	GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS	CÓDIGO	FO-GS-15
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN	VERSIÓN	02
FECHA		06/09/2022	
PÁGINA		1 de 1	
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ	
Jefe División de Biblioteca	Equipo Operativo de Calidad	Líder de Calidad	

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE(S): JOSE FERNANDO APELLIDOS: GARCIA PINO

NOMBRE(S): KELLY YASMIN APELLIDOS: VACA BOBADILLA

NOMBRE(S): _____ APELLIDOS: _____

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: CONTADURIA PUBLICA

DIRECTOR:

NOMBRE(S): : CARLOS FABIAN APELLIDOS: RICO ROJAS

NOMBRE(S): _____ APELLIDOS: _____

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): IMPLEMENTACION DE UN PLAN ESTRATEGICO FINANCIERO DE LA EMPRESA TODO SERVICIO GARPI DE LA CIUDAD DE CUCUTA

La empresa todo servicio Garpi de la ciudad de Cúcuta cuenta con grandes competencias en el mercado laboral reconocidas a nivel nacional, lo que lleva al gerente a implementar un plan estratégico financiero de la empresa, para utilizar al límite todos los bienes con que cuenta para enfocar la empresa a un mejor futuro con la ayuda de todos los empleados

PALABRAS CLAVES:

MÁXIMO 5

GIROS, PLAN ESTRATEGICO,

EMPRESA, FINANZAS

CARACTERISTICAS:

PÁGINAS: 56 PLANOS: 5 ILUSTRACIONES: 36

IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO FINANCIERO DE LA EMPRESA TODO SERVICIO
GARPI DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

JOSE FERNANDO GARCIA PINO

KELLY YASMIN VACA BOBADILLA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA CONTABILIDAD PÚBLICA

SAN JOSE DE CUCUTA

2022

IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO FINANCIERO DE LA EMPRESA
TODO SERVICIO GARPI DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

JOSE FERNANDO GARCIA PINO
KELLY YASMIN VACA BOBADILLA

PARA OPTAR A TITULO DE: TRABAJO DE GRADO
DIRECTOR: CARLOS FABIAN RICO ROJAS

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA CONTABILIDAD PÚBLICA
SAN JOSE DE CUCUTA

FECHA: Cúcuta, 10 de junio de 2022

LUGAR: "UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER"
PLAN DE ESTUDIOS: "CONTADURIA PUBLICA"

TITULO DEL TRABAJO: "IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO FINANCIERO DE LA EMPRESA TODO SERVICIO GARPI DE LA CIUDAD DE CÚCUTA"

JURADOS	ENTIDAD
CARLOS FABIAN RICO ROJAS	U.F.P.S
YAIR ROLANDO CASADIEGO DUQUE	U.F.P.S
LUIS FERNANDO GUARDIOLA PLAZAS	U.F.P.S

DIRECTOR (A): CARLOS FABIAN RICO ROJAS

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CODIGO	CALIFICACION	LETRAS	A	M	L
KELLY YASMIN VACA BOBADILLA	1223090	4.2	CUATRO DOS	X		
JOSÉ FERNANDO GARCÍA PINO	1223073	4.2	CUATRO DOS	X		

FIRMA DE LOS JURADOS:

Fabian Rico Rojas
CARLOS FABIAN RICO ROJAS
Jurado

Yair Rolando Casadiego Duque
YAIR ROLANDO CASADIEGO DUQUE
Jurado

Luis Fernando Guardiola Plazas
LUIS FERNANDO GUARDIOLA PLAZAS
Jurado

Va.Bo. COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR PLAN DE ESTUDIOS

Maribel Q.

Yair

Contenido

Introducción	9
1. Problema	10
1.1. Título	10
1.2. Planteamiento del problema	10
1.3. Objetivos de la investigación	12
1.4. Justificación	12
1.5. Alcance	14
1.6. Limitaciones	14
2. Marco referencial	15
2.1. Antecedente de la investigación	15
2.2. Marco teórico	17
2.3. Marco legal	18
2.4. Marco conceptual	19
2.5. Hipótesis	20
2.6. Sistema de variables de la investigación	20
2.7. Matriz de operacionalización de variables	21
3. Marco metodológico	22
3.1. Paradigma o enfoque administrativo	22
3.2. Población	22
3.3. Muestra	23
3.4. Instrumentos	24
3.5. Validación y confiabilidad de los instrumentos	24
3.6. Estudio piloto o validación por expertos	25
3.7. Técnica de recolección de datos	25
3.8. Técnica de análisis de la información:	26
4. Contenido sistemático del proyecto	27
4.1. Correlación	41
4.2. Conclusiones	45
4.3. Recomendaciones	47
5. Recursos administrativos	48
5.1. Recursos humanos	48
5.2. Recursos institucionales	48

5.3. Presupuesto	649
5.4. Cronograma de actividades	50
Referencias bibliográficas	51
Anexos	53

Lista de tablas

Tabla 1 Matriz de operacionalización de variables	21
Tabla 2 Muestra	23
Tabla 3 Administrativos	24
Tabla 4 Clientes	24
Tabla 5 Control Estratégico	44

Lista de gráficos

Figuras 1 ¿Conoce el objetivo principal de la empresa?	27
Figuras 2 ¿Conoce la forma de pago de los clientes?	28
Figuras 3 ¿Se encuentra usted vinculado al sistema de seguridad social?	28
Figuras 4 ¿Conoce usted los propósitos (misión, visión y objetivos) de la empresa?	28
Figuras 5 ¿Se da a entender claramente las políticas de la empresa?	29
Figuras 6 ¿En su puesto de trabajo cuenta con manuales, reglamentos, formatos, registros o algún tipo de documentos que le oriente sus labores, facilite o complemente?	29
Figuras 7 ¿Conoce algunas debilidades de la empresa?	30
Figuras 8 ¿Tiene contacto con el cliente de la empresa?	30
Figuras 9 ¿Con que frecuencia desempeña su tarea en el trabajo?	31
Figuras 10 ¿Cómo considera la comunicación entre empleador-trabajador?	31
Figuras 11 ¿Se siente conforme trabajando en la empresa	31
Figuras 12: ¿La empresa constantemente les recuerda las normas de seguridad?	32
Figuras 13 ¿Te asignaron tu horario de acuerdo con las horas establecidas en el contrato?	32
Figuras 14 ¿Se entiende claramente las fortalezas y debilidades que tiene la empresa todo servicio garpi de la ciudad de Cúcuta?	33
Figuras 15 ¿Existe un organigrama en la empresa?	33
Figuras 16 ¿Conoce la calidad del producto o servicio que ofrece la empresa a sus clientes?	34
Figuras 17 ¿Conoce el nivel de satisfacción al cliente?	34
Figuras 18 ¿Usted considera que la competencia afecta las ventas de la empresa?	35
Figuras 19 ¿Ha aumentado las ventas en estos últimos años?	35
Figuras 20 ¿La empresa lleva día a día registros contables?	36
Figuras 21 ¿Tiene contacto con clientes de la empresa?	36
Figuras 22 ¿Se considera necesariamente se haga o realice un plan estratégico financiero?	36
Figuras 23 ¿Ha recibido usted algún tipo de asesoría en el área contable antes de iniciar la empresa?	37
Figuras 24 ¿Se promueven reuniones en el trabajo?	37
Figuras 25 ¿Dentro de la empresa se han visto conflictos entre empleados?	38
Figuras 26 ¿Te han obligado algunas veces a trabajar en horas fuera de tu horario de trabajo?	38
Figuras 27 ¿Cómo califica la efectividad del servicio?	37

Figuras 28 ¿Cómo califica el servicio prestado por la empresa?	37
Figuras 29 ¿Se encuentra satisfecho por el tiempo de atención de la empresa?	38
Figuras 30 ¿Qué forma de pago le conviene?	38
Figuras 31 ¿Es aceptable las promociones que se les ofrece?	39
Figuras 32 ¿Recomendaría a otras personas nuestros servicios?	39
Figuras 33 ¿Eres un cliente fiel de la empresa?	40
Figuras 34 ¿Le gustaría que el servicio se pudiera realizar por internet?	40
Figuras 35 ¿Qué sitios utiliza para utilizar los servicios de giros?	41
Figuras 36 Matriz DOFA	44

Introducción

En Colombia, la creación de la empresa Garpi en la ciudad de Cúcuta no ha fácil sostenerla esaún más difícil, ante los cambios financiero por los que traspasa el país afecta el crecimiento económico de sus habitantes, no por esto se ha extinguido el espíritu emprendedor de personas que en ciudades como Cúcuta una oportunidad de crear empresa, La empresa Todo servicio Garpi fue creada por el señor José de la Trinidad García Rodríguez en el año 2005, para poder prestarle un servicio a sus seres queridos y a sus clientes en la parte de los giros nacionales. Este tipo de empresa cuenta con grandes competencias en el mercado laboral reconocidas a nivel nacional, lo que lleva al gerente a implementar un plan estratégico financiero de la empresa, para utilizar al límite todos los bienes con que cuenta para enfocar la empresa a un mejor futuro con la ayuda de todos los empleados. El presente trabajo consta de cinco capítulos distribuidos de la siguiente manera.

1. El primer capítulo se describe el problema investigado, los objetivos que se pretenden alcanzar con el desarrollo del proyecto y la justificación por la cual realizamos este trabajo.
2. En el segundo capítulo se encontrarán los antecedentes teóricos que sirven de guía para realizar este trabajo; de igual manera se presentan varias teorías financieras que se pueden aplicar a esta investigación.
3. En el tercer capítulo se muestra la metodología, aquí se detalla el tipo de investigación que se utilizara para realizar este estudio a la empresa Todo servicio Garpi; la población, muestra y los instrumentos que se aplicaran para la recolección de la información.
4. En los capítulos cuarto y quinto se presenta el contenido sintético del proyecto a desarrollar, realizando los objetivos específicos de la investigación y desarrollando el presupuesto de la investigación.

1. Problema

1.1 Título

IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO FINANCIERO DE LA EMPRESA TODO SERVICIO GARPI DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

1.2 Planteamiento del problema

Macro

Las cuestiones donde más se contemplan debilitamiento en la micro compañía, es el progresode objetivos tácticos financiero. El examen de las variantes externas e internas para proponer los proyectos.

las habilidades, los proyectos de actividad y las guías de cumplimiento, son asuntos con los cuales este prototipo de la entidad no cuenta para planificar sus funciones.

Meso: En Colombia:

El mayor desafío para las pymes en Colombia es la competitividad, ya que una pequeña empresa que no produce estrategias para estar al nivel de los mercados, tiene pocas posibilidades de crecimiento en el país.

Por eso ha sido una preocupación constante de las entidades gubernamentales y de las grandesempresas, pues de ellas depende una gran parte de las pymes, que son las encargadas de impulsar su desarrollo. Y es que según cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), las micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia representan el 80% del empleo del país y el 90% del sector productivo nacional.

Micro Situación

Actual

La empresa GARPI de Cúcuta, cuya ocupación son los recaudos de Giros, Actualmente cuenta una organización diminuta que afirma debidamente el crecimiento de su actividad, carece la planeación estratégica financiera como mecanismo para renovar la recuperación y su lanzamiento en el mercado.

La empresa es firme sobre la naturaleza de su función y afirma que la planificación financiera es débil, ya que requiere una dirección estratégica por escrito y generalizada, no propone propósitos corporativos, no diseña estrategias financieras y los planes para renovar su competitividad no se analizan ni se concretan. de metas y objetivos relacionados con el crecimiento de la empresa.

Pronostico

Esta presencia repercute en el resultado de los objetivos de desarrollo de mercado propuestos a la empresa al completar un mejor lanzamiento y competitividad.

Control de pronóstico

Teniendo en cuenta estas circunstancias, la mejor recomendación es diseñar un plan financiero estratégico que desglose el análisis de los componentes internos y externos de la empresa. En definitiva, los objetivos y el plan de acción son coherentes con los riesgos, si no han sido previamente de crecimiento. De esta manera, existe la oportunidad de hacer un aporte al crecimiento de la empresa y de la misma manera fortalecer el entendimiento en la administración.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 General

Implementación del plan estratégico financiero de la empresa todo servicio Garpi de la ciudad de Cúcuta

1.3.2 Específicos

1. Diagnosticar la situación financiera de la empresa todo servicio Garpi
2. Identificar las falencias administrativas y financieras de la empresa Garpi.
3. Diseñar el plan estratégico financiero para la empresa Garpi.
4. Ejecutar las técnicas para mejorar la parte financiera de la empresa Garpi.

1.4 Justificación

El adelanto del siguiente trabajo se observa de la práctica de diferentes opiniones del sector detrabajo de la parte financiera estratégica, se avanza una importante participación a la empresa todo servicio GARPI, mejorando la carencia de gestión en relación a los problemas financieros de la entidad, administrando las técnicas que facilita un mejor manejo de los recursos dirigiendo los esfuerzos a proyectarse. La planeación estratégica ayudará a especificar claramente la situación actual de la empresa mediante unos indicadores financieros que ayudaran a mejorar gestionando los recursos de la empresa y las estrategias que se llevarán a cabo, cooperando a que las metas puedan ser verificadas y la empresa conozca cuál es su situación, esto con el fin de resolver las modificaciones que existen en la empresa por las innovaciones de las competencias de la ciudad.

Explora ideas clave por las cuales la empresa determina un avance en la planificación financiera estratégica que se convierte en una herramienta de gran importancia en los procesos de toma de decisiones financieras.

El progreso del presente trabajo se advierte de la práctica de diferentes principios tomados del área de trabajo de lo estratégico financiero; se desarrolla una colaboración a la empresa todo servicio GARPI, perfeccionando la escasez de la gestión en relación a asuntos de lo financiero

de la empresa, planificación y dirección estratégica financiera, suministrando así, instrumentos que proporcionan una proyección efectiva y más competitiva para el mejoramiento de la organización.

De igual forma, integrar un procedimiento financiero a la empresa como son los usos de manuales de funciones dentro de la organización que contribuye a la realización de evaluaciones constantes a los trabajos, situación que deja sentada las bases para realizar auditoría. Ayuda en la formación de los distintos procesos en las áreas y logra que los empleados logren una calificación de los procesos y logren una sincronización con los objetivos de la empresa. Es así como los procedimientos financieros ayudan a la empresa en la organización y administración de toda la información, a tomar mejores decisiones y a optimizar la realización de su procedimiento.

A su vez, toda entidad requiere un plan estratégico financiero para lograr el éxito en su ejecución, es obligación de la gerencia definir el plan estratégico. El trabajo de investigación se ha realizado debido a que la empresa Todo servicio Garpi. no cuenta con un plan general y aún no han fijado con claridad una dirección de hacia dónde quiere llegar en planes futuros.

Por ello, un plan estratégico financiero que se proyectó a la entidad de posibilidad, con la finalidad de reforzar a la empresa y mejorar su vida empresarial para poder ajustarse al mercado; por tal razón, se tiene que llevar a cabo un diagnóstico externo e interno, resolver los propósitos importantes de la sociedad, proyectar acciones, así se podrá administrar de manera eficaz la organización.

Finalmente, se busca un planteamiento estratégico financiero para promover un buen desempeño y desenvolvimiento, tanto del comercio como de las personas que lo integran, generando así procesos de clasificación que contribuyan al establecimiento de Políticas que rigen la empresa, de manera tal que genere una proyección posterior que englobe las características principales de la misma, gracias a la formulación base de los proyectos generales ya establecidos.

La finalidad de este proyecto es generar un propósito estratégico económico en el que se representan los procedimientos de la entidad, asimismo de construir presentimientos hacia el futuro en función de las distintas cuentas anuales y contables.

1.5 Alcance

El Plan Estratégico Financiero que se desarrollará en el año 2020 con una proyección de varios años mejorará las operaciones de la empresa Todo servicio GARPI, a través del efecto de los objetivos que se plantearán en cada uno de los planes operativos y así aumentar el beneficio en los avances operativos de la organización.

1. Se determinará un proyecto táctico financiero para que el programa se realice en un periodo.
2. Se acordará la posibilidad del proyecto expuesto y sus ventajas.
3. Se estudian los riesgos inherentes para evitar desestabilizar la empresa.
4. Lograr el liderazgo en el mercado.

1.6 Limitaciones

Recursos financieros: El proyecto es válido en el período en el que se lleva a cabo con los datos proporcionados por la empresa en ese momento, ya que cambios en la empresa, cualquier cambio o cualquier momento podría modificar las cifras financieras.

Técnico: Debido a la política de la empresa, en este proyecto no se menciona la divulgación de nombres reales, algunos números y cierta información que consideran importante.

Humanos: La decisión sobre el plan estratégico financiero del proyecto desarrollado queda a criterio de Todo servicio GARPI.

La solución al diagnóstico del proyecto avanzado queda a criterio del titular de la empresa Todo servicio GARPI de la Ciudad de Cúcuta.

2. Marco referencial

2.1 Antecedente de la investigación

(Dueñas, 2010) ejecuto la estimación de una práctica atenta a PYMES de Colombia de la zonade función que admita a la ordenación oportuna de planificación estratégica. Se debe empezarcon una representación de todas las características que tienen en general las PYMES de la zonade trabajo en Colombia. Fundamentarse en los registro y preparación que se han elaborado en los últimos años, complementario a comunicarse a las Pymes en Colombia sobre el comportamiento de brindar que nos confirman para conocer su crecimiento. Las consecuencias obtenidas de la investigación fueron observadas a través de las personas experimentadas, el análisis del sector de servicios PYME y más tarde de la conclusión importante de algunas guíasde las entidades colombianas. El crecimiento de la guía se origina como un instrumento que le posibilita al empresario reconocer de manera específica las debilidades en la gestión de la ordenación. La metodología utilizada puede hacer de la guía un producto atractivo para las pymes colombianas. Relación de la investigación es la creación de un planteamiento estratégico para la empresa.

(Contreras, 2003) se efectuó la valoración a los principios especulativos para el mejoramientode la gerencia de elaboración y estratégica de las PYMES. El propósito es hallar en la realidadempresarial de nuevas aptitudes, metodologías de desarrollo estratégico que fortalezcan su competitividad. De igual manera se aspira fortalecer, validar y renovar, adaptar las teorías, realmente complicado mantener un grado de potencial lo suficientemente sustentable como para asegurar una actitud en el mercado. Las entidades interponen a las diversas estrategias notable; Pero cómo y con quien se pondrán en ejercicio las tácticas en lo que refuerza la diferencia, valor agregado y éxito. En él se insistió la administración de elaboración con conexión a la estrategia. El modelo es el resultado de un estudio descriptivo de cientos de empresas de diferentes tamaños.

(Chacin, 2010) Esta averiguación tuvo como determinación de resolver la conexión entre la gestión estratégica financiera y control de gestión en la organización. La preparación fue de tipo de relacionar y proyecto. La localidad estuvo formada por sujetos pertenecientes a las

gerencias de finanzas de las empresas del sector eléctrico. Como proceso se utilizó la investigación empleándose un cuestionario para cada variable con posibilidades de respuesta. Se reveló una magnitud de vinculación positivo y negativo entre la gerencia estratégica financiera y la comprobación de gestión. Se determina la observación de organización basado en el comportamiento de las organizaciones, planificación estratégica financiera que permiten identificar las desviaciones de las funciones de la gerencia estratégica financiera; reforzando eficientemente los propósitos, planificaciones corporativas y la gestión financiera del capital de trabajo. determinando que la gerencia estratégica financiera de las entidades del sector eléctrico, dada su alta eficacia tanto en la utilización como en la comprobación de conexión con los progresos empresariales, se concluye que lo mencionado entre el control financiero como parte sustancial e integrante de sus funciones frecuentes para el beneficio de los objetivos organizacionales.

se sustenta en lo explicado por él (serna, 2008) Algunas de estas partes se muestran a continuación:

- Dirección estratégica. Las entidades para progresar, producir intereses y mantenerse en el sector deben saber a dónde van ir dirigido.
- fundamentos corporativos. Un progreso de proyecto estratégico se empieza por reconocer y especificar los fundamentos de la entidad de los fundamentos corporativos.
- Misión. Cada entidad es única porque sus ideas, sus capacidades, su percepción de sus gerentes con los que se comunican en el mercado son para todos distinto.
- Visión. Es un conjunto de representaciones comunes, algunas de las cuales son abstractas, que proporcionan un marco de referencia de lo que es una empresa y en qué tipo de empresa quiere convertirse en el futuro.
- Diagnóstico estratégico. La dirección estratégica servirá como marco de referencia para analizar la situación actual del estado interno y ambiental de la empresa.

¿Los defectos de la planeación estratégica? Hay varias reflexiones.

- Defecto 1: Combine la estrategia con el plan. Un propósito es expresar y extender el propósito de la acción, un compromiso verdaderamente predecible, mientras que el otro propósito es definir claramente la estrategia de la entidad.
- Defecto 2: Ampliar el desarrollo de representaciones estratégicas que no estén relacionadas con el proceso de verificación de la estrategia. Esto corresponde a muchas enseñanzas avanzadas en la construcción del plan y con muy poco

liderazgo para monitorear las consecuencias de la implementación de la estrategia.

- Defecto 3: No comunique estrategias. Cuando esta estrategia es mala para el resto de la organización, puede resultar confusa. Los resultados del plan estratégico se reportan en avisos, estos avisos se utilizan para cuidar la sala de reuniones, una de las principales listas de verificación para los gerentes es comunicarse con la organización a cambio de estrategia.
- Defecto 4: No mide la estrategia. El peligro de una organización en un estado inseguro que no se puede medir durante este período. Por ejemplo, Ecopetrol es una empresa que define con precisión metas objetivas y cuantificables en su plataforma estratégica y las monitorea permanentemente.
- Defecto 5: Desconecte la estrategia todos los días. La confianza de una buena estrategia es que este es el trabajo diario de toda la entidad, que planifica operaciones, presupuestos, políticas de desarrollo y especialmente planes que afectan la estructura organizacional. No hay plan estratégico para la gestión del cambio.
- Defecto 6: Falta de consenso entre la alta dirección y el directorio. El secreto es obvio, la probabilidad es clara, todos estamos alineados con la misma visión de la organización, este es el espacio extraído de la tecnología. Este es el momento en que la gestión debe realizarse.

El hecho de que la organización no esté completamente preparada para la planificación estratégica financiera no significa que ordenar para la entidad, gestionar los problemas y tomar decisiones correctas no sea un avance oportuno y necesario. (Gómez, 2013)

2.2 Marco teórico

2.2.1 La entidad de giros durante la cuarentena

Las entidades en Colombia han venido tomando decisiones para seguir concediendo sus funciones y que los colombianos puedan complacer a ellos sin ningún impropio. Tal es el caso de las entidades de giros seguirán realizando con orden a lo largo del aislamiento preventivo, continuarán funcionando en oficinas abiertas al público en los municipios donde la zona tiene presencia.

los colombianos podrán realizar, a través de sus operaciones como cobros de subsidios, prestaciones y protección establecidas en los programas gubernamentales, así como las extraordinarias aceptado en el contexto de estado; envío y recibimiento de giros en los municipios del país; pago de facturas de servicios públicos u otros servicios (Dinero, 2020).

2.1.2 Mercado internacional de remesas

Tradicionalmente, la gestión de fondos internacionales es una tarea costosa y la secuencia de interceptores es inagotable, lo que se puede comprobar mediante procedimientos humanos y promesas implícitas. El crecimiento de las entidades en los últimos años significa que las pequeñas y medianas empresas ahora pueden disfrutar de funciones más rápidas y de valor agregado de envío de dinero al exterior. Estos son los rendimientos que tradicionalmente obtienen las grandes empresas, bancos y gobiernos al ingresar directamente al mercado cambiario.

Los operadores de remesas son socios financieros (pero generalmente no bancos) y utilizan sistemas internos para transferir fondos al exterior. La complejidad de las diferentes monedas y sistemas bancarios significa que enviar dinero de un país a otro es completamente diferente. Transferencia de país. (Romaldini)

2.3 Marco legal

2.3.1 Marco Legal Externo

- ✓ Ley 1753 del 09 de junio de 2015: Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 "Todos por un nuevo país"
- ✓ Ley 152 de 1994, Artículos 26 y 29: Para la formulación de un plan indicativo o plan estratégico cuatrienal, DAPRE ha estado trabajando de acuerdo con los lineamientos establecidos en el plan nacional de desarrollo. El plan está respaldado por el plan de acción anual de cada agencia, que es la base de los resultados de la evaluación.
- ✓ Decreto 1474 de 2011, Artículo 74: Establece que todas las entidades nacionales deben publicar un plan de acción en el sitio web antes del 31 de enero de cada año, detallando metas, estrategias, proyectos, objetivos, responsables, planes anuales de adquisiciones, asignaciones presupuestarias e indicadores. administración.
- ✓ Decreto Ley 019 de 2012, Artículo 233: Determina que las entidades están obligadas a desarrollar y publicar planes de acción departamentales y de agencias antes del 31 de enero de cada año.

- ✓ Decreto 2482 de 2012: Al adoptar el "Modelo Integral de Planificación y Gestión", establece los medios integrados de planificación y reporte de los planes, estableciendo así los lineamientos para la planificación y gestión de la integración de las entidades y organismos del departamento de fiscalización del poder público del estado. Metas gubernamentales establecidas en planes nacionales de desarrollo y políticas de desarrollo administrativo.
- ✓ Directiva Presidencial 09 de 2011: Establece lineamientos para la formulación y clarificación de planes estratégicos departamentales e institucionales.

2.3.2 Marco Legal Interno

- ✓ Decreto 1649 del 2 de septiembre de 2014, Por el cual se modifica la estructura del Departamento Administrativo de la Presidencia de la República.
- ✓ Decreto 2145 del 4 de noviembre de 2015, Por el cual se modifica la estructura del Departamento Administrativo de la Presidencia de la República.
- ✓ Resolución 1035 del 03 de diciembre de 2015, Por medio de la cual se delegan unas funciones a la Directora del Departamento Administrativo de la Presidencia de la de la República.

2.4 Marco conceptual

- **Análisis Financiero:** Explicación, confrontación y aplicación de estados financieros, antecedentes operativos de una corporación; involucra la operación y el valor de porcentajes, valoración, inclinaciones, indicadores y estados financieros suplementarios y auxiliares, los cuales realizan una valoración en el rendimiento financiero y operante de la planificación. (Hurtado, 2010)
- **Autofinanciación:** Está constituido por los elementos que ocasiona la propia empresa que tienen su origen en su propia actividad mercantil y que no han sido distribuidos entre los socios o propietarios de la sociedad. (circulante.com, 2016)
- **Balance:** Informe financiero que ejerce como un retrato al reflejar la posición financiera de una sociedad a un tiempo definido. (Castro, 2015)
- **Estados Financieros:** Llamados cuentas anuales, referencias financieras o estados contables, son la evidencia de la contabilidad de una compañía y revelan la estructura económica de ésta. En los estados financieros se forman los trabajos económicos que se ejecutan en la compañía durante un determinado período. (Sevilla, 2015)
- **Finanzas:** Se fija como un grupo de movimientos comerciales vinculados con el efectivo de los negocios, como el conjunto de establecimientos financieros de entorno

nacional o internacional, se puede precisar como el grupo de movimientos que, a través de la toma de decisiones, impulsan, vigilan, emplean y gestionan el efectivo y otros recursos de valor. (Padilla, 2014)

- Margen de contribución: Es la desigualdad entre el valor de venta menos los costos variables. Es mirado también como el exceso de ingresos en relación a los costos variables, excedente que debe cubrir los costos fijos y la utilidad o ganancia. (Gerencie, 2018)
- Recursos financieros: Son los activos que mantienen algún grado de liquidez. Por tanto, a partir de una fuente económica la cual están relacionados con el efectivo y sus equivalentes líquidos. (Arias)
- Riesgos Financieros: Se describe como la posibilidad del acontecimiento de un hecho que tenga deducciones financieras negativas para una entidad. La idea debe captarse en una dirección extensa , abarcando la posibilidad de que los efectos financieros sean mayores o menores de los deseados (AEC)
- Solvencia: Capacidad de una persona física o jurídica para afrontar a sus obligaciones financieras. Es decir, su facultad para reintegrar ahora o en el porvenir las deudas que ha retraído o que planea adquirir. (Ferrari, 2015)

2.5 Hipótesis

La implementación del plan estratégico financiero de la empresa todo servicio Garpi de la ciudad de Cúcuta, sirve de ayuda para el dueño de la empresa, ya que determinan cuál es su nivel de liquidez y con esto saber el grado de competitividad frente a sus competidores, adquieren un mayor control a la hora de ejecutar técnicas que ayuden al crecimiento económico y financiero esto se llevara a cabo mediante este proyecto.

2.6 Sistema de variables de la investigación

Variable independiente: implementación del plan estratégico financiero

Variable dependiente: empresa todo servicio Garpi de la ciudad de Cúcuta

Variable interviniente: ejecución de técnicas.

2.7 Matriz de operacionalización de variables

Objetivo General: Implementación del plan estratégico financiero de la empresa todo servicio Garpi de la ciudad de Cúcuta.

Tabla 1 MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Fuente: Elaboración propia

Objetivos específicos	Variable	Dimensiones	Indicador	Fuentes
Diagnosticar la situación financiera de la empresa todo servicio Garpi	Independiente: implementación de un plan estratégico financiero	Situación financiera de la empresa	Examinar la rentabilidad y liquidez	Documentos Textos internet
Identificar las falencias administrativas y financieras de la empresa Garpi.	Dependiente: empresa todo servicio garpi	Falencias administrativas y financieras	Estudiar el nivel de endeudamiento y solvencia	Documentos Internet Encuestas
Diseñar el plan estratégico financiero para la empresa Garpi	Independiente: implementación de un plan estratégico financiero	Plan estratégico financiero	Buscar estrategias que ayuden al desarrollo financiero	Documentos Encuestas Textos
Ejecutar las técnicas para mejorar la parte financiera de la empresa Garpi.	Interviniente: ejecución de técnicas financieras	Técnicas para mejorar la parte financiera	Identificar cuáles son las ventajas de implementar los indicadores financieros	Documentos Informes Internet

3. Marco metodológico

3.1. Paradigma o enfoque administrativo

Esta investigación lleva un enfoque cuantitativo. El planteamiento cuantitativo se usa la recaudación de datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para implantar modelos de conducta y experimentar teorías. (Hernández, 2014)

(Creswell, 2013) Afirma que “los exámenes cuantitativos se exponen a la luz de los pronósticos principales (hipótesis) y de análisis anticipados (teoría). La definición forma una aclaración de cómo los efectos acoplan en el discernimiento real”.

3.1.1 Nivel de investigación. Investigación descriptiva: la implementación estratégica financiera tendrá un enfoque de tipo descriptivo ya que se detectará la situación actual de la empresa en forma financiera, dando a conocer los procesos empleados por la parte económica y financiera de la empresa Todo servicio Garpi.

3.1.2 Diseño de la investigación: (Sampieri, 2010) El estudio descriptivo, busca detallar los atributos fundamentales de personas, grupos, comunidades o algún otro prodigio que sea llevado a análisis. Calculan y determinan distintas apariencias, magnitudes o elementos del fenómeno a indagar. En un análisis descriptivo se escoge una serie de preguntas y se mide cada una de ellas individualmente, para así especificar lo que se indaga.

Por medio del estudio descriptivo, se analizarán diversos factores financieros los cuales ayudaran a la empresa a conocer como se encuentra económica y financieramente, implementando estrategias que ayuden al sostenimiento de la misma ya que si se hace un análisis financiero se podrá saber si la empresa ha tenido pérdidas o ganancias en los últimos años.

3.2. Población

La población en donde se va a desarrollar un análisis financiero, se enfoca hacia la implementación de un plan estratégico financiero en la cual tienen entre 200 y 250 clientes

mensualmente, esta va hacer dirigida al gerente y a los tres empleados de la empresa Garpi dela ciudad de Cúcuta.

(Arias, 2006) Se conoce por población él grupo finito o infinito de componentes con cualidadesgenerales, para los cuales serán amplias las terminaciones del estudio. Esta queda reducida porel problema y por la finalidad del análisis”. Es decir, se empleará un grupo de personas con características comunes que serán objeto de la investigación. (p. 81).

Según (Hernández, 2014) la población es: “el grupo de todos los casos que coinciden con definidas determinaciones” (p.174)

3.3 Muestra

(Tamayo, 2006) determina la muestra como: "el grupo de intervenciones que se realizan para examinar la división de determinados caracteres en totalidad de una población universo, o colectivo partiendo de la investigación de una fracción de la población considerada" (p.176).

La muestra, como en la población se dirigió al gerente y a los tres empleados la muestra va serigual, al gerente y a los tres empleados de la empresa.

Se considera que es aplicable a la investigación ya que se escogió una muestra exacta, por el motivo de que la empresa cuenta con usuarios externos e internos por el cual se tomara una muestra de 247 usuarios catalogadas entre proveedores, administrativos y clientela.

3.3.1 Muestra

Tabla 2 Muestra
Fuente: Elaboración propia

PROVEEDORES	0
ADMINISTRATIVOS	5
CLIENTES	242

3.3.2 Administrativos

Tabla 3 Administrativos Fuente: Elaboración propia

PERSONAL	CANTIDAD		PORCENTAJE
	HOMBRES	TOTAL	
ADMINSTRATIVO	5	5	100%
TOTAL	5	5	100%

3.3.3 Clientes

Tabla 4 Clientes Fuente: Elaboración propia

	CANTIDAD	PORCENTAJE
CLIENTES	242	100%
TOTAL	242	100%5

3.4 Instrumentos

El instrumento que se utilizara para la investigación va a hacer la entrevista, la cual será de mucha ayuda para nuestro trabajo, porque así se podrá conocer cómo se encuentra la empresa financieramente, cuáles son sus ventajas y desventajas, fortalezas y debilidades frente a sus competidores, también se sabrá si en los últimos años ha sido rentable o no y que estrategias se pueden realizar para su fortalecimiento, crecimiento económico y financiero.

Cabe resaltar que:

(Tamayo, 2006) expresa que la entrevista “es la conexión implantada entre el examinador y suobjeto de investigación a través de personas o grupos con el fin de obtener testimonios orales”. (p. 123)

3.5 Validación y confiabilidad de los instrumentos

Con respecto a la validez del instrumento, el cual se desarrollará por medio de entrevistas a lostres empleados y al gerente de la empresa, ya que por medio de esta se dará a conocer como seencuentra la empresa financieramente y saber si está siendo competitiva frente a sus

competidores para así poder desarrollar nuevas técnicas que ayuden al crecimiento y a la sostenibilidad de la misma. (Hernández, 2014), señala: Un instrumento es legal si mide lo que en realidad aspira medir. La autenticidad es una situación de los efectos y no del instrumento en sí. El instrumento no es legal de por sí, sino en función del objetivo que busca con un conjunto de sucesos o personas definidas (p. 107).

