



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

SEDE GUAYAQUIL

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA - CPA**

TÍTULO DEL PROYECTO:

Aplicación de Reingeniería Integral en el departamento de Crédito y Cobranzas de la
Empresa GIMO S.A. en el año 2012.

AUTORES:

Gina Mirella Mora Espín

Rosa Margarita Mora Espín

DIRECTOR DEL PROYECTO:

Eco. Walter Mario Franco Vera

Agosto del 2012

Guayaquil –Ecuador

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Yo, Eco. Walter Mario Franco Vera en mi calidad de tutor de Investigación, nombrado por el consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO.

Que he analizado el proyecto de Investigación cuyo tema es: **“Reingeniería Integral en el departamento de Crédito y Cobranzas de la Empresa GIMO S.A. en el año 2012”**, presentado por la Sra. Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín como requisito previo para optar por el Título de “Ingeniería en Contabilidad y Auditoría-CPA”

El problema de la investigación se refiere a: ¿Qué incidencia tiene sobre la liquidez de la empresa las diferentes anomalías encontradas en el departamento de crédito y cobranzas de la empresa GIMO S.A. en la ciudad de Guayaquil en el año 2011?, el mismo que fue aceptado por reunir los resultados legales y por la importancia del Tema.

Tutor:

Eco. Walter Mario Franco Vera

DECLARACIÓN DE AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

Las egresadas Sra. Gina Mirella Mora Espín y Sra. Rosa Margarita Mora Espín, por medio de la presente manifestamos ser autoras del proyecto de Investigación titulado **“Reingeniería Integral en el departamento de Crédito y Cobranzas de la Empresa GIMO S.A. en el año 2012”**, el mismo que lo hemos realizado bajo la tutela del Eco. Walter Mario Franco Vera en calidad de tutor.

Sra. Gina Mirella Mora Espín
C.I. 0910236413

Sra. Rosa Margarita Mora Espín
C.I. 0914893565



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales

SEDE GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de: INGENIERA EN CONTADURÍA Y AUDITORÍA-CPA, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

Memoria Científica..... []
Defensa Oral.....[]
Total..... []
Equivalente..... []

Presidente del tribunal

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto y toda nuestra carrera Universitaria principalmente a Dios por ser quien ha estado a nuestro lado en todo momento dándonos las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día.

A nuestros Hijos: Bet-sua, Alfredo, Mateo Rosado Mora y Andreína, Caleb, Elías Terán Mora quienes son el motivo y la razón para alcanzar nuestros más apreciados ideales de superación, dejándoles la enseñanza que cuando queremos alcanzar algo en la vida no hay tiempo ni adversidad que impida poderlo lograr..

A nuestros padres Rigoberto Mora y Margarita Espín por ser un apoyo en todo momento y habernos dado siempre ese ejemplo digno de superación y entrega.

A nuestra tía Gladys Espín por acompañarnos en todos los momentos importantes de nuestra vida.

Gina Mirella Mora Espín

Rosa Margarita Mora Espín.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos principalmente a Dios por habernos dado sabiduría y salud para lograr nuestros objetivos, además de su infinito amor y bendiciones.

A nuestros hijos Bet-sua, Alfredo, Mateo Rosado Mora y Andreína, Caleb, Elías Terán Mora quienes soportaron nuestra ausencia y en los momentos más difíciles nos dieron su amor y comprensión para poderlos superar

A nuestros padres Rigoberto Mora y Margarita Espín, por sus consejos, sus valores, por la constante motivación que nos ha permitido ser personas de bien, pero por sobre todas las cosas su amor que nos apoyó siempre.

A nuestros amigos Freddy Tejada y Juan Arequipa quienes nos apoyaron en todo momento, no sólo impartiéndonos sus conocimientos sino también con ese apoyo incondicional y esas palabras frescas de aliento necesarias para no desmayar en el camino.

A nuestros compañeros con los cuales compartimos tan buenos momentos, a todos los docentes que compartieron sus conocimientos, los cuales fueron muy necesarios para podernos desarrollar profesionalmente.

A nuestro tutor Eco. Walter Franco quien supo orientarnos muy acertadamente en nuestro proyecto de investigación.

Gina Mirella Mora Espín.

Rosa Margarita Mora Espín.

CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR

MSc. Jaime Orozco Hernández

Rector Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer la entrega de la cesión de derecho del Autor del trabajo realizado como requisito previo a la obtención de nuestro título de tercer nivel, cuyo tema fue **“Reingeniería Integral en el departamento de Crédito y Cobranzas de la Empresa GIMO S.A. en el año 2012”** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Sra. Gina Mirella Mora Espín
C.I. 0910236413

Sra. Rosa Margarita Mora Espín
C.I. 0914893565

ÍNDICE GENERAL.

CONTENIDOS:	PÁGINAS
Caratula.....	i
Certificación de aceptación del tutor.....	ii
Declaración de la autoría de la investigación.....	iii
Certificación de la defensa.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Cesión de derechos de Autoría.....	vii
Índice general.....	viii-xi
Índice de cuadros.....	xii-xiv
Índice de gráficos.....	xv-xvii
Resumen.....	xviii
Abstract.....	xix
Introducción.....	xx-xxi

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.1.1 Problematización.....	1
1.1.2 Delimitación del problema.....	2
1.1.3 Formulación del problema.....	3
1.1.4 Sistematización del problema.....	3

1.1.5 Determinación del tema.....	3
1.2 Objetivos.....	4
1.2.1 Objetivo general de la investigación.....	4
1.2.2 Objetivo general de la investigación.....	4
1.3 Justificación.....	4
1.3.1 Justificación de la Investigación.....	4-5

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco teórico.....	6-7
2.1.1 Antecedentes históricos.....	8-14
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	14-20
2.1.3 Fundamentación	20
2.1.3.1 Fundamentación Científica.....	20-37
2.1.3.2 Fundamentación Contable.....	37-45
2.2 Marco legal.....	45-59
2.3 Marco conceptual.....	59-64
2.4 Hipótesis y variables.....	64
2.4.1 Hipótesis general.....	64
2.4.2 Hipótesis particulares.....	64
2.4.3 Declaración de las Variables.....	65
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	66-67

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo y diseño de investigación y su perspectiva general	68-74
3.2 La población y la muestra.....	74
3.2.1 Características de la población.....	74-75
3.2.2 Delimitación de la población.....	75-76
3.2.3 Tipo de muestra.....	76
3.2.4 Tamaño de muestra.....	76
3.2.5 Proceso de selección.....	77
3.3 Los métodos y las técnicas.....	77
3.3.1 Métodos Teóricos.....	77-80
3.3.2 Métodos Empíricos.....	81-82
3.3.3 Técnicas de Investigación.....	83-91
3.4 Tratamiento estadístico de la Información.....	91

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

4.1 Análisis de la Situación actual.....	92-106
4.2 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas.....	107
4.3 Resultados.....	107
4.4 Verificación de hipótesis.....	108

CAPÍTULO V

PROPUESTA

Antecedentes	109
5.1 Tema.....	110
5.2. Fundamentación.....	110
5.3 Justificación.....	110
5.4 Objetivos la propuesta	112
5.4.1. Objetivo general.....	112
5.4.2 Objetivos específicos.....	112
5.5 Ubicación del proyecto.....	112
5.6 Factibilidad.....	114-126
5.7 Descripción de la propuesta.....	126-146
5.7.1 Actividades.....	147-156
5.7.2 Evaluación Financiera.....	157
5.7.3 Impacto.....	171
5.7.4 Cronograma	172
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta	173
Bibliografía.....	174-175
Lincografía	175
Anexos.....	

ÍNDICE DE CUADROS.

CONTENIDOS:	PÁGINAS
Cuadro # 1	
Métodos de Detección de Necesidades Tecnológicas	14
Cuadro # 2	
Operacionalización de las Variables	66-67
Cuadro # 3	
Población	75
Cuadro # 4	
Técnicas instrumentales de investigación	83
Cuadro # 5	
Control Interno	92
Cuadro # 6	
Políticas Departamentales	93
Cuadro # 7	
Revisión de Políticas	94
Cuadro # 8	
Información de Cartera.....	95

Cuadro # 9	
Documentación de Clientes	96
Cuadro # 10	
Plazo de Pago.....	97
Cuadro # 11	
Procesamientos del Departamento de Crédito y Cobranzas	98
Cuadro # 12	
Capacitación del Personal.....	99
Cuadro # 13	
Estados Financieros	100
Cuadro # 14	
Políticas de Crédito	101
Cuadro # 15	
Servicios al Cliente	102
Cuadro # 16	
Cobranzas a clientes	103
Cuadro # 17	
Garantía Clientes	104
Cuadro # 18	

Estado Bancario	105
Cuadro # 19	
Días de Crédito	106
Cuadro # 20	
Verificación de Hipótesis	108
Cuadro # 21	
Plazos para declarar al SRI.....	121
Cuadro # 22	
Foda Empresa GIMO S.A.....	142
Cuadro # 23	
Matriz Foda de la Empresa GIMO S.A.....	143
Cuadro # 24	
Cronograma.....	172

ÍNDICE DE GRAFICOS.

CONTENIDOS:	PÁGINAS
Gráfico # 1	
Control Interno	92
Gráfico # 2	
Políticas Departamentales	93
Gráfico # 3	
Revisión de Políticas	94
Gráfico # 4	
Información de Cartera	95
Gráfico # 5	
Documentación de Clientes	96
Gráfico # 6	
Plazos de Pago	97
Gráfico # 7	
Procedimientos del Departamento de Crédito y Cobranzas.....	98
Gráfico # 8	
Capacitación de Personal	99
Gráfico # 9	
Estados Financieros.....	100
Gráfico # 10	
Políticas de Crédito	101
Gráfico # 11	

Servicio al Cliente	102
Gráfico # 12	
Cobranzas a clientes.....	103
Gráfico # 13	
Garantía a Clientes	104
Gráfico # 14	
Estado Bancario	105
Gráfico # 15	
Días de Crédito	106
Gráfico # 16	
Ubicación de la Empresa en la ciudad.....	113
Gráfico # 17	
Organigrama Estructural.....	128
Gráfico # 18	
Organigrama Funcional	129
Gráfico # 19	
Las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter	139
Gráfico # 20	
Logo de la Empresa GIMO S.A.....	144
Gráfico # 21	
Distribución de la Empresa Planta Alta	145
Gráfico # 22	
Distribución de la Empresa Planta Baja.....	146

Gráfico # 23

Mapa de procesos de la Empresa GIMO S.A154

Gráfico # 24

Diagrama de Flujo de Proceso del Departamento de Crédito y Cobranzas155

RESUMEN

GIMO S.A. es una Compañía que tiene por actividad principal compra y ventas de Equipos de Computación, además de servicio técnico y comercialización de Software Administrativo Contable, por la naturaleza del negocio es una empresa con mucha competencia en el mercado, y más aun si no existen políticas y procedimientos para evaluar a los clientes a quienes se les vende a crédito, lo que implica un mayor riesgo de incobrabilidad de dicha cartera que principalmente es por la insolvencia de los deudores. Otra de sus falencias que existe es al momento de la recuperación de la cartera no se la realiza en los tiempos establecidos, y al no recuperarlas oportunamente la Compañía no puede invertir su capital en la adquisición de nueva mercadería. Otro problema también es que los ejecutivos como los empleados no tienen un manual de funciones escrito para que puedan desempeñar mejor sus responsabilidades dentro de la empresa.

El riesgo de crédito es la posible pérdida que asume un agente económico como consecuencia del incumplimiento de las obligaciones contractuales que incumben a las contrapartes con las que se relaciona. La metodología empleada en esta investigación es método de observación y encuesta el cual lo emplearemos para revelar el desarrollo cronológico del sistema de crédito, con la finalidad de obtener un procedimiento lógico y alcanzar la comprensión que buscamos. La información la obtendremos realizando una encuesta a los empleados y clientes. Nuestra propuesta se basa en un manual de funciones, políticas y procedimientos.

Palabras Claves:

Comercialización, Clientes, Riesgo de Crédito, Manual de Funciones, Manual de Políticas y Procedimiento.

ABSTRACT

Is a company that has by main activity purchase and sales of Computers, In addition to technical service and marketing of Software Accounting Administrative, By the nature of the business is a company with a lot of competition in the market, And even more so if there are no politics and procedures to assess the customers who sells them to credit, What entails a greater risk of uncollectibility of the portfolio that it is mainly by the insolvency of the debtor. Another of its shortcomings is that exists at the time of recovery of the portfolio are not performed in the set times, And to not retrieve them in due course the company cannot invest their capital in the acquisition of new merchandise. Another problem is that the executives and employees do not have a manual written function to better fulfill their responsibilities within the company.

The credit risk is the possible loss that assumes an economic agent as a result of a breach of their contractual obligations to the counterparts that relates, The methodology used in this research is scientific method of observation and which we will continue to reveal the chronological development of the credit system, with the purpose of obtaining a logical procedure and reach the. The information we get conducting a survey to clients and employees. Our proposal is based on a manual of functions, politics and procedures.

Key words

Merchandising, Customers, Credit Risk, Manual of Funtions, Manual of Politics and Procedures.

INTRODUCCION

Esta investigación se desarrollará en la Compañía GIMO S.A., ya que la mencionada Compañía carece de eficiencia en el análisis crediticio, para evaluar a los clientes a los cuales se les otorga diferentes días y monto de crédito.

Por lo expuesto, es necesario la creación de un manual de políticas y procedimientos de crédito y cobranzas que proporcionen lineamientos que permitan a la Compañía cuantificar el riesgo de crédito y encaminar sus esfuerzos a realizar una adecuada administración de los riesgos, pues, más allá de ser un requerimiento normativo, constituye un elemento fundamental para fortalecer su solvencia y asegurar su viabilidad en el largo plazo.

Así es preciso que se amplíe algunas definiciones de la norma de administración del riesgo de crédito como el incumplimiento; la probabilidad de incumplimiento; el horizonte de tiempo, la información mínima que debe ser recopilada por la empresa y la selección de variables para la construcción de bases de datos; los aspectos que deben considerarse al estimar la exposición del riesgo de crédito y la severidad de la pérdida. Es importante incluir en todas las actividades y responsabilidades a las personas que laboran en la empresa, y más aun a las encargadas de realizar la autorización de crédito y quien realiza las cobranzas, para el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

El desarrollo de esta investigación se ha dividido en cuatro capítulos a saber.

El Capítulo I, contiene el planteamiento del problema donde describimos el problema, detallamos las causas y consecuencias que se producen, su delimitación, formulación del problema, referimos sus objetivos generales, específicos, y la justificación del mismo.

El Capítulo II, corresponde al Marco Teórico, en el que se detallan los antecedentes del tema, basándose en las diferentes fundamentaciones teóricas, se presenta el soporte teórico relacionado con el Riesgo de crédito, así como la fundamentación legal con respecto a la Investigación.

El Capítulo III, contiene la metodología que se va a aplicar, los métodos de investigación, tipos y niveles de investigación escogida; se detalla la Operacionalización de las variables dependiente e independiente; así como la formulación de las hipótesis generales y particulares, aquí también se indican las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de la información.

Capítulo IV, contiene en análisis e interpretación los resultados de las encuestas realizadas, los cuales se presentan en forma ordenada y proporcionan información necesaria para seguir con nuestro proceso. Así mismo pudimos comprobar cada una de las hipótesis planteadas.

Capítulo V, contiene la propuesta de la investigación que consiste en la elaboración de organigrama estructural y funcional de la Compañía, manual de funciones para ejecutivos y empleados. Manual de procedimientos y políticas de créditos, cobranzas y contabilidad, análisis financiero.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

Con frecuencia se ha utilizado el término procedimientos contables en las empresas, esto como parte fundamental de la administración, ayudando incluso a trazar las políticas a la gerencia en atención de metas y objetivos previstos y controlando los registros que respaldan la gestión de las mismas. Incluidas en estos procedimientos contables tenemos a las cuentas por cobrar.

Por lo general las empresas preferirían vender al contado en lugar de vender a crédito, sólo que las presiones de la competencia obligan a la mayoría usar este tipo de venta.

De esta manera, se ha empleado esta figura en la actualidad con mucha frecuencia. Podemos decir, que toda empresa debe disponer de políticas de crédito bien establecidas, logrando obtener ciertas ganancias, tomando en cuenta su efectividad en la administración de las cuentas por cobrar, así como la rentabilidad y riesgo de la organización.

La Empresa GIMO S.A. ubicada en la ciudad de Guayaquil se dedica a la compra y venta de Hardware de última generación, ha detectado en el año 2011 algunas anomalías especialmente en el Departamento de Crédito y Cobranzas tales como faltantes no registrados en las cuentas por cobrar a clientes que cancelan en efectivo provocando la falta de credibilidad por parte de estos clientes, desequilibrio financiero y escases de liquidez que impiden cumplir a tiempo con ciertas obligaciones.

No se realiza un correcto análisis de crédito, otorgando facilidades de pago a clientes cuya recuperación de saldos se torna lenta y débil hasta llegar a la pérdida de los mismos, transformándose en incobrables.

La Empresa no cuenta con un reglamento interno ni políticas, por lo que no hay un orden en las funciones de cada empleado, pudiendo duplicarse o no realizarse determinadas actividades que alteran el buen funcionamiento de la Empresa.

Debido a la falta de políticas y procedimientos, en la Empresa se contrata a personal no capacitado, siendo uno de los problemas en el Departamento Financiero, por lo que no se realizan los correctos análisis estadísticos de las cuentas incobrables, ni los análisis comparativos de ratios financieros entre períodos contables.

Se han detectado deficiencias en la gestión del Departamento de Crédito y cobranzas, razón por la cual la empresa puede estar expuesta a riesgos no controlados, e irregularidades, que al no ser corregidas oportunamente afectarán el ámbito financiero. En consecuencia con lo anteriormente expuesto, la empresa debe lograr un trabajo eficaz para dar cumplimiento al logro de sus objetivos.

1.1.2 Delimitación del problema

Este proyecto de investigación se llevará a cabo en el país Ecuador, correspondiente a la región Costa, específicamente en el Cantón Guayaquil, el mismo que se encuentra ubicado al este de la Provincia del Guayas. El Sector Empresarial al que corresponde este proyecto es a la Microempresa de Hardware.

La empresa se encuentra ubicada en el km 2,5 de la Av. Carlos Julio Arosemena, en el C.C.ALBANBORJA.

Cuenta con una población de 20 personas, 9 mujeres y 11 hombres. De este Universo podemos decir que 3 poseen título de tercer nivel y Maestría en el Área de Administración, 2 poseen título de tercer nivel en el área Financiera, 3 posee título de Tecnólogo en el departamento Técnico, 9 aun no terminan sus estudios universitarios y 3 son bachilleres.

El personal está dividido por Departamentos de la siguiente manera:

Departamento Financiero laboran 4 personas, departamento de Talento Humano 2 personas, Departamento Técnico 5 personas, departamento de Sistema 2 personas, departamento de Ventas 4 personas y en Administración 3 personas.

Actualmente contamos con una cartera de 56 clientes.

1.1.3 Formulación del problema

¿Qué incidencia tienen sobre la liquidez de la empresa las diferentes anomalías encontradas en el departamento de Crédito y Cobranzas de la Empresa GIMO S.A. en la ciudad de Guayaquil durante el año 2011?

1.1.4 Sistematización del problema

1. ¿Qué efecto tiene la inconsistencia de los balances que tiene las cuentas que maneja el Departamento de Crédito y Cobranzas?
2. ¿En qué influye el no realizar un correcto análisis de crédito al margen de utilidad que pueda obtener la empresa?
3. ¿Qué efecto tiene para la Empresa el no contar con un reglamento interno ni políticas de procedimiento?
4. ¿De qué manera influye a la Empresa el contar con personal no capacitado en las diferentes áreas?

1.1.5 Determinación del tema

Reingeniería del Departamento de Crédito y Cobranzas de la Empresa GIMO S.A. en la ciudad de Guayaquil durante el año 2012.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General.

Establecer un análisis que pueda identificar las diferentes anomalías del departamento de Crédito y Cobranzas utilizando para esto herramientas informáticas, investigación de mercado, para mejorar el desempeño departamental.

1.2.2 Objetivos Específicos.

1. Identificar el efecto que ocasiona en los Clientes y la Empresa los faltantes encontrados en el departamento de Crédito y Cobranzas.
2. Determinar las normas que se utilizarán para otorgar los créditos.
3. Identificar las causas que motivaron la ausencia de reglamento interno y políticas de procedimiento en la empresa.
4. Definir la influencia que tiene los tiempos que retrasa los procesos al ingresar personal no capacitado.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Justificación de la Investigación

Es muy importante para toda empresa tener sanas sus finanzas, manteniendo un equilibrio dentro de su balance general que le permita involucrarse con nuevas oportunidades de negocio, lamentablemente las formas de pago de los clientes, en ocasiones se torna muy lento, debido a que ellos también buscan un bienestar en sus recursos y los períodos de pago de estas cuentas se hacen largos, provocando un retorno del efectivo no muy rápido como se lo desearía.

Lo óptimo para las empresas es lograr un movimiento eficaz y eficiente de los créditos otorgados y las cuentas por cobrar, para así operar de manera adecuada y cumplir con las políticas establecidas.

Aunque las cuentas por cobrar generan costos obligatorios para las empresas y además un cierto riesgo, producto del otorgamiento de crédito, éstas le van a permitir intensificar los niveles de ventas y el ámbito de los clientes.

Muchas empresas tienen en sus cuentas por cobrar una gran inversión debido a que forman la mayor parte de su activo en sus estados financieros

El área de Talento Humano es muy importante en la organización del componente humano, por lo que el sector empresarial está cada vez más consciente que la gestión del Talento es una estrategia crucial del negocio que brinda competitividad y crecimiento a cualquier empresa.

Las políticas y procedimientos en la empresa deben tener una función primordial dentro del área de Crédito y Cobranzas.

El planteamiento de este tema se debe a que existe una desorganización en estas áreas, y se evidencia en una dificultosa tarea de recuperación de la cartera vencida. Al no manejar adecuadamente los créditos otorgados, y la supervisión a los vendedores, permitimos que la empresa funcione en un desorden total, sobre todo, esto genera en los clientes un nivel de insatisfacción y desconfianza. Esto desencadena el no contar con información fundamental precisa y veraz al momento de que lo requiera el gerente para tomar decisiones importantes.

Razones como las anteriores justifican la investigación ya que es importante y necesario un adecuado control de los procedimientos en los departamentos cuestionados.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes Históricos de la Compañía

GIMO S.A. es una empresa privada con más de 14 años de presencia en el mercado ecuatoriano dedicada a proveer servicios, equipos y programas que cumplan con el objetivo de constituirse en tecnología eficaz y productiva para todos sus clientes, logrando así su crecimiento y satisfacción.

GIMO S.A. fue fundada durante el año de 1994, con su lema original: "Tecnología y Servicio" implantaron la política de Servicio al cliente que siempre los ha caracterizado.

Desde su fundación la principal preocupación de la empresa es la de mantener en niveles de excelencia el servicio al cliente, para esto se esmeran en responder en el menor tiempo posible toda solicitud de Soporte Técnico, y si el caso es que tenga un contrato de mantenimiento el tiempo de respuesta máximo es de dos horas. El Departamento Técnico está formado por personal que está siendo constantemente capacitado en productos y tecnología de punta con el objetivo que se sientan respaldados 100% por nuestra empresa.

Todo esto da la garantía de recibir un servicio que le va a ahorrar dólares por contar con un servicio técnico ágil y con conocimiento exacto de lo que debe de hacer para que el cliente mantenga a su Hardware y Software en un óptimo nivel productivo.

Y, si el cliente posee una empresa en varias ciudades del país, con sólo una llamada se dará el mejor servicio a nivel nacional.

GIMO S.A. considera que la información es el recurso más importante del nuevo siglo y por lo tanto desea ser una compañía líder en la asesoría, implementación y servicio de tecnología informática integral.

La empresa Gimo S.A. se inicio en un dormitorio de la casa de uno de los dueños de esa época en 1993, fueron dos amigos que se unieron para formar un negocio.

Este inicio con dos personas las cuales se encargaban de vender computadoras a pequeños negocios y a personas naturales, tenían en esa época solo 2 proveedores.

Más tarde decidieron que podrían incrementar sus ventas ofreciendo Servicio Técnico a las personas que habían comprado las computadoras o a las empresas que necesitaran el mismo.

En esa época contaban ya con el siguiente personal:

Técnico	1
Vendedor	1
Secretaria	1
Administrador	1

Para estos momentos la empresa necesitó mudarse de local y lo hizo a la Cdla. Nueva Kennedy

Se empezó a desarrollar un Software Administrativo –Contable el mismo que se comercializó con éxito, por lo que la empresa se vio en la obligación de contratar más personal y buscar diferentes proveedores para cubrir todas las demandas de sus clientes nuevos los mismos que de 5 clientes creció a 20.

Los proveedores se incrementaron a 6, dándonos mayores días de crédito y mejores precios.

La empresa empezó a dar servicio Técnico, vender Hardware y Software, esto la convirtió en una empresa completa que blinda a sus clientes con todos los Servicios.

Hoy podemos decir que la Empresa se encuentra posesionada en la ciudad de Guayaquil, brindado servicio y venta de Hardware a un costo muy competitivo y vendiendo un Software que está a la altura de los mejores del mercado.

En un mundo cada vez más competitivo e integrado GIMO S.A. logrará la satisfacción total de sus clientes en relación a la inversión realizada por ellos en tecnología del procesamiento de información.

Inicios Históricos del Comercio y El Servicio

En la antigüedad y desde los orígenes del hombre surgió el comercio, al principio solo como un simple intercambio de bienes y servicios, más tarde de manera formal al inventarse el dinero, por ello se hace necesaria una serie de regulaciones de las actividades ligadas al comercio.

En los albores de las primeras civilizaciones y debido a que la especialización del trabajo se fue haciendo cada vez más sofisticada, el simple intercambio de bienes y servicios dejó de ser práctico.

Con la invención del dinero, los comerciantes pudieron comprar y vender productos a distancias cada vez mayores.

Los fenicios, fueron los primeros en aventurarse fuera de su lugar de origen para comprar y vender productos diversos de los más remotos pueblos, de hecho, a ellos se les identifica como el primer pueblo de comerciantes, navegantes y viajeros, muchos años después los portugueses y venecianos reafirmaron esta práctica mercantil.

En América la base del dinero fue el cacao, los bienes preciosos, las plumas de aves sofisticadas y el jade.¹

A partir de la conquista de América, el valor del cacao, las plumas y el jade se volvieron obsoletos, fueron sustituidos por monedas metálicas hechas de materiales preciosos.

¹ CAREÑO, Alberto María: Breve Historia del Comercio, México, Editorial Porrúa, 1964

Con el avance de la civilización y en los tiempos modernos la actividad comercial sufre transformaciones que van complicando el trato del comercio, los gobernantes de los diferentes países tratan de reglamentar dicha actividad para garantizar el buen manejo de los participantes, de ahí que surja el “Derecho Mercantil”, entendido como un conjunto de normas cuya función es regular los actos de comercio que el hombre realiza, es decir que regula a las personas físicas y las morales (empresas) que intervienen en actos objeto de las transacciones mercantiles, ya sea por bienes o servicios que se prestan y teniendo como resultado intercambio de moneda avalados por documentos comprobatorios.²

De acuerdo con L. Raúl Díaz en su obra de Introducción al Derecho, los diferentes gobiernos en su afán de allegarse de recursos para cumplir su compromiso social regulan las actividades comerciales entre particulares por ello se identifican las fuentes que dan vida a las normas de aplicación general, los ordenamientos jurídicos, tales como tratados internacionales, leyes, códigos y reglamentos de cada país, es importante conocer que las fuentes del derecho mercantil, son las bases que el “Estado” utiliza para crear reglas o normas de carácter formal, es decir que son regularizaciones de carácter obligatorio que son dadas a conocer para reglamentar situaciones específicas de comercio así como los diferentes impuestos que gravan.

Consideramos de vital importancia mencionar lo anterior para una mejor comprensión del origen del otorgamiento de un crédito por la adquisición de un bien, ya que esta es una actividad totalmente regulada, soportada y amparada por las disposiciones legales vigentes al momento de su consumación como acto de comercio.

Es importante que el registro de las cuentas por cobrar, lo mismo que toda la actividad contable, se apegue a las disposiciones emitidas por el respectivo organismo de control.

² HELGUERA y García, A. de la(2006) Manual Práctico de la Historia del Comercio

Las cuentas por cobrar representan derechos exigibles, originados por la venta de productos o servicios, otorgamiento de préstamos o conceptos relacionados. En esta investigación nos enfocaremos en las cuentas por cobrar de los productos o servicios relacionados con la compra y venta de Hardware de última generación, es de esperarse que haya cuentas de difícil cobro.

Al no manejar adecuadamente los créditos otorgados, y la supervisión a los vendedores, permitimos que la empresa funcione en un desorden total, sobre todo genera en los clientes un nivel de insatisfacción y posible desconfianza. Esto desencadena el no contar con información fundamental precisa y veraz al momento de que lo requiera el gerente para tomar decisiones importantes.

Breve Historia de la Informática

El origen de las máquinas de calcular está dado por el ábaco chino, éste era una tablilla dividida en columnas en la cual la primera, contando desde la derecha, correspondía a las unidades, la siguiente a la de las decenas, y así sucesivamente. A través de sus movimientos se podía realizar operaciones de adición y sustracción.

Otro de los hechos importantes en la evolución de la informática lo situamos en el siglo XVII, donde el científico francés *Blas Pascal* inventó una máquina calculadora. Ésta sólo servía para hacer sumas y restas, pero este dispositivo sirvió como base para que el alemán Leibniz, en el siglo XVIII, desarrollara una máquina que, además de realizar operaciones de adición y sustracción, podía efectuar operaciones de producto y cociente. Ya en el siglo XIX se comercializaron las primeras máquinas de calcular. En este siglo el matemático inglés *Babbage* desarrolló lo que se llamó "Máquina Analítica", la cual podía realizar cualquier operación matemática. Además disponía de una memoria que podía almacenar 1000 números de 50 cifras y hasta podía usar funciones auxiliares, sin embargo seguía teniendo la limitación de ser mecánica.

Recién en el primer tercio del siglo XX, con el desarrollo de la electrónica, se empiezan a solucionar los problemas técnicos que acarreaban estas máquinas, reemplazándose los sistemas de engranaje y varillas por impulsos eléctricos, estableciéndose que cuando hay un paso de corriente eléctrica será representado con un *1* y cuando no haya un paso de corriente eléctrica se representaría con un *0*.

Con el desarrollo de la segunda guerra mundial se construye el primer ordenador, el cual fue llamado Mark I y su funcionamiento se basaba en interruptores mecánicos.

En 1944 se construyó el primer ordenador con fines prácticos que se denominó Eniac.

En 1951 son desarrollados el Univac I y el Univac II (se puede decir que es el punto de partida en el surgimiento de los verdaderos ordenadores, que serán de acceso común a la gente).

Generaciones

1° Generación: se desarrolla entre 1940 y 1952. Es la época de los ordenadores que funcionaban a válvulas y el uso era exclusivo para el ámbito científico/militar. Para poder programarlos había que modificar directamente los valores de los circuitos de las máquinas.

2° Generación: va desde 1952 a 1964. Ésta surge cuando se sustituye la válvula por el transistor. En esta generación aparecen los primeros ordenadores comerciales, los cuales ya tenían una programación previa que serían los *sistemas operativos*. Éstos interpretaban instrucciones en lenguaje de programación (Cobol, Fortran), de esta manera, el programador escribía sus programas en esos lenguajes y el ordenador era capaz de traducirlo al lenguaje máquina.

3° Generación: se dio entre 1964 y 1971. Es la generación en la cual se comienzan a utilizar los circuitos integrados; esto permitió por un lado abaratar costos y por el otro aumentar la capacidad de procesamiento reduciendo el tamaño físico de las máquinas. Por otra parte, esta generación es importante porque se da un notable

mejoramiento en los lenguajes de programación y, además, surgen los programas utilitarios.

4° Generación: se desarrolla entre los años 1971 y 1981. Esta fase de evolución se caracterizó por la integración de los componentes electrónicos, y esto dio lugar a la aparición del *microprocesador*, que es la integración de todos los elementos básicos del ordenador en un sólo circuito integrado.

5° Generación: va desde 1981 hasta nuestros días (aunque ciertos expertos consideran finalizada esta generación con la aparición de los procesadores *Pentium*, consideraremos que aun no ha finalizado) Esta quinta generación se caracteriza por el surgimiento de la *PC*, tal como se la conoce actualmente.³

NECESIDADES TECNOLÓGICAS

Las necesidades tecnológicas expresan la falta o carencia de determinadas tecnologías que se requieren para poder trabajar en condiciones normales de operación. En otras palabras, son los equipos, procesos, productos, saberes (*know how*), técnicas y habilidades de operación que se requieren para producir y comercializar un bien o servicio.

El empresario identifica estos requerimientos o carencias de tecnología cuando se le presentan problemas de competitividad tales como:

- Reducción de sus ventas en un plazo de tiempo dado.
- Aumento de las devoluciones de producto por fallas o defectos.
- Reclamos de sus clientes por falta de calidad del producto o tiempos de entrega excesivos.
- Presencia en el mercado de productos importados o nacionales de menor precio y, en ocasiones de mayor calidad.

³ BARCELÓ, Miguel: Una historia de la Informática, Editorial UOC, 2008.

- Pedidos adicionales que no puede responder con oportunidad.

- Disminución de las utilidades, debido al aumento de precio de las materias primas u otros insumos, o bien por aumento no controlado de sueldos.

- Reclamos de sus clientes por falta de calidad del producto o tiempos de entrega excesivos.

- Presencia en el mercado de productos importados o nacionales de menor precio y, en ocasiones, de mayor calidad.

- Pedidos adicionales que no puede responder con oportunidad.

- Disminución de las utilidades, debido al aumento de precio de las materias primas u otros insumos, o bien por aumento no controlado de sueldos.

- Mantenimiento cada vez más frecuente de los equipos de la planta.

- Reclamos cada vez más frecuentes de los vecinos de la planta por posibles problemas de contaminación.

- Nuevos requerimientos para el cumplimiento de la normativa ambiental.

La identificación de necesidades tecnológicas en la empresa puede lograrse por medio de los métodos señalados en la siguiente tabla.⁴

⁴ Manual de transferencia y adquisición de tecnologías sostenibles / CEGESTI; Guillermo Velásquez, Colab. Enrique Medellín, Colab.. – San José, Costa Rica : CEGESTI, 2005.

Cuadro # 1 Métodos de detección de necesidades Tecnológicas

Métodos de detección de necesidades tecnológicas en la empresa			
Área o responsables	Método de detección de necesidades Tecnológicas	Medios por emplear	Frecuencia (¿cada cuánto?)
Gerencias.	Actividad de planeación.	Reuniones de planeación.	Anual
Gerencia, áreas técnicas, jefes de Departamento.	Diagnóstico tecnológico de la empresa o negocio.	Reuniones de trabajo. Informe de diagnóstico.	Anual
Gerencia, áreas técnicas, jefes de Departamento.	Evaluación en planta de producción más limpia (P+L).	Plan de acción para la P+L. Opciones factibles de mejora.	Anual
Mercadeo.	Encuesta de satisfacción de clientes. Programa de visitas a clientes.	Visitas. Entrevistas. Llamadas telefónicas.	Por actividad

Fuente: Manual de Transferencia y adquisición de Tecnologías sostenibles

2.1.2 ANTECEDENTES REFERENCIALES

A NIVEL MUNDIAL

IBM.- Es una empresa pionera en el sector y tiene una experiencia amplia y profunda. IBM puede aportar liderazgo y contribuir proactivamente a la estrategia de negocios y TI de los clientes. IBM tiene una de las mayores infraestructuras globales, lo que ha llevado a economías de escala que transmiten a sus clientes.

MISION.- La misión de IBM es transformar el potencial de las tecnologías de la información en valor para nuestros clientes, desarrollando e implantando soluciones que resuelvan sus problemas de negocio.

VISION.- Una visión general concisa sobre el entorno IBM Smart Business Development and Test en el Cloud de IBM explica los beneficios que este entorno ofrece a los desarrolladores de aplicaciones empresariales en el ⁵desarrollo, la prueba, y el despliegue de aplicaciones diseñadas para sacar ventaja del modelo de la computación en nube.

A NIVEL LATINOAMERICA

ADEXUS.- Desde 1990 ADEXUS, empresa chilena integradora de sistemas, provee soluciones abiertas y servicios especializados en las áreas de tecnología de la información y comunicaciones, con una importante participación en el mercado tecnológico y reconocido por sus pares como un gran aliado en el desarrollo y posicionamiento de soluciones tecnológicas de integración.

Representa a más de 40 marcas y compañías internacionales de tecnología de punta, lo que ha permitido concretar soluciones corporativas multiplataforma en todos los sectores del país, entre los que destacan: finanzas, telecomunicaciones, gobierno, educación superior, industria y comercio, además de servicios.

ADEXUS es reconocida por sus clientes como un gran aliado en el desarrollo y posicionamiento de soluciones tecnológicas de integración. En este sentido, un aspecto que la ha diferenciado en el mercado de las TI constituye el hecho de poseer el primer Centro Global de Servicios Informáticos (CGSI) en el país, con altos niveles de seguridad y equipamiento de última generación.

VISION.- Ser una corporación regional, reconocida dentro de los principales proveedores de consultoría, tecnología y servicios de alta calidad, integrada por un equipo de profesionales altamente calificados.

⁵ <http://www.ibm.com>

MISION.- Somos una organización de asesorías, proyectos y servicios, que genera relaciones de largo plazo con sus clientes, agregando valor a sus negocios mediante el uso e integración de la tecnología.⁶

A NIVEL DE ECUADOR:

AKROS SOLUCIONES TECNOLOGICAS.-Esta presente en el mercado Ecuatoriano desde hace dos décadas, con una trayectoria exitosa que en los últimos cuatro años le ha representado un crecimiento de ventas superior al 60%. Su enfoque esta en el mercado corporativo y para servirlo de mejor manera cuenta con una estructura comercial y administrativa en las ciudades de Quito y Guayaquil, teniendo la capacidad de brindar soporte a nivel nacional.

Como resultado de su operar solido y transparente ha crecido y se ha ubicado entre las empresas más grandes del país, en los últimos años; esto lo ha logrado gracias al respaldo de socios estratégicos de gran nivel y la calidad de profesionales que se han integrado a la compañía.

Misión.- mejoramos cada día para brindar soluciones Tecnológicas alineadas a las tendencias del mercado.

Visión.- ser reconocido como el mejor proveedor, empleador y socio comercial del sector tecnológico en el 2015.

Valores.- Creemos en la integridad como base de nuestra operación, creemos en el trabajo en equipo, creemos en el cambio y la innovación son una oportunidad para mejorar.⁷

⁶ <http://www.adexus.com>

⁷ <http://www.akros.com>

1. Diseño de un Departamento de Cartera y Riesgo en una Distribuidora Farmacéutica

Autor: Luis Alberto Bravo Zambrano

Para obtener el Título de: Máster en Administración de Empresas

Mención Especial: Negocios Internacionales

El presente proyecto se realizó por la necesidad de fortalecer y desarrollar un ente de control y administración de la cartera en una empresa de la Industria Farmacéutica; el mismo está dividido en cuatro capítulos.

El primer capítulo está enmarcado en un análisis del sector y sus características;

El segundo capítulo está definido por el marco teórico del proyecto, desarrollando conceptos del Crédito y la Cobranza, así como de las funciones del ejecutivo que desarrolle dicho trabajo y el plan de Gestión de Riesgos a implementar.

El tercer capítulo es la base sobre la cual se sustenta la conformación del área como tal, ya que se definen objetivos, el organigrama que le permitirá tener una estructura acorde con las necesidades de la empresa y las políticas que van a regir y sobre la cual se van a cimentar el fortalecimiento del departamento.

El capítulo cuarto, gira en torno al análisis comparativo de los costos y beneficios que tendrá la organización con el nuevo departamento; adicionalmente se desarrolla la implementación del área como tal considerando el tiempo que tomará y el plan de seguimiento al proyecto de forma mensual con la finalidad de que se evalúen de forma objetiva los resultados que se obtengan.

2. Implementación de políticas, métodos y procedimientos en la gestión de cobro en Petrocomercial.

Autores:: Román, Gregorio, Ec.

Negrón Rio frío, Amanda Antonina, Ing.

Fecha: Febrero del 2008

El trabajo que se presenta se desarrolló basado en un estudio de carácter exploratorio realizada a las Áreas implicadas en lo relacionado con la cartera vencida de PETROCOMERCIAL, a fin de conocer las causas más importantes por las que ésta Filial de PETROECUADOR, registra importantes volúmenes de cartera vencida en el periodo comprendido entre los años 2000- 2007, en este sentido se busca conocer si las políticas, métodos y procedimientos aplicados en dicho periodo han tenido impacto en el comportamiento de los altos niveles de esta cartera vencida. Como resultado de esta investigación de carácter bibliográfico en la que se aplicó la técnica del análisis documental y la metodología observativa, informativa y entrevista, respondiendo a la necesidad de PETROCOMERCIAL y con el fin de precautelar los intereses de la Empresa y la sociedad ecuatoriana, esta propuesta pretende entregar una solución viable que permitirá mejorar la administración del crédito y la cobranza en PETROCOMERCIAL.

3. Propuesta de Mejoramiento del Proceso de Cobranzas de la Compañía Comercial KYWI S.A.

Proyecto previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Procesos

Autora: Margarita Mireya Herrera Torres

Director: Ing. Edgar Chicaiz

El presente tema de tesis trata de crear una técnica introductoria al enfoque de la administración por procesos para la compañía Comercial Kywi S.A., la cual mantiene una estructura jerárquica que requiere adaptarse a cambios continuos.

Siendo Kywi una organización sumamente grande, en la cual se lograría identificar muchos procesos, se ha escogido el proceso de cobranzas porque conlleva un conjunto de procesos y actividades que manejan un gran volumen de datos, que representan rubros importantes en la situación financiera de la organización, lo cual significa que el manejo eficiente en el proceso de cobro debe ser lo más óptimo, tal

que garantice contar con información oportuna y actualizada en las cuentas contables de la compañía para una mejor toma de decisiones de los directivos.

4. Desarrollo e implementación de políticas y procedimientos basado en competencias para el manejo óptimo de los subsistemas de recursos humanos en la empresa GRUPO RUEDA

Autores: Medrano Alarcón.

Jhoana Cristina.

Jarrín Novoa.

Paúl Renato.

El recurso humano de una organización se ha convertido en pieza clave para el éxito dentro de un mercado competitivo, dando como resultado la aplicación de un modelo basado en competencias a los subsistemas de la Gestión del Talento Humano, y así poder contar con gente más preparada para afrontar los constantes cambios que se dan dentro de un mundo globalizado, generando productos de mayor calidad. De esta manera este proyecto de titulación muestra de forma clara y concisa como el desempeño de cada persona interviene en la economía y estrategia corporativa de un grupo económico. Uno de los principales requisitos para que se puedan obtener buenos resultados es que el Recurso Humano goce de todas las aptitudes, habilidades y conocimientos necesarios para que desarrollen sus actividades de una manera adecuada, para esto hace falta entender perfectamente las bases teóricas de la Gestión del Talento Humano. Por lo que se pone en análisis los principales aspectos que se deben tomar en cuenta para la aplicación de este modelo, sus ventajas y la importancia dentro de una empresa; posteriormente se tendrá un análisis de cada uno de los subsistemas de la Gestión del Talento Humano, los mismos que se refieren al Reclutamiento y Selección de Personal, Entrenamiento o Capacitación, Evaluación del Desempeño y Valoración de Cargos.

5. Desarrollo de un Sistema de Gestión del Talento Humano para la empresa TRIONICA Cía. Ltda. De la ciudad de Machala Año 2009.

La gestión del talento humano de una empresa es un proceso dinámico donde conviven pasado, presente y futuro. En el proceso se combinan activamente, el análisis del pasado (gestión), revisión y evaluación de alternativas futuras (planeamiento) y la instrumentación del plan en el presente (normas y procedimiento). Lógicamente todas estas innovaciones deben ser acompañadas de un plan de organización y procedimientos que garanticen una gestión empresarial correcta, eficiente y segura, con un buen sistema de gestión del talento humano.

2.1.3 FUNDAMENTACIÓN

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

La organización como entidad diseñada por las personas para alcanzar fines individuales y colectivos tienen un gran reto frente a los sistemas de control, sus altos ejecutivos buscan maneras de controlar mejor las empresas que dirigen. Los controles internos se implantan con el fin de detectar, en el plazo deseado, cualquier desviación respecto a los objetivos establecidos por la empresa. Dichos controles permiten a la dirección hacer frente a la rápida evolución del entorno económico y competitivo, así como a las exigencias y prioridades cambiantes de los clientes y adaptar su estructura para asegurar el crecimiento futuro.

Los controles internos fomentan la eficiencia, reducen el riesgo de pérdida del valor de los activos y ayudan a garantizar la fiabilidad de los estados financieros y el cumplimiento de las leyes y normas vigentes.

El Instituto Americano de Contadores Públicos define el Control Interno como:

“El control interno es, aquellas medidas y métodos adoptados en la misma organización para salvaguardar el efectivo y otros activos de

la compañía así como para verificar la exactitud aritmética del proceso de contabilización.

Aunque algunas veces el control interno se halla vinculado al mismo mecanismo administrativo, a menudo se caracteriza como el sistema nervioso que impulsa el conjunto de políticas de operación y las mantiene dentro de límites de ejecución practicables”. (p. 5)

Según la Comisión de Normas de Control Interno de la Organización Internacional de Entidades Fiscalizadoras Superiores (INTOSAI), “El control interno puede ser definido como el plan de organización, y el conjunto de planes, métodos procedimientos y otras medidas de una institución, tendientes a ofrecer una garantía razonable”.

Definiciones de Control Interno

El control interno, por su parte; se define como un conjunto de métodos y procedimientos coordinados que adoptan las dependencias y entidades para salvaguardar sus recursos, verificar la veracidad de la información financiera y promover la eficiencia de operación y el cumplimiento de las políticas establecidas.

El control interno significa un conjunto de métodos y procedimientos previamente estudiados que la compañía utiliza con el único propósito de lograr el cumplimiento de sus objetivos y normativas internas para salvaguardar sus recursos, así como el de optimizar el menor tiempo posible y llegar a un máximo rendimiento.

El control interno no tiene el mismo significado para las personas, esto puede dificultar su comprensión dentro de una organización. Resulta importante establecer un marco que permita obtener una definición común.⁸

⁸ <http://www.mercadotendencias.com/informe-coso>

El control interno es un proceso llevado a cabo por las personas de una organización, diseñado con el fin de proporcionar un grado de seguridad "razonable" para la consecución de sus objetivos, dentro de las siguientes categorías:

- Eficiencia y eficacia de la operatoria.
- Fiabilidad de la información financiera.
- Cumplimiento de las leyes y normas aplicables.

Por lo mencionado precedentemente podemos definir ciertos conceptos fundamentales del control interno:

- El control interno es un proceso, es un medio para alcanzar un fin.
- Al control interno lo realizan las personas, no son sólo políticas y procedimientos.
- El control interno sólo brinda un grado de seguridad razonable, no es la seguridad total.
- El control interno tiene como fin facilitar el alcance de los objetivos de una organización.

Ahora bien resulta necesario ampliar y describir los conceptos fundamentales mencionados para lograr un mejor entendimiento del control interno.

Proceso del control interno

El control interno constituye una serie de acciones que se interrelacionan y se extienden a todas las actividades de una organización, éstas son inherentes a la gestión del negocio (actividades de una entidad).

El control interno es parte y está integrado a los procesos de gestión básicos: planificación, ejecución y supervisión, y se encuentra entrelazado con las actividades operativas de una organización. Los controles internos son más efectivos cuando forman parte de la esencia de una organización, cuando son "incorporados" e "internalizados" y no "añadidos". La incorporación de los controles repercute directamente en la capacidad que tiene una organización para la obtención de los objetivos y la búsqueda de la calidad. La calidad está vinculada a la forma en que

se gestionan y controlan los negocios, es por ello que el control interno suele ser esencial para que los programas de calidad tengan éxito.

Las personas que intervienen en el control interno.

El control interno es llevado a cabo por las personas miembros de una organización, mediante sus acciones. Son las personas quienes establecen los objetivos de la organización e implantan los mecanismos de control.

Cada persona o miembro de una organización posee una historia y conocimientos únicos, como así también difieren sus necesidades y prioridades del resto. Esta realidad sin duda afecta y por otra parte se ve afectada por el control interno.⁹

Seguridad razonable

El control interno por muy bien diseñado e implementado que esté, sólo puede brindar a la dirección un grado razonable de seguridad acerca de la consecución de los objetivos de la organización, esto se debe a que los objetivos se ven afectados por limitaciones que son inherente al sistema de control interno, como ser:

- Decisiones erróneas.
- Problemas en el funcionamiento del sistema como consecuencia de fallos humanos.
- Colusión entre 2 o más empleados que permita burlar los controles establecidos.

Objetivos del control

Toda organización tiene una misión y visión, éstas determinan los objetivos y las estrategias necesarias para alcanzarlos. Los objetivos se pueden establecer para el conjunto de la organización o para determinadas actividades dentro de la misma.

⁹ LONGENECKER, Justin: Administración de pequeñas empresas, México DF, Cengage Learning Editores 2007

Los objetivos se pueden categorizar:

- **Operacionales:** utilización eficaz y eficiente de los recursos de una organización. (Por ej. Rendimiento, Rentabilidad, Salvaguarda de activos, etc.)
- **Información financiera:** preparación y publicación de estados financieros fiables.
- **Cumplimiento:** todo lo referente al cumplimiento de las leyes y normas aplicables.

Del sistema de control interno puede esperarse que proporcione un grado razonable de seguridad acerca de la consecución de objetivos relacionados con la fiabilidad de la información financiera y cumplimiento de las leyes.

Cabe aclarar que alcanzar los objetivos operacionales (por ejemplo el rendimiento sobre una inversión determinada, lanzamiento de nuevos productos, etc.) no siempre está bajo el control de una organización, dado que éste no puede prevenir acontecimientos externos que puedan evitar alcanzar las metas operativas propuestas. El control interno sólo puede aportar un nivel razonable de seguridad sobre las acciones llevadas a cabo para su alcance.¹⁰

COMPONENTES DEL CONTROL INTERNO

El control se basa en cinco componentes entre si:

- Ambiente de Control.
- Evaluación de Riesgos.
- Actividades de Control.
- Información y Comunicación.
- Supervisión o monitoreo.

¹⁰ MANTILLA, Samuel: *Auditoría del control interno*, Bogotá, ECOE Ediciones 2005

Ambiente del control¹¹

Marca las pautas del funcionamiento de una organización e influye en la concienciación de sus empleados respecto al control. Los factores del entorno del control influyen la integridad, los valores éticos y la capacidad de los empleados de la entidad.

Evaluación de los riesgos

Son diversos riesgos externos e internos que enfrenta la empresa, por lo cual deben ser evaluados para identificación y el análisis de los objetivos a los distintos niveles, para la consecución de los objetivos y sirve como base para determinar como se va a gestionar los riesgos.

Actividades del control

Son las políticas y procedimientos que ayudan a asegurar que se lleven a cabo las instrucciones de la dirección. Ayudan a que se tomen las medidas necesarias para controlar los riesgos relacionados con la consecución de los objetivos de la entidad,

Información y comunicación

Hay que identificar, recopilar y comunicar información pertinente en forma y plazo que permitan cumplir a cada uno de los empleados con sus responsabilidades, Los sistemas informáticos producen informes que contienen información operativa, financiera y datos sobre el cumplimiento de las normas que permite dirigir y controlar el negocio de forma adecuada.

Supervisión o monitoreo

Los sistemas de control interno requieren de supervisión, es decir, un proceso que comprueba que se mantiene el adecuado funcionamiento del sistema a lo largo del

¹¹PERDOMO, Abraham: *Fundamentos de Control Interno*, México 2005 P 235

tiempo. Esto se consigue mediante actividades de supervisión continuada, evaluaciones periódicas o combinaciones de ambas cosas,

CRÉDITO Y COBRANZAS

EL CRÉDITO

En un sentido más general y más apegado a la etimología de la palabra, crédito deriva de la palabra creer, comercialmente entonces digamos que crédito significaría el compromiso de pago que adquiere una persona o una institución sobre la base de la opinión que se tiene de ellos en cuanto a que cumplirán puntualmente sus compromisos económicos. ¹²

Entonces tener crédito significa poseer las características o cualidades requeridas para que otros confíen en una persona o institución y le otorguen su confianza.

El crédito permite que usted tome prestado el dinero mañana para obtener algo hoy. Cuando usted usa el crédito para comprar algo, en realidad está prometiendo que cancelará su deuda. Usted está usando hoy su ingreso del futuro

La esencia de una transacción crediticia es la promesa de pago en una fecha a futuro. Tal promesa puede ser formal y escrita, como en las letras de cambio, cheques, hipotecas. La industria y el comercio se desenvuelven sobre la base del crédito por lo general a plazo corto entre proveedores y compradores de insumos o productos terminados.

Las cuentas por cobrar deben ejecutar control sobre los siguientes aspectos:

- Concesión de créditos.
- Período de cobranza o plazo.
- Cobro efectivo de las cuentas.
- Monto o porcentaje de inversión en cuentas por cobrar.

¹² ESTUPIÑÁN, Rodrigo: Control Interno y Fraudes, ECOE Ediciones, 2006

Principios Básicos para evaluación de créditos

Siempre hay que tener presente dos aspectos para la evaluación de créditos

1. Propósito del crédito: destino, adonde va a recaer el producto
2. Análisis del crédito: evaluar si el solicitante es sujeto de crédito

La evaluación de los créditos y su otorgamiento se fijan siempre a través de un área o departamento de créditos y cobranzas el cual tendrá algunas funciones específicas dentro de la organización o empresa.

Proceso para la evaluación de Crédito

El otorgamiento del crédito está determinado por la capacidad de pago del solicitante que, a su vez, está definida fundamentalmente por su flujo de caja y sus antecedentes crediticios.

La evaluación del solicitante para el otorgamiento del crédito comercial debe considerar además de los conceptos señalados en el párrafo anterior, su entorno económico, la capacidad de hacer frente a sus obligaciones frente a variaciones cambiarias, las garantías preferidas, preferidas de muy rápida realización y preferidas auto liquidables, la calidad de la dirección de la empresa y las clasificaciones asignadas por las demás empresas del sistema financiero.

Para evaluar el otorgamiento de créditos, de consumo e hipotecario para vivienda, se analizará la capacidad de pago en base a los ingresos del solicitante, su patrimonio neto, importe de sus diversas obligaciones, y el monto de las cuotas asumidas para con la empresa; así como las clasificaciones asignadas por las otras empresas del sistema financiero.

Para la evaluación de créditos podemos seguir el siguiente procedimiento:

- Recepción de solicitud de Crédito y Documentación
- Verificación de datos
- Verificación en Central de riesgo

Objetivos y funciones del Departamento de Crédito

El objetivo principal del departamento de Crédito es minimizar el riesgo en las operaciones de créditos a fin de evitar que las cuentas por cobrar corran el riesgo de caer en morosidad alta

- Mantener niveles relativamente bajos de un riesgo crediticio, además que permitan tener una buena rentabilidad y permanencia del mismo.
- Es muy importante mantener al personal con capacitación constante sobre las tendencias de las economías en el país y tener constante capacitación en el tema de finanzas y decisiones financieras
- Crear sistemas estándares de evaluación de créditos
- Detectar aquellos créditos con riesgos superior a lo normal para hacerles seguimiento más minucioso
- Preparar un sin número de análisis para futuros ejecutivos de cuentas
- Realizar estudios sectoriales
- Realizar estudios de segmento

Disponibilidad de Información para evaluar un crédito

Cuando se analiza un crédito a una empresa, se deberá tener presente la calidad de información que se dispuso para ello, por eso es importante la primera entrevista.

Nunca será posible tener el 100% de la información que uno quisiera pero lo que no puede ser es que se omita información que son fáciles de obtener tales como:

- Información de clientes sobre el sector
- Información de proveedores
- Información de Bancos
- Base de datos internas
- Base de datos externas
- Centrales de riesgo
- Registro Públicos
- Otras fuentes de información

Con el tiempo, el campo de acción del Control Interno se ha ido extendiendo más allá de las funciones contables y financieras; su alcance abarca toda la empresa e incluye actividades variadas como:

- 1). Los programas de entrenamiento del personal.
- 2). La auditoria interna.
- 3). Los análisis estadísticos.
- 4). Los controles de calidad.¹³

Tomando en cuenta los criterios anteriores podemos decir que para la elaboración del Proyecto de Investigación se aplicará un Sistema de Control Interno, con la finalidad de que la empresa pueda controlar y manejar sus recursos en forma eficiente.

Al aprobarse la aplicación de este proyecto como un Sistema de Control interno, nos será beneficioso para el mejor desarrollo y crecimiento de la empresa.

La administración del crédito y las cobranzas se localiza entre las actividades más difíciles de realizar, esta actividad está incluida en el proceso que desempeña una empresa que produce artículos para la venta, o que compre dichos artículos para luego revenderlos. Cualquiera que sea la circunstancia de las operaciones, se

¹³ MADROÑO, Manuel: Administración Financiera del circulante, Instituto Mexicano de Contadores Públicos, México 2010

espera conseguir un margen de utilidad razonable con relación a sus costos y gastos.

Las políticas y procedimientos utilizados para la aprobación de los créditos, recaudación del dinero que ocasionen los cobros de los créditos, los instrumentos que maneje la firma para ejecutar un control efectivo sobre los créditos y las cobranzas, y la aversión al riesgo de los empresarios, las variables que los empresarios visibilidad financiera tendrán que considerar a fin de direccionar efectiva y eficientemente la gerencia de crédito y cobranzas. Así, se procura conseguir los objetivos planteados para la empresa donde el nivel de sus ventas incremente y el margen utilidades periódicas se basa en las ventas a crédito.

CUENTAS POR COBRAR

Las cuentas por cobrar representan uno de los activos más importantes para que la administración tenga buen manejo y control en las decisiones financieras de la empresa. Sirve como instrumento que ayuda a realzar el volumen de ventas y a la liquidez para el financiamiento de los procedimientos corrientes de la empresa. Para todos los fines de la gerencia de crédito se deben considerar dos elementos básicos:

- Obtención de la máxima ganancia en operaciones.
- Cobrabilidad de las ventas a crédito, minimizando lo más que se pueda el riesgo de las cuentas por cobrar, a fin de protegerse contra posibles pérdidas.
- Optimización de las ganancias de los accionistas de la firma.

Desde el punto de vista contable: ¹⁴

Las cuentas por cobrar son la parte del activo circulante ocasionada por las ventas a crédito. Este concepto comprende las cuentas por cobrar por operaciones comerciales; no obstante, existen cuentas por cobrar no originarias de las operaciones corrientes de la empresa y usualmente se le conoce como no comerciales, estas últimas son formadas por transacciones realizadas en las siguientes modalidades:

¹⁴ BESLEY Scott: Fundamentos de Administración Financiera, Florida, Cengage Learning Editores 2008

- a. Entre la empresa y sus empleados o accionistas
- b. Compañías afiliadas
- c. Depósitos reembolsables
- d. Reclamaciones por pérdidas a daños
- e. Anticipos dados para compra de productos

Desde el punto de vista financiero:

Desde el punto de vista financiero, las cuentas por cobrar componen de fondos comprometidos. Es una ampliación de los mismos de manera directa del efectivo que debería observar de las ventas al crédito otorgado para proporcionar las ventas y mejorar los beneficios. Esto afecta el flujo de caja de una empresa, en vista de los efectos que tienen las políticas respectivas de la autorización de créditos y a las políticas de cobranzas en la rapidez con que ingresen los fondos a la firma. Así mismo, también se perjudican los estados financieros presupuestados, debido a los efectos de las decisiones que se tomen respecto a las ventas a crédito y a las pérdidas por cuentas incobrables.

Así, desde el punto de vista financiero, las cuentas por cobrar es un instrumento realmente importante en la función financiera de una empresa. De una buena política de aprobación de crédito y de un buen sistema de cobros, dependerá la contribución de las cuentas por cobrar a la provisión de fondos en las condiciones más ventajosas para el nivel de las utilidades de la empresa.

Los índices financieros para el capital de crédito pueden ser elevados utilizando como.

1. Razón corriente.
2. Prueba ácida.
3. Liquidez de las cuentas por cobrar y periodo promedio de cobranzas.
4. Rotación de cartera (cuentas por cobrar)
5. Rotación de inventarios.

Razón corriente

Este índice financiero demuestra el desplazamiento que tiene la empresa para cubrir obligaciones a corto plazo. Se obtiene dividiendo el total del activo corriente del negocio, entre el total del pasivo corriente.

Así pues, la razón de circulante se realiza de la siguiente manera:

$$\text{LIQUIDEZ GENERAL} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \text{veces}$$

Cuanto mayor sea el valor de esta razón, mayor será la capacidad de la empresa de pagar sus deudas.

Prueba ácida

Se establece esta razón de una forma similar a la anterior pero descarta los inventarios del activo corriente porque son menos líquidos. Entonces la fórmula sería:

$$\text{PRUEBA ACIDA} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{INVENTARIOS}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \text{veces}$$

Esta razón se concentra en los activos más líquidos, por lo que proporciona datos más correctos al analista.

Liquidez de las cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar son activos líquidos sólo en la medida en que puedan cobrarse en un tiempo prudente.

Razones básicas:

$$\text{PERIODO PROMEDIO DE COBRANZA} = \frac{\text{CUENTAS POR COBRAR} \times \text{DIAS EN EL AÑO}}{\text{VENTAS ANUALES A CREDITO}} = \text{días}$$

Este ratio nos indica el tiempo promedio que tardan en convertirse en efectivo.

$$\text{ROTACION DE LAS CTAS. POR COBRAR} = \frac{\text{VENTAS ANUALES A CREDITO}}{\text{CUENTAS POR COBRAR}} = \text{veces}$$

Estas razones son recíprocas entre sí. Si dividimos el período promedio de cobranzas entre 360 días que tiene el año comercial o bancario, obtendremos la rotación de las cuentas por cobrar. Asimismo, el número de días del año dividido entre el índice de rotación de las cuentas por cobrar nos da el período promedio de cobranza. Podemos usar indistintamente estos ratios.

Rotación de cartera (cuentas por cobrar)

Miden la frecuencia de recuperación de las cuentas por cobrar.

Período de cobros o rotación anual:

Puede ser calculado expresando los días promedio que permanecen las cuentas antes de ser cobradas o señalando el número de veces que rotan las cuentas por cobrar. Para convertir el número de días en número de veces que las cuentas por cobrar permanecen inmovilizados, dividimos por 360 días que tiene un año.

Período de cobranzas:

$$\text{ROTACION DE CARTERA} = \frac{\text{CUENTAS POR COBRAR PROMEDIO} \times 360}{\text{VENTAS}} = \text{días}$$

Rotación anual:

$\frac{360}{\text{días}} = n$ veces rota al año

Rotación de Inventario

Cuantifica el tiempo que demora la inversión en inventarios hasta convertirse en efectivo y permite saber el número de veces que esta inversión va al mercado, en un año y cuántas veces se repone. (LLORENTE, 2010)¹⁵

ROTACION DE INVENTARIOS = $\frac{\text{INVENTARIO PROMEDIO} \cdot 360}{\text{COSTO DE VENTAS}}$ = días

Rotación anual:

$\frac{360}{\text{días}} = n$ veces de rotación al año

POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE COBRANZAS

Los procedimientos de cobro que realice la empresa es diferente su aplicación, están determinados por su política general de cobranza. Cuando se realiza una venta a crédito, otorgando un plazo prudente para su pago, es con la perspectiva de que el cliente pague sus cuentas en los términos acordados para asegurar así el margen de beneficio previsto en la operación. En materia de política crediticia se pueden diferenciar tres tipos de políticas, las cuales son:

¹⁵ LLORENTE José: Análisis de Estados Económico-Financieros, Centro de estudios financieros, 2010

Políticas Restrictivas.

Caracterizadas por la concesión de créditos en períodos sumamente cortos, normas de crédito estrictas y una política de cobranza agresiva. Esta política contribuye a reducir al mínimo las pérdidas en cuentas de cobro dudoso y la inversión movilización de fondos en las cuentas por cobrar. Pero a su vez este tipo de políticas pueden traer como consecuencia la reducción de las ventas y los márgenes de utilidad, la inversión es más baja que las que se pudieran tener con niveles más elevados de ventas, utilidades y cuentas por cobrar.

Políticas Liberales.

Como oposición a las políticas restrictivas, las políticas liberales tienden a ser generosas, otorgan créditos considerando la competencia, no presionan enérgicamente en el proceso de cobro y son menos exigentes en condiciones y establecimientos de períodos para el pago de las cuentas. Este tipo de política trae como consecuencia un aumento de las cuentas y efectos por cobrar así como también en las pérdidas en cuentas incobrables. En consecuencia, este tipo de política no estimula aumentos compensadores en las ventas y utilidades.

Políticas racionales.

Estas políticas son aquellas que deben aplicarse de tal manera que se logre producir un flujo normal de crédito y de cobranzas; se implementan con el propósito de que se cumpla el objetivo de la administración de cuentas por cobrar y de la gerencia financiera en general. Este objetivo consiste en maximizar el rendimiento sobre la inversión de la empresa

Se conceden los créditos a plazos razonables según las características de los clientes y los gastos de cobranzas se aplican tomando en consideración los cobros a efectuarse obteniendo un margen de beneficio razonable.

COSTOS DE LAS COBRANZAS

Una de las variables principales de la política de cobranza es el costo de los procedimientos de cobranza, situado dentro de ciertos límites, mientras mayores sean los gastos de cobranza menor será la proporción de incobrables y el lapso medio de cobro. No obstante la relación entre costo de las cobranzas y eficiencia de las mismas no es lineal. Los primeros gastos de cobranza es probable que produzcan muy poca reducción de las cuentas incobrables; pero a medida que se van aumentando los gastos, estos comienzan a tener un efecto significativo en este sentido, pero a partir de un punto, si se siguen incrementando los gastos de cobranza, se tiende a producir cada vez menos reducción de la pérdida a medida que estos gastos se vayan agregando.

Se debe considerar seriamente que los gastos de cobranza deben siempre compararse con las sumas de dinero que se traten de recuperar. No resulta económicamente beneficioso recuperar el valor de una cuenta cuyos gastos de cobranza exceden el monto a rescatar: También es recomendable estudiar con seriedad aquellos casos en los cuales está permitido cargar a la cuenta del cliente los gastos de cobranza para que éstos puedan ser aplicados en forma razonable.

Los gastos de cobranza de una empresa guardan íntima relación con las políticas y procedimientos de cobro. En la medida que una empresa sea más restringida en el otorgamiento de crédito y más agresiva en sus procedimientos de cobro reduce sus pérdidas en cuentas incobrables; no obstante corre el riesgo de que disminuyan sus ventas y aumenten sus gastos de cobranza al hacer un mayor uso de personal para labores de cobranzas.

Esta función agresiva se caracteriza por el envío constante de cartas, telegramas, llamadas telefónicas, uso de bufetes de abogados, procedimientos judiciales, etc. cuando una empresa use medidas liberales en la concesión de créditos y utiliza procedimientos de cobranza deficientes aumentaría su volumen de ventas, sus

gastos de cobranza serían bajos pero las pérdidas en cuentas incobrables aumentarían.¹⁶ (MOLINA, 2005)

FUNDAMENTACIÓN CONTABLE

Está respaldado por las:

NORMAS ECUATORIANA DE AUDITORÍA (NEA 10)

(Guayas, 2012)¹⁷El auditor deberá obtener una comprensión suficiente de los sistemas de contabilidad y de control interno para planificar la auditoria y desarrollar un enfoque de auditoría efectivo. El auditor debería usar juicio profesional para evaluar el riesgo de auditoría y diseñar los procedimientos de auditoría para asegurar que el riesgo se reduce a un nivel aceptablemente bajo.

NORMAS DE AUDITORIA GENERALMENTE ACEPTADAS (NAGAS)

(PEÑA J. , 2007)¹⁸ Para entender con claridad lo que son las NAGAS es necesario definir lo que es una NORMA:

Disposiciones dictadas por autoridad competente para establecer responsabilidades y definir los pasos o procedimientos que se debe seguir para alcanzar objetivos. La autoridad que en este caso dictó las normas está constituida por las Conferencias Internacionales de Contabilidad, que reúne a los representantes de la profesión de todos los países y de ahí la denominación de “Generalmente Aceptadas”.

Se puede asegurar que el fundamento básico de la profesión son estas normas que fueron dictadas con los siguientes propósitos:

1. Establecer los niveles de educación y auto educación que deben poseer los de esta profesión.

¹⁶ MOLINA Víctor, Estrategia de Cobranzas en época de crisis, Ediciones Fiscales ISEF, México 2005.

¹⁷ <http://www.contadoresguayas.org>.

¹⁸ PEÑA, Jesús María: Control, Auditoria y Revisión Fiscal, Ecoe Ediciones, Bogotá, 2007

2. Definir los parámetros de evaluación y auto evaluación del trabajo del auditor.
3. Informar a los profesionales que tengan interés por la profesión sobre los requisitos que deben cumplir.

Las Normas de auditoría se agrupan en tres clasificaciones:

a.- Normas personales o generales

1. La auditoria debe ser efectuada por una persona o personas que tengan el adecuado entrenamiento técnico y la capacidad profesional como auditor.
2. En todos los asuntos relacionados con el trabajo encomendado, el o los auditores mantendrán una actitud mental y objetiva independiente.
3. En la ejecución del examen y en la preparación del informe, el o los auditores mantendrán el debido cuidado y diligencia profesionales.

b.- Normas Relativas a la Ejecución del Trabajo

4. El trabajo se planificará adecuadamente y se supervisará apropiadamente la labor de los integrantes del equipo de auditoría.
5. Deberá adquirir una comprensión suficiente de la estructura de control interno para planificar la auditoria y para determinar la naturaleza, oportunidad y extensión necesaria de las pruebas que deberán efectuarse.
6. Se obtendrá evidencia suficiente y competente, por medio de la aplicación de procedimientos, técnicas o prácticas tomando como base las pruebas selectivas establecidas, para lograr una base razonable y así poder expresar una opinión sobre los estados financieros que se examinan.

c) Normas Relativas al Informe

7. El informe indicará si los estados financieros han sido preparados de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados.
8. El informe indicará aquellas situaciones en que dichos principios no se han seguido uniformemente en el período actual respecto al período anterior.

9. Las revelaciones informativas contenidas en los estados financieros deben considerarse como razonablemente adecuadas, a menos que en el informe se indique lo contrario.
10. El informe expresará una opinión sobre los estados financieros tomados en conjunto, o una aseveración en el sentido de que no puede expresarse una opinión. Cuando no pueda expresarse una opinión sobre los estados financieros tomados en conjunto, deben indicarse las razones que existan para ello. En todos los casos en que el nombre de un auditor se encuentre relacionado con estados financieros, el informe contendrá una indicación precisa y clara de la índole del trabajo del auditor, si hay alguna, y el grado de responsabilidad que está asumiendo.

PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD GENERALMENTE ACEPTADOS (P.C.G.A).¹⁹

(HORNGREN, 2000) Los principios de contabilidad vigentes en el Ecuador están divididos en tres grupos.

Principios Básicos.

Son aquellos que se consideran fundamentales por cuanto orientan la acción de la profesión contable.

Las siguientes constituyen las características contables básicas que deben considerarse en la aplicación de los principios contables.

Ente contable.

El Ente contable lo constituye la empresa como entidad que desarrolla la actividad económica. El campo de acción de la contabilidad financiera, es la actividad económica de la empresa.

¹⁹ HORNGREN, Charle: *Introducción a la Contabilidad Financiera*, Person Educación, México, 2000.PP148

Equidad

La contabilidad y su información deben basarse en el principio de equidad, de tal manera que el registro de los hechos económicos y su información se basen en la igualdad para todos los sectores sin preferencia para ninguno en particular.

Medición de Recursos

La contabilidad y la información financiera se fundamentan en los bienes materiales e inmateriales que poseen valores económicos y por tanto susceptibles de ser valuados en términos monetarios. La contabilidad financiera se ocupa por tanto, en forma especial, de la medición de recursos y obligaciones económicas y los cambios operados en ellos.

Período de tiempo

La contabilidad financiera provee información acerca de las actividades económicas de una empresa por períodos específicos, los que en comparación con la vida misma de la empresa, son cortos. Normalmente los períodos de tiempo de un ejercicio y otros son iguales, con la finalidad de poder establecer comparaciones y realizar análisis que permitan una adecuada toma de decisiones.

Las actividades continuas de la empresa son segmentadas con el fin de que la correspondiente información pueda ser preparada y presentada periódicamente.

Esencia sobre la forma

La contabilidad y la información financiera se basan en la realidad económica de las transacciones. La contabilidad financiera enfatiza la sustancia o esencia económica del evento, aún cuando la forma legal pueda diferir de la sustancia económica y sugiera diferentes tratamientos.

Generalmente la sustancia de los eventos a ser contabilizados está de acuerdo con la norma legal. No obstante, en ocasiones la esencia y la forma pueden diferir y los profesionales contables hacen énfasis más en la esencia que en la forma, con la

finalidad de que la información proporcionada refleje de mejor manera la actividad económica expuesta.

Continuidad del ente contable.

Los principios contables parten del supuesto de la continuidad de las operaciones del ente contable, empresa en marcha, a menos que se indique lo contrario, en cuyo caso se aplicarán técnicas contables de reconocido valor, en atención a las particulares circunstancias del momento.

Obviamente, si la liquidación de una empresa es inminente, no puede ser considerada como empresa en marcha.

Medición en términos monetarios

La contabilidad financiera cuantifica en términos monetarios los recursos, las obligaciones y los cambios que se producen en ellos.

La unidad monetaria de medida para la contabilidad y para la información financiera, en la República del Ecuador es el sucre.

Estimaciones

Debido a que la contabilidad financiera involucra asignaciones o distribuciones de ciertas partidas, entre períodos de tiempo relativamente cortos de actividades complejas y conjuntas, es necesario utilizar estimaciones o aproximaciones. La continuidad, complejidad, incertidumbre y naturaleza común de los resultados inherentes a la actividad económica imposibilitan, en algunos casos, el poder cuantificar con exactitud ciertos rubros, razón por la cual se hace necesario el uso de estimaciones.

Acumulación

La determinación de los ingresos periódicos y de la posición financiera depende de la medición de recursos y obligaciones económicas. Y sus cambios a medida que

estos ocurren, en lugar de simplemente limitarse al registro de ingresos y pagos en efectivo.

Para la determinación de la utilidad neta periódica y de la situación financiera, es imprescindible el registro de estos cambios. Esta es la esencia de la contabilidad en base al método de acumulación.

Precio de intercambio.

Las mediciones de la contabilidad financiera están principalmente basadas en precios a los cuales los recursos y obligaciones económicas son intercambiados. La medición en términos monetarios está basada primordialmente en los precios de intercambio.

Los cambios de recursos procedentes de actividades diferentes al intercambio, por ejemplo la producción, son medidos a través de la asignación de precios anteriores de intercambio, o mediante referencias a precios corrientes para similares recursos.

Juicio o Criterio

Las estimaciones, imprescindiblemente usadas en la contabilidad, involucran una importante participación del juicio o criterio del profesional contable.

Uniformidad

Los principios de contabilidad deben ser aplicados uniformemente de un periodo a otro. Cuando por circunstancias especiales se presenten cambios en los principios técnicos y en sus métodos de aplicación deberá dejarse constancia expresa de tal situación, a la vez que informar sobre los efectos que causen en la información contable.

No hay que olvidar que el concepto de la uniformidad permite una mejor utilización de la información y de la presentación de los estados financieros.

Clasificación y Contabilización

Las fuentes de registro de los recursos, de las obligaciones y de los resultados son hechos económicos cuantificables que deben ser convenientemente clasificados y contabilizados en forma regular y ordenada, esto facilita el que pueda ser comprobable o verificable.

Significatividad

Los informes financieros se interesan únicamente en la información suficiente significativa que pueda afectar las evaluaciones sobre los datos presentados.

Principios esenciales.

Tienen relación con la contabilidad financiera en general y proporcionan las bases para la formulación de otros principios.

Especifican el tratamiento general que debe aplicarse al reconocimiento y medición de hechos ciertos que afecten la posición financiera y los resultados de las operaciones de las empresas.

Estos principios establecen las bases para la contabilidad acumulativa y comprenden:

Principios generales de operación.

Son los que determinan el registro, medición y presentación de la información financiera.

Los principios generales de operación guían la selección y medición de los acontecimientos en la contabilidad, así como también la presentación la información a través de los estados financieros.

NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD (NIC 7)²⁰

El objetivo de esta Norma es informar sobre los flujos de efectivo, útil para los usuarios de los Estados Financieros porque provee de una base para evaluar la capacidad de la empresa para generar efectivo y equivalentes de efectivo, así como para evaluar las necesidades de la empresa de utilizar esos flujos de efectivo.

Debe ser presentado conjuntamente con el balance y estado de resultados, para cada período requerido.

Los conceptos utilizados en la preparación de un flujo de efectivo son los siguientes:

Efectivo: comprende dinero en efectivo y depósitos a la vista.

Equivalentes de efectivo: son inversiones de corto plazo altamente líquidas, que son fácilmente convertibles en cantidades conocidas de efectivo y que no están sujetas a riesgos significativos de cambios en su valor.

Actividades de operación: son las principales actividades productoras de ingresos para la empresa y otras actividades que no son de inversión o financiamiento.

Actividades de inversión: son las adquisiciones y enajenaciones de activos de largo plazo y otras inversiones no incluidas entre los equivalentes de efectivo.

Actividades de financiamiento: son las actividades que producen cambios en el tamaño y composición del patrimonio y del endeudamiento de la empresa.

NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD (NIC 18)

(Amal, 2000) El objetivo de esta Norma es establecer el tratamiento contable de ingresos provenientes de ciertos tipos de transacciones y eventos.

La principal preocupación en la contabilización de ingresos, es determinar cuándo deben ser reconocidos. El ingreso es reconocido cuando es probable que los beneficios económicos futuros fluyan a la empresa y estos beneficios pueden ser medidos confiablemente. Esta norma identifica las circunstancias en las cuales estos

²⁰ O. Amal: *Comprender las Normas Internacionales de Contabilidad, España, Ediciones Gestión 2000*

criterios serán reunidos, para que los ingresos sean reconocidos. También provee guías prácticas para la aplicación de estos criterios.

2.2 Marco Legal

REGLAMENTO DE COMPROBANTES DE VENTA Y RETENCIÓN Y DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS. (GROUP, 2010)

Lunes, 16 de Agosto de 2010 20:52-Actualizado Martes, 17 de Agosto de 2010 14:36 N° 430

Rafael Correa Delgado

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA

Considerando:

Que mediante Decreto Ejecutivo N° 3055, publicado en el Registro Oficial N° 679 de octubre 8 del 2002 se expidió el Reglamento de Comprobantes de Venta y Retención;

Que es pertinente ajustar las disposiciones reglamentarias relativas a los comprobantes de venta y de retención a las necesidades actuales de los contribuyentes y de la administración, con el objeto de facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias; y,

En ejercicio de la atribución que le confiere el número 13 del artículo 147 de la Constitución de la República,

Decreta:

EL SIGUIENTE REGLAMENTO DE COMPROBANTES DE VENTA, RETENCION Y DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS. (GROUP, 2010)²¹

²¹ <http://www.imgroup.com.ec/biblioteca>

Art. 1.- Comprobantes de venta.- Son comprobantes de venta los siguientes documentos que acreditan la transferencia de bienes o la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos:

- a) Facturas;
- b) Notas de venta - RISE;
- c) Liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios;
- d) Tiquetes emitidos por máquinas registradoras;
- e) Boletos o entradas a espectáculos públicos; y,
- f) Otros documentos autorizados en el presente reglamento.

Art. 2.- Documentos complementarios.- Son documentos complementarios a los comprobantes de venta, los siguientes:

- a) Notas de crédito;
- b) Notas de débito; y,
- c) Guías de remisión.

Art. 3.- Comprobantes de retención.- Son comprobantes de retención los documentos que acreditan las retenciones de impuestos realizadas por los agentes de retención en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley de Régimen Tributario Interno, este reglamento y las resoluciones que para el efecto emita el Director General del Servicio de Rentas Internas.

Art. 4.- Otros documentos autorizados.- Son documentos autorizados, siempre que se identifique, por una parte, al emisor con su razón social o denominación, completa o abreviada, o con sus nombres y apellidos y número de Registro Único de Contribuyentes; por otra, al adquirente o al sujeto al que se le efectúe la retención de

impuestos mediante su número de Registro Único de Contribuyentes o cédula de identidad o pasaporte, razón social, denominación; y, además, se haga constar la fecha de emisión y por separado el valor de los tributos que correspondan, los siguientes:

1. Los documentos emitidos por instituciones del sistema financiero nacional y las instituciones de servicios financieros emisoras o administradoras de tarjetas de crédito que se encuentren bajo el control de la Superintendencia de Bancos, siempre que cumplan los requisitos que se establezcan en la resolución que para el efecto emita el Director General del Servicio de Rentas Internas.

2. Boletos aéreos o tiquetes electrónicos y documentos de pago por sobrecargas por el servicio de transporte aéreo de personas, emitidos por las compañías de aviación, siempre que cumplan con los siguientes requisitos adicionales:

a) Identificación del pasajero, el importe total de la transacción y la fecha de emisión. Cuando el pasajero fuera distinto al comprador se incluirá el número de Registro Único de Contribuyentes de este último, en lugar del número del documento de identificación del pasajero; y,

b) Impuesto al valor agregado bajo la nomenclatura EC, asignada internacionalmente como codificación de este impuesto en el Ecuador.

El adquirente deberá recibir una copia indeleble del boleto, tiquete electrónico o documento de pago de sobrecarga, la que le servirá como comprobante de venta.

3. Guías aéreas o cartas de porte aéreo, físicas o electrónicas y los conocimientos de embarque, cuando cumplan los requisitos que se establezcan en la resolución que para el efecto emita el Director General del Servicio de Rentas Internas.

4. Documentos emitidos por instituciones del Estado en la prestación de servicios administrativos, en los términos establecidos en la Ley de Régimen Tributario Interno.

5. La declaración aduanera y demás documentos recibidos en las operaciones de comercio exterior.

6. En el caso de los contratos para la exploración y explotación de hidrocarburos, las liquidaciones que PETROECUADOR o las partes del contrato efectúen por el pago de la tasa de servicios, el costo de operación o cualquier otra remuneración, constituyen el comprobante de venta para los efectos legales pertinentes.

7. Otros que por su contenido y sistema de emisión, permitan un adecuado control por parte del Servicio de Rentas Internas y se encuentren expresamente autorizados por dicha institución.

En todos los casos, los nombres de emisor y adquirente deben coincidir con el Registro Único de Contribuyentes o con su documento de identidad de ser el caso.

Si cualquiera de los documentos referidos en el presente artículo, no cumplen con los requisitos señalados en el presente reglamento, el emisor está en la obligación de emitir el correspondiente comprobante de venta.

Art. 5.- Autorización de impresión de los comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención.- Los sujetos pasivos solicitarán al Servicio de Rentas Internas la autorización para la impresión y emisión de los comprobantes de venta y sus documentos complementarios, así como de los comprobantes de retención, a través de los establecimientos gráficos autorizados, en los términos y condiciones del presente reglamento.

Los sujetos pasivos también podrán solicitar al Servicio de Rentas Internas la autorización para que dichos documentos puedan emitirse mediante sistemas computarizados, en los términos y condiciones que establezca dicha entidad.

El Servicio de Rentas Internas autorizará la utilización de máquinas registradoras

para la emisión de tiquetes, siempre que correspondan a las marcas y modelos previamente calificados por dicha institución.

Los sujetos pasivos que tengan autorización para emitir comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención, mediante sistemas computarizados, podrán solicitar autorización para la emisión y entrega de comprobantes impresos por establecimientos gráficos autorizados, para cuando se requiera la emisión de estos, por cualquier circunstancia.

Los sujetos pasivos autorizados a emitir tiquetes de máquinas registradoras deben, además, contar obligatoriamente con facturas o notas de venta autorizadas, las que deberán entregar al adquirente del bien o servicio, con los datos que lo identifiquen como tal, cuando lo solicite, para justificar sus deducciones del impuesto sobre la renta.

Art. 6.- Período de vigencia de la autorización para imprimir y emitir comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención.- El período de vigencia de los comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención, será de un año para los sujetos pasivos, cuando cumplan las condiciones siguientes:

1. Haber presentado sus declaraciones tributarias y sus anexos cuando corresponda, y realizado el pago de las obligaciones declaradas o, de mantener concesión de facilidades para el pago de ellas, no estar en mora de las correspondientes cuotas.

2. No tener pendiente de pago, deuda firme alguna, por tributos administrados por el Servicio de Rentas Internas, multas e intereses provenientes de los mismos. Se exceptúan de esta disposición los casos en los cuales exista un convenio de facilidades de pago o se haya iniciado un recurso de revisión de oficio o a insinuación del contribuyente en relación al acto administrativo que contenga la obligación en firme.

Por consiguiente, se mantendrán vigentes dentro del plazo autorizado por el SRI, los comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención, aún cuando se encuentren pendientes de resolución las impugnaciones en vía judicial o administrativa, presentadas por los sujetos pasivos, por las que no se encuentren en firme los respectivos actos administrativos.

3. Que la información proporcionada por el sujeto pasivo en el Registro Único de Contribuyentes, en caso de comprobación realizada por la Administración Tributaria, sea correcta, conforme a lo establecido en la Ley de Registro Único de Contribuyentes.

El Servicio de Rentas Internas, cuando el sujeto pasivo no hubiere presentado y pagado cuando corresponda, durante el último semestre alguna declaración, autorizará la impresión de los documentos con un plazo de vigencia improrrogable de tres meses, tiempo dentro del cual el contribuyente deberá cumplir con todas sus obligaciones pendientes. En ningún caso esta autorización podrá otorgarse de forma consecutiva.

Excepcionalmente, se podrá conceder autorización con período de vigencia de hasta 2 años, cuando el sujeto pasivo cumpla, a más de las condiciones antes señaladas, las que mediante resolución establezca el Servicio de Rentas Internas.

Art. 7.- De la suspensión de los comprobantes de venta, retención y documentos complementarios.- La Administración Tributaria podrá suspender la vigencia de la autorización para emitir comprobantes de venta, retención y documentos complementarios previa notificación al contribuyente, cuando este no haya cumplido con la obligación de presentación de sus declaraciones tributarias, sus anexos cuando corresponda, realizado el pago de las obligaciones declaradas o cuando la información proporcionada por el sujeto pasivo en el Registro Único de Contribuyentes, no pueda ser verificada por la Administración Tributaria.

Para el caso de los contribuyentes autorizados a utilizar sistemas computarizados, la suspensión procederá también cuando no cumplan los requerimientos establecidos por el Servicio de Rentas Internas, derivados de dicha autorización.

No sustentarán crédito tributario, ni costos o gastos, los comprobantes de venta, de retención y documentos complementarios que hayan sido emitidos mientras dure la suspensión de la autorización. Para este efecto, el Servicio de Rentas Internas pondrá a disposición de la ciudadanía los mecanismos necesarios para verificar la vigencia de los mencionados comprobantes.

Art. 8.- Obligación de emisión de comprobantes de venta y comprobantes de retención.- Están obligados a emitir y entregar comprobantes de venta todos los sujetos pasivos de impuestos, a pesar de que el adquirente no los solicite o exprese que no los requiere.

Dicha obligación nace con ocasión de la transferencia de bienes, aún cuando se realicen a título gratuito, autoconsumo o de la prestación de servicios de cualquier naturaleza, incluso si las operaciones se encuentren gravadas con tarifa cero (0%) del impuesto al valor agregado.

La emisión de estos documentos será efectuada únicamente por transacciones propias del sujeto pasivo autorizado.

El Servicio de Rentas Internas, mediante resolución, establecerá el monto sobre el cual las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad y aquellas inscritas en el Régimen Impositivo Simplificado, deberán emitir comprobantes de venta.

De igual manera, se establecerá la periodicidad de la emisión de un comprobante de venta resumen por las transacciones efectuadas correspondientes a valores inferiores a los establecidos en la mencionada resolución.

No obstante lo señalado en el inciso anterior, a petición del adquirente del bien o servicio, se deberá emitir y entregar comprobantes de venta, por cualquier monto. En las transferencias de combustibles líquidos derivados de hidrocarburos y gas licuado de petróleo se deberá emitir comprobantes de venta por cualquier valor.

Los sujetos pasivos inscritos en el régimen simplificado deberán sujetarse a las normas particulares de dicho régimen.

Las sociedades y las personas naturales obligadas a llevar contabilidad deberán emitir comprobantes de venta de manera obligatoria en todas las transacciones que realicen, independientemente del monto de las mismas.

En los casos en que se efectúen transacciones al exterior gravadas con Impuesto a la Salida de Divisas, el agente de percepción emitirá el comprobante de venta por el servicio prestado en el que además de los requisitos establecidos en este reglamento se deberá detallar el valor transferido y el monto del Impuesto a la Salida de Divisas percibido.

Los trabajadores en relación de dependencia no están obligados a emitir comprobantes de venta por sus remuneraciones.

Los agentes de retención en forma obligatoria emitirán el comprobante de retención en el momento que se realice el pago o se acredite en cuenta, lo que ocurra primero y estará disponible para la entrega al proveedor dentro de los cinco días hábiles siguientes al de presentación del comprobante de venta.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso anterior, las instituciones del sistema financiero nacional, podrán emitir un solo comprobante de retención a sus clientes y proveedores, individualmente considerados, cuando realicen más de una transacción por mes. El comprobante de retención así emitido deberá estar disponible para la entrega dentro de los cinco primeros días del mes siguiente.

Los agentes de retención del impuesto a la salida de divisas, cuando realicen la transferencia de valores gravados con el impuesto, emitirán el respectivo comprobante de retención al momento en que se realice la retención del impuesto, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria del Ecuador y en su reglamento de aplicación. Los comprobantes de retención deberán estar a disposición de los contribuyentes del impuesto a la salida de divisas, dentro de los dos días hábiles siguientes a la fecha de retención.

Art. 9.- Sustento del crédito tributario.- Para ejercer el derecho al crédito tributario del impuesto al valor agregado por parte del adquirente de los bienes o servicios, se considerarán válidas las facturas, liquidaciones de compras de bienes y prestación de servicios y los documentos detallados en el Art. 4 de este reglamento, siempre que se identifique al comprador mediante su número de RUC, nombre o razón social, denominación o nombres y apellidos, se haga constar por separado el impuesto al valor agregado y se cumplan con los demás requisitos establecidos en este reglamento.

Art. 10.- Sustento de costos y gastos.- Para sustentar costos y gastos del adquirente de bienes o servicios, a efectos de la determinación y liquidación del impuesto a la renta, se considerarán como comprobantes válidos los determinados en este reglamento, siempre que cumplan con los requisitos establecidos en el mismo y permitan una identificación precisa del adquirente o beneficiario.

También sustentarán gastos, para efectos de la determinación y liquidación del impuesto a la renta, los documentos que se emitan por el pago de cuotas o aportes que realice el contribuyente a condominios, siempre que en los mismos esté plenamente identificado el condominio, número de RUC y dirección, y se identifique también a quien realiza el pago, con su nombre, razón social o denominación, número de RUC o cédula de identificación y dirección.

Estos comprobantes deberán también ser pre impresos y pre numerados.

CAPITULO II

DE LA EMISION Y ENTREGA DE COMPROBANTES DE VENTA, NOTAS DE CREDITO Y NOTAS DE DEBITO (GROUP, 2010)²²

Art. 11.- Facturas.- Se emitirán y entregarán facturas con ocasión de la transferencia de bienes, de la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con impuestos, considerando lo siguiente:

- a) Desglosando el importe de los impuestos que graven la transacción, cuando el adquirente tenga derecho al uso de crédito tributario o sea consumidor final que utilice la factura como sustento de gastos personales;
- b) Sin desglosar impuestos, en transacciones con consumidores finales; y,
- c) Cuando se realicen operaciones de exportación.

Art. 12.- Notas de venta.- Emitirán y entregarán notas de venta exclusivamente los contribuyentes inscritos en el Régimen Simplificado.

Art. 13.- Liquidaciones de compras de bienes y prestación de servicios.- Las liquidaciones de compras de bienes y prestación de servicios se emitirán y entregarán por los sujetos pasivos, en las siguientes adquisiciones:

- a) De servicios prestados en el Ecuador o en el exterior por personas naturales no residentes en el país, en los términos de la Ley de Régimen Tributario Interno, las que serán identificadas con sus nombres, apellidos y número de documento de identidad;

²² <http://www.imgroup.com.ec/biblioteca>

- b) De servicios prestados en el Ecuador o en el exterior por sociedades extranjeras que no posean domicilio ni establecimiento permanente en el país, las que serán identificadas con su nombre o razón social;
- c) De bienes muebles y de servicios a personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, ni inscritos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), que por su nivel cultural o rusticidad no se encuentren en posibilidad de emitir comprobantes de venta;
- d) De bienes muebles y servicios realizadas para el sujeto pasivo por uno de sus empleados en relación de dependencia, con comprobantes de venta a nombre del empleado. En este caso la liquidación se emitirá a nombre del empleado, sin que estos valores constituyan ingresos gravados para el mismo ni se realicen retenciones del impuesto a la renta ni de IVA; y,
- e) De servicios prestados por quienes han sido elegidos como miembros de cuerpos colegiados de elección popular en entidades del sector público, exclusivamente en ejercicio de su función pública en el respectivo cuerpo colegiado y que no posean Registro Único de Contribuyentes (RUC) activo.

Con excepción de lo previsto en la letra d) del presente artículo, para que la liquidación de compras de bienes y prestación de servicios, den lugar al crédito tributario y sustente costos y gastos, deberá efectuarse la retención de la totalidad del impuesto al valor agregado y el porcentaje respectivo del impuesto a la renta, declararse y pagarse dichos valores, en la forma y plazos establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno.

Las personas naturales y las sucesiones indivisas no obligadas a llevar contabilidad, deberán actuar como agentes de retención en los términos establecidos en el inciso anterior, cuando emitan liquidaciones de compras de bienes y prestación de servicios.

El Director General del Servicio de Rentas Internas, mediante resolución, podrá establecer límites a la emisión de liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios a las que hace referencia este artículo, tales como montos máximos por transacción y por proveedor, tipos de bienes y servicios, número de transacciones por período, entre otros.

Las liquidaciones de compra emitidas a contribuyentes que se encuentren inscritos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) a la fecha de la transacción, no servirán para sustentar crédito tributario y costos y/o gastos para efectos de impuesto a la renta e impuesto al valor agregado.

Art. 14.- Tiquetes emitidos por máquinas registradoras y boletos o entradas a espectáculos.- Estos documentos se utilizarán únicamente en transacciones con consumidores finales, no dan lugar a crédito tributario por el IVA, ni sustentan costos y gastos al no identificar al adquirente. Sin embargo, en caso de que el adquirente requiera sustentar costos y gastos o tenga derecho a crédito tributario, podrá exigir a cambio la correspondiente factura o nota de venta, según el caso; estando obligado el emisor a realizar el cambio de manera inmediata.

No se podrá emitir tiquetes de máquinas registradoras cuando se realicen operaciones que tengan por objeto efectuar el envío de divisas al exterior a nombre de terceros.

Art. 15.- Notas de crédito.- Las notas de crédito son documentos que se emitirán para anular operaciones, aceptar devoluciones y conceder descuentos o bonificaciones.

Las notas de crédito deberán consignar la denominación, serie y número de los comprobantes de venta a los cuales se refieren.

El adquirente o quien a su nombre reciba la nota de crédito, deberá consignar en su original y copia, el nombre del adquirente, su número de Registro Único de Contribuyentes o cédula de ciudadanía o pasaporte y fecha de recepción.

Las facturas que tengan el carácter de “comercial negociables”, a las que se refiere el Código de Comercio y que en efecto sean negociadas, no podrán ser modificadas con notas de crédito.

Art. 16.- Notas de débito.- Las notas de débito se emitirán para el cobro de intereses de mora y para recuperar costos y gastos, incurridos por el vendedor con posterioridad a la emisión del comprobante de venta.

Las notas de débito deberán consignar la denominación, serie y número de los comprobantes de venta a los cuales se refieren.

Las facturas que tengan el carácter de “comercial negociables”, a las que se refiere el Código de Comercio y en efecto sean negociadas no podrán ser modificadas con notas de débito.

Art. 17.- Oportunidad de entrega de los comprobantes de venta y documentos autorizados.- Los comprobantes de venta y los documentos autorizados, referidos en este reglamento, deberán ser entregados en las siguientes oportunidades:

a) De manera general, los comprobantes de venta serán emitidos y entregados en el momento en el que se efectúe el acto o se celebre el contrato que tenga por objeto la transferencia de dominio de los bienes o la prestación de los servicios;

b) En el caso de transferencia de bienes pactada por medios electrónicos, teléfono, telefax u otros medios similares, en que el pago se efectúe mediante tarjeta de crédito, débito, abono en cuenta o pago contra entrega, el comprobante de venta será entregado conjuntamente con el bien o a través de mensajes de datos, según corresponda;

- c) En el caso de pago de servicios a través de convenios de débito en cuentas corrientes, cuentas de ahorros o tarjetas de crédito, los comprobantes de venta emitidos por el prestador del servicio deberán ser obligatoriamente entregados al cliente por cualquier medio, pudiendo serlo conjuntamente con su estado de cuenta;
- d) Cuando el giro del negocio sea la transferencia de bienes inmuebles, el comprobante de venta se entregará en la fecha en que se perciba el ingreso o en la que se celebre la escritura pública, lo que ocurra primero;
- e) En el caso de los contratos de acuerdo con los cuales se realice la transferencia de bienes o la prestación de servicios por etapas, avance de obras o trabajos y, en general, aquellos que adopten la forma de tracto sucesivo, el comprobante de venta se entregará al cumplirse las condiciones para cada período, fase o etapa; y,
- f) En el caso de servicios prestados de manera continua, de telecomunicaciones, agua potable, alcantarillado, aseo de calles, recolección de basura, energía eléctrica, financieros y otros de naturaleza semejante, que mediante resolución de carácter general establezca el Servicio de Rentas Internas, el comprobante de venta deberá ser generado por el prestador del servicio en sus sistemas computarizados, emitido y entregado al adquirente o usuario cuando este lo requiera.²³

Aquellos sujetos pasivos autorizados para emitir comprobantes de venta en los que no se requiera identificar al adquirente, deberán contar con comprobantes de venta en los que se lo pueda identificar, para el caso en el que este lo solicite con su identificación. (GROUP, 2010)²⁴

²³ www.sri.gow.ec

²⁴ <http://www.imgroup.com.ec>

¿Cuánto tiempo se deben guardar los documentos de acuerdo al SRI?

Deben ser archivados por 7 años. En los casos en los que los documentos sean auto impresos o de facturación electrónica, deberá mantenerlos en archivo magnético. Todos los documentos deberán estar disponibles ante cualquier requerimiento del SRI.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Abono.- Realizar pago, cancelar una cuenta. Apunte en el haber de una cuenta. Pago de intereses al cliente, por el saldo a su favor, en las cuentas corrientes bancarias.

Acreedor.- Reconocimiento de una obligación, compromiso de pago, en la fecha que determine el documento, por parte del librado firmante de una letra de cambio al librador de la misma, crédito bancario por descuento de una letra de cambio girado por el cliente. Gestión de cobro, devolución o guarda de un efecto aceptado.

Administración: Proceso de planear, instrumentar y evaluar las actividades de un grupo de personas que trabajan en la consecución de una meta.

Administrador.- Su nombramiento corresponde a la junta general; salvo que exista disposición estatutaria en contra, no se requiere que sea accionista. Hay normas especiales en relación con las siguientes cuestiones: prohibiciones, aceptación e inscripción del nombramiento, duración y ejercicio del cargo, representación de la sociedad, retribución, separación y responsabilidad de los administradores.

Auditoria: Evaluar la eficiencia y eficacia con que se está operando. es el proceso de examinar y evaluar objetivamente, en un periodo determinado, evidencia relativa a las siguientes sistemáticas: la información financiera, la estructura del control interno, el cumplimiento de las leyes pertinentes y la conducción ordenadas en el logro de las metas y objetivos propuestos.

Calidad de servicio: Grado en que una oferta intangible reúne las expectativas del cliente (usuario).

Control: Inspección, fiscalización, intervención. Comprobación, dominio, supremacía. El que sobre los bienes y servicios ejercen las autoridades sean de una empresa privada o gubernamentales.

Ciente.- La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que depende de». Es decir, clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que una empresa puede satisfacer.

Competitividad: Que puede sostener la competencia con otros productos similares. La competitividad empresarial significa lograr una rentabilidad igual o superior a los rivales en el mercado. Si la rentabilidad de una empresa, en una economía abierta, es inferior a la de sus rivales, aunque tenga con qué pagar a sus trabajadores, proveedores y accionistas, tarde o temprano será debilitada hasta llegar a cero y tornarse negativa.

Departamento: En su sentido más amplio, la palabra hace referencia a cada una de las partes en que se divide un territorio, un edificio, una empresa, una institución.

Efectividad: Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera. Realidad, validez. El documento necesita la firma del director para su efectividad.

Eficacia: Entregar un servicio que cumpla los requerimientos de oportunidad, confiabilidad y contenido. Es la capacidad de lograr un efecto deseado o esperado, en cambio,

Eficiencia: Aplicación óptima de los recursos, logrando niveles adecuados de productividad y aprovechamiento. Es relación entre los resultados obtenidos (ganancias, objetivos cumplidos, productos, etc.) y los recursos utilizados (horas-hombre, capital invertido, materias primas, etc.)

Evidencia: Certeza de una cosa; probar y mostrar que no solo es cierto. Suceso natural que corrobora una conclusión. La realidad está formada por evidencias. Existen diferentes niveles de evidencias: Las evidencias sintomáticas son aquellas que estimulan cualquiera de nuestros sentidos, y las evidencias psicosomáticas son

aquellas que necesitan de persuasión por medio del uso de la razón, para que esta pueda evidenciarlo como algo básico.

Fundamentación: Razón principal o motivo con que se pretende afianzar y asegurar una cosa.

Incidencia: Acontecimiento que sobreviene en el curso de un asunto o negocio y tiene con él alguna conexión.

Innovar: Mudar o alterar las cosas, introduciendo novedades. Innovación es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad. Un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No solo hay que inventar algo, si no, por ejemplo introducirlo en el mercado para que la gente pueda disfrutar de ello.

Interno: Puede utilizarse como sinónimo de interior. Se trata de aquello que está en la parte de adentro o que no tiene vistas al exterior.

Investigar: Hacer diligencia para descubrir una cosa. A partir de la formulación de una hipótesis u objetivo de trabajo, se recogen datos según un plan preestablecido que, una vez analizados e interpretados, modificarán o añadirán nuevos conocimientos a los ya existentes, iniciándose entonces un nuevo ciclo de investigación.

Implementación: Establecer y poner en ejecución doctrinas nuevas, instituciones, prácticas o costumbre.

Manejo.- Usar o emplear una cosa con un fin determinado. Gobernar, dirigir o administrar un asunto. Influir a una persona o intervenir en un asunto para conseguir un fin determinado.

Mercadería: Se denomina mercadería todo género vendible, cualquier cosa mueble que se hace objeto de trato o venta toda clase de efectos susceptibles de expendio.

Método: Modo de hacer o decir con orden una cosa. Un método es una serie de pasos sucesivos, conducen a una meta. El objetivo del profesional es llegar a tomar las decisiones y una teoría que permita generalizar y resolver de la misma forma problemas semejantes en el futuro. Por ende es necesario que siga el método más apropiado a su problema, lo que equivale a decir que debe seguir el camino que lo conduzca a su objetivo.

Metodología: Procedimiento tanto lógicos como técnicos. Se refiere a los métodos de investigación en una ciencia. Aun cuando el término puede ser aplicado a las artes cuando es necesario efectuar una observación o análisis más riguroso o explicar una forma de interpretar la obra de arte. En resumen son el conjunto de métodos que se rigen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.

Modalidad: Es el modo de ser o de manifestarse algo. El término procede de modo, que es un aspecto visible, un procedimiento una forma. Aquello desarrollado bajo una determinada modalidad respeta ciertas reglas y mecanismos; por lo tanto, no resulta libre o espontáneo.

NAGA: Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas.

NEA: Normas Ecuatorianas de Auditoría.

Negligencia.- Fallar al dar atención razonable cuando ésta puede dar como resultado lesiones a los consumidores o a otros empleados.

Objetivos: Propósito o fin que se pretende alcanzar, ya sea con la realización de una sola operación, de una actividad concreta, de un procedimiento, de una función completa o de todo el funcionamiento de una organización.

Operación: Una operación describe una etapa de trabajo de un plan.

Organización: Conjunto de personas e instalaciones con una disposición de responsabilidades, autoridades y relaciones.

Proyecto.- Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo.

Personal.- Conjunto de las personas que pertenecen a determinada clase, corporación o dependencia. Conjunto de los obreros o empleados de una empresa.

Política: Es una norma de proceder, una orientación clara para dirigir todas las actividades de un mismo tipo.

Procedimientos: Forma específica para llevar a cabo una actividad o un proceso.

PCGA: Principios de contabilidad generalmente aceptados.

Pedido: Demandar a uno que dé o haga una cosa.

Principios: Razón fundamental sobre el cual se procede. Los principios son declaraciones propias del ser humano, que apoyan su necesidad de desarrollo y felicidad.

Proceso: Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultado.

Producto: Cosa producida. Dícese propiamente de las obras de la naturaleza, y por extensión, de las del entendimiento. Un producto es cualquier objeto que puede ser ofrecido a un mercado que pueda satisfacer un deseo o una necesidad. Sin embargo, es mucho más que un objeto físico. Es un completo conjunto de beneficios o satisfacciones que los consumidores perciben que obtienen cuando lo compran es la suma de los atributos físicos, psicológicos, simbólicos y de servicio.

Servicio: Es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien. La presentación de un servicio no resulta en posesión, y así es como un servicio se diferencia de proveer un bien físico.

Sistema: Conjunto de procesos o elementos interrelacionados con un medio para formar una totalidad encauzada hacia un objetivo común.

Sistematización: Acción y efecto de preestablecer un orden a través de la descripción de funciones, normas, políticas, procedimientos, entre otros, para que el desarrollo de las actividades de una organización se realice con fundamento en métodos racionales de trabajo.

Técnica.- La técnica es un conjunto de saberes prácticos o procedimientos para obtener el resultado deseado. Una técnica puede ser aplicada en cualquier ámbito humano: ciencias, arte, educación etc. La técnica surgió de la necesidad humana de modificar su medio. Nace en la imaginación y luego se lleva a la concreción, siempre de forma empírica.

Tecnología.- Surge de forma científica, reflexiva y con ayuda de la técnica. La Tecnología es una característica propia del ser humano consistente en la capacidad de éste para construir, a partir de materias primas, una gran variedad de objetos, máquinas y herramientas, así como el desarrollo y perfección en el modo de fabricarlos y emplearlos con vistas a modificar favorablemente el entorno o conseguir una vida más segura.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La aplicación de procedimientos de control en las áreas de crédito, cobranza y talento humano ayudará a cumplir las metas establecidas para los departamentos.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- El registro a tiempo del pago de los clientes repercutirá en el nivel crediticio de los mismos.
- El establecimiento de controles adecuados al momento de otorgar un crédito ayudarán a un correcto análisis del mismo.

- El contar con un reglamento interno y políticas de procedimiento permitirán el buen desempeño de los departamentos de crédito, cobranza y talento humano.
- La utilización de personal preparado en el área administrativa financiera permitirá establecer el análisis estadístico necesario de las cuentas incobrables y análisis comparativos financieros entre períodos contables.

2.4.3 Declaración de Variables

HIPÓTESIS GENERAL

V.I.: Procedimientos de control.

V.D.: Metas establecidas por los departamentos.

HIPÓTESIS PARTICULARES

V.I.: Registro pago de clientes

V.D.: Nivel Crediticio de clientes.

V.I.: Controles adecuados para otorgar créditos

V.D.: Análisis de créditos.

V.I.: Reglamento Interno y Políticas de Procedimiento.

V.D.: Desempeño departamental.

V.I.: Nivel capacitación del personal

V.D.: Evaluación contable-financiera

2.4.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro # 2 Operacionalización de las Variables

VARIABLE	TIPO	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Procedimientos de Control.	Independiente	Control interno. Filtros de información. Aplicación de políticas.	Encuesta	Cuestionario
Metas establecidas para los departamentos	Dependiente	Comparativo entre lo real y lo presupuestado. Márgenes de ganancia.	Encuesta	Cuestionario
Registro pago de clientes	Independiente	Conciliación depósitos clientes contra cuentas por cobrar. Cumplimiento de recuperación de cartera.	Encuesta	Cuestionario
Nivel crediticio de clientes	Dependiente	Promedio de días de atraso de recuperación de cartera. Nivel de conformidad de los clientes. Período promedio de cobranza.	Encuesta	Cuestionario
Controles adecuados para otorgar créditos.	Independiente	Políticas para calificación del crédito. Fuente de ingreso de los clientes. Antecedentes crediticios.	Encuesta	Cuestionario
Análisis de créditos.	Dependiente	Verificación de respaldos necesarios para otorgar un crédito. Evaluación del carácter o solvencia moral de un cliente, debe hacerse a partir de elementos contundentes, medibles y verificables	Encuesta	Cuestionario
Reglamento Interno y Políticas de Procedimiento.	Independiente	Observación. Utilización de manuales de funciones. Medir el cumplimiento de las metas de desempeño y de resultado, relacionado con el proceso de implementación.	Encuesta	Cuestionario

Desempeño departamental.	Dependiente	Retroalimentación a los empleados. Determinar cómo los proyectos de muchos empleados fueron capaces de completarse. Verificar la estructura organizativa.	Encuesta	Cuestionario
Nivel capacitación del personal.	Independiente	Verificación de información de la hoja de vida. Evaluaciones periódicas de conocimiento con relación al cargo. Cuantificar por nivel y por área las horas de trabajo adicionales a las de una jornada normal de trabajo	Encuesta	Cuestionario
Evaluación Contable-Financiera.	Dependiente	Razones de liquidez Presentación de estados financieros. Racionalización de los estados financieros.	Encuesta	Cuestionario

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.

La metodología es aquella que se encarga de la parte operativa del proceso evolutivo del conocimiento.

METODOLOGIA: *Enrique Izquierdo Arellano (Décima Edición Métodos y Diseños de Investigación 2003) expresa:*

“Es la descripción, el análisis y la variación crítica de métodos de investigación, para lograr el conocimiento científico. La ciencia desarrolla varios métodos, mientras más complejo y profundo sea el fenómeno que se investiga, mayor será el número de métodos a utilizarse, para ello se debe organizarlos, sistematizarlos, ver su unidad y coherencia interna, esto es, por la naturaleza del objeto que se va a investigar”(Pág. 142)

Aura M. Bavaresco de Prieto (Las Técnicas de la Investigación) Sexta Edición 2007 hace referencia a que:

“La investigación es la base de toda la ciencia. Es dinámica en el sentido que permite describir enfoques científicos, manteniendo a la ciencia en constante evolución”. (Pág. 135)

METODO.- Un método es una serie de pasos sucesivos, conducen a una meta. El objetivo del profesional es llegar a tomar las decisiones y una teoría que permita generalizar y resolver de la misma forma problemas semejantes en el futuro. Por ende es necesario que siga el método más apropiado a su problema, lo que equivale a decir que debe seguir el camino que lo conduzca a su objetivo.

Algunos métodos son comunes a muchas ciencias, pero cada ciencia tiene sus propios problemas y por ende sus propias necesidades en donde será preciso emplear aquellas modalidades de los métodos generales más adecuados a la solución de los problemas específicos.

El método es un orden que debe imponer a los diferentes procesos necesarios para lograr un fin dado o resultados.

El investigador es el que realiza el trabajo de investigación, por lo tanto debe conocer diferentes métodos y reglas técnicas que en ella se aplican.

Existen 4 tipos de estudio de investigación fundamentales:

- 1). Estudio de observación al azar.
- 2). Estudios exploratorios (documental o histórico).
- 3). Estudios descriptivos.
- 4). Estudios experimentales.²⁵

Estudios descriptivos

Según el autor Aura M. Bavaresco de Prieto (Las Técnicas de la Investigación) Sexta Edición 2007 consiste en:

“Describir el estado natural de casos, hechos, fenómenos, personas o cosas, explicando sus distintas partes, cualidades, propiedades o circunstancias, no sólo por sus atributos sino más bien dando una idea completa del contexto (todo) interpretando en forma real lo que se investiga”.(Pág.27)

²⁵ FUENTE SAZ, Carmen: Elaboración y Presentación de un proyecto de investigación y tesina, Edicions Universitat. Barcelona, 2006

Los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen o fiel representación (Descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características. Describir en este caso es sinónimo de medir. Miden variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno bajo análisis. El énfasis está en el estudio independiente de cada característica, es posible que de alguna manera se integren las mediciones de dos o más características con el fin de determinar cómo es o cómo se manifiesta el fenómeno. Pero en ningún momento se pretende establecer la forma de relación entre estas características. En algunos casos los resultados pueden ser usados para predecir.

El proyecto se apoya en la Investigación Descriptiva, según Leiva (2005):

“El método descriptivo consiste en la observación actual de hechos, fenómenos y casos. Se ubica en el presente, pero no se limita a la simple recolección y tabulación de datos, sino que procura la interpretación racional y el análisis objetivo de los mismos, con alguna finalidad que ha sido establecida previamente”. (pág.17)

De acuerdo a lo expresado podemos decir que es importante el seguimiento a los avances de la investigación de acuerdo al método utilizado. En el caso del Proyecto de Investigación se aplicará un estudio descriptivo, con la finalidad de conocer las características de una situación dada, que se refiere a la aplicación de controles internos para el manejo eficiente de Crédito y Cobranzas de la empresa escogida para el desarrollo de este trabajo investigativo, ya que podemos describir las formas existentes de recuperación, el paso a seguir para la gestión de cobro.

TIPOS DE INVESTIGACION

Aunque el método científico es uno, existen diversas formas de identificar su práctica o aplicación en la investigación. De modo que la investigación se puede clasificar de diversas maneras. Enfoques positivistas promueven la investigación empírica con un alto grado de objetividad suponiendo que si alguna cosa existe, existe en alguna cantidad y si existe en alguna cantidad, se puede medir.

Esto da lugar al desarrollo de investigaciones conocidas como cuantitativas, las cuales se apoyan en las pruebas estadísticas tradicionales. Pero especialmente en el ámbito de las ciencias sociales se observan fenómenos complejos y que no pueden ser alcanzados, ser observados, al menos que se realicen esfuerzos holísticos con alto grado de subjetividad y orientados hacia las cualidades más que a la cantidad. Así se originan diversas metodologías para la recolección y análisis de datos (no necesariamente numéricos) con los cuales se realiza la investigación conocida con el nombre de Cualitativa.

En el diseño metodológico el problema, según el tipo de estudio:

Aplicada.- Es aquella que se sirve de los adelantos de la investigación básica (está dedicada al desarrollo de la ciencia y determina un hecho o lo descubre). Le interesa la aplicación inmediata en el desarrollo de la ciencia. En particular, llega a la ejecución de amplias generalizaciones y está orientada a la solución de problemas.

Según Alba Lucia Marín Villalva (2008) nos indica:

“Esta clase de investigación también recibe el nombre de práctica o empírica. Se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren. La investigación aplicada se encuentra estrechamente vinculada con la investigación básica, que como ya se dijo requiere de un marco teórico. En la investigación aplicada o empírica, lo que le interesa al

investigador, primordialmente, son las consecuencias prácticas".(pág. 15)

Lo que Alba Marín quiere explicar es que la investigación aplicada se encarga de resolver problemas reales con soluciones prácticas.

Básica denominada también pura o fundamental, busca el progreso científico, acrecentar los conocimientos teóricos, sin interesarse directamente en sus posibles aplicaciones o consecuencias prácticas es más formal y persigue las generalizaciones con vistas al desarrollo de una teoría basada en principios y leyes.

Por el lugar:

De Laboratorio.- Es controlado directamente por el investigador y dentro del propio lugar de trabajo. Como fundamentos de este tipo de investigación está la investigación bibliográfica.

Bibliográfica.- Consiste en recopilar datos, valiéndose del manejo adecuado de libros, revistas, resultados de otras investigaciones, entrevistas, etc. El investigador busca la información tanto en las bibliotecas como por medio de la red mundial de comunicaciones, el internet.

De campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de que modo o por que causas se produce una situación o acontecimiento particular.

Podríamos definirla diciendo que es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social. (Investigación pura), o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada).

Este tipo de investigación es también conocida como investigación in situ ya que se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto de estudio. Ello permite el conocimiento más a fondo del investigador, puede manejar los datos con más

seguridad y podrá soportarse en diseños exploratorios, descriptivos y experimentales, creando una situación de control en la cual manipula sobre una o más variables dependientes (efectos).

Por tanto, es una situación provocada por el investigador para introducir determinadas variables de estudio manipuladas por el, para controlar el aumento o disminución de esas variables y sus efecto en las conductas observadas.

El uso del término investigación de campo es bastante coloquial. Hablamos de experimentar cuando mezclamos sustancias químicas y observamos la reacción de este hecho, pero también cuando nos cambiamos de peinado y observamos la reacción de nuestras amistades en cuanto a nuestra transformación, también estamos en presencia de un experimento de campo.

Según el control de variables:

Cuando se clasifican las investigaciones tomando como criterio el papel que ejerce el investigador sobre los factores o características que son objeto de estudio, la investigación puede ser clasificada como:

Experimental: Cuando el investigador no solo identifica las características que se estudian sino que las controla, las altera o manipula con el fin de observar los resultados, al tiempo que procura evitar que otros factores intervengan en la observación.

No Experimental: cuando el investigador se limita a observar los acontecimientos sin intervenir en los mismos.

Según la orientación temporal:

Transversales: Cuando apunta a un momento y tiempo definido como por ejemplo sería un estudio de grado de desarrollo intelectual según las teorías de Piaget, entre niños gemelos que tienen 9 años de edad.

Horizontales: Cuando se extiende a través del tiempo dando seguimiento a un fenómeno. La investigación puede consistir en el seguimiento durante 35 años del desempeño intelectual de niños gemelos para identificar el impacto de factores hereditarios y de factores ambientales.²⁶

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Población:

Es un grupo de personas, u organismos de una especie particular, con caracteres comunes que viven en un espacio y tiempo determinado, y cuyo número, se determina normalmente por un censo sobre el cual se pueden realizar observaciones.

Según Alba María Lucín Villalva (2008) nos indica:

“En estadística y en investigación se denomina población o universo a todo grupo de personas u objeto que poseen alguna característica común. Igualmente se da al conjunto de datos que se han obtenido en una investigación.”
(Pág.23).

Alba Lucín se refiere a la población como un grupo de personas que poseen una característica en común.

La cuantía de los elementos que integran la población se encuentra, definido como tamaño de la población y son:

²⁶ ÑAUIPAS, Humberto: Metodología de la investigación científica, Editorial Cepredim, 2010

Población finita.- El número de los elementos que integran la población se encuentra delimitada.

Población infinita.- Es aquella en la que el número de sus elementos no se encuentra delimitado o el número es inmensamente grande.

El estudio del presente proyecto se realizará con individuos que laboran en la Empresa GIMO S.A., para lo que se considerará sus cargos y competencias laborales, ya que se requiere conocer si realmente están haciendo un trabajo óptimo y si su desempeño está ligado a su preparación académica o algún otro factor. Por lo que la población para nuestro estudio se define como una población finita, puesto que su número de empleados es limitado.

Para el estudio del presente proyecto se tomó en consideración todo el tamaño de la muestra, que está conformado por 63 personas, distribuido entre Empleados de los Departamentos de Crédito y Cobranzas, Contabilidad y Clientes.

Cuadro # 3 Población

POBLACIÓN	No.
Dpto. de Crédito y Cobranzas	4
Dpto. Contable	3
Clientes	<u>56</u>
Total	63

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

3.2.2 Delimitación de la Población

La población a la cual se dirigió este estudio fue al personal administrativo y Financiero, de la empresa GIMO S.A., a quienes se les aplicó un cuestionario de preguntas y encuestas con una muestra representativa para determinar la eficacia y eficiencia con la que se desempeñan en los respectivos departamentos.

Con los resultados que se obtuvieron en dichas pruebas se pretende generalizar los beneficios de la aplicación de Políticas y Procedimientos en los departamentos de Crédito y Cobranzas, con el objetivo que sean utilizados en la empresa y también sean un referente en diferentes organizaciones empresariales.

3.2.3 Tipo de muestra

Existen dos tipos de muestras que son los más utilizados, las muestras probabilísticas y las no probabilísticas.

Se tomó a bien la utilización de una muestra probabilística, por que como esta lo indica, es en la que todos los individuos u objetos tienen la misma posibilidad de ser elegidos.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Una muestra es un subconjunto representativo de elementos, casos o individuos de una población.

El número de sujetos que componen la muestra suele ser inferior que el de la población, pero suficiente para que la estimación de los parámetros determinados tenga un nivel de confianza adecuado. Para que el tamaño de la muestra sea idóneo es preciso recurrir a su cálculo.

Las muestras se obtienen con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma. Para cumplir esta característica la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una técnica de muestreo.

Muestreo según Leiva (2004):

“El muestreo (llamado también sobrevisión muestral) es un método o procedimiento auxiliar de los métodos particulares estudiados y especialmente del método descriptivo.” (pág.20)

Leiva nos explica que muestreo es un método o procedimiento auxiliar de los métodos particulares, es decir, el muestreo no es otra cosa que un método auxiliar que en ocasiones es utilizado cuando no es posible investigar todos los elementos de una población, mediante el cual se procede a la recopilación y tabulación de los datos que se desean analizar.

Para nuestra investigación tomaremos como parámetros a utilizar para la aplicación de las encuestas, la totalidad de los empleados en los departamentos de Crédito y Cobranzas, Contabilidad y Clientes. Esto nos servirá para identificar niveles de conocimiento y el grado de preparación del personal, a la vez el nivel de satisfacción de los clientes.

3.2.5 Proceso de selección

No realizamos selección porque tomamos todo el tamaño de la muestra.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos

A través de los métodos teóricos se logra descubrir la esencia del objeto investigado y sus interrelaciones, ya que no se puede llegar a ella mediante la percepción. Estos métodos permiten interpretar y explicar la información que mediante los métodos empíricos fue acumulada.

Los métodos teóricos permiten la construcción y desarrollo de la teoría científica, y en el enfoque general para abordar los problemas de la ciencia. Por ello los métodos teóricos permiten profundizar en el conocimiento de las regularidades y cualidades esenciales de los fenómenos. Estos cumplen una función gnoseológica importante, ya que nos posibilitan la interpretación conceptual de los datos empíricos encontrados.

Diferentes Métodos teóricos:

- Análisis y síntesis.
- Inducción y deducción.
- Hipotético-deductivo.
- Análisis histórico y el lógico.
- Modelación.
- Enfoque en sistema.
- Método dialéctico

Cada uno de estos métodos cumple funciones gnoseológicas determinadas, por lo que en el proceso de realización de la investigación se complementan entre sí.

El análisis y la síntesis son dos procesos cognoscitivos que cumplen funciones muy importantes en la investigación científica. Análisis y síntesis no son resultado del pensamiento puro y apriorístico, sino que tienen una base objetiva en la realidad y constituyen un par dialéctico.

El análisis es un procedimiento mental mediante el cual un todo complejo se descompone en sus diversas partes y cualidades. El análisis permite la división mental del todo en sus múltiples relaciones y componentes.

La síntesis establece mentalmente la unión entre las partes previamente analizadas y posibilita descubrir las relaciones esenciales y características generales entre ellas. La síntesis se produce sobre la base de los resultados obtenidos previamente en el análisis. Posibilita la sistematización del conocimiento.

La Inducción y la deducción

La inducción es un procedimiento mediante el cual a partir de hechos singulares se pasa a generalizaciones, lo que posibilita desempeñar un papel fundamental en la

formulación de hipótesis. Algunos autores la definen como una forma de razonamiento por medio de la cual se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales.

Este proceso de investigación siempre está unido a la deducción, ambos son momentos del conocimiento dialéctico de la realidad indisolublemente ligados y condicionados entre sí.

La deducción es un procedimiento que se apoya en las aseveraciones y generalizaciones a partir de las cuales se realizan demostraciones o inferencias particulares o una forma de razonamiento, mediante el cual se pasa de un conocimiento general a otro de menor nivel de generalidad.

Las inferencias deductivas constituyen una cadena de enunciados, cada uno de los cuales es una premisa o conclusión que se sigue directamente según las leyes de la lógica.

En la actividad científica la inducción y la deducción se complementan entre sí. Del estudio de numerosos casos particulares, a través de la inducción se llega a determinar generalizaciones, leyes empíricas, las que constituyen puntos de partida para definir o confirmar formulaciones teóricas. De dichas formulaciones teóricas se deducen nuevas conclusiones lógicas, las que son sometidas a comprobaciones experimentales. Solamente la complementación mutua entre estos procedimientos puede proporcionar un conocimiento verdadero sobre la realidad.

Método Hipotético – Deductivo

En las ciencias que han alcanzado determinado desarrollo teórico metodológico, las hipótesis cumplen una función importante en el progreso del conocimiento, al convertirse en punto de partida de nuevas deducciones, dando lugar al denominado método hipotético-deductivo.

El método hipotético-deductivo es la vía primera de inferencias lógicas deductivas para arribar a conclusiones particulares a partir de la Hipótesis, que después se pueden comprobar experimentalmente. Toma como premisa una hipótesis, inferida de principios o leyes teóricas, o sugerida por el conjunto de datos empíricos. A partir de dicha hipótesis y siguiendo las reglas lógicas de la deducción, se llega a nuevas conclusiones y predicciones empíricas, las que a su vez son sometidas a verificación. La correspondencia de las conclusiones y predicciones inferidas con los hechos científicos, comprueba la veracidad de la hipótesis que sirvió de premisa y de manera mediata a los principios y leyes teóricas vinculadas lógicamente con ella.

Métodos de Análisis Histórico y Lógico

El método histórico estudia la trayectoria real de los fenómenos y acontecimientos en el de cursar de su historia. El método lógico investiga las leyes generales de funcionamiento y desarrollo de los fenómenos.

Método de la modelación: Es justamente el método mediante el cual se crean abstracciones con vistas a explicar la realidad. El modelo como sustituto del objeto de investigación. En el modelo se revela la unidad de lo objetivo y lo subjetivo. La modelación es el método que opera en forma práctica o teórica con un objeto, no en forma directa, sino utilizando cierto sistema intermedio, auxiliar, natural o artificial.

Método sistémico: Está dirigido a modelar el objeto mediante la determinación de sus componentes, así como las relaciones entre ellos. Esas relaciones determinan por un lado la estructura del objeto y por otro su dinámica.

Método dialéctico: La característica esencial del método dialéctico es que considera los fenómenos históricos y sociales en continuo movimiento. Dio origen al materialismo histórico, el cual explica las leyes que rigen las estructuras económicas y sociales, sus correspondientes superestructuras y el desarrollo histórico de la humanidad.

3.3.2 Métodos Empíricos

El conocimiento empírico es aquel basado en la experiencia, experimentación e investigación, y en último término, en la percepción, pues nos dice qué es lo que existe y cuáles son sus características, pero no nos dice que algo deba ser necesariamente así y no de otra forma; tampoco nos da verdadera universalidad.

Consiste en todo lo que se sabe y que es repetido continuamente teniendo o sin tener un conocimiento científico

Su fuente principal son los sentidos. Toda esta clase de conocimientos es lo que puede catalogarse también como "saberes".

El método empírico es un modelo de investigación científica, que se basa en la experimentación y la lógica empírica, que junto al método fenomenológico es el más usado en el campo de las ciencias sociales y en las ciencias naturales.

Su utilidad destaca en la entrada en campos inexplorados o en aquellos en los que destaca el estudio descriptivo.

La lógica empírica es la base del razonamiento empírico y por lo tanto del método empírico.. Su origen se deduce a través de la observación de las relaciones entre los objetos, lo que la convierte en la base ideal para las leyes del conocimiento.

Entre los Métodos Empíricos se encuentran:

Experimental: Es el más complejo y eficaz de los métodos empíricos, por lo que a veces se utiliza erróneamente como sinónimo de método empírico. Algunos lo consideran una rama tan elaborada que ha cobrado fuerza como otro método científico independiente con su propia lógica, denominada lógica experimental.

En este método el investigador interviene sobre el objeto de estudio modificando a este directa o indirectamente para crear las condiciones necesarias que permitan revelar sus características fundamentales y sus relaciones esenciales bien sea:

- Aislando al objeto y las propiedades que estudia de la influencia de otros factores
- Reproduciendo el objeto de estudio en condiciones controladas
- Modificando las condiciones bajo las cuales tiene lugar el proceso o fenómeno que se estudia.

Corriente lógica

Lógica experimental.- Un salto verdaderamente espectacular en este desarrollo se produce con Galileo Galilei que da sustento a una nueva rama dentro de la lógica empírica, la lógica experimental.

Ésta combina la lógica empírica de observación de los fenómenos con dos métodos desarrollados en otras ramas del conocimiento formal: la hipótesis.

Método de la observación científica: Fue el primer método utilizado por los científicos y en la actualidad continua siendo su instrumento universal. Permite conocer la realidad mediante la sensopercepción directa de entes y procesos, para lo cual debe poseer algunas cualidades que le dan un carácter distintivo. Es el más característico en las ciencias descriptivas.

La observación científica como método consiste en la percepción directa del objeto de investigación. La observación investigativa es el instrumento universal del científico. La observación permite conocer la realidad mediante la percepción directa de los objetos y fenómenos.²⁷

²⁷ BERNAL, César: Metodología de la Investigación, Pearson Educación, 2006

3.3.3 Técnicas de Investigación

Es el conjunto de instrumentos y medios a través de los cual se efectúa el método y solo se aplica a una ciencia. La diferencia entre método y técnica es que el método es el conjunto de pasos y etapas que debe cumplir una investigación y este se aplica a varias ciencias mientras que técnica es el conjunto de instrumentos en el cual se efectúa el método.

La técnica es indispensable en el proceso de la investigación científica, ya que integra la estructura por medio de la cual se organiza la investigación, La técnica pretende los siguientes objetivos:

- Ordenar las etapas de la investigación.
- Aportar instrumentos para manejar la información.
- Llevar un control de los datos.
- Orientar la obtención de conocimientos.

La forma más conocida de operar una tarea investigativa, es mediante las técnicas de investigación que nos permiten alcanzar un fin o resultado propuesto. Existen diferentes técnicas de investigación:

Cuadro # 4 Técnicas e instrumentos de la investigación

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
La observación	Guía
La entrevista	Formulario
La encuesta	Cuestionario

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Observación.- Según Laureano Ladrón de Guevara, Op. Cit.:

“La observación es el proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad por medio de un esquema conceptual previo y con base en ciertos propósitos definidos generalmente por una conjetura que se quiere investigar” (pág.98)

Según Laureano, la observación es un proceso de examinación hacia ciertos acontecimientos que suceden a nuestro alrededor y que dan paso a la apertura de una exhaustiva investigación.

Entrevista.- Leiva (2005) nos ofrece la siguiente definición:

“Es una técnica para obtener datos que consiste en un diálogo entre dos personas: el entrevistador (investigador) y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de éste, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación”. (pág.30)

Se entiende por entrevista a una conversación que tiene como propósito extraer información sobre un tema determinado. Sus elementos son entrevistador, entrevistado y la relación.

La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma.

Según el fin que se persigue con la entrevista, ésta puede estar o no estructurada mediante un cuestionario previamente elaborado. Cuando la entrevista es aplicada en las etapas previas de la investigación donde se quiere conocer el objeto de investigación desde un punto de vista externo, sin que se requiera aún la profundización en la esencia del fenómeno, las preguntas a formular por el entrevistador, se deja a su criterio y experiencia.

Si la entrevista persigue el objetivo de adquirir información acerca de las variables de estudio, el entrevistador debe tener clara la hipótesis de trabajo, las variables y relaciones que se quieren demostrar; de forma tal que se pueda elaborar un cuestionario adecuado con preguntas que tengan un determinado fin y que son imprescindibles para esclarecer la tarea de investigación, así como las preguntas de apoyo que ayudan a desenvolver la entrevista.

Encuesta.- Es la técnica que se realiza a través de un cuestionario adecuado que permite recopilar datos de la investigación. Son cortas las formas de respuestas y casi siempre se valen de preguntas cuyas respuestas se valoran en forma porcentual, ya sean afirmativas o negativas.

Leiva (2005) afirma:

“La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario”. (pág34)

Entonces, encuesta es una técnica que a través de un cuestionario adecuado nos permite recopilar datos de toda la población o de una parte representativa de ella. Se caracteriza porque la persona investigada llena el cuestionario. El tipo de encuesta utilizada en nuestra investigación es:

- **Explicativa.-** Cuando se trata de averiguar las causas o razones que originan los fenómenos.

Jiménez Carlos (2004) dice que Encuesta es:

“Una técnica que se sirve de un cuestionario debidamente estructurado, mediante la cual se recopilan datos provenientes de la población frente a una problemática determinada” (p.142)

Ésta técnica nos permite a través de un cuestionario recopilar datos de toda la población o de una parte representativa de ella. Se caracteriza porque la persona investigada llena el cuestionario.

La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.

En la encuesta a diferencia de la entrevista, el encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de persona alguna de los que colaboran en la investigación.

La encuesta, una vez confeccionado el cuestionario, no requiere de personal calificado a la hora de hacerla llegar al encuestado. A diferencia de la entrevista la encuesta cuenta con una estructura lógica, rígida, que permanece inalterada a lo largo de todo el proceso investigativo. Las respuestas se escogen de modo especial y se determinan del mismo modo las posibles variantes de respuestas estándares, lo que facilita la evaluación de los resultados por métodos estadísticos.

El cuestionario es un instrumento básico de la observación en la encuesta y en la entrevista. En el cuestionario se formula una serie de preguntas que permiten medir una o más variables. Posibilita observar los hechos a través de la valoración que hace de los mismos el encuestado o entrevistado, limitándose la investigación a las valoraciones subjetivas de éste.

No obstante a que el cuestionario se limita a la observación simple, del entrevistador o el encuestado, éste puede ser masivamente aplicado a comunidades nacionales e incluso internacionales, pudiéndose obtener información sobre una gama amplia de aspectos o problemas definidos.

La estructura y el carácter del cuestionario lo definen el contenido y la forma de las preguntas que se les formula a los interrogados. La pregunta en el cuestionario por su contenido pueden dividirse en dos grandes grupos: pregunta directa o indirecta. La pregunta directa: coincide el contenido de la pregunta con el objeto de interés del investigador. La formulación de la pregunta indirecta constituye uno de los problemas más difíciles de la construcción de las encuestas.

Ejemplo de pregunta directa:

¿Le agrada a usted la profesión de maestro?

Ejemplo de pregunta indirecta:

¿Quisiera usted que su hijo escogiera la profesión de maestro?

Al construir el cuestionario, conjuntamente con el contenido de las preguntas, hay que definir su forma, utilizándose en sociología el cuestionario abierto y cerrado.

La pregunta abierta en una encuesta es la que no limita el modo de responder a la misma, ni se definen las variantes de respuestas esperadas. Este tipo de preguntas no permite medir con exactitud la propiedad, solo se alcanza a obtener una opinión.

La pregunta cerrada tiene delimitada, con antelación, su respuesta para determinada cantidad de variantes previstas por el confeccionador de la encuesta.

La forma más difundida de pregunta es aquella cuya respuesta está estructurada por esquemas de comparaciones de pares de valores, de categorías secuenciales de valores y otros.

La comparación de pares, consiste en que todas las variantes de respuestas se componen de dos posibilidades de las cuales el encuestado selecciona una. Este esquema se emplea cuando el número de preguntas no resulta grande y cuando se exige gran precisión y fidelidad en la respuesta.

Otra técnica muy aplicada en la encuesta es la selección, donde el encuestado elige entre una lista de posibles respuestas aquellas que prefiere. Dentro de esta técnica existen variantes: de selección limitada, donde puede elegir un número determinado de respuestas y el de selección única donde puede escoger una sola respuesta posible.

La elaboración estadística en este caso resulta sencilla, donde se reduce al conteo de frecuencia de selección de cada respuesta sobre la cual se realiza la gradación de la actitud que muestran los encuestados hacia las respuestas.

En los cuestionarios se pueden aplicar preguntas que miden actitudes del individuo hacia un determinado hecho. Cuando se mide actitud, es necesario tener en cuenta la dirección de la misma así como su intensidad, para lo cual se aplican diversos tipos de escalas.

De manera más general la pregunta se formula de forma positiva y se dan 5 alternativas de posibles respuestas, designándose una escala de valores de 1 a 5, dando la respuesta más favorable a la afirmación que tenga el máximo de puntuación.

Ejemplo: "El nuevo plan de estudio permite que los estudiantes alcancen un mayor desarrollo en sus capacidades creativas".

- Muy de acuerdo(5)
- De acuerdo(4)
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo..... (3)
- En desacuerdo (2)
- Muy en desacuerdo(1)

Si por el contrario las afirmaciones son negativas en la formulación de la pregunta, la evaluación de la pregunta debe resultar opuesta al anterior caso.

Ejemplo: "La nueva estructura administrativa de los hospitales docentes nos ha permitido la incorporación a la actividad asistencial de los estudiantes de medicina".

Totalmente de acuerdo(1)

De acuerdo(2)

Ni de acuerdo ni en desacuerdo..... (3)

En desacuerdo (4)

Totalmente en desacuerdo(5)

Al igual que cualquier otra teoría propia de los métodos empíricos, hay que partir de la hipótesis formulada y específicamente de los indicadores de las variables definidas en ésta, los que se traducirán en preguntas específicas para el cuestionario.

Establecer la necesidad de cooperación del encuestado; lo que dependerