



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN**  
**FINANCIERA**

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO  
EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**TEMA:**

**“LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA Y SU IMPACTO  
EN EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DEL ALMACEN SUPER  
PATO DEL CANTÓN QUEVEDO PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO  
2012”**

**AUTOR:**

**JHONY NEMECIO VILLAMAR GILER**

**DIRECTOR:**

**ING. ANGEL CHAMORRO PALACIOS, Mg. Sc.**

**QUEVEDO – ECUADOR**

**2013**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y SESIÓN DE DERECHO**

Yo, **JHONY NEMECIO VILLAMAR GILER**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normatividad institucional vigente

---

**VILLAMAR GILER JHONY NEMECIO**

## CERTIFICACIÓN

Quien suscribe, **ING .ANGEL CHAMORRO PALACIOS Mg. Sc**, certifica haber dirigido la Tesis de Grado, denominada: “**LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DEL ALMACEN SUPER PATO DEL CANTÓN QUEVEDO PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2012**”, tarea desarrollada por el egresado **VILLAMAR GILER JHONY NEMECIO**, quien ha cumplido con los Arts. 4, 11, 12, 19 y 22 del Reglamento General de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, por lo que ha sido revisado y corregido el documento final de Tesis, de acuerdo a los requisitos preestablecidos, en consecuencia se encuentra facultado para sustentar ante el Tribunal correspondiente.

Lo certifica.

---

**ING. ANGEL CHAMORRO PALACIOS, Mg. Sc.**  
**DIRECTOR**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN**  
**FINANCIERA**

**PRESENTADO AL CONSEJO DIRECTIVO COMO REQUISITO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN**  
**ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**APROBADO:**

---

Ing. Dennis Aguirre Valverde, M.Sc.  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

Ing. Enrique Intriago Zamora, M.Sc.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

Ing. Lugarda Recalde Aguilar, M.Sc.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

**QUEVEDO – LOS RIOS – ECUADOR**

**2013**

## **AGRADECIMIENTO**

Doy gracias infinitamente a Dios, por haberme dado la fuerza suficiente y el valor para culminar este ciclo importante de mi vida.

Agradezco también la confianza y el apoyo brindado por parte de un ser muy especial en mi vida como lo es mi mamá, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me ha demostrado su amor, corrigiendo mis errores y celebrando juntos mis triunfos y aciertos.

A mi esposa, por su apoyo incondicional en esta etapa importante de mi vida, por estar conmigo en los momentos de alegría y tristeza.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo por haberme acogido en sus aulas en donde recibí sus sabias enseñanzas, forjé mi carácter y enriquecí mis conocimientos, a cada uno de los docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales, y de manera especial a los docentes de la escuela de Administración Financiera, quienes fueron pilares fundamentales en la formación de mi preparación profesional.

Al Ing. Ángel Chamorro que con su paciencia y colaboración supo brindarme el tiempo y apoyo necesario, durante la elaboración de mi proyecto.

## DEDICATORIA

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más.

A mi madre por ser la persona que me ha acompañado durante todo mi trayecto estudiantil y de vida, gracias por haber velado por mí, por inculcarme a alcanzar mis sueños.

A mi esposa por su paciencia y comprensión por inspirarme a ser mejor para ti, ahora puedo decir que esta tesis lleva mucho de ti, gracias por estar siempre a mi lado.

A mis queridos abuelitos, que en vida me dieron ejemplo de lucha, superación y perseverancia y que ahora desde el cielo me iluminan, bendicen y guían en este camino tan duro, pero importante para mí.

## ESQUEMA DE CODIFICACIÓN

<b>(DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN</b>			
1.	<b>Título / Title</b>	<b>M</b>	“LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DEL ALMACEN SUPER PATO DEL CANTÓN QUEVEDO PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2012”
2.	<b>Creador / subject</b>	<b>M</b>	Villamar Giler Jhony Nemecio
3.	<b>Materia / Subject</b>	<b>M</b>	Ciencias Empresariales, Carrera de Administración Financiera
4.	<b>Descripción / Description</b>	<b>M</b>	La investigación se realizó en el cantón Quevedo Provincia de los Ríos con el objetivo de Analizar la Gestión Administrativa y Financiera y su impacto en el desarrollo y crecimiento del Almacén Súper Pato del cantón Quevedo provincia de los Ríos año 2012, Explicando varios causas que influyen en su desarrollo y crecimiento.
5.	<b>Editor / Publisher</b>	<b>M</b>	FCE: Carrera de Administración Financiera
6.	<b>Colaborador / Contributor</b>	<b>O</b>	Ninguno
7.	<b>Fecha / Date</b>	<b>M</b>	27/12/2013
8.	<b>Tipo / Type</b>	<b>M</b>	Tesis de Grado
9.	<b>Formato / Format</b>	<b>R</b>	Programas: Word 2007; Pdf; Excel 2007; Power Point.

10.	<b>Identificador / Identifier</b>	<b>M</b>	jhon_j_v@hotmail.com
11.	<b>Fuente / Source</b>	<b>O</b>	Habitantes del cantón Quevedo.
12.	<b>Lenguaje / Language</b>	<b>M</b>	Español
13.	<b>Relación / Relation</b>	<b>O</b>	Ninguno
14.	<b>Cobertura / Coverage</b>	<b>O</b>	El cantón Quevedo pertenece a la Provincia de Los Ríos.
15.	<b>Derechos / Rights</b>	<b>M</b>	Ninguno
16.	<b>Audiencia / Audience</b>	<b>O</b>	Tesis de Grado

# ÍNDICE

	<b>PÁGINA</b>
CARATULA.....	i
DECLARACION DE AUTORIA Y SESION DE DERECHO .....	ii
CERTIFICACION .....	iii
FORMATO DE TRIBUNAL DE TESIS .....	ix
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
ESQUEMA DE CODIFICACION .....	vii
INDICE.....	ix
RESUMEN EJECUTIVO .....	xvii
ABSTRACT .....	xviii
<b>CAPÍTULO I MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Introducción .....	2
1.1.1 Problematización.....	3
1.1.2.1 Diagnostico.....	4
1.1.2.2 Pronostico .....	4
1.1.2.3 Control del pronóstico.....	5
1.1.2.4 Formulación del problema .....	5
1.1.2.5 Sistematización del problema.....	5
1.1.2.6 Justificación.....	5
1.2 Objetivos .....	6
1.2.1. Objetivo General.....	6
1.2.2. Objetivos Específicos .....	7
1.3 Hipótesis .....	7

1.3.1. Hipótesis General .....	7
1.3.2. Hipótesis Específicas.....	7
1.4 Variables .....	8
1.4.1 Variables Independientes .....	8
1.4.2 Variables Dependientes.....	8
<b>CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>9</b>
2.1 Fundamentación Teórica .....	10
2.1.1 Gestión Administrativa.....	10
2.1.2 Planeación.....	11
2.1.3 Organización.....	11
2.1.4 La Organización.....	11
2.1.5 Integración de Personal .....	12
2.1.6 La Dirección .....	12
2.1.7 Control .....	12
2.1.8 La Gestión Financiera.....	13
2.2. Fundamentación Conceptual.....	14
2.2.1 Contabilidad.....	14
2.2.2 Estudio de Mercado .....	14
2.2.3 Economía.....	14
2.2.4 Empresa.....	15
2.2.5 Oferta.....	15
2.2.6 Demanda .....	15
2.2.8 Toma de Decisiones .....	15

2.2.9 Decisiones Programadas .....	16
2.2.10 Decisiones no Programadas .....	16
2.2.11 Liquidez.....	16
2.2.12 Rentabilidad .....	17
2.2.13 Rentabilidad Económica .....	17
2.2.14 Rentabilidad Financiera .....	17
2.2.15 Solvencia .....	18
2.2.16 Insolvencia .....	18
2.2.17 Ingresos .....	18
2.2.18 Gastos.....	19
2.2.19 Análisis Financiero.....	19
2.2.20 Inversión .....	19
2.2.21 Procesos.....	19
2.3. Fundamentación Legal .....	20
2.3.1. Constitución de la República del Ecuador .....	20
<b>CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Materiales Y Métodos. ....	32
3.1.1 Materiales .....	32
3.1.2 Métodos de investigación.....	32
3.1.2.1 Método Analítico.....	32
3.1.2.2 Método deductivo.....	32
3.1.2.3 Método Inductivo.....	33
3.2 Tipos de Investigación .....	33

3.2.1 Investigación aplicada .....	33
3.2.2 Investigación descriptiva .....	33
3.3 Diseño de la Investigación .....	33
3.3.1 Encuestas.....	33
3.4 Población y Muestra .....	34
3.4.1 Población.....	34
3.4.2 Muestra .....	34
3.5 Fuentes de investigación.....	35
3.5.1 Primarias.....	35
3.5.2. Secundarias .....	35
<b>CAPÍTULO IV RESULTADO Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>36</b>
4.1 Resultados .....	37
4.1.1 Resultado del objetivo 1 .....	66
4.1.2 Resultado del objetivo 2.....	66
4.1.3 Resultado del objetivo 3.....	66
4.1.4 Resultado del objetivo 4.....	67
4.2 Discusión. ....	67
<b>CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>69</b>
5.1 CONCLUSIONES .....	70
5.2. RECOMENDACIONES.....	72
<b>CAPÍTULO VI BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>73</b>
5.1 BIBLIOGRAFÍA .....	704
5.1 LINKOGRAFÍA.....	705
<b>CAPITULO VII ANEXOS.....</b>	<b>76</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADROS	PÁGINA
<b>ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DEL ALMACÉN .....</b>	<b>41</b>
Cuadro 1: Evaluación de la Gestión Administrativa .....	41
Cuadro 2: Evaluación de la planificación comercial .....	42
Cuadro 3: Evaluación Estructura Organizacional del Almacén. ....	43
Cuadro 4: Evaluación de la comunicación entre el Gerente y los Trabajadores. ....	44
Cuadro 5: Evaluación de la forma de Administrar el almacén. ....	45
Cuadro 6: Evaluación del control de las actividades de comercialización. ....	46
Cuadro 7: Calificación del nivel de ventas del almacén. ....	47
Cuadro 8: Evaluación de las gestiones que se hacen para incrementar las ventas ....	48
Cuadro 9: Evaluación de la debilidad del almacén. ....	49
Cuadro 10: Calificación de las instalaciones físicas del almacén. ....	50
Cuadro 11: Evaluación del abastecimiento de uniformes a los clientes.....	51
Cuadro 12: Evaluación del ingreso de personal al almacén .....	52
Cuadro 13: Evaluación de la capacitación de los empleados .....	53
Cuadro 14: Nivel de compromiso con el almacén.....	54
Cuadro 15: Calificación de los incentivos que reciben los empleados.....	55
<b>ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTE DEL ALMACÉN .....</b>	<b>56</b>
Cuadro 16: Motivo por el cual deciden comprar uniformes en el almacén.....	56
Cuadro 17: Evaluación de la frecuencia que compran uniformes en el almacén ...	57
Cuadro 18: Nivel de satisfacción de los clientes al momento de comprar. ....	58

Cuadro 19: Reconocimiento de la marca al momento de comprar. ....	59
Cuadro 20: Evaluación de la competencia del almacén. ....	60
Cuadro 21: Evaluación de la calidad de los uniformes .....	61
Cuadro 22: Evaluación de las instalaciones físicas del almacén .....	62
Cuadro 23: Calificación del personal que labora en el almacén .....	63
Cuadro 24: Evaluación de la afinidad del almacén .....	64
Cuadro 25: Medios que se utilizan para realizar las compras.....	65

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICOS	PÁGINA
<b>ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DEL ALMACÉN .....</b>	<b>41</b>
Gráfico 1: Evaluación de la Gestión Administrativa .....	41
Gráfico 2: Evaluación de la planificación comercial .....	42
Gráfico 3: Evaluación Estructura Organizacional del Almacén .....	43
Gráfico 4: Evaluación de la comunicación entre el Gerente y los Trabajadores .....	44
Gráfico 5: Evaluación de la forma de Administrar el almacén.....	45
Gráfico 6: Evaluación del control de las actividades de comercialización.....	46
Gráfico 7: Calificación del nivel de ventas del almacén .....	47
Gráfico 8: Evaluación de las gestiones que se hacen para incrementar las ventas.....	48
Gráfico 9: Evaluación de la debilidad del almacén.....	49
Gráfico 10: Calificación de las instalaciones físicas del almacén .....	50
Gráfico 11: Evaluación del abastecimiento de uniformes a los clientes.....	51
Gráfico 13: Evaluación de la capacitación de los empleados .....	53
Gráfico 14: Nivel de compromiso con el almacén .....	54
Gráfico 15: Calificación de los incentivos que reciben los empleados .....	55
<b>ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTE DEL ALMACÉN.....</b>	<b>56</b>
Gráfico 16: Motivo por el cual deciden comprar uniformes en el almacén.....	56
Gráfico 17: Evaluación de la frecuencia que compran uniformes en el almacén ...	57
Gráfico 18: Nivel de satisfacción de los clientes al momento de comprar .....	58
Gráfico 19: Reconocimiento de la marca al momento de comprar .....	59

Gráfico 20: Evaluación de la competencia del almacén.....	60
Gráfico 21: Evaluación de la calidad de los uniformes.....	61
Gráfico 22: Evaluación de las instalaciones físicas del almacén .....	62
Gráfico 23: Calificación del personal que labora en el almacén .....	63
Gráfico 24: Evaluación de la afinidad del almacén .....	64
Gráfico 25: Medios que se utilizan para realizar las compras .....	65

## RESUMEN EJECUTIVO

La Gestión Administrativa y Financiera son los diferentes principios estratégicos que deben utilizar las diferentes organizaciones para poder alcanzar sus objetivos y metas ya que de ello depende el rendimiento de cada una de las actividades que esta realice.

En la primera parte de esta investigación realizamos una breve explicación donde nos enfocamos en introducción, justificación, la problematización y los más importantes, los objetivos de esta tesis de grado.

En la segunda parte nos enfocamos en realizar una descripción total de la Gestión Administrativa y Financiera y su influencia en el desarrollo y crecimiento del Almacén Súper Pato y en la fundamentación teórica que sirvió como base para el desarrollo de nuestra investigación.

También se desarrolló el diseño metodológico en el cual se describió las diferentes técnicas de investigación que se utilizaron, a su paso se realizó una encuesta donde se permitió participar tanto al dueño del almacén como a sus empleados y clientes cuyos resultados fueron tabulados y proyectados a través de gráficos y cuadros estadísticos.

Después de realizar toda esta secuencia de capítulos, pasamos a la representación de los resultados que lo hicimos en base al análisis de los resultados de las encuestas realizados a todos los que conforman el almacén su gerente propietario, personal administrativo y empleados sin olvidar la parte más importante de esta empresa, sus clientes la opinión y labor que realizan cada uno de ellos nos permitió realizar el respectivo análisis donde expusimos la realidad de nuestra investigación, esto a su paso nos permito pasar a la parte final donde se realizaron las conclusiones y de cada una de ellas partieron las recomendaciones.

## **ABSTRACT**

The Administrative and Financial Management are the different strategic principles to be used by different organizations to achieve their objectives and goals and it depends on the performance of each of the activities carried out.

In the first part of this research conducted a brief explanation that we focus on introduction, justification, problematization and the most important objectives of this thesis.

In the second part we focus on making a full description of the Administrative and Financial Management and its influence on the development and growth of Duck Super Store and the theoretical foundation that served as the basis for the development of our research.

Study design in which different research techniques that were used, passing a survey which was allowed to contest both the store owner and their employees and customers and the results were tabulated and projected through was performed described was also developed graphs and statistical tables.

After making this whole sequence of chapters, we turn to the representation of the results we did based on the analysis of the survey results to all who made up the store owner manager, staff and employees without forgetting the most part important to the company, its clients and the work that they do review each allowed us to conduct an analysis where we exposed the reality of our research, this in step let us move on to the final part where conclusions were made and each one departed recommendations.

**CAPÍTULO I**  
**MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## 1.1 Introducción

No es un secreto, ni un error afirmar que nuestro país está en una etapa de crecimiento económico, que si bien no se puede comparar con las superpotencias mundiales, si ha hecho muchos avances a nivel regional. En la actualidad podemos ver que Ecuador, cada día es más atractivo para las inversiones que se realizan y en el caso particular de Quevedo, encontramos que ya se mueve en mercados donde la competencia por la calidad y precios es cada día más exigente.

En la Provincia de los Ríos, el sector educativo se ha desarrollado de manera apresurada, en la actualidad el gobierno invierte gran cantidad de recursos económicos en educación, generando así una alta demanda de alumnos que sueñan con un nuevo por venir, la demanda de uniformes en la ciudad de Quevedo ha crecido en los últimos años, por la rápida expansión que está alcanzado su población.

Almacenes Súper Pato es una empresa que se califica como una de las que ocupan mayor cobertura en el mercado del cantón Quevedo y sus alrededores, esta empresa se dedica a dar un buen servicio a la comunidad a través de la confección de uniformes y demás accesorios para el sector estudiantil, con ocho años de experiencia, esta empresa ha logrado cumplir con todas las expectativas de los clientes, a través de sus productos, los mismos que son elaborados con materia prima de buena calidad y con excelentes acabados, con la finalidad de ofrecer confort, comodidad y elegancia, esto ha hecho que la empresa se encuentra como líder en el mercado de la venta de uniformes en el cantón Quevedo y la provincia de los Ríos.

Dentro de esta empresa se maneja la gestión administrativa y financiera, que está íntimamente relacionada con la toma de decisiones, las mismas que buscan administrar debidamente los recursos humanos y materiales que ésta posee, ya que de ello depende el buen rendimiento en sus actividades y de la consolidación que tenga en el mercado y así satisfacer las necesidades del

cliente y maximizar los beneficios económicos de la empresa; en consecuencia a lo antes mencionado, la siguiente investigación que se propone hacer, se basa en el análisis de la Gestión Administrativa y Financiera del Almacén Súper Pato del Cantón Quevedo y su constante desarrollo y crecimiento basado en el año 2012.

A continuación se describen los capítulos que abarcan esta investigación.

Capítulo I.- Marco contextual de la investigación (es una visión general del trabajo, abarca la introducción, problematización, justificación, los objetivos a alcanzar y la hipótesis).

Capítulo II.- Marco teórico (es el conjunto de principios teóricos que guían la investigación).

Capítulo III.- Metodología de la investigación (detalla de forma organizada los métodos, materiales, tipo de investigación a realizar, tipo de diseño de investigación).

Capítulo IV.- Resultados y discusión (Es la discusión de los resultados refleja la preparación del investigador).

Capítulo V.- Conclusiones y recomendaciones (presentación de los nuevos resultados y aplicación de posibles soluciones).

Capítulo VI.- Bibliografía (literatura citada de textos, artículos etc.).

Capítulo VII.- Anexos (Son el complemento de la investigación).

### **1.1.1 Problematización.**

La demanda de uniformes en la ciudad de Quevedo ha crecido en los últimos años, en promedio las instituciones educativas renuevan sus uniformes cada cierto tiempo, llamando a concursar y competir a todas estas empresas que se dedican a la confección de uniformes y accesorios estudiantiles, la mayoría de estas empresas que prestan este servicio no logran la total satisfacción del cliente, porque si bien ofrecen uniformes, olvidan los accesorios como corbatas, bolsillos, medias Etc. A demás solo ofrecen un solo producto masificado y no un servicio personalizado.

Almacenes Súper Pato se considera a nivel provincial una de las empresas con mayor clientela, lo cual refleja que sus prendas de vestir cubren con todas las necesidades tanto en calidad, cantidad y precios situación que genera alta demanda por parte de los consumidores, sin embargo esto afecta a los pequeños artesanos que se dedican a la misma actividad ya que sus negocios se sienten afectados por la falta de clientela llevándolos en muchas ocasiones a la quiebra, por otro lado el exceso de clientela en temporada estudiantil en el almacén Súper Pato incita a un gran problema y es por la falta de aplicación de técnicas, métodos, recursos y capacitación, lo mismo que genera un descontrol de las actividades financieras, administrativas, productivas y en especial a la calidad de atención al cliente, este inconveniente crea un gran malestar a la ciudadanía al momento de realizar sus compras.

## **1.1.2 Planteamiento del problema.**

### **1.1.2.1 Diagnóstico**

#### **Causas**

- Falta de tecnología
- Instalaciones inadecuadas sin el espacio apropiado
- Incorrecto manejo de los procesos administrativos y financieros
- Personal no capacitado

#### **Efectos**

- Demoras en la atención al cliente
- Malestar general, ineficiencia en la calidad del servicio
- Bajo crecimiento empresarial
- Mala administración

### **1.1.2.2 Pronóstico**

- Fuga de clientes
- Clientes insatisfechos
- Falta de competitividad
- Procedimientos ineficaces e ineficientes

### **1.1.2.3 Control del pronóstico**

- Implementar medios tecnológicos para la atención al cliente
- Ampliación y mejoras en las instalaciones del negocio
- Realizar un plan estratégico para realizar las actividades económicas y administrativas
- Capacitación del personal

### **1.1.2.4 Formulación del problema**

¿Cómo la gestión administrativa y financiera influye en el desarrollo y crecimiento del “Almacén Súper Pato” del cantón Quevedo provincia de los Ríos en el año 2012?

### **1.1.2.5 Sistematización del problema**

- ✓ ¿De qué manera la acción administrativa aporta en la toma de decisiones del Almacén Súper Pato?
- ✓ ¿De qué forma la aplicación de procesos contables, inciden en el incremento de las utilidades del Almacén Súper Pato?
- ✓ ¿Cómo la administración influye en el incremento de los clientes del Almacén Súper Pato?
- ✓ ¿Qué tipos de estrategias administrativas, intervienen en el desarrollo económico del almacén Súper Pato?

### **1.1.2.6 Justificación**

Al existir una comprobada actividad económica en el cantón Quevedo, consideramos pertinente efectuar un análisis administrativo y financiero del almacén Súper Pato, para determinar el modelo de gestión que ha estado aplicando y así conocer cuál ha sido el crecimiento tanto económico y financiero de la empresa así como su crecimiento empresarial en el año 2012.

La idea de desarrollar este estudio nació por la necesidad de mejorar la calidad global de la empresa a través de los siguientes componentes: Monitoreo permanente de las necesidades del cliente, gestión de calidad de los uniformes, gestión del servicio al cliente, eficiencia de las actividades productivas, satisfacción de los rasgos y características del producto de acuerdo a las necesidades del cliente, y optimización de los recursos materiales y económicos.

Con el desarrollo de este análisis se beneficia directamente al propietario del negocio, en el determinaremos sus aciertos y deficiencias en la gestión administrativa y financiera, también se conocerá cual ha sido la influencia económica que este almacén ha tenido indirectamente con los pequeños comerciantes que se dedican a la misma actividad.

Esta investigación permitirá plasmar todos los conocimientos teóricos adquiridos en el transcurso de la carrera de administración financiera, los mismos que se llevarán a la práctica por la aplicación de técnicas, métodos e instrumentos entre otros, que conducirán a concretar el objetivo de la investigación. Así mismo se tiene como propósito brindar como ejemplo a empresarios y público en general el desenvolvimiento de la gestión administrativa y financiera llevada a cabo por el almacén Súper pato, la misma que motivará e impulsará el emprendimiento de nuevos negocios, sin olvidar a los estudiantes de la Universidad técnica estatal de Quevedo, ya que con este estudio contarán con un material de investigación que les servirá para consultas.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Determinar un análisis de Gestión Administrativa y Financiera que influya en el desarrollo y crecimiento del almacén Súper Pato del cantón Quevedo provincia de los Ríos año 2012.

## **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Interpretar la acción administrativa que aporta en la toma de decisiones del almacén Súper Pato.
- Identificar los procesos contables que inciden en el incremento de las utilidades del Almacén Súper Pato.
- Determinar la administración que influye en el aumento de los clientes del Almacén Súper Pato.
- Establecer los tipos de estrategias administrativas que intervienen en el desarrollo económico del Almacén Súper Pato.

## **1.3 Hipótesis**

### **1.3.1. Hipótesis General**

Con la gestión administrativa y financiera se perfecciona el desarrollo y crecimiento del almacén Súper Pato del catón Quevedo provincia de los Ríos en el año 2012.

### **1.3.2. Hipótesis Específicas**

1.- La acción administrativa ayudará a la correcta toma de decisiones del almacén Súper Pato.

2.- Los procesos contables que intervienen permitirán un incremento de las utilidades del almacén Súper Pato.

3.- Con la administración se logrará incrementar la clientela del almacén Súper Pato.

4.- Con los diferentes tipos de estrategias administrativas se podrá alcanzar un desarrollo económico del almacén súper pato.

## **1.4 Variables**

### **1.4.1 Variables Independientes**

- ✓ Economía.
- ✓ Procesos Contables.
- ✓ Eficiente Administración.
- ✓ Estrategias Administrativas.

### **1.4.2 Variables Dependientes**

- ✓ Eficiente Progreso.
- ✓ Incremento de las utilidades.
- ✓ Incremento de los clientes.
- ✓ Desarrollo económico.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO**

## 2.1 Fundamentación Teórica

### 2.1.1 Gestión Administrativa.

**FERNANDEZ, PABLO (2008)** La tarea de construir una sociedad económicamente mejor; normas sociales mejoradas y un gobierno más eficaz, es el reto de la gestión administrativa moderna.

La supervisión de las empresas está en función de una administración efectiva; en gran medida la determinación y la satisfacción de muchos objetivos económicos, sociales y políticos descansan en la competencia del administrador. En situaciones complejas, donde se requiera un gran acopio de recursos materiales y humanos para llevar a cabo empresas de gran magnitud la administración ocupa una importancia primordial para la realización de los objetivos.

La planificación, además de ser un proceso exigente, requiere reflexión, conocimiento, estimaciones. Da la impresión de una dirección segura a los administradores empresariales y a los no empresariales (cada persona como ser viviente y racional), es una manera de reducir la incertidumbre a través de la previsión del cambio, de mirar hacia delante; reducir las actividades traslapadas y antieconómicas, descubrir el desperdicio y las ineficiencias; establecer los objetivos que deben utilizarse para facilitar el control.

Antes de iniciar cualquier función administrativa, es imprescindible determinar los resultados que pretende lograr un grupo social, razón por la cual para llevar a cabo los objetivos propuestos se necesita decidir qué debe hacerse, cuándo, cómo ha de hacerse y quién lo hará, es decir, realizar planes y ello constituye la planeación que es la concepción anticipada de una acción que se pretende realizar. Esta acción debe ser elegida racionalmente y donde han de ser evaluados los objetivos, sus fines, los medios, la definición de las estrategias (acciones que van a realizarse) y, las políticas (arte con el que se conduce) para alcanzarla e incluye una revisión del rendimiento y retroalimentación para

introducir un nuevo ciclo de planificación. Todo ello ocurre sobre un ambiente interno y externo **(P. 57)**

### **2.1.2 Planeación**

**BREALEY (2008)** Función de la administración en la que se definen las metas, se fijan las estrategias para alcanzarlas y se trazan planes para integrar y coordinar las actividades **(P. 87)**

### **2.1.3 Organización**

Las organizaciones son estructuras sociales diseñadas para lograr metas o leyes por medio de los organismos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas Organización es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos, mediante la determinación de jerarquías, disposición, correlación y agrupación de actividades, con el fin de poder realizar y simplificar las funciones del grupo social

### **2.1.4 La Organización**

**LAWRENCE (2009)** Los fundamentos básicos que demuestran la importancia de la organización son:

1. Es de carácter continuo; jamás se puede decir que ha terminado, dado que la empresa y sus recursos están sujetos a cambios constantes (expansión, contracción, nuevos productos, etc.), lo que obviamente redundaría en la necesidad de efectuar cambios en la organización.
2. Es un medio a través del cual se establece la mejor manera de lograr los objetivos del grupo social.
3. Suministra los métodos para que se puedan desempeñar las actividades eficientemente, con un mínimo de esfuerzo.

4. Evita la lentitud e ineficiencia de las actividades, reduciendo los costos e incrementando la productividad.
5. Reduce o elimina la duplicidad de esfuerzos, al delimitar funciones y responsabilidades. **P. 49**

### **2.1.5 Integración de Personal**

**HALLORAN, JAMES (2009)** Consiste en ocupar con personas los puestos de la estructura de la organización y en mantener esos puestos ocupados. **(P. 32)**

### **2.1.6 La Dirección**

**HALLORAN, JAMES (2009)** Dirección es una etapa del proceso administrativo;) siendo esta la última etapa del proceso de la administración, en esta etapa dirección se concentran un conjunto de acciones como dirigir acciones y métodos que fueron planeados y organizados.

Existen distintas definiciones de los maestros y creadores de la administración, se puede decir de forma sencilla, que la dirección es la capacidad de dirigir, influir, establecer objetivos, estrategias y controlar los distintos recursos con que cuenta la empresa desde recurso material, humano hasta recursos financieros **(P.23)**

### **2.1.7 Control**

**MONTEBELLO, JORGE (2010)** Es la función administrativa que consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los hechos se ajusten a los planes y objetivos de las empresas. Implica medir el desempeño contra las metas y los planes, muestra donde existen desviaciones con los estándares y ayuda a corregirlas. El control facilita el logro de los planes, aunque la planeación debe preceder del control. Los planes no se

logran por si solos, éstos orientan a los gerentes en el uso de los recursos para cumplir con metas específicas, después se verifican las actividades para determinar si se ajustan a los planes.

La función de control consta de cuatro pasos básicos

1º Señalar niveles medios de cumplimiento; establecer niveles aceptables de producción de los empleados, tales como cuotas mensuales de ventas para los vendedores.

2º Checar el desempeño a intervalos regulares (cada hora, día, semana, mes, año, etc.)

3º Determinar si existe alguna variación de los niveles medios.

4º Si existiera alguna variación, tomar medidas o una mayor instrucción, tales como una nueva capacitación o una mayor instrucción. Si no existe ninguna variación, continuar con la actividad. **(P. 97)**

### **2.1.8 La Gestión Financiera.**

**GODDARD Y POWELL (2009).** La gestión de los recursos financieros de una organización es una función crítica. La buena gestión del presupuesto, el mantenimiento de registros financieros y la declaración de datos son esenciales para el funcionamiento general de la organización. Aseguran que la junta directiva y los gerentes cuenten con la información que necesitan para tomar decisiones y asignar los recursos de la organización. También inspiran la confianza de las entidades financieras que están interesadas en la responsabilidad financiera y en la gestión financiera acertada. La gestión financiera comprende la planificación, la ejecución y el monitoreo de los recursos monetarios de una organización.

Las personas responsables de la gestión financiera de la organización necesitan planificar y presupuestar recursos (presupuestos operativo y de capital), manejar la gestión de caja y la declaración contable y financiera. La junta directiva y los gerentes superiores deben participar en la gestión financiera y tener bien claro lo relativo a la rendición de cuentas. La

organización también requiere personas calificadas tanto a nivel directivo como de personal para llevar a cabo el análisis financiero y el trabajo **(P.97)**

## **2.2. Fundamentación Conceptual**

### **2.2.1 Contabilidad**

**WILSON, MARIÑO (2009)** Es el registro de todas las operaciones comerciales y financieras que realiza la empresa. El objetivo de la contabilidad es proporcionar información para la toma de decisiones. Es útil ya que permite controlar el funcionamiento del negocio, planificar tus operaciones comerciales y acciones futuras. **(P. 76)**

### **2.2.2 Estudio de Mercado**

**BARRENO LUIS (2009).** El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

El estudio de mercado tiene como finalidad medir el número de individuos, empresas y otras entidades que dadas ciertas condiciones comprarán una cantidad de tal producto o servicio que justifica su puesta en marcha y definir la cuantía de su demanda e ingresos de operación. **(P. 88)**

### **2.2.3 Economía**

**BARRENO LUIS (2009).** La economía puede enmarcarse dentro del grupo de ciencias sociales ya que se dedica al estudio de los procedimientos y de intercambio y al análisis del consumo de bienes (productos) y servicios **(P. 92)**

## **2.2.4 Empresa**

**BARRENO LUIS (2009).** La empresa se la considerar como "un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado **(P. 104)**

## **2.2.5 Oferta**

Es el término que tiene relación con la cantidad de bienes o servicios que las empresas u organizaciones están dispuestas a vender en el mercado a un precio determinado

## **2.2.6 Demanda**

**MORALES C. ARTURO (2009).** La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado. **(P. 164)**

## **2.2.7 Función Administrativa**

**GODDARD Y POWELL (2009).** Es la realización de ciertas actividades o deberes al tiempo que se coordinan de manera eficaz y eficiente en conjunto con el trabajo de los demás, consta de 5 funciones: planeación, organización, integración de personal, dirección y control. **(P. 102)**

## **2.2.8 Toma de Decisiones**

Es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las opciones o formas para resolver diferentes situaciones de la vida en diferentes contextos: a nivel laboral, familiar, sentimental, empresarial utilizando metodologías cuantitativas que brinda la administración. La toma de decisiones consiste,

básicamente, en elegir una opción entre las disponibles, a los efectos de resolver un problema actual o potencial aun cuando no se evidencie un conflicto latente.

### **2.2.9 Decisiones Programadas**

**WILSON MARIÑO (2009).** Son aquellas que se toman frecuentemente, es decir son repetitivas y se convierte en una rutina tomarlas; como el tipo de problemas que resuelve y se presentan con cierta regularidad ya que se tiene un método bien establecido de solución y por lo tanto ya se conocen los pasos para abordar este tipo de problemas, por esta razón, también se las llama decisiones estructuradas. La persona que toma este tipo de decisión no tiene la necesidad de diseñar ninguna solución, sino que simplemente se rige por la que se ha seguido anteriormente **(P. 99)**

### **2.2.10 Decisiones no Programadas**

**WILSON MARIÑO (2009).** También denominadas no estructuradas, son decisiones que se toman ante problemas o situaciones que se presentan con poca frecuencia, o aquellas que necesitan de un modelo o proceso específico de solución, por ejemplo: “Lanzamiento de un nuevo producto al mercado”, en este tipo de decisiones es necesario seguir un modelo de toma de decisión para generar una solución específica para este problema en concreto **(P. 85)**

### **2.2.11 Liquidez**

Nos explica que es la capacidad con la que cuenta la empresa para pagar las obligaciones que esta contrae a corto plazo. La liquidez dentro de la empresa es interesante ya que se les daría importancia a cualquier problema que pudiera tener la empresa con fin de solucionarlo y nos ayuda a que disminuya el número de cierres de empresas que la pérdida de beneficios.

## 2.2.12 Rentabilidad

**GODDARD Y POWELL (2009).** Es la capacidad de un bien para producir beneficios y la medida que proporciona al compararse cuantitativamente con la inversión que lo origino.

Existen tres márgenes en el estado de resultado, uno es el margen bruto que contiene los gastos comerciales, gastos de administración, amortizaciones y gastos de operación. Otro es el margen operativo que contiene los intereses y por ultimo tenemos el margen neto que se obtiene después de los impuestos.

Hay dos tipos de rentabilidad la económica y la financiera, estas juntas se realiza la medida más fundamental y completa de evaluación de una empresa **(P. 49)**

## 2.2.13 Rentabilidad Económica

La rentabilidad económica o rentabilidad de la inversión total de la empresa, también conocida como ROA (Return on assets) y Roi (Return on investment) se calcula por la relación entre el beneficio económico y el activo total real neto. Es la rentabilidad de las inversiones totales al margen de cuál sea la estructura financiera de la empresa.

$$\text{Rentabilidad Económica (Re)} = \frac{\text{BAIT}}{\text{Activo Total}}$$

## 2.2.14 Rentabilidad Financiera

**JANY, JOSE (2010).** La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado. La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea

al indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios. Su cálculo es el siguiente **(P. 56)**

$$\text{Rentabilidad Financiera (RF)} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Patrimonio neto}}$$

### **2.2.15 Solvencia**

Este trata sobre la capacidad con la que cuenta la empresa para pagar las obligaciones que contare pero en este caso a largo plazo. Nos dice que generalmente se está tratando de una situación de riesgo permanente ya que es trata de un plazo más amplio.

### **2.2.16 Insolvencia**

**JANY, JOSE (2010).** Es una es una situación jurídica en la que una persona física, empresa o institución (personas jurídicas) no puede hacer frente a los pagos que debe realizar (pasivo exigible), porque éstos son superiores a sus recursos económicos disponibles (activos). La insolvencia también se llama quiebra o bancarrota. El deudor que se encuentra en estado de insolvencia también se la denomina fallido. Cuando el fallido se encuentra declarado judicial en estado de insolvencia, se procede a un juicio de insolvencia o procedimiento concursal, en el cual se examina si el fallido puede atender a parte de la deuda con su patrimonio a las obligaciones de pago pendientes **(P. 92)**

### **2.2.17 Ingresos**

**JANY, JOSE (2010).** Un ingreso es la corriente real de las operaciones de producción y comercialización de bienes, prestación de servicios u otro tipo de operaciones similares que se enmarcan en la actividad económica de una empresa **(P. 66)**

### **2.2.18 Gastos**

**JANY, JOSE (2010).** Los gastos se identifican con la corriente real de las operaciones de consumo de bienes y servicios, en las que incurre una empresa para poder llevar a cabo su actividad de explotación y actuaciones extraordinarias **(P. 110)**

### **2.2.19 Análisis Financiero**

**WILSON MARIÑO (2009).** Un análisis consiste en distinguir y separar las partes de un todo para llegar a conocer sus elementos y principios. Se trata del examen que se realiza de una realidad susceptible de estudio intelectual. A través del análisis, es posible estudiar los límites, las características y las posibles soluciones de un problema **(P. 90)**

### **2.2.20 Inversión**

**MONTEBELLO, JORGE (2010)** Inversión es un término económico, con varias acepciones relacionadas con el ahorro, la ubicación de capital, y la postergación del consumo. El término aparece en gestión empresarial, finanzas y en macroeconomía **(P. 80)**

### **2.2.21 Procesos**

**MONTEBELLO, JORGE (2010)** Un proceso es un conjunto de actividades o eventos (coordinados u organizados) que se realizan o suceden (alternativa o simultáneamente) bajo ciertas circunstancias. Significados diferentes según la rama de la ciencia o la técnica en que se utilice **(P. 117)**

## **2.3. Fundamentación Legal**

### **CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR (2008)**

#### **2.3.1. Constitución de la República del Ecuador**

##### **Título VI; Régimen de Desarrollo; Capítulo Primero; Principios Generales**

**Art. 275.-** El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay.

El Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente.

El buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza.

**Art. 276.-** El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

- 1.** Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
- 2.** Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.
4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.
5. Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial.
6. Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado.
7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

## **Capítulo segundo; Planificación participativa para el desarrollo.**

**Art. 279.-** El sistema nacional descentralizado de planificación participativa organizará la planificación para el desarrollo. El sistema se conformará por un Consejo Nacional de Planificación, que integrará a los distintos niveles de gobierno, con participación ciudadana, y tendrá una secretaría técnica, que lo coordinará. Este consejo tendrá por objetivo dictar los lineamientos y las políticas que orienten al sistema y aprobar el Plan Nacional de Desarrollo, y será presidido por la Presidenta o Presidente de la República.

Los consejos de planificación en los gobiernos autónomos descentralizados estarán presididos por sus máximos representantes e integrados de acuerdo con la ley.

Los consejos ciudadanos serán instancias de deliberación y generación de lineamientos y consensos estratégicos de largo plazo, que orientarán el desarrollo nacional.

**Art. 280.-** El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.

**Capítulo sexto; Trabajo y producción; Sección primera; Formas de organización de la producción y su gestión.**

**Art. 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

**Art. 320.-** En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

## **Sección segunda; Tipos de propiedad.**

**Art. 321.-** El Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental.

**Art. 322.-** Se reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley. Se prohíbe toda forma de apropiación de conocimientos colectivos, en el ámbito de las ciencias, tecnologías y saberes ancestrales. Se prohíbe también la apropiación sobre los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agro-biodiversidad.

**Art. 323.-** Con el objeto de ejecutar planes de desarrollo social, manejo sustentable del ambiente y de bienestar colectivo, las instituciones del Estado, por razones de utilidad pública o interés social y nacional, podrán declarar la expropiación de bienes, previa justa valoración, indemnización y pago de conformidad con la ley. Se prohíbe toda forma de confiscación.

**Art. 324.-** El Estado garantizará la igualdad de derechos y oportunidades de mujeres y hombres en el acceso a la propiedad y en la toma de decisiones para la administración de la sociedad conyugal.

## **Sección tercera; Formas de trabajo y su retribución**

**Art. 325.-** El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

**Art. 326.-** El derecho al trabajo se sustenta en los siguientes principios:

1. El Estado impulsará el pleno empleo y la eliminación del subempleo y del desempleo.

2. Los derechos laborales son irrenunciables e intangibles. Será nula toda estipulación en contrario.
3. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, estas se aplicarán en el sentido más favorable a las personas trabajadoras.
4. A trabajo de igual valor corresponderá igual remuneración.
5. Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar.
6. Toda persona rehabilitada después de un accidente de trabajo o enfermedad, tendrá derecho a ser reintegrada al trabajo y a mantener la relación laboral, de acuerdo con la ley.
7. Se garantizará el derecho y la libertad de organización de las personas trabajadoras, sin autorización previa. Este derecho comprende el de formar sindicatos, gremios, asociaciones y otras formas de organización, afiliarse a las de su elección y desafiliarse libremente.
8. De igual forma, se garantizará la organización de los empleadores.
9. El Estado estimulará la creación de organizaciones de las trabajadoras y trabajadores, y empleadoras y empleadores, de acuerdo con la ley; y promoverá su funcionamiento democrático, participativo y transparente con alternabilidad en la dirección.
10. Para todos los efectos de la relación laboral en las instituciones del Estado, el sector laboral estará representado por una sola organización.
11. Se adoptará el diálogo social para la solución de conflictos de trabajo y formulación de acuerdos.
12. Será válida la transacción en materia laboral siempre que no implique renuncia de derechos y se celebre ante autoridad administrativa o juez competente.
13. Los conflictos colectivos de trabajo, en todas sus instancias, serán sometidos a tribunales de conciliación y arbitraje.
14. Se garantizará la contratación colectiva entre personas trabajadoras y empleadoras, con las excepciones que establezca la ley.

**15.** Se reconocerá el derecho de las personas trabajadoras y sus organizaciones sindicales a la huelga. Los representantes gremiales gozarán de las garantías necesarias en estos casos. Las personas empleadoras tendrán derecho al paro de acuerdo con la ley.

**16.** Se prohíbe la paralización de los servicios públicos de salud y saneamiento ambiental, educación, justicia, bomberos, seguridad social, energía eléctrica, agua potable y alcantarillado, producción hidrocarburífera, procesamiento, transporte y distribución de combustibles, transportación pública, correos y telecomunicaciones. La ley establecerá límites que aseguren el funcionamiento de dichos servicios.

**17.** En las instituciones del Estado y en las entidades de derecho privado en las que haya participación mayoritaria de recursos públicos, quienes cumplan actividades de representación, directivas, administrativas o profesionales, se sujetarán a las leyes que regulan la administración pública. Aquellos que no se incluyen en esta categorización estarán amparados por el Código del Trabajo.

**Art. 327.-** La relación laboral entre personas trabajadoras y empleadoras será bilateral y directa.

Se prohíbe toda forma de precarización, como la intermediación laboral y la tercerización en las actividades propias y habituales de la empresa o persona empleadora, la contratación laboral por horas, o cualquiera otra que afecte los derechos de las personas trabajadoras en forma individual o colectiva. El incumplimiento de obligaciones, el fraude, la simulación, y el enriquecimiento injusto en materia laboral se penalizarán y sancionarán de acuerdo con la ley.

**Art. 328.-** La remuneración será justa, con un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como las de su familia; será inembargable, salvo para el pago de pensiones por alimentos.

El Estado fijará y revisará anualmente el salario básico establecido en la ley, de aplicación general y obligatoria.

El pago de remuneraciones se dará en los plazos convenidos y no podrá ser disminuido ni descontado, salvo con autorización expresa de la persona trabajadora y de acuerdo con la ley.

Lo que el empleador deba a las trabajadoras y trabajadores, por cualquier concepto, constituye crédito privilegiado de primera clase, con preferencia aun a los hipotecarios.

Para el pago de indemnizaciones, la remuneración comprende todo lo que perciba la persona trabajadora en dinero, en servicios o en especies, inclusive lo que reciba por los trabajos extraordinarios y suplementarios, a destajo, comisiones, participación en beneficios o cualquier otra retribución que tenga carácter normal. Se exceptuarán el porcentaje legal de utilidades, los viáticos o subsidios ocasionales y las remuneraciones adicionales.

Las personas trabajadoras del sector privado tienen derecho a participar de las utilidades liquidadas de las empresas, de acuerdo con la ley. La ley fijará los límites de esa participación en las empresas de explotación de recursos no renovables. En las empresas en las cuales el Estado tenga participación mayoritaria, no habrá pago de utilidades. Todo fraude o falsedad en la declaración de utilidades que perjudique este derecho se sancionará por la ley.

**Art. 329.-** Las jóvenes y los jóvenes tendrán el derecho de ser sujetos activos en la producción, así como en las labores de autosustento, cuidado familiar e iniciativas comunitarias. Se impulsarán condiciones y oportunidades con este fin.

Para el cumplimiento del derecho al trabajo de las comunidades, pueblos y nacionalidades, el Estado adoptará medidas específicas a fin de eliminar discriminaciones que los afecten, reconocerá y apoyará sus formas de organización del trabajo, y garantizará el acceso al empleo en igualdad de condiciones.

Se reconocerá y protegerá el trabajo autónomo y por cuenta propia realizado en espacios públicos, permitidos por la ley y otras regulaciones.

Se prohíbe toda forma de confiscación de sus productos, materiales o herramientas de trabajo.

Los procesos de selección, contratación y promoción laboral se basarán en requisitos de habilidades, destrezas, formación, méritos y capacidades. Se prohíbe el uso de criterios e instrumentos discriminatorios que afecten la privacidad, la dignidad e integridad de las personas.

El Estado impulsará la formación y capacitación para mejorar el acceso y calidad del empleo y las iniciativas de trabajo autónomo. El Estado velará por el respeto a los derechos laborales de las trabajadoras y trabajadores ecuatorianos en el exterior, y promoverá convenios y acuerdos con otros países para la regularización de tales trabajadores.

**Art. 330.-** Se garantizará la inserción y accesibilidad en igualdad de condiciones al trabajo remunerado de las personas con discapacidad. El Estado y los empleadores implementarán servicios sociales y de ayuda especial para facilitar su actividad. Se prohíbe disminuir la remuneración del trabajador con discapacidad por cualquier circunstancia relativa a su condición.

**Art. 331.-** El Estado garantizará a las mujeres igualdad en el acceso al empleo, a la formación y promoción laboral y profesional, a la remuneración equitativa, y a la iniciativa de trabajo autónomo. Se adoptarán todas las medidas necesarias para eliminar las desigualdades.

Se prohíbe toda forma de discriminación, acoso o acto de violencia de cualquier índole, sea directa o indirecta, que afecte a las mujeres en el trabajo.

**Art. 332.-** El Estado garantizará el respeto a los derechos reproductivos de las personas trabajadoras, lo que incluye la eliminación de riesgos laborales que

afecten la salud reproductiva, el acceso y estabilidad en el empleo sin limitaciones por embarazo o número de hijas e hijos, derechos de maternidad, lactancia, y el derecho a licencia por paternidad.

Se prohíbe el despido de la mujer trabajadora asociado a su condición de gestación y maternidad, así como la discriminación vinculada con los roles reproductivos.

**Art. 333.-** Se reconoce como labor productiva el trabajo no remunerado de autosustento y cuidado humano que se realiza en los hogares.

El Estado promoverá un régimen laboral que funcione en armonía con las necesidades del cuidado humano, que facilite servicios, infraestructura y horarios de trabajo adecuados; de manera especial, proveerá servicios de cuidado infantil, de atención a las personas con discapacidad y otros necesarios para que las personas trabajadoras puedan desempeñar sus actividades laborales; e impulsará la corresponsabilidad y reciprocidad de hombres y mujeres en el trabajo doméstico y en las obligaciones familiares.

La protección de la seguridad social se extenderá de manera progresiva a las personas que tengan a su cargo el trabajo familiar no remunerado en el hogar, conforme a las condiciones generales del sistema y la ley.

#### **Sección cuarta; Democratización de los factores de producción.**

**Art. 334.-** El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá:

1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.

2. Desarrollar políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción.
3. Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.
4. Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado.
5. Promover los servicios financieros públicos y la democratización del crédito.

#### **Sección quinta; Intercambios económicos y comercio justo.**

**Art. 335.-** El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.

**Art. 336.-** El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

**Art. 337.-** El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica. **(P. 133, 135 - 157).**

**CAPÍTULO III**  
**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

## **3.1 Materiales Y Métodos.**

### **3.1.1 Materiales**

- a. Esferos
- b. Cuaderno
- c. Computadora
- d. Internet
- e. Flash Memory
- f. Resmas de papel A4
- g. Impresora
- h. Anillados

### **3.1.2 Métodos de investigación**

Para nuestra investigación emplearemos los siguientes métodos:

#### **3.1.2.1 Método Analítico**

Mediante este método se realizará el análisis de la gestión administrativa y financiera del Almacén Súper Pato y de la situación actual que existe con sus clientes en este cantón, a su vez se realizará una encuesta para conocer cuáles y como han sido los procesos administrativos y financieros empleados para satisfacer las necesidades que requiere la población.

#### **3.1.2.2 Método deductivo**

A través de este método se conocerá las actividades que cumplen los empleados, trabajadores del Almacén Súper Pato del cantón Quevedo.

### **3.1.2.3 Método Inductivo**

Este método permitirá obtener conclusiones acerca de la gestión administrativa y financiera del Almacén Súper Pato del cantón Quevedo, para conocer el desarrollo y crecimiento que ha tenido la empresa en el mercado durante el periodo 2012.

## **3.2 Tipos de Investigación**

Se utilizarán dos tipos de investigación los cuales se detallan a continuación:

### **3.2.1 Investigación aplicada**

Este tipo de investigación se aplicará mediante encuestas que se realizarán al Gerente Propietario, empleados del almacén, los mismos que darán respuestas más acertadas con relación a la gestión administrativa y financiera que se emplean en el almacén Súper Pato.

### **3.2.2 Investigación descriptiva**

Esta clase de investigación nos ayudará a analizar detenidamente los procesos y estrategias que se emplean para conseguir un desarrollo y crecimiento de este almacén.

## **3.3 Diseño de la Investigación**

Los diseños que se manejarán en esta investigación son los siguientes:

### **3.3.1 Encuestas**

La encuesta es una técnica fundamental para obtener información específica, ya que de su resultado dependió la calidad de esta investigación, para efecto del mismo se realizó encuestas a los clientes del Almacén Súper Pato Quevedo.

## 3.4 Población y Muestra

### 3.4.1 Población

Para la realización de esta investigación se consideró como población objetiva a 173.575 habitantes del cantón Quevedo según estimación para el 2012, datos proporcionados por el INEC.

ENCUESTADOS	POBLACIÓN	MUESTRA	PORCENTAJE
GERENTE/PROPIETARIO	1	1	0,25%
Colaboradores del Almacén	5	5	1,25%
Clientes	173.575	395	98,50%
TOTAL	173581	401	100%

### 3.4.2 Muestra

Para el desarrollo de este proyecto de investigación, se consideró como población a las familias del cantón Quevedo, dando como resultado lo siguiente:

#### FORMULA

$$n = \frac{N}{E^2 (N - 1) + 1}$$

#### SIMBOLOGÍA

n=tamaño de la muestra

E=coeficiente de error (0.05)

N=población universo.

$$n = \frac{173575}{(0.05)^2 (173575 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{173575}{(0.0025)(173574) + 1}$$

$$n = \frac{173575}{433.935 + 1}$$

$$n = \frac{173575}{434.935} = 395$$

n= 395 familias a encuestar

### **3.5 Fuentes de investigación**

Para la realización de esta investigación, se emplearon las siguientes fuentes;

#### **3.5.1 Primarias**

Para la recolección de datos primarios se efectuó un formulario de encuesta estandarizado, aplicado a las familias del cantón Quevedo.

#### **3.5.2. Secundarias**

Esta fuente facilitó la consulta y aprendizaje, mediante la recopilación de datos utilizando textos, tesis, folletos, revistas, libros, internet, que sustentan el trabajo de investigación.

**CAPÍTULO IV**  
**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

## 4.1 Resultados

Para la recolección de datos se realizó una entrevista y una encuesta las mismas que fueron divididas tanto al gerente, empleados y clientes del almacén. Al Gerente/Propietario se le realizó una entrevista, a los empleados del almacén se les realizó una encuesta de 15 preguntas y a los clientes se les realizó una encuesta de 10 preguntas, cabe recalcar que se encuestó dentro del almacén a un gerente y 5 empleados y las 395 encuestas fueron dirigidas a los clientes del almacén en la parte céntrica del cantón Quevedo.

**Tabla 1. Número de entrevistas y encuestas a realizar**

ENCUESTADOS	NÚMERO DE ENCUESTAS
GERENTE/PROPIETARIO	1
Colaboradores del Almacén	5
Clientes	395
TOTAL	401

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### **Entrevista dirigida al Gerente/Propietario del Almacén Súper Pato del cantón Quevedo.**

Esta encuesta nos dará a conocer la forma de abordar la gestión administrativa y financiera en el almacén Súper Pato.

Preguntas:

#### **1. ¿Cuál es el propósito del almacén Súper Pato?**

El propósito del almacén Súper Pato es ser primeros en la comercialización de los uniformes en relación a otras empresas del sector.

**2. ¿Utiliza el proceso administrativo como herramienta de apoyo para la mejora institucional?**

No utiliza las herramientas de tipo organizacional, que en este caso constituye el proceso administrativo, se apega a los conocimientos adquiridos y la experiencia.

**3. ¿Cómo está estructurado el almacén Súper Pato, por áreas de trabajo, o departamentos?**

La estructura organizacional de la fábrica adolece de necesidades, por tratarse de una empresa de tipo familiar; las decisiones son tomadas de acuerdo a sus requerimientos y donde siempre predomina la voz del propietario. Carecen de un organigrama que les permita jerarquizar sus puestos de trabajo. Por lo que no hay un documento de apoyo de tipo organizacional.

**4. ¿Realiza planes sobre temas administrativos y financieros?**

En cuanto a temas administrativos y financieros, no se realiza planes. Más bien se apega a un proceso de negociación con ventaja en las compras de materias primas.

**5. ¿Ha logrado crear un ambiente laboral agradable para sus trabajadores? ¿De qué forma?**

El Gerente/Propietario manifiesta que existe un ambiente laboral muy bonito, que existe una bonita área de trabajo.

**6. ¿Tiene estructurado, ubicado y valorado el posicionamiento de los uniformes en el mercado?**

Si tiene estructurado, ubicado y valorado el posicionamiento de los uniformes en el mercado; ya que los uniformes no solo se venden a comienzo de temporada escolar sino durante todo el año.

**7. ¿Con las empresas de su misma línea de comercialización que relaciones tiene?**

En cuanto a las relaciones que mantiene con empresas de la misma línea, manifiesta que tiene una muy buena relación ya que se han logrado reunir para trabajar de una forma mancomunada es decir tratando de no perjudicar a nadie mantiene casi un precio regular con todos.

**8. ¿Cuál fue su estrategia inicial de producto para ingresar al mercado?**

La estrategia inicial para ingresar al mercado, se basó en la observación y promoción a los establecimientos educativos de la zona para que puedan dar a conocer nuestros uniformes.

**9. ¿La política de precios de los uniformes le ha permitido incrementar sus ventas?**

Los precios son muy económicos con relación a los demás y eso ha permitido incrementar nuestras ventas.

**10. ¿Considera que la marca SUPER PATO llama la atención a los clientes?**

Si llama la atención de los clientes, ya que se dispone de su propio logotipo, y no compite con otras empresas, además SUPER PATO ya es una marca registrada.

**11. ¿Cuenta con una página en internet?**

SUPER PATO si cuenta con una página web la cual es [www.almacenespato.com](http://www.almacenespato.com)

**12. ¿La inversión inicial en su negocio ha generado las utilidades proyectadas?**

Al inicio fue un poco complicado pero podemos decir que si ha generado las utilidades proyectadas. Lo que se puede observar en la inversión de maquinaria y en la estabilidad de las ventas.

## ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DEL ALMACÉN

Estas encuestas nos ayudarán a determinar la situación actual de la gestión administrativa y comercial del almacén SUPER PATO a través de la matriz FODA.

### Preguntas:

1. ¿Cómo califica la gestión administrativa realizada por el gerente/propietario del almacén?

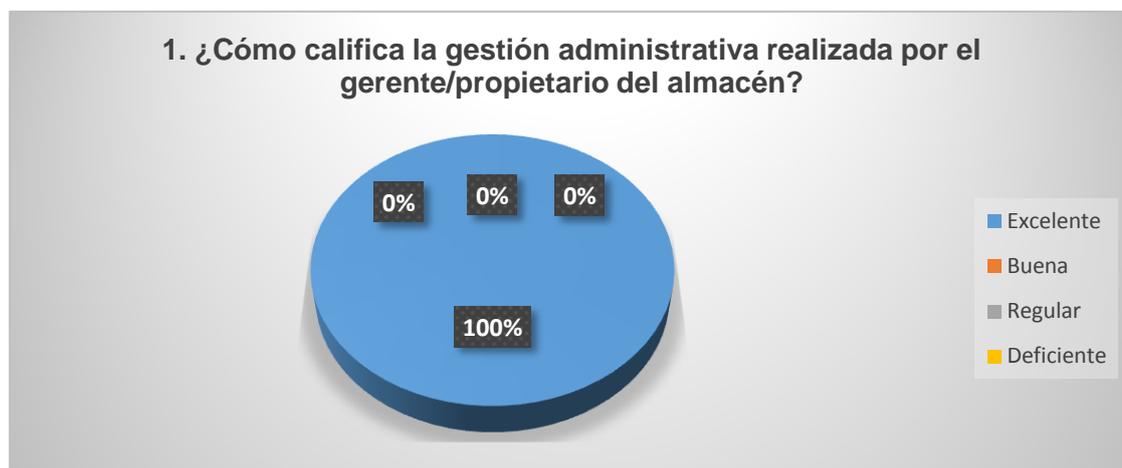
Cuadro 1: Evaluación de la Gestión Administrativa

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Excelente	5	100%
Buena	0	0%
Regular	0	0%
Deficiente	0	0%
<b>Total</b>	5	100%

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 1: Evaluación de la Gestión Administrativa



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### Análisis:

Una vez realizada la encuesta pudimos conocer de forma detallada que el 100% de los empleados encuestados dicen que el gerente/propietario realiza una excelente administración.

## 2. ¿Cómo califica la planificación de actividades de comercialización de uniformes en el almacén?

Cuadro 2: Evaluación de la planificación comercial

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Muy Buena	2	40%
Regularmente buena	3	60%
No muy buena	0	0%
Mala	0	0%
<b>Total</b>	5	100%

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 2: Evaluación de la planificación comercial



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### Análisis:

Una vez realizada la encuesta pudimos conocer de forma detallada que el 40% de los empleados manifestaron que es Muy buena la planificación de actividades de comercialización y el otro 60% de los empleados encuestados dicen que regularmente buena.

### 3. ¿Cómo observa la estructura organizacional del almacén?

Cuadro 3: Evaluación Estructura Organizacional del Almacén.

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Excelente	1	20%
Buena	4	80%
Regular	0	0%
Deficiente	0	0%
<b>Total</b>	5	100%

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 3: Evaluación Estructura Organizacional del Almacén.



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

#### Análisis:

Una vez realizada la encuesta pudimos conocer que el 20% de los empleados manifestaron que es Excelente la estructura organizacional y el otro 80% de los empleados encuestados dicen que es buena.

#### 4. ¿Está satisfecho con la comunicación que existe entre el gerente/propietario y trabajadores en el almacén?

Cuadro 4: Evaluación de la comunicación entre el Gerente y los Trabajadores.

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Totalmente satisfecho	3	60%
Muy satisfecho	2	40%
Bastante satisfecho	0	0%
Muy Insatisfecho	0	0%
<b>Total</b>	5	100%

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 4: Evaluación de la comunicación entre el Gerente y los Trabajadores.



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

#### Análisis:

Una vez realizada la encuesta pudimos conocer que el 60% de los empleados manifestaron que están satisfecho con la comunicación que existe entre ellos y el gerente/propietario y el otro 40% de los empleados encuestados dicen que es muy satisfactorio.

## 5. ¿Cómo califica la forma de administrar el almacén por parte del gerente/propietario?

Cuadro 5: Evaluación de la forma de Administrar el almacén.

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Excelente	5	100%
Buena	0	0%
Regular	0	0%
Deficiente	0	0%
<b>Total</b>	5	100%

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 5: Evaluación de la forma de Administrar el almacén.



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### Análisis:

Una vez realizada la encuesta pudimos conocer que el 100% de los empleados manifestaron que excelente la forma de administrar el almacén por parte del gerente/propietario.

**6. ¿Con qué frecuencia el gerente/propietario hace control de las actividades de comercialización ejecutadas por los trabajadores?**

Cuadro 6: Evaluación del control de las actividades de comercialización.

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Diario	0	0%
Semanal	5	100%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Trimestral	0	0%
Semestral	0	0%
Anual	0	0%
<b>Total</b>	5	100%

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 6: Evaluación del control de las actividades de comercialización.



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

**Análisis:**

El 100% de los trabajadores encuestados aseveraron que el gerente/propietario realiza semanalmente el control de las actividades de comercialización.

## 7. ¿Cómo califica el nivel de ventas del almacén?

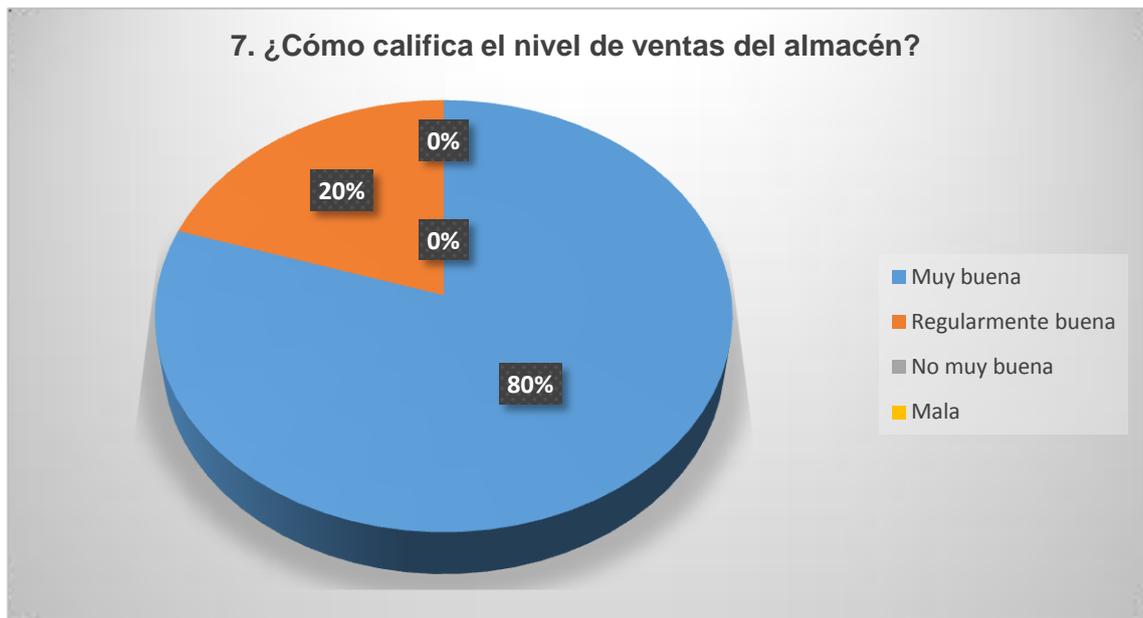
Cuadro 7: Calificación del nivel de ventas del almacén.

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Muy buena	4	80%
Regularmente buena	1	20%
No muy buena	0	0%
Mala	0	0%
<b>Total</b>	5	100%

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 7: Calificación del nivel de ventas del almacén.



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### Análisis:

El 80% de los trabajadores encuestados respondieron que el nivel de las ventas en el almacén es muy buenas y el otro 20% que son regularmente buenas.

## 8. ¿Está satisfecho con las gestiones que se hacen en el almacén para incrementar el volumen de ventas?

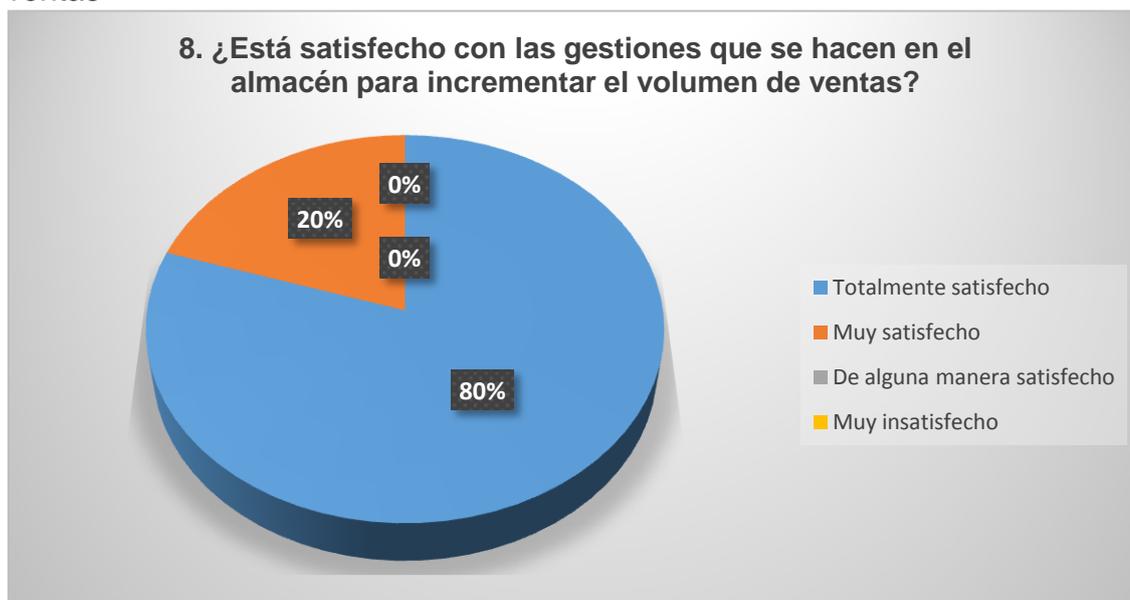
Cuadro 8: Evaluación de las gestiones que se hacen para incrementar las ventas

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Totalmente satisfecho	4	80%
Muy satisfecho	1	20%
De alguna manera satisfecho	0	0%
Muy insatisfecho	0	0%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

**Gráfico 8:** Evaluación de las gestiones que se hacen para incrementar las ventas



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### Análisis:

El 80% de los trabajadores encuestados respondieron que están totalmente satisfecho con las gestiones que se realizan en el almacén para incrementar el volumen de ventas y el otro 20% que son muy satisfecho.

## 9. ¿Cuál cree que es la debilidad de la actividad comercial del almacén?

Cuadro 9: Evaluación de la debilidad del almacén.

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Calidad del producto	0	0%
Precio	0	0%
Mala atención	0	0%
Limitada promoción	5	100%
<b>Total</b>	5	100%

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 9: Evaluación de la debilidad del almacén.



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### Análisis:

El 100% de los empleados encuestados respondieron que la única debilidad en el almacén es que existe una limitada promoción en la actividad comercial.

## 10. ¿Cómo califica las instalaciones físicas del almacén?

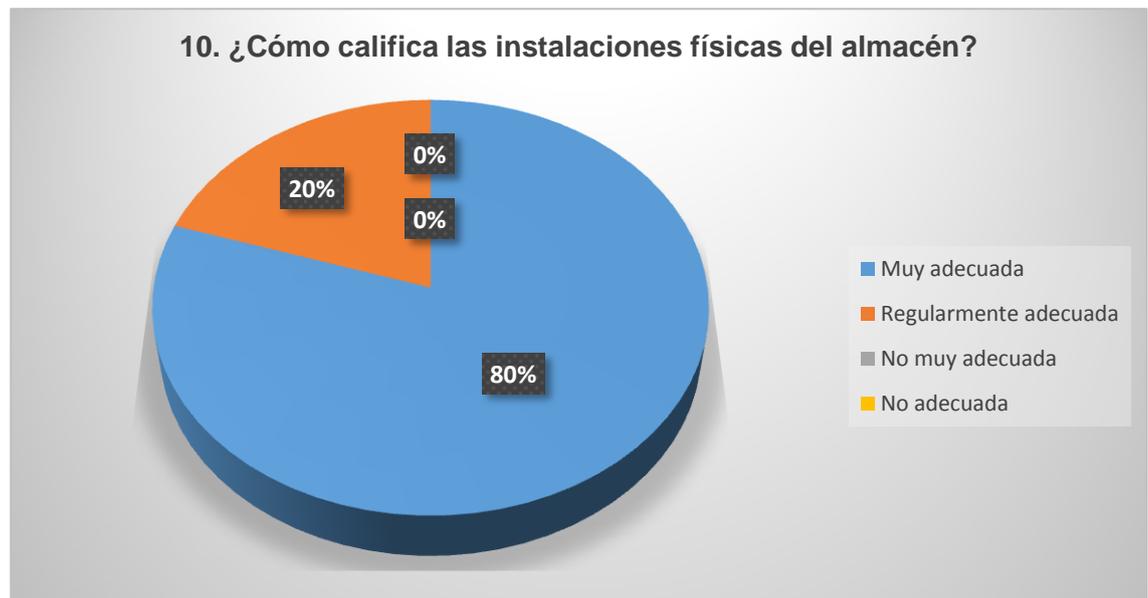
Cuadro 10: Calificación de las instalaciones físicas del almacén.

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Muy adecuada	4	80%
Regularmente adecuada	1	20%
No muy adecuada	0	0%
No adecuada	0	0%
<b>Total</b>	5	100%

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 10: Calificación de las instalaciones físicas del almacén.



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### Análisis:

El 80% de los empleados encuestados respondieron que las instalaciones físicas del almacén son muy adecuadas y el otro 20% de los empleados dicen que son regularmente adecuadas.

### 11. ¿Han tenido problema con el abastecimiento de uniformes a los clientes, por falta de producción?

Cuadro 11: Evaluación del abastecimiento de uniformes a los clientes.

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Con frecuencia	0	0%
A veces	1	20%
Raramente	4	80%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	5	100%

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 11: Evaluación del abastecimiento de uniformes a los clientes.



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### Análisis:

El 20% de los empleados encuestados respondieron que a veces han tenido problemas con el abastecimiento de uniformes a los clientes por falta de producción y el otro 80% de los empleados dicen que raramente tuvieron problemas.

## 12. ¿Para ingresar a este almacén tuvo que participar de una selección de personal?

Cuadro 12: Evaluación del ingreso de personal al almacén

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Si	5	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	5	100%

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 12: Evaluación del ingreso de personal al almacén



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### Análisis:

El 100% de los empleados encuestados respondieron que sí tuvieron que participar de una selección de personal para poder ingresar a laborar al almacén.

### 13. ¿Cree estar capacitado para realizar su trabajo en este almacén?

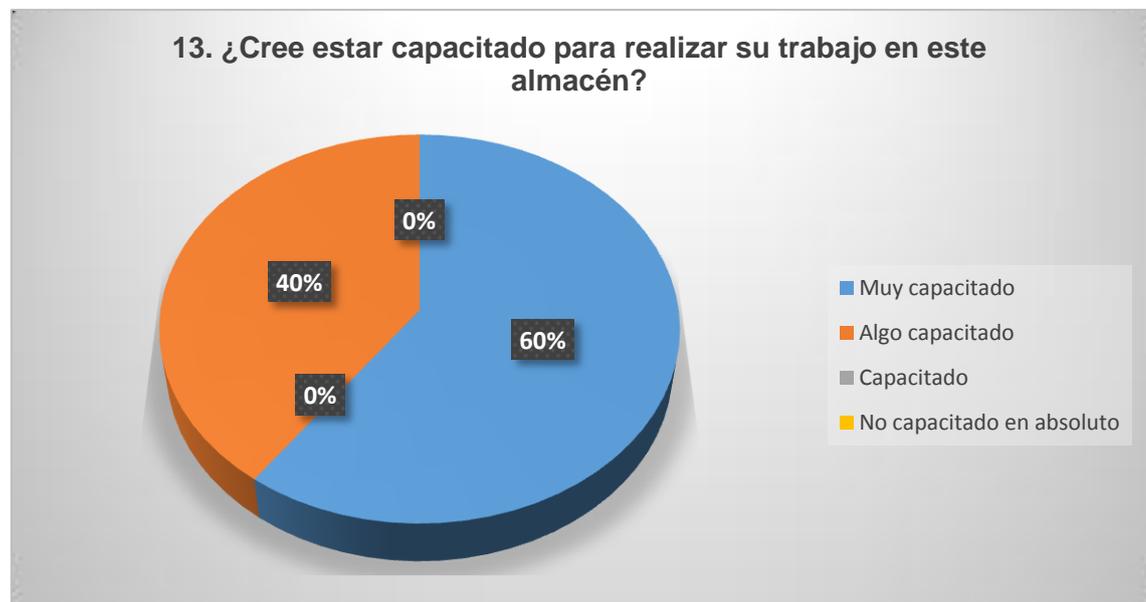
Cuadro 13: Evaluación de la capacitación de los empleados

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Muy capacitado	3	60%
Algo capacitado	2	40%
Capacitado	0	0%
No capacitado en absoluto	0	0%
<b>Total</b>	5	100%

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 13: Evaluación de la capacitación de los empleados



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

#### Análisis:

El 60% de los empleados encuestados respondieron que sí están muy capacitados para realizar su trabajo en el almacén mientras que el otro 40% respondieron que están algo capacitado para este trabajo.

**14. ¿Qué tan comprometido está con las actividades para cumplir con los objetivos del almacén?.**

Cuadro 14: Nivel de compromiso con el almacén.

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Muy comprometido	3	60%
Bastante comprometido	2	40%
Comprometido	0	0%
No comprometido	0	0%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 14: Nivel de compromiso con el almacén.



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

**Análisis:**

El 60% de los empleados encuestados respondieron que están muy comprometidos con las actividades para así poder alcanzar los objetivos de la empresa mientras que el otro 40% respondieron que están bastante comprometidos.

**15. ¿Cómo califica los incentivos del almacén a los trabajadores para el buen desempeño de su trabajo?**

Cuadro 15: Calificación de los incentivos que reciben los empleados.

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Muy buenos	5	100%
Regularmente buenos	0	0%
No muy buenos	0	0%
No es bueno en absoluto	0	0%
<b>Total</b>	5	100%

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 15: Calificación de los incentivos que reciben los empleados.



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

**Análisis:**

El 100% de los empleados encuestados respondieron que los incentivos que el almacén les da por el buen desempeño de su trabajo son muy buenos.

## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTE DEL ALMACÉN

Estas encuestas nos ayudarán a determinar la situación actual de la gestión administrativa y comercial del almacén SUPER PATO.

Preguntas:

### 1. ¿Cuál es el motivo decisorio a la hora de comprar uniformes en el almacén SUPER PATO?

Cuadro 16: Motivo por el cual deciden comprar uniformes en el almacén.

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Precios bajos	195	49%
Calidad del servicio	45	12%
Calidad del uniforme	150	38%
Créditos	5	1%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 16: Motivo por el cual deciden comprar uniformes en el almacén.



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### Análisis:

El 49% de los clientes encuestados opinaron que el motivo que los hace decidir a comprar en el almacén es por los precios bajos, el 38% opinaron que lo hacen por la calidad del uniforme, el otro 12% opinaron por la calidad del servicio y el 1% faltante opinó que es por los créditos que le han otorgado.

## 2. ¿Cuál es la frecuencia con que compra uniformes en el almacén SUPER PATO?

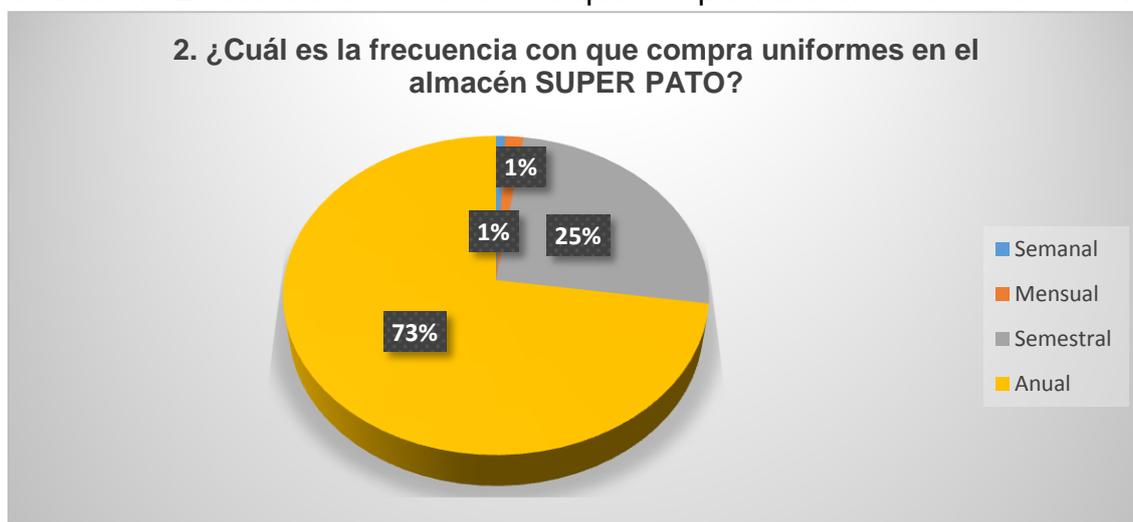
Cuadro 17: Evaluación de la frecuencia que compran uniformes en el almacén.

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Semanal	3	1%
Mensual	6	1%
Semestral	99	25%
Anual	287	73%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 17: Evaluación de la frecuencia que compran uniformes en el almacén.



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### Análisis:

Al preguntar con qué frecuencia compran uniformes los clientes del almacén el 1% de los clientes encuestados opinaron que compran semanalmente, el otro 1% opinaron que lo hacen mensualmente, el 25% opinaron que compran semestralmente y el porcentaje mayor que corresponde al 73% opinó que las compras la realizan anualmente.

### 3.- Al momento de comprar consigue todo lo referente al uniforme ( bolsillo, corbata, medias, etc.)

Cuadro 18: Nivel de satisfacción de los clientes al momento de comprar.

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Si	217	73%
No	49	17%
A veces	29	8%
<b>Total</b>	<b>295</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 18: Nivel de satisfacción de los clientes al momento de comprar.



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

#### Análisis:

Al preguntarle a los clientes si consiguen todos los implementos de los uniformes, el 73% de los clientes encuestados opinaron que si encuentran todo los implementos para sus uniformes un 17% opinaron que no encuentran y el 10% restante opinaron que a veces lo encuentran todo.

#### 4. La marca del almacén es un nombre fácil de recordar a la hora de comprar

Cuadro 19: Reconocimiento de la marca al momento de comprar.

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Si	390	99%
No	5	1%
No se pronuncia	0	0%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 19: Reconocimiento de la marca al momento de comprar.



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

#### Análisis:

Al preguntarle a los clientes si se les hace fácil recordar el nombre del almacén al momento de comprar el 99% se pronunció que si mientras que el 1% restante opinó que no.

## 5. ¿Cómo califica la competencia de otros almacenes de uniformes?

Cuadro 20: Evaluación de la competencia del almacén.

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Muy Importante	116	29%
Regularmente Importante	123	31%
Neutral	83	21%
No tan importante	73	19%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 20: Evaluación de la competencia del almacén.



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### Análisis:

El 21% de los encuestados opinaron que es muy importante la competencia de otros almacenes, el 31% opinaron que es regularmente importante la competencia, 21% opinaron que les parece neutral, mientras tanto el 19% restante opinaron que no es tan importante dicha competencia.

## 6. ¿Cómo considera la costura de los uniformes del almacén SUPER PATO?

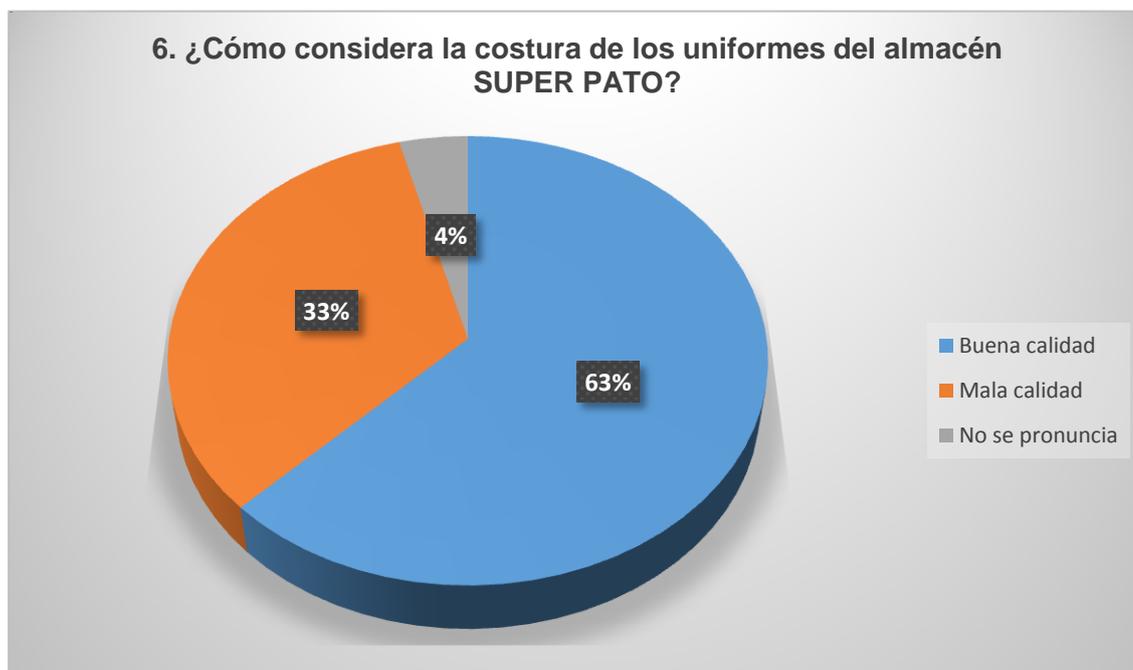
Cuadro 21: Evaluación de la calidad de los uniformes

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Buena calidad	247	63%
Mala calidad	132	33%
No se pronuncia	16	4%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 21: Evaluación de la calidad de los uniformes



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### Análisis:

El 63% de los encuestados opinaron que es de buena calidad, el 33% opinaron que es de mala calidad y el 4% no se pronunciaron.

## 7. ¿Cómo califica las instalaciones físicas del almacén SUPER PATO?

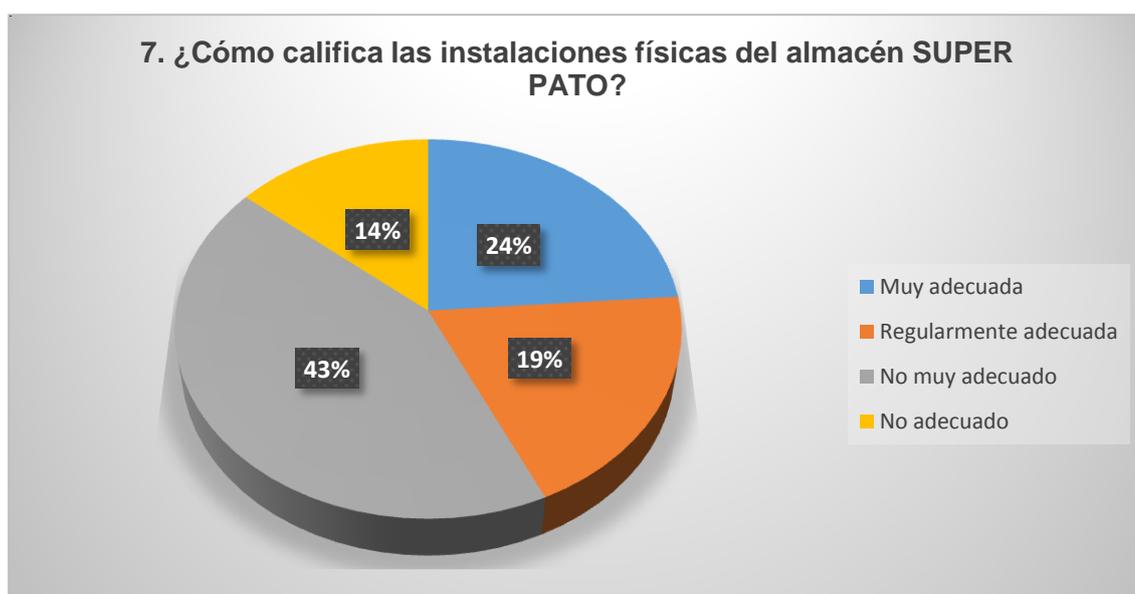
Cuadro 22: Evaluación de las instalaciones físicas del almacén

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Muy adecuada	94	24%
Regularmente adecuada	76	19%
No muy adecuado	170	43%
No adecuado	55	14%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 22: Evaluación de las instalaciones físicas del almacén



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### Análisis:

Del total de las encuestas el 24% respondió que son muy adecuadas las instalaciones físicas mientras que el 19% aseveraron que son regularmente adecuadas, el 14% de los encuestados a su vez respondieron no son muy adecuadas y el 43% respondieron que no son adecuadas.

## 8. ¿Cómo califica al personal que realiza la venta de uniformes?

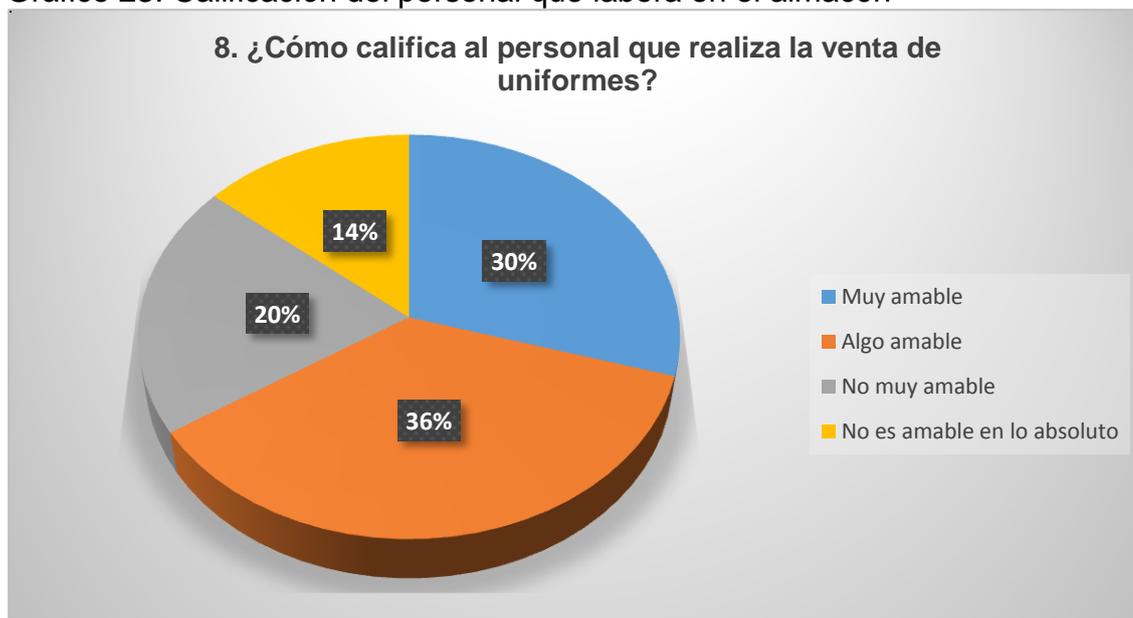
Cuadro 23: Calificación del personal que labora en el almacén

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Muy amable	117	30%
Algo amable	143	36%
No muy amable	80	20%
No es amable en lo absoluto	55	14%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 23: Calificación del personal que labora en el almacén



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### Análisis:

Al plantearle la pregunta a los clientes, que como califican al personal que realiza la venta de uniformes el 30% respondió que son muy amables, el 36% algo amable, el 20% respondieron que no son muy amables y el 14% restante respondieron que no son muy amable en lo absoluto.

## 9. ¿Qué no le gusta del almacén Súper Pato al momento de la compra?

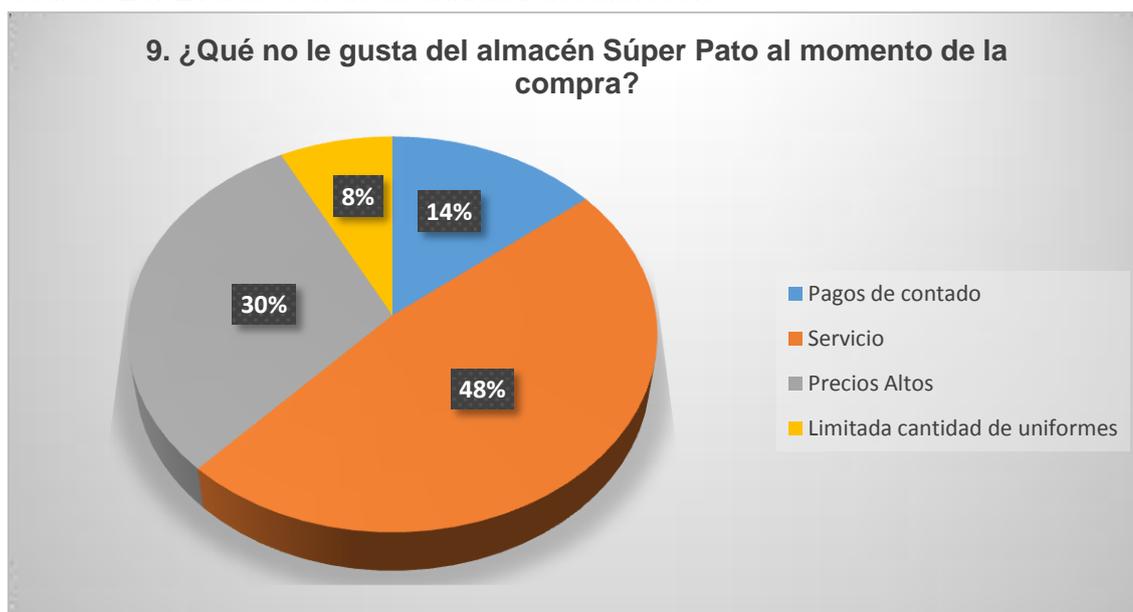
Cuadro 24: Evaluación de la afinidad del almacén

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Pagos de contado	56	14%
Servicio	189	48%
Precios Altos	120	30%
Limitada cantidad de uniformes	30	8%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 24: Evaluación de la afinidad del almacén



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### Análisis:

Al preguntarle a los clientes, lo que no les gusta del almacén Súper Pato al momento de comprar, el 14% respondió los pagos de contado, 48% el servicio, el 30% respondió los precios altos y el 8% restante que la limitada cantidad de uniformes.

## 10. ¿Qué medio utiliza para realizar las compras de los uniformes?

Cuadro 25: Medios que se utilizan para realizar las compras

PREGUNTA	CANTIDAD	PORCENTAJES
Teléfono/Celular	8	2%
e-mail	7	2%
Página web	26	6%
En el local	354	90%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

Gráfico 25: Medios que se utilizan para realizar las compras



Fuente: encuesta

Elaborado: El autor

### Análisis:

Al preguntarles a los clientes que medios utilizan para realizar sus compras de uniformes, el 2% respondió que lo realizan por medio de teléfono, 2% por medio de email, 6% por medio de la página web, mientras que el 90% restante lo realiza personalmente en el local.

#### **4.1.1 Resultado del objetivo 1**

Al analizar el primer objetivo de nuestro trabajo en base a las encuestas realizadas, nos damos cuenta que la acción administrativa que realiza el gerente/propietario de este almacén, aporta para la toma de decisiones que el realiza ya que esto le ha permitido posesionarse de una forma rápida en el mercado, siendo también razón por la cual los empleados del almacén están conformes con las acciones que se realizan a favor del almacén.

#### **4.1.2 Resultado del objetivo 2.**

En este objetivo según la encuesta realizada al gerente propietario, analizamos que no se realiza planes financieros. Más bien se apega a un proceso de negociación con ventaja en las compras de materias primas y materiales. A su vez los procesos contables son automatizados, manejados por medio del programa MONICA 8.5 lo cual le permite tener resultados al instante, cuando él lo necesite. Para así visualizar como van sus ventas, gastos y así poder tomar las decisiones oportunas a tiempo para y poder incrementar sus utilidades después de cada periodo o temporada.

#### **4.1.3 Resultado del objetivo 3.**

Mediante las encuestas realizadas al gerente/propietario como a empleados y clientes se pudo comprobar la administración que realiza el gerente/propietario para atraer a sus clientes una de esas causas es el abastecimiento del local de todos los productos dándole la facilidad al cliente de encontrar todo en un solo lugar, también de la personalización por parte de el en las ventas de temporadas recibiendo y atendiendo al cliente de una manera agradable, lo cual le ha permitido con el tiempo aumentar su clientela no solo en el cantón Quevedo sino también en los cantones aledaños.

#### **4.1.4 Resultado del objetivo 4.**

Una de las estrategias administrativas que se emplean son las políticas de mercadeo; dando a los clientes buenas promociones durante todo el año además de los descuentos que hay por temporada. También entregándole una prenda de excelente calidad en sus costuras. Otra estrategia para alcanzar un desarrollo económico es el de brindarles un local cómodo y adecuado ya que mediante esta investigación y la observación directa de su gerente/propietario se comprobó que hay una insatisfacción de sus clientes por lo incomodo de su local dado este inconveniente el gerente decidió remodelar su local para la nueva temporada 2014 y corregir así esta debilidad de su almacén.

#### **4.2 Discusión.**

Esta investigación se realizó tomando el criterio y base teóricos de varios autores sobre la gestión administrativa y financiera, misma que presenta ciertas debilidad por falta de manuales documentados que generan satisfacción de muchos objetivos económicos, sociales y políticos competencia del administrador, tal como lo señala FERNANDEZ, PABLO (2008). La gestión de los recursos financieros de una organización es una función crítica. La buena gestión del presupuesto, el mantenimiento de registros financieros y la declaración de datos son esenciales para el funcionamiento general de la organización.

La información recopilada revela que el 49% de los clientes decide comprar uniformes por los bajos precios y el 38% por la calidad de las prendas mientras que el 12% por la calidad del servicio lo que nos indica que el almacén Súper Pato tiene un 99% de aceptación a la hora de adquirir un uniforme.

En cuanto a la competencia se puede establecer que a pesar de haber muchos establecimientos que ofrecen este tipo de productos el almacén Súper Pato lleva una ventaja ante todos ellos ya que sus costos son más bajos que el de la competencia y su calidad tanto en el servicio como en los del uniforme hacen que los clientes prefieran Almacén Súper Pato; lo cual lo convierte en una acción administrativa acertada al momento de tomar cualquier decisión.

Cabe indicar que el Almacén Súper Pato a pesar de ser una empresa joven en el mercado ha ganado un posicionamiento muy bueno esto lo ha logrado gracias a la decisiones programadas también llamadas decisiones estructuradas. La persona que toma este tipo de decisión no tiene la necesidad de diseñar ninguna solución, sino que simplemente se rige por la que se ha seguido anteriormente, como lo señala. WILSON MARIÑO (2009). Y esto es lo que ha empleado su gerente/propietario.

A su vez después de analizar otras preguntas nos dimos cuenta que no cuenta con controles, manuales ni reglamentos internos también no hay políticas financieras definidas por parte de la administración del almacén, esto factores son convertidos en debilidades y no cumplen con lo que dice MONTEBELLO, JORGE (2010), que el control facilita el logro de los planes, aunque la planeación debe preceder del control. Los planes no se logran por si solos, éstos orientan a los gerentes en el uso de los recursos para cumplir con metas específicas.

El análisis realizado en la investigación y los criterios de los diferentes autores se puede decir que la hipótesis general del presente proyecto, se declara que la gestión administrativa y financiera perfecciona el desarrollo y crecimiento que ha tenido el almacén Súper Pato del cantón Quevedo provincia de los Ríos en el año 2012, lo que mantiene una gran relación con la información obtenida de las encuestas aplicadas tanto a los clientes, empleados y el gerente/propietario.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1 CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis de los resultados, se logró evaluar la gestión administrativa y financiera que emplea el almacén Súper Pato del cantón Quevedo, y su influencia que ha tenido en el desarrollo y crecimiento, por lo que se concluye lo siguiente.

Que la acción administrativa que realiza el almacén Súper Pato aporta a la correcta toma de decisiones por parte de quien lo administra, motivo por el cual se ha mantenido líder en la venta de uniformes no solo escolares sino de todo tipo.

Que Almacén Súper Pato no lleva adecuadamente procesos contables, simplemente el gerente/propietario obtiene incremento en sus utilidades por medio del proceso de negociación con ventajas en las compras, además esto conlleva a sacar ventajas frente a su competencia ya que puede reducir sus costos sin ver afectado en gran parte su margen de utilidad.

Que la administración empleada por el gerente/propietario contribuye para el aumento de sus clientes, ya que es un mercado que está siempre activo y que no tiende a desaparecer es por esto que a pesar de no tener políticas de comercialización el aplica estrategias que tienen mucho resultado como por ejemplo las promociones, descuentos y más aún estos descuentos por temporada que premian al cliente por comprar a tiempo su uniforme, además una gran idea para captar a más clientes es que Ud. ahí encontrara de todo para su hijo desde el uniforme hasta el último detalle que este lleva ya que esto le evita a Ud. como cliente ir de un local a otro.

Las estrategias administrativa empleadas por el Almacén Súper Pato no son las más apropiada para su desarrollo económico y su crecimiento empresarial, ya que no cuentan con una estructura organizacional, principios corporativos, planes, programas, reglamentos, políticas, sistema de reclutamiento del personal y programas de capacitación para potenciar el desarrollo productivo.

## 5.2. RECOMENDACIONES

La gestión administrativa y financiera que ha venido empleando el almacén Súper Pato del cantón Quevedo, no le ha ayudado a optimizar en su totalidad el desarrollo y crecimiento, por lo que se recomienda lo siguiente.

Para mejorar la acción administrativa se sugiere que siga llevando e implementando nuevas acciones para corregir alguna debilidad que se aparezca y mantenga esa correcta toma de decisiones.

Que Almacén Súper Pato lleve adecuadamente procesos contables, para que así tenga un mayor crecimiento e incremento en sus utilidades por medio del adecuado uso de estos procesos, además esto conllevaría a sacar mayor ventaja frente a futuras competencias de ese mismo nivel económico.

Que el Almacén Súper dentro de su eficiente administración elabore políticas definidas de comercialización ya que esto le ayudara a que no improvise al momento de vender sus productos, esto le ayudara a que temporada a temporada tenga un aumento de clientes muy considerado.

Que elabore estrategias administrativas y estas sean aplicadas en el mismo, esto conlleva a que elabore una estructura organizacional, planes, programas, reglamentos y políticas financieras que ayuden a mejorar el eficiente desarrollo económico del Almacén Súper Pato.

**CAPÍTULO VI**  
**BIBLIOGRAFÍA**

## 6.1 LITERATURA CITADA

BREALEY R., Myers S.; “Fundamentos de financiación empresarial”. 2008 Cuarta edición. Editorial McGraw Hill. Pág. 87.

BREALEY R., Myers S.; “Fundamentos de financiación empresarial”. 2008 Cuarta edición. Editorial McGraw Hill. Pág. 18

BARRENO, Luís; Formación y Evaluación de Proyecto; 2009; Primera edición; Ecos Edición; Pág. 88.

FERNANDEZ, Pablo, “Valoración de empresas”, 2008 Segunda edición. Editorial Gestión 2000 Barcelona. Pág. 57.

GODDARD y Powell, “Análisis e interpretación de Estados Financieros” 2009, Primera edición. Editorial Nuevo Mundo. Pág. 97.

HALLORAN, James, “Creación de empresas”, 2009 Quinta edición. Editorial Managemet McGraw Hill. Pág. 32.

JANY, José Nicolás; “Investigación integral de mercados” 2010; segunda edición; editorial Mc Graw Hill; Colombia; Pág. 16.

LAWRENCE J. Gitman; Principios de administración financiera; 2009; sexta edición; Editorial McGrawHill; Pág. 49.

MONTEBELLO, Jorge, “Investigación, planeación y evaluación de la Administración Financiera” 2010. Segunda edición. Editorial ideal. Pág. 38.

MORALES C. Arturo; Proyecto de Inversión México; 2009; Quinta edición; Editorial Mc Graw Hill Interamericano S.A. Pág. 164.

WILSON, Mariño; “Negocios familiares de baja inversión”2009, Primera edición. Editorial Pearson educación S.A; Pág. 76.

## 6.2 LINKOGRAFÍA

<http://es.slideshare.net/LuisConcha-91/estudio-tecnico-de-un-proyecto>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Organización>

<http://www.monografias.com/trabajos90/indices-financieros/indices-financieros.shtml#ndicesfina#ixzz2hMKgSXpE>

Google (2012) “Administración Financiera” [en línea]  
[www./google.com/administracion/financiera/enero/2008](http://www.google.com/administracion/financiera/enero/2008)

**CAPÍTULO VII**  
**ANEXOS**

## **Facultad de Ciencias Empresariales**

### **Escuela de Economía y Finanzas**

#### **Carrera de Ingeniería en Administración Financiera**

#### **ENCUESTA DIRIGIDA AL GERENTE DEL ALMACEN SUPER PATO DEL CANTÓN QUEVEDO.**

##### **Cuestionario.**

1. ¿Cuál es el propósito del almacén Súper Pato?
2. ¿Utiliza el proceso administrativo como herramienta de apoyo para la mejora institucional?
3. ¿Cómo está estructurado el almacén Súper Pato, por áreas de trabajo, o departamentos?
4. ¿Realiza planes sobre temas administrativos y financieros?
5. ¿Ha logrado crear un ambiente laboral agradable para sus trabajadores?  
¿De qué forma?
6. ¿Tiene estructurado, ubicado y valorado el posicionamiento de los uniformes en el mercado?
7. ¿Con las empresas de su misma línea de comercialización que relaciones tiene?
8. ¿Cuál fue su estrategia inicial de producto para ingresar al mercado? Cuáles fueron los objetivos
9. ¿La política de precios de los uniformes le ha permitido incrementar sus ventas?
11. ¿Considera que la marca SUPER PATO llama la atención a los clientes?
13. ¿Cuenta con una página en internet?
14. ¿La inversión inicial en su negocio ha generado las utilidades proyectadas?

**¡Gracias por su colaboración!**

## Facultad de Ciencias Empresariales

### Escuela de Economía y Finanzas

#### Carrera de Ingeniería en Administración Financiera

##### ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DEL ALMACEN

###### Questionario.

1. ¿Cómo califica la gestión administrativa realizada por el gerente/propietario del almacén?

- |                                    |                                     |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Excelente | <input type="checkbox"/> Buena      |
| <input type="checkbox"/> Regular   | <input type="checkbox"/> Deficiente |

2. ¿Cómo califica la planificación de actividades de comercialización de uniformes en el almacén?

- |                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Muy Buena    | <input type="checkbox"/> Regularmente buena |
| <input type="checkbox"/> No muy buena | <input type="checkbox"/> Mala               |

3. ¿Cómo observa la estructura organizacional del almacén?

- |                                    |                                     |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Excelente | <input type="checkbox"/> Buena      |
| <input type="checkbox"/> Regular   | <input type="checkbox"/> Deficiente |

4. ¿Está satisfecho con la comunicación que existe entre el gerente/propietario y trabajadores en el almacén?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Totalmente satisfecho | <input type="checkbox"/> Muy satisfecho   |
| <input type="checkbox"/> Bastante satisfecho   | <input type="checkbox"/> Muy insatisfecho |

5. ¿Cómo califica la forma de administrar el almacén por parte del gerente/propietario?

- |                                    |                                     |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Excelente | <input type="checkbox"/> Buena      |
| <input type="checkbox"/> Regular   | <input type="checkbox"/> Deficiente |

6. ¿Con qué frecuencia el gerente/propietario hace control de las actividades de comercialización ejecutadas por los trabajadores?

- |                                     |                                    |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Diario     | <input type="checkbox"/> Semanal   |
| <input type="checkbox"/> Quincenal  | <input type="checkbox"/> Mensual   |
| <input type="checkbox"/> Trimestral | <input type="checkbox"/> Semestral |
| <input type="checkbox"/> Anual      |                                    |

**7.** ¿Cómo califica el nivel de ventas del almacén?

- Muy Buena  Regularmente buena  
 No muy buena  Mala

**8.** ¿Está satisfecho con las gestiones que se hacen en el almacén para incrementar el volumen de ventas?

- Totalmente satisfecho  Muy satisfecho  
 De alguna manera satisfecho  Muy insatisfecho

**9.** ¿Cuál cree que es la debilidad de la actividad comercial del almacén?

- Calidad del producto  Precio  
 Mala atención  Limitada Promoción

**10.** ¿Cómo califica las instalaciones físicas del almacén?

- Muy adecuada  Regularmente adecuada  
 No muy adecuada  No adecuada

**11.** ¿Han tenido problema con el abastecimiento de uniformes a los clientes, por falta de producción?

- Con frecuencia  A veces  
 Raramente  Nunca

**12.** ¿Para ingresar a este almacén tuvo que participar de una selección de personal?

- Si  No

**13.** ¿Cree estar capacitado para realizar su trabajo en este almacén?

- Muy capacitado  Algo capacitado  
 Capacitado  No capacitado en absoluto

**14.** ¿Qué tan comprometido está con las actividades para cumplir con los objetivos del almacén?

- Muy comprometido  Bastante comprometido  
 Comprometido  No comprometido en absoluto

**15.** ¿Cómo califica los incentivos del almacén a los trabajadores para el buen desempeño de su trabajo?

- Muy Buenos  Regularmente buenos  
 No muy buenos  No es bueno en absoluto

**¡Gracias por su colaboración!**

**Facultad de Ciencias Empresariales**  
**Escuela de Economía y Finanzas**  
**Carrera de Ingeniería en Administración Financiera**  
**ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES**

**Cuestionario:**

1. ¿Cuál es el motivo decisorio a la hora de comprar uniformes en el almacén SUPER PATO?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Precios bajos        | <input type="checkbox"/> Calidad del servicio |
| <input type="checkbox"/> Calidad del uniforme | <input type="checkbox"/> Créditos             |

2. ¿Cuál es la frecuencia con que compra uniformes en el almacén?

- |                                    |                                  |
|------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Semanal   | <input type="checkbox"/> Mensual |
| <input type="checkbox"/> Semestral | <input type="checkbox"/> Anual   |

3.- Al momento de comprar consigue todo lo referente al uniforme ( bolsillo, corbata, medias, etc.)

- |                                  |                             |
|----------------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Si      | <input type="checkbox"/> No |
| <input type="checkbox"/> A veces |                             |

4. ¿La marca del almacén es un nombre fácil de recordar a la hora de comprar?

- |  |                             |
|--|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Si              | <input type="checkbox"/> No |
| <input type="checkbox"/> No se pronuncia |                             |

5. ¿Cómo califica la competencia de otros almacenes de uniformes?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Muy importante | <input type="checkbox"/> Regularmente importante |
| <input type="checkbox"/> Neutral        | <input type="checkbox"/> No tan importante       |

6. ¿Cómo considera la costura de los uniformes del almacén SUPER PATO?

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Buena calidad   | <input type="checkbox"/> Mala calidad |
| <input type="checkbox"/> No se pronuncia |                                       |

7. ¿Cómo califica las instalaciones físicas del almacén?

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Muy adecuada    | <input type="checkbox"/> Regularmente adecuada |
| <input type="checkbox"/> No muy adecuada | <input type="checkbox"/> No adecuada           |

8. ¿Cómo califica al personal que realiza la venta de uniformes?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Muy amable    | <input type="checkbox"/> Algo amable              |
| <input type="checkbox"/> No muy amable | <input type="checkbox"/> No es amable en absoluto |

9. ¿Qué no le gusta del almacén Súper Pato al momento de la compra?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Pagos de contado | <input type="checkbox"/> Servicio                          |
| <input type="checkbox"/> Precios altos    | <input type="checkbox"/> Limitada calidad de los uniformes |

10. ¿Qué medio utiliza para realizar las compras de uniformes?

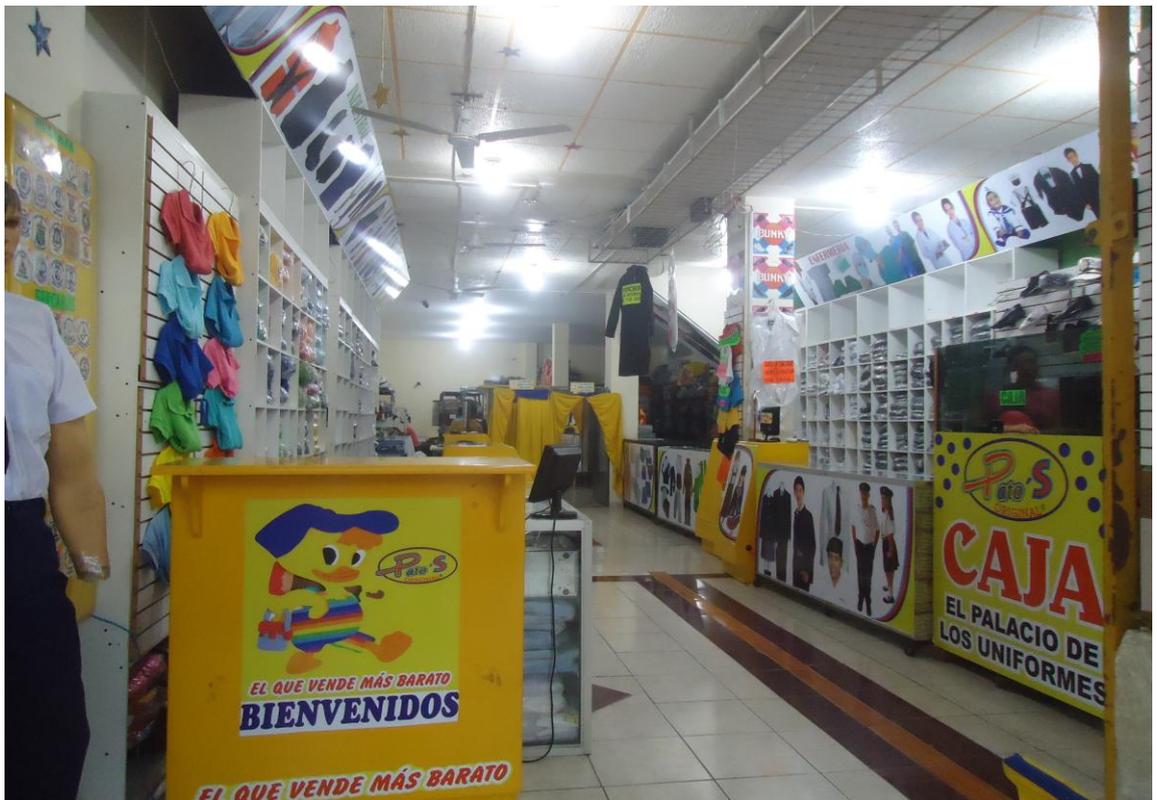
- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Teléfono/ Celular | <input type="checkbox"/> e-mail            |
| <input type="checkbox"/> Página Web        | <input type="checkbox"/> Otros Cuáles..... |

**¡Gracias por su colaboración!**

Exteriores del almacén Súper Pato



Interior de almacén Súper Pato



Encuesta realiza al gerente propietario del almacén



Encuesta realizada a los empleados



Encuesta realizada a los empleados



Encuesta realizada a los empleados



## Encuesta realizada a los empleados



## Trabajos que se realizan en el almacén



### CUADRO DE SISTEMATIZACION DE LAS VARIABLES

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	SUBPROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPÓTESIS GENERAL	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLES INDEPENDIENTES	VARIABLES DEPENDIENTES
<b>¿Cómo la Gestión Administrativa y Financiera influye en el desarrollo y crecimiento del almacén Súper Pato del catón Quevedo provincia de los Ríos en el año 2012?</b>	¿De qué manera la acción administrativa ayuda en la toma de decisiones del almacén Súper Pato?	<b>Realizar un análisis de la gestión administrativa y financiera que influyo para el desarrollo y crecimiento del almacén Súper Pato del Cantón Quevedo provincia de los Ríos en el año 2012.</b>	Analizar de qué manera la acción Administrativa ayuda en la toma de decisiones del almacén Súper Pato.	<b>Con el análisis de la Gestión Administrativa y Financiera determinaremos el desarrollo y crecimiento que ha tenido el almacén Súper Pato del catón Quevedo provincia de los Ríos en el año 2012.</b>	La acción administrativa ayudara a la correcta toma de decisiones del almacén Súper Pato.	Acción Administrativa	Toma de decisiones
	¿De qué forma la aplicación de procesos contables, interviene en el incremento de las utilidades del almacén Súper Pato?		Identificar los procesos contables que intervienen en el incremento de las utilidades del almacén Súper Pato		Los procesos contables que intervienen permitirán obtener un incremento de las utilidades en el almacén Súper Pato.	Procesos Contables	Incremento de la Utilidades
	¿Cómo la administración contribuye en el incremento de los clientes del almacén Súper Pato?		Conocer la Administración que contribuye en el aumento de los clientes del Almacén Súper Pato.		Con la Administración se lograra incrementar la clientela del almacén Súper Pato	Eficiente Administración	Incremento de los Clientes
	¿Qué tipos de Estrategias Administrativas, imperan en el desarrollo económico del almacén Súper Pato?		Determinar los tipos de estrategias administrativas que imperan para alcanzar el desarrollo económico en el Súper Pato.		Con los diferentes tipos de estrategias Administrativas se podrá alcanzar un desarrollo económico del almacén Súper Pato.	Estrategias Administrativas	Desarrollo Económico

## OPERACIONALIZACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

**HIPÓTESIS GENERAL:** CON EL ANÁLISIS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DETERMINAREMOS EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EL ALMACÉN SÚPER PATO DEL CATÓN QUEVEDO PROVINCIA DE LOS RÍOS EN EL AÑO 2012.

VARIABLES	CONCEPTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
GESTION ADMINISTRATIVA y FINANCIERA	La gestión administrativa es una acción humana que depende del conocimiento de las ciencias administrativas, del arte, de las habilidades personales y del liderazgo Lograr un conocimiento del sistema financiero y todas las alternativas dispuestas en el medio para obtener recursos financieros con los mayores grados de eficiencia, así como asignar, controlar y evaluar el uso de los mismos, en procura de crear valor agregado y aumentar el valor de las empresas.	Habilidades personales	Capacidad individual	¿Cómo califica la gestión administrativa realizada por el gerente/propietario del almacén?  <b>Excelente</b> <b>Buena</b> <b>Regular</b> <b>Deficiente</b>	Encuesta a trabajadores  (Cuestionario)
		Recursos financieros	Desarrollo personal	¿Cómo califica la planificación de actividades de comercialización de uniformes en el almacén?  <b>Muy Buena</b> <b>Regularmente Buena</b> <b>No muy Buena</b> <b>Mala</b>	
DESARROLLO Y CRECIMIENTO	Son modificaciones e incrementos de tamaño que originan que ésta sea diferente de su estado anterior. Es decir, se han producido aumentos en cantidades y dimensión así como cambios en sus características internas (cambios en su estructura económica y organizativa). Estos aumentos se pueden reflejar en todas o varias de las siguientes variables: activos, producción, ventas, beneficios, líneas de productos, mercados etc.	Estructura Organizacional	Crecimiento de la empresa	¿Cómo observa la estructura organizacional del almacén?  <b>Excelente</b> <b>Buena</b> <b>Regular</b> <b>Deficiente</b>	Encuesta a trabajadores  (Cuestionario)
	Recursos Humanos	Líneas de mando	¿Está satisfecho con la comunicación que existe entre el gerente/propietario y trabajadores en el almacén?  <b>Totalmente satisfecho</b> <b>Muy satisfecho</b> <b>Bastante satisfecho</b> <b>Muy insatisfecho</b>		



**HIPÓTESIS PARTICULAR 2: LOS PROCESOS CONTABLES QUE INTERVIENEN PERMITIRÁN OBTENER UN INCREMENTO DE LAS UTILIDADES EN EL ALMACÉN SÚPER PATO.**

VARIABLES	CONCEPTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
PROCESOS CONTABLES	El proceso contable define la serie de etapas sucesivas del ciclo contable que permite transformar dato contables en informes contables. El proceso comienza con la selección de los hechos económicos y continuos con su anotación en diversos registros hasta llegar a la emisión de los estados contables.	Operaciones transaccionales	Comercialización  Ingresos  Egresos	¿Han obtenido problemas con el abastecimiento de uniformes a los clientes, por falta de producción?  <b>Con Frecuencia</b> <b>A veces</b> <b>Raramente</b> <b>Nunca</b>  ¿Está satisfecho con las gestiones que se hacen en el almacén para incrementar las ventas?  <b>Totalmente satisfecho</b> <b>Muy satisfecho</b> <b>Bastante satisfecho</b> <b>Muy insatisfecho</b>	Encuesta a trabajadores  (Cuestionario)
INCREMENTO DE LAS UTILIDADES	La eficiencia está vinculada a utilizar los medios disponibles de manera racional para llegar a una meta. Se trata de la capacidad de alcanzar un objetivo fijado con anterioridad en el menor tiempo posible y con el mínimo uso posible de los recursos, lo que supone una optimización.  Por lo tanto, los administradores financieros o la gerencia financiera, necesitan saber cuáles son los objetivos de los propietarios de la empresa. Algunas personas creen, en el enfoque tradicional de las finanzas, que el objetivo de la empresa es siempre maximizar las utilidades.	Recursos Humanos  Desarrollo Administrativo	Capacitaciones  Políticas en las ventas	¿Cree estar capacitado para realizar su trabajo en este almacén?  <b>Muy Capacitado</b> <b>Algo Capacitado</b> <b>Capacitado</b> <b>No capacitado en lo absoluto</b>  ¿Cómo califica los incentivos del almacén a los trabajadores para el buen desempeño de su trabajo?  <b>Muy Buenos</b> <b>Regularmente buenos</b> <b>No muy buenos</b> <b>No es bueno en lo absoluto</b>	Encuesta a trabajadores  (Cuestionario)

**HIPÓTESIS PARTICULAR 3: CON LA ADMINISTRACIÓN SE LOGRARA INCREMENTAR LA CLIENTELA DEL ALMACÉN SÚPER PATO.**

VARIABLES	CONCEPTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
ADMINISTRACIÓN	Es la ciencia social y técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, del conocimiento, etc.) de una organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o social, dependiendo de los fines perseguidos por la organización.	Habilidades Personales  Empresa	Planificación  Organización  Dirección  Control	¿Cuál es el motivo decisorio a la hora de comprar uniformes en el almacén Súper Pato?  <b>Precios Bajos</b> <b>Calidad del Servicio</b> <b>Calidad del uniforme</b> <b>Créditos</b>  ¿Al momento de comprar consigue todo lo referente al uniforme? (bolsillos, corbatas, medias etc.)  <b>Si</b> <b>No</b> <b>A veces</b>	Encuesta a clientes  (Cuestionario)
INCREMENTAR LA CLIENTELA	Los clientes fieles a la empresa son aquellos a quienes les supone un gran coste el cambiar de empresa. En otras palabras, la fidelización no es consecuencia única de la atracción emocional que los clientes sienten por un producto o por una determinada marca, también es consecuencia directa de los costes asociados que suponen el cambiar a la competencia. Aumentar la cantidad de clientes es algo en lo que debes estar focalizada de manera constante para que tu empresa tenga altos rendimientos todos los meses. No sirve de nada echar la culpa a la crisis o a factores externos, eso no te va a ayudar a ganar clientes.	Recursos Financiero	Inversión  Calidad	¿Cómo califica las instalaciones físicas del almacén Súper Pato?  <b>Muy Adecuada</b> Regularmente adecuada <b>No muy adecuado</b> <b>No adecuado</b>  ¿Cómo considera la costura de los uniformes del almacén Súper Pato?  <b>Buena calidad</b> <b>Mala calidad</b> <b>No se pronuncia</b>	Encuesta a Clientes  (Cuestionario)