Los autores (Hernández, 2014), afirman que: “Hay distintos métodos para deducir la credibilidad de un instrumento de medida. Todos emplearan fórmulas que fabrican coeficientes de transparencia. (p.248)

3.6 Estudio piloto o validación por expertos

El estudio piloto se realizará sobre un promedio de 300 encuestas que se harán de forma virtual al gerente, los empleados, los clientes y los proveedores de la empresa Garpi de la ciudad de Cúcuta, donde se harán una serie de preguntas con el fin de conocer cuál ha sido la rentabilidad, liquidez y solvencia de la implementación de un plan estratégico financiero de la empresa. Esto es importante porque nos brinda los resultados de los ítems enumerados en la encuesta; descripción del establecimiento, diagnóstico administrativo, económicos y financieros. A demás, conoceremos el principal tema de investigación, conocer cómo se encuentra la empresa financieramente y así conocer cuáles son sus fortalezas, debilidades amenazas y fortalezas para poder buscar estrategias que ayuden en el crecimiento de la misma tanto a nivel nacional, departamental y local.

3.6 Técnica de recolección de datos

Según, (Arias, 2006), “las técnicas de recolección de datos se adquieren por las distintas formas de obtener la información”. Son modelos de técnicas, la observación directa, la encuesta y la entrevista, el análisis documental, de contenido, entre otros. En cuanto a los instrumentos, el autor citado anteriormente asegura que: “son los recursos tangibles que se utilizan para recolectar y guardar la información” ejemplo de ellos son: formatos de programas y guías de entrevistas. (p. 53),

Fuentes primarias: Revisión documental: Es un procedimiento donde se realiza un análisis muy completo, en donde puede que hallan registros importantes que nos sirvan para la

investigación. Esta revisión es de vital importancia ya que permite tener una idea clara sobre como es el manejo de los recursos financieros y así poder tener más claridad sobre cuáles han sido sus fallencias económicas en los últimos años.

Fuentes secundarias: entrevistas: Es donde el entrevistado(s) y el entrevistador tienen un cruce de palabras, en donde el entrevistador hace una serie de preguntas al entrevistado(s) y así poder tener una idea clara de sus opiniones respecto al tema tratado.

3.7 Técnica de análisis de la información:

Análisis estadístico: ayuda a interpretar de forma más práctica los conceptos de la investigación y a cumplir los objetivos propuestos. (Martins, 2004) dice que el análisis estadístico “permite hacer supuestos y conclusiones sobre la esencia y la importancia de aquellos en consideración los diversos tipos de investigación que puedan facilitar”. El análisis estadístico de la información ayuda a probar la importancia de la finalidad proyectada. (p. 161)

Estadísticas descriptivas: (Balestrini, 2003) indica que la investigación estadística forma un medio que admite cuantificar cambiables apariencias de la existencia en un instante dado, sobre alguna apariencia o dificultad definida, con el fin que se puedan deducir terminaciones y que conlleven a tomar decisiones. Desde este punto de vista, a fin de incluir los métodos estadísticos a que diera lugar, referentes y adecuados para las variables comprometidas en la gran masa de datos, se tomó en cuenta el nivel de medición probable de examinar y autorizar fijado a las cualidades de cada una de ellas y a las variables del estudio. (p. 186)

Se realizó, el análisis de la información se tendrá en cuenta la entrevista informal al gerente y a los tres empleados con base de la interpretación y conocimiento del autor proyectado.

4. Contenido sistemático del proyecto

Encuesta para el area comercial implementacion de un plan estrategico financiero para la empresa todo servicio garpi de la ciudad de cucuta

El objetivo de la encuesta es obtener información que adapte a la implementación de un plan estratégico financiero para la empresa TODO SERVICIO GARPI DE LA CIUDA DE CUCUTA.

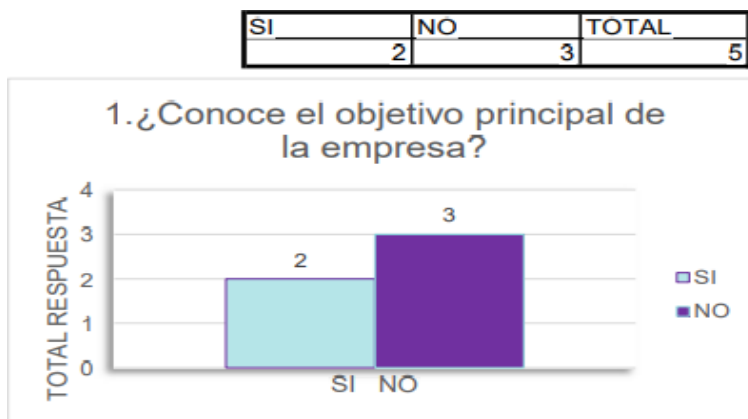
4.1. Análisis Descriptivo

Posteriormente, se muestran las respuestas de las encuestas que se les practicaron al gerente, empleados y clientes de la empresa para así poder hacer un análisis razonable.

ENCUESTA PARA EL AREA PERSONAL Y EL AREA COMERCIAL

1. ¿Conoce el objetivo principal de la empresa?

Según las encuestas realizadas al gerente y los empleados de la empresa se puede concluir que la gran mayoría sabe cuál es el objetivo principal de la misma



Figuras 1; Conoce el objetivo principal de la empresa?

2. ¿Conoce la forma de pago de los clientes?

Mirando el resultado de los encuestados se puede observar que de 5 personas a quienes se les practicaron las encuestas, 3 dijeron que si conocen cual es la forma de pago de los clientes y, 2 dicen no conocer, eso nos da a entender que la mayoría saben el funcionamiento de la empresa.



Figuras 2 ¿Conoce la forma de pago de los clientes?

3 ¿Se encuentra usted vinculado al sistema de seguridad social?

Gracias a las encuestas que se practicaron se puede observar que más de la mitad de las personas se encuentran vinculadas al sistema de seguridad, lo cual indica que es bueno.



Figuras 3 ¿Se encuentra usted vinculado al sistema de seguridad social?

4 ¿Conoce usted los propósitos (misión, visión y objetivos) de la empresa?

Se puede ver que solo 2 de 5 personas encuestadas conocen los propósitos de la empresa, esto puede tener algunas desventajas porque es de vital importancia tener bien claro cuál es la misión, visión y objetivos de la entidad.



Figuras 4 ¿Conoce usted los propósitos (misión, visión y objetivos) de la empresa?

5 ¿Se da a entender claramente las políticas de la empresa?

Como se observa en la gráfica se puede definir que el 60% aproximadamente de los encuestados conocen muy bien las políticas de la empresa mientras que el 40% no tienen claras cuales son.



Figuras 5 ¿Se da a entender claramente las políticas de la empresa?

6 ¿En su puesto de trabajo cuenta con manuales, reglamentos, formatos, registros o algún tipo de documentos que le oriente sus labores, facilite o complemente?

Con respecto a esta pregunta más de la mitad de los encuestados responden que si cuentan con las herramientas necesarias para la realización de sus labores, lo cual es bueno porque gracias a que cuentan con lo necesario para realizar sus actividades pueden competir con mayor facilidad.



Figuras 6 ¿En su puesto de trabajo cuenta con manuales, reglamentos, formatos, registros o algún tipo de documentos que le oriente sus labores, facilite o complemente?

7 ¿Conoce algunas debilidades de la empresa?

En esta pregunta un 40% aproximadamente de los encuestados respondieron que, si tienen el conocimiento de las debilidades de la empresa, en cambio el 60% dicen no saber cuáles son las debilidades, esto puede ocasionar grandes riesgos frente a sus competidores.



Figuras 7 ¿Conoce algunas debilidades de la empresa?

8 ¿Tiene contacto con el cliente de la empresa?

Solo 2 de los 5 encuestados dicen tener contacto con sus clientes, esto puede ser perjudicial para la empresa porque en cualquier empresa se debe manejar un vínculo laboral con el cliente.



Figuras 8 ¿Tiene contacto con el cliente de la empresa?

9 ¿Con que frecuencia desempeña su tarea en el trabajo?

Según las encuestas realizadas dos personas dicen que trabajan todos los días una persona dice que trabaja semanal, otra dice persona dice que quincenal y la otra dice que mensual.

DIARIO	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	TOTAL
2	1	1	1	5

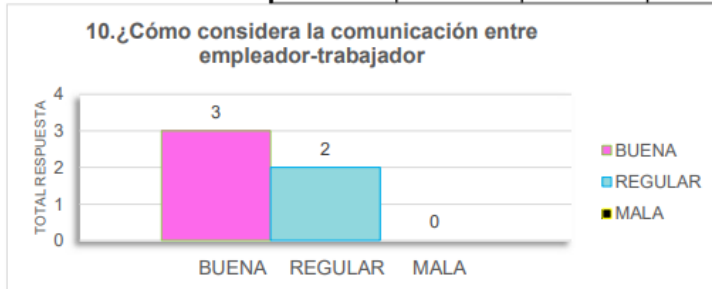


Figuras 9 ¿Con que frecuencia desempeña su tarea en el trabajo?

10 ¿Cómo considera la comunicación entre empleador-trabajador?

Por medio de las encuestas se puede ver que el 60% afirma que llevan una buena comunicación y el 40% dicen que no, con esto se puede observar que se necesita una mejor comunicación del gerente hacia los trabajadores.

BUENA	REGULAR	MALA	TOTAL
3	2	0	5



Figuras 10 ¿Cómo considera la comunicación entre empleador-trabajador?

¿Se siente conforme trabajando en la empresa?

Se puede observar que la gran mayoría se sienten bien trabajando para la empresa, lo cual nos quiere decir que se maneja un buen ambiente laboral y esto puede ser una fortaleza para seguir creciendo.

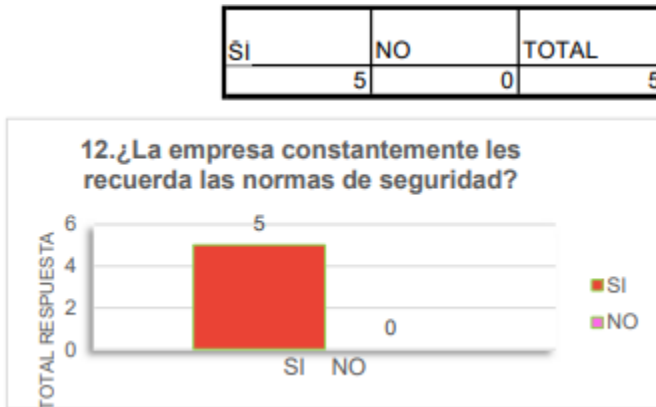
SI	NO	TOTAL
4	1	5



Figuras 11 ¿Se siente conforme trabajando en la empresa?

11 ¿La empresa constantemente les recuerda las normas de seguridad?

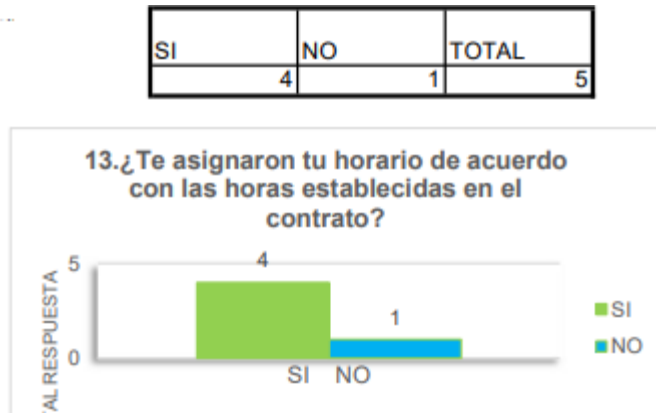
El 100% de los encuestados respondieron que si se les está recordando constantemente las normas de seguridad las cuales son de vital importancia para cualquier evento que se presente.



Figuras 12 ¿La empresa constantemente les recuerda las normas de seguridad?

12 ¿Te asignaron tu horario de acuerdo con las horas establecidas en el contrato?

En esta pregunta se puede observar que a los cuatro empleados se les realizo el contrato conforme a las leyes establecidas por el gobierno, esto ayuda a la empresa porque no va a tener problemas fiscales.

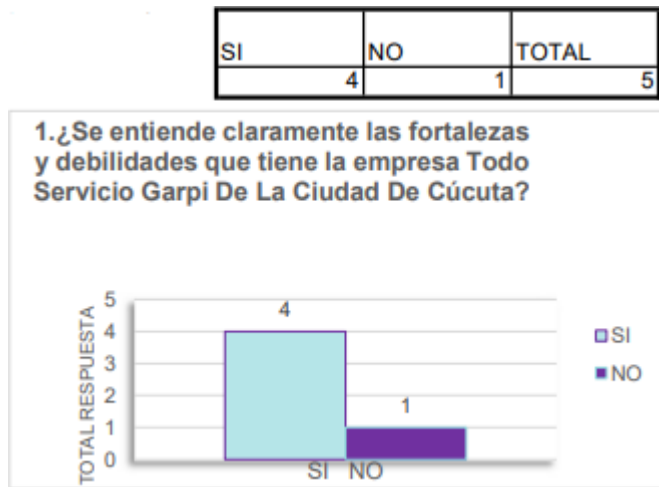


Figuras 13 ¿Te asignaron tu horario de acuerdo con las horas establecidas en el contrato?

ENCUESTA PARA EL AREA PERSONAL Y EL AREA COMERCIAL DE LA EMPRESATODO SERVICIO GARPI

1 ¿Se entiende claramente las fortalezas y debilidades que tiene la empresa todo servicio garpide la ciudad de Cúcuta?

Gracias a la realización de las encuestas se puede observar que la gran mayoría de los empleados tienen bien claras cuáles son sus fortalezas y debilidades frente a sus competidores, por este motivo se concluye que la empresa está bien preparada para cualquier eventualidad que se les presente en un futuro cercano.



Figuras 14: ¿Se entiende claramente las fortalezas y debilidades que tiene la empresa todo servicio garpi de la ciudad de Cúcuta?

2 ¿Existe un organigrama en la empresa?

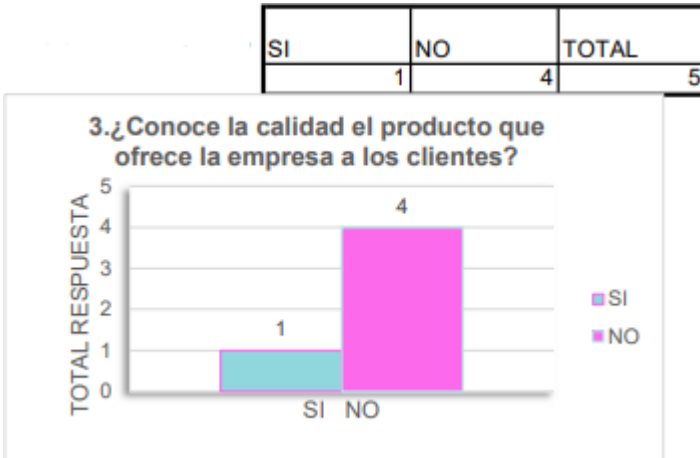
Según se muestra en la tabla de resultado se puede ver que el único que conoce el organigramade la empresa es el gerente ya que una sola respuesta fue afirmativa y los cuatro empleados notienen idea del organigrama de la empresa, esto puede traer desventajas frente a sus competidores, ya que es de vital importancia conocer como está organizada la empresa.



Figuras 15: ¿Existe un organigrama en la empresa?

3. ¿Conoce la calidad del producto o servicio que ofrece la empresa a sus clientes?

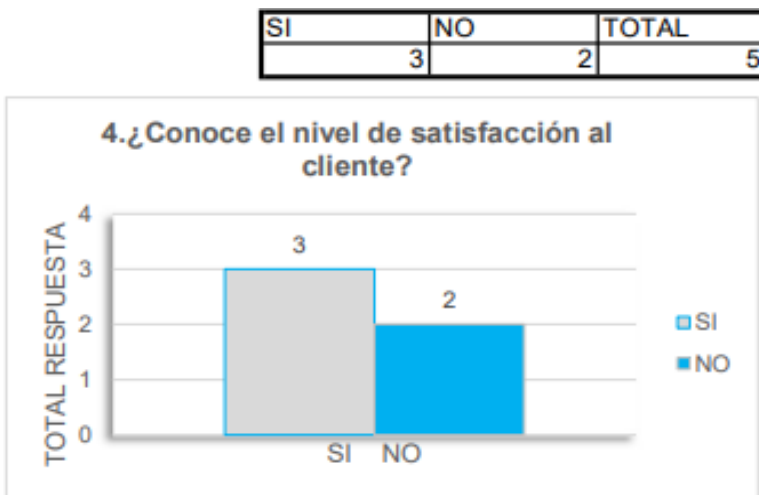
Como se puede observar en las encuestas y según los empleados no tienen un concepto claro de que producto se les está ofreciendo a sus clientes, solo una persona contesto que, si conoce el producto y los demás dijeron que no, esto no es bueno para una empresa ya que el trabajador debe conocer bien el producto o servicio que se ofrece al público.



Figuras 16¿Conoce la calidad del producto o servicio que ofrece la empresa a sus clientes?

4 ¿Conoce el nivel de satisfacción al cliente?

Según la tabla de respuestas se puede ver que tres de cinco personas que respondieron la encuesta dicen que si tienen un conocimiento claro en la manera en como sus clientes se sienten al ser atendidos por ellos, esto es muy importante saberlo ya que si hay una buena atención y el cliente queda satisfecho va a ir constantemente.

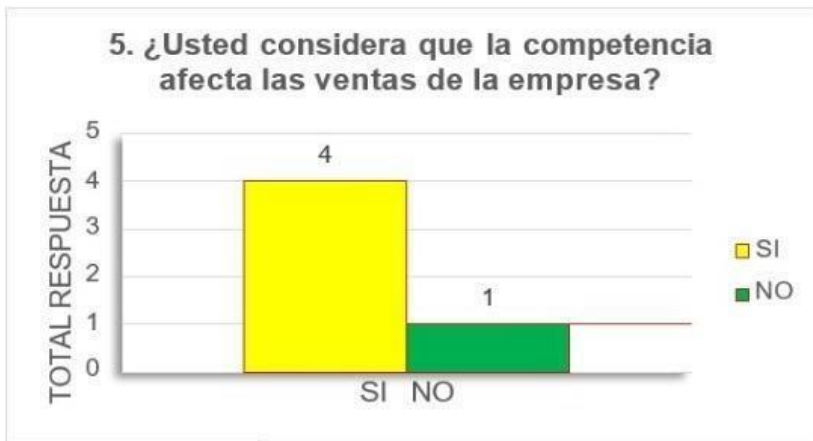


Figuras 17¿Conoce el nivel de satisfacción al cliente?

5. ¿Usted considera que la competencia afecta las ventas de la empresa?

Gracias a las encuestas que se realizaron se puede observar en la tabla que un 80% de los encuestados consideran que la competencia si perjudican las ventas de la empresa y un 20% dice que no, esto es preocupante ya que si no se ponen en acción las estrategias que se tienen la empresa puede decaer rápidamente.

SI	NO	TOTAL
2	3	5



Figuras 18 ¿Usted considera que la competencia afecta las ventas de la empresa?

6 ¿Ha aumentado las ventas en estos últimos años?

Según el registro que se obtuvo de las personas encuestadas se puede ver que dos de cinco personas dicen que, si han aumentado las ventas, esto quiere decir que puede que si hallan aumentado ya que si fue el gerente una de las personas que contesto que sí, es muy bueno porque la empresa si está siendo rentable y ha tenido utilidad en los últimos años.

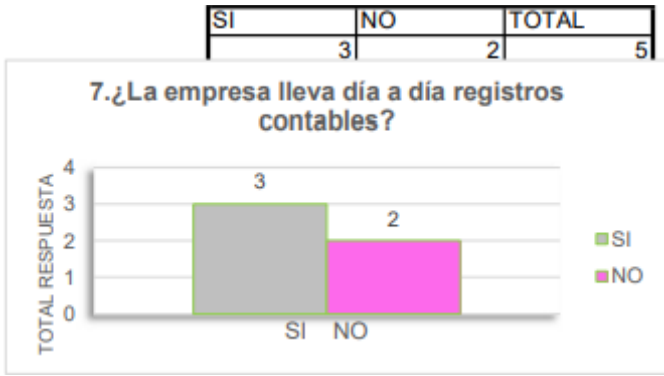
SI	NO	TOTAL
2	3	5



Figuras 19 ¿Ha aumentado las ventas en estos últimos años?

7 ¿La empresa lleva día a día registros contables?

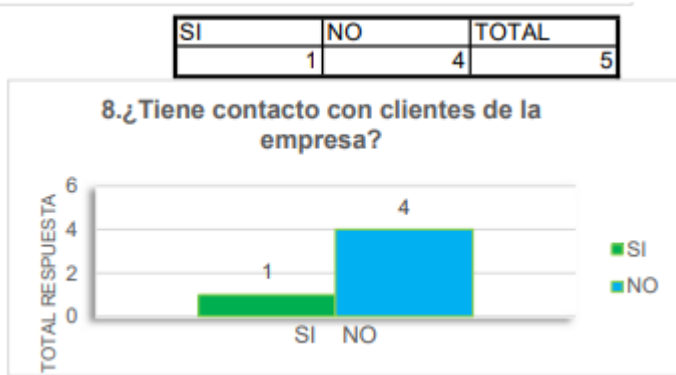
Como se puede mirar en la tabla más de la mitad de los encuestados dicen que si se lleva un registro diario del dinero que entra a la empresa y de lo que sale, gracias a esto se puede llevar una contabilidad real y al día, y así no tener problemas fiscales futuros.



Figuras 20 ¿La empresa lleva día a día registros contables?

8 ¿Tiene contacto con clientes de la empresa?

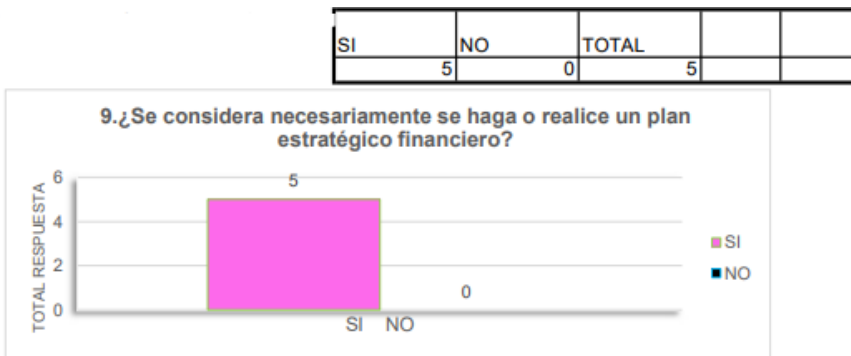
Según las encuestas realizadas se puede ver que solo una de cinco personas de las encuestadas tiene contacto con los clientes, y al parecer esa persona debe ser el gerente de la empresa.



Figuras 21 ¿Tiene contacto con clientes de la empresa?

9 ¿Se considera necesariamente se haga o realice un plan estratégico financiero?

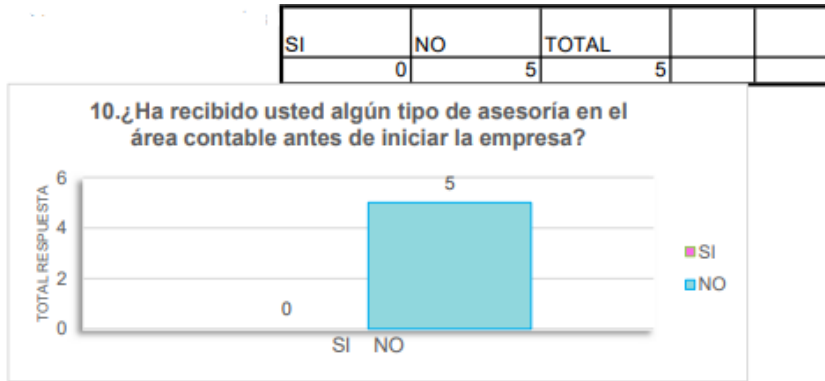
Como se observa en la tabla de respuestas un 100% de los encuestados dicen que, si consideran necesario realizar un plan estratégico financiero, esto es excelente ya que si se considera necesario tener un plan estratégico se pueden planear objetivos tanto a corto como largo plazo, mirar cuales serían sus prioridades por ultimo conocer realmente cuáles son sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas frente a sus competidores.



Figuras 22 ¿Se considera necesariamente se haga o realice un plan estratégico financiero?

10 ¿Ha recibido usted algún tipo de asesoría en el área contable antes de iniciar la empresa?

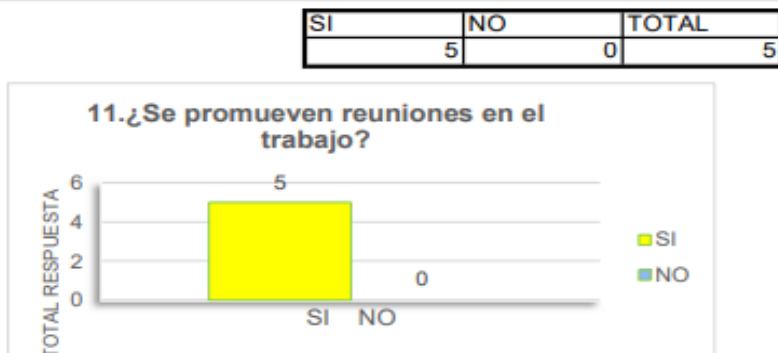
Como se puede observar en la tabla todas las personas encuestadas respondieron que no recibieron ningún tipo de asesoría contable para el inicio de la empresa, esto pudo traer consecuencias al fundar la empresa porque no contaban con las bases necesarias financieras.



Figuras 23; ¿Ha recibido usted algún tipo de asesoría en el área contable antes de iniciar la empresa?

11 ¿Se promueven reuniones en el trabajo?

Gracias a las encuestas que se realizaron se puede ver que el 100% de los encuestados respondieron que, si se realizan reuniones, esto puede traer ventajas ya que si se capacita el personal de trabajo estarán mejor preparados para atender a sus clientes.

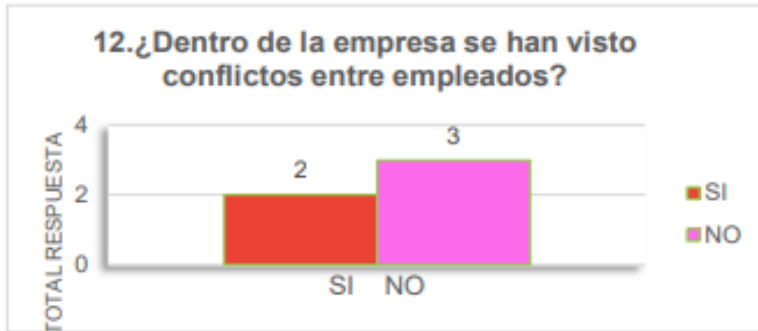


Figuras 24; ¿Se promueven reuniones en el trabajo?

¿Dentro de la empresa se han visto conflictos entre empleados?

Dos de cinco personas encuestadas dieron como respuesta que, si han tenido conflictos personales, esto puede ser perjudicial para la empresa ya que el ambiente laboral se torna pesado y no van a trabajar con la misma actitud de cuando no discuten.

SI	NO	TOTAL
2	3	5

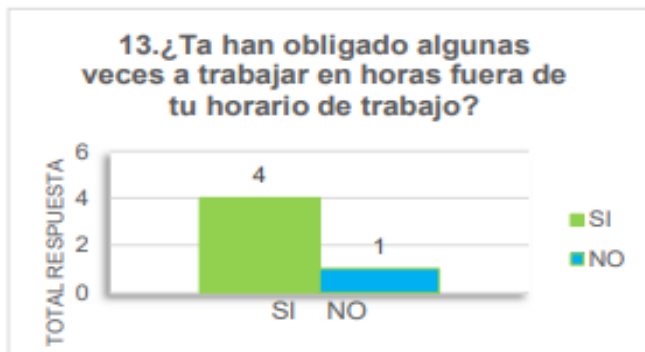


Figuras 25 ¿Dentro de la empresa se han visto conflictos entre empleados?

12 ¿Te han obligado algunas veces a trabajar en horas fuera de tu horario de trabajo?

Según lo que se observa en la tabla de respuestas cuatro de cinco personas dicen que, si lo han obligado a trabajar en horas fuera del horario laboral, y estas cosas no pueden pasar en el trabajo porque esto es explotación laboral.

SI	NO	TOTAL
4	1	5

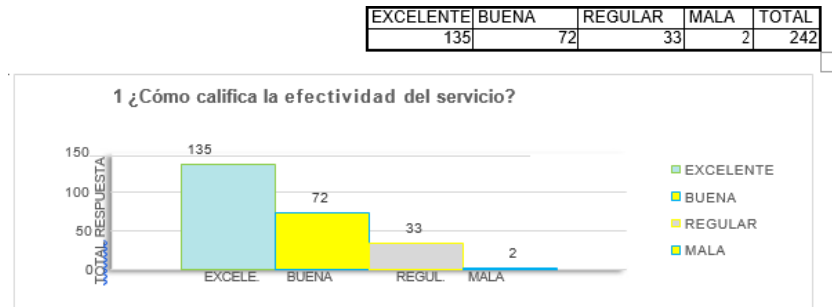


Figuras 26 ¿Te han obligado algunas veces a trabajar en horas fuera de tu horario de trabajo?

Encuesta para los clientes de la empresa todo servicio garpi

1. ¿Cómo califica la efectividad del servicio?

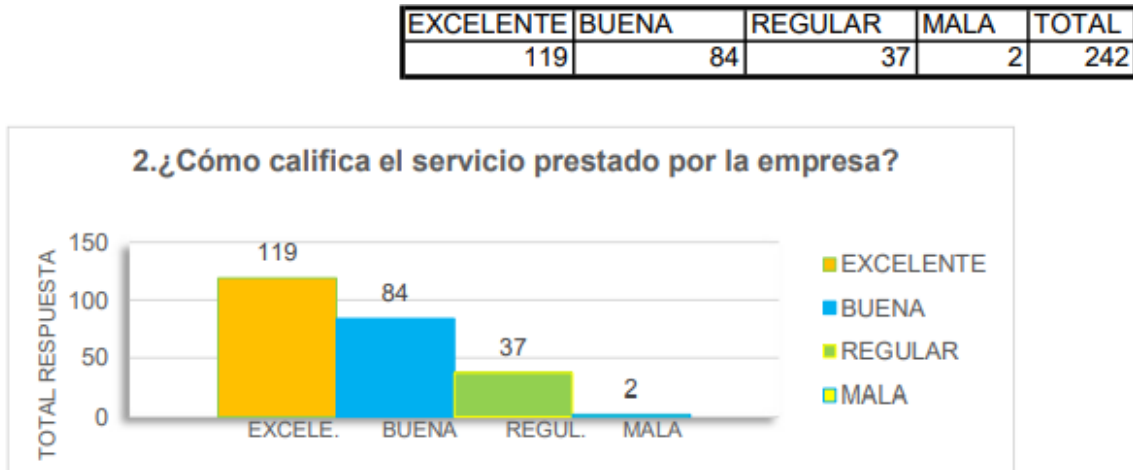
Según la encuesta realizada a la clientela, la mayoría de los encuestados califican como buena la atención al cliente.



Figuras 27: ¿Cómo califica la efectividad del servicio?

2. ¿Cómo califica el servicio prestado por la empresa?

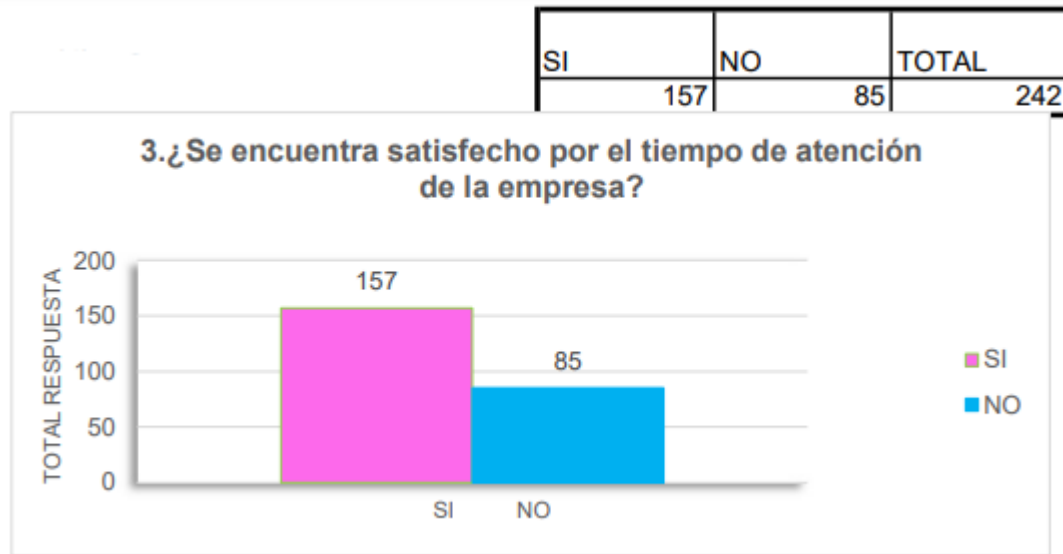
Teniendo en cuenta la siguiente gráfica, solo el 0,8% de la clientela encuestada calificó como mala la atención de la empresa.



Figuras 28: ¿Cómo califica el servicio prestado por la empresa?

3. ¿Se encuentra satisfecho por el tiempo de atención de la empresa?

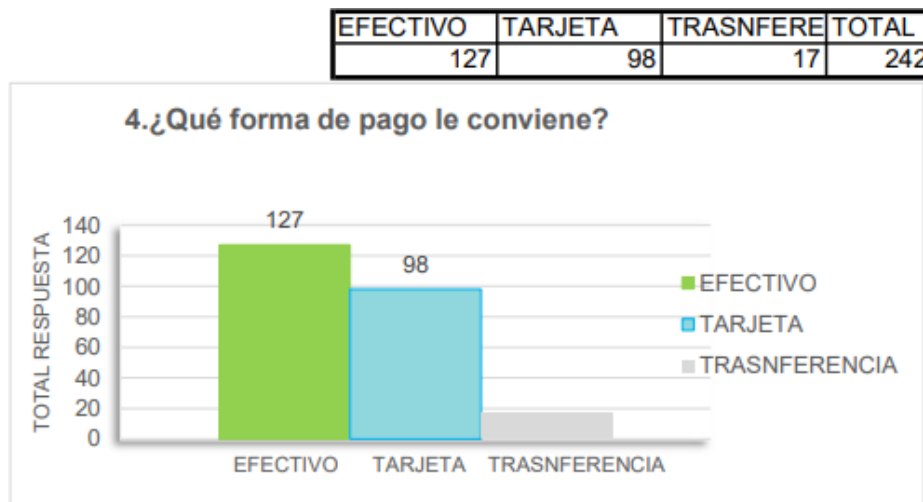
Según los resultados de la encuesta realizada, más de la mitad de los clientes encuestados se encuentran satisfechos por el tiempo de atención que tiene la empresa.



Figuras 29 ¿Se encuentra satisfecho por el tiempo de atención de la empresa?

4. ¿Qué forma de pago le conviene?

Teniendo en cuenta la siguiente gráfica, a los clientes les conviene más el pago por efectivo.



Figuras 30 ¿Qué forma de pago le conviene?

5. ¿Es aceptable las promociones que se les ofrece?

Según el resultado de la gráfica se puede deducir que, un poco más de la mitad de los encuestados aceptan las promociones que la empresa le ofrece.

SI	NO	TOTAL
139	103	242



Figuras 31 ¿Es aceptable las promociones que se les ofrece?

6. ¿Recomendaría a otras personas nuestros servicios?

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta, aproximadamente el 67% de los encuestados recomiendan a otras personas los servicios prestados por la empresa.

SI	NO	TOTAL
164	78	242

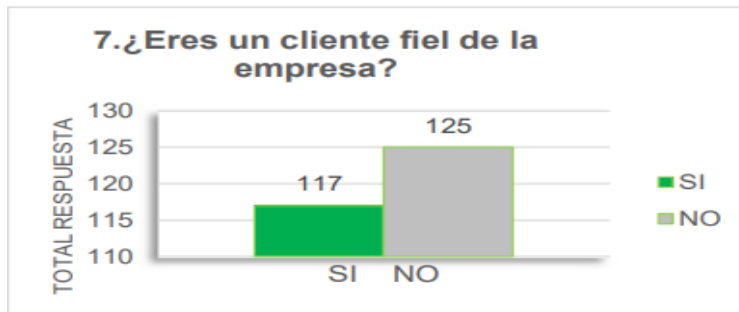


Figuras 32 ¿Recomendaría a otras personas nuestros servicios?

7. ¿Eres un cliente fiel de la empresa?

Según la encuesta, la mayoría de los clientes no son fieles a la empresa.

SI	NO	TOTAL
117	125	242



Figuras 33 ¿Eres un cliente fiel de la empresa?

8. ¿Le gustaría que el servicio se pudiera realizar por internet?

Teniendo en cuenta el resultado de la gráfica, los clientes preferirían que el servicio que la empresa presta, se realizará vía Internet.

SI	NO	TOTAL
146	96	242



Figuras 34 ¿Le gustaría que el servicio se pudiera realizar por internet?

9. ¿Qué sitios utiliza para utilizar los servicios de giros?

Según la encuesta realizada, aproximadamente el 6% de los encuestados utilizan los servicios presenciales de la empresa.



Figuras 35: ¿Qué sitios utiliza para utilizar los servicios de giros?

4.2 Correlación

Posteriormente, se propone un análisis correlacional, teniendo en cuenta las afirmaciones del gerente y los empleados que participaron en la investigación.

4.2.1 Diseño del plan estratégico para la empresa Todo Servicio GARPI.

Objetivo Específico: Presentar una estrategia para ejecutar en la empresa, con el fin de mejorar las falencias identificadas y estimular las oportunidades determinadas.

En base al análisis de todos los aspectos del estudio realizado en el desempeño del ordenamiento de la entidad *Todo Servicio GARPI* se formula el plan estratégico, desarrollado en el respectivo orden:

1) Nueva misión propuesta

2) Nueva visión propuesta

3) Matriz DOFA

4) Control estratégico

4.2.2 Plan estratégico para la empresa Todo Servicio GARPI.

4.2.2.1 Nueva misión propuesta Para la elaboración de la Misión

La misión de una empresa representa su compromiso, su propósito de existir. Es lo que define cuál será el papel de una compañía en la sociedad. Dicho propósito debe ser sostenible en el tiempo. Por consiguiente, los pasos para elaborar la misión, son los siguientes:

Preguntas para redactar una misión empresarial

1. *¿Por qué haces lo que haces?*
2. *¿Por qué motivo creaste la empresa?*
3. *¿Qué hace la compañía? (qué vendes, produces, etc)*
4. *¿Cuál es el perfil de tu cliente ideal?*
5. *¿Qué te diferencia de la competencia?*
6. *¿Cuál es el propósito social de tu empresa?*

Para la elaboración se tuvo en cuenta que la empresa se preocupa por sus clientes y quiere ser reconocida por su excelencia. A continuación, se presenta la misión de la empresa Garpi.

Misión Empresa Garpi

"Nuestra empresa Garpi, se dedica principalmente a satisfacer a sus clientes mediante la prestación de servicios eficientes y oportunos de la entrega de sus giros a nivel nacional, por medio de la excelencia de nuestros servicios y trabajadores siempre aplicando nuestros valores y principios y trabajando con seriedad y cumplimiento."

4.2.2.2 Nueva visión propuesta

Para la elaboración de la Visión

La visión de una empresa tiene que ver con el futuro. ¿A dónde quieres llegar? ¿Cuáles son los objetivos permanentes de la organización?, los pasos que se tuvieron en cuenta para elaborar la visión de la empresa todo servicio Garpi, fueron los siguientes:

Preguntas para redactar una visión empresarial

1. *¿Cómo ves la empresa en algunos años?*
2. *¿Cuáles son tus objetivos a corto, mediano y largo plazo?*
3. *¿Cómo se adaptará la empresa a los desafíos del mercado?*
4. *¿Cómo quieres que tu empresa sea conocida/percibida en el mercado?*
5. *¿Qué cualidades tendrán los profesionales que trabajarán contigo?*

6. ¿Qué deseas aportar a la sociedad a futuro?

Para la elaboración se tuvo en cuenta la proyección del gerente de la empresa para la conmovida de sus clientes y ser una empresa reconocida por su excelencia. A continuación, se presenta la visión de la empresa Garpi.

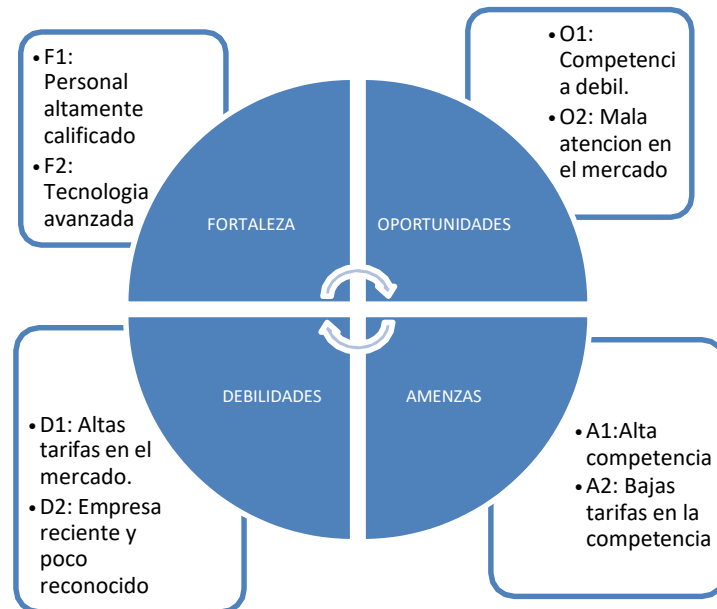
Visión Empresa Garpi

"La empresa Garpi, en el año 2025 espera llegar a ser reconocida a nivel nacional por realizar sus actividades y brindar servicios de calidad, eficiencia y responsabilidad hacia sus clientes, usuarios y empleados, siendo la mejor opción por su excelencia en la prestación de servicios de giros nacionales, por su alta innovación, su amplio portafolio de servicios, redundancia en la rentabilidad sostenible y la solidez de la empresa."

Los pasos que se deben tener en cuenta para la elaboración de la misión y visión de una empresa son los siguientes:

1. Define los valores de tu empresa
2. Describe qué te motivó a crear tu empresa, tus productos y/o servicios (Misión);
3. Describe cómo visualizas el futuro de tu empresa y qué objetivos deseas alcanzar (Visión);
4. Escribe un párrafo corto para cada una de las definiciones (misión y valores);
5. Pide la opinión de tus personas de confianza;
6. Comparte con tus empleados, clientes y proveedores y escucha lo que tienen para decir.

4.2.2.3 Matriz DOFA



Figuras 36 Matriz DOFA

4.2.2.4 Control estratégico

Tabla 5 Control Estratégico

PERSPECTIVA	OBJETIVO	INDICADORES	META	OBSERVACION
FINANCIERO	Aumentar los giros de la organización bajándole las tarifas.	Reduciendo las tarifas de los giros.	Realizar un 80% en aumentos de giros.	Se cumplió el 75% de los giros de la organización.
CLIENTES	Capturar nuevos clientes.	Tarifas adecuadas para el mercado, campañas y publicidad.	Cumplir un 85% de la satisfacción de los clientes.	Se cumplió el 85% de la satisfacción de los clientes acordados.
PROCESOS	Fortaleció nuestra participación en el mercado.	Incrementar puntos en el mercado.	Incremento un 55% de los puntos.	Se pudo incrementar el 50% de los puntos establecidos.
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	Competencia de los empleados en el área comercial.	Empleados del área comercial, obtiene resultados en su competencia en el mercado.	Capacitación del personal calificado un 65% en conocimiento.	Se hizo la capacitación del área comercial del 65% acordado.

4.3 Conclusiones

Al finalizar el proyecto de grado se logró cumplir con los objetivos propuestos, en donde se diseñó un cuestionario de preguntas que se le aplicaron al gerente, los empleados y a los clientes de la empresa, con el propósito de conocer como se encontraba la organización financieramente, gracias a las encuestas realizadas se pudo evidenciar cómo se encontraba la economía de la misma, ya que los empleados dijeron que la empresa en los últimos años no ha sido tan rentable, por tal motivo es de vital importancia diseñar un plan estratégico financiero.

Con la realización de las encuestas se observó que la mayoría de los trabajadores no conocen ni la misión, ni la visión ni los objetivos por tal motivo los lleva a no realizar bien sus funciones, también se identificó que muy poco conocen cuales son las debilidades que tiene la empresa, esto tiene desventajas ya que para poder contrarrestar estas debilidades se deben tener identificadas y buscar estrategias de mejoramiento, no conocen el organigrama de la empresa, se debería saber cómo está estructurado ya que es de vital importancia para el control interno, tampoco recibieron asesorías contable al vincularse a la misma, antes de iniciar a trabajar se debería capacitar a los trabajadores en cuanto a cómo se manejan las finanzas y por último se deben buscar estrategias que ayuden a incrementar las ventas, una de ellas sería aumentar los giros de la organización bajándole las tarifas.

Se propone al gerente una nueva misión, una nueva visión, una matriz DOFA y un control estratégico con el fin de contrarrestar las falencias identificadas en el punto anterior, se modificó la misión y visión sin perder el foco, el cual es satisfacer a los clientes, la matriz DOFA se diseñó para poder identificar cuáles son las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas, por último se estructuró un control estratégico, en donde se propone que para poder tener unas finanzas altas se debería aumentar los giros de la organización bajándole las tarifas., capturar nuevos clientes, fortalecer nuestra participación en el mercado y que los empleados sean competitivos en el área comercial.

Gracias a que el gerente aprobó el plan estratégico financiero y lo coloco a funcionar en la empresa, en donde también busco las estrategias para que se implementaran, se desarrollaran y se ejecutaran, ayudo mucho a mejorar la rentabilidad de la misma ya que los trabajadores las ejecutaron, este diseño del plan estratégico ayudo mucho con el desarrollo, sostenimiento y crecimiento financiero de la organización , en conclusión todas estas técnicas llevan a que la empresa mejore tanto administrativa como financieramente.

4.4 Recomendaciones

Se recomienda a la empresa todo servicio garpi que incluya este plan estratégico financiero y que realice evaluaciones anuales, para evaluar cómo está la parte administrativa y financiera de la empresa, una necesidad de vital importancia es que la empresa este bien constituida o bien organizada tanto administrativa como financieramente, empezando desde los puestos de trabajo, desde cuando se constituye, se debe crear misión, visión bien formada, una matriz DOFA para saber cuáles serían las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades frente a sus competidores.

También se le recomienda a la empresa implementar la nueva misión y visión propuesta, ya que son de vital importancia y ayudara a tener un mejor enfoque, en donde el cliente debe ser la prioridad, para así poder crecer, porque donde hay clientes satisfechos hay excelencia y eso es lo que se quiere conseguir.

Y por último se recomienda colocar en marcha el plan estratégico financiero para conocer la perspectiva, los objetivos, los indicadores, las metas y las observaciones que se tienen en la empresa, y que toda la organización administrativa, como los empleados y gerente trabajen en pro para cumplir con este plan estratégico financiero. Por otra parte, es de vital importancia implementar estrategias periódicas que permitan mejorar. Gracias a este plan estratégico financiero se mejoró en un 100% el crecimiento en el mercado laboral y la rentabilidad financiera de la empresa.

5. Recursos administrativos

5.1 Recursos Humanos

Está compuesto por personas involucradas en la planificación y desarrollo de la investigación; en nuestro caso, se trata de la implementación del plan financiero estratégico de la empresa Todo servicio Garpi de la ciudad de Cúcuta, que brinda algunas herramientas físicas y conocimientos, El objetivo propuesto se puede orientar y mejorar según el objeto de investigación.

Investigadores Principales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ JOSE FERNANDO GARCIA PINO ➤ KELLY YASMIN VACA BOBADILLA
Director	<ul style="list-style-type: none"> ➤ CARLOS FABIÁN RICO ROJAS

5.2 Recursos Institucionales

Establecen un conjunto de instituciones que brindan comunicación relevante sobre las cuestiones de investigación, de manera que se pueda alcanzar más conocimiento conceptual y normativo necesario para el desarrollo del estudio.

Los recursos institucionales relevantes se enumeran a continuación.

Normatividad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Congreso de la Republica de Colombia ➤ (Dane) Departamento administrativo Nacional de Estadística
Organismos gubernamentales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cámara de Comercio de Cúcuta
Academia	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Universidades
Bases de datos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Universidad Francisco de Paula Santander

5.3 Presupuesto

El presupuesto especifica los recursos utilizados para lograr las metas establecidas por el proyecto. Para fines de investigación se han establecido los siguientes ingresos y gastos:

INGRESOS	SALDOS
JOSE FERNANDO GARCIA PINO	\$1.000.000
KELLY YASMIN VACA BOBADILLA	\$1.000.000
TOTAL DE INGRESOS	\$2.000.000

GASTOS	SALDOS
PAPELERIA	\$600.000
TRANSPORTE	\$500.000
IMPREVISTOS	\$300.000
MATERIAL BIBLIOGRÁFICO	\$400.000
TOTAL DE GASTOS	\$1.800.000

Referencias bibliográficas

- AEC. (s.f.). Obtenido de AEC: <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/riesgos-financieros#:~:text=El%20riesgo%20financiero%20se%20refiere,o%20menores%20de%20los%20esperados>.
- Arias. (2006). *proyectos educativos*. Obtenido de <https://proyectoseducativoscr.wordpress.com/elaboracion-del-ante-proyecto/capitulo-iii-marco-metodologico-de-la-investigacion/3-3-poblacion-y-muestra/>
- Arias, E. R. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/recursos-financieros.html#:~:text=Los%20recursos%20financieros%20son%20aquellos%20activos%20que%20tienen%20alg%C3%BAAn%20grado%20de%20liquidez.&text=As%C3%AD%2C%20se%20pueden%20definir%20los,de%20cr%C3%A9dito%20o%20las>
- Balestrini. (2003). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*.
- Castro, J. (17 de MARZO de 2015). *Blog Corponet*. Obtenido de Blog Corponet: <https://blog.corponet.com.mx/que-es-el-balance-general-y-cuales-son-sus-objetivos>
- Chacin, L. (2010). Gerencia estratégica financiera y control de gestión en organizaciones. *Revista de Formación Gerencial*, 296-324.
- circulante.com*. (14 de Noviembre de 2016). Obtenido de [circulante.com](https://circulante.com/financiacion/la-financiacion-interna-empresa/): <https://circulante.com/financiacion/la-financiacion-interna-empresa/>
- Contreras, V. (2003). MODELO DE GESTIÓN DE OPERACIONES PARA PYMES INNOVADORAS. *REVISTA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS*, 66-87.
- Creswell. (2013). *El Enfoque Cuantitativo*.
- Dinero. (24 de MARZO de 2020). *Dinero*. Obtenido de Dinero: <https://www.dinero.com/empresas/articulo/que-empresas-de-giros-siguen-operando-durante-la-cuarntena/283318>
- Dueñas, B. (2010). *GUÍA METODOLÓGICA PARA LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN PYMES*. BOGOTA.



- Ferrari, F. J. (noviembre de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/solvencia.html#:~:text=Solvencia%20es%20la%20capacidad%20de,contra%C3%ADdo%20o%20que%20planea%20contraer>.
- Gerencie*. (2 de Mayo de 2018). Obtenido de Gerencie: <https://www.gerencie.com/margen-de-contribucion.html>
- Gómez, J. I. (08 de Abril de 2013). *Portafolio.co*. Obtenido de Portafolio.co: <https://www.portafolio.co/tendencias/falla-planeacion-estrategica-86464>
- Hernández, F. y. (2014). *Enfoques de investigaciones*. Mexico. Obtenido de Enfoques de investigaciones.
- Hurtado, C. A. (2010). *ANÁLISIS FINANCIERO*. Bogota: Fundación para la Educación Superior San Mateo.
- Martins, P. y. (2004). *eumed*. Obtenido de <https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/zll/metodologia-investigacion.html>
- Padilla, V. M. (2014). *Introducción a las finanzas*. Mexico: Javier Enrique Callejas.
- Romaldini, M. F. (s.f). *Finance*. Obtenido de Finance: <https://www.toptal.com/finance/market-research-analysts/como-ha-evolucionado-el-mercado-de-transferencia-de-dinero-internacional>
- Sampieri, R. H. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico.
- serna, H. (2008). *Gerencia estratégica*. Bogota: editorial ltda.
- Sevilla, A. (Octubre de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/estados-financieros.html>
- Tamayo, T. y. (2006). *Investigación e Innovación Metodológica*. Obtenido de <http://investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html>

ANEXOS

Universidad Francisco de Paula Santander
Facultad de Ciencias Empresariales
Programa de Contaduría Pública

ENCUESTA

ESTIMADO EMPRESARIO: Seleccione la alternativa que considerada correcta para cada interrogante y marque con una equis “X” en la casilla correspondiente.

OBJETIVO: Determinar las particularidades de los establecimientos comerciales del sector minorista de las comunas de la ciudad de Cúcuta.

Nombre del establecimiento					
NIT		Dirección			
Sector Comercial		Teléfono		Comuna	
Barrio			Correo electrónico		
Nombres y Apellidos del propietario					
Edad		Estado Civil		Nivel de Formación	

DESCRIPCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Encuesta para el área comercial implementación de una planestratégico financiero para la empresa todo servicio garpi de la ciudad de cúcuta

EL objetivo de la encuesta es obtener información que adapte a la Implementación de un Plan Estratégico Financiero para la Empresa Todo Servicio Garpi De La Ciudad De Cúcuta.

Indicador: Lea atentamente a las siguientes preguntas y responda con una X la respuesta correcta:

1. ¿Conoce el objetivo principal de la empresa? SI NO _

2. ¿Conoce la forma de pago de los clientes? SI NO
3. ¿Se encuentra vinculado al sistema de seguridad social? SI NO
4. ¿Conoce usted los propósitos (misión, visión y objetivos) de la empresa? SI NO
5. ¿Se da a entender claramente las políticas de la empresa? SI NO
6. ¿En su puesto de trabajo cuenta con manuales, reglamentos, formatos, registros o algún tipo de documentos que le oriente sus labores, facilite o complemente? SI NO
7. ¿Conoce algunas debilidades de la empresa? SI NO
8. ¿Tiene contacto con clientes o proveedores de la empresa? SI NO
9. ¿Con que frecuencia desempeña su tarea en el trabajo? DIARIA SEMANAL
QUINCENAL_ MENSUAL
10. ¿Cómo considera la comunicación entre empleador-trabajador? Buena Mala
Regular
11. ¿Se siente conforme trabajando en la empresa? SI NO
12. ¿La empresa constantemente les recuerda las normas de seguridad? SI NO
13. ¿Te asignaron tu horario de acuerdo con las horas establecidas en el contrato? SI NO

Encuesta para los administrativos. Implementación de un plan estratégico financiero para la empresa todo serviciogarpi de la ciudad de cúcuta

EL objetivo de la encuesta es obtener información que adapte a la Implementación de un Plan Estratégico Financiero para la Empresa Todo Servicio Garpi De La Ciudad De Cúcuta.

Indicador: Lea atentamente a las siguientes preguntas y responda con una X la respuesta correcta:

1. ¿Se entiende claramente las fortalezas y debilidades que tiene la empresa Todo Servicio Garpi De La Ciudad De Cúcuta? SI NO
2. ¿Existe un organigrama en la empresa? SI NO

3. ¿Conoce la calidad el producto que ofrece la empresa a los clientes? SI NO

4. ¿Conoce el nivel de satisfacción al cliente? SI_ NO
5. ¿Usted considera que la competencia afecta las ventas de la empresa? SI NO

6. ¿Aumentado las ventas en estos últimos años? SI NO
7. ¿La empresa lleva día a día registros contables? SI NO
8. ¿Se evalúa constantemente los estados financieros de la empresa? SI NO

9. ¿Se considera necesariamente se haga o realice un plan estratégico financiero? SI NO
10. ¿Ha recibido usted algún tipo de asesoría en el área contable antes de iniciar la empresa?
SI NO
11. ¿Se promueven reuniones en el trabajo? SI NO
12. ¿Dentro de la empresa se han visto conflictos entre empleados? SI NO
13. ¿Ta han obligado algunas veces a trabajar en horas fuera de tu horario de trabajo? SI NO

Encuesta para los clientes. Implementación de una plan estratégico financiero para la empresa todo servicio garpide la ciudad de cúcuta

EL objetivo de la encuesta es obtener información que adapte a la Implementación de un Plan Estratégico Financiero para la Empresa Todo Servicio Garpi De La Ciudad De Cúcuta.

Indicador: Lea atentamente a las siguientes preguntas y responda con una X la respuesta correcta:

1. ¿Cómo califica la efectividad del servicio? EXCELENTE BUENO
MALO

2. ¿Cómo califica el servicio prestad

por la empresa? BUENO
MALO

o ACEPTABLE

3. ¿Se encuentra satisfecho por el tiempo de atención de la empresa? SI NO

4. ¿Qué forma de pago le conviene? Efectivo Tarjeta
5. ¿Es aceptable las promociones que se les ofrece? SI NO NO
TIENE
6. ¿Recomendaría a otras personas nuestros servicios? SI NO
7. ¿Eres un cliente fiel de la empresa? SI _ NO
8. ¿Le gustaría que el servicio se pudiera realizar por internet? SI _ NO
9. ¿Qué sitios utiliza para utilizar los servicios de giros? Sitios o Tiendas virtuales
Redes sociales Plataforma de compra y venta de productos o
servicios Presencial