadores de valor empresarial	56
<i>Indicadores financieros</i>	57
Liquidez	58
Rentabilidad	59
Solvencia	60
Valor económico agregado (EVA)	60
<i>Sistema DuPont</i>	61
<i>Mercados digitales</i>	62
<i>Competitividad</i>	63
<i>Productividad</i>	63
<i>Beneficios</i>	64
<i>Utilidades</i>	64
<i>Equipamiento tecnológico</i>	64
<i>Habilidades digitales</i>	65
<i>Infraestructura</i>	65
<i>Conectividad</i>	66
Base legal	66
<i>Constitución de la Republica del Ecuador</i>	66
<i>Plan de Creación de Oportunidades</i>	67
Capítulo III: Metodología	68
Enfoque del proyecto de investigación	68

	13
<i>Enfoque cuantitativo</i>	68
<i>Enfoque cualitativo</i>	68
Modalidad de la investigación	69
<i>Investigación bibliográfica documental</i>	69
<i>Investigación de campo</i>	69
Tipo de investigación	70
<i>Investigación descriptiva</i>	70
<i>Investigación correlacional</i>	71
Diseño de investigación.....	71
<i>No experimental</i>	71
Fuentes y Técnicas de Recopilación de Información y Análisis de Datos	72
<i>Fuentes de información</i>	72
Fuentes primarias	72
Fuentes secundarias	73
<i>Técnicas de recopilación de información</i>	73
Encuesta	73
Método Estadístico	74
<i>Chi cuadrado</i>	74
<i>Procesamiento de la información</i>	74
<i>Población y muestra</i>	75
Población	75
Muestra	75
Capítulo IV: Resultados de la investigación.....	79
Análisis y Resultados	79
<i>Análisis histórico de los principales indicadores financieros en el periodo 2018-2021</i>	79

	14
Análisis de la encuesta aplicada.....	104
<i>Tablas cruzadas.....</i>	<i>136</i>
Discusión de los resultados	142
Comprobación de hipótesis.....	144
<i>Variables de investigación</i>	<i>144</i>
<i>Planteamiento de la hipótesis.....</i>	<i>144</i>
<i>Establecimiento del nivel de significancia.....</i>	<i>145</i>
Capítulo V: Propuesta	152
Antecedentes de la propuesta.....	152
Justificación de la Propuesta	152
Objetivos de la Propuesta.....	153
<i>Objetivo General.....</i>	<i>153</i>
<i>Objetivos Específicos</i>	<i>153</i>
Descripción de la propuesta.....	153
Capítulo VI: Conclusiones y recomendaciones	166
Conclusiones.....	166
Recomendaciones	168
Bibliografía	169
Anexos	179

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Índice de producción industrial</i>	27
Tabla 2 <i>Operacionalización de la variable independiente</i>	41
Tabla 3 <i>Operacionalización de la variable dependiente</i>	42
Tabla 4 <i>Indicadores de liquidez</i>	58
Tabla 5 <i>Indicadores de rentabilidad</i>	59
Tabla 6 <i>Indicadores de solvencia</i>	60
Tabla 7 <i>Indicador de creación de valor</i>	61
Tabla 8 <i>Empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi</i>	77
Tabla 9 <i>Razón corriente</i>	80
Tabla 10 <i>Prueba ácida</i>	82
Tabla 11 <i>ROA (Rentabilidad de activos)</i>	85
Tabla 12 <i>ROE (Rentabilidad sobre el patrimonio)</i>	87
Tabla 13 <i>ROI (Rentabilidad sobre la inversión)</i>	89
Tabla 14 <i>Margen bruto</i>	91
Tabla 15 <i>Margen neto</i>	93
Tabla 16 <i>Endeudamiento del activo</i>	96
Tabla 17 <i>Apalancamiento financiero</i>	98
Tabla 18 <i>Variables para el cálculo del CAPM</i>	102
Tabla 19 <i>Resultados del cálculo del valor agregado (EVA)</i>	103
Tabla 20 <i>Cargo que desempeña</i>	104
Tabla 21 <i>Género</i>	106
Tabla 22 <i>Tamaño de la empresa</i>	107
Tabla 23 <i>Número de empleados</i>	108
Tabla 24 <i>Rubros para presupuestar</i>	109
Tabla 25 <i>Ingresos y gastos para el cumplimiento de actividades</i>	110

Tabla 26 <i>Administración presupuestaria ordenada</i>	111
Tabla 27 <i>Proceso estratégico para elaborar presupuestos</i>	112
Tabla 28 <i>Políticas para la elaboración de proyecciones y/o presupuestos</i>	113
Tabla 29 <i>Cumplimiento de políticas</i>	114
Tabla 30 <i>Cumplimiento de objetivos por parte de los presupuestos</i>	116
Tabla 31 <i>Pronósticos de fondos de liquidez</i>	117
Tabla 32 <i>Montos de cumplimiento de ingresos y gastos</i>	118
Tabla 33 <i>Porcentaje de ingresos estimados para presupuestar</i>	119
Tabla 34 <i>Consideración de nivel de ingresos actuales</i>	120
Tabla 35 <i>Problemas para elaborar presupuestos</i>	122
Tabla 36 <i>Aspectos para crear valor en la empresa</i>	123
Tabla 37 <i>Intangibles para la creación de valor</i>	124
Tabla 38 <i>Inversión en activos de carácter tecnológico</i>	126
Tabla 39 <i>Indicador para la creación de valor</i>	127
Tabla 40 <i>Administración presupuestaria y creación de valor</i>	128
Tabla 41 <i>Estimación de presupuestos para activos intangibles</i>	130
Tabla 42 <i>Activos intangibles adquiridos</i>	131
Tabla 43 <i>Implementación de equipamientos digitales</i>	132
Tabla 44 <i>Inversión en capacitación al personal</i>	134
Tabla 45 <i>Grado de afectación por la competencia</i>	135
Tabla 46 <i>Aspectos para crear valor según el tamaño de la empresa</i>	136
Tabla 47 <i>Indicadores para crear valor según el tamaño de la empresa</i>	138
Tabla 48 <i>Resultados económico actuales según el tamaño de la empresa</i>	139
Tabla 49 <i>Activos intangibles que aportan a la creación de valor empresarial</i>	141
Tabla 50 <i>Administración presupuestaria y aspectos para crear valor</i>	146
Tabla 51 <i>Prueba chi-cuadrado</i>	147

Tabla 52 <i>Tabla de distribución de Chi-cuadrado</i>	147
Tabla 53 <i>SPSS: Medidas simétricas (V de Cramer)</i>	150
Tabla 54 <i>SPSS: Medidas de direccionalidad (Lambda)</i>	151

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Índice de producción manufacturera mundial</i>	25
Figura 2 <i>Impacto económico del sector de la manufactura de EE.UU.</i>	26
Figura 3 <i>Perdidas de la producción mundial debido a la COVID-19 en 2021</i>	28
Figura 4 <i>Tasa de crecimiento del PIB anual por actividad económica</i>	29
Figura 5 <i>Tasa de variación del valor agregado por sector de actividad económica</i>	30
Figura 6 <i>PIB anual del sector manufacturero de Ecuador</i>	32
Figura 7 <i>Índice de producción de las empresas manufactureras</i>	33
Figura 8 <i>Ventas por sector económico de empresas ecuatorianas</i>	34
Figura 9 <i>Árbol de problemas</i>	36
Figura 10 <i>Variables de investigación</i>	40
Figura 11 <i>Supra ordenación de variables</i>	43
Figura 12 <i>Etapas del proceso estratégico</i>	49
Figura 13 <i>Variables de la estructura organizativa</i>	51
Figura 14 <i>Variables para la creación de valor</i>	55
Figura 15 <i>Modelo Du Pont</i>	62
Figura 16 <i>Razón corriente</i>	81
Figura 17 <i>Prueba ácida</i>	83
Figura 18 <i>ROA (Rentabilidad de activos)</i>	85
Figura 19 <i>ROE (Rentabilidad sobre el patrimonio)</i>	87
Figura 20 <i>ROI (Rentabilidad sobre la inversión)</i>	89
Figura 21 <i>Margen bruto</i>	92
Figura 22 <i>Margen neto</i>	94
Figura 23 <i>Endeudamiento del activo</i>	97
Figura 24 <i>Apalancamiento financiero</i>	99
Figura 25 <i>Cargo que desempeña</i>	105

Figura 26 <i>Género</i>	106
Figura 27 <i>Tamaño de la empresa</i>	107
Figura 28 <i>Número de empleados</i>	108
Figura 29 <i>Ingresos y gastos para el cumplimiento de actividades</i>	110
Figura 30 <i>Administración presupuestaria ordenada</i>	111
Figura 31 <i>Proceso estratégico para elaborar presupuestos</i>	112
Figura 32 <i>Políticas para la elaboración de proyecciones y/o presupuestos</i>	113
Figura 33 <i>Cumplimiento de políticas</i>	115
Figura 34 <i>Cumplimiento de objetivos por parte de los presupuestos</i>	116
Figura 35 <i>Pronósticos de fondos de liquidez</i>	117
Figura 36 <i>Montos de cumplimiento de ingresos y gastos</i>	118
Figura 37 <i>Porcentaje de ingresos estimados para presupuestar</i>	119
Figura 38 <i>Consideración de nivel de ingresos actuales</i>	121
Figura 39 <i>Problemas para elaborar presupuestos</i>	122
Figura 40 <i>Aspectos para crear valor en la empresa</i>	123
Figura 41 <i>Intangibles para la creación de valor</i>	125
Figura 42 <i>Inversión en activos de carácter tecnológico</i>	126
Figura 43 <i>Indicador para la creación de valor</i>	127
Figura 44 <i>Administración presupuestaria y creación de valor</i>	129
Figura 45 <i>Estimación de presupuestos para activos intangibles</i>	130
Figura 46 <i>Activos intangibles adquiridos</i>	131
Figura 47 <i>Implementación de equipamientos digitales</i>	133
Figura 48 <i>Inversión en capacitación al personal</i>	134
Figura 49 <i>Grado de afectación por la competencia</i>	135
Figura 50 <i>Curva Chi-cuadrado</i>	148
Figura 51 <i>Portada de la propuesta</i>	154

Figura 52 <i>Instrucciones</i>	155
Figura 53 <i>Índice de contenidos</i>	156
Figura 54 <i>Base de datos empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi</i>	157
Figura 55 <i>Base de datos cálculo del Valor Económico Agregado (EVA)</i>	158
Figura 56 <i>Modelo Dupont</i>	159
Figura 57 <i>Cálculo del EVA</i>	160
Figura 58 <i>Interpretación indicadores de rentabilidad y EVA</i>	161
Figura 59 <i>Proyecciones estimadas</i>	162
Figura 60 <i>Resumen de indicadores de las empresas según el tamaño</i>	163
Figura 61 <i>Entrada de nuevos datos</i>	164
Figura 62 <i>Proyecciones reales</i>	165

Resumen

El presente trabajo de titulación tiene como finalidad evaluar la administración presupuestaria y su incidencia en la creación de valor de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi en el periodo 2018 – 2021. Se ejecutó una investigación cuantitativa y cualitativa, de tipo exploratorio, en base a una revisión bibliográfica y documental con el fin de emplear un modelo correlacional para el análisis de datos recaudados a través de la encuesta. Para la investigación se trabajó con 35 empresas reguladas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, empleando como fuente primaria de investigación los estados financieros publicados en el sitio web de la entidad de control, además de la encuesta dirigida a los administradores, gerentes y contadores de las empresas objeto de estudio. Los resultados evidenciaron que dentro de la muestra objetivo la administración presupuestaria tiene una incidencia positiva en la creación de valor, esto se puede explicar que existe conocimiento acerca de la administración presupuestaria, sin embargo, su nivel de aplicación es bajo, por lo que produce la destrucción de valor. A partir de los escenarios inciertos provocados por la pandemia del Covid – 19, se puede mencionar que las empresas manufactureras han visto necesario implementar en sus presupuestos la adquisición de activo intangibles los mismos que contribuyen a la digitalización y a la creación de valor empresarial. Con base en este escenario se propone un simulador del modelo DuPont para evaluar la rentabilidad y el Valor Económico Agregado de las industrias, que aporte a la toma de decisiones e implementación de estrategias para la creación de valor a partir de la administración presupuestaria. Por último, mediante la aplicación del estadístico Chi-cuadrado se comprueba la hipótesis y se establece que la administración presupuestaria incide en la creación de valor empresarial.

Palabras clave: Administración presupuestaria, creación de valor, mercados digitales, activos intangibles.

Abstract

The purpose of this degree work is to evaluate budget management and its impact in the creation of value of manufacturing companies of Cotopaxi province in the period 2018 – 2021. We executed a quantitative and qualitative research, of an exploratory type, based on a bibliographic and documentary review with the purpose to use a correlational model for the analysis of data raised through a poll. For the investigation, we worked with 35 regulated companies of the Superintendency of Companies, Securities and Insurance using as a primary research source the financial statements published on the website of the controlling entity, in addition to the survey conducted of the administrators, managers and accountants of the companies object of study. The results evidenced that within the target sample the budget administration has a positive impact in the value creation, this can be explained that exist knowledge about budget management, however, its application level is low, so that it produces the destruction of value. From the uncertain scenarios caused by the Covid-19 pandemic, it can be mentioned that the manufacturing companies have found it necessary to implement in their budgets the acquisition of intangible assets the same ones who contribute to digitization and the creation of business value. Based on this scenery, it is proposed a model simulator DuPont to evaluate the profitability and the Economic Value Added of the industries that contributes to decision making and implementation of strategies for value creation from budget management. Finally, through the application of the statical Chi-cuadrado the hypothesis is verified and it is established that the budget administration influence in the creation of business value.

Keywords: Budget management, value creation, digital markets, intangible assets.

Capítulo I

El problema

Antecedentes

La pandemia mundial provocada por el virus COVID – 19 ha sido motivo de varias alteraciones en la vida cotidiana. Las empresas manufactureras se han visto afectadas ya que mantenía una administración y producción tradicional, pero al afrontar este riesgo y para no caer en la quiebra o déficit económico, han tenido que adaptarse a los nuevos cambios tecnológicos, como la adopción de softwares, el teletrabajo, y demás innovaciones para facilitar el trabajo de estas empresas.

Un modelo que nos permite determinar el nivel de rendimiento de una empresa en el modelo Du Pont, como menciona García (2014):

El modelo Du Pont consiste en una formula-diagrama que permite ver fácilmente la descomposición del rendimiento de los activos y del rendimiento sobre el capital en sus diferentes etapas o elementos; además, muestra la relación entre esos elementos y las variables económicas que las afectan. Este planteamiento no trata de descubrir el hilo negro de la tela, sino llegar a una cuestión casi invisible o imperceptible como lo es el resultado que surge tras analizar y modificar las variables financieras. (p. 91)

El modelo mencionado permitirá determinar cuál ha sido la evolución de la rentabilidad de las empresas manufactureras en los años 2018 – 2021, al atravesar un riesgo inesperado.

El presupuesto está en todas las etapas del proceso administrativo, el cual presenta en términos cuantitativos las actividades que en el futuro se realizarán en una empresa, con la finalidad de utilizar de una manera más productiva sus recursos, para que pueda alcanzar sus metas (Ramirez, 2011).

Por tanto, para los administradores de las empresas para tomar una decisión toman muy en cuenta la administración presupuestaria con el fin de cumplir todas las actividades futuras, sin embargo, durante la pandemia las empresas manufactureras han tenido que asumir

gastos y costos como parte del proceso de digitalización. El sector industrial ecuatoriano es uno de los más importantes y diversos del país, contribuyendo con el 12% del PIB en promedio en los últimos 16 años (Boletín de Política Económica [BPE], 2018). La creación de valor en las empresas manufactureras podría incrementar, siempre y cuando los líderes planifiquen un presupuesto adecuado.

Planteamiento del Problema

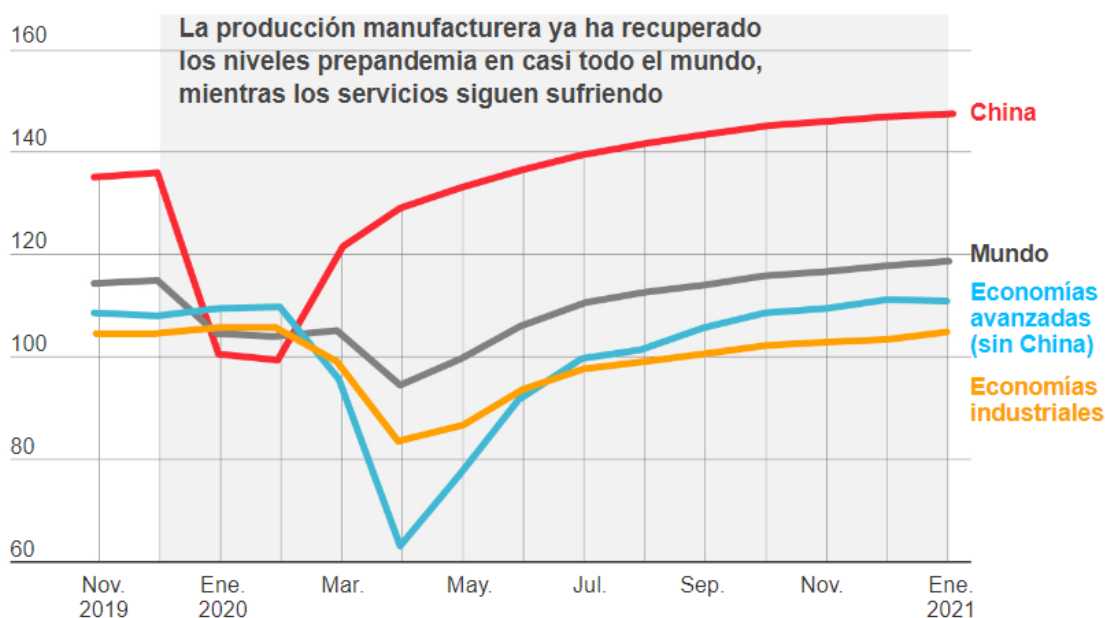
Contextualización Macro

Las empresas hoy más que nunca se enfrentan al dilema de tener que planear para solventar necesidades a corto plazo, y a la vez enfrentarse a escenarios complejos e inestables, lo cual dificulta su estabilidad y crecimiento. Hoy en día en cualquier campo de acción se hace necesaria la planificación, referida a la forma como se estructuran las actividades a realizar, estableciendo objetivos y evaluando diferentes alternativas de acción, con el fin de lograr resultados orientados a la eficiencia, efectividad y eficacia (García et al., 2017).

Los países más desarrollados están representados por una industria manufacturera fuerte, por lo tanto, los índices de valor agregado, y del PIB en su economía, representan un gran porcentaje en relación a los demás sectores que se encuentran representativamente en niveles inferiores. En base a Prieto (2020):

A la hora de medir el desarrollo de un país se tiende a pensar que el grado de industrialización es uno de sus motores. El nivel de desarrollo de la industria nos da en cierta medida un indicador de lo robusta que es una determinada economía. En conjunto, el peso de la industria en el mundo (medido en valor agregado, es decir en dólares) ha aumentado a lo largo de la historia.

Los índices favorables de valor agregado de las empresas manufactureras, se relacionan con la capacidad de innovación, generación de empresa y desarrollo, que son aspectos característicos del sector.

Figura 1*Índice de producción manufacturera mundial*

Nota. La figura muestra el índice de producción manufacturera a nivel mundial. Fuente Fariza (2021).

El sector manufacturero a nivel mundial se ha visto en la necesidad de crear estrategias de recuperación de la economía, después de la crisis enfrentada durante la pandemia, convirtiéndose en un fuerte impulso de desarrollo.

Estados Unidos ha demostrado ser un país primermundista en donde la industria es parte de su economía y que con ayuda de la administración y de la buena toma de decisiones ha ido en un constante crecimiento. Manyika et al. (2021) en su estudio acerca de cómo crear un sector de manufactura más competitivo en los Estados Unidos, mencionan que:

La pandemia generada por la Covid – 19 ha destacado el papel de la manufactura en el suministro de productos que son esenciales para la salud, la seguridad, la seguridad nacional y la continuidad de múltiples industrias. También ha revelado el punto hasta el cual están expuestas a distintos impactos y disrupciones las cadenas globales de suministro. Todo esto ha sucedido en un momento en que las nuevas tecnologías, las

innovaciones en los procesos y el crecimiento de la demanda están remodelando el sector a nivel mundial.

A continuación, se presenta la Figura 1, donde se muestra que la industria manufacturera tiene una posición privilegiada para fortalecer la recuperación de los Estados Unidos a largo plazo, gracias a sus inmensas contribuciones económicas;

Figura 2

Impacto económico del sector de la manufactura de EE.UU.



Nota. La figura muestra las cifras de la contribución económica de las empresas manufactureras para Estados Unidos en 2021. Fuente: Manyika et al. (2021)

Después de presentar el gráfico estadístico de las empresas manufactureras y de qué manera contribuyen a la economía de Estados Unidos, es pertinente mostrar las estadísticas de producción de estas empresas para observar su desarrollo en este último año.

Se puede apreciar en la Tabla 1 que el IPI ha incrementado considerablemente por lo que representa que las empresas estadounidenses posiblemente hayan alcanzado sus objetivos empresariales propuestos.

Tabla 1*Índice de producción industrial*

Estados Unidos - Índice de Producción Industrial			
Fecha	IPI Mensual	IPI Este año	IPI Interanual
dic-21	-0,1%	3,7%	3,7%
nov-21	0,5%	4,1%	5,3%
oct-21	1,60%	3,40%	-2,20%
sep-21	-1,30%	1,80%	-2,70%
ago-21	0,40%	3,40%	-1,30%
jul-21	0,90%	2,90%	-0,80%
jun-21	0,40%	1,80%	2,30%
may-21	0,90%	1,60%	8,50%
abr-21	0,70%	0,40%	16,60%
mar-21	1,40%	-0,30%	0,90%
feb-21	-2,20%	-1,10%	-4,30%
ene-21	0,90%	0,90%	-1,80%
dic-20	1,60%	-3,60%	-3,60%
nov-20	0,40%	-5,20%	-5,50%

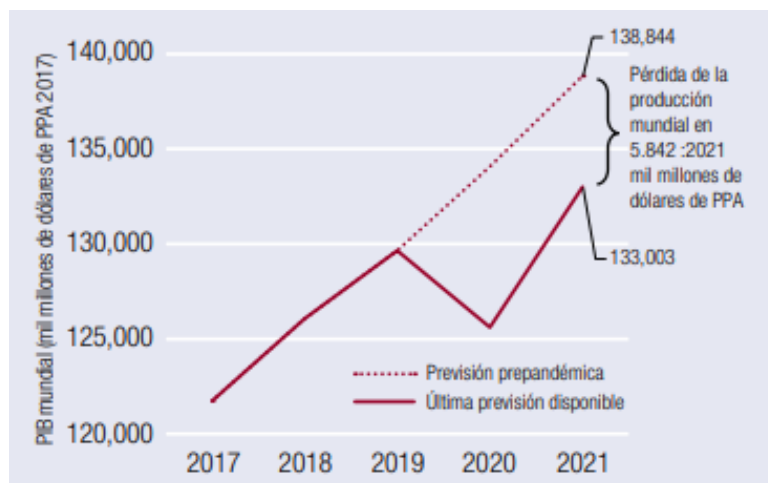
Nota. Índice de producción industrial de las empresas manufactureras en EE. UU., en el año 2021. Datos tomados de Datosmacro (2021).

El impacto de la crisis económica a causa del coronavirus a afectado en gran proporción los resultados económicos de todas las empresas del mundo, obligándolas a realizar cambios y adaptaciones que impulsen el desarrollo de sus actividades.

En la Figura 3 se evidencia que la actividad económica de las empresas industriales, se ha visto afectada en grandes cifras por cuestiones de confinamiento y la gravedad de la emergencia sanitaria, sin embargo, en muchas de las empresas, los resultados han sido favorable en el último año, debido a que los países han controlado de forma rápida y efectiva el progreso del virus, pero el escenario para las empresas de aquellos países que no tuvieron éxito es menos agradable.

Figura 3

Perdidas de la producción mundial debido a la COVID-19 en 2021



Nota. La figura representa la estimación de las pérdidas a nivel mundial de las industrias.

Tomado del informe sobre el desarrollo industrial 2022, United Nations Industrial Development Organization (2021).

En definitivas las empresas manufactureras tienen gran impacto en el desarrollo económico a nivel mundial, puesto que esta actividad aporta a los índices de producción y PIB de forma significativa, sin embargo, por el impacto de la pandemia a nivel mundial su aportación se ha visto afectada, y actualmente se encuentran en proceso de recuperación.

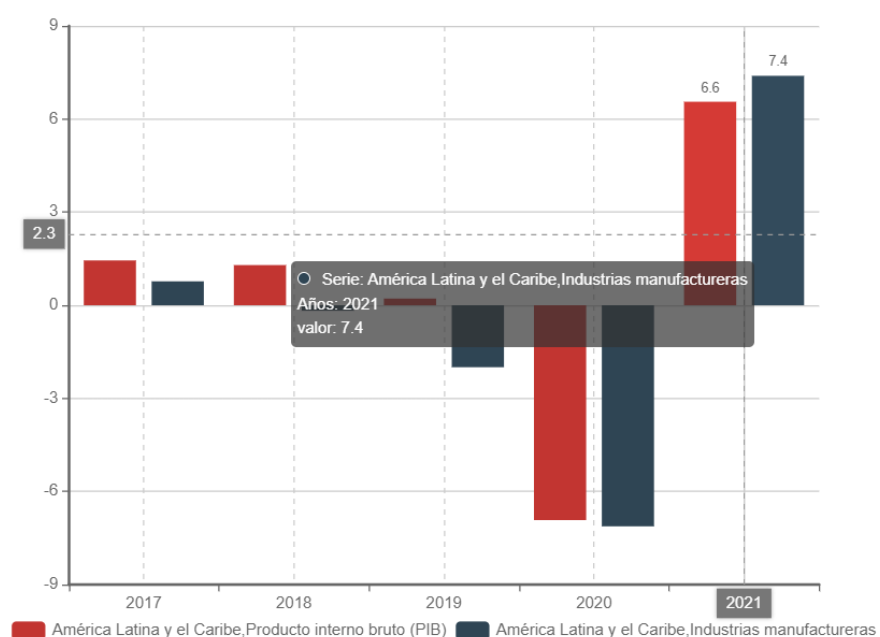
Contextualización Meso

Los negocios actualmente se caracterizan por ser un entorno cambiante, que exige que las empresas establezcan estrategias para poder asegurar su continuidad en el mercado y la obtención de recursos para su desarrollo. Bajo este contexto, es fundamental para una empresa que establezca un presupuesto, de manera que le permitan un manejo adecuado de su capital de trabajo, para operar y mantener su estabilidad financiera; así mismo, que las fuentes de financiamiento sean adecuadas y que su ciclo de conversión del efectivo le permita cumplir con todas sus obligaciones. (Solano y Rosario, 2018, p.12)

La importancia del sector manufacturero en Latinoamérica, radica en el fortalecimiento de la economía, mediante la producción y reactivación de sus actividades. Por lo tanto, “la industria es una fuente importante de puestos de trabajo y desarrollo económico. El sector manufacturero crea más del 10% del empleo en América Latina y el Caribe. Argentina, Brasil y México fabrican la mayor parte de los productos” (Navas, 2021).

Figura 4

Tasa de crecimiento del PIB anual por actividad económica



Nota. La figura muestra los valores de la tasa de crecimiento del producto interno bruto (PIB) en América Latina y el Caribe en porcentajes. Fuente: CEPALSTAT Bases de Datos y Publicaciones Estadísticas (2022).

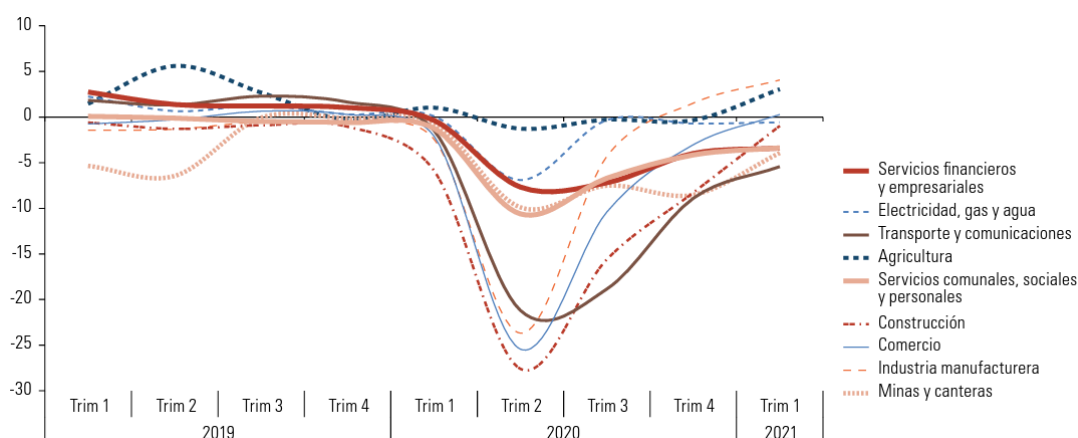
En este contexto, la variación porcentual del PIB con respecto al sector manufacturero abarca gran parte del total de Latinoamérica y el Caribe, por lo tanto, la tasa de crecimiento negativa en el año 2020 a diferencia del porcentaje correspondiente al 2021 es representativa. Esto debido a la crisis sanitaria que dificultó el desarrollo de las actividades de todos los sectores de la economía.

La administración presupuestaria es un instrumento esencial para extender las ganancias de las empresas (Ahumada y Perusquia, 2015), así mismo contribuyen a apoderarse de una colocación más competitiva en el sector, sin embargo, dichas maniobras no son aprovechadas de manera adecuada, en consecuencia, no permite generar ganancias en un periodo determinado (Chiavenato, 2006).

Según Bárcena et al. (2021) en algunas actividades como los hoteles, restaurantes y otros servicios la caída de la producción ha sido prácticamente total, sin embargo, sectores como el agropecuario y el de los servicios básicos fueron extremadamente resilientes, y otros como el de las manufacturas se recuperaron rápidamente de las caídas. El sector agropecuario y la industria manufacturera fueron los dos únicos sectores de actividad económica cuya producción aumentó en el primer trimestre de 2021, mientras que la actividad del resto de los sectores registró retrocesos.

Figura 5

Tasa de variación del valor agregado por sector de actividad económica



Nota. la gráfica representa la tasa de variación del valor agregado por sector de actividad económica, 2019 a primer trimestre de 2021, en América Latina, los valores presentados están en porcentajes. Obtenido de Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2021), sobre la base de cifras oficiales.

En la Figura 5 se puede apreciar como las empresas manufactureras han demostrado un papel importante en el desarrollo de América Latina, por lo que es de vital importancia tomar en cuenta, la administración presupuestaria que permita el desarrollo de las empresas, para que estas creen valor.

Cualquier tipo de empresa debe tener en su estructura departamentos dedicados a administrar y destinar los recursos de forma adecuada. (CEUPE, 2022), afirma que:

La complejidad que poseen las empresas industriales hace necesario que en este tipo de empresas exista dentro de su estructura administrativa un departamento de costes con suficiente autonomía que informe directamente a la gerencia. Este departamento tiene la responsabilidad de elaborar los registros necesarios y los informes sobre los datos de costes, los cuales son utilizados por la gerencia para tomar decisiones, como por ejemplo presupuestar la producción y sus requerimientos, establecer controles de costes, entre otras labores de fundamental relevancia para la permanencia de la organización y su éxito.

Las empresas manufactureras por naturaleza tienen la complejidad de elaborar presupuestos, esto debido a que existe variabilidad en los procesos productivos y de distribución, sin embargo, apoya aspectos claves como el cubrimiento de los costos y gastos, y en forma proporcional la adquisición de materiales y estrategias de desempeño a futuro.

Contextualización Micro

En Ecuador las industrias manufactureras mantienen una gran importancia en el desarrollo del país, ocupando el segundo lugar que genera mayor cantidad de ingresos, después del sector comercial, aportando con una alta tasa de crecimiento de la economía y generan una producción significativa con respecto a otros sectores, trabajando con gran cantidad de personal para el avance de sus actividades, lo que favorece a la creación de fuentes de empleo e incremento de oportunidades de desarrollo.

Las actividades económicas de Ecuador, está conformado por 7 sectores que sustentan el desarrollo del país, cumpliendo un 63% del total de PIB, incluyendo como principal actividad a la industria manufacturera, orientada en el área de alimentos y bebidas, la agroindustria, la farmacéutica e insumos y materiales para la construcción (Zabala, 2020).

Durante el año 2020 el VAB y el PIB del país tienen algunas variaciones en relación a las empresas manufactureras, como se presentan a continuación:

Figura 6

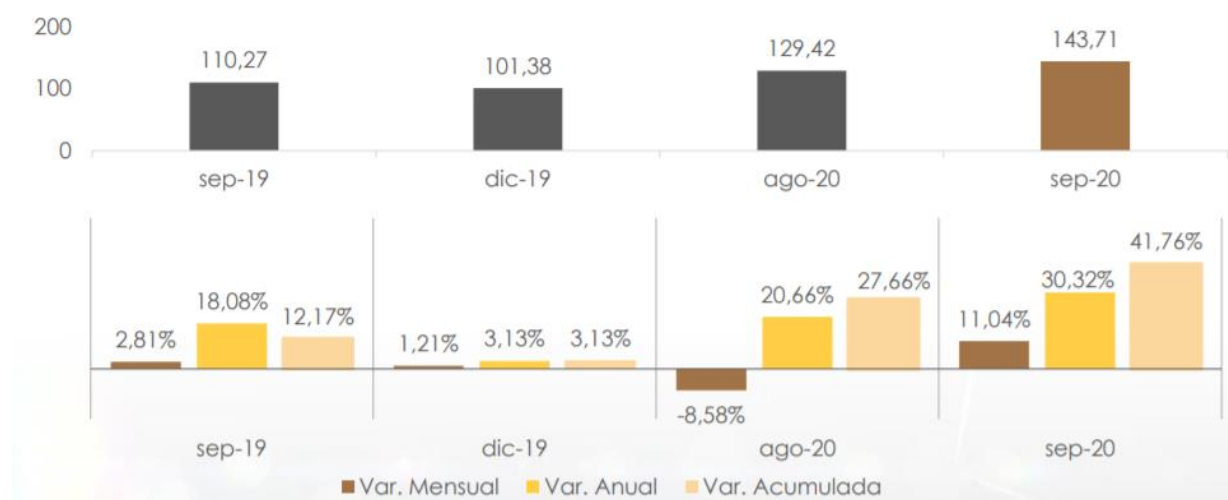
PIB anual del sector manufacturero de Ecuador



Nota. La figura presenta los porcentajes de PIB, de VAB y las variaciones porcentuales anuales de estos indicadores, en Ecuador durante el periodo 2017-2020. Fuente: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2021).

Considerando que la manufactura como una actividad principal, cuenta con una participación del 12,46% del PIB, superando en un 0,02% en relación al año 2019, considerando que la variación del PIB total entre estos dos años representó -7,6%, sin embargo, este sector no fue afectado, y es la principal actividad generadora de valor agregado en su producción.

El índice de producción de las industrias manufactureras, durante el año 2019 a septiembre del 2020, presentan los siguientes resultados:

Figura 7*Índice de producción de las empresas manufactureras*

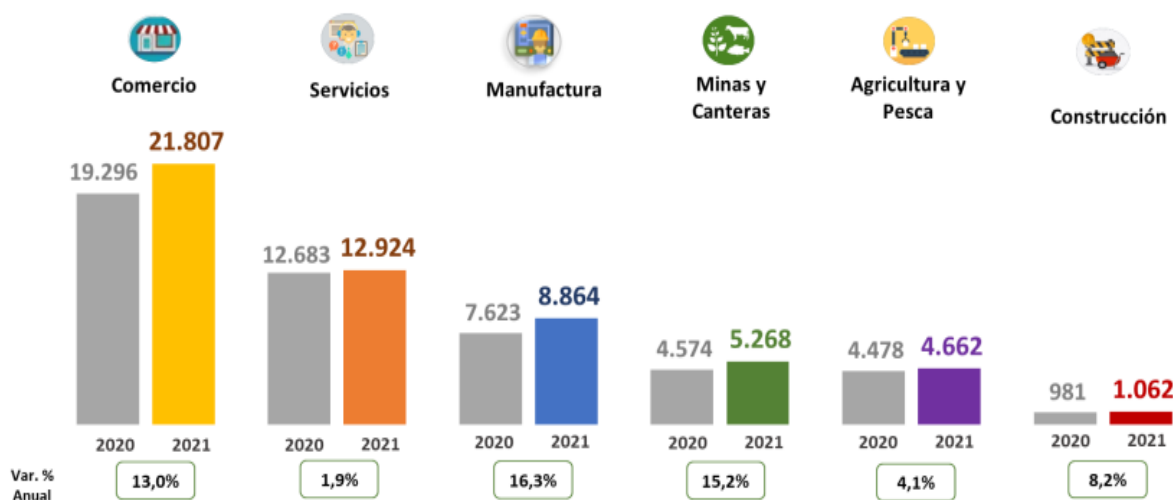
Nota. La figura presenta el índice de la producción de las industrias manufactureras de Ecuador, con las respectivas variaciones mensuales, anuales y acumuladas, durante el periodo sep-2019 a sep-2020. Fuente: INEC (2020).

El IPI-M en septiembre 2020 tiene como resultado 143,71, y comparado este resultado con el del mes de agosto de 2020, se obtiene una variación mensual de 11,04%. Además, se puede recalcar que se registró una variación anual de 30,32% en relación a los resultados de septiembre 2019, y una variación acumulada de 41,76% en relación a diciembre 2019. Los porcentajes y variaciones obtenidas se explican por la producción que se obtuvo en este periodo de tiempo del sector manufacturero y otros sectores de la economía.

La representación de las empresas manufactureras en la economía del país, también se ve medida por las ventas anuales, que son la fuente de ingreso de cada empresa, e incluso es el principal rubro a tener en cuenta al momento de presupuestar, y en base a eso, designar los recursos para gastos y proyectos a futuro.

Figura 8

Ventas por sector económico de empresas ecuatorianas



Nota. La figura las ventas y variaciones de acuerdo a cada sector económico de las empresas de Ecuador, en relación al periodo 2020-2021. Fuente: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2021)

Las ventas producidas por el sector manufacturero durante el año 2020, corresponden a 7.623 (en millones de dólares), mientras que, en el transcurso del año 2020, fue un total de 8.864 (en millones de dólares), lo que significa que existe una variación de 16,3%. Además, es visible que en los demás sectores también se presentan variaciones positivas en menores porcentajes, en relación a los dos años, lo que se puede interpretar como una recuperación en los niveles de ingresos después del periodo de pandemia, interpretándose como una recuperación de la crisis atravesada por todos los sectores económicos del país.

El uso de herramientas presupuestarias en las empresas ecuatorianas, tomando como referente los grados de incertidumbre enfrentados en tiempos de crisis a causa de la pandemia, es una clave que oriente la construcción de una guía y la elaboración de presupuestos, con el fin de reducir los riesgos a los que se ve expuesto el sector manufacturero del país (Santillán et al., 2020).

Según las estadísticas del Banco Central del Ecuador, aproximadamente el 1,6% del PIB del país, es aportado por la provincia de Cotopaxi; los principales sectores son el manufacturero que representa cerca del 38% de la actividad económica, seguida de la agricultura y ganadería con el 21% y finalmente el comercio con el 12%, entre los porcentajes más significativos (Ramírez, 2015).

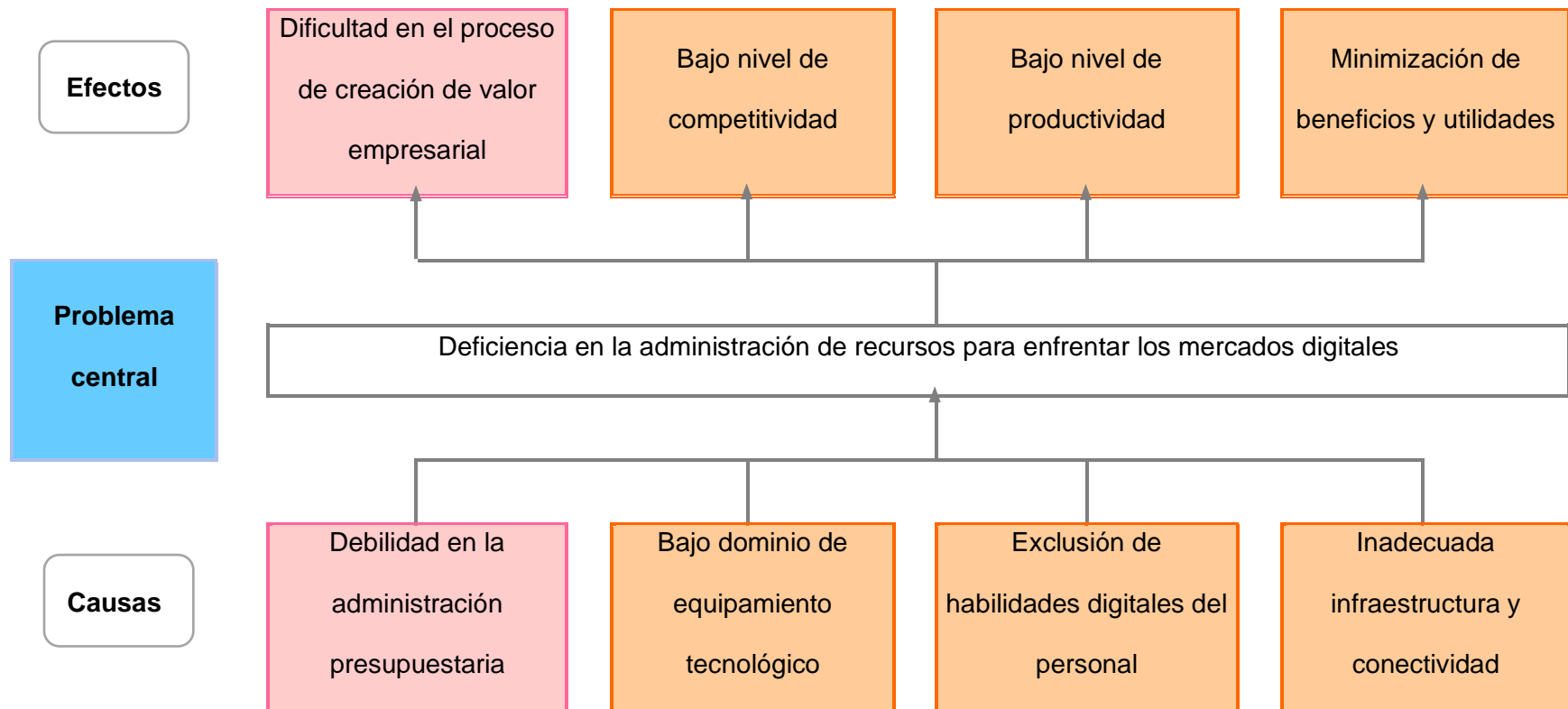
Un análisis realizado en la provincia de Cotopaxi, específicamente en la ciudad de Latacunga, determina que las industrias reanudaron sus actividades, con por lo menos 8000 trabajadores que regresaron a sus áreas, que abarca un 35% de personal de las industrias que tiene la provincia de Cotopaxi, lo que representa una reactivación económica significativa para el país y la provincia (El Comercio, 2020).

El COVID-19 durante el año 2019 – 2020 ha ocasionado varias problemáticas en los aspectos de las finanzas, operaciones y cadenas de suministro en todo el sector empresarial, haciendo principal énfasis en las empresas manufactureras de Ecuador, sin embargo, a nivel de la provincia de Cotopaxi se ha incentivado a la reactivación de estas industrias, al cumplirse el primer año de mandato del Gobierno actual, mediante la intervención con la banca, ejecutó su compromiso y “entregó recursos a varias cooperativas de ahorro y crédito, con los cuales podrá otorgarse financiamiento productivo que impulse a las micro, pequeñas y medianas empresas a escala nacional” (Secretaría General de Comunicación de la Presidencia, 2022).

Árbol de Problemas

Figura 9

Árbol de problemas



Nota. En el árbol de problemas se detallan las causas y efectos del problema central de investigación.

Análisis Crítico. Las industrias manufactureras son las principales aportadoras a la economía tanto de la provincia como del país, sin embargo, su crecimiento y equilibrio se ven afectados por la mala ejecución de acciones o decisiones a nivel empresarial, y también debido a algunos factores externos, como es el caso de la pandemia de Covid-19 por la cual se atraviesa actualmente, provocando gran incidencia en su desarrollo.

En base a lo mencionado, el problema central de la investigación radica en la deficiencia en la administración de recursos para enfrentar los mercados virtuales, los mismos que se encuentran en constante desarrollo y se ha convertido en una forma más óptima de progreso, sin embargo, en las empresas manufactureras se reconoce como una causa principal al problema, la debilidad en la administración presupuestaria de las empresas, que les permitan mantener un equilibrio económico y generar un crecimiento óptimo a futuro, por el hecho de que no se aplican decisiones estratégicas y planes de acción que incluyan un proceso de presupuestación adecuado en base al cumplimiento de las metas establecidas, dando como resultado dificultad en el proceso de creación de valor.

Adicionalmente el dominio y adquisición de equipamiento tecnológico en las empresa permitirán que se cree un factor favorable en el aspecto de trabajo en equipo, en el desarrollo de actividades de manera eficiente y otros beneficios, que no perjudiquen la situación financiera; las habilidades digitales implementadas en el personal debe ser bajo la inclusión de los colaboradores de todas las edades, debido a que en ocasiones las personas de mayor edad suelen ser excluidas de la tecnología, y por ende, el cumplimiento de su trabajo en modalidad virtual se ve afectado; la infraestructura y conectividad debe reforzar las actividades digitales de empresa, sin embargo, si las decisiones no son tomadas de forma adecuada, y la administración no se trabaja en base a presupuestos no se podrá contrarrestar con las necesidades empresariales.

De acuerdo con las perspectivas anteriores, los aspectos negativos dan como resultado una deficiencia de la administración de los recursos para enfrentar los mercados virtuales,

produciendo la necesidad de aplicar una administración presupuestaria correcta que incida en los resultados.

En consecuencia, es indispensable que la administración presupuestaria sea realizada de manera correcta bajo un análisis profundo de la situación financiera y las necesidades actuales de la empresa, y de esta manera evitar los bajos niveles de competitivas y productividad, e incluso la minimización de beneficios y utilidades, que de ser posibles puedan aportar de manera directa al crecimiento y la creación de valor de las empresas manufactureras.

Formulación del Problema. ¿Cómo incide la administración presupuestaria en la creación de valor de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi en el periodo 2018 – 2021?

Justificación e importancia

Actualmente, la tecnología se ha visto inmersa en diferentes actividades empresariales al momento de crear un producto o prestar un servicio. Por lo que se puede mencionar que las empresas que no evolucionan podrían verse afectadas por la competencia que se han digitalizado, estas han visto necesario implementar en su presupuesto la actualización de costos y gastos para asumir riesgos inesperados.

Es aquí donde la administración presupuestaria adquiere gran importancia, ya que a través de esta se puede determinar si las empresas que estén ligadas a este tipo de industria están realizando una adecuada coordinación entre la planeación de las actividades futuras y el control eficaz de las mismas Ramírez (2011). De esta manera los niveles de rentabilidad se incrementarían, contribuyendo a la maximización del valor empresarial.

De acuerdo con Ramírez (2011), un presupuesto es una herramienta de planificación, coordinación y control de funciones que presenta en términos cuantitativos las actividades que en el futuro se realizarán en una empresa, con la finalidad de utilizar de una manera más productiva sus recursos, para que pueda alcanzar sus metas. Este plan de acción está

encaminado al cumplimiento de una meta, la cual debe expresarse en términos de valores financieros y cumplirse en un tiempo determinado, bajo ciertas condiciones estipuladas.

Es importante desarrollar el estudio en las empresas manufactureras debido a que estas representan un papel fundamental en el desarrollo económico del país; sin embargo, es necesario analizar si estas empresas tienen una administración adecuada del presupuesto, en el transcurso de la pandemia, determinando los cambios que sufrido la rentabilidad de estas empresas.

En razón de lo mencionado el presente trabajo tiene como finalidad analizar la administración del presupuesto de las empresas manufactureras antes, durante y después de la pandemia para obtener rentabilidad, mediante la aplicación del modelo Dupont, con el fin de establecer cuál ha sido el nivel de creación de valor.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la incidencia de la administración presupuestaria en la creación de valor de las empresas manufactureras, reguladas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros de la provincia de Cotopaxi en el periodo 2018-2021.

Objetivos Específico

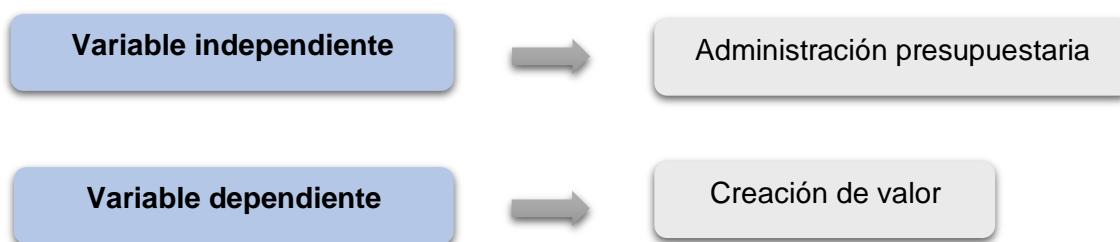
- Definir la base teórica de la investigación con respecto a las variables de administración presupuestaria y creación de valor de las empresas manufactureras, mediante la revisión bibliografía que permita sustentar la conceptualización de las mismas.
- Identificar el nivel de creación de valor de las empresas que forman parte de las empresas manufactureras, a través de un diagnóstico financiero en base al cálculo de indicadores financieros a partir de los estados financieros de las mismas.

- Diagnosticar la eficiencia del uso de la administración presupuestaria en las empresas manufactureras, con ayuda de la aplicación de encuestas a los gerentes o propietarios, que permitan relacionar la incidencia en la creación de valor empresarial.
- Proponer un modelo de gestión financiera (DuPont), para determinar la reactivación económica postpandemia en el año 2022, basada en una correcta administración presupuestaria, y por ende su contribución a la creación de valor.

Variables de Investigación

Figura 10

Variables de investigación



Nota. La figura indica las variables independiente y dependiente de la investigación.

Hipótesis

Hipótesis alternativa (H1): La administración presupuestaria incide en la creación de valor de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi reguladas por la Superintendencia de Compañías, valores y seguros en el periodo 2018 – 2021.

Hipótesis nula (H0): La administración presupuestaria no incide en la creación de valor de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi reguladas por la Superintendencia de Compañías, valores y seguros en el periodo 2018 – 2021.

Operacionalización de Variables

Operacionalización variable independiente

Tabla 2

Operacionalización de la variable independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍA	INDICADOR	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Ventura (2017) menciona que: “la Administración presupuestaria no es otra cosa más que simular diferentes sistemas o métodos el comportamiento de un ente económico, así como evaluar aspectos que en un momento puedan surgir conforme vaya pasando el tiempo, y se vayan generando dentro de los plazos establecidos. Se debe tomar en cuenta que para que la planeación a futuro llevada dentro de la administración presupuestaria sea válida se tienen que considerar diversos aspectos a corto plazo en relación con el control presupuestal” (p. 15).	Estructura organizativa	Asignación de actividades financieras por niveles <u>Actividades financieras</u> <u>Niveles organizacionales</u>	¿Cuál es la estructura organizativa de la empresa que permita elaborar presupuestos en base a las necesidades financieras?	Técnica: Se aplicarán encuestas a los directivos de las empresas de estudio, y adicionalmente se realizará un análisis documental de las categorías
	Planeación financiera	Equilibrio entre la generación y el uso de recursos <u>Uso de recursos</u> <u>Generación de recursos</u>	¿El uso adecuado de recursos permitirán garantizar el cumplimiento de objetivos financieros en base a la planificación de un presupuesto?	
	Planeación operativa	<u>Desempeño de operaciones, equipos, productos, servicios</u> <u>Planeación operativa</u>	¿La planeación operativa es importante en el aspecto de la administración presupuestaria para la inversión de recursos operativos?	Instrumento: Cuestionario

Nota. La tabla presenta la operacionalización de la variable independiente, que hace referencia a la administración presupuestaria

Operacionalización de la variable dependiente

Tabla 3

Operacionalización de la variable dependiente

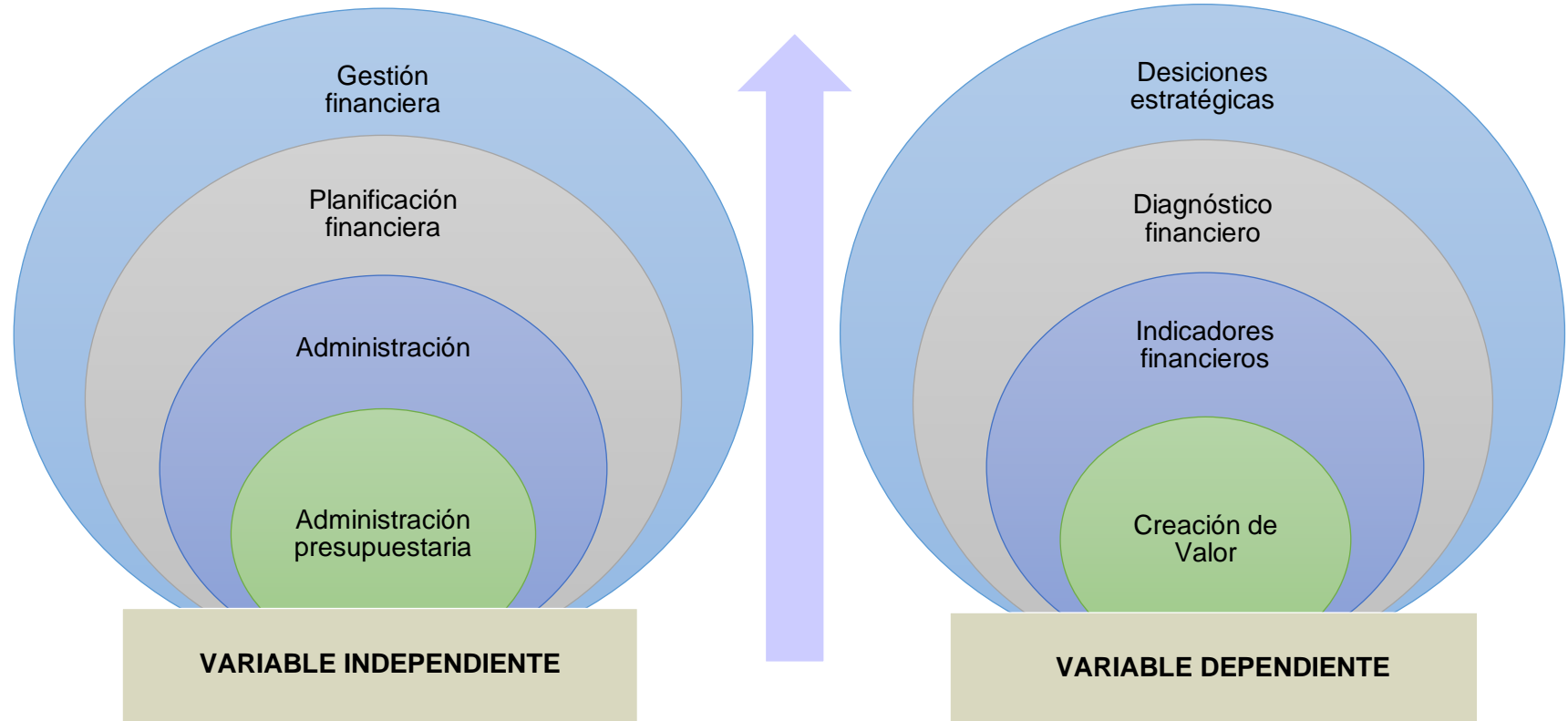
CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍA	INDICADOR	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Viscarrí (2011) afirma que: “crear valor significa ofrecer algo a alguien que desea cubrir una necesidad y espera satisfacerla haciendo algún tipo de sacrificio generalmente económico. La riqueza del término contrasta con la dificultad de las empresas para atender a unos mercados cada vez más rigurosos en un entorno cada vez más turbulento y sujeto a grandes presiones competitivas, legales, sociales y económicas”.</p>	Liquidez	<p>Razón corriente</p> $\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$	¿Los niveles de liquidez de la empresa son favorables?	<p>Técnica: Recolección de los Estados Financieros anuales de las empresas Análisis documental</p> <p>Herramienta: Indicadores financieros</p>
	Rentabilidad	<p>Prueba Ácida</p> $\frac{\text{Activo corriente}-\text{Inventarios}}{\text{Pasivo corriente}}$ <p>Margen Bruto</p> $\frac{(\text{Ventas Netas} / \text{Costo de Ventas})}{\text{Ventas}}$	¿La rentabilidad de la empresa cumple con los objetivos definidos inicialmente?	
	Solvencia	<p>Margen Neto</p> $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$ <p>Endeudamiento del Activo</p> $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$	¿El financiamiento de la empresa, se genera en base a un nivel de riesgo bajo?	
	Creación de valor	<p>Apalancamiento Financiero</p> $\frac{\text{UAI}/\text{Patrimonio}}{\text{UAI}/\text{Activo total}}$ <p>EVA</p> $(\text{Rendimiento del capital invertido (ROIC)} - \text{WACC}) * \text{Capital Invertido CI}$	¿Qué tan eficiente es la creación de valor en relación a la utilización de recursos de manera efectiva?	

Nota. La tabla presenta la operacionalización de la variable dependiente, que hace referencia a la creación de valor.

Conceptualización de las Variables

Figura 11

Supra ordenación de variables



Nota. En la supra ordenación de variables, se presentan las categorías de la variable independiente y la variable dependiente

Capítulo II

Marco teórico

Base Teórica

Teoría de la Administración Clásica

La administración es un campo amplio con distintos enfoques que intentan conocer, comprender, describir, explicar y predecir el comportamiento de las organizaciones, para la investigación se ha tomado en cuenta la teoría de la administración clásica. Según Agüero (2007):

La teoría clásica de la administración es formulada a comienzos del siglo XX. Taylor analiza los puestos de trabajo y las operaciones fabriles, buscando mejorar la eficiencia y la productividad laboral. Los estudios permiten a) conocer los tiempos y movimientos requeridos para cada tarea, b) conocer las aptitudes humanas requeridas para cada tarea y c) establecer salarios en función de la producción. Fayol amplía a toda la organización el análisis fabril de Taylor, formulando principios para la dirección e identificando las áreas básicas de la organización. Si bien estos principios son criticados y calificados como refranes por Simon (1947), sirven de base para la programación, la coordinación, la dirección por objetivos y el desarrollo de la consultoría de empresas (Perrow, 1991). La excesiva rigidez y linealidad del modelo y la omisión de los aspectos humanos de la organización afectan en gran medida la vigencia de esta teoría, aunque las ideas de Taylor y Fayol mantienen intacta su influencia en varios aspectos.

Teoría de maximización de presupuesto

El presupuesto es una actividad anticipada que una empresa debe tomar en cuenta para llevar a cabo un proyecto por lo que es importante para la maximización. Según (UFM, 2020):

Las agencias de burocracia sí buscan maximizar su presupuesto en la misma medida en la que las empresas buscan maximizar sus ganancias. Bajo esta visión, el modelo básico de la teoría de maximización de presupuesto de la burocracia propuesto por William Niskanen parte de la hipótesis de que los oficiales de gobierno siempre buscarán aumentar sus propios fondos disponibles. Esto se produce debido a que los burócratas suelen recibir mayores salarios cuando trabajan para agencias grandes.

Sin embargo, hay que tomar en cuenta que más presupuesto no equivale ni a mejor desempeño ni a mejor ejecución del mismo, ya que al no obtener ingresos en función de sus resultados carecen de incentivos para mejorarlos.

Teoría de los Stakeholders

Según Alpuche y Leines (2017) Alpuche y Leines (2014) la teoría de los Stakeholders supone la existencia de individuos que tiene interés particular en la empresa porque interactúan con ella de alguna manera. La palabra Stakeholders surgió por primera vez en un comunicado interno del Instituto de Investigación de Stanford según lo referido por Freeman y Redd (1983), desde entonces se ha escrito sobre este tema en particular, en español se ha traducido como "Participantes" o "Grupos de Interés". La teoría hace notar que los accionistas no son los únicos interesados en la organización, sino que a partir de la interrelación social existe una red de colectivos interesados en la empresa por varias razones Alpuche y Leines (como se citó Freeman & Redd, 1983). La teoría de las partes interesadas o Stakeholders no significa que los representantes de estos grupos deben formar parte de los consejos de administración de la empresa, lo que implica es que los intereses de estos grupos están vinculados y que para crear valor hay que ver cómo cada uno de los interesados pueden hacerlo. Esta teoría es acerca de cómo funcionan las empresas de manera óptima y cómo podrían funcionar, esta teoría tiene que ver en cómo se crea y gestiona un negocio eficaz (Freeman et al., 2010).

Es importante mencionar la teoría de Stakeholders ya que esta permite determinar la importancia de los grupos de interés como son los accionistas, trabajadores, posibles inversionistas, proveedores, clientes, administración, y sociedad en general, para la creación de valor en una organización.

Marco conceptual

Administración presupuestaria

La administración presupuestaria permite registrar y planificar diversos proyectos o movimientos de dinero en un determinado tiempo. Ventura (2017) afirma que:

La Administración presupuestaria no es otra cosa más que simular diferentes sistemas o métodos el comportamiento de un ente económico, así como evaluar aspectos que en un momento puedan surgir conforme vaya pasando el tiempo, y se vayan generando dentro de los plazos establecidos. Se debe tomar en cuenta que para que la planeación a futuro llevada dentro de la administración presupuestaria sea válida se tienen que considerar diversos aspectos a corto plazo en relación con el control presupuestal. (p. 15)

Por consiguiente, es importante que la administración presupuestaria cumpla con la evaluación contante para implementar o modificar los aspectos que ya se han incluido con anterioridad.

Presupuesto. Una herramienta importante en el aspecto empresarial, es la elaboración de presupuestos que tenga alcance para todas las áreas de la empresa. Desde el punto de vista de Mendoza (2015):

El presupuesto implica materializar los planes empresariales en información cuantitativa y monetaria, es igualmente el cimiento de los estados financieros proyectados y representa la base para la toma de decisiones, por cuanto permite prever las condiciones económicas de la empresa en áreas como el endeudamiento, la situación de liquidez, la naturaleza de las transacciones financieras y la movilización o rotación de los fondos invertidos. (p. 3)

Con respecto a la definición, el presupuesto debe ser elaborado desde una perspectiva de planeación, que permita asignar recursos económicos para el cumplimiento de actividades futuras, donde se definan cifras estimadas para ser utilizadas en las actividades de un proyecto, que guíen al cumplimiento de las metas y objetivos, equilibrando los aspectos de liquidez, solvencia, rentabilidad, entre otros.

El presupuesto y su relación con la administración. Si no se realiza un presupuesto, la gerencia no se encuentra encaminada hacia las metas, y por lo tanto no se define claramente los aspectos de inversión o financiamiento, por lo tanto, se debe incurrir en la administración adecuada de recursos financiero y económicos, generando bases sólidas para implantar una capacidad instalada adecuada y disponer de la información requerida para medir el alcance de los objetivos, en caso de la ausencia de presupuestos no se puede cuestionar los resultados en el aspecto de abastecimientos, ventas, capacidad de producción y las utilidades obtenidas (Burbano, 2015).

Desde esta perspectiva, los presupuestos son base de la planeación de operaciones de una empresa, y la administración adecuada de ingresos y gastos, se verá reflejada en dichos presupuestos, que impulsen el crecimiento de la organización, con la toma de decisiones adecuadas para su elaboración y ejecución.

Importancia de los presupuestos. La importancia de los presupuestos se plantea desde el punto de vista de la incertidumbre, por lo tanto, sirven como medio para tener la capacidad de asumir riesgos futuros. Ramírez (2011):

Ayudan a minimizar los riesgos en las operaciones de la empresa; sirven de mecanismo para la revisión permanente de las políticas y estrategias de la empresa y direccionarlas hacia las metas establecidas; a través de los presupuestos se mantiene el plan de operaciones de la empresa en unos límites razonables; cuantifican en términos financieros los diversos componentes de su plan total de acción; sirven para establecer controles financieros en la empresa. (p. 82)

En base a lo mencionado, es de gran importancia una correcta elaboración de presupuestos, que faciliten el proceso de enfrentar riesgos futuros, y direccionar a la organización hacia las metas planteadas. Además, de generar un panorama financiero que establezca la situación actual de la empresa, y se puedan anticipar a escenarios futuros.

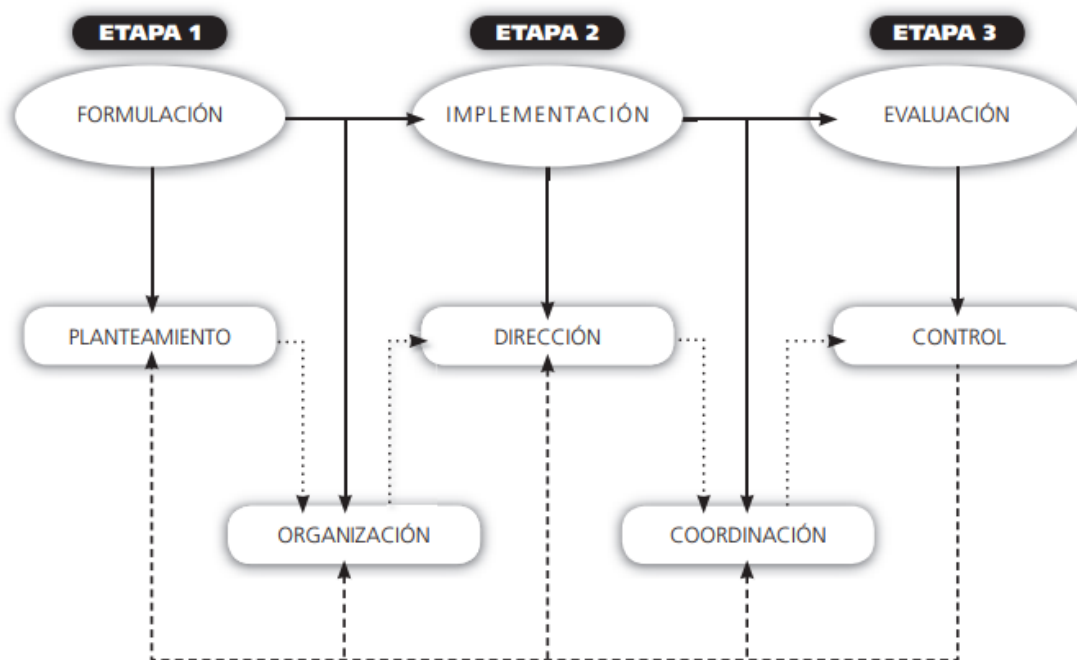
Administración

La administración permite que dentro de una organización se coordinan y controlen los recursos de manera adecuada y favorable en aspectos de productividad, logro de metas, optimización de la calidad, e incluso la competitividad. Münch (2010) destaca que “es imprescindible para lograr la competitividad en un mundo globalizado. A través de las técnicas de gestión se simplifica el trabajo y se establecen principios, métodos y procedimientos para lograr mayor productividad y eficiencia” (p. 3).

Por tal razón, la administración no solo se enfoca en los recursos económicos o financieros, también engloba los recursos humanos, materiales, tecnológicos, que están a cargo de una persona o grupo de personas de manera organizada, que encaminen la administración hacia la estabilidad, crecimiento y mantenimiento de las instituciones, fortaleciendo su desempeño, reducción de costos, e incluso fomente la innovación.

Etapas del proceso estratégico. El proceso estratégico en su versión ampliada, detalla 3 etapas principales, las mismas que contienen subetapas que complementan el proceso. De acuerdo con D’Alessio (2008):

La primera etapa es la formulación, que implica el proceso de planeamiento seguido por el de organización. Ambos constituyen el llamado planeamiento estratégico. La segunda etapa es la implementación, en la cual los ejes centrales están conformados por los procesos de dirección y coordinación. Ambos constituyen la dirección estratégica. La tercera etapa es la evaluación, en la cual el foco central es el proceso de control y la posible corrección del proceso estratégico. Ambos constituyen el control estratégico. Por tratarse de un proceso iterativo, esta etapa se desarrolla desde un inicio. (p. 11)

Figura 12*Etapas del proceso estratégico*

Nota. El esquema presenta las etapas principales del proceso estratégico con las respectivas subetapas. Tomado de D'Alessio (2008).

Frente a lo mencionado, en la administración es fundamental trabajar bajo un proceso que dé cumplimiento a las etapas de manera secuencial, en donde se parte principalmente desde la formulación, hasta llegar al punto del control, como última fase correspondiente a la etapa de evaluación.

Decisiones estratégicas

Las decisiones estratégicas como responsabilidad de los directivos, generan algunas dificultades, considerando que es una actividad en donde se define el futuro de la empresa de manera directa e implica compromisos con los recursos financieros, además, se genera una gran incertidumbre y en caso de no tomar las decisiones adecuadas, ya no hay vuelta atrás de los resultados (Planellas y Muni, 2015).

Como referencia, se toma el hecho de que las decisiones en general son responsabilidad de los gerentes empresariales, y al ser estratégicas se enfocan en un estudio futuro de todos los elementos de la organización que afecten el rumbo y la obtención de las metas establecidas, como base fundamental del funcionamiento adecuado y potencial de la institución.

Estructura organizativa

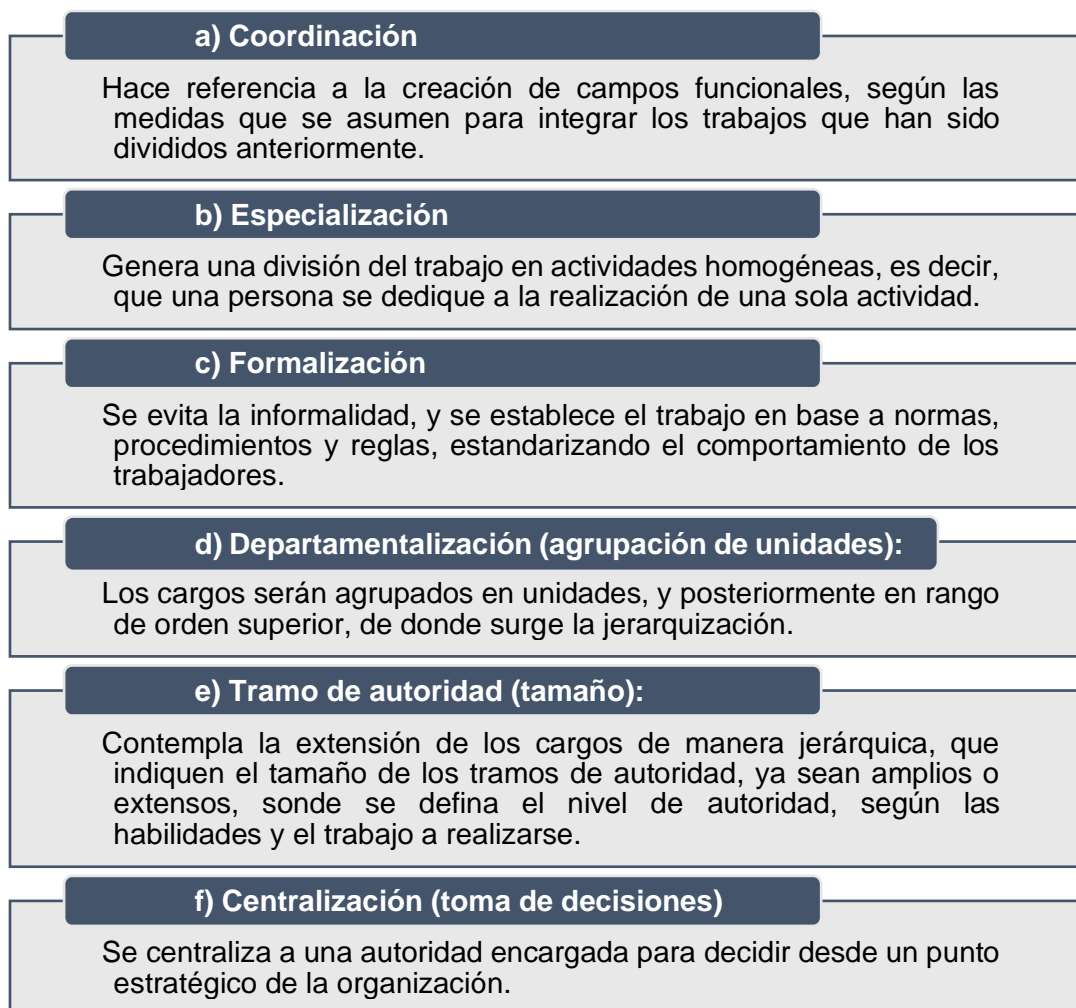
La estructura organizativa es un método mediante el cual se definen las jerarquías en una organización, en donde se identifican los puestos de trabajo, la función y el reporte de cada uno, y cuando se establece la forma de operar de la organización se aporta con el cumplimiento de las metas para el crecimiento de la empresa (Brume, 2019).

Con respecto a lo planteado, la estructura organizacional es el sustento de la organización, donde se asignan responsabilidades, se planifica el trabajo, se establecen jerarquías, para que siempre se tenga un superior que supervise las actividades realizadas por cada área o individuo.

Diseño de una estructura organizativa. Desde la perspectiva de Valenzuela y Lluís (2013) “el Diseño organizativo es un proceso sin fin en la práctica, es decir, debido a los continuos cambios en el entorno se exigen modificaciones constantes en las estrategias y estructuras organizativas de las empresas” (p.14). El diseño adecuado de la estructura organizativa, se realiza en base a la consideración de algunas variables, como se detalla en la Figura 13.

Figura 13

Variables de la estructura organizativa



Nota. la figura indica las variables de un diseño adecuado de la estructura organizativa.

Tomado de Marín (2012).

El diseño de la estructura organizativa, construye a la organización de manera adecuada para lograr los objetivos, desde el proceso de la definición de puestos, asignación de tareas, diversificación de responsabilidades, actividades, centralizaciones de poder para la toma de decisiones, e incluso la unificación de las actividades individuales para establecer el resultado general, de acuerdo a la extensión de la institución y del personal que la conforma.

Actividades financieras

Una organización se ve obligada en obtener rentabilidad y utilidad para obtener un lugar en el mercado, por lo que es necesario que desarrolle actividades financieras. Según Chávez (2000):

Las actividades financieras comprenden opciones acerca de cómo obtener efectivo para adquirir otros recursos y pagar servicios. Los administradores pueden elegir entre varios tipos de instrumentos financieros, incluyendo acciones comunes, acciones preferenciales, deuda de corto plazo o largo plazo, y arrendamientos. (p. 2)

En este sentido, es necesario mantener una preparación y coordinación de los presupuestos para el correcto funcionamiento de dicha organización.

Planeación financiera

Un aspecto importante a considerar en el desarrollo de las actividades económicas de una empresa, es la planeación financiera, y la forma en la que se encamina a cumplir los objetivos. Morales y Morales, (2014), afirman que:

La planeación financiera define el rumbo que tiene que seguir una empresa para alcanzar sus objetivos estratégicos, tiene como propósito mejorar la rentabilidad, establecer la cantidad adecuada de efectivo, así como de las fuentes de financiamiento, fijar el nivel de ventas, ajustar los gastos que correspondan al nivel de operación, etcétera. (p. 7)

Respecto a lo anterior, en la planificación financiera se involucra de manera directa la elaboración de presupuestos, para garantizar la viabilidad financiera y económica, que establezcan niveles adecuados de rentabilidad, ajustando los gastos necesarios para la consecución de objetivos.

Planeación Operativa

Para solventar problemas dentro de una organización es necesario planificar cada una de las operaciones de forma clara, como lo afirma Meza et al. (2003):

La planificación operativa es el proceso ordenado que permite seleccionar, organizar y presentar en forma integrada los objetivos, metas, actividades y recursos asignados a los componentes del proyecto, durante un período determinado. Los objetivos, estrategias, resultados esperados, indicadores y recursos necesarios de la planificación operativa son de corto plazo, generalmente un año. (p. 3)

Para que una planificación de un buen resultado, es necesario incorporar a todos los miembros de un grupo, junta directiva o comité. De esta manera se puede integrar opiniones y obtener información de calidad.

Gestión financiera

La gestión financiera permite tomar decisiones y determinar valor, además de que se basa en la asignación, adquisición, inversión y administración de recursos, de acuerdo a la función de las finanzas; principalmente se encarga de las acciones en relación a los medios financieros en las actividades previstas, y permite que las operaciones monetarias sean convertidas en base a la misión y visión; la toma de decisiones se basa en la financiación con factores favorables, el requerimiento y uso de los recursos financieros para cumplir las necesidades y generar equilibrio económico, y finalmente se realiza un estudio de la viabilidad de inversiones y determinar la situación actual en términos financieros (Córdoba, 2012).

La gestión financiera engloba de manera amplia el uso de los recursos, la forma en que serán administrados de manera óptima, para su inversión, pero también contempla la forma en que serán generados, desde la perspectiva de financiamiento externo o como resultado de las operaciones del giro normal del negocio, ya sea por concepto de bienes o servicios.

Diagnóstico financiero

Una clave de la gestión es el diagnóstico financiero, que de ser realizado razonablemente puede incidir en el valor de la empresa y el cumplimiento de todos los aspectos económicos y financieros. Nava (2010) plantea que:

El análisis o diagnóstico financiero constituye la herramienta más efectiva para evaluar el desempeño económico y financiero de una empresa a lo largo de un ejercicio específico y para comparar sus resultados con los de otras empresas del mismo ramo que estén bien gerenciadas y que presenten características similares; pues, sus fundamentos y objetivos se centran en la obtención de relaciones cuantitativas propias del proceso de toma de decisiones, mediante la aplicación de técnicas sobre datos aportados por la contabilidad que, a su vez, son transformados para ser analizados e interpretados. (p. 607)

Con respecto a lo anterior, es una evaluación de la situación financiera de la empresa, que nace de la medición de indicadores, se fundamenta en los estados financieros, y se maneja como una herramienta económica que interpreta, y analiza la realidad financiera, en comparación con las empresas del entorno.

Valor

La definición de valor se considera desde perspectivas económicas, financieras, contables, mercantiles. en concordancia con Bonmatí (2011):

Entendemos por valor de la empresa el valor del conjunto de elementos, materiales, inmateriales y humanos que integran o constituyen la empresa. Se trata de un valor o precio de conjunto, de la empresa como organización, que incluye no sólo el valor en el presente de los diferentes bienes, derechos y obligaciones integrantes de su patrimonio, sino también las expectativas acerca de los beneficios que se espera que la empresa genere en el futuro. (p.10)

En general, el valor desde la perspectiva empresarial, hace referencia a la generación de riqueza que una organización puede tener como resultado de sus actividades, por lo tanto, se consideran diversas áreas para su creación de valor.

Creación de valor

La creación de valor en las organizaciones es actualmente uno de los principales objetivos a cumplirse, no solamente por los beneficios que genera hoy, sino también a futuro. De acuerdo con Bonmatí (2011) “se crea valor en la empresa cuando la utilidad o riqueza que genera es lo suficientemente grande para cubrir el coste de todas las fuentes de financiamiento de los recursos invertidos en el negocio” (p. 11). En complemento, existen algunas variables por considerar en la creación de valor, como se detalla en la Figura 14, las mismas que se analizan desde un contexto interno y externo.

Figura 14

Variables para la creación de valor



Nota. la Figura presenta los factores internos y externos por considerar para la creación de valor. Tomado de Piedrahita (2016).

La creación de valor, radica de la capacidad de la empresa para generar el mayor beneficio posible, haciendo relación entre lo invertido y lo recibido. La creación de valor es una imagen de la empresa, que atrae y satisface a clientes, accionistas, e incluso posibles inversores que inyecten capital a la empresa.

Generadores de valor empresarial. Las empresas se ven en la necesidad constante de establecer estrategias a nivel interno y externo, para enfrentar los retos del entorno, y de esta forma incrementar la efectividad de las operaciones, por lo tanto, algunos generadores de valor empresarial son los siguientes:

- **Satisfacción y lealtad al cliente**

La responsabilidad y desempeño que entregan los recursos humanos y los materiales que se entregan, es lo que recibe el cliente, por lo tanto, se debe motivar, capacitar y empoderar al empleado, e impulsar la calidad de los materiales (Durán, 2005).

- **Productividad de los factores humano y tecnológico**

La productividad dependerá de la incorporación de tecnología y bienes de capital, como herramientas que potencien la capacidad para que los empleados realicen su labor adecuadamente, en base a capacitaciones e inclusiones de todos los miembros del personal (Durán, 2005).

- **Crecimiento del volumen de ventas**

Las ventas como estrategia de crecimiento aportan al desarrollo de la actividad económica de una empresa, adoptado como un incremento en los ingresos que aumenten las utilidades de la organización y a su vez, la participación en el mercado Loo et al. (2018).

- **Inversión oportuna en activos**

La inversión en activos físico e intangibles es un factor determinante en la potenciación de la competitividad, considerándose recursos estratégicos que por su uso y explotación generan rentabilidad y por ende un fiable valor económico Vicente (2000).

- **Generación del conocimiento**

Es un medio por el cual se captura, conserva, recupera y transmite el conocimiento, para que se unifiquen los resultados bajo el mismo contexto, sobre todo en empresas de gran

extensión, por medio de una estandarización, o implementación de procedimientos, liderazgo y capacitación (Durán, 2005).

- **Administración presupuestaria**

La administración presupuestaria se encarga de mantener a flote a una empresa, debido a que permite crear valor dentro de la misma porque mantiene objetivos y metas claras que se deben cumplir en un determinado lapso de tiempo. Con una correcta gestión del presupuesto que depende del esfuerzo que se ponga en su elaboración e implementación, siempre y cuando este esté bien repartido, nos permitirá cumplir no solo los objetivos económicos de los presupuestos, sino que también las metas individuales que se den en estos (Ramírez, 2011).

- **Maximización de utilidades**

Es uno de los objetivos principales de los administradores y gerentes, por ende también se maximiza el valor para los accionistas, esto se da por el afán de que la empresa aumente su riqueza proveniente de sus operaciones, reflejada en las utilidades de forma significativa Arrarte (2005).

- **Estructura óptima de capital:**

La generación de valor incluye tanto al personal, como a las herramientas de producción tecnológicas, porque dependerá mucho de los que se produce y lo que se entrega al consumidor, recalando que la capacitación, motivación e incentivo de los trabajadores, permitirá que las máquinas sean manejadas adecuadamente, los recursos sean optimizados y los resultados sean positivos.

Indicadores financieros

El cálculo y análisis de los indicadores financiero, en base a los estados financieros de las empresas es el método más confiable de estudio para que se puedan tomar decisiones y generar un equilibrio en los niveles financieros. De acuerdo con Morelos et al. (2012):

Los indicadores financieros son una herramienta para la evaluación financiera de una empresa y para aproximar el valor de esta y sus perspectivas económicas. Estos son índices estadísticos de dos o más cifras, que muestran la evolución de las magnitudes de las empresas a través del tiempo. La evaluación financiera con los indicadores financieros se puede hacer de forma vertical y de forma horizontal. (p.18)

Las razones financieras, son fundamentales para el diagnóstico financiero de las instituciones, que parten desde cálculos estadísticos de los componentes de un estado financiera, involucrando los activos, pasivos, patrimonio, ingresos, gastos y las utilidades obtenidas como resultado de un ejercicio económico. El cálculo de estos indicadores da como resultado porcentajes o unidades monetarias que reflejan la capacidad de enfrentar obligaciones y la evolución financiera en general.

Liquidez. La liquidez en términos generales permite medir la capacidad de pago de las obligaciones de la empresa, esta capacidad es medida mediante razones financieras.

Los indicadores financieros de liquidez “sirven para establecer la facilidad o dificultad que presenta una compañía para pagar sus pasivos corrientes al convertir a efectivo sus activos corrientes” (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2022b).

Tabla 4

Indicadores de liquidez

INDICADOR FINANCIERO	FÓRMULA
Liquidez Corriente	Activo Corriente / Pasivo Corriente
Prueba Ácida	Activo Corriente - Inventarios / Pasivo Corriente

Nota. Datos obtenidos de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022b).

En definitiva, todas las empresas cuentan con efectivo que representa la liquidez, en forma variable de acuerdo al tipo de operaciones o el manejo de dinero que cada empresa posee, y esto es medido en base a indicadores que involucren el capital de trabajo, el estado bancario, los valores de caja, etc.

Rentabilidad. La rentabilidad empresarial, mide la capacidad para producir utilidades, y se puede medir en base a indicadores o razones financieras. Morillo (2001) afirma que:

La rentabilidad es una medida relativa de las utilidades, es la comparación de las utilidades netas obtenidas en la empresa con las ventas (rentabilidad o margen de utilidad neta sobre ventas), con la inversión realizada (rentabilidad económica o del negocio), y con los fondos aportados por sus propietarios (rentabilidad financiera o del propietario). (p. 36)

Tabla 5

Indicadores de rentabilidad

INDICADOR FINANCIERO	FÓRMULA
Rentabilidad Neta del Activo (Du Pont)	$(\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas}) * (\text{Ventas} / \text{Activo Total})$
Margen Bruto	$\text{Ventas Netas} - \text{Costo de Ventas} / \text{Ventas}$
Margen Operacional	$\text{Utilidad Operacional} / \text{Ventas}$
Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)	$\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas}$
Rentabilidad Operacional del Patrimonio	$(\text{Utilidad Operacional} / \text{Patrimonio})$
Rentabilidad Financiera	$(\text{Ventas} / \text{Activo}) * (\text{UAI/II/Ventas}) * (\text{Activo/Patrimonio}) * (\text{UAI/II}) * (\text{UN/UAI})$

Nota. Datos obtenidos de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022b).

En relación a lo anterior, la rentabilidad representa el grado de generación de utilidades, en consideración de los gastos e impuestos correspondientemente, en donde se aplica de manera estratégica, decisiones que permitan incrementar el margen de utilidad, los beneficios, las ventas, y reducir los gastos los mayormente posible en las actividades de operación.

Solvencia. La solvencia es resultado de una estrecha relación entre la liquidez y rentabilidad de una organización. “Mide la habilidad que tiene la empresa para cubrir sus compromisos inmediatos” (Imaicela et al., 2019). La aplicación de razones financieras, establecen resultados que examinan la estabilidad financiera de una empresa y permiten señalar una optimización de la situación financiera de la empresa.

Tabla 6

Indicadores de solvencia

INDICADOR FINANCIERO	FÓRMULA
Endeudamiento del Activo	$\text{Pasivo Total} / \text{Activo Total}$
Endeudamiento Patrimonial	$\text{Pasivo Total} / \text{Patrimonio}$
Endeudamiento del Activo Fijo	$\text{Patrimonio} / \text{Activo Fijo Neto}$
Apalancamiento	$\text{Activo Total} / \text{Patrimonio}$
Apalancamiento Financiero	$(\text{UAI} / \text{Patrimonio}) / (\text{UAI} / \text{Activos Totales})$

Nota. Datos obtenidos de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022b).

Un factor determinante en el nivel de solvencia, de endeudamiento, es el riesgo de crédito que las empresas corren al momento de endeudarse, midiendo su capacidad de pago en base a la liquidez y la capacidad de generación de beneficios o utilidad en un periodo determinado.

Valor económico agregado (EVA). El Valor económico agregado es un indicador económico que permite medir la valorización real de una empresa. Desde la perspectiva Ramírez et al. (2012):

El valor económico agregado constituye una herramienta gerencial clave para la planificación y el control estratégico; la determinación de la riqueza generada en una empresa: la gestión de las utilidades y los activos; la toma de decisiones y el control de gestión; la evaluación de desempeño por unidades estratégicas de negocios; además, genera que los directivos y gerentes actúen y piensen como si fueran los dueños del negocio, porque ambos buscan el mismo objetivo de

maximizar el valor de los accionistas y se constituye en una herramienta importante para motivar y evaluar el rendimiento gerencial. (p. 160)

Tabla 7

Indicador de creación de valor

INDICADOR FINANCIERO	FÓRMULA
EVA	(Rendimiento del capital invertido (ROIC)- WACC) * Capital Invertido CI

Nota. Datos obtenidos de López (2001).

Por consiguiente, el EVA es trabajado en base al patrimonio de la empresa y de los activos totales, determinando la creación de valor generada en un periodo determinado, y a su vez brinda a los administradores un panorama que mide la calidad de las decisiones y el desempeño financiero obtenido.

Sistema DuPont

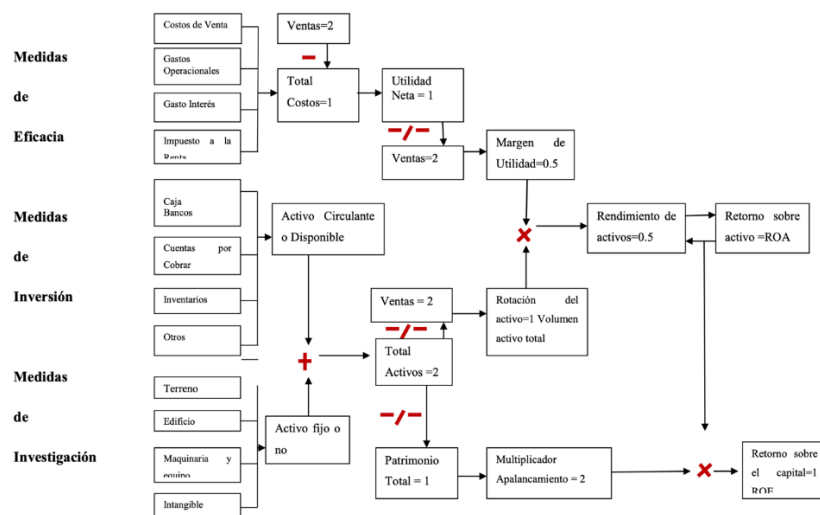
Las empresas se encuentran en la necesidad de evaluar la situación financiera que mantienen, por lo tanto, el modelo DuPont abarca y cuantifica lo relacionado a la rentabilidad, apalancamiento, e indicadores adicionales que favorezcan la evaluación. Entonces García (2014) menciona que:

El sistema de análisis Du Pont se utiliza para examinar los estados financieros de la empresa y evaluar su condición financiera. Reúne el estado de resultados y el estado de posición financiera en dos medidas de rentabilidad: Rendimiento sobre Activos o por sus siglas en Ingles (ROA: Return on Total Assets) y Retorno sobre el patrimonio (ROE: Return on Common Equity), utilizando el Margen de Apalancamiento Financiero (MAF) respectivamente. Esto nos indica a grosso modo que para concebir adecuadamente la formula, se relaciona primero el margen de utilidad neta, que mide la rentabilidad de las ventas de la empresa, con su rotación de activos totales, que indica la eficiencia con la

que la empresa ha utilizado sus activos para generar ventas, dándonos como resultado el rendimiento sobre los activos totales (ROA). (pp. 92-93)

Figura 15

Modelo Du Pont



Nota. La figura muestra la representación gráfica de la fórmula Du Pont Fuente: Llerena Sevilla (2011).

Mercados digitales

Actualmente los mercados con el desarrollo de la tecnología se han visto en la necesidad de tomar medidas para no perder oportunidades de negocio, actuado de forma rápida y segura en la transmisión de información. Desde el punto de vista de Maya (2020):

El mercado digital permite entender a profundidad a los consumidores actuales, la identificación de sus gustos, preferencias, entre otros. La sociedad y las empresas están emergiendo a una era digital que se ha venido dando desde que se inventó el internet a finales de los años 60 y que, como herramienta facilita funciones y optimiza los procesos. (p. 5)

Las empresas con el pasar de los años se han visto en la necesidad de digitalizarse para poder realizar cada una de sus transacciones con mayor facilidad alrededor de todo el mundo, y de esta manera captar más recursos que aporten al crecimiento de la misma.

Competitividad

Como menciona Morales González y Pech (2000), el término competitividad se ve relacionado en la actualidad con una empresa, un sector económico o incluso un país, incluso con la especialidad o enfoque que lo defina. No es tan fácil encontrar un acuerdo absoluto en cuanto a su definición.

IBIDEM, los autores mencionan en cuanto a la semántica del término, “la palabra competitividad se asocia con el concepto de competencia y la acción de competir. La competencia se ha incrementado en las últimas décadas a diferentes niveles (empresa, sector y país), así el término competitividad ha ido cobrando importancia” (p. 47).

Productividad

Prokopenko (1989) define a la productividad como:

La productividad es la relación entre la producción obtenida por un sistema de producción o servicios y los recursos utilizados para obtenerla. Así pues, la productividad se define como el uso eficiente de recursos trabajo, capital, tierra, materiales, energía, información en la producción de diversos bienes y servicios. Una productividad mayor significa la obtención de más con la misma cantidad de recursos, o el logro de una mayor producción en volumen y calidad con el mismo insumo. La productividad también puede definirse como la relación entre los resultados y el tiempo que lleva conseguirlos. (p. 3)

En general la productividad es fundamental en el desarrollo del negocio, debido a que relaciona el tiempo, con el uso de recursos, con el volumen y la eficiencia para producir, y mientras menor sea el uso de estos elementos se puede considerar que la productividad es mejor.

Beneficios

En este caso se define a los beneficios como beneficios económicos, según la RAE (2001), este termino se define como “ganancia económica que se obtiene de un negocio, inversión u otra actividad mercantil.”. En este sentido, se puede mencionar que resulta de gran interés para una empresa o un ente comercial.

Utilidades

De acuerdo con Treviño et al. (2013) define a la utilidad como:

La utilidad ha sido considerada como éxito y como variable dependiente en diversos estudios empíricos. La utilidad determina una variable esencial en la toma de decisión y por ende en la vida de la organización. El éxito como variable dependiente tiene muchas dimensiones para ser analizado y definitivamente tiene mucho que ver con lo que quiere el empresario ver, sin embargo, las conclusiones de las investigaciones han determinado que las utilidades es el común denominador para estudiar el éxito. (p. 131)

En relación a lo expuesto, es importante mencionar que las utilidades en una empresa, indican de forma estricta la situación en la que se encuentran en el aspecto económico-financiero, influyendo en la estabilidad de la organización, y es un factor fundamental en la toma de decisiones.

Equipamiento tecnológico

El desarrollo competitivo en los mercados virtuales por parte de las empresas, dependerá en gran parte de un buen equipamiento tecnológico. Buenrostro y Hernández (2019), comentan que:

El equipamiento agrupa al equipo necesario, tanto software como hardware general y especializado, para las actividades de las empresas, que forman un elemento que favorece la disminución de la brecha digital. Por otro lado, los conocimientos y habilidades del responsable de la administración son fundamentales para la reducción

de la brecha digital, debido a que es quien se encarga de la toma de decisiones - respecto a la incorporación de las TIC en la empresa. (pp. 107-108)

Dentro del aspecto tecnológico, como un medio de desarrollo y competitividad, se encuentra el equipamiento con el que cuenta la empresa, para enfrentar la posición actual, y desarrollar las actividades de forma más eficiente.

Habilidades digitales

Las habilidades digitales, comprenden el desarrollo del conocimiento en tecnología de la información por parte de los trabajadores en una empresa o en general de cualquier individuo. De acuerdo con DGTI UNAM (2014) “Entendemos por habilidades digitales el conjunto de saberes (saber hacer y saber sobre el hacer) relacionados con el uso de herramientas de comunicación, acceso, procesamiento y producción de la información.” (p. 1)

Infraestructura

Desde la perspectiva empresarial, la infraestructura es importante desde diferentes ámbitos que incluso apuntan a una estrategia de crecimiento. International Recovery Platform (IRP) (s.f.), define lo siguiente:

La infraestructura puede ser definida como las estructuras físicas y organizativas, redes o sistemas necesarios para el buen funcionamiento de una sociedad y su economía.

Los diferentes componentes de la infraestructura de una sociedad pueden existir ya sea el sector público o privado, dependiendo como son poseídos, administrados y regulados (compartido con el sector gubernamental/privado según sea la propiedad y la administración, según ocurre en algunos casos). (p. 2)

Contar con una buena estructura, tanto en el aspecto físico como organizativo, podría generar muchas ventajas en el aspecto administrativo, tecnológico y organizacional.

Conectividad

La conectividad principalmente establece conexiones o vínculos entre dos puntos, y se considera desde la perspectiva física y digital. De acuerdo a lo mencionado por OECD y World Trade Organization (2017):

La conectividad física y la digital están estrechamente entrelazadas y son hoy en día indisociables de la actividad comercial. La conectividad física permite la circulación de las personas, los bienes y los servicios y da acceso a los mercados nacionales, regionales y mundiales. La conectividad digital permite a los particulares y las empresas introducirse de manera más directa en la economía mundial; en su nivel más básico, conecta a los particulares y las empresas mediante redes digitales. Facilita la compra de mercancías y el suministro de servicios en línea. (p. 30)

Si bien es cierto que la conectividad física es importante en una organización, también se debe considerar la conectividad digital que abre varias puertas hacia negocios de carácter internacional, o facilidad de conexión en compras, ventas o transacciones de forma directa.

Base legal

Constitución de la República del Ecuador

La Asamblea Nacional República del Ecuador (2008), en la Constitución de la República del Ecuador, en la sección cuarta del capítulo cuarto sobre la soberanía económica, que contempla el sistema económico y política económica, argumenta que:

Art. 284.- La política económica tendrá los siguientes objetivos:

1. Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional.
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.
3. Asegurar la soberanía alimentaria y energética.

4. Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas.
5. Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural.
6. Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.
7. Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo.
8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.
9. Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable. (pp. 139-140)

Plan de Creación de Oportunidades

La Secretaría Nacional de Planificación (2021), dentro del Plan de Creación de Oportunidades, se contempla en su Objetivo 3: Fomentar la productividad y competitividad en los sectores agrícola, industrial, acuícola y pesquero, bajo el enfoque de la economía circular, se mencionan las siguientes políticas:

2.2. Mejorar la competitividad y productividad agrícola, acuícola, pesquera e industrial, incentivando el acceso a infraestructura adecuada, insumos y uso de tecnología modernas y limpias. (p.54)

Capítulo III

Metodología

Enfoque del proyecto de investigación

Enfoque cuantitativo

De acuerdo con Ortega (2018):

Su proceso de investigación se concentra en las mediciones numéricas. Utiliza la observación del proceso en forma de recolección de datos y los analiza para llegar a responder sus preguntas de investigación. Este enfoque utiliza los análisis estadísticos. Se da a partir de la recolección, la medición de parámetros, la obtención de frecuencias y estadígrafos de población. Plantea un problema de estudio delimitado y concreto. Sus preguntas de investigación versan sobre cuestiones específicas. Una vez planteado el problema de estudio, revisa lo que se ha investigado anteriormente.

Por lo tanto, la investigación se realizará en base a un enfoque cuantitativo debido a que se tomará como datos la información obtenida de los Estados Financieros proporcionados por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, con la finalidad de realizar cálculos estadísticos de indicadores financieros, mediante un simulador del modelo Du Pont. Por lo tanto, mediante esta aplicación se pretenderá comprobar la hipótesis en donde se relaciona la incidencia de la administración presupuestaria en la creación de valor.

Enfoque cualitativo

El enfoque cualitativo básicamente trata de la recolección de información sin una base estadística o numérica, es decir “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Cortez, 2018, p. 1049).

Se considera un enfoque cualitativo para el desarrollo de la investigación, debido a que se va a recolectar la información del portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, fuentes primarias, secundarias, y bajo la aplicación de encuestas a los contadores

de las empresas manufactureras de la Provincia de Cotopaxi, bajo estos resultados se conocerá la relación e incidencia de las variables de estudio en este sector empresarial.

Modalidad de la investigación

Investigación bibliográfica documental

La investigación en base a documentos y bibliografía, es una opción más factible para la investigación, y es de gran utilidad para obtener y extraer información que apoyen a la relación que se pretende dar a la misma. Tancara (1993) argumenta que:

Podemos intentar una nueva definición de la investigación documental, como una serie de métodos y técnicas de búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información contenida en los documentos, en primera instancia, y la presentación sistemática, coherente y suficientemente argumentada de nueva información en un documento científico, en segunda instancia. De este modo, no debe entenderse ni agotarse la investigación documental como la simple búsqueda de documentos relativos a un tema. (p. 94)

La presente investigación se da bajo la perspectiva de una investigación bibliográfica documental, por la razón de que se accederá a estudios relacionados a las variables de estudio, mediante tesis, artículos, libros y otras fuente bibliográfica, además, se recolectará la información de los valores presentados en los estados financieros de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, correspondientes a las 43 empresas que conforman la población de estudio, con el fin de efectuar un análisis y calcular los respectivos indicadores financieros.

Investigación de campo

La investigación de campo generalmente implica el método de la observación para recopilar datos y para obtener resultados de la realidad. De acuerdo con el Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2016):

Se entiende por Investigación de Campo, el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo. Los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad; en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales o primarios. (p. 18)

En esta investigación, se realizará una investigación de campo en las empresas manufactureras específicamente de la Provincia de Cotopaxi, por lo tanto, se recopilará la situación real en aspecto económico y financiero de las mismas, esta información será obtenida de forma directa por parte de los contadores de cada empresa. La modalidad de obtención de información será mediante la aplicación de encuestas, la misma que proporcionará información confiable para el análisis de los resultados.

Tipo de investigación

Investigación descriptiva

El tipo de investigación descriptiva se utiliza con frecuencia en proyecto de investigación, refiriéndose al diseño de investigación, creación de preguntas y análisis de datos que se llevarán a cabo sobre el tema. Como lo afirma Bernal (2010):

La investigación descriptiva, aquella que reseña las características o los rasgos de la situación o del fenómeno objeto de estudio. Es uno de los tipos o procedimientos investigativos más populares y utilizados por los principiantes en la actividad investigativa. La realización de este tipo de investigación se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental. (p. 122)

Resulta favorable para la investigación, ya que, se encarga de puntualizar las características de las variables objeto de estudio de manera individual, ya que implica observar

y describir el comportamiento de la población, además nos permite recolectar los datos e información real de las empresas manufactureras de la Provincia de Cotopaxi.

Investigación correlacional

El tipo de investigación correlacionar resulta de gran utilidad, ya permite evaluar el comportamiento de las variables de investigación y de qué manera se correlacionan. Bernal (2010), afirma que:

La investigación correlacional, que tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables. Examina relaciones entre variables o sus resultados, pero en ningún momento explica causas o consecuencias. Su principal soporte es el uso de herramientas estadísticas. (p. 122)

Es necesario ejecutar este tipo de investigación con el fin de conocer el grado de relación entre la variable independiente (administración presupuestaria) y la dependiente (creación de valor), y de esta forma establecer si las variables objeto de estudio se encuentran estrecha o parciamente relacionadas entre sí, finalmente se comprueba el vínculo que las dos variables tienen y la incidencia de las mismas en las empresas manufactureras de la Provincia de Cotopaxi.

Diseño de investigación

No experimental

El diseño de investigación no experimental limita al investigador a observar los hechos tal y como ocurren en su ambiente natural. Según Hernández et al. (2014):

Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos. (p. 152)

Para la presente investigación se tomará en cuenta un diseño no experimental, lo que se refiere es que las variables de estudio como la información recopilada no será manipulada ni controlada, es decir, se observan los hechos tal y como se ha dado en su contexto propio, la información obtenida sólo servirá como base y respaldo para el análisis de las variables de estudio.

Fuentes y Técnicas de Recopilación de Información y Análisis de Datos

Fuentes de información

Es importante establecer las fuentes de información que se utilizaran para el desarrollo del proyecto, para sustentar el análisis del mismo. “Las fuentes de información son un instrumento para el conocimiento, la búsqueda y el acceso de a la información. Encontraremos diferentes fuentes de información, dependiendo del nivel de búsqueda que hagamos” (Maranto y González, 2015, p. 2). Es por ello que es necesario obtener información en base a fuentes confiables, para que el alcance de esta investigación obtenga los resultados esperados.

Fuentes primarias. Con respecto a las fuentes primarias de información, Maranto y González (2015) afirman que:

Este tipo de fuentes contienen información original es decir son de primera mano, son el resultado de ideas, conceptos, teorías y resultados de investigaciones. Contienen información directa antes de ser interpretada, o evaluado por otra persona. Las principales fuentes de información primaria son los libros, monografías, publicaciones periódicas, documentos oficiales o informe técnicos de instituciones públicas o privadas, tesis, trabajos presentados en conferencias o seminarios, testimonios de expertos, artículos periodísticos, videos documentales, foros. (p. 3)

El uso de fuentes primarias en el trabajo de investigación, se da en base a la información financiera proporcionada en los estados financieros de las empresas, los mismos

que serán obtenidos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, y de igual manera las respuestas extraídas de las encuestas aplicadas.

Fuentes secundarias. Las fuentes de investigación secundarias complementan un trabajo de investigación. “son las que ya han procesado información de una fuente primaria. El proceso de esta información se pudo dar por una interpretación, un análisis, así como la extracción y reorganización de la información de la fuente primaria” (Maranto y González, 2015, p. 3)

Al momento de buscar información adicional, que aporte a este trabajo de investigación se obtendrá información de fuentes secundarias, para poder asegurar los resultados del mismo, entre las principales fuentes que se utilizarán son publicaciones científicas, monografías y libros actualizados.

Técnicas de recopilación de información

Encuesta

La encuesta es una técnica de recopilación de información muy común en los trabajos de investigación. La definición de la encuesta, de acuerdo con Casas et al. (2003) es:

Una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. (p. 528)

La principal técnica de recopilación de información será la aplicación de la encuesta a los contadores de cada empresa, que forman parte de la industria manufacturera en la Provincia de Cotopaxi. La encuesta permitirá levantar información mediante preguntas que contemplen información relacionada a las variables de estudio, que en este caso son la administración presupuestaria y la creación de valor, y aspectos financieros adicionales.

Método Estadístico

Chi cuadrado

La herramienta estadística a aplicarse en este trabajo de investigación es El Chi cuadrado, Hernández de la Rosa et al. (2017), plantean que:

la prueba Chi-cuadrado (χ^2) o Ji-cuadrado fue sugerida por Carl Pearson como una forma de valorar la bondad del ajuste de unos datos a una distribución de probabilidad conocida, y se ha establecido como el procedimiento de elección para el contraste de hipótesis. Esta prueba estadística se emplea en el análisis de dos o más grupos, y de dos o más variables. Desde entonces, se ha convertido en una prueba muy aceptada y aplicable a múltiples usos, cuando se dispone de datos independientes de tipo nominal. (p. 294)

Una vez obtenido los datos es necesario realizar un análisis estadístico, mediante la prueba del Chi-cuadrado, permite analizar las dos variables que se van a utilizar, debido a que este tipo de prueba presenta facilidades para el análisis y obtención de resultados, permitiendo así aceptar o rechazar la hipótesis.

Procesamiento de la información

Para el procesamiento de la información obtenida de las encuestas aplicadas se hará mediante el uso del programa IBM SPSS Statistics, la cual es una herramienta de uso común para el análisis de datos, de fácil acceso y comprensión, que facilita el análisis de los datos. El SPSS es un programa estadístico, que ha actualizado sus versiones contantemente, y es una herramienta con programas y subprogramas enlazados, que permite manejar bases de datos, transformarlos, realizar análisis estadísticos, gráficos, comandos, entre otros (Rivadeneira Pacheco et al., 2020).

De acuerdo a lo mencionado esta herramienta permitirá validar datos para realizar tablas y gráficos exponiendo la información obtenida de las encuestas realizadas en las

empresas manufactureras de la Provincia de Cotopaxi. La tabulación de las encuestas en este sistema posibilitará la generación de un análisis crítico, y conclusiones pertinentes.

Población y muestra

Población. La especificación de la población es indispensable en un proyecto de investigación, que permita cumplir con los objetivos planteados, y sea seleccionada en base a la delimitación del tema central. “La población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra que cumple con una serie de criterios predeterminados.” (Arias et al., 2016, p. 201).

La población considerada como objeto de estudio de este proyecto son las empresas manufactureras de la Provincia de Cotopaxi. Por lo tanto, de acuerdo al portal de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, se tomará como población a 43 empresas manufactureras, pertenecientes a la provincia de Cotopaxi, en donde se consideró aquellas empresas en estado activo, reguladas por la misma entidad.

Muestra. Torres et al. (2006), define que “la muestra es una parte seleccionada de la población que deberá ser representativa, es decir, reflejar adecuadamente las características que deseamos analizar en el conjunto en estudio” (p. 2). Para este trabajo de investigación, se utilizó un muestreo de tipo no probabilístico, específicamente un muestre intencional o de conveniencia. este procedimiento, de acuerdo con Hernández y Carpio (2019):

Se caracteriza por buscar con mucha dedicación el conseguir muestras representativas cualitativamente, mediante la inclusión de grupos aparentemente típicos. Es decir, cumplen con características de interés del investigador, además de seleccionar intencionalmente a los individuos de la población a los que generalmente se tiene fácil acceso o a través de convocatorias abiertas, en el que las personas acuden voluntariamente para participar en el estudio, hasta alcanzar el número necesario para la muestra. (p. 78)

La población total que se utilizó para este estudio, son las 43 empresas manufactureras activas de la Provincia de Cotopaxi, reguladas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, sin embargo, la muestra intencional se determina en base a que no todas las empresas cuentan con la información de los estados financieros debidamente publicados, por lo tanto, la muestra corresponde a 35 empresas manufactureras que cuentan con la información necesaria para el estudio en el periodo 2018-2021.

Tabla 8*Empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi.*

N°	EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE	PROVINCIA	CIU
1	1765	1790140083001	Corporación Ecuatoriana de Aluminio SA CEDAL	COTOPAXI	C
2	2403	0591719262001	Calzacuba Cia. Ltda.	COTOPAXI	C
3	7210	0590028665001	Aglomerados Cotopaxi Sociedad Anónima	COTOPAXI	C
4	7748	0590033286001	Molinos POULTIER SA	COTOPAXI	C
5	8360	0590038601001	NOVACERO S.A.	COTOPAXI	C
6	13178	0590008478001	La Finca Cia. Ltda.	COTOPAXI	C
7	17434	0590045594001	Molinos OROBLANCO Cia. Ltda.	COTOPAXI	C
8	46427	1790971937001	PROVEFRUT S.A.	COTOPAXI	C
9	46999	0590055328001	Fuentes San Felipe S.A. SANLIC	COTOPAXI	C
10	52894	1791293363001	Carnidem Cia. Ltda.	COTOPAXI	C
11	60504	0992668008001	Ecuhouse S.A.	COTOPAXI	C
12	61019	1792268109001	Steelestructuras Cia. Ltda.	COTOPAXI	C
13	62018	0591720856001	SIMEN Soluciones Industriales Mecánico, Eléctrico y Neumático Cia. Ltda.	COTOPAXI	C
14	87599	0590060933001	INDUACERO Industria de Acero del Ecuador Cia. Ltda.	COTOPAXI	C
15	94642	1791880501001	Pasteurizadora El Ranchito Cia. Ltda	COTOPAXI	C
16	96740	1792139228001	Compañía Alimenticia Agua Santa ALIAGUASANTA Cia. Ltda.	COTOPAXI	C
17	102482	0992144009001	Abellito S.A.	COTOPAXI	C
18	138203	1792310105001	Pulpa Moldeada S.A. PULPAMOL	COTOPAXI	C
19	138689	0591722301001	Dlip industrial DLIPINDUSTRIAL S.A.	COTOPAXI	C

N°	EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE	PROVINCIA	CIU
20	143855	0591723588001	Productora y comercializadora de los helados de Salcedo CORPICECREAM S.A.	COTOPAXI	C
21	165160	0591725319001	Industria de licores ecuatorianos LICOREC S.A.	COTOPAXI	C
22	170344	0591726498001	Compañía procesadora de alimentos balanceados Benites PROBALBEN Cia. Ltda.	COTOPAXI	C
23	176669	0591728792001	Construcciones Ulloa Cia. Ltda.	COTOPAXI	C
24	177449	0591728911001	Alimentos saludables Ecuador ECUALIMFOOD S.A.	COTOPAXI	C
25	182981	5,91731E+11	"Monarca" Cia.ltda.	COTOPAXI	C
26	183490	0591730762001	Procesadora de alimentos La Picantina S.A.	COTOPAXI	C
27	700883	0591731076001	Procesadora de neumáticos Cotopaxi PRONEUMACOSA S.A.	COTOPAXI	C
28	701059	0591731157001	Construcciones Ferropaxi S.A.	COTOPAXI	C
29	702815	0190413438001	Hilos y textiles industriales Cotopaxi HITEXINCO Cia. Ltda.	COTOPAXI	C
30	705135	0591733826001	Industria plástica Italo Ecuatoriana INDUPIE S.A.	COTOPAXI	C
31	706798	0591735187001	ABINTRA S.A.	COTOPAXI	C
32	711648	1792751802001	Company by Shigra SHIGRACOM Cia. Ltda.	COTOPAXI	C
33	711900	0591739204001	Fabricación, comercialización de postes de hormigón armado O&M DISPOSTES Cia. Ltda.	COTOPAXI	C
34	714675	0591741268001	Lady Sport LADYSPORTS S.A.	COTOPAXI	C
35	717267	1792859832001	Productora, comercializadora y exportadora helados y lácteos HELAC-DAMVAS Cia. Ltda.	COTOPAXI	C

Nota. La presente tabla indica las empresas manufactureras de la Provincia de Cotopaxi, reguladas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Capítulo IV

Resultados de la investigación

Análisis y Resultados

Análisis histórico de los principales indicadores financieros en el periodo 2018-2021

La investigación ha tomado como referencia para el estudio a las empresas manufactureras de la Provincia de Cotopaxi, que son una parte fundamental en el desarrollo de la provincia y del país, debido a que contribuyen con la generación de empleo, el crecimiento económico, e impulsan el uso de tecnología y la innovación, garantizando la calidad de los productos elaborados, y por ende favorece el crecimiento empresarial y la competitividad a nivel nacional.

La necesidad de estudio de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi, se genera por los eventos que se han atravesado en los últimos años, como es el caso de la pandemia Covid-19 a nivel mundial, que han generado resultados negativos en las actividades empresariales, por lo tanto, se realiza un análisis histórico de la situación financiera durante el periodo 2018-2021. Para efecto del análisis se toman en cuenta los estados financieros tomados del portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, de las 35 empresas de estudio, correspondientes a la sección C de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU), que agrupa a las industrias manufactureras.

Para conocer los distintos escenarios estudio financiero, se toma en consideración las cuentas principales del balance general (activo, pasivo y patrimonio), y del estado de resultados integral (ingresos y gastos), haciendo énfasis en las cuentas que abarcan la administración presupuestaria. Además, se realiza el cálculo de los indicadores financieros de liquidez, rentabilidad, solvencia y diagnóstico financiero, que miden la evolución de los resultados entre el periodo de estudio y se relacionan con la administración presupuestaria, midiendo también la creación de valor.

La eliminación de los datos atípicos encontrados, es decir aquellos que sean muy grandes o muy pequeños, permite que el resultado del análisis sea más coherente, por lo tanto, se utiliza la teoría de valores extremos. Velasco y Hernández (2007), define “la teoría de valores extremos está relacionada con aspectos probabilísticos y estadísticos relacionados con valores muy altos o muy bajos en una sucesión de variables aleatorias” (p.10).

A. Indicadores de Liquidez

A.1. Razón corriente

Tabla 9

Razón corriente

Año	Promedio			
	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande
2018	3,15	3,54	3,72	2,49
2019	2,92	4,18	2,13	2,65
2020	2,92	2,36	1,25	2,17
2021	2,90	2,23	1,41	1,98
\bar{x}	2,97	3,07	2,13	2,32
σ	0,10	0,81	0,98	0,26

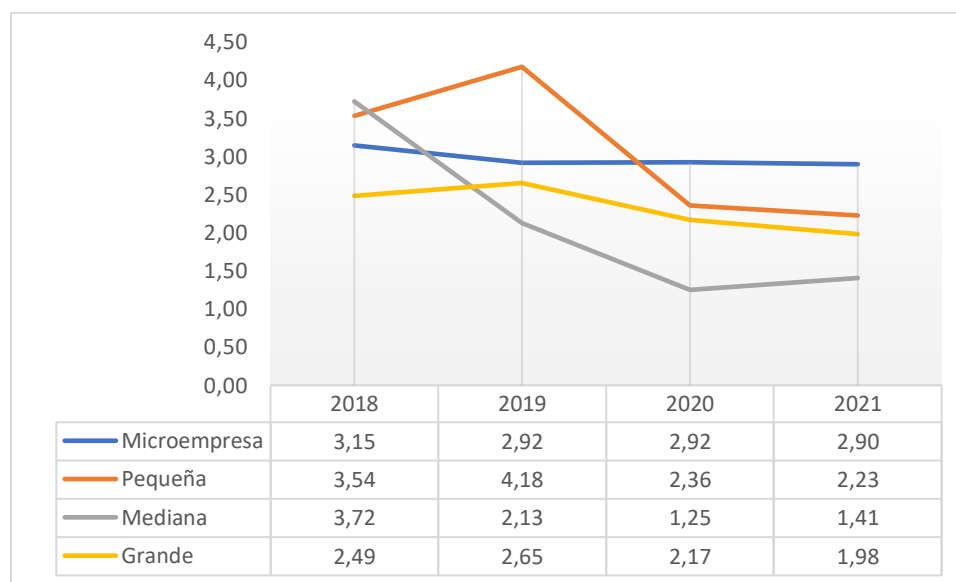
Nota. La tabla indica el promedio del indicador financiero razón corriente de cada año, clasificados de acuerdo al tamaño de las empresas, donde, \bar{x} representa la media, y σ es la desviación estándar de los promedios de las microempresas, pequeñas, medianas y grandes. Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

De acuerdo con la Tabla 9, el coeficiente mayor de la razón corriente en promedio les corresponde a las empresas pequeñas del sector manufacturero, lo que significa que por cada \$1 que las empresas deben a corto plazo, cuentan con \$3,07 para su cancelación, sin embargo, las empresas grandes medianas y microempresas también cuentan con índices favorables, lo que se interpreta como la disponibilidad de efectivo suficiente para pagar sus pasivos corrientes.

Con respecto a la desviación estándar se puede identificar que las empresas pequeñas y grandes tienen una menor dispersión de los datos (0,10 y 0,26 respectivamente) lo que significa que demuestra que su liquidez corriente es mayor a diferencia de las micro y medianas empresas, donde su dispersión de los datos es mayor (0,81 y 0,98 respectivamente).

Figura 16

Razón corriente



Nota. La figura presenta la variación de los promedios del indicador razón corriente. Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

En la Figura 16 se puede observar la variación del indicador de la razón corriente de acuerdo al tamaño de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi, durante el periodo 2018-2021, donde se observa que en el año 2019 las empresas pequeñas y grandes contaron con un punto máximo de \$4,18 y \$2,65 respectivamente, sin embargo es notoria la tendencia decreciente con mayor afectación en el año 2020 para las empresas medianas, en donde se observa un punto mínimo de \$1,25, siendo en consecuencia el coeficiente más bajo de todo el sector manufacturero, sin embargo, es notoria la recuperación durante el año 2021.

En base a la literatura los niveles óptimos de liquidez corrientes son mayor a 1, lo que significa que mientras más altos sean los valores, las empresas cuentan con una mejor liquidez para hacer frente a sus obligaciones.

Finalmente se puede concluir que las empresas del sector manufacturero que durante el año 2018 y 2019 contaban con altos índices de liquidez, en el año 2020 se vieron afectadas en gran proporción por la caída del indicador a causa del impacto ocasionado por la pandemia por Covid-19, donde, la paralización de actividades de producción y venta, provocaron una disminución significativa de los ingresos, provocando la necesidad de implementar estrategias administrativas que favorezcan la supervivencia y crecimiento en el mercado.

Es importante recalcar que en promedio en el periodo de los 4 años de estudio todas las empresas del sector manufacturero de la provincia de Cotopaxi, contaron con una liquidez favorable dentro del rango óptimo que aportó el cumplimiento de las obligaciones contraídas a corto plazo, y que actualmente se encuentran en un proceso de recuperación, por su facilidad de convertir los activos en dinero.

A.2. Prueba Ácida

Tabla 10

Prueba ácida

Año	Promedio			
	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande
2018	2,80	1,71	1,84	1,72
2019	2,72	1,99	1,54	1,96
2020	2,72	1,27	0,71	1,62
2021	2,61	1,25	0,78	1,35
\bar{x}	2,71	1,55	1,22	1,66
σ	0,07	0,31	0,49	0,22

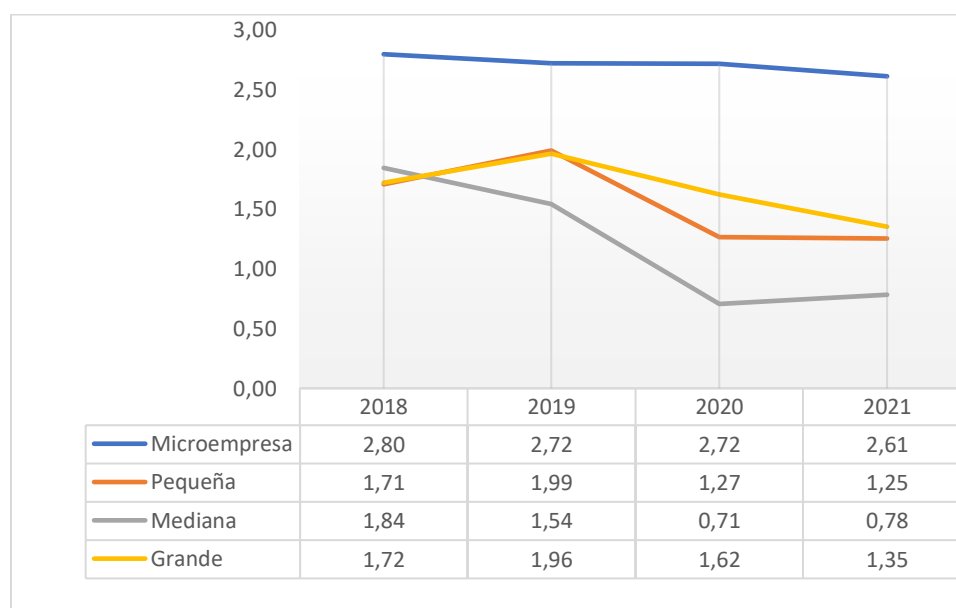
Nota. La tabla indica el promedio del indicador financiero prueba ácida de cada año, clasificados de acuerdo al tamaño de las empresas, donde, \bar{x} representa la media, y σ es la desviación estándar de los promedios de las microempresas, pequeñas, medianas y grandes. Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

En la Tabla 10 se observa que el coeficiente mayor de la prueba ácida en promedio engloba a las microempresas del sector manufacturero, lo que significa que por cada \$1 que las empresas deben a corto plazo, cuentan con \$2,71 para su cancelación, adicionalmente, las empresas grandes medianas y pequeñas también cuentan con valores favorables, lo que se interpreta como la capacidad de pago de los pasivos corrientes, sin acudir a la venta de sus inventarios.

Con respecto a la desviación estándar de 0,07 en relación a las microempresas tienen una menor dispersión de los datos lo que significa que demuestra que cuentan con mayor disponibilidad de efectivo, a diferencia de las pequeñas, medianas y grandes empresas, donde su dispersión de los datos es mayor (0,31; 0,49 y 0,22 respectivamente).

Figura 17

Prueba ácida



Nota. La figura presenta la variación de los promedios del indicador prueba ácida. Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

La Figura 17 indica la variación del indicador de prueba ácida de acuerdo al tamaño de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi, durante el periodo 2018-2021, donde se observa que en el año 2019 las empresas pequeñas y grandes contaron con un punto máximo de \$1,99 y \$1,96 respectivamente, sin embargo es notoria la tendencia decreciente con mayor afectación en el año 2020 para las empresas medianas, en donde se observa un punto mínimo de \$0,71, siendo en consecuencia el coeficiente más bajo de todo el sector manufacturero, sin embargo, durante el año 2021 se observa una recuperación mínima en el coeficiente.

En base a la literatura los niveles óptimos de liquidez corrientes son valores cercanos o mayores a 1, lo que significa que mientras más altos sean los valores, las empresas cuentan con la capacidad necesaria para cancelar sus obligaciones, sin la necesidad de recurrir a la venta de inventarios.

En conclusión, las empresas del sector manufacturero que durante el año 2018 y 2019 cuentan con la capacidad suficiente para cubrir las obligaciones descontando sus inventarios. Se puede interpretar que los altos y constantes coeficientes resultantes de las microempresas en los 4 años de estudio se deben a que manejan en sus actividades cantidades mínimas de inventario por la naturaleza de su tamaño, por lo tanto, en periodo de pandemia Covid-19 estas empresas garantizaban el pago oportuno de sus deudas en base a la liquidez proporcionada por los demás activos corrientes diferentes a los inventarios.

Desde la perspectiva de las grandes empresas sucede lo contrario, puesto que el su desarrollo se basa en generar rentabilidad económica en base a la producción y la venta de sus productos, por consiguiente, sus niveles de inventario son más elevados, y dependen de ellos para el cumplimiento de sus obligaciones, recalcando que como resultado en los años 2020-2021 sus índices fueron menores a 1, y sus fondos de dinero dificultaron, pero no imposibilitaron el pago de sus deudas.

B. Indicadores de Rentabilidad

B.1. ROA (Rentabilidad de activos)

Tabla 11

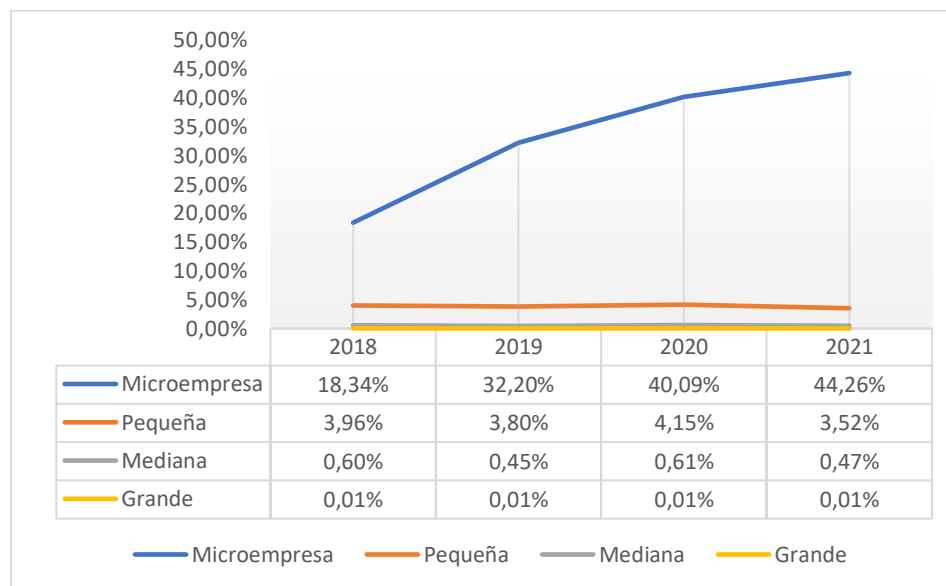
ROA (Rentabilidad de activos)

Año	Promedio			
	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande
2018	18,34%	3,96%	0,60%	0,01%
2019	32,20%	3,80%	0,45%	0,01%
2020	40,09%	4,15%	0,61%	0,01%
2021	44,26%	3,52%	0,47%	0,01%
\bar{x}	33,72%	3,86%	0,53%	0,01%
σ	9,88%	0,23%	0,07%	0,00%

Nota. La tabla indica el promedio del indicador financiero ROA (Rentabilidad de activos) de cada año, clasificados de acuerdo al tamaño de las empresas, donde, \bar{x} representa la media, y σ es la desviación estándar de los promedios de las microempresas, pequeñas, medianas y grandes. Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

Figura 18

ROA (Rentabilidad de activos)



Nota. La figura presenta la variación de los promedios del indicador ROA (Rentabilidad de activos). Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

La Figura 18 indica la variación del indicador de ROA (Rentabilidad de activos) de acuerdo al tamaño de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi, durante el periodo 2018-2021, donde se aprecia claramente la tendencia de crecimiento para crear ganancia sobre los activos totales de las microempresas que parte de 18,34% en el 2018 y que ha llegado a un 44,26% en el 2021, luego tenemos a las pequeñas empresas que mantienen un nivel de rentabilidad razonable, durante el 2018 se obtuvo 3,96% de rentabilidad sobre los activos pero en 2019 se aprecia un decrecimiento de 0,16% llegando a un 3,80%, se puede mencionar que a pesar de los acontecimiento inesperados ocurridos en 2020 las pequeñas empresas tienen su punto más alto en este año con 4,15% por lo cual se puede mencionar que, estas empresas como estrategia de crecimiento se adaptaron a la era de la digitalización e invirtieron en activos intangibles y de esta manera obtuvieron rentabilidad. En el caso de las medianas y grandes empresas cuentan un porcentaje bajo de rentabilidad sobre sus activos siendo el punto más alto de 0,60% y 0,01% respectivamente.

Con respecto a la Tabla 11 la desviación estándar de 0,001 en relación a las grandes empresas tiene una menor dispersión de los datos lo que significa que cuentan con mayor capacidad para generar rentabilidad sobre los activos, a pesar de que sus resultados sean bajos, a diferencia de las microempresas, pequeñas y medianas empresas, donde su dispersión de los datos es mayor (9,88; 0,23 y 0,07 respectivamente).

En conclusión, durante el periodo de estudio estas empresas demostraron capacidad para utilizar los activos y generar ganancias. El indicador muestra que la rentabilidad durante los años de análisis de empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi es relativamente estable. Por tanto, se considera que las empresas han estado tomando acciones que les ha permitido reducir costos y maximizar los beneficios netos.

B.2. ROE (Rentabilidad sobre el patrimonio)

Tabla 12

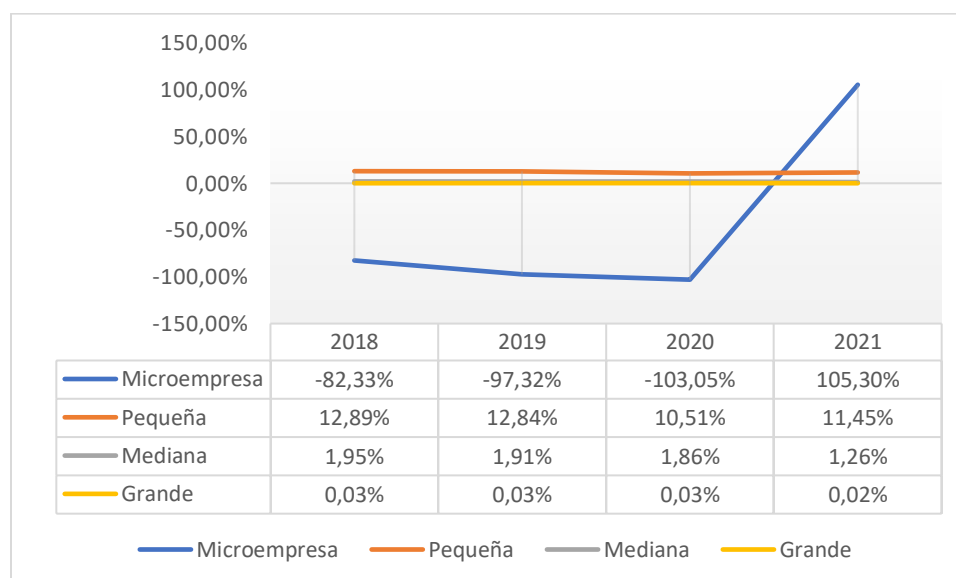
ROE (Rentabilidad sobre el patrimonio)

Año	Promedio			
	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande
2018	-82,33%	12,89%	1,95%	0,03%
2019	-97,32%	12,84%	1,91%	0,03%
2020	-103,05%	10,51%	1,86%	0,03%
2021	105,30%	11,45%	1,26%	0,02%
\bar{x}	-44,35%	11,92%	1,74%	0,03%
σ	86,73%	1,00%	0,28%	0,00%

Nota. La tabla indica el promedio del indicador financiero ROE (Rentabilidad sobre el patrimonio) de cada año, clasificados de acuerdo al tamaño de las empresas, donde, \bar{x} representa la media, y σ es la desviación estándar de los promedios de las microempresas, pequeñas, medianas y grandes. Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

Figura 19

ROE (Rentabilidad sobre el patrimonio)



Nota. La figura presenta la variación de los promedios del indicador ROE (Rentabilidad sobre el patrimonio). Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

La Figura 19 indica la variación del indicador de ROE (Rentabilidad sobre el patrimonio) de acuerdo al tamaño de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi, durante el periodo 2018-2021, se puede apreciar que las pequeñas, medianas y grandes empresas mantienen un porcentaje positivo en las inversiones del patrimonio durante el periodo de estudio, el punto más alto en donde estas empresas reciben mayor rentabilidad sobre el patrimonio está en el año 2018 con 12,89%; 1,95% y 0,03% respectivamente, se puede mencionar que mientras más alto sea el indicador mayor será el rendimiento sobre el patrimonio. Por otro lado las microempresas durante los años 2018 a 2020 de acuerdo a la gráfica su rentabilidad sobre el patrimonio en negativa lo que significa que la inversión en el patrimonio es nula, pero para el año 2021 se ve un considerable crecimiento que llega a más del 100% en inversión en el patrimonio, se puede mencionar que la cultura empresarial en este tipo de empresas es familiar por lo que las mismas no han visto necesario el invertir en su patrimonio, pero luego de los eventos inesperados por el Covid – 19 se han visto obligadas a invertir en su patrimonio y de esta manera apuntalar a un crecimiento en el mercado.

En la Tabla 12 se identifica que la desviación estándar de 0,002% en relación a las grandes empresas tienen una menor dispersión de los datos lo que demuestra que cuentan con mayor capacidad para generar rentabilidad a partir de la inversión realizada con los recursos propios, a diferencia de las microempresas, pequeñas y medianas empresas, donde su dispersión de los datos es mayor (86,73; 1,00 y 0,28 respectivamente).

En conclusión, se puede mencionar que las empresas manufactureras presentan niveles óptimos de rendimiento con respecto al patrimonio, a excepción de las microempresas que ha mantenido un ROE negativo en el periodo 2018 – 2020 lo que significa que el coste de la deuda era superior a su rentabilidad, pero con la presencia de escenarios inesperados se espera que estas empresas tomen medidas para poder conseguir un nivel más alto en la rentabilidad sobre su patrimonio.

B.3. ROI (Rentabilidad sobre la inversión)

Tabla 13

ROI (Rentabilidad sobre la inversión)

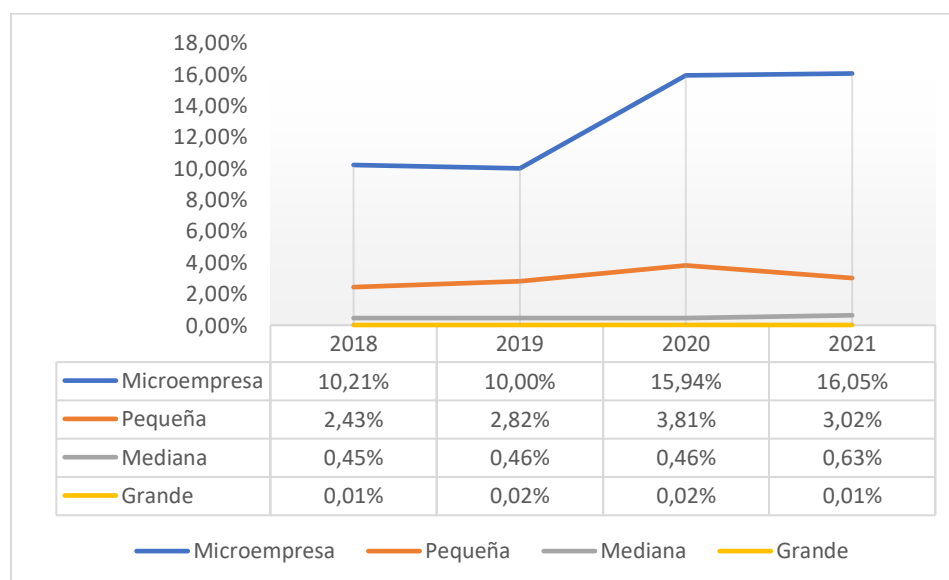
Año	Promedio			
	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande
2018	10,21%	2,43%	0,45%	0,01%
2019	10,00%	2,82%	0,46%	0,02%
2020	15,94%	3,81%	0,46%	0,02%
2021	16,05%	3,02%	0,63%	0,01%
\bar{x}	13,05%	3,02%	0,50%	0,01%
σ	2,95%	0,50%	0,07%	0,00%

Nota. La tabla indica el promedio del indicador financiero ROI (Rentabilidad sobre la inversión)

de cada año, clasificados de acuerdo al tamaño de las empresas, donde, \bar{x} representa la media, y σ es la desviación estándar de los promedios de las microempresas, pequeñas, medianas y grandes. Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

Figura 20

ROI (Rentabilidad sobre la inversión)



Nota. La figura presenta la variación de los promedios del indicador ROI (Rentabilidad sobre la inversión). Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

La Figura 20 indica la variación del indicador de ROI (Rentabilidad sobre la inversión) de acuerdo al tamaño de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi, durante el periodo 2018-2021, se observa que las empresas manufactureras mantienen un nivel de rentabilidad sobre la inversión positivos, pero las empresas protagonistas en este indicador son las microempresas ya que su rentabilidad oscila de 10,21% a 16,05%, lo que significa que por cada dólar invertido han tenido una ganancia de 10,21 centavos a 16,05 centavos, dejando en segundo lugar a las pequeñas empresas en donde muestran que durante 2020 han tenido un mayor nivel de rentabilidad el cual asciende a 3,81% con una ganancia de 3,81 centavos por cada dólar invertido.

Las medianas y grandes empresas han tenido un nivel constante de ganancia en sus inversiones el cual en su punto más alto ha llegado a alcanzar 0,63% y 0,02%, siendo así que han obtenido una ganancia de 0,63 centavos y 0,02 centavos, respectivamente.

En la Tabla 13 la desviación estándar de 0,002 en relación a las grandes empresas tiene una menor dispersión de los datos lo que demuestra que cuentan con mayor capacidad para generar rentabilidad a partir sus inversiones, a diferencia de las microempresas, pequeñas y medianas empresas, donde su dispersión de los datos es mayor (2,95; 0,50 y 0,07 respectivamente).

En conclusión, se puede señalar que el índice de rentabilidad sobre las inversiones durante los años 2018 – 2021 determinó que estas empresas mantuvieron utilidades, por ende, se evidencia que existe una buena administración de los recursos y una correcta toma de decisiones de inversión, pese a las dificultades que se presentaron (Covid -19).

B.4. Margen Bruto

Tabla 14

Margen bruto

Año	Promedio			
	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande
2018	0,36	0,43	0,26	0,24
2019	0,13	0,39	0,24	0,25
2020	0,28	0,35	0,14	0,29
2021	0,26	0,54	-0,41	0,31
\bar{x}	0,26	0,42	0,06	0,27
σ	0,08	0,07	0,27	0,03

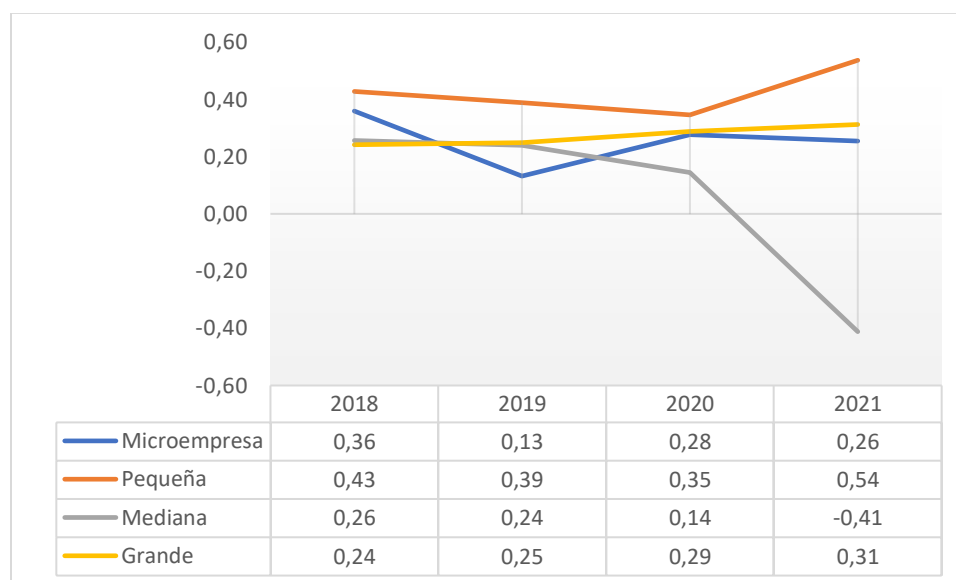
Nota. La tabla indica el promedio del indicador financiero margen bruto de cada año, clasificados de acuerdo al tamaño de las empresas, donde, \bar{x} representa la media, y σ es la desviación estándar de los promedios de las microempresas, pequeñas, medianas y grandes. Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

En la Tabla 14 se observa que el margen bruto mayor del en promedio es de 42% perteneciente a las pequeñas empresas del sector manufacturero, seguido del 27% correspondiente al grupo de las grandes empresas, y con un valor cercano del 26% se encuentran las medianas empresas manufactureras, lo que significa que se encuentran en la capacidad de cubrir los costos de producción y gastos operacionales con las ventas efectuadas, por lo tanto, la utilidad también es favorable. El promedio del margen bruto de las empresas medianas es de 6%, que es significativamente menor en relación a los demás grupos, sin embargo, este porcentaje se ve reflejado debido a que en el año 2021 se identifica que existe -41% de margen bruto, por consiguiente, se interpreta que en este año los costos de producción fueron mayores al total de las ventas realizadas.

En lo referente a la desviación estándar se puede identificar que las micro, pequeñas y grandes empresas tienen una menor dispersión de los datos (0,08; 0,07 y 0,03 respectivamente) demostrando la administración adecuada de los recursos, a diferencia de las medianas empresas, donde su dispersión de los datos es de 0,27.

Figura 21

Margen bruto



Nota. La figura presenta la variación de los promedios del indicador margen bruto. Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

La Figura 21 indica la variación del índice de margen bruto de acuerdo al tamaño de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi durante el periodo 2018-2021, el mismo que representa la rentabilidad en base a las ventas realizadas, generando la capacidad de cubrir los costos de ventas, y por ende los gastos operaciones, incrementando la utilidad.

En definitiva, se atribuye a las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi, la capacidad de generar utilidades brutas optimas y favorables, destacando la administración y gestión de los recursos de forma pertinente para optimizar las actividades, y elevar las ventas progresivamente.

En un escenario de pandemia, las medianas empresas se han visto afectadas en la generación de utilidades, puesto que, en sus estados se reflejan perdidas del ejercicio, y un coeficiente decreciente a partir del año 2018 llegando a un porcentaje negativo en 2021, ocasionado por la producción excesiva y la baja demanda de clientes que reducen las ventas,

lo que provoca la necesidad de crear estrategias de administración presupuestaria y de planificación que potencie su competitividad incrementando las ventas, y minimizando los costos de ventas, para que los márgenes de ganancia bruta sean significativos.

B.5. Margen Neto

Tabla 15

Margen neto

Año	Promedio			
	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande
2018	0,20	-0,01	0,01	0,02
2019	0,25	0,01	0,00	-3,03
2020	0,44	0,04	-0,07	-3,25
2021	0,55	0,10	-0,81	0,05
\bar{x}	0,36	0,04	-0,22	-1,55
σ	0,14	0,04	0,35	1,59

Nota. La tabla indica el promedio del indicador financiero margen neto de cada año, clasificados de acuerdo al tamaño de las empresas, donde, \bar{x} representa la media, y σ es la desviación estándar de los promedios de las microempresas, pequeñas, medianas y grandes. Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

En la Tabla 15 se distingue que el margen neto promedio con mayor porcentaje pertenece a las microempresas del sector manufacturero, lo que significa que por cada \$1 vendido la utilidad obtenida es de 36%, que es un porcentaje relevante en comparación con los demás grupos de empresas manufactureras.

El promedio del margen bruto de las empresas pequeñas es de 4%, que, a pesar de ser relativamente menor, aún cuentan con la capacidad de administrar y cubrir los costos y gastos en relación a las ventas efectuadas, y sus utilidades netas no se ven afectadas al final del periodo.

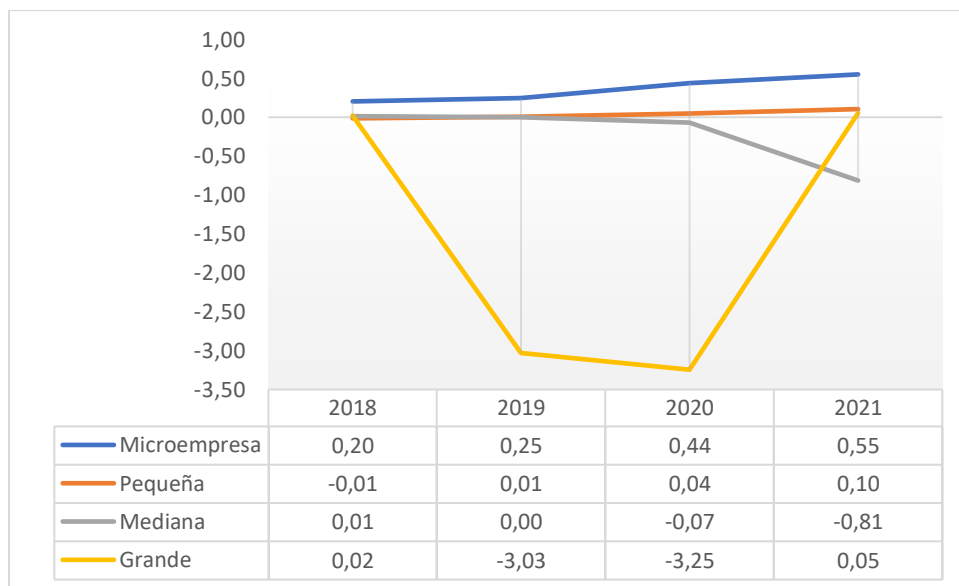
Bajo este contexto, los coeficientes negativos en promedio de las empresas medianas y grandes (-22% y -52% respectivamente), son preocupantes, lo que refleja una situación

descontrolada en la capacidad de generar ganancias, y de reducir los costos y gastos que forman parte de la actividad empresarial.

En lo referente a la desviación estándar se puede identificar que los datos de las micro y pequeñas empresas manufactureras (0,14 y 0,04 respectivamente), se encuentran más agrupados comprobando la adecuada administración de recursos, lo contrario sucede con las medianas y grandes empresas (0,35 y 1,59 respectivamente) donde, sus datos se encuentran mayormente dispersos.

Figura 22

Margen neto



Nota. La figura presenta la variación de los promedios del indicador margen neto. Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

En la Figura 22 se identifica la variación del margen neto de acuerdo al tamaño de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi, lo que representa la capacidad de la empresa de generar utilidades en base a los ingresos por concepto de ventas.

Es importante recalcar que este indicador sirve para medir la rentabilidad de una empresa y se toma en cuenta la utilidad final del estado de resultados una vez descontados los costos, gastos operacionales y no operacionales, los intereses e impuestos.

En resumen, el margen neto de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi, presentan bastante variación en la capacidad de generar ganancias en base a las ventas, desde la perspectiva de las micro y pequeñas empresas los resultados son favorables, y muestran una imagen clara de que la organización genera los ingresos suficientes para cubrir los costos y gastos propios de sus actividades.

En el caso de las empresas medianas en el periodo 2019-2020 y grandes empresas en el año 2021, las circunstancias son desfavorables, puesto que sus índices son negativos en gran porcentaje, como consecuencia de las pérdidas en el ejercicio y por otra parte de una gestión inadecuada de los gastos que sean considerados como no deducibles en su mayoría, lo que implica que el impuesto a la renta sea elevado, sumado con la participación de los trabajadores.

Complementariamente en el escenario de crisis pandémica, que para las empresas con mayor volumen de producción las ventas se vieron estancadas, desarrollándose la necesidad de recuperarse en años posteriores en base a la innovación que impulse el crecimiento de las ventas, la adecuada administración de recursos para la reducción de costos y gastos, y sobre todo tomar en consideración la creación de valor de la empresa, en relación a la satisfacción de los clientes, competitividad y éxito.

Indicadores de Solvencia

C.1. Endeudamiento del Activo

Tabla 16

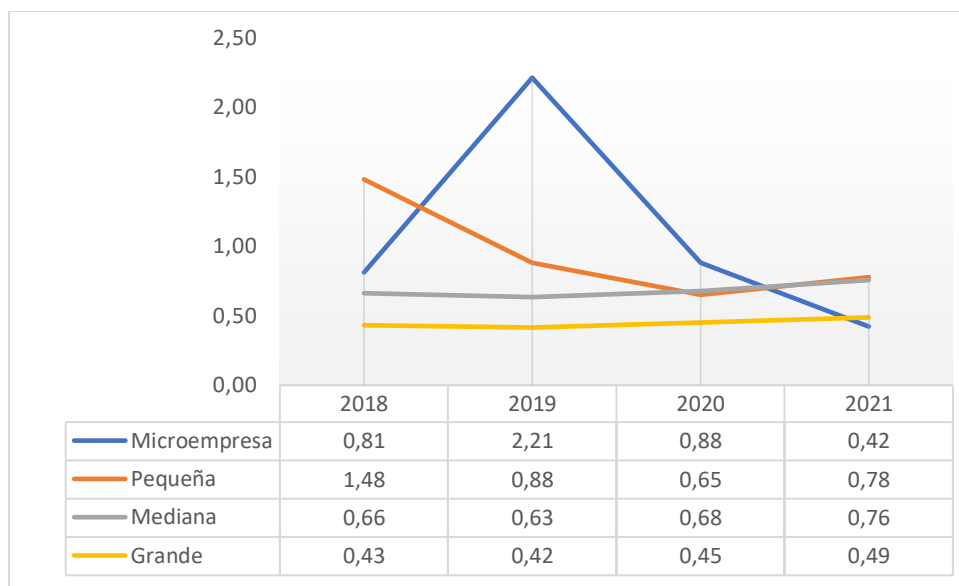
Endeudamiento del activo

Año	Promedio			
	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande
2018	0,81	1,48	0,66	0,43
2019	2,21	0,88	0,63	0,42
2020	0,88	0,65	0,68	0,45
2021	0,42	0,78	0,76	0,49
\bar{x}	1,08	0,95	0,68	0,45
σ	0,68	0,32	0,05	0,03

Nota. La tabla indica el promedio del indicador financiero endeudamiento del activo de cada año, clasificados de acuerdo al tamaño de las empresas, donde, \bar{x} representa la media, y σ es la desviación estándar de los promedios de las microempresas, pequeñas, medianas y grandes. Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

En la Tabla 16 expone que el porcentaje menor de endeudamiento del activo en promedio concierne a las grandes empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi es un 45% y se encuentra dentro del rango óptimo. Las empresas medianas con un 68% a pesar de sobrepasar el nivel óptimo, no se encuentran alejadas de la realidad, por lo tanto, se interpreta que la solvencia y solidez de las empresas no se ve afectadas y no se arriesga su estructura financiera.

Por consiguiente, en la desviación estándar se puede identificar que los datos de las medianas y grandes empresas manufactureras (0,05 y 0,03 respectivamente), se encuentran más agrupados, a diferencia de las micro y pequeñas empresas (0,68 y 0,32 respectivamente) donde, sus datos se encuentran mayormente dispersos.

Figura 23*Endeudamiento del activo*

Nota. La figura presenta la variación de los promedios del indicador endeudamiento del activo.

Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

La Figura 23 indica la variación del indicador del endeudamiento del activo de acuerdo al tamaño de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi, durante el periodo 2018-2021, donde se observa que en el año 2019 las microempresas llegan a un punto máximo de 221% y las empresas pequeñas llegan a 148% en el año 2018, que al ser un índice elevado se interpreta que estas empresas tienen gran dependencia de sus acreedores, sin embargo, se identifica una tendencia decreciente en los años 2020 y 2021. Esta ratio financiera determina el nivel de autonomía financiera de las organizaciones, y la participación que tienen los acreedores en los activos de la empresa, si los índices son muy altos la situación financiera es arriesgada y su solvencia puede estar en riesgo. Los rangos óptimos del indicador se encuentran en el rango de 0,40 a 0,60.

El principal problema de las micro y pequeñas empresas es que, al encontrarse en un proceso de crecimiento, y al contar con una estructura financiera débil, la dependencia de los

acreedores llega a superar su capacidad de endeudamiento, lo que significa que existe una gran cantidad de deudas más que de activos, y ponen en riesgo la estabilidad del negocio. En el caso de las medianas y grandes empresas, cuentan con una mayor cantidad de activos, y el nivel de endeudamiento es mucho menor, por lo tanto, la autonomía financiera, la administración y la gestión de recursos propios y ajenos, son adecuados en el desarrollo de sus actividades productivas. Los niveles de solvencia y solidez a nivel externo representan una creación de valor importante en vista de inversionistas e incluso generan confiabilidad en los clientes y competencias en el mercado.

C.2. Apalancamiento Financiero

Tabla 17

Apalancamiento financiero

Año	Promedio			
	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande
2018	3,22	19,33	6,44	1,96
2019	2,42	19,47	0,81	1,85
2020	4,14	30,73	-13,01	1,82
2021	3,30	19,52	3,66	2,06
\bar{x}	3,27	22,26	-0,52	1,92
σ	0,61	4,89	7,47	0,09

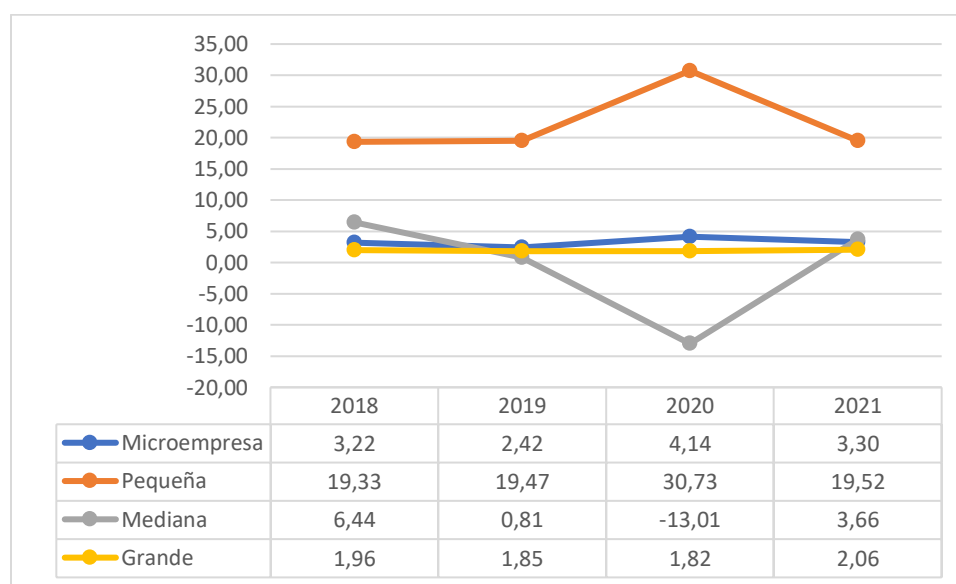
Nota. La tabla indica el promedio del indicador financiero apalancamiento financiero de cada año, clasificados de acuerdo al tamaño de las empresas, donde, \bar{x} representa la media, y σ es la desviación estándar de los promedios de las microempresas, pequeñas, medianas y grandes. Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

La Tabla 17 refleja que el promedio de \$3,22 de las microempresas, \$22,26 de las pequeñas y \$1,92 de las grandes empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi, se analizan como índices representativos que determinan la contribución de los fondos ajenos a la rentabilidad de los fondos propios. Lo contrario sucede con las empresas medianas, debido a que el coeficiente es \$-0,52, y al no endeudarse, la rentabilidad de los recursos propios es inferior.

Por consiguiente, en la desviación estándar se puede identificar que los datos de las micro y grandes empresas manufactureras (0,61 y 0,09 respectivamente) se encuentran más agrupados, a diferencia de las pequeñas y medianas empresas (4,89 y 7,47 respectivamente) donde, sus datos se encuentran mayormente dispersos.

Figura 24

Apalancamiento financiero



Nota. La figura presenta la variación de los promedios del indicador apalancamiento financiero. Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

La Figura 24 detalla la variación del indicador de apalancamiento financiero de acuerdo al tamaño de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi, durante el periodo 2018-2021, donde se observa que en el año 2020 las pequeñas empresas llegan a un punto máximo de \$30,73. El apalancamiento financiero es un indicador que define el equilibrio existente entre los recursos propios y ajenos de las industrias, y la capacidad de adquirir deudas con el fin de destinarlas a una inversión, a su vez determina la rentabilidad generada a partir del endeudamiento con terceros, sus ventajas y desventajas, y para su cálculo se toman en cuenta las utilidades antes de intereses e impuestos.

Las micro y grandes empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi tienen una tendencia del coeficiente de apalancamiento financiero con valores similares durante el periodo 2018-2021, las pequeñas empresas a pesar de tener un pico elevado durante el año 2019, también usan la deuda como una ayuda para invertir, dando importancia al crecimiento económico en base a sus recursos propios y ajenos. Los componentes de este indicador permiten que las empresas evalúen la deuda adquirida con terceros que incremente la capacidad de invertir en nuevos proyectos, y de esta forma impulsar significativamente la rentabilidad a futuro, sin necesidad de recurrir al uso de los recursos propios.

El apalancamiento financiero para el crecimiento empresarial está relacionado con la administración presupuestaria, debido a que se presupuestan las ventas crecientes, y se destinan los recursos para proyectos de inversión a futuro que induzcan al cumplimiento de metas de desarrollo.

En un enfoque de pandemia Covid-19, la necesidad de inversión en activos intangibles como la capacitación al capital humano, la adquisición de licencias, los activos de explotación y exploración, la inversión en equipamiento tecnológico, entre otros, ha sido evidente, por lo tanto, para las industrias esta condición favorece al incremento de la producción y la eficiencia de las operaciones, y contribuye a la creación de valor al incursionarse en los mercados digitales y acelerar el desarrollo empresarial a nivel interno y externo.

C. Indicadores de creación de valor

D.1. Valor Económico Agregado (EVA)

El EVA es una medida de creación de valor que permite maximizar de riqueza de una empresa. El método empleado para el cálculo del EVA es el residual, a continuación, se presenta la fórmula para el cálculo:

$$EVA = (ROIC - WACC) * CI$$

Donde,

ROIC = Rendimiento del capital invertido

WACC = Costo de capital promedio ponderado

CI = Capital Invertido

El Rendimiento del capital invertido o ROIC es un indicador que permite medir la rentabilidad que obtiene cada dólar que la empresa ha invertido, por lo tanto, para llevar a cabo el cálculo del ROIC se toma en cuenta la siguiente fórmula:

$$ROIC = \frac{NOPAT}{CI}$$

Donde,

NOPAT = Beneficio neto después de impuestos

El Beneficio neto después de impuestos o NOPAT, en breves palabras es el beneficio total generado por una operación para todos los inversores de una empresa, por lo que la fórmula para calcularlo es la siguiente:

$$NOPAT = Utilidad Operativa * (1 - Tc)$$

Donde,

Tc = Tasa impositiva del impuesto sobre la renta

El Capital invertido o CI, no se trata nada más que del dinero que una empresa destina para realizar determinadas operaciones, se calcula con la siguiente fórmula:

$$CI = Capital de Trabajo + Activo Fijo Neto$$

El Costo de capital promedio ponderado o WACC permite determinar la rentabilidad para tomar decisiones sobre el proceso de valoración de una empresa, se toma en cuenta la siguiente fórmula:

$$WACC = Ke(\%E) + Kd(\%D) * (1 - Tc)$$

Donde,

Ke = Coste medio ponderado del capital (CAPM)

%E = Porcentaje de Recursos propios (Total Patrimonio/Total Activo)

Kd = Tasa Pasiva

%D = Porcentaje de Recursos Prestados (Total Pasivo/Total Activo)

Para calcular el Coste medio ponderado del capital o CAPM, se utiliza la siguiente formula:

$$CAPM = Rf + \beta(Rm - Rf)$$

Donde,

Rf = Tasa libre de riesgo

β = Coeficiente Beta desapalancado

(Rm - Rf) = Prima de riesgo del mercado

Para determinar las variables del costo medio ponderado de capital (CAPM) se tomaron valores de la página web de Damodaran, en la Tabla 18 se detallan los valores correspondientes a los años de estudio necesarios para el cálculo.

Tabla 18

Variables para el cálculo del CAPM

Año	Tasa libre de riesgo (Rf)	Coeficiente Beta desapalancado (β)	Prima de riesgo del mercado (Rm - Rf)
2018	2,60%	1,14	12,58%
2019	1,92%	1,20	14,99%
2020	0,93%	1,16	11,62%
2021	3,00%	1,07	14,40%

Nota. Datos obtenidos de Damodaran (2022).

Tabla 19

Resultados del cálculo del valor agregado (EVA)

Año	Empresas con EVA positivo	Empresas con EVA negativo	Total empresas
2018	24	11	35
%	69	31	100
2019	10	25	35
%	29	71	100
2020	15	20	35
%	43	57	100
2021	18	17	35
%	51	49	100

Nota. La tabla indica el número de empresas que obtuvieron un indicador financiero Valor Económico Agregado (EVA) positivo y negativo de cada año. Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022a).

La Tabla 19 muestra los resultado globales del EVA de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi durante el periodo 2018-2021, en donde se muestra que la creación de valor empresarial es de carácter importante, se aprecia en el año 2018, 24 de las 35 empresas crearon valor, lo que significa que han generado rentabilidad, en cambio para los años 2019 y 2020 existe un mayor número de empresa con EVA negativo lo que significa que no han crean valor, 25 empresas y 20 empresas, que representan el 71% y 57% respectivamente. Esto se debe a que en estos años se presentó riesgo inesperado como fue la pandemia del Covid – 19, por lo que la rentabilidad las empresas no alcanzo a cubrir el costo de capital.

A pesar de esto para el año 2021 se ve un escenario positivo mínimo donde 18 empresas que representan el 51% crean valor en el sector manufacturero lo cual indica que existe una administración positiva sobre todo del presupuesto, se toman buenas decisiones al momento de crear estrategias para gestionar el uso de sus recursos.

Análisis de la encuesta aplicada

Para determinar la incidencia que tiene la administración presupuestaria en la creación de valor de las empresas manufactureras de la Provincia de Cotopaxi, se aplicó el instrumento de investigación (encuesta), debidamente validado por los docentes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L. Es importante aclarar que la aplicación de las encuestas a las 35 empresas de estudio para la recolección de información, fue realizada por vía electrónica, telefónica y presencial

La recopilación de información se realizó a través de un formulario de Google Formularios, con el fin de facilitar el análisis de la información, gestionadas de la siguiente forma: 27 encuestas mediante vías electrónicas (correo) y llamadas, y las 8 encuestas restantes fueron realizadas en forma presencial.

El procesamiento de la información se realizó en el programa SPSS, que facilita la tabulación de los resultados obtenidos, proporcionando tablas de frecuencia y gráficas que apoyan el análisis e interpretación de resultados.

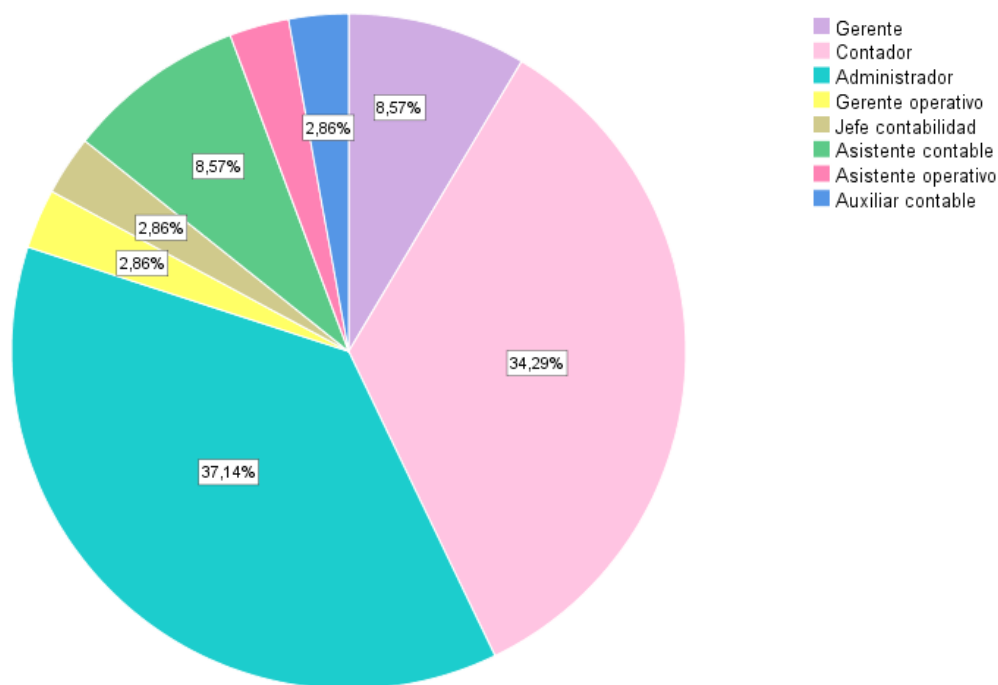
Datos informativos

Enunciado 1: Seleccione el cargo que desempeña actualmente en la empresa

Tabla 20

Cargo que desempeña

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Gerente	3	8,6	8,6	8,6
Contador	12	34,3	34,3	42,9
Administrador	13	37,1	37,1	80,0
Gerente operativo	1	2,9	2,9	82,9
Jefe contabilidad	1	2,9	2,9	85,7
Asistente contable	3	8,6	8,6	94,3
Asistente operativo	1	2,9	2,9	97,1
Auxiliar contable	1	2,9	2,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

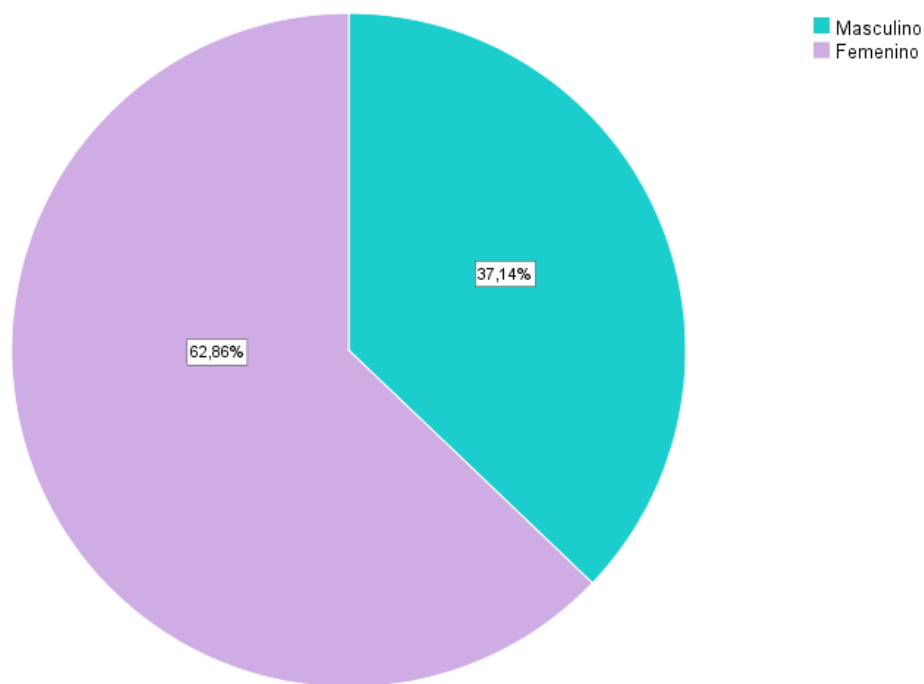
Figura 25*Cargo que desempeña***Análisis e interpretación**

Conforme con la Figura 25, se puede identificar que los cargos que desempeñan las personas encuestadas, en su mayoría corresponden a los Administradores con un 37%, seguido por los contadores con 34%, a continuación, se ubican con 9% los Gerentes y asistentes contables, y finalmente el cargo de Gerente operativo, jefe contabilidad, asistente operativo y auxiliar contable, representan el 3 % respectivamente.

De acuerdo con el análisis, las empresas encuestadas cuentan con el personal adecuado, y con cargos específicos que permiten tener conocimiento necesario acerca de las organizaciones.

Enunciado 2: Seleccione el género al que pertenece**Tabla 21***Género*

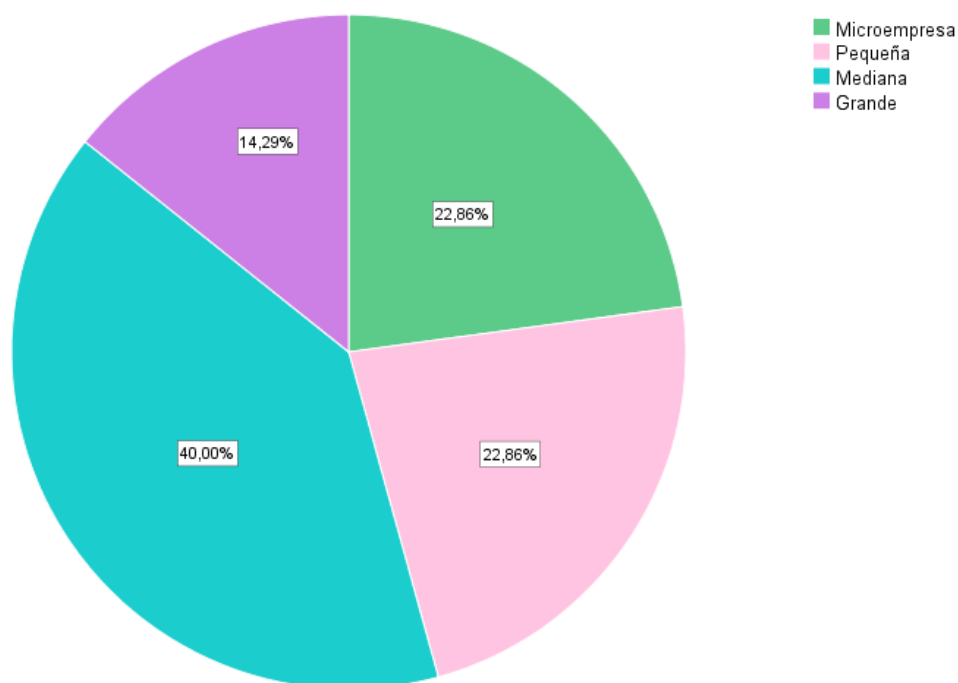
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	13	37,1	37,1	37,1
Femenino	22	62,9	62,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 26*Género***Análisis e interpretación**

La Figura 26 detalla que del 100% de encuestados, el 63% corresponden al género femenino y el 37% representa al género masculino. Por lo tanto, se puede determinar que en las empresas predomina el género femenino en los cargos de carácter administrativo, operativo y financiero.

Enunciado 3: Seleccione el tamaño de la empresa**Tabla 22***Tamaño de la empresa*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Microempresa	8	22,9	22,9	22,9
Pequeña	8	22,9	22,9	45,7
Mediana	14	40,0	40,0	85,7
Grande	5	14,3	14,3	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 27*Tamaño de la empresa***Análisis e interpretación**

En la Figura 27, se observa que el 40% de las empresas manufactureras son consideradas como medianas, seguido por el 23% dentro del grupo de las pequeñas, y con el mismo porcentaje consideradas como microempresas, y por último con el 14% se encuentran las empresas grandes.

Se puede concluir que las empresas medianas predominan el sector manufacturero en la Provincia de Cotopaxi, mientras que las grandes empresas, aún se encuentran en menor cantidad, es decir, su tamaño dependerá del número de empleados o el volumen de ventas reportado.

Enunciado 4: Seleccione el número de empleados que trabajan actualmente en la organización

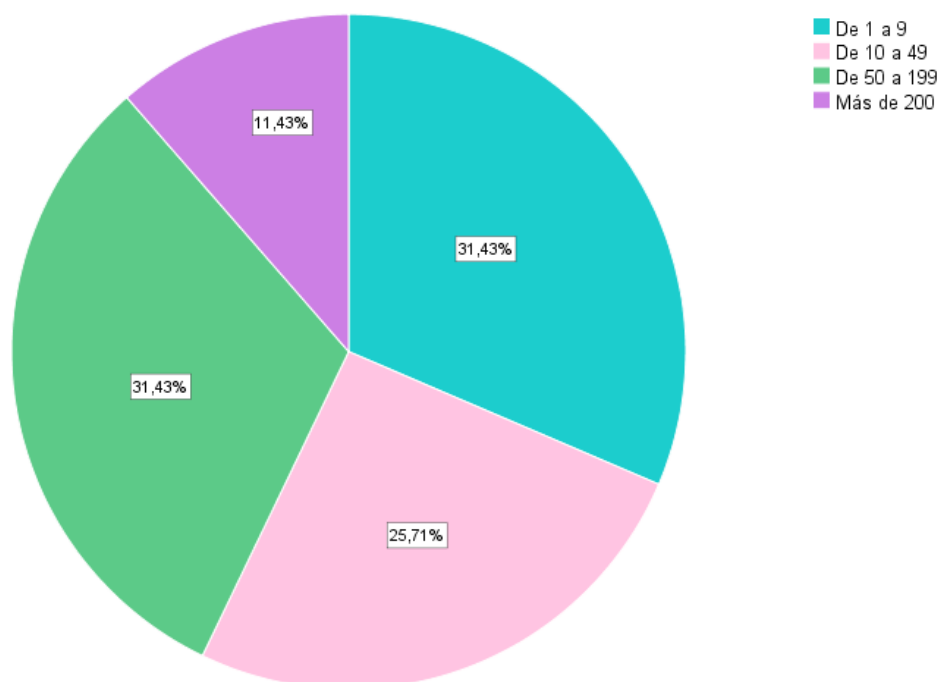
Tabla 23

Número de empleados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 1 a 9	11	31,4	31,4	31,4
De 10 a 49	9	25,7	25,7	57,1
De 50 a 199	11	31,4	31,4	88,6
Más de 200	4	11,4	11,4	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 28

Número de empleados



Análisis e interpretación

De acuerdo con la Figura 28, del 100% de empresas manufactureras en la Provincia de Cotopaxi, se desglosa que el 31% cuentan con un número de empleados de 1 a 9 y con el mismo porcentaje cuentan el número de empleados de 50 a 199, el 26% trabaja con un número de empleados de 10 a 49, terminando con más de 200 empleados correspondiente al 11%. Bajo este análisis, se puede determinar que la mayoría de empresas manufactureras cuentan con pocos empleados, sin embargo, la industria aporta a la generación de empleo de manera significativa, sobre todo en consideración del tamaño de empresa.

Administración presupuestaria y creación de valor

Pregunta 1: ¿Cuáles son los rubros que se estiman importantes al momento de presupuestar? Seleccione un máximo de 3 opciones (Los 3 más importantes).

Tabla 24

Rubros para presupuestar

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Ventas	27	27,0%	77,1%
Compras	16	16,0%	45,7%
Costo de ventas	15	15,0%	42,9%
Gastos operativos	19	19,0%	54,3%
Inversión	15	15,0%	42,9%
Financiamiento	7	7,0%	20,0%
Gastos extras	1	1,0%	2,9%
Total	100	100,0%	285,7%

Análisis e interpretación

En la Tabla 24, se presenta una pregunta de selección múltiple, en donde se establecen los rubros que las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi consideran importantes al momento de presupuestar, obteniendo los siguientes resultados: el 27% se inclina hacia la consideración de las ventas en el presupuesto, seguido por el 16% que incluyen las compras como principal gasto, el 15% abarca los costos de ventas en los presupuestos, los

gastos operativos designados para el desarrollo del negocio son considerados en un 19%, la Inversión es un rubro que forma parte del presupuesto en un 15%, el 7% incluyen el financiamiento, y finalmente el 1% considera importante los gastos extras. Se puede concluir que el principal rubro a presupuestar son las Ventas, como ingresos para posteriormente designar esos recursos a gastos o varias actividades que forman parte del giro del negocio.

Pregunta 2: ¿De qué forma se realiza el análisis de ingresos y gastos para el cumplimiento de actividades empresariales presentes y futuras?

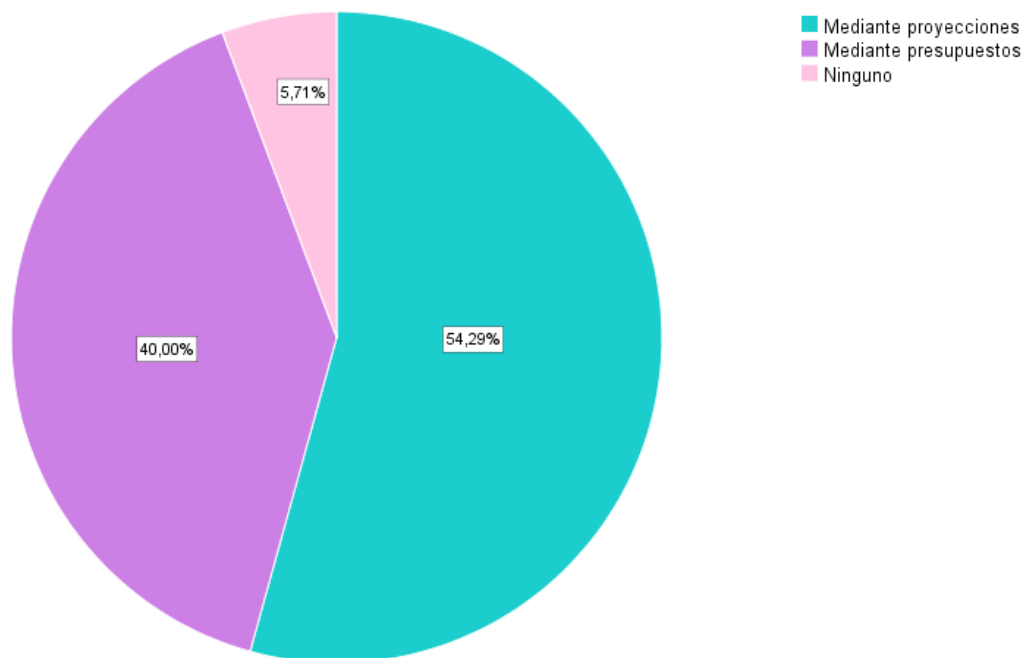
Tabla 25

Ingresos y gastos para el cumplimiento de actividades

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mediante proyecciones	19	54,3	54,3	54,3
Mediante presupuestos	14	40,0	40,0	94,3
Ninguno	2	5,7	5,7	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 29

Ingresos y gastos para el cumplimiento de actividades



Análisis e interpretación

Del total de las encuestas, en la Figura 29 se aprecia que el 54% de las empresas, realizan el análisis de los ingresos y gastos mediante proyecciones, mientras que el 40% lo realiza mediante proyecciones, y 6% con ninguno. En este sentido, es evidente que la elaboración de presupuestos no es predominante en el sector manufacturero de Cotopaxi, y se manejan con mayor frecuencia en el ámbito de las proyecciones, lo que impide que los recursos sean asignados de forma correcta en la mayoría de empresas.

Pregunta 3: ¿Se maneja una administración presupuestaria ordenada en la empresa?

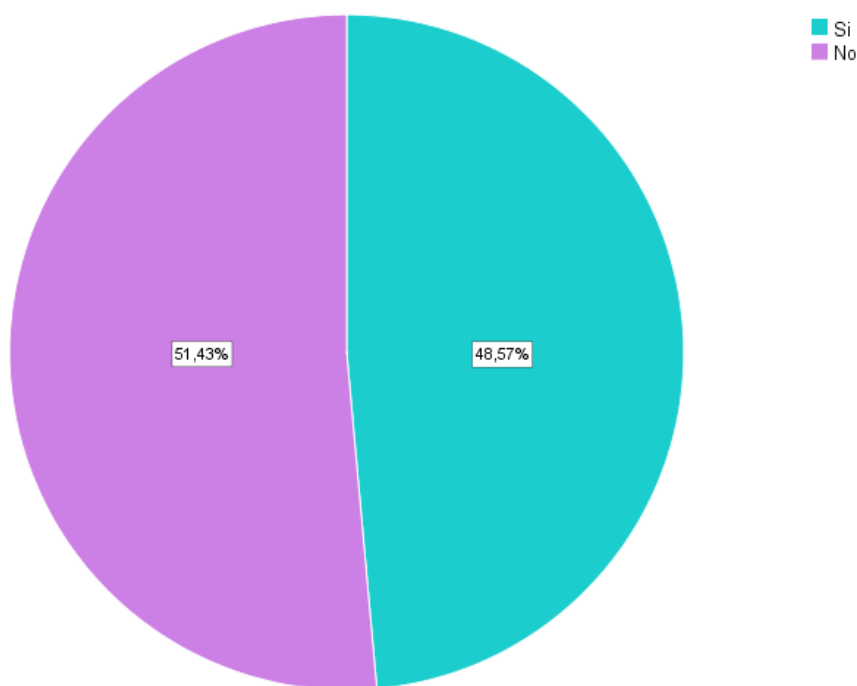
Tabla 26

Administración presupuestaria ordenada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	17	48,6	48,6	48,6
No	18	51,4	51,4	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 30

Administración presupuestaria ordenada



Análisis e interpretación

En la Figura 30, se detalla que el 49% de empresas manufactureras de Cotopaxi, SI manejan una administración presupuestaria ordenada en la empresa, y el 51% NO lo hace. En conclusión, los administradores no mantienen un control de los ingresos y gastos a efecto de racionalizar el uso de los recursos correctamente.

Pregunta 4: ¿La empresa utiliza el proceso estratégico (Planteamiento, organización, dirección, coordinación y control) para la elaboración del presupuesto?

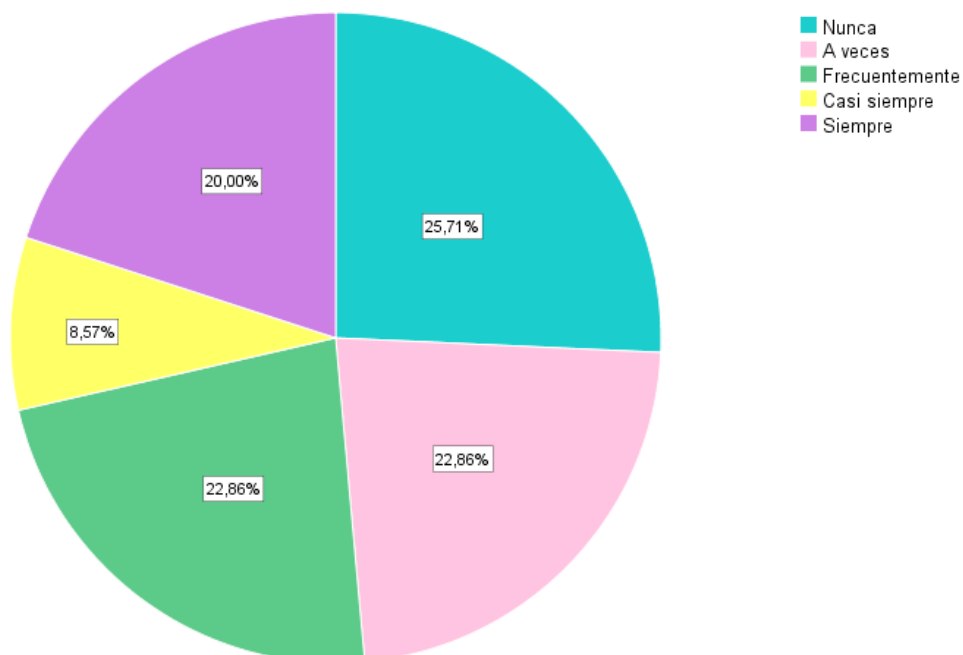
Tabla 27

Proceso estratégico para elaborar presupuestos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	9	25,7	25,7	25,7
A veces	8	22,9	22,9	48,6
Frecuentemente	8	22,9	22,9	71,4
Casi siempre	3	8,6	8,6	80,0
Siempre	7	20,0	20,0	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 31

Proceso estratégico para elaborar presupuestos



Análisis e interpretación

En la Figura 31 se puede observar que el 26% de las empresas nunca usan un proceso estratégico para la elaboración de presupuestos, mientras que el 23% lo hacen a veces y de igual porcentaje lo hacen frecuentemente, seguido del 20% que lo hacen siempre, y por último el 9% casi siempre. Con los resultados se llega a concluir que existe deficiencia en la estructura organizativa de las industrias manufactureras, debido a que en gran parte nunca o a veces se presupuesta en base a un proceso estratégico.

Pregunta 5: ¿Existen políticas para la elaboración de proyecciones y/o presupuestos?

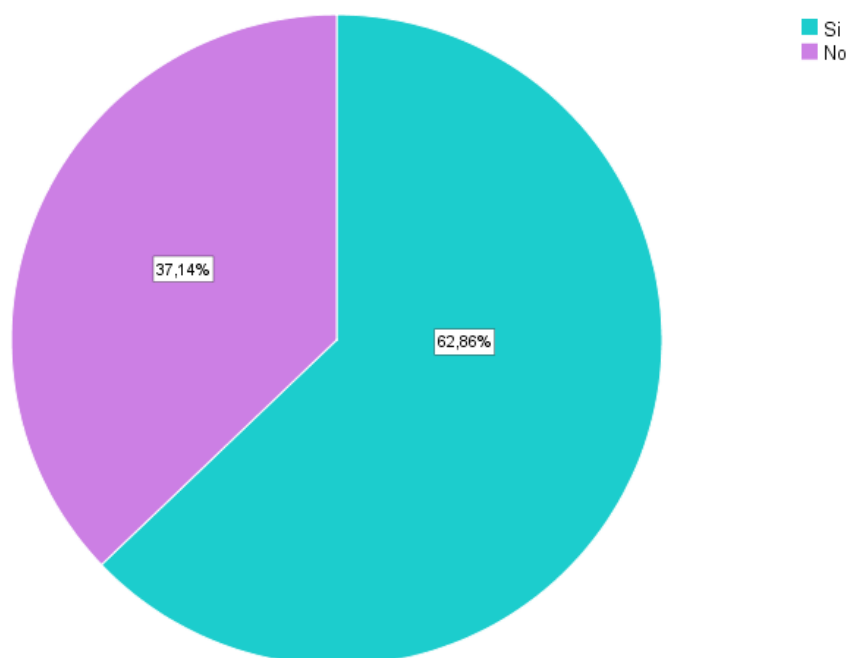
Tabla 28

Políticas para la elaboración de proyecciones y/o presupuestos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	22	62,9	62,9	62,9
No	13	37,1	37,1	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 32

Políticas para la elaboración de proyecciones y/o presupuestos



Análisis e interpretación

Del 100% de empresas encuestadas, en la Figura 32 se muestra que el 63% Si cuentan con políticas para elaborar proyecciones y/o presupuestos, y el 37 No tienen.

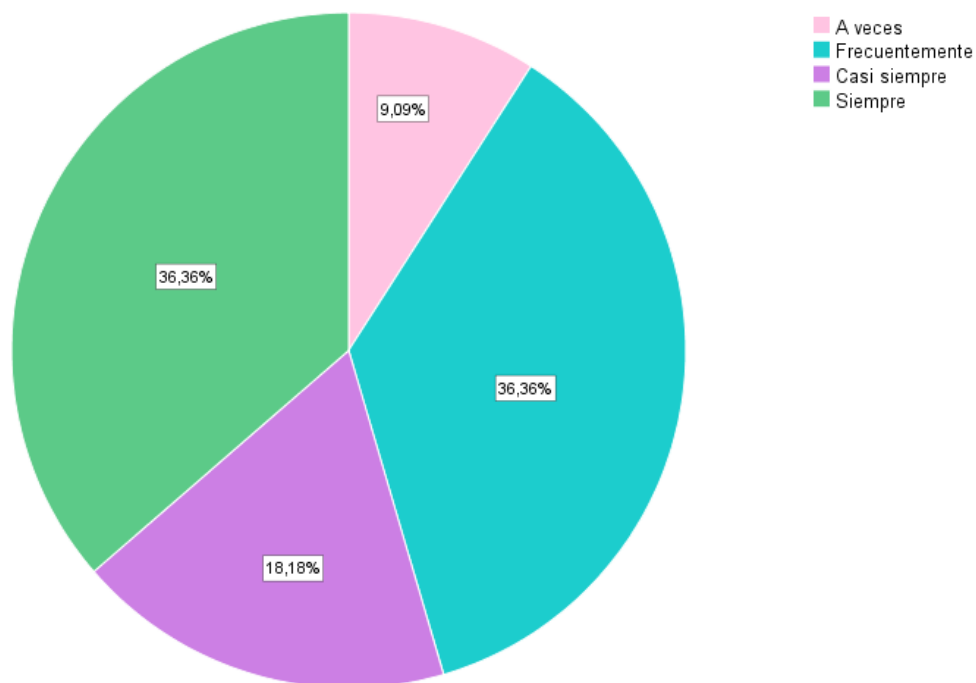
De acuerdo con los resultados, es importante recalcar que las políticas existentes en las empresas ayudan a que exista una adecuada forma de administrar los recursos de la empresa, en donde se determinen los montos máximos y mínimos a ser utilizados, la previsión de recursos con relación a planes futuros, y demás limitaciones dentro de las políticas.

Pregunta 6: ¿Se da cumplimiento a las políticas establecidas para la elaboración de proyecciones y/o presupuestos?

Tabla 29

Cumplimiento de políticas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	2	5,7	9,1	9,1
Frecuentemente	8	22,9	36,4	45,5
Casi siempre	4	11,4	18,2	63,6
Siempre	8	22,9	36,4	100,0
Total	22	62,9	100,0	
Perdidos Sistema	13	37,1		
Total	35	100,0		

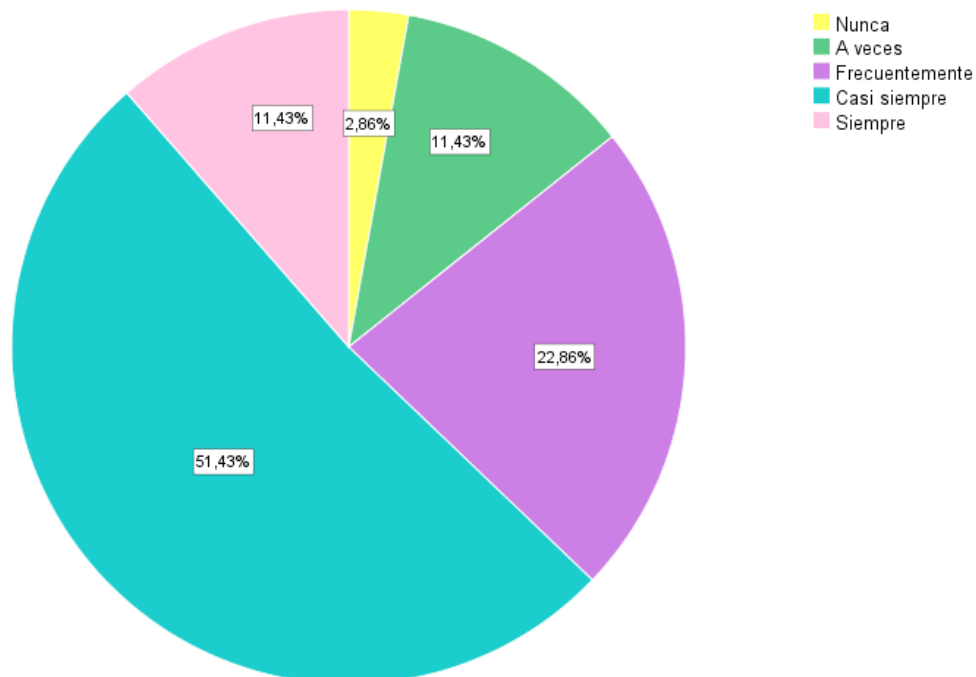
Figura 33*Cumplimiento de políticas***Análisis e interpretación**

En la Figura 33, se observa que de las empresas manufactureras que, Si tienen políticas para la elaboración de presupuestos y/o proyecciones, el 36% siempre dan cumplimiento de las mismas, y con el mismo porcentaje lo hacen frecuentemente, seguido por el 18% que dan cumplimiento casi siempre, y el 9% a veces. Los resultados guían a determinar que la mayoría de empresas dan cumplimiento a las políticas existentes, sin embargo, existe cierto desfase en el cumplimiento de las políticas de algunas organizaciones, por falta de indagación o entendimiento, desconocimiento y por desactualización de las mismas.

Pregunta 7: ¿El presupuesto de la empresa cumple con los objetivos planteados en la organización?

Tabla 30*Cumplimiento de objetivos por parte de los presupuestos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2,9	2,9	2,9
A veces	4	11,4	11,4	14,3
Frecuentemente	8	22,9	22,9	37,1
Casi siempre	18	51,4	51,4	88,6
Siempre	4	11,4	11,4	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 34*Cumplimiento de objetivos por parte de los presupuestos***Análisis e interpretación**

Como se detalla en la Figura 34, 51% de encuestados afirman que casi siempre los presupuestos cumplen con los objetivos de la empresa, mientras que 23% cumplen frecuentemente, seguido por el 11% que consideran que siempre se cumplen, y de igual forma a veces, y por último el 3% que consideran que nunca cumplen los objetivos.

Pregunta 8: ¿Se pronostican fondos de liquidez, que puedan cubrir actividades en casos de incertidumbre?

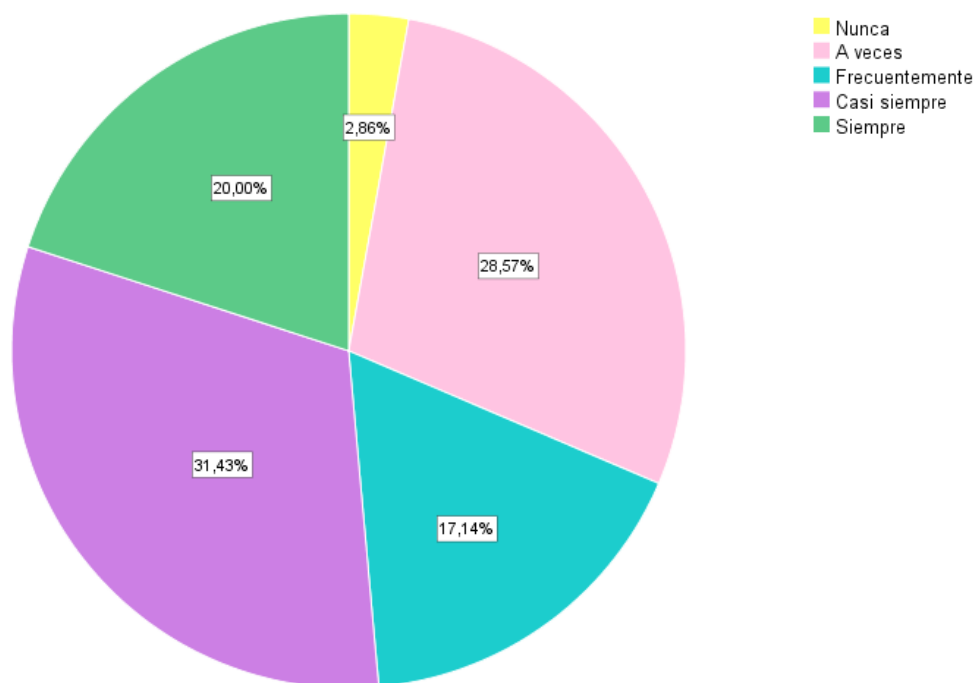
Tabla 31

Pronósticos de fondos de liquidez

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2,9	2,9	2,9
A veces	10	28,6	28,6	31,4
Frecuentemente	6	17,1	17,1	48,6
Casi siempre	11	31,4	31,4	80,0
Siempre	7	20,0	20,0	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 35

Pronósticos de fondos de liquidez



Análisis e interpretación

Acorde a la Figura 35, se analiza que, de la totalidad de encuestados, el 31% casi siempre establecen fondos de liquidez para cubrir incertidumbres, mientras que el 28% establecen los fondos a veces, el 20% lo hacen siempre, el 17% frecuentemente, y el 3%

nunca lo hacen. En este sentido los resultados obtenidos, ponen en evidencia que las empresas se encuentran preparadas ante casos de incertidumbre, haciendo referencia a la investigación, de determina que la mayoría de empresas respaldaron sus negocios en presencia de la pandemia Covid-19, sin embargo, aquellas que no destinan fondos de liquidez, presentaron problemas mayores en el mantenimiento de su empresa, y esto se ve reflejado en los resultados de los Estados Financieros debidamente presentados.

Pregunta 9: ¿La empresa establece montos máximos y mínimos de cumplimiento de ingresos y gastos?

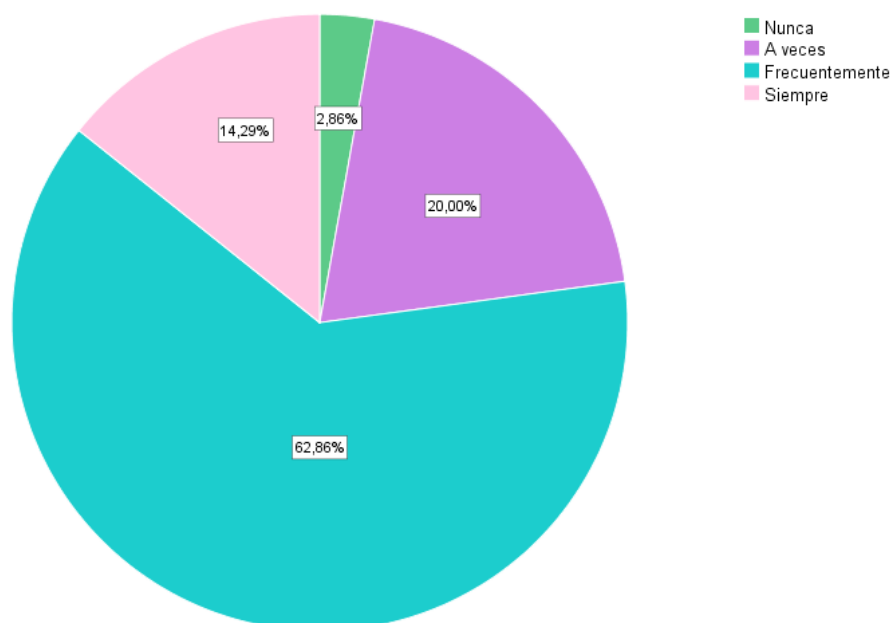
Tabla 32

Montos de cumplimiento de ingresos y gastos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2,9	2,9	2,9
A veces	7	20,0	20,0	22,9
Frecuentemente	22	62,9	62,9	85,7
Siempre	5	14,3	14,3	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 36

Montos de cumplimiento de ingresos y gastos



Análisis e interpretación

La Figura 36, muestra que el 63% de empresas establecen montos de cumplimiento de ingresos y gastos frecuentemente, el 20% a veces, el 14% siempre, y el 3% nunca. Por lo tanto, se evalúa que la administración y manejo de recursos de las empresas manufactureras se encuentran controladas, ya sea mediante proyecciones y/o presupuestos de manera frecuente, estableciendo el uso y destino de los fondos.

Pregunta 10: ¿Qué porcentaje de ingresos estima para asignar al presupuesto de gastos?

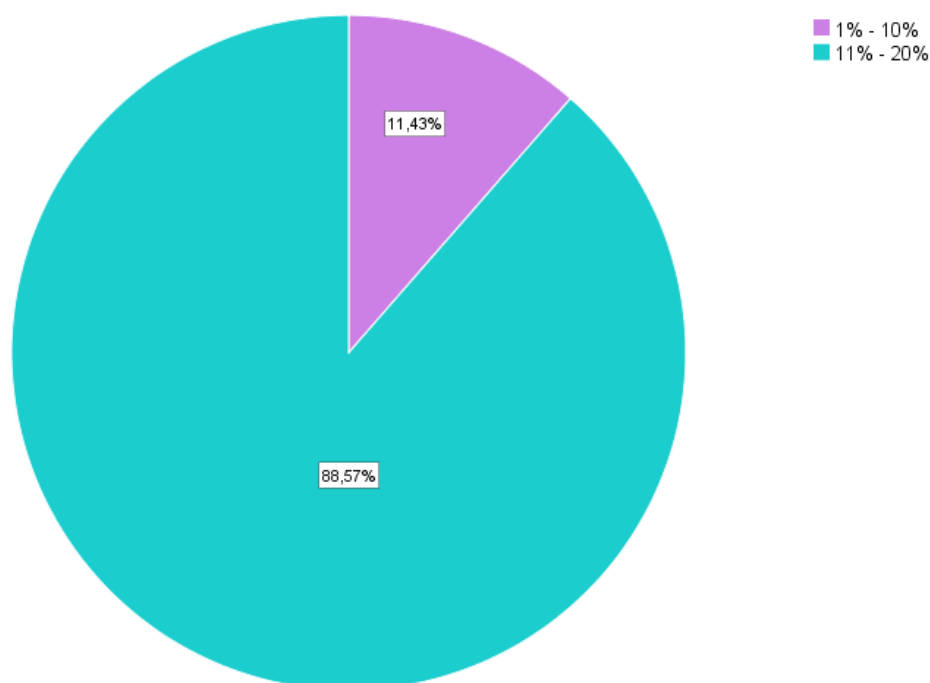
Tabla 33

Porcentaje de ingresos estimados para presupuestar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1% - 10%	4	11,4	11,4	11,4
11% - 20%	31	88,6	88,6	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 37

Porcentaje de ingresos estimados para presupuestar



Análisis e interpretación

Como se muestra en la Figura 37, el 89% de encuestados establecen de 11% a 20%, y el 11% destinan de 1% a 10% de ingresos para cubrir sus gastos.

Se analiza que los ingresos no son destinados en gran porcentaje para cubrir los gastos empresariales, pero, de acuerdo a la actividad del negocio el porcentaje es proporcional a las necesidades empresariales, y los ingresos restantes pueden ser destinados al cumplimiento de otras obligaciones o actividades.

Pregunta 11: Considerando los resultados económicos obtenidos en el año 2018 (antes de pandemia), ¿Cómo observa que se encuentra el nivel de ingresos económicos actualmente en su empresa?

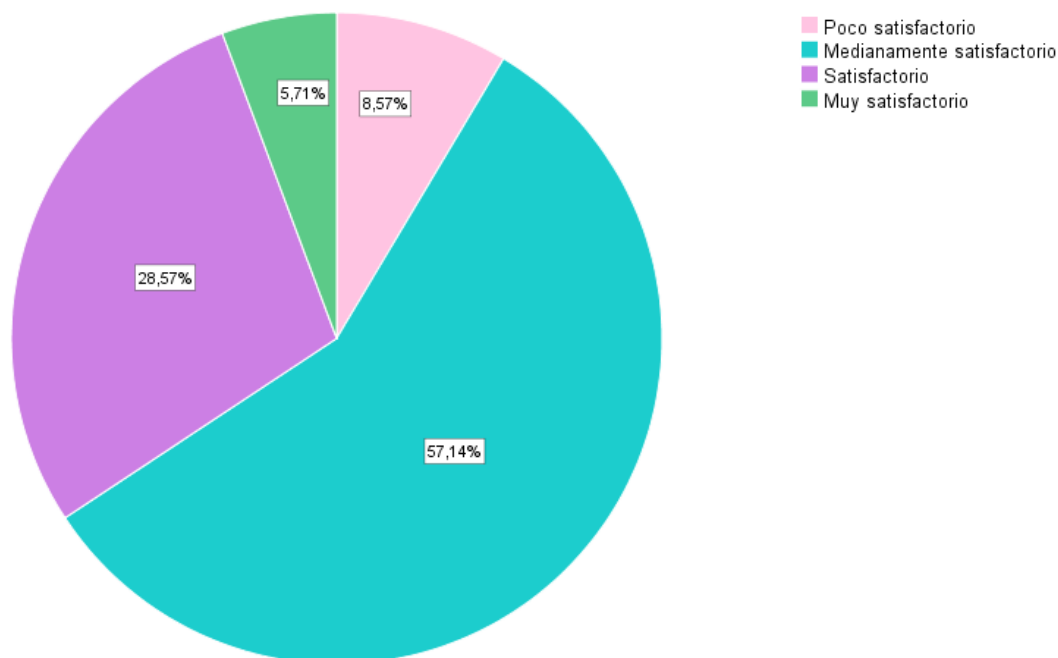
Tabla 34

Consideración de nivel de ingresos actuales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Poco satisfactorio	3	8,6	8,6	8,6
Medianamente satisfactorio	20	57,1	57,1	65,7
Satisfactorio	10	28,6	28,6	94,3
Muy satisfactorio	2	5,7	5,7	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 38

Consideración de nivel de ingresos actuales



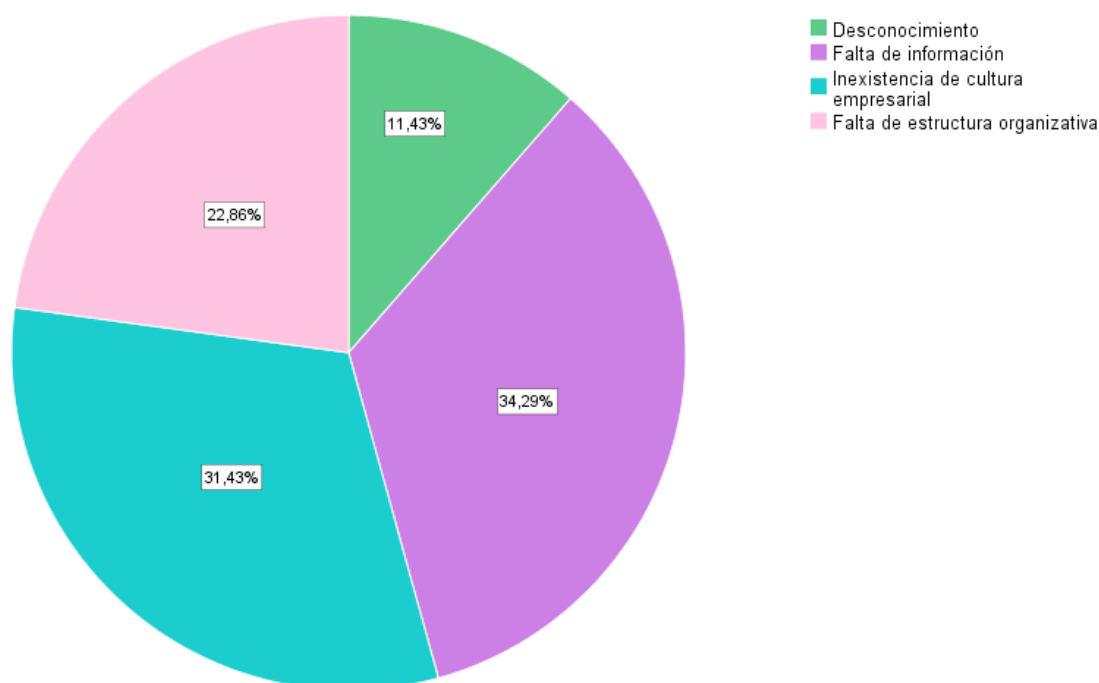
Análisis e interpretación

En la Figura 38, se aprecia que el nivel de ingresos en la actualidad para el 57% de empresas manufactureras de Cotopaxi es Medianamente satisfactorio, para el 29% es satisfactorio, el 9% considera poco satisfactorio y el 6% muy satisfactorio. En tal sentido, es notorio que la pandemia Covid-19 ha afectado de forma moderada a la situación financiera de las empresas manufactureras de Cotopaxi, debido a la paralización de actividades, la disminución de la producción y ventas y a las necesidades de acoplamiento a mecanismo de trabajo totalmente diferentes, por lo tanto, los estados financieros de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros presentan pérdidas significativas en algunas empresas del sector.

Pregunta 12: ¿Cuáles son los principales problemas para elaborar un presupuesto en la empresa?

Tabla 35*Problemas para elaborar presupuestos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desconocimiento	4	11,4	11,4	11,4
Falta de información	12	34,3	34,3	45,7
Inexistencia de cultura empresarial	11	31,4	31,4	77,1
Falta de estructura organizativa	8	22,9	22,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 39*Problemas para elaborar presupuestos***Análisis e interpretación**

Del 100% de encuestados, en la Figura 39 se observa que los problemas para elaborar presupuestos radican con el 34% en la falta de información, el 31% por inexistencia de cultura empresarial, el 23% por falta de estructura organizativa, y el 11% por el desconocimiento. Se puede concluir que los problemas al momento de presupuestar radican principalmente en la falta de información, que permita conocer los distintos escenarios de las ventajas que

proporciona un presupuesto, además de que la utilidad y flexibilidad que se mantiene en relación a los rubros que se incluyan en el mismo.

Pregunta 13: ¿Cuál es el principal aspecto que se tiene en cuenta para crear valor en la empresa, en relación a la competencia?

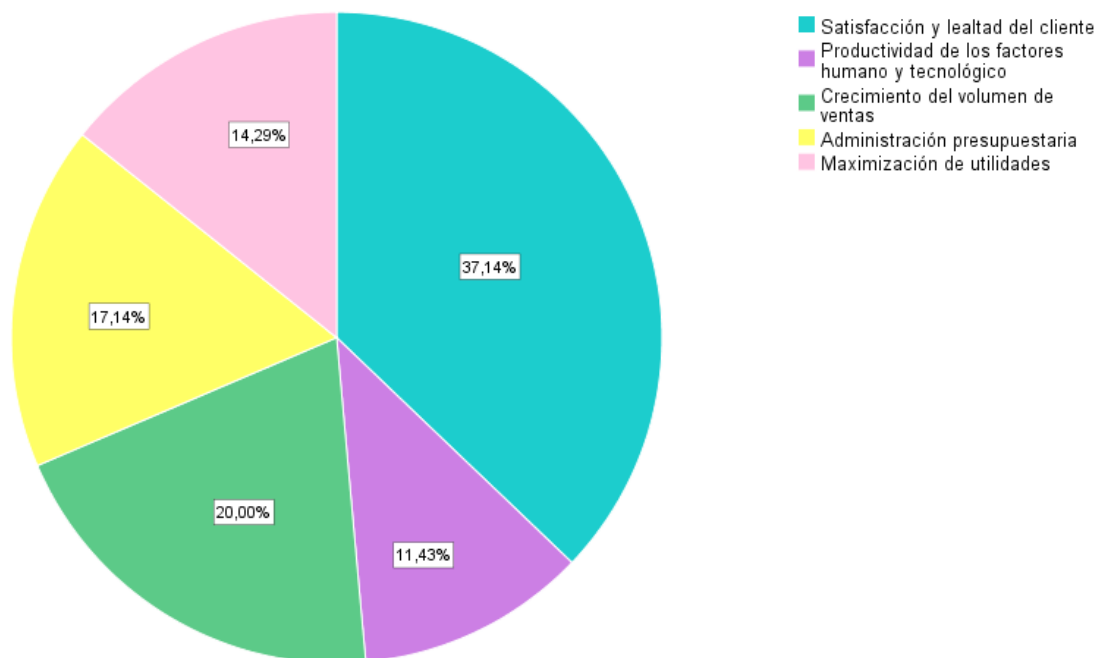
Tabla 36

Aspectos para crear valor en la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Satisfacción y lealtad del cliente	13	37,1	37,1	37,1
Productividad de los factores humano y tecnológico	4	11,4	11,4	48,6
Crecimiento del volumen de ventas	7	20,0	20,0	68,6
Administración presupuestaria	6	17,1	17,1	85,7
Maximización de utilidades	5	14,3	14,3	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 40

Aspectos para crear valor en la empresa



Análisis e interpretación

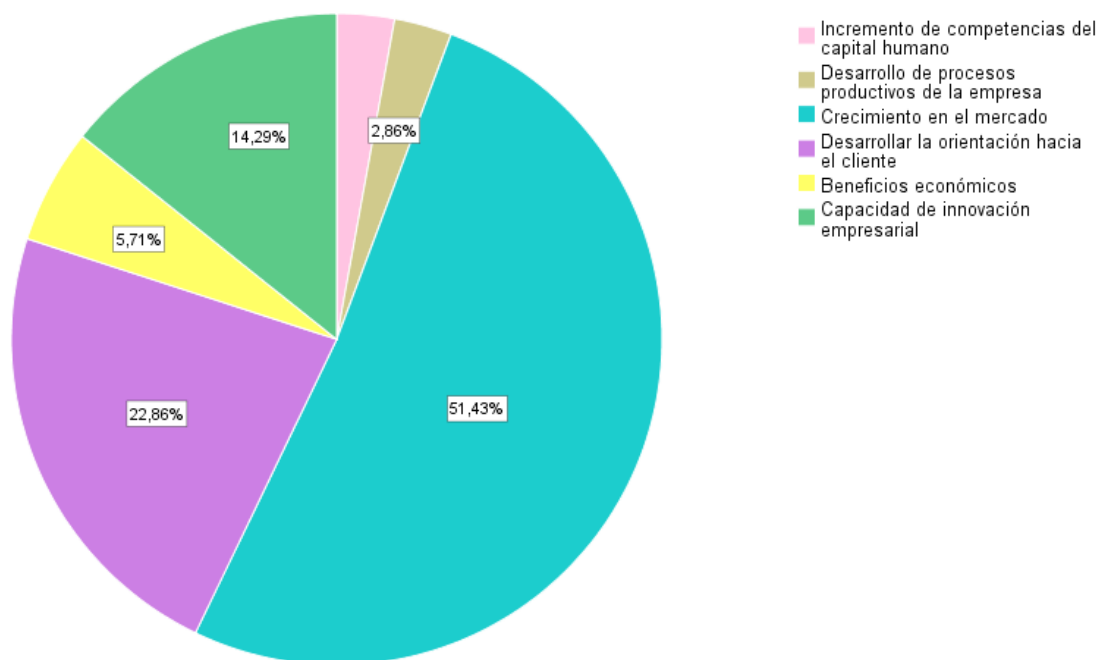
La Figura 40 detalla los resultados del principal aspecto que se considera para crear valor empresarial, donde el 37% de empresas manufactureras se inclinan hacia la satisfacción y lealtad al cliente, el 20% se sienten más atraídos por el crecimiento de volumen de ventas, el 17% consideran importante la administración presupuestaria, seguido por la maximización de utilidades con el 14%, y finalmente el 11% acoge la idea de la productividad de los factores humano y tecnológico. En conclusión, se evidencia la prioridad que las empresas mantienen en relación con sus clientes, como el máximo generador de valor, sin dejar atrás el crecimiento de ventas como parte de sus ingresos, la administración presupuestaria para el manejo y destino adecuado de recursos, y la productividad humana y tecnológica para mantenerse a la vanguardia de las innovaciones actuales.

Pregunta 14: Bajo los siguientes criterios, ¿de qué manera los activos intangibles ayudan a la empresa en la creación de valor?

Tabla 37

Intangibles para la creación de valor

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Incremento de competencias del capital humano	1	2,9	2,9	2,9
Desarrollo de procesos productivos de la empresa	1	2,9	2,9	5,7
Crecimiento en el mercado	18	51,4	51,4	57,1
Desarrollar la orientación hacia el cliente	8	22,9	22,9	80,0
Beneficios económicos	2	5,7	5,7	85,7
Capacidad de innovación empresarial	5	14,3	14,3	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 41*Intangibles para la creación de valor***Análisis e interpretación**

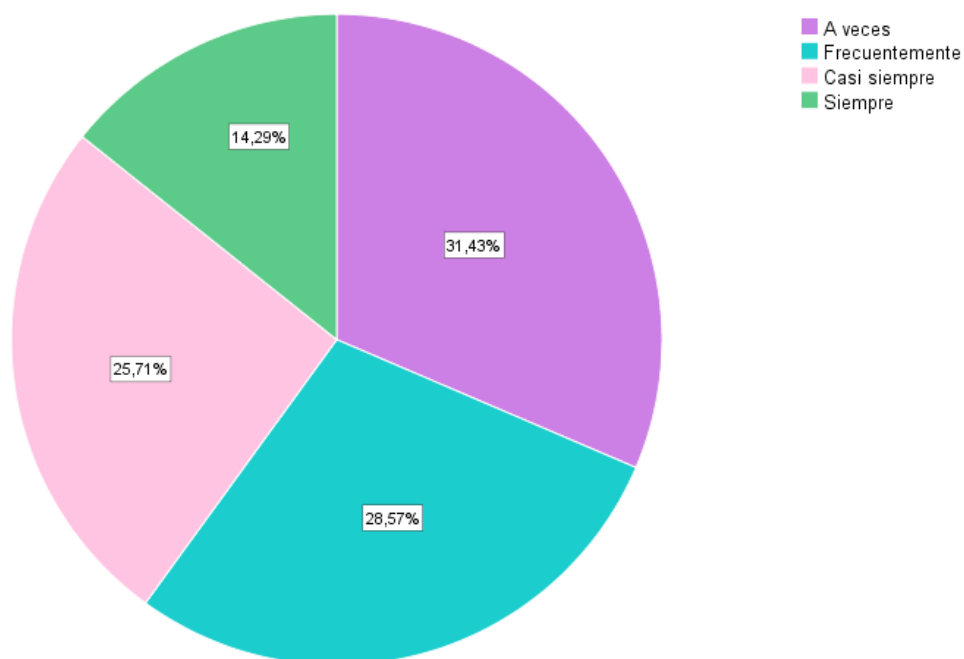
Los resultados detallados en la Figura 41, indican que las empresas manufactureras de Cotopaxi creen que los activos intangibles aportan a la creación de valor de la siguiente forma; el 51% crecimiento en el mercado, el 23% desarrollar la orientación hacia el cliente, el 14% capacidad de innovación empresarial, el 6% beneficios económicos, el 3% incremento de competencias del capital humano y el 3% restante desarrollo de procesos productivos de la empresa.

En base a los resultados, los activos intangibles desde la perspectiva empresarial en el sector manufacturero generan crecimiento en el mercado, debido a que forma al capital intelectual de la empresa e incrementa su reputación de manera positiva, desempeñando sus actividades de manera eficiente en relación a la competencia.

Pregunta 15: ¿La empresa asigna recursos económicos para invertir en activos de carácter tecnológico, con la finalidad de mejorar sus operaciones, y de esta forma crear valor?

Tabla 38*Inversión en activos de carácter tecnológico*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	11	31,4	31,4	31,4
Frecuentemente	10	28,6	28,6	60,0
Casi siempre	9	25,7	25,7	85,7
Siempre	5	14,3	14,3	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 42*Inversión en activos de carácter tecnológico***Análisis e interpretación**

Del total de respuestas observadas en la Figura 42, el 34% a veces invierte en activos de carácter tecnológico, el 29% lo hacen frecuentemente, el 26% casi siempre y el 14% siempre. Por lo tanto, la importancia de los activos de carácter tecnológico en las empresas manufactureras crea valor por la eficiencia que generan en los procesos productivos, y permiten estar en la vanguardia de los mercados digitales, y esta inversión a su vez se incluye en los presupuestos o proyecciones bajo los cuales se maneja la empresa.

Pregunta 16: ¿Selecciones el indicador que se utiliza, con el fin de conocer la creación de valor de la organización?

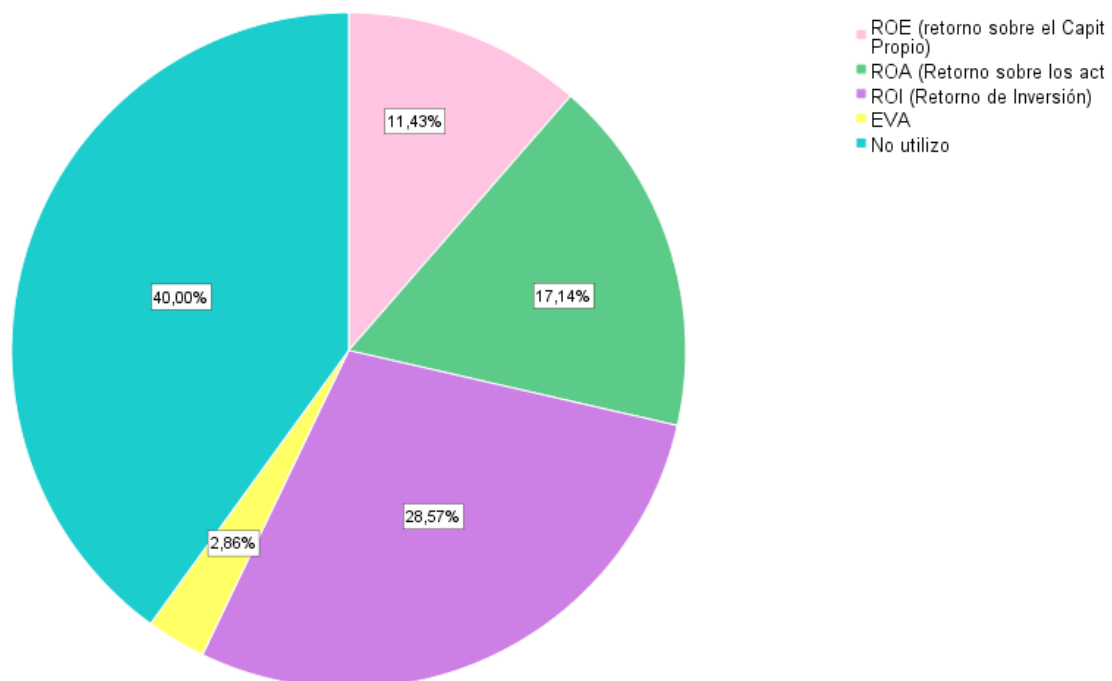
Tabla 39

Indicador para la creación de valor

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ROE (retorno sobre el Capital Propio)	4	11,4	11,4	11,4
ROA (Retorno sobre los activos)	6	17,1	17,1	28,6
ROI (Retorno de Inversión)	10	28,6	28,6	57,1
EVA	1	2,9	2,9	60,0
No utilizo	14	40,0	40,0	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 43

Indicador para la creación de valor



Análisis e interpretación

Los indicadores utilizados para establecer la creación de valor según las empresas encuestadas, se muestran en a Figura 43, en donde el 40% no utiliza, seguido del 29%

correspondiente al ROI (Retorno sobre inversión), el 17% maneja el indicador ROA (Retorno sobre los activos, el 11% representa el ROE (Retorno sobre el capital propio), y finalmente el EVA es usado en un 3%. Es evidente que la ausencia de aplicación de indicadores financieros para conocer la creación de valor en las industrias manufactureras de Cotopaxi es notoria.

El uso del ROI, ROE y ROA, que forman parte del modelo Du Pont, permite conocer la rentabilidad de las empresas en diversas dimensiones, que comprenden los activos y el patrimonio, en base a los datos reales que forman parte de los estados financieros; de igual forma el indicador EVA (Valor económico agregado), mide la creación de valor en base al manejo que se les da a las variables que se involucran en el desarrollo de las actividades operacionales.

Pregunta 17: ¿Considera que la administración presupuestaria incide en la creación de valor de las empresas manufactureras de la Provincia de Cotopaxi?

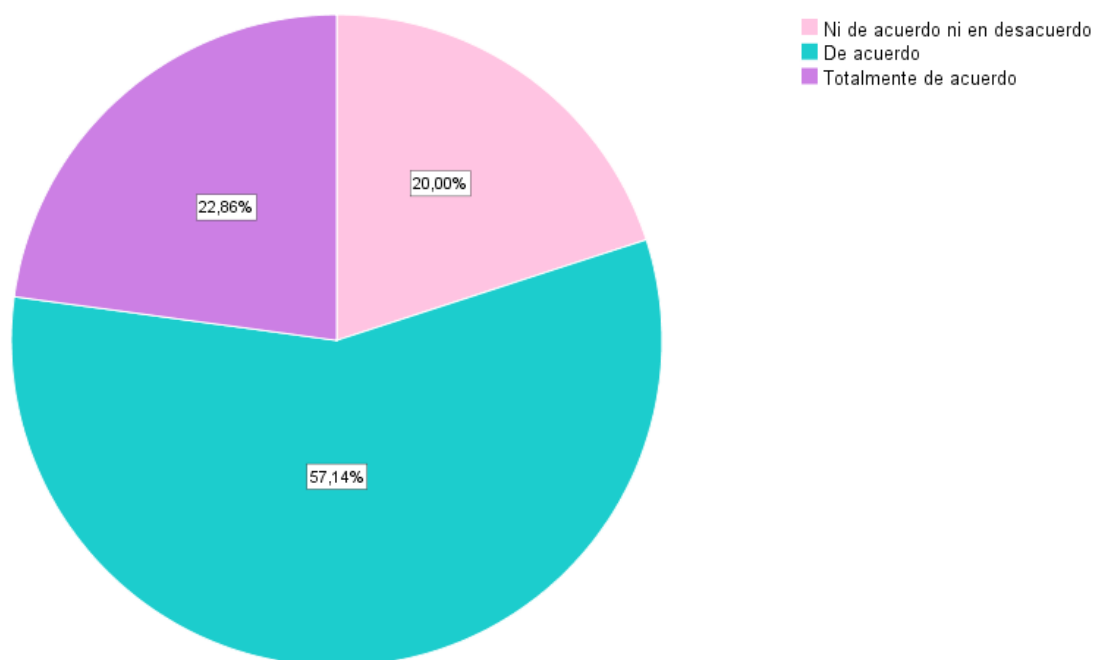
Tabla 40

Administración presupuestaria y creación de valor

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	20,0	20,0	20,0
De acuerdo	20	57,1	57,1	77,1
Totalmente de acuerdo	8	22,9	22,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 44

Administración presupuestaria y creación de valor

**Análisis e interpretación**

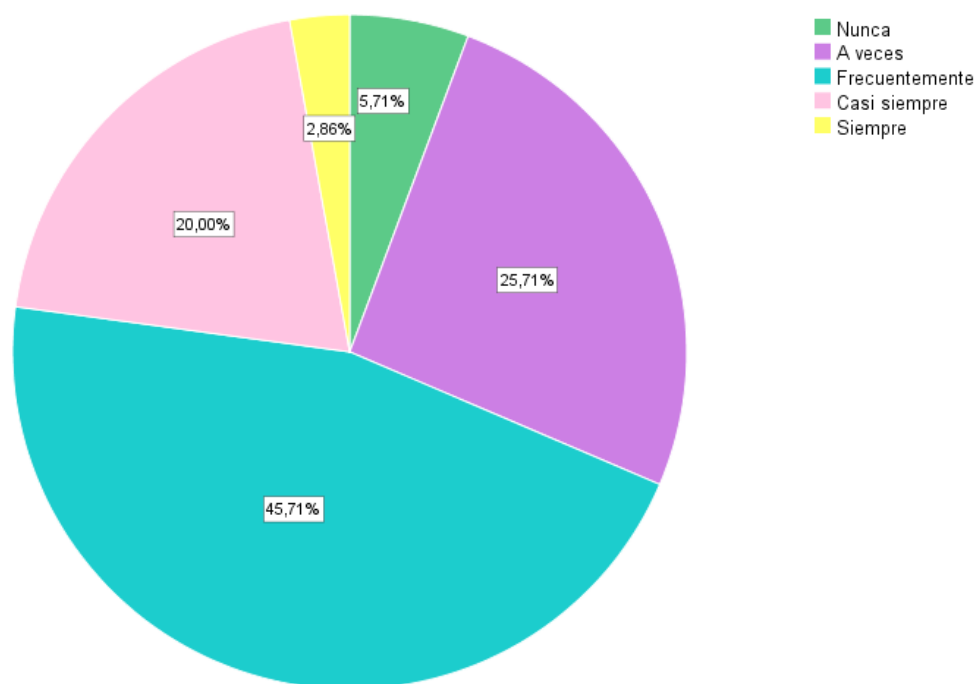
La Figura 44 expone las respuestas en relación a la incidencia de la administración presupuestaria en la creación de valor, donde el 57% de empresas están de acuerdo, el 23% están totalmente de acuerdo, y el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Por consiguiente, las empresas consideran que la administración presupuestaria incide en la creación de valor, debido a que el desarrollo de actividades que generan valor, deberá ser reflejado en planes de acción, y por lo tanto presupuestar los recursos a designarse al cumplimiento de los mismos.

Pregunta 18: ¿Se estima la adquisición de activos intangibles dentro de las proyecciones o presupuestos establecidos?

Tabla 41*Estimación de presupuestos para activos intangibles*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	5,7	5,7	5,7
A veces	9	25,7	25,7	31,4
Frecuentemente	16	45,7	45,7	77,1
Casi siempre	7	20,0	20,0	97,1
Siempre	1	2,9	2,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 45*Estimación de presupuestos para activos intangibles***Análisis e interpretación**

La Figura 45 muestra que el 46% de empresas manufactureras de Cotopaxi, estiman los activos intangibles dentro de los presupuestos o proyecciones casi siempre, el 26% a veces, el 20% casi siempre, el 6% nunca y el 3% siempre.

Por consiguiente, la adquisición de activos intangibles predomina casi siempre en las industrias manufactureras, para lo cual se destina recursos dentro de las proyecciones elaboradas, con el fin progresar y dar eficiencia a los procesos productivos.

Pregunta 19: ¿Qué tipo de activos intangibles han sido adquiridos durante el periodo de últimos cuatro años?

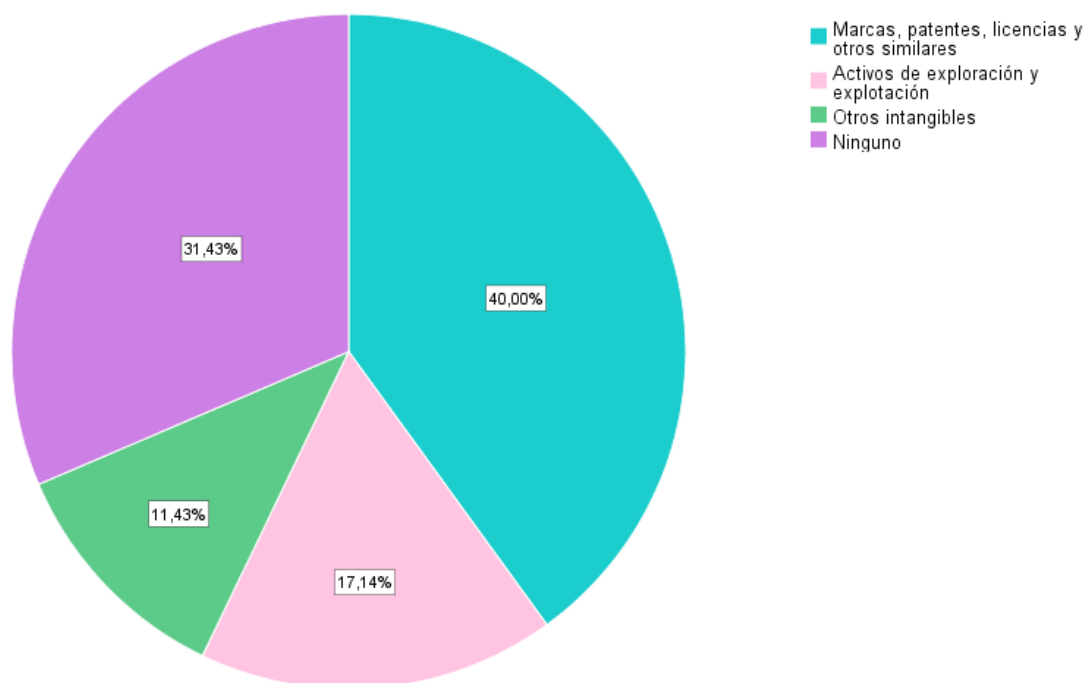
Tabla 42

Activos intangibles adquiridos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Marcas, patentes, licencias y otros similares	14	40,0	40,0	40,0
Activos de exploración y explotación	6	17,1	17,1	57,1
Otros intangibles	4	11,4	11,4	68,6
Ninguno	11	31,4	31,4	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 46

Activos intangibles adquiridos



Análisis e interpretación

Como se observa en la Figura 46, de la totalidad de encuestados los activos adquiridos con mayor frecuencia, son las marcas, patentes licencias y otros similares con un 40%, seguido del 31% que no ha adquirido ninguno, los activos de exploración y explotación con el 17%, y por último el 11% de otros intangibles.

Es evidente que predomina la preferencia de inversión en marcas, patentes, licencias y otros similares, que permite a las industrias asegurar su derecho exclusivo de uso y desarrollo de actividades a las que está dirigida, al tratarse de empresas, dedicadas a la fabricación y comercialización, la adquisición de activos de exploración y explotación, garantizan la viabilidad de los proyectos en relación a los recursos naturales, y otros activos intangibles que generen beneficios económicos futuros.

Pregunta 20: Durante el periodo de pandemia (Covid-19), ¿La empresa se ha visto en la necesidad de implementar equipamientos digitales para el desarrollo de las actividades empresariales?

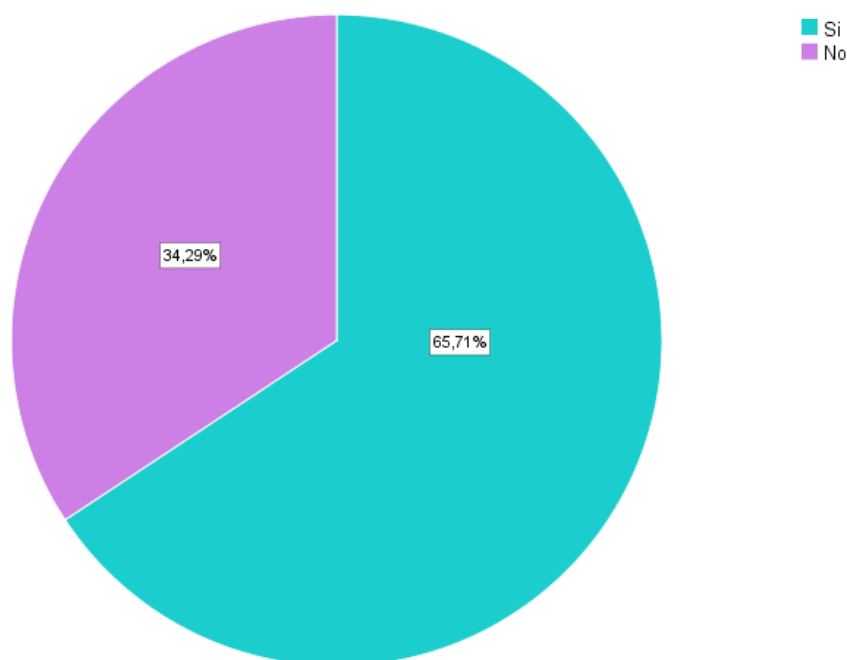
Tabla 43

Implementación de equipamientos digitales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	23	65,7	65,7	65,7
No	12	34,3	34,3	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 47

Implementación de equipamientos digitales



Análisis e interpretación

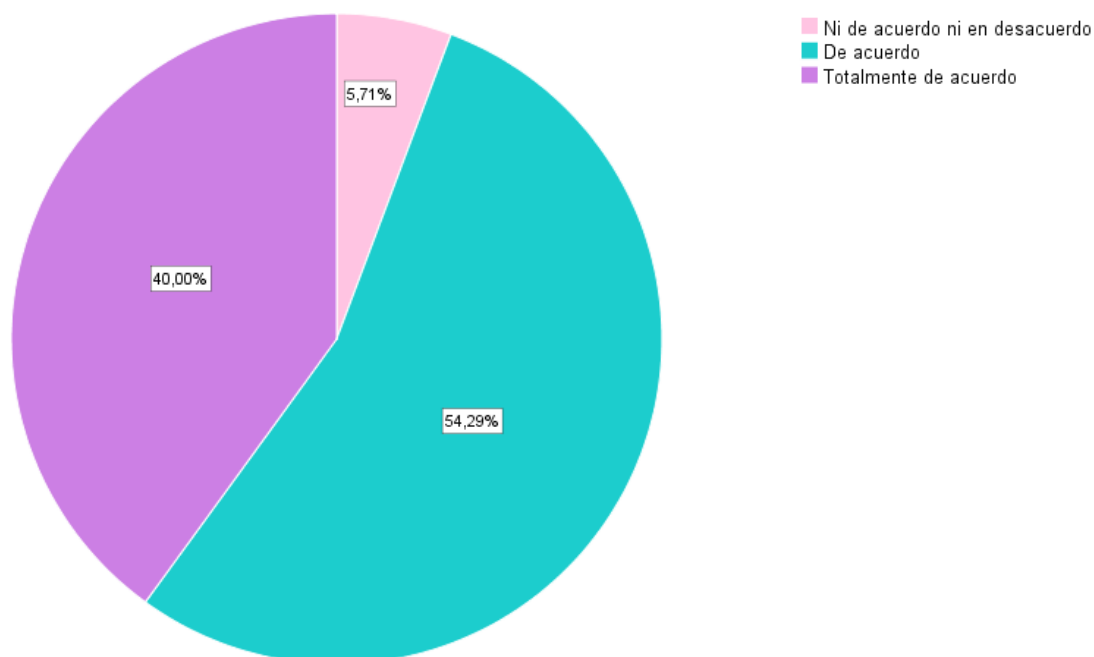
En la Figura 47 se interpreta que el 100% de encuestados, la implementación de equipamientos digitales durante pandemia, el 66% SI lo hizo, mientras el 34% No se vio en la necesidad de hacerlo.

En consecuencia, gran parte de las industrias manufactureras de Cotopaxi, se vieron en la necesidad de implementar equipamientos digitales durante la pandemia Covid-19, que permita realizar el trabajo de los colaboradores de forma segura, y realizar sus actividades operacionales de forma digital que no involucre un riesgo para el personal, y apoye a la comercialización de sus productos por medios digitales.

Pregunta 21: ¿Usted piensa que es necesario invertir en capacitación al personal en áreas tecnológicas para mejorar el desempeño laboral?

Tabla 44*Inversión en capacitación al personal*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	5,7	5,7	5,7
De acuerdo	19	54,3	54,3	60,0
Totalmente de acuerdo	14	40,0	40,0	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 48*Inversión en capacitación al personal***Análisis e interpretación**

En concordancia con lo que presenta la Figura 48, se interpreta que, con respecto a la inversión en capacitación al personal, el 54% de empresas se encuentran de acuerdo, el 40% totalmente de acuerdo, y el 6% ni de acuerdo ni en desacuerdo. Las respuestas son favorables en relación a la capacitación en áreas tecnológicas, el escenario de pandemia Covid-19, ha incentivado a las empresas a trabajar de manera virtual, por lo tanto, debe ser de conocimiento del personal las cuestiones tecnológicas, para que su desempeño no se vea afectado.

Pregunta 22: ¿En qué grado se ha visto afectada la empresa por la competencia directa, en relación a los activos intangibles, durante los años 2019-2021?

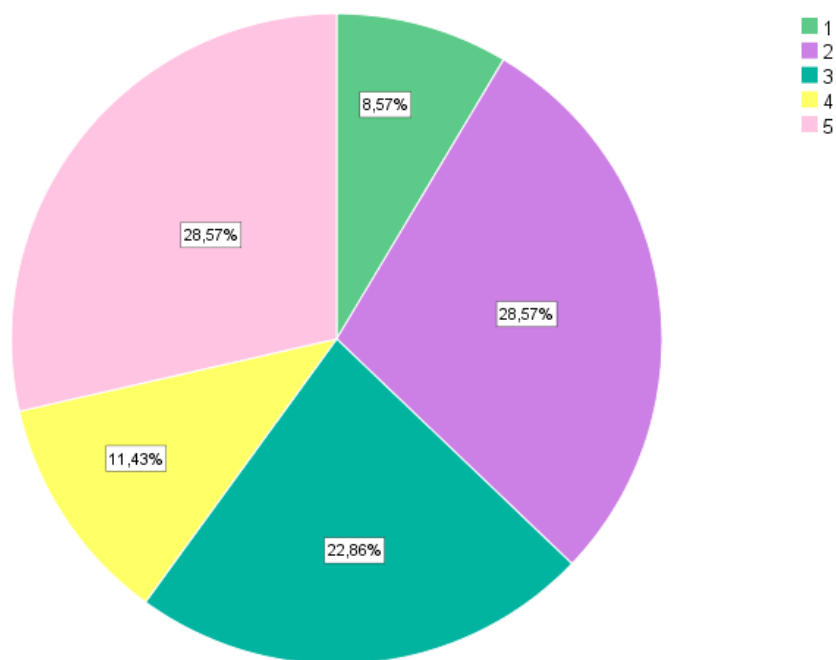
Tabla 45

Grado de afectación por la competencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	3	8,6	8,6	8,6
2	10	28,6	28,6	37,1
3	8	22,9	22,9	60,0
4	4	11,4	11,4	71,4
5	10	28,6	28,6	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Figura 49

Grado de afectación por la competencia



Análisis e interpretación

La Figura 49, detalla las respuestas en relación al grado de afectación por parte de la competencia en activos intangibles, donde el 29% se ve afectada en un grado de 5 (mayor), y con el mismo porcentaje en un grado de 2, seguido del 23% correspondiente a un grado 3, el

11% en un grado de 4, y finalmente el 9% con un grado de afectación 1 (menor). Por lo tanto, aquellas empresas que no han adquirido activos intangibles, se han visto bastante afectados por aquellas empresas industrias que, si lo han hecho, generando un retroceso en el crecimiento empresarial.

Tablas cruzadas

Tabla cruzada 1: Aspectos que se tienen en cuenta para crear valor según el tamaño de la empresa.

Tabla 46

Aspectos para crear valor según el tamaño de la empresa

13. ¿Cuál es el principal aspecto que se tiene en cuenta para crear valor en la empresa, en relación a la competencia?		Seleccione el tamaño de la empresa				
		Micro empresa	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Satisfacción y lealtad del cliente	Recuento	3	3	7	0	13
	Recuento esperado	3	3	5,2	1,9	13
	% Satisfacción y lealtad del cliente	23,10%	23,10%	53,80%	0,00%	100,00%
Productividad de los factores humano y tecnológico	Recuento	0	0	1	3	4
	Recuento esperado	0,9	0,9	1,6	0,6	4
	% Productividad de los factores humano y tecnológico	0,00%	0,00%	25,00%	75,00%	100,00%
Crecimiento del volumen de ventas	Recuento	3	1	2	1	7
	Recuento esperado	1,6	1,6	2,8	1	7
	% Crecimiento del volumen de ventas	42,90%	14,30%	28,60%	14,30%	100,00%
Administración presupuestaria	Recuento	1	1	3	1	6
	Recuento esperado	1,4	1,4	2,4	0,9	6
	% Administración presupuestaria	16,70%	16,70%	50,00%	16,70%	100,00%
Maximización de utilidades	Recuento	1	3	1	0	5
	Recuento esperado	1,1	1,1	2	0,7	5
	% Maximización de utilidades	20,00%	60,00%	20,00%	0,00%	100,00%
Total	Recuento	8	8	14	5	35
	Recuento esperado	8	8	14	5	35
	% Total	22,90%	22,90%	40,00%	14,30%	100,00%

En la Tabla 46, se aprecia la relación que existe entre el tamaño de empresa y los aspectos que consideran importantes para la creación de valor.

Con respecto al 54% empresas medianas, prevalece la inclinación hacia la satisfacción y lealtad del cliente como un generador de valor, seguido por las microempresas y las pequeñas, aspecto importante que mide la calidad de productos ofrecidos, y garantiza la retención de clientes.

La opción de productividad de los valores humanos y tecnológico, es adoptado en un 75% por las empresas grandes, que al ser más desarrolladas prevalece la importancia de generar mayor productividad, eficiencia y eficacia. Las microempresas consideran un aspecto más favorable en un 43% el crecimiento de volumen en ventas, que ayudan al crecimiento del negocio.

Desde otra perspectiva el 50% de empresas medianas se ven favorecidas por la administración presupuestaria, para mantener identificado y designar correctamente los recursos con diversos fines.

Por último, la maximización de utilidades es un aspecto que crea valor para el 60% de las empresas pequeñas, que permite obtener mayor rentabilidad y mayores beneficios económicos.

Tabla cruzada 2: Análisis de los indicadores utilizados para crear valor según el tamaño de la empresa.

Tabla 47

Indicadores para crear valor según el tamaño de la empresa

16. ¿Seleccione el indicador que se utiliza, con el fin de conocer la creación de valor de la organización?		Seleccione el tamaño de la empresa				
		Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande	Total
ROE (retorno sobre el Capital Propio)	Recuento	1	0	2	1	4
	Recuento esperado	0,9	0,9	1,6	0,6	4
	% ROE	25,00%	0,00%	50,00%	25,00%	100,00%
ROA (Retorno sobre los activos)	Recuento	0	1	4	1	6
	Recuento esperado	1,4	1,4	2,4	0,9	6
	% ROA	0,00%	16,70%	66,70%	16,70%	100,00%
ROI (Retorno de Inversión)	Recuento	1	2	4	3	10
	Recuento esperado	2,3	2,3	4	1,4	10
	% ROI	10,00%	20,00%	40,00%	30,00%	100,00%
EVA	Recuento	0	0	1	0	1
	Recuento esperado	0,2	0,2	0,4	0,1	1
	% EVA	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%
No utilizo	Recuento	6	5	3	0	14
	Recuento esperado	3,2	3,2	5,6	2	14
	% No utilizo	42,90%	35,70%	21,40%	0,00%	100,00%
Total	Recuento	8	8	14	5	35
	Recuento esperado	8	8	14	5	35
	% Total	22,90%	22,90%	40,00%	14,30%	100,00%

En la Tabla 47, se observan los resultados obtenidos del cruce entre el tamaño de la empresa y los indicadores que utilizan con el fin de conocer la creación de valor. Del total de las empresas encuestadas, prevalece el uso de indicadores financieros en las empresas medianas. El ROE (retorno sobre el Capital Propio) es utilizado en un 50% por las empresas medianas, seguido de las microempresas y grandes; el ROA (Retorno sobre los activos) en un 66%, continuando con las empresas pequeñas y grandes, el ROI (Retorno de Inversión) en un

40%, y con el 30% las empresas grande, el EVA es utilizado en un 100% por las empresas medianas, y finalmente se evidencia que las microempresas no utilizan indicadores en un 43%, debido a su estructura financiera y conocimiento de niveles más bajos en relación a las empresas de mayor tamaño.

Tabla cruzada 3: Resultados económicos obtenidos actualmente de acuerdo al tamaño de la empresa.

Tabla 48

Resultados económico actuales según el tamaño de la empresa

11. Considerando los resultados económicos obtenidos en al año 2018 (antes de pandemia), ¿Cómo observa que se encuentra el nivel de ingresos económicos actualmente en su empresa?		Seleccione el tamaño de la empresa				
		Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Poco satisfactorio	Recuento	1	0	2	0	3
	Recuento esperado	0,7	0,7	1,2	0,4	3,0
	% Poco satisfactorio	33,3%	0,0%	66,7%	0,0%	100,0%
Medianamente satisfactorio	Recuento	7	7	6	0	20
	Recuento esperado	4,6	4,6	8,0	2,9	20,0
	% Medianamente satisfactorio	35,0%	35,0%	30,0%	0,0%	100,0%
Satisfactorio	Recuento	0	1	6	3	10
	Recuento esperado	2,3	2,3	4,0	1,4	10,0
	% Satisfactorio	0,0%	10,0%	60,0%	30,0%	100,0%
Muy satisfactorio	Recuento	0	0	0	2	2
	Recuento esperado	0,5	0,5	0,8	0,3	2,0
	% Muy satisfactorio	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Total	Recuento	8	8	14	5	35
	Recuento esperado	8,0	8,0	14,0	5,0	35,0
	% Total	22,9%	22,9%	40,0%	14,3%	100,0%

De acuerdo con la Tabla 48, por el cruce realizado se establece la relación existente entre el nivel de ingresos actualmente a diferencia de los obtenidos antes de pandemia de acuerdo al tamaño de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi.

Los niveles de ingresos actuales son poco satisfactorios en un 67% para las empresas medianas; medianamente satisfactorio en un 35% para las microempresas y pequeñas empresas; satisfactorio en un 60% medianas; muy satisfactorio al 100% en las empresas grandes.

La pandemia por Covid-19 ha afectado visiblemente a las empresas pequeñas y medianas, reduciendo significativamente sus ingresos a causa de la desactualización en los procesos, y los recursos limitados para invertir en activos físicos e intangibles que permitan enfrentar este tipo de escenarios y continuar con los niveles productivos, a diferencia de las empresas medianas y grandes que en su mayoría los niveles de ingresos percibidos antes de pandemia en relación con la actualidad son de carácter satisfactorio.

En este sentido es importante resaltar que las grandes empresas que han sido menos perjudicadas, es a causa de la adopción de estrategias de creación de valor en donde predomina, la inversión en activos, la productividad de los recursos humanos y tecnológicos, y dentro de su estructura financiera, prevalece el control de los recursos y se proveen fondos destinados a actividades de desarrollo productivo, por ende la administración presupuestaria y la elaboración de presupuestos juega un papel fundamental en el impulso de actividades.

Tabla cruzada 4: Adquisición de activos intangibles que aportan a la creación de valor empresarial.

Tabla 49

Activos intangibles que aportan a la creación de valor empresarial.

14. Bajo los siguientes criterios, ¿de qué manera los activos intangibles ayudan a la empresa en la creación de valor?		19. ¿Qué tipo de activos intangibles han sido adquiridos durante el periodo de últimos cuatro años?					Total
		Marcas, patentes, licencias y	Activos de exploración y explotación	Otros intangibles	Ninguno		
Incremento de competencias del capital humano	Recuento	0	1	0	0	1	
	Recuento esperado	0,4	0,2	0,1	0,3	1	
	% Incremento de competencias del capital humano	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	
Desarrollo de procesos productivos de la empresa	Recuento	0	1	0	0	1	
	Recuento esperado	0,4	0,2	0,1	0,3	1	
	% Desarrollo de procesos productivos de la empresa	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	
Crecimiento en el mercado	Recuento	7	2	2	7	18	
	Recuento esperado	7,2	3,1	2,1	5,7	18	
	% Crecimiento en el mercado	38,90%	11,10%	11,10%	38,90%	100,00%	
Desarrollar la orientación hacia el cliente	Recuento	4	0	1	3	8	
	Recuento esperado	3,2	1,4	0,9	2,5	8	
	% Desarrollar la orientación hacia el cliente	50,00%	0,00%	12,50%	37,50%	100,00%	
Beneficios económicos	Recuento	1	0	1	0	2	
	Recuento esperado	0,8	0,3	0,2	0,6	2	
	% Beneficios económicos	50,00%	0,00%	50,00%	0,00%	100,00%	
Capacidad de innovación empresarial	Recuento	2	2	0	1	5	
	Recuento esperado	2	0,9	0,6	1,6	5	
	% Capacidad de innovación empresarial	40,00%	40,00%	0,00%	20,00%	100,00%	
Total	Recuento	14	6	4	11	35	
	Recuento esperado	14	6	4	11	35	
	% Total	40,00%	17,10%	11,40%	31,40%	100,00%	

Como se puede observar en la Tabla 49, el cruce entre la adquisición de activos intangibles, y de qué forma crean valor, presenta los siguientes resultados de la totalidad de las empresas de estudio.

El 100% del incremento de competencias del capital humano, corresponde a la adquisición de activos de exploración y explotación, que favorecen al conocimiento en cuestiones de la evaluación de los recursos y elaboración de proyectos de viabilidad.

El 100% de desarrollo de procesos productivos de la empresa, se debe a la compra de activos de exploración y explotación, que incrementan el desarrollo de actividades con mayor productividad, dentro de las limitaciones que los recursos naturales presenten.

El 39% del crecimiento en el mercado, es resultado de la implementación de marcas, patentes, licencias y otros similares, debido a que la inversión en este tipo de intangibles por cuestiones de teletrabajo aporta al desarrollo tecnológico y por ende al crecimiento en el mercado.

El 50% crea valor mediante el desarrollo de la orientación hacia el cliente, por concepto de adquisición de Marcas, patentes, licencias y otros similares, lo que consiste en fomentar e impulsa el desarrollo de la marca para ser reconocida por nuevos y actuales clientes.

El 50% de beneficios económicos, es complementado por la compra de marcas, patentes, licencias y otros similares, y en el mismo porcentaje por otros intangibles.

El 40% de la capacidad de innovación empresarial, corresponde a la implementación de marcas, patentes, licencias y otros similares, y de igual forma por los activos de exploración y explotación.

Discusión de los resultados

La encuesta aplicada como técnica de recopilación de información, en las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi, permitió la obtención de datos fundamentales para el estudio, las mismas que fueron efectuadas mediante la herramienta SPSS, que proporciona tablas de frecuencias y gráficos que posibilitan la interpretación de los resultados obtenidos,

para establecer la relación existente entre la administración presupuestaria y su incidencia en la creación de valor.

En un análisis general, se analiza que las empresas que forman parte de la investigación trabajan en su mayoría bajo la modalidad de proyección, debido a que la falta de información y la inexistencia de cultura empresarial, son problemas básicos en la elaboración de presupuestos., sin embargo, se incluyen aquellos rubros que corresponden a las ventas, compras, ingresos, inversión y financiamiento. Además, se enfocan que ese sus proyecciones y/ presupuestos estén guiados a la consecución de objetivos, trabajando de cubierta forma en cierta forma mediante un proceso estratégico ordenado y con la aplicación de políticas previamente establecidas.

La administración y manejo de ingresos y gastos frecuentemente se establecen en relación a un determinante de establecimiento de montos máximos y mínimos, y en la mayoría de las empresas los ingresos son asignados a los presupuestos en un porcentaje de 11% a 20%. Con respecto a la inversión en activos intangibles, con frecuencia las empresas incluyen este aspecto dentro de sus presupuestos, considerando las Marcas, patentes, licencias y otros similares, activos de exploración y explotación y otros.

Es preciso mencionar que la satisfacción y lealtad al cliente, Productividad de los factores humano y tecnológico, Crecimiento del volumen de ventas, Administración presupuestaria, y la maximización de utilidades, son aspectos importantes para la creación de valor de las industrias, en relación a la competencia. Esto también está relacionado con la importancia que se da en relación a la creación de valor por parte de los intangibles, que aportan crecimiento al mercado, desarrollo de competencias, innovación y orientación hacia el cliente.

Sin embargo, la administración presupuestaria deficiente en las empresas, provocan que los recursos no sean asignados bajo una estructura ordenada, y no sean destinados hacia actividades prioritarias o favorecedoras para el desarrollo empresarial. La utilización de

indicadores financieros para medir la rentabilidad y creación de valor en las industrias también es un aspecto que debe ser fortalecido por cierto porcentaje del sector manufacturero.

Comprobación de hipótesis

La hipótesis es un elemento fundamental en la investigación, debido a que permite establecer la relación existente entre la variable independiente y dependiente del estudio, y esto se podrá comprobar mediante el procesamiento y análisis de la información obtenida a través de las encuestas, es decir, servirán como fuente para que dicha hipótesis sea aceptada o rechazada.

El medio para la comprobación de hipótesis, se fundamenta en el uso de la herramienta IBM SPSS Statistics 25 para el procesamiento de los datos obtenidos. La herramienta utilizada permitió realizar una tabla de contingencia, compuesta por el cruce de 2 preguntas correspondientes a la encuesta aplicadas las empresas manufactureras de la Provincia de Cotopaxi, que forman parte del estudio. El respectivo cruce permite conocer la relación existente entre la administración presupuestaria y la creación de valor.

Variables de investigación

Variable independiente

Administración presupuestaria

Variable dependiente:

Creación de valor

Planteamiento de la hipótesis

Hipótesis alternativa (H1)

La administración presupuestaria incide en la creación de valor de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi reguladas por la Superintendencia de Compañías, valores y seguros en el periodo 2018 – 2021.

Hipótesis nula (H0)

La administración presupuestaria no incide en la creación de valor de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi reguladas por la Superintendencia de Compañías, valores y seguros en el periodo 2018 – 2021.

Establecimiento del nivel de significancia

La comprobación de la hipótesis permite establecer a relación que existe entre la variable dependiente e independiente de la investigación, como se propone en las hipótesis planteadas, mediante los datos observados en la tabla de contingencia establecida. Para esta comprobación se estableció un nivel de significancia estadísticamente significativo de 0,05 asociado a un nivel de confianza de 0,95.

A. Chi-cuadrado

Cruce: Análisis de la administración presupuestaria y los principales aspectos que se tiene en cuenta para crear valor en las empresas.

a) Determinación de Chi-cuadrado

En esta parte del estudio de investigación, se realiza el cruce de la variable dependiente e independiente, para verificar la relación existente entre variables. Para la efectividad de esta relación se realiza la tabla de contingencia correspondiente para el cálculo respectivo de la prueba Chi-cuadrado en el Software IBM SPSS Statistics 25.

Para este análisis se abarca la pregunta 17 que hace referencia a la incidencia de la administración presupuestaria en la creación de valor de las empresas manufactureras y la pregunta 13 en donde se involucra el principal aspecto que se tienen en cuenta para crear valor en relación a la competencia.

Tabla 50

Administración presupuestaria y aspectos para crear valor

13. ¿Cuál es el principal aspecto que se tiene en cuenta para crear valor en la empresa, en relación a la competencia?		17. ¿Considera que la administración presupuestaria incide en la creación de valor de las empresas manufactureras de la Provincia de Cotopaxi?			
		Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Satisfacción y lealtad del cliente	Recuento	1	10	2	13
	Recuento esperado	2,6	7,4	3	13
	% Satisfacción y lealtad del cliente	7,70%	76,90%	15,40%	100,00%
Productividad de los factores humano y tecnológico	Recuento	0	3	1	4
	Recuento esperado	0,8	2,3	0,9	4
	% Productividad de los factores humano y tecnológico	0,00%	75,00%	25,00%	100,00%
Crecimiento del volumen de ventas	Recuento	2	3	2	7
	Recuento esperado	1,4	4	1,6	7
	% Crecimiento del volumen de ventas	28,60%	42,90%	28,60%	100,00%
Administración presupuestaria	Recuento	0	3	3	6
	Recuento esperado	1,2	3,4	1,4	6
	% Administración presupuestaria	0,00%	50,00%	50,00%	100,00%
Maximización de utilidades	Recuento	4	1	0	5
	Recuento esperado	1	2,9	1,1	5
	% Maximización de utilidades	80,00%	20,00%	0,00%	100,00%
Total	Recuento	7	20	8	35
	Recuento esperado	7	20	8	35
	% Total	20,00%	57,10%	22,90%	100,00%

Tabla 51

Prueba chi-cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18,368 ^a	8	,019
Razón de verosimilitud	17,741	8	,023
Asociación lineal por lineal	1,263	1	,261
N de casos válidos	35		

a. 14 casillas (93,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,80.

Resultados:

Grados de libertad: 8

Chi cuadrado (X_c^2): 18,368 ^a**b) Distribución de Chi-cuadrado**

Tabla 52

Tabla de distribución de Chi-cuadrado

gl	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872

Una vez identificados los grados de libertad (gl) = 8, y el nivel de significancia de 0,05; se obtuvo como resultado un valor de Chi cuadrado teórico (X_c^2) de 15,5073.

c) Comparación Chi-cuadrado calculado y Chi-cuadrado teórico

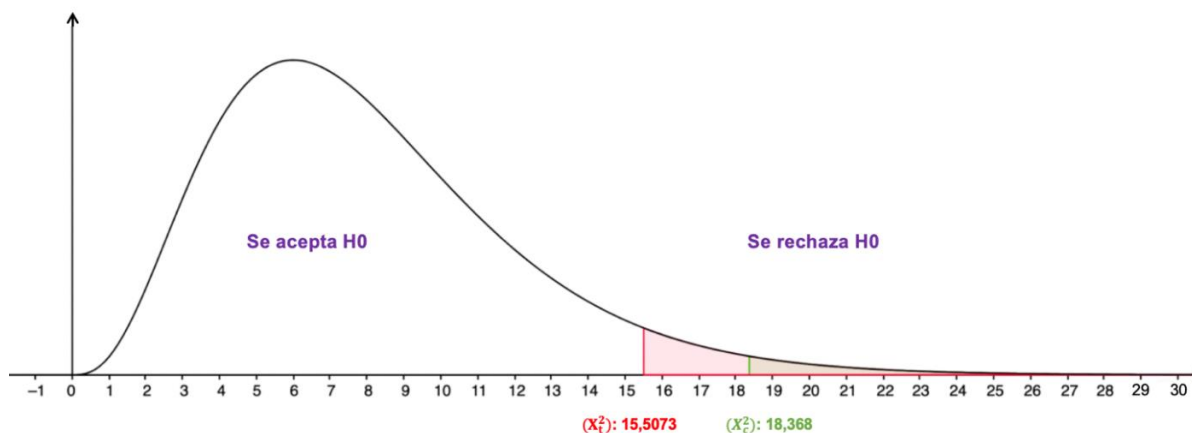
Chi cuadrado calculado (X_c^2): 18,368 ^a

Chi cuadrado teórico (X_c^2): 15,5073 ^a

d) Zona de aceptación de hipótesis

Figura 50

Curva Chi-cuadrado



Regla de decisión

H0: Si $(X_c^2) \leq X$

H1: Si $(X_c^2) \geq X$

Entonces: $18,368 \geq 15,5073$ **Se rechaza H0**

e) Decisión estadística

El análisis estadístico se desarrolló con 8 grados de libertad y el nivel de significancia correspondiente al 5%, de esta manera el Chi-cuadrado calculado obtenido fue de 18,368, el mismo que es mayor al Chi-cuadrado teórico de 15,5073 rechazando la hipótesis nula (H0). En base a lo expuesto la hipótesis alternativa (H1) es aceptada y se establece que la administración presupuestaria incide en la creación de valor de las empresas manufactureras

de la provincia de Cotopaxi reguladas por la Superintendencia de Compañías, valores y seguros en el periodo 2018 – 2021

f) Medidas simétricas

Para el estudio se aplicó el coeficiente V de Cramer que “funciona como una medida de relación estadística basada en Ji cuadrado. Es decir, para hacer una corrección del coeficiente Ji Cuadrado donde se pueda precisar la fuerza de asociación entre dos o más variables” (Isea et al., 2018, p. 1).

De igual forma con respecto a la interpretación correspondiente al coeficiente V de Cramer, Valencia et al. (2014)

Es importante aclarar que en el marco de los estudios de las ciencias sociales se puede interpretar el coeficiente V de Cramer de la siguiente manera: asociación baja ($0.2 < V$ de Cramer ≤ 0.3), asociación media ($0.2 < V$ de Cramer ≤ 0.3); y asociación alta ($0.3 < V$ de Cramer ≤ 1.0), lo cual servirá como referente para interpretar los resultados de la investigación. (p. 254)

Estos coeficientes simétricos permiten tener una escala de valores comprendidos de 0 a 1, en donde: 0 significa que existe una ausencia en la asociación de las variables, y 1 significa que existe una asociación perfecta.

Las medidas simétricas se obtuvieron con el apoyo de la herramienta SPSS, en donde se tomó como referencia la pregunta 17 que hace referencia a la administración presupuestaria y la pregunta 13 que corresponde a la creación de valor.

Tabla 53

SPSS: Medidas simétricas (V de Cramer)

	Valor	Significación aproximada
V de Cramer	0,512	0,019
N de casos válidos	35	

En la tabla 53 se muestra el resultado obtenido del estadístico V de Cramer que corresponde a un valor de 0,512. En base a este resultado se establece que existe un nivel de asociación media. Por lo tanto, al ser un resultado positivo y tener proximidad a 1 se considera que existe relación directa entre la variable dependiente e independiente

g) Medidas de direccionalidad

El estadístico Lambda, fue aplicado como medida de direccionalidad en el estudio, donde Rodríguez y Mora (2001) definen que:

Este estadístico compara el error cometido en la predicción cuando únicamente se consideran los valores de la variable dependiente, y el error cometido en la predicción de ésta a partir del conocimiento de los de la independiente. Su versión asimétrica se interpreta como la proporción en que se reduce el error al predecir los valores de una de las variables (dependiente) a partir de los de la otra (independiente); mientras que la versión simétrica se interpreta como la proporción en la que se reduce el error al predecir los valores de cualquiera de las dos variables a partir de la tabla de contingencia. (p. 11)

Este coeficiente se mantiene en una escala entre 0 y 1, donde 0 significa que la variable independiente no ayuda en la predicción de la variable dependiente, mientras que, 1 significa que la variable independiente si ayuda en la predicción de la variable dependiente.

La medida de direccionalidad Lambda se obtuvo con el apoyo de la herramienta SPSS, en donde se tomó como referencia la pregunta 17 que hace referencia a la administración presupuestaria y la pregunta 13 que corresponde a la creación de valor.

Tabla 54

SPSS: Medidas de direccionalidad (Lambda)

		Valor	Error estándar asint. ^a	T aprox. ^b	Sig. aproximada
	Simétrico	0,189	0,116	1,506	0,132
Lambda	13. ¿Cuál es el principal aspecto que se tiene en cuenta para crear valor en la empresa, en relación a la competencia? dependiente	0,182	0,130	1,295	0,195
	17. ¿Considera que la administración presupuestaria incide en la creación de valor de las empresas manufactureras de la Provincia de Cotopaxi? dependiente	0,200	0,133	1,378	0,168
Tau Goodman y Kruskal	13. ¿Cuál es el principal aspecto que se tiene en cuenta para crear valor en la empresa, en relación a la competencia? dependiente	0,121	0,061		0,036 ^c
	17. ¿Considera que la administración presupuestaria incide en la creación de valor de las empresas manufactureras de la Provincia de Cotopaxi? dependiente	0,233	0,104		0,044 ^c

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

c. Se basa en la aproximación de chi-cuadrado

En la Tabla 54 se expresa el resultado obtenido del coeficiente Lambda con un resultado de 0,189, obtenido mediante la herramienta SPSS. El nivel de asociación entre las variables de estudio es de nivel bajo. Sin embargo, al ser un resultado positivo y encontrarse mayor a 0, se puede decir que la variable independiente si ayuda a predecir la variable dependiente, es decir, si existe relación entre variables.

Capítulo V

Propuesta

Modelo Du Pont para evaluar la rentabilidad y la creación de valor en las empresas Manufactureras de la provincia de Cotopaxi.

Antecedentes de la propuesta

Las empresas manufactureras aportan fuertemente a la economía de la provincia de Cotopaxi, pero por falta de administración durante la época del Covid-19 han sido afectadas por escenarios de riesgo inesperados, por lo cual se han visto en la necesidad de implementar estrategias y herramientas digitales que aporten a la creación de valor en las empresas.

Por tal motivo, la propuesta planteada en el trabajo de investigación pretende ser una herramienta útil para los miembros de la administración, con el fin de que las decisiones futuras sean tomadas bajo el previo conocimiento de la rentabilidad de datos históricos, es decir, que mediante el modelo Du Pont planteado se identifique el nivel de rentabilidad existente en las empresas manufactureras.

Justificación de la Propuesta

Después de la investigación y las respuestas tomadas de las encuestas aplicada a las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi, se ha determinado que existe un bajo nivel de administración presupuestaría y, por lo tanto, un bajo nivel de aplicación de indicadores financieros que aporten a la creación de valor de la organización.

La presente propuesta pretende aportar a la digitalización empresarial con el fin de crear valor, herramienta que permite determinar el nivel de rentabilidad que posee la empresa actualmente y una estimación a futuro para que así prevean riesgos y perdidas inesperadas. Además, permite calcular el Valor Económico Agregado (EVA) el mismo que cuantifica la creación de valor que se ha producido en las empresas durante un determinado período de tiempo.

Objetivos de la Propuesta

Objetivo General

Crear un simulador del sistema Du Pont en el programa Microsoft Excel para las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi, que calcule el valor de una empresa mediante indicadores de rentabilidad, y de esta manera proporcionar una herramienta digital que promueva la correcta administración del presupuesto y la maximización del valor empresarial.

Objetivos Específicos

- Calcular e interpretar los indicadores de rentabilidad (ROA, ROE y ROI) y de creación de valor (EVA) con datos históricos de las empresas, a fin de tener un escenario real de la administración del presupuesto.
- Calcular la efectividad de la administración de las empresas manufactureras según su tamaño, tomando en cuenta los datos de los estados financieros de los años 2018 – 2021, para poder observar el comportamiento de la rentabilidad.
- Crear un escenario a futuro de la rentabilidad de las empresas manufactureras para que realicen una correcta administración del presupuesto y así motiven a la creación de valor empresarial.

Descripción de la propuesta

El modelo de la propuesta se desarrolló en la herramienta Microsoft Excel, se trata de una herramienta fácil de comprender, ayuda a obtener análisis y cálculos a partir de grandes cantidades de datos. La estructura del modelo, se compone por 21 hojas de trabajo, en una de ellas se detallan las instrucciones necesarias para manejar el simulador, seguidamente se aprecia el Modelo Du Pont el cual permite calcular indicadores de rentabilidad, y el cálculo del Valor Económico Agregado (EVA) que permitirá determinar la creación de valor de las empresas manufactureras, contiene 3 secciones, la primera permite obtener resultados de cada

una de las empresas estudiadas, la segunda sección permite obtener resultados según el tamaño de las empresas y la tercera sección permite ingresar nuevos datos a fin de calcular el EVA y la rentabilidad para años futuros.

Figura 51

Portada de la propuesta



La Figura 51 muestra la portada del simulador del modelo Du Pont, la cual se describe el nombre de la institución, el tema de la propuesta y los datos generales de los autores y del tutor.

Figura 52

Instrucciones

REGRESAR **ÍNDICE**

INSTRUCCIONES

Bienvenido

La presente herramienta es un simulador basado en el Modelo Du Pont el cual permite calcular indicadores de rentabilidad, y el cálculo del Valor Económico Agregado (EVA) que permitirá determinar la creación de valor de las empresas manufactureras, contiene 3 secciones, la primera permite obtener resultados de cada una de las empresas estudiadas, la segunda sección permite obtener resultados según el tamaño de las empresas y la tercera sección permite ingresar nuevos datos a fin de calcular el EVA y la rentabilidad para años futuros.

1. Digitar la información necesaria de acuerdo a los Estados Financieros de la empresa.

Las siguientes celdas requieren ingreso de la información de forma manual.

Las siguientes requieren selección en la listas desplegables.

2. El simulador determina automáticamente los resultados de los siguientes Indicadores de Rentabilidad:
 - ROA (*Rentabilidad sobre los activos / Return On Assets*)
 - ROE (*Retorno sobre el Capital / Return On Equity*)
 - ROI (*Retorno de Inversión / Return On Investment*)
 - EVA (*Valor Económico Agregado*)
3. El simulador posee interpretación de los resultados obtenidos de los Indicadores de Rentabilidad y EVA.
4. Además, el simulador posee proyecciones futuras de cada uno de los indicadores mencionados.

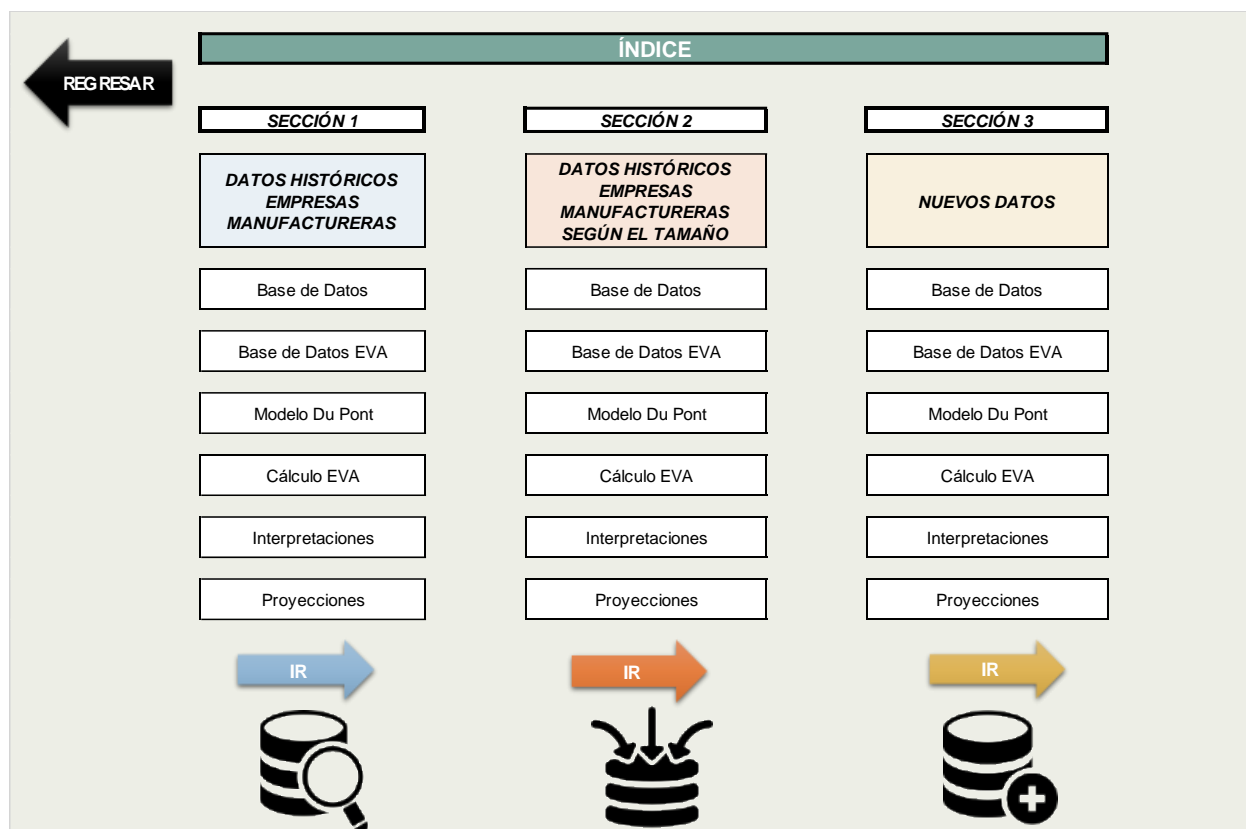
RECUERDA. Guardar los datos por cada año en los cuadro de información, además borrar toda la información para calcular nuevos resultados de diferentes empresas.

NOTA. Para que el simulador proyecte el comportamiento de los indicadores con datos históricos es necesario que en las tres secciones se trabaje con la misma empresa.

En la Figura 52 se observa la hoja de instrucciones necesarias para el uso adecuado del simulador, así mismo, se detallan las celdas en donde el usuario deberá llenar los datos requeridos para que el programa Excel realice los respectivos cálculos.

Figura 53

Índice de contenidos



En la Figura 53 se observa el índice de contenidos que está disponible en el simulador, a fin de que el usuario pueda acceder a cualquier hoja con toda libertad, ya que, cada hoja esta enlazada por un hipervínculo.

Figura 54

Base de datos empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi

BASE DE DATOS EMPRESAS MANUFACTURERAS SEGÚN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS VALORES Y SEGUROS											
SECTOR MANUFACTURERO											
No.	EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE	PROVINCIA	CIU NIVEL 1	Costo de ventas y producción	Gastos operacionales	Gastos financieros y no operacionales	Otros gastos	Participación trabajadores	Impuesto a la renta causado
1	1765	1790140083001	CORPORACION ECUATORIANA DE ALUMINIO S.A. CEDAL	COTOPAXI	C	\$ 48.697.311,00	\$ 9.471.179,00	\$ 2.904.901,00	\$ -	\$ -	\$ 664.708,00
2	2403	591719262001	CALZACUBA CIA. LTDA.	COTOPAXI	C	\$ 237.685,08	\$ 98.864,04	\$ 2.297,63	\$ 38.843,74	\$ 2.058,79	\$ 3.001,16
3	7210	590028665001	AGLOMERADOS COTOPAXI SOCIEDAD ANONIMA	COTOPAXI	C	\$ 40.421.439,92	\$ 7.372.992,52	\$ 616.495,32	\$ 6.731.742,05	\$ -164.663,84	\$ 795.956,60
4	7748	590033286001	MOLINOS POULTIER S.A.	COTOPAXI	C	\$ 9.070.629,09	\$ 1.433.595,36	\$ 7.728,88	\$ 2.221.452,76	\$ 25.303,19	\$ 136.570,27
5	8360	590038601001	NOVACERO S.A.	COTOPAXI	C	\$ 253.215.132,68	\$ 48.731.455,42	\$ 9.255.198,17	\$ -	\$ 584.488,72	\$ 2.538.803,30
6	13178	590008478001	LA FINCA CIA. LTDA.	COTOPAXI	C	\$ 2.814.160,11	\$ 9.978,21	\$ 110,23	\$ 262.509,80	\$ 10.323,18	\$ 13.648,14
7	17434	590045594001	MOLINOS OROBLANCO CIA. LTDA.	COTOPAXI	C	\$ 428.249,09	\$ 167.657,29	\$ -	\$ 71.221,65	\$ -	\$ 2.013,89
8	46427	1790971937001	PROVEFRUT S.A.	COTOPAXI	C	\$ 56.331.460,00	\$ 4.220.489,20	\$ 495.532,88	\$ 4.600.135,92	\$ -	\$ -
9	46999	590055328001	FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	COTOPAXI	C	\$ 1.058.864,25	\$ 427.366,72	\$ 70.730,99	\$ 277.526,15	\$ 3.112,80	\$ 40.608,43
10	52894	1791293363001	CARNIDEM CIA. LTDA.	COTOPAXI	C	\$ 2.454.314,17	\$ 55.977,04	\$ 16.956,62	\$ 224.628,06	\$ 29.689,73	\$ 42.060,45
11	60504	992668008001	ECUHOUSE S.A.	COTOPAXI	C	\$ 460.765,29	\$ 94.371,94	\$ 4.054,82	\$ 44.788,06	\$ -	\$ -
12	61019	1792268109001	STEELESTRUCTURAS CIA. LTDA.	COTOPAXI	C	\$ -	\$ 347.398,72	\$ 737,77	\$ 1.387.892,91	\$ 19.155,25	\$ 30.393,00
13	62018	591720856001	SIMEN SOLUCIONES INDUSTRIALES MECANICO, ELECTRICO	COTOPAXI	C	\$ 35.995,58	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 154,47	\$ 192,58
14	87599	590060933001	INDUCERO INDUSTRIA DE ACERO DEL ECUADOR CIA. LTDA.	COTOPAXI	C	\$ 2.908.884,66	\$ 224.338,62	\$ 76.012,21	\$ 136.106,59	\$ 69.570,76	\$ 106.620,26
15	94642	1791880501001	PASTEURIZADORA EL RANCHITO CIA. LTDA.	COTOPAXI	C	\$ 14.572.525,60	\$ 487.842,23	\$ 69.338,67	\$ 2.518.627,55	\$ 34.171,21	\$ 65.028,92
16	96740	1792139228001	COMPAÑIA ALIMENTICIA AGUA SANTA ALIAGUASANTA CIA. LT	COTOPAXI	C	\$ 1.846.058,42	\$ 108.413,99	\$ 28.685,26	\$ 183.754,09	\$ 3.937,30	\$ 2.072,77
17	102482	992144009001	ABELLITO S.A.	COTOPAXI	C	\$ 371.267,37	\$ 119.296,57	\$ 121,19	\$ 56.750,17	\$ 353,37	\$ 442,46
18	138203	1792310105001	PULPA MOLDEADA S.A. PULPAMOL	COTOPAXI	C	\$ 560.734,97	\$ 52.663,98	\$ 6.953,85	\$ 209.459,78	\$ 4.983,49	\$ 6.212,75
19	138689	591722301001	DLP INDUSTRIAL DLPINDUSTRIAL S.A.	COTOPAXI	C	\$ 959.167,27	\$ 442.436,96	\$ 17.771,71	\$ 180.205,67	\$ -	\$ -
20	143855	591723588001	PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LOS HELADOS DE	COTOPAXI	C	\$ 560.894,25	\$ 62.012,79	\$ 7.322,54	\$ 269.203,42	\$ 10.211,43	\$ 14.476,28
21	165160	591725319001	INDUSTRIA DE LICORES ECUATORIANOS LICOREC S.A.	COTOPAXI	C	\$ 2.889.194,68	\$ 195.611,49	\$ -	\$ 481.496,07	\$ 37.980,50	\$ 61.781,29
22	170344	591726498001	COMPAÑIA PROCESADORA DE ALIMENTOS BALANCEADOS BE	COTOPAXI	C	\$ 313.910,55	\$ 66.503,22	\$ -	\$ -	\$ 216,92	\$ 270,43
23	176669	591728792001	CONSTRUCCIONES ULLOA CIA. LTDA.	COTOPAXI	C	\$ 1.182.020,27	\$ 125.703,27	\$ 18.428,47	\$ 71.103,66	\$ 5.175,58	\$ 16.010,75
24	177449	591728911001	ALIMENTOS SALUDABLES ECUADOR ECUALIMFOOD S.A.	COTOPAXI	C	\$ 1.347.323,03	\$ 100.693,40	\$ 5.338,49	\$ 539.841,64	\$ 21.750,38	\$ 27.186,65
25	182981	591730665001	"MONARCA" CIA. LTDA.	COTOPAXI	C	\$ 9.966,94	\$ 557,85	\$ -	\$ 207,94	\$ -	\$ 77,79
26	183490	591730762001	PROCESADORA DE ALIMENTOS LAPICANTINA S.A.	COTOPAXI	C	\$ 363.069,26	\$ 14.154,52	\$ -	\$ 82.949,41	\$ 740,68	\$ 1.097,55
27	700883	591731076001	PROCESADORA DE NEUMÁTICOS COTOPAXI PRONEUMACOS	COTOPAXI	C	\$ 144.961,12	\$ 18.084,94	\$ -	\$ 216.427,35	\$ 3.367,29	\$ 17.106,67
28	701059	591731157001	CONSTRUCCIONES FERROPAXI S.A.	COTOPAXI	C	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 263,08	\$ -	\$ 76,29
29	702815	190413438001	HILOS Y TEXTILES INDUSTRIALES COTOPAXI HITEXINCO CIA.I	COTOPAXI	C	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 472,95	\$ -	\$ -
30	705135	591733826001	INDUSTRIA PLASTICA ITALO ECUATORIANA INDUPIE S.A.	COTOPAXI	C	\$ 16.854,24	\$ 15.629,90	\$ -	\$ 26.077,89	\$ -	\$ -
31	706798	591735187001	ABINTRA S.A.	COTOPAXI	C	\$ -	\$ 4.407,63	\$ -	\$ 9.428,82	\$ 38,82	\$ 48,40
32	711648	1792751802001	COMPANY BY SHIGRA SHIGRACOM CIA.LTDA.	COTOPAXI	C	\$ 44.143,79	\$ 21.510,15	\$ -	\$ 9.830,80	\$ -	\$ -
33	711900	591739204001	FABRICACION, COMERCIALIZACION DE POSTES DE HORMIG	COTOPAXI	C	\$ 755.950,42	\$ 30.268,88	\$ 2.842,00	\$ 95.719,63	\$ 6.297,00	\$ 7.850,26
34	714675	591741268001	LADY SPORT LADYSPO RTS S.A.	COTOPAXI	C	\$ 1.416.384,89	\$ 185.910,91	\$ 5.968,74	\$ 147.295,52	\$ 6.145,15	\$ 8.705,62
35	717267	1792859832001	PRODUCTORA COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA HELAC	COTOPAXI	C	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

En la Figura 54 se puede observar la hoja de la base de datos recolectados de los Estados Financieros de las 35 empresas manufactureras seleccionadas, presentados en la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros en los periodos 2018 – 2021.

Figura 55

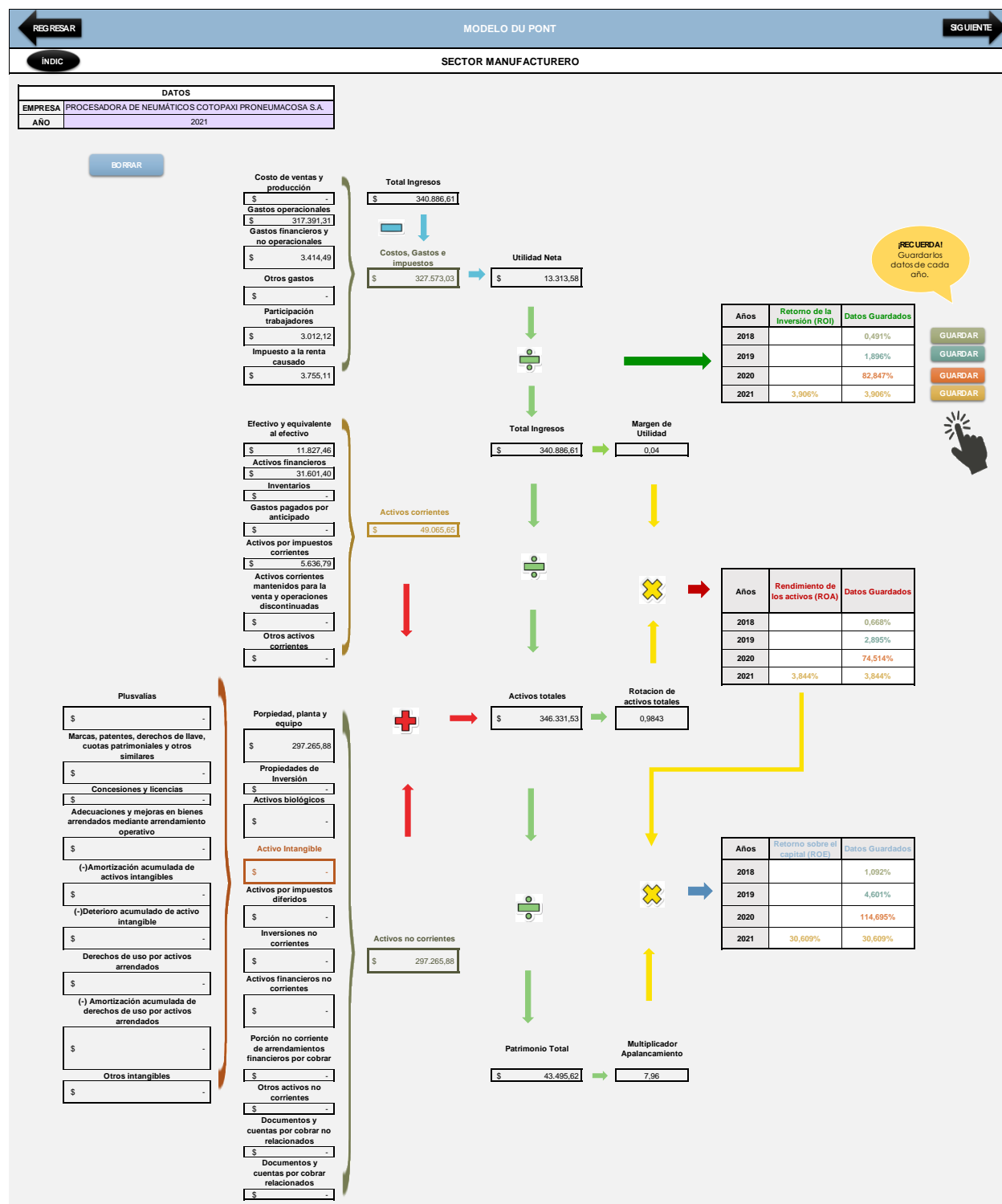
Base de datos cálculo del Valor Económico Agregado (EVA)

BASE DE DATOS CÁLCULO VALOR ECONÓMICO AGREGADO (EVA)												
EMPRESAS MANUFACTURERA												
No.	EXPEDIENTE	RUC	NOMBRE	PROVINCIA	CIU NIVEL 1	ACTIVO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE	Tasa Impositiva (Tc)	CAPITAL DE TRABAJO	ACTIVO FIJO NETO	CAPITAL INVERTIDO	Total Ingresos
1	1765	1790140083001	CORPORACION ECUATORIANA DE ALUMINIO S.A. CEI	COTOPAXI	C	\$ 41.374.062,00	\$ 25.720.374,00	25%	\$ 15.653.688,00	\$ 47.638.253,00	\$ 63.291.941,00	\$ 60.600.865,00
2	2403	591719262001	CALZACUBA CIA. LTDA.	COTOPAXI	C	\$ 945.986,61	\$ 111.815,63	25%	\$ 234.170,98	\$ 21.765,68	\$ 255.936,66	\$ 391.415,78
3	7210	590028665001	AGLOMERADOS COTOPAXI SOCIEDAD ANONIMA	COTOPAXI	C	\$ 28.478.397,69	\$ 17.700.831,99	25%	\$ 10.777.565,70	\$ 72.334.978,42	\$ 83.112.544,12	\$ 56.110.023,36
4	7748	590033286001	MOLINOS POULTIER S.A.	COTOPAXI	C	\$ 8.249.870,21	\$ 1.657.209,87	25%	\$ 6.592.660,34	\$ 2.459.224,15	\$ 9.051.884,49	\$ 12.902.094,00
5	8360	590038601001	NOVACERO S.A.	COTOPAXI	C	\$ 162.756.665,43	\$ 126.092.756,35	25%	\$ 36.663.909,08	\$ 130.530.424,98	\$ 167.194.334,06	\$ 315.098.367,72
6	13178	590008478001	LA FINCA CIA. LTDA.	COTOPAXI	C	\$ 440.512,71	\$ 528.325,17	25%	\$ 87.812,46	\$ 350.602,28	\$ 262.789,82	\$ 3.155.579,53
7	17434	590045594001	MOLINOS OROBLANCO CIA. LTDA.	COTOPAXI	C	\$ 138.208,54	\$ 8.468,93	25%	\$ 129.739,61	\$ 47.418,93	\$ 177.158,54	\$ 659.478,46
8	46427	1790971937001	PROVEFRUIT S.A.	COTOPAXI	C	\$ 27.477.746,00	\$ 9.314.425,80	25%	\$ 18.163.320,20	\$ 25.491.922,00	\$ 43.655.242,20	\$ 74.033.415,77
9	46999	590055328001	FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	COTOPAXI	C	\$ 543.059,52	\$ 518.930,46	25%	\$ 24.129,06	\$ 1.545.935,25	\$ 1.569.864,31	\$ 1.855.240,08
10	52894	1791293363001	CARNIDEM CIA. LTDA.	COTOPAXI	C	\$ 533.600,35	\$ 322.032,93	25%	\$ 211.567,42	\$ 641.596,49	\$ 853.163,91	\$ 2.949.807,42
11	60504	992668008001	EQUHOUSE S.A.	COTOPAXI	C	\$ 152.605,36	\$ 267.071,96	25%	\$ 114.466,60	\$ 326.753,23	\$ 212.286,63	\$ 512.342,34
12	61019	1792268109001	STEELESTRUCTURAS CIA. LTDA.	COTOPAXI	C	\$ 269.007,00	\$ 209.725,60	25%	\$ 59.281,40	\$ 752.755,75	\$ 812.037,15	\$ 1.863.731,09
13	62018	591720856001	SIMEN SOLUCIONES INDUSTRIALES MECANICO, ELEC	COTOPAXI	C	\$ 27.263,42	\$ 17.913,93	25%	\$ 9.349,49	\$ 4.044,98	\$ 13.394,47	\$ 36.125,41
14	87599	590060933001	INDUACERO INDUSTRIA DE ACERO DEL ECUADOR CI	COTOPAXI	C	\$ 2.475.389,14	\$ 1.470.989,90	25%	\$ 1.004.399,24	\$ 1.355.739,39	\$ 2.360.138,63	\$ 3.809.147,14
15	94642	1791880501001	PASTEURIZADORA EL RANCHITO CIA. LTDA.	COTOPAXI	C	\$ 2.300.668,99	\$ 1.962.839,29	25%	\$ 337.829,70	\$ 4.354.404,44	\$ 4.692.270,14	\$ 17.876.142,20
16	96740	1792139228001	COMPAÑIA ALIMENTICIA AGUA SANTA ALIAGUASANTI	COTOPAXI	C	\$ 386.512,73	\$ 335.782,99	25%	\$ 50.729,74	\$ 2.100.078,78	\$ 2.150.808,52	\$ 2.193.160,44
17	102482	992144009001	ABELLITO S.A.	COTOPAXI	C	\$ 77.621,13	\$ 50.370,61	25%	\$ 27.250,52	\$ 2.495,35	\$ 29.745,87	\$ 549.791,14
18	138203	1792310105001	PULPA MOLDEADA S.A. PULPAMOL	COTOPAXI	C	\$ 106.073,11	\$ 207.857,05	25%	\$ 101.783,94	\$ 682.800,93	\$ 581.016,99	\$ 863.035,84
19	138689	591722301001	DLP INDUSTRIAL DLPINDUSTRIAL S.A.	COTOPAXI	C	\$ 420.696,71	\$ 817.534,70	25%	\$ 396.837,99	\$ 1.343.165,27	\$ 946.327,28	\$ 1.401.525,49
20	143855	591723588001	PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LOS HELAC	COTOPAXI	C	\$ 256.123,91	\$ 176.365,37	25%	\$ 79.764,54	\$ 633.148,64	\$ 712.913,18	\$ 973.503,79
21	165160	591725319001	INDUSTRIA DE LICORES ECUATORIANOS LICOREG S.	COTOPAXI	C	\$ 6.145.323,31	\$ 176.365,37	25%	\$ 5.968.957,94	\$ 4.420.131,20	\$ 10.389.089,14	\$ 3.767.880,07
22	170344	591726498001	COMPAÑIA PROCESADORA DE ALIMENTOS BALANCE	COTOPAXI	C	\$ 10.025,31	\$ 178.017,35	25%	\$ 167.992,04	\$ 42.758,90	\$ 125.233,14	\$ 381.859,90
23	176669	591728792001	CONSTRUCCIONES ULLOA CIA. LTDA.	COTOPAXI	C	\$ 1.001.197,12	\$ 625.646,33	25%	\$ 375.550,79	\$ 213.403,70	\$ 588.954,49	\$ 1.431.919,30
24	177449	591728911001	ALIMENTOS SALUDABLES ECUADOR ECUALIMFOOD	COTOPAXI	C	\$ 302.153,16	\$ 816.537,13	25%	\$ 514.383,97	\$ 1.038.635,51	\$ 524.251,54	\$ 2.138.199,06
25	182981	591730665001	MONARCA CIA. LTDA.	COTOPAXI	C	\$ 14.524,49	\$ 1.707,48	25%	\$ 12.817,01	\$ 5.528,42	\$ 18.345,43	\$ 11.086,32
26	183490	591730762001	PROCESADORA DE ALIMENTOS LAPICANTINA S.A.	COTOPAXI	C	\$ 240.109,05	\$ 417.905,07	25%	\$ 177.796,02	\$ 210.202,24	\$ 32.406,22	\$ 465.111,06
27	700883	591731076001	PROCESADORA DE NEUMÁTICOS COTOPAXI PRONEI	COTOPAXI	C	\$ 90.057,58	\$ 113.027,35	25%	\$ 22.969,77	\$ 205.369,98	\$ 182.400,21	\$ 401.922,01
28	701059	591731157001	CONSTRUCCIONES FERROPAXI S.A.	COTOPAXI	C	\$ 52,88	\$ 48,59	25%	\$ 4,29	\$ -	\$ 4,29	\$ 1.553,39
29	702815	190413438001	HILOS Y TEXTILES INDUSTRIALES COTOPAXI HITEXIN	COTOPAXI	C	\$ 10.047,79	\$ 529,67	25%	\$ 9.518,12	\$ -	\$ 9.518,12	\$ -
30	705135	591733826001	INDUSTRIA PLASTICA ITALO ECUATORIANA INDUPIE	COTOPAXI	C	\$ 16.575,18	\$ 69.284,79	25%	\$ 52.709,61	\$ 53.527,63	\$ 818,02	\$ 57.471,13
31	706798	591735187001	ABINTRA S.A.	COTOPAXI	C	\$ 14.565,25	\$ 13.229,01	25%	\$ 1.336,24	\$ -	\$ 1.336,24	\$ 14.095,26
32	711648	1792751802001	COMPANY BY SHIGRA SHIGRACOM CIALTDA.	COTOPAXI	C	\$ 22.151,00	\$ 60.275,46	25%	\$ 38.124,46	\$ 20.247,42	\$ 17.877,04	\$ 63.310,65
33	711900	591739204001	FABRICACION, COMERCIALIZACION DE POSTES DE H	COTOPAXI	C	\$ 197.382,23	\$ 154.573,16	25%	\$ 42.809,07	\$ 122.179,38	\$ 164.988,45	\$ 926.760,91
34	714675	591741268001	LADY SPORT LADYSPORTS S.A.	COTOPAXI	C	\$ 246.771,76	\$ 175.450,57	25%	\$ 71.321,19	\$ -	\$ 71.321,19	\$ 1.796.527,69
35	717267	1792859832001	PRODUCTORA COMERCIALIZADORA Y EXPORTADOR	COTOPAXI	C	\$ -	\$ -	25%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

La Figura 55 muestra la base de datos recolectados para el cálculo del EVA de cada una de las empresas manufactureras en los periodos 2018 – 2021.

Figura 56

Modelo Dupont



En la Figura 56 se puede observar el Modelo Du Pont diseñado para el cálculo de los indicadores de rentabilidad (ROA, ROE y ROI), con el cual podemos obtener resultados ya sea con datos históricos o nuevos datos de cada una y por tamaño de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi.

Figura 57

Cálculo del EVA

← REGRESAR
CÁLCULO DEL VALOR ECONÓMICO AGREGADO (EVA)
→ SIGUIENTE

ÍNDIC
SECTOR MANUFACTURERO

DATOS	
EMPRESA	PROCESADORA DE NEUMÁTICOS COTOPAXI PRONEUMACO
AÑO	2021

BORRAR

Return on Invested Capital / Rendimiento del capital invertido (ROIC)

0,41

↓

Coste Promedio Ponderado del Capital (WACC)

\$ 0,07

×

\$ 43.495,62

→

Años	Valor Económico Agrgado (EVA)	Datos Guardados
2018		\$ 162.315,92
2019		-\$ 8.515,87
2020		\$ 128.686,17
2021	\$ 14.753,10	\$ 14.753,10

GUARDAR
GUARDAR
GUARDAR
GUARDAR

¡RECUERDA!

Guardar los datos de cada año.

El la Figura 57 se puede apreciar el cálculo del Valor Económico Agregado (EVA), de cada una y del conjunto por tamaño de empresas manufactureras en los periodos 2018 – 2021.

Figura 58

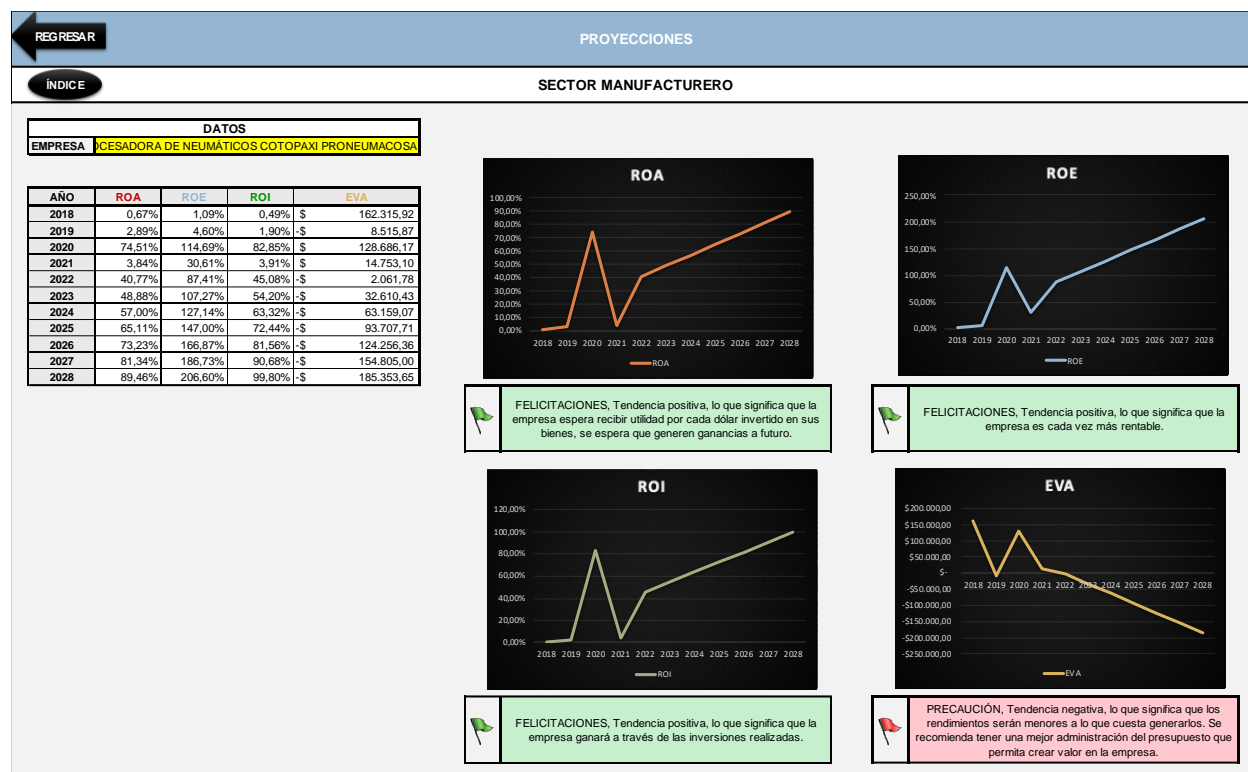
Interpretación indicadores de rentabilidad y EVA

REGRESAR		INDICADORES DE RENTABILIDAD				SIGUIENTE	
ÍNDICE		INTERPRETACIÓN					
DATOS							
EMPRESA	PROCESADORA DE NEUMÁTICOS COTOPAXI PRONEUM						
AÑO	ROA	ROE	ROI	EVA			
2018	0,67%	1,09%	0,49%	\$ 162.315,92			
2019	2,89%	4,60%	1,90%	-\$ 8.515,87			
2020	74,51%	114,69%	82,85%	\$ 128.686,17			
2021	3,84%	30,61%	3,91%	\$ 14.753,10			
ROE			ROA				
AÑO	ROE		ROA	INTERPRETACIÓN			
2018	1,09%	>	0,67%	Crece la rentabilidad financiera porque parte del activo se financia con deuda.			
2019	4,60%	>	2,89%	Crece la rentabilidad financiera porque parte del activo se financia con deuda.			
2020	114,69%	>	74,51%	Crece la rentabilidad financiera porque parte del activo se financia con deuda.			
2021	30,61%	>	3,84%	Crece la rentabilidad financiera porque parte del activo se financia con deuda.			
ROI							
AÑO	ROI	INTERPRETACIÓN					
2018	0,49%	Positivo, la inversión es rentable y se esta gando dinero.	Entonces, por cada \$1,00 invertido la empresa esta ganando:			\$0,00	
2019	1,90%	Positivo, la inversión es rentable y se esta gando dinero.	Entonces, por cada \$1,00 invertido la empresa esta ganando:			\$0,02	
2020	82,85%	Positivo, la inversión es rentable y se esta gando dinero.	Entonces, por cada \$1,00 invertido la empresa esta ganando:			\$0,83	
2021	3,91%	Positivo, la inversión es rentable y se esta gando dinero.	Entonces, por cada \$1,00 invertido la empresa esta ganando:			\$0,04	
EVA							
AÑO	EVA	INTERPRETACIÓN					
2018	\$ 162.315,92	Positivo, la compañía crea valor ha generado una rentabilidad mayor al costo de los recursos empleados para los accionistas.					
2019	-\$ 8.515,87	Negativo, la rentabilidad de la empresa no alcanza para cubrir el costo de capital, la riqueza de los accionistas sufre un decremento, destruye valor.					
2020	\$ 128.686,17	Positivo, la compañía crea valor ha generado una rentabilidad mayor al costo de los recursos empleados para los accionistas.					
2021	\$ 14.753,10	Positivo, la compañía crea valor ha generado una rentabilidad mayor al costo de los recursos empleados para los accionistas.					

La Figura 58 muestra las interpretaciones detalladas de los indicadores de rentabilidad y del EVA, para determinar qué tan rentable es la empresa y así poder tomar medidas para una correcta administración.

Figura 59

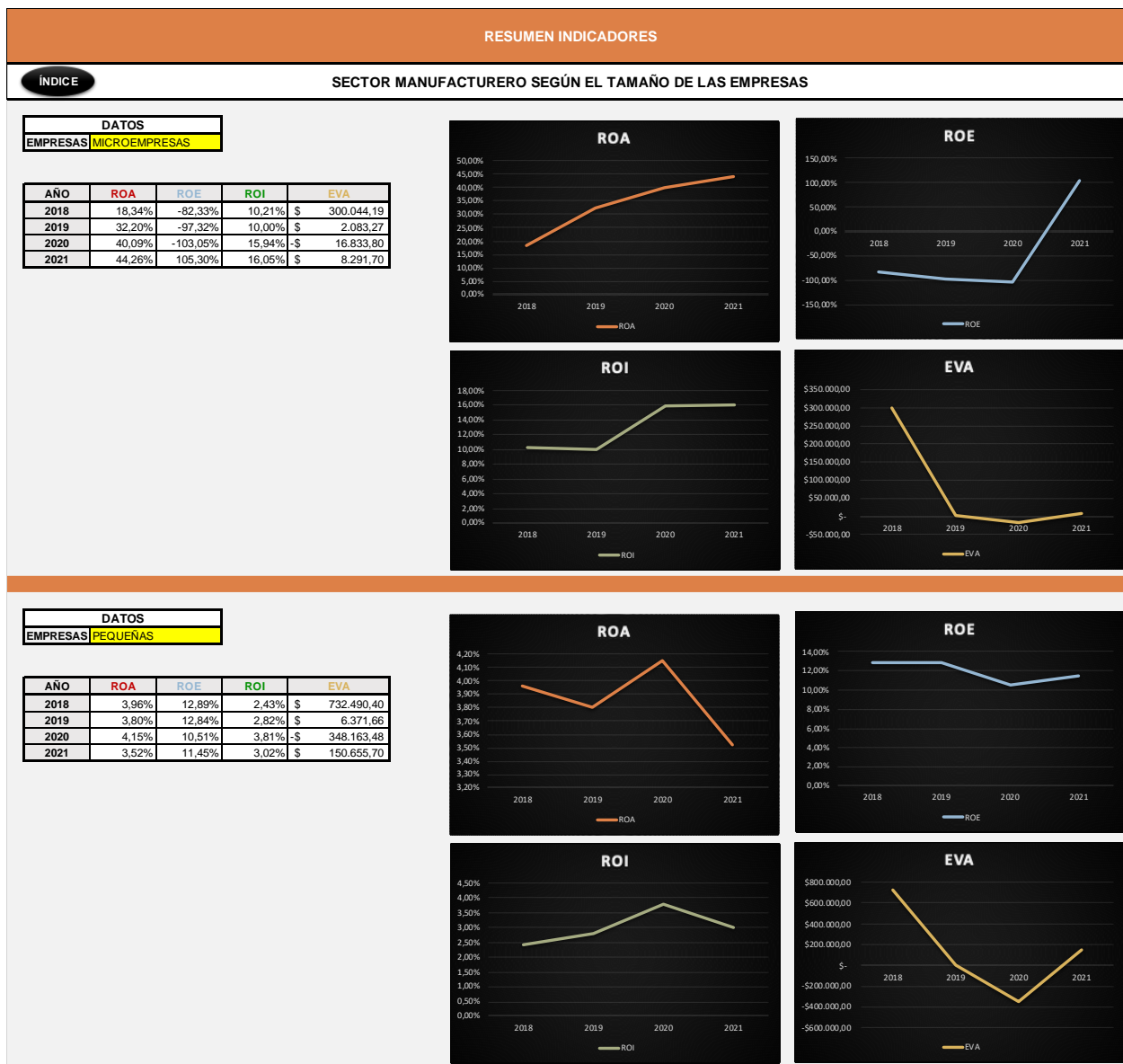
Proyecciones estimadas



En la Figura 59 se puede observar gráficas de proyecciones estimadas a futuro de los diferentes indicadores con sus respectivas interpretaciones, con el fin de tomar medidas para la correcta toma de decisiones para crear valor empresarial.

Figura 60

Resumen de indicadores de las empresas según el tamaño



La Figura 60 muestra un resumen del comportamiento de los indicadores de rentabilidad y el EVA de las empresas manufactureras según su tamaño durante los periodos estudiados.

Figura 61

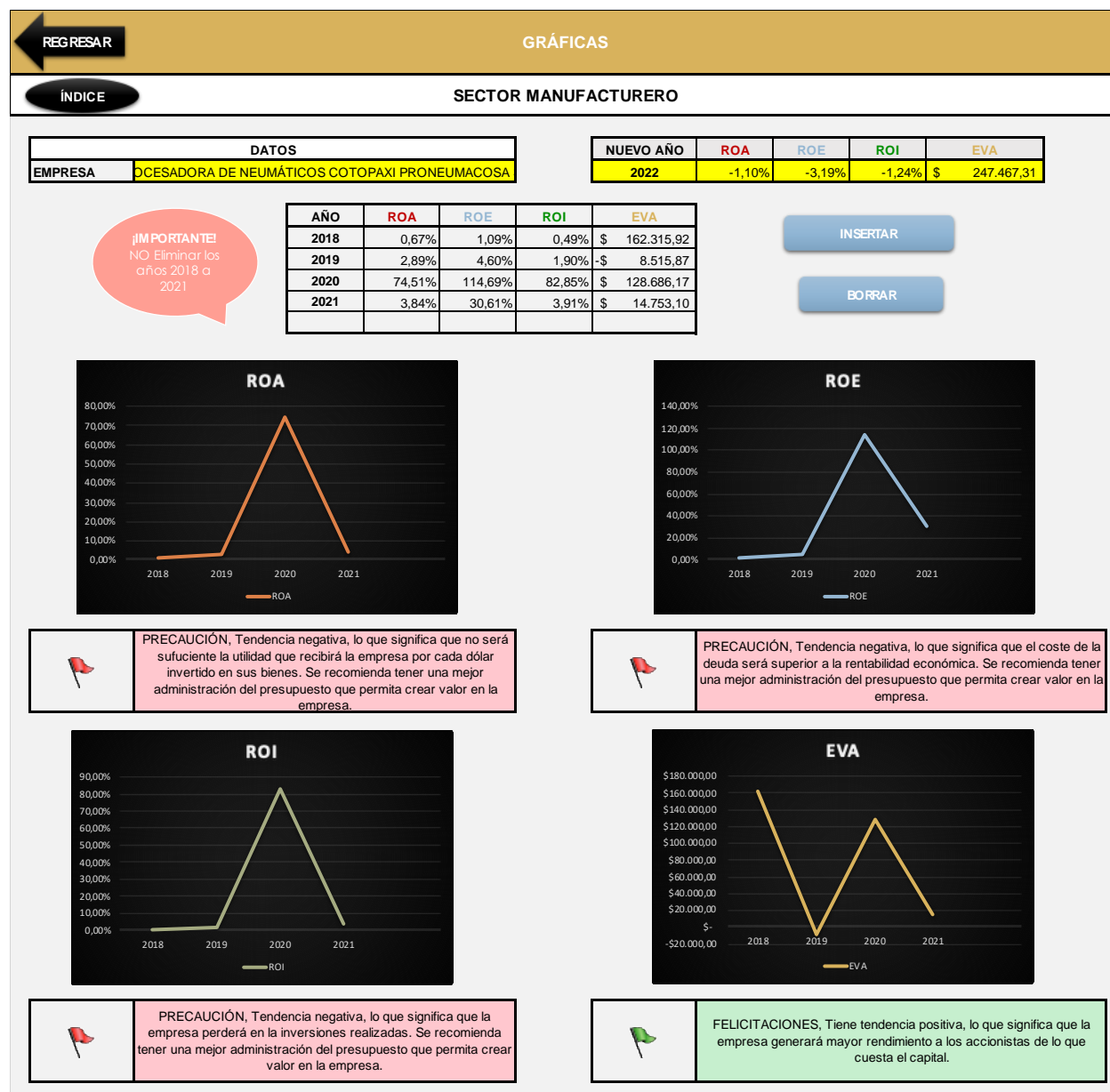
Entrada de nuevos datos

ÍNDICE		ENTRADA DE DATOS - MODELO DU PONT		SGUIENTE
NUEVO PERIODOS				
DATOS				
NOMBRE DE LA EMPRESA	ROCESADORA DE NEUMÁTICOS COTOPAXI PRONEUMACOSA S.A.			BORRAR
AÑO	2022			
CUENTAS		DATOS		
Costo de ventas y producción		\$	1.058.864,25	
Gastos operacionales		\$	427.366,72	
Gastos financieros y no operacionales		\$	70.730,99	
Otros gastos		\$	277.526,15	
Participación trabajadores		\$	3.112,80	
Impuesto a la renta causado		\$	40.608,43	
Efectivo y equivalente al efectivo		\$	53.706,21	
Activos financieros		\$	147.360,50	
Inventarios		\$	299.103,06	
Gastos pagados por anticipado		\$	11.147,50	
Activos por impuestos corrientes		\$	31.742,25	
Activos no corrientes mantenidos para la venta y operaciones discontinuadas		\$	-	
Otros activos corrientes		\$	-	
Propiedad, plata y equipo		\$	1.481.454,26	
Propiedades de inversión		\$	-	
Activos biológicos		\$	-	
Activo intangible	Plusvalías	\$	-	
	Marcas, patentes, derechos de llave, cuotas patrimoniales y otros similares	\$	-	
	Concesiones y licencias	\$	-	
	Adecuaciones y mejoras en bienes arrendados mediante arrendamiento operativo	\$	-	
	(-) Amortización acumulada de activos intangibles	\$	-	
	(-) Deterioro acumulado de activo intangible	\$	-	
	Derechos de uso por activos arrendados	\$	-	
	(-) Amortización acumulada de derechos de uso por activos arrendados	\$	-	
Otros intangibles		\$	-	
Activos por impuestos diferidos		\$	10.981,00	
Inversiones no corrientes		\$	-	
Activos financieros no corrientes		\$	-	
Porción no corriente de arrendamientos financieros por cobrar		\$	-	
Otros activos no corrientes		\$	53.099,99	
Documentos y cuentas por cobrar no relacionados		\$	-	
Documentos y cuentas por cobrar relacionados		\$	-	
Total Ingresos		\$	1.855.240,08	
Patrimonio Total		\$	718.985,05	

En la Figura 61 se puede apreciar la hoja de Excel para entrada de nuevos datos de futuros años y así poder calcular los indicadores de rentabilidad con ayuda del sistema Du Pont y el Valor Económico Agregado (EVA) que contiene el simulador, para así aportar a la administración del presupuesto de cada una de las empresas.

Figura 62

Proyecciones reales



En la Figura 62 se muestra un ejemplo de las proyecciones de la rentabilidad en periodos futuros con interpretaciones y recomendaciones de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi.

Capítulo VI

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

- La administración presupuestaria es una herramienta importante en las empresas, puesto que permite programar, organizar, dirigir y controlar el destino de los recursos resultantes de las actividades del negocio, en base a las metas planteadas inicialmente por la organización, y su respectivo cumplimiento en un periodo determinado de tiempo. Adicionalmente, la creación de valor mide la capacidad con la que cuentan las empresas para generar utilidades, en base a la competitividad, productividad, capacidad de desarrollo y supervivencia e inversiones, y se puede cuantificar con medidas financieras.
- El diagnóstico financiero efectuado a partir del cálculo de indicadores de acuerdo al tamaño de las empresas manufactureras en el periodo 2018-2021, permitió identificar que las empresas contaron con niveles favorables de liquidez, sin embargo, las micro y pequeñas empresas presentaron altos índices de endeudamiento, poniendo en riesgo su solvencia. Además, se consiguió evaluar que, durante los años de pandemia, los indicadores presentaron tendencias decrecientes, incentivando la implementación de estrategias como la innovación e inversión en intangibles que impulsen el desarrollo eficiente de la producción y el crecimiento en ventas, tomando en consideración la adecuada administración de recursos económicos, reduciendo los costos y gastos que garanticen la solvencia financiera de las industrias.
- Las encuestas aplicadas a 35 empresas manufactureras, reflejan que la administración presupuestaria es de baja aplicación, debido a que los rubros de ingresos, gastos, inversiones y financiamiento, son manejados en base a proyecciones y no de presupuestos. Por otra parte, la creación de valor empresarial se fundamenta en la

satisfacción y lealtad al cliente como principal generador de valor, acompañado de inversión en activos intangibles que favorecen el crecimiento y competencia en el mercado digital. Finalmente, la ausencia de fondos de liquidez y la administración presupuestaria desordenada implica que los recursos no sean destinados de manera prioritaria y estratégica, afectando a la maximización de riqueza, y también por la debilidad en el cálculo de indicadores de rentabilidad y de medición de valor.

- Mediante la aplicación de instrumentos estadísticos, herramientas de recolección de información e investigaciones bibliográficas, se puede concluir que la administración presupuestaria incide en la creación de valor de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi en el periodo 2018-2021.
- Finalmente, se diseñó un simulador basado en el modelo Du Pont, el cual es un sistema que permite calcular la rentabilidad de las empresas manufactureras, con el fin de contribuir a la administración correcta del presupuesto para una mejor toma de decisiones tanto económicas como financieras, incluyendo el cálculo del Valor Económico Agregado para el conocimiento de la creación de valor, y como guía para la implementación de estrategias que favorezcan el crecimiento empresarial.

Recomendaciones

- Se recomienda mantenerse actualizados acerca de los conceptos relacionados a la elaboración de presupuestos, y a la creación de valor, con el fin de mantener una administración ordenada que optimice el uso de recursos y favorezca a la maximización de utilidades, y permita implementar estrategias de producción, desarrollo y competitividad en el mercado actual.
- Se sugiere a los gerentes y administradores de las empresas manufactureras mantener actualizado a tiempo los informes económicos y financieros, de igual manera conservar un control de la información autorizada en los portales digitales, con el fin de informar la situación real en las organizaciones y evitar cálculos inciertos de los índices financieros.
- Se propone que las empresas establezcan políticas de elaboración de presupuestos que garantice la designación adecuada de recursos económicos y adopten estrategias de creación de valor en base a la inversión en innovación.
- Se recomienda al personal administrativo y financiero de las empresas manufactureras de la provincia de Cotopaxi aplicar el simulador del modelo Du Pont con la finalidad de identificar la rentabilidad de sus activos, ingresos y patrimonio y así mismo el nivel de creación de valor dentro de la empresa.

Bibliografía

- Agüero, J. O. (2007). Teoría de la administración: Un campo fragmentado y multifacético. *Visión de futuro*, 7(1), 93-122.
- Ahumada Tello, E., & Perusquia Velasco, J. M. A. (2015). *Inteligencia de negocios: Estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica | Elsevier Enhanced Reader*. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.09.006>
- Alpuche de la Cruz, E., & Leines Cortez, L. L. (2017). La Teoría de los Stakeholders: Un análisis centrado en los grupos dentro de la organización y propuesta de un nuevo grupo. *Pensamiento Crítico. Revista de Investigación Multidisciplinaria*, 4(6), 21-34.
- Arias Gómez, J., Villasís Keever, M. Á., & Miranda Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: La población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. <https://doi.org/10.29262/ram.v63i2.181>
- Arrarte Mera, R. A. (2005). ¿MAXIMIZACIÓN DE UTILIDADES O INCREMENTO DEL VALOR DEL ACCIONISTA? *Quipukamayoc*, 12(24), 41-43. <https://doi.org/10.15381/quipu.v12i24.5438>
- Asamblea Nacional República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Bárcena, A., Cimoli, M., García-Buchaca, R., Titelman, D., & Shaw, S. (2021). *ESTUDIO ECONOMICO DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE 2021: Dinamica laboral y politicas de empleo... para una recuperacion sostenible e inclusiva mas a*. UNITED NATIONS.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (3.ª ed.). PEARSON EDUCACIÓN. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

- Boletín de Política Económica*. (2018). Ranking de Compañías Sector Manufacturero Ecuatoriano. <https://www.cip.org.ec/wp-content/uploads/2018/09/Ranking-de-Companias-Sector-Manufacturero-Ecuatoriano-esp%C3%B1ol.pdf>
- Bonmatí Martínez, J. (2011). *El valor de una empresa y la creación de valor en esa empresa*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3816159.pdf>
- Brume González, M. J. (2019). *ESTRUCTURA-ORGANIZACIONAL*. Institución Universitaria Itsa. <https://www.itsa.edu.co/docs/ESTRUCTURA-ORGANIZACIONAL.pdf>
- Buenrostro Mercado, H. E., & Hernández Eguiarte, M. del C. (2019). La incorporación de las TIC en las empresas. Factores de la brecha digital en las Mipymes de Aguascalientes. *Economía Teoría y Práctica*, 50. <https://doi.org/10.24275/ETYPUAM/NE/502019/Buenrostro>
- Burbano Ruíz, J. E. (2015). *PRESUPUESTOS: Enfoque de gestión, planeación y control de recursos* (3.ª ed.). <https://catedrafinancierags.files.wordpress.com/2015/03/burbano-presupuestos-enfoque-de-gestic3b3n.pdf>
- Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J. R., & Donado Campos, J. (2003). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*. 527-538.
- CEPALSTAT Bases de Datos y Publicaciones Estadísticas. (2022). *Estadísticas e indicadores*. https://statistics.cepal.org/portal/cepalstat/dashboard.html?indicator_id=2215&area_id=419&lang=es
- CEUPE. (2022). *Coste y gasto en empresas comerciales, manufactureras y de servicio*. Ceupe. <https://www.ceupe.com/blog/coste-y-gasto-en-empresas-comerciales-manufactureras-y-de-servicio.html?dt=1658553524854>
- Chávez Ackermann, P. (2000). ANALISIS DE ACTIVIDADES FINANCIERAS. *Quipukamayoc*, 7(13), 31-39. <https://doi.org/10.15381/quipu.v7i13.5724>

- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración* (Séptima). McGraw Hill.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2021). *ESTUDIO ECONOMICO DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE 2021: Dinamica laboral y politicas de empleo... para una recuperacion sostenible e inclusiva mas a*. UNITED NATIONS.
- Córdoba Padilla, M. (2012). *Gestión financiera* (Primera edición). Ecoe Ediciones.
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=cr80DgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=gesti%C3%B3n+financiera&ots=ir4pWCGj1g&sig=RPXW5ckemE-zZUZsaKtx-h7iPfY#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20financiera&f=false>
- Cortez Torrez, J. A. (2018). El marco teórico referencial y los enfoques de investigación. *Apthapi*, 4(1), 1036-1062.
- D'Alessio Ipinza, F. (2008). *El proceso estratégico. Un enfoque de gerencia* (Primera edición). Pearson Educación de México S.A. De C.V.
<http://www.untumbes.edu.pe/vcs/biblioteca/document/varioslibros/0376.%20El%20proceso%20estrat%C3%A9gico%20%20Un%20enfoque%20de%20gerencia.pdf>
- Damodaran, A. (2022). *Damodaran Online: Home Page for Aswath Damodaran*. Damodaran Online. <https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>
- Datosmacro. (2021). *Estados Unidos—Índice de Producción Industrial 2021*. datosmacro.com.
<https://datosmacro.expansion.com/negocios/produccion-industrial/usa?anio=2021>
- DGTI UNAM. (2014). *Matriz de habilidades digitales*. 1-26.
- Durán, O. (2005). *Estrategias de generación de valor. Misión posible: Crear valor. Vol. IX(1)*, 22.
- El Comercio. (2020). *En Cotopaxi, el sector industrial recobra el ritmo*.
<https://www.pressreader.com/ecuador/el-comercio-ecuador/20200624/281505048481232>

- Fariza, I. (2021, mayo 30). *La industria sale del cajón del olvido*. El País.
<https://elpais.com/economia/2021-05-30/la-industria-sale-del-cajon-del-olvido.html>
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & de Colle, S. (2010). *Stakeholder Theory: The State of the Art*. Cambridge University Press.
- García Guilianny, J. E., Durán, S. E., Cardeño Pórtela, E., Prieto Pilido, R., García Cali, E., & Paz Macano, A. (2017). *Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad*. 38(52), 14.
- García Jiménez, O. (2014). Fórmula Du Pont y su rentabilidad, vista desde la óptica administrativa. *Inquietud empresarial*, XIV(2), 89-113.
- Hernández, C. E., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Revista ALERTA*, 2(1), 76-79. <https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>
- Hernández de la Rosa, Y., Hernández Moreno, V. J., Batista Hernández, N. E., & Tejeda Castañeda, E. (2017). ¿Chi cuadrado o Ji cuadrado? *UNIVERSIDAD DE CIENCIAS MÉDICAS DE VILLA CLARA*, 294-295.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Imaicela Carrión, R. D., Curimilma Huanca, O. A., & López Tinitana, K. M. (2019). "LOS INDICADORES FINANCIEROS Y EL IMPACTO EN LA INSOLVENCIA DE LAS EMPRESAS". <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/11/indicadores-financieros.pdf>
- INEC. (2020). *Resultados Índice de Producción de la Industria Manufacturera*.
 PRESENTACION RESULTADOS IPI-M 2020 09.
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/IPI-M/2020/Septiembre/PRESENTACION_RESULTADOS_IPI-M_2020_09.pdf
- International Recovery Platform (IRP). (s.f.). Nota de orientación sobre recuperación:
 Infraestructura. *Oficina de Naciones Unidas para la Reducción del Riesgo de Desastres*

(UNDRR).

<https://eird.org/pr14/cd/documentos/espanol/Publicacionesrelevantes/Recuperacion/6-Infraestructura.pdf>

Isea, R., Ojeda, V., Fernandez, J., Gutierrez, A., & Salazar, V. (2018). *COEFICIENTE V DE CRAMER (V)*.

<https://mariafatimadossantosestadistica1.files.wordpress.com/2018/06/coeficientes-v-de-cramer-y-c-de-pearson.pdf>

Loor Chávez, D., Peña Vélez, I. V., Moreira Largacha, J. M., Arteaga Flores, R., & Pérez

Briceño, J. C. (2018). Estrategias de crecimiento para aumentar el volumen de ventas de las pequeñas empresas. *Polo del Conocimiento*, 3(11), 3.

López Dumrauf, G. (2001). *Medidas de creación de valor*.

<https://ucema.edu.ar/~gl24/Slides/EVAUcema.pdf>

Manyika, J., George, K., Chewning, E., Woetzel, J., & Kaas, H.-W. (2021). *Cómo crear un sector de manufactura más competitivo en los Estados Unidos*. McKinsey & Company.

<https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/como-crear-un-sector-de-manufactura-mas-competitivo-en-los-estados-unidos/es>

Maranto Rivera, M., & González Fernández, M. E. (2015). *Fuentes de Información*.

<https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf>

Marín Idárraga, D. A. (2012). Estructura organizacional y sus parámetros de diseño: Análisis descriptivo en pymes industriales de Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 28(123), 43-63.

[https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(12\)70204-8](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(12)70204-8)

Maya Hernandez, D. (2020). *EVOLUCIÓN DE LOS MERCADOS DIGITALES 2015-2020*. 28.

Mendoza Roca, M. (2015). *Presupuestos para empresas de manufactura*. Universidad del Norte.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=iqxYEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Men>

- doza,+C.+(2004).+Presupuestos+para+empresas+de+manufactura.+Barranquilla,+Colombia:++Ediciones+Uninorte.+&ots=UBUXfaRu9P&sig=iyA28T5nqzAcgzqFdXV6YaaY4I4#v=onepage&q&f=false
- Meza, R., Morales, C. E., & León, J. (2003). *Planificación operativa. Unidad Regional de Asistencia Técnica—RUTA. Programa de Apoyo a la Implementación de Proyectos—PDF Descargar libre*. <https://docplayer.es/145873-Planificacion-operativa-unidad-regional-de-asistencia-tecnica-ruta-programa-de-apoyo-a-la-implementacion-de-proyectos.html>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2021a). *Cifras de Industrias*. <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/Presentacio%CC%81n-Industria-Junio-2021.pdf>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2021b). *Cifras de Industrias* (p. 13). <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/Presentacio%CC%81n-Industria-Junio-2021.pdf>
- Morales Castro, A., & Morales Castro, J. A. (2014). *Planeación Financiera* (Primera edición). Grupo Editorial Patria. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=SdvhBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=https://editorialpatria.com.mx/mobile/pdf/files/9786074382167.pdf&ots=bve8dTAPKc&sig=fRGqY2s9WP-u2or-CqppUp1IFHM#v=onepage&q&f=false>
- Morales González, M. A., & Pech Vázquez, J. L. (2000). Competitividad y estrategia: El enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Academia*, 197, 18.
- Morelos Gómez, J., Fontalvo Herrera, T. J., & de la Oz Granadillo, E. (2012). Análisis de los indicadores financieros en las sociedades portuarias de Colombia. *Entramado*, 8(1), 14-26.

- Morillo, M. (2001). Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos. *Actualidad Contable Faces*, 4(4), 35-38.
- Münch Galindo, L. (2010). *Administración: Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. Pearson Educación. <https://www.auditorlider.com/wp-content/uploads/2019/06/Administraci%C3%B3n.-Gesti%C3%B3n-organizacional-enfoques-y-proceso-administrativo-1ed-Lourdes-M%C3%BCnch.pdf>
- Nava Rosillón, M. A. (2010). Análisis financiero: Una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(48), 606-628.
<https://doi.org/10.31876/revista.v14i48.10553>
- Navas, R. (2021). *Manufactura*. BID Invest. <https://www.idbinvest.org/es/sectores/manufactura>
- OECD & World Trade Organization. (2017). *LA AYUDA PARA EL COMERCIO EN SÍNTESIS 2017: FOMENTAR EL COMERCIO, LA INCLUSIÓN Y LA CONECTIVIDAD EN FAVOR DEL DESARROLLO SOSTENIBLE*. OECD. https://doi.org/10.1787/aid_glance-2017-en
- Ortega, A. O. (2018). *ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN*.
- Piedrahita, I. (2016). *Finanzas estratégicas y creación de valor*. Ecoe Ediciones.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=36YwDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=como+optimizar+la+creacion+de+valor&ots=SpPR2eJX2H&sig=viDVqMsc0oDpIMllu7_57UEehZY#v=onepage&q&f=false
- Planellas, M., & Muni, A. (2015). *Las decisiones estratégicas: Los 30 modelos más útiles*. Penguin Random House Grupo Editorial España.
- Prieto, G. (2020, junio 23). Los países más industrializados del mundo. *Geografía Infinita*.
<https://www.geografiainfinita.com/2020/06/los-paises-mas-industrializados-del-mundo/>
- Prokopenko, J. (1989). *LA GESTION DE LA PRODUCTIVIDAD Manual práctico*. *Academia*.
https://www.academia.edu/27514933/IA_GESTION_DE_LA_PRODUCTIVIDAD_Manual_pr%C3%A1ctico

- RAE. (2001). *Beneficio | Diccionario de la lengua española (2001)*. «Diccionario esencial de la lengua española». <https://www.rae.es/drae2001/beneficio>
- Ramírez Molinares, C. V. (2011). Los presupuestos: Sus objetivos e importancia. *Revista Cultural Unilibre*, 2, 73-84.
- Ramírez, S. (2015). *La agricultura e industria abarcan el 59% de la economía de Cotopaxi*. El Comercio. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/agricultura-industria-provincia-cotopaxi-manufactura.html>
- Rivadeneira Pacheco, J. L., De la Hoz Suárez, A. I., & Barrera Argüello, M. V. (2020). *Análisis general del SPSS y su utilidad en la estadística*. 2(4), 17-25.
- Rodríguez Jaume, M. J., & Mora Catalá, R. (2001). *Análisis de tablas de contingencia*. <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12071/1/Capitulo1.pdf>
- Santillán-Yuqui, C. R., Narváez-Zurita, C. I., & Ormaza-Andrade, J. E. (2020). Presupuesto de operación y su incidencia en la toma de decisiones gerenciales en empresas manufactureras. *CIENCIAMATRIA*, 6(2), 584-614. <https://doi.org/10.35381/cm.v6i3.398>
- Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. (2022). *“La reactivación económica está consolidándose” dijo el presidente Lasso durante la entrega de USD 42 millones a cooperativas de ahorro y crédito – Secretaría General de Comunicación de la Presidencia*. <https://www.comunicacion.gob.ec/la-reactivacion-economica-esta-consolidandose-dijo-el-presidente-lasso-durante-la-entrega-de-usd-42-millones-a-cooperativas-de-ahorro-y-credito/>
- Secretaría Nacional de Planificación. (2021). *Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025*. https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/Plan-de-Creaci%C3%B3n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado_compressed.pdf
- Solano Carlos, C. R., & Rosario Hernández, P. A. (2018). *Las estrategias financieras de corto plazo y su impacto en la situación económica y financiera de la empresa Data Energy Peru SAC, en Trujillo 2017*. 83. <https://hdl.handle.net/11537/13292>

- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2022a). *Sistema Portal de Información Superintendencia de Compañías*.
https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/portaldedocumentos/consulta_cia_param.zul
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2022b). *Tabla de indicadores*.
https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf
- Tancara Q, C. (1993). LA INVESTIGACION DOCUMENTAL. *Temas Sociales*, 17, 91-106.
- Torres, M., Paz, K., & Salazar, F. G. (2006). *Tamaño de la muestra para una investigación de mercado*. 2, 1-13.
- Treviño Ayala, M. E., Villalpando Cadena, P., Treviño Ayala, R. A., & Lozano Treviño, D. F. (2013). La mercadotecnia en las PYMES y su influencia en el crecimiento de utilidades (Marketing in SME and their influence on earnings growth). *InnOvaciones de NegOcios*, 125-144.
- UFM. (2020). Teoría de maximización de presupuesto. *Universidad Francisco MARroquín [UFM] Centro para el Análisis de las Decisiones Públicas [CADEP]*.
<https://cadep.ufm.edu/concepto/teoria-de-maximizacion-de-presupuesto/>
- United Nations Industrial Development Organization. (2021). *INFORME SOBRE EL DESARROLLO INDUSTRIAL 2022*. 44.
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (2016). *Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales* (5.ª ed.).
- Valencia Arias, A., Benjumea Arias, M. L., & Rodríguez-Lora, V. (2014). Intención de uso del e-learning en el programa de Administración Tecnológica desde la perspectiva del modelo de aceptación tecnológica. *Revista Electrónica Educare*, 18(2), 247-264.
<https://doi.org/10.15359/ree.18-2.13>
- Valenzuela Sevilla, J., & Lluís Capelleras, J. (2013). LA EVOLUCIÓN DEL DISEÑO Y LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA: UN ESTUDIO DE CASOS. *Academia*, 90.

- Velasco Luna, F., & Hernández Gonzáles, S. (2007). Teoría de valores extremos: Una introducción. *Revista de Ciencias Basicas UJAT*, 6(1), 10-16.
- Ventura Almanza, M. J. (2017). *La administración presupuestaria y el proceso de inversión en las pequeñas y medianas empresas en la provincia de Huamanga-Región de Ayacucho*. Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
<http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2780>
- Vicente Lorente, J. D. (2000). *INVERSIÓN EN INTANGIBLES Y CREACIÓN DE VALOR EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA ESPAÑOLA*. 15.
- Viscarri Colomer, J. (2011). *Modelo de creación de valor para el cliente*. 1-17.
<https://upcommons.upc.edu/handle/2117/16640>
- Zabala Andrade, V. (2020). *Los sectores que crecen y decrecen, los más afectados por la recesión de la economía*. Ekos Negocios. <https://www.ekosnegocios.com/articulo/los-sectores-que-crecen-y-decrecen-los-mas-afectados-por-la-recesion-de-la-economia>

Anexos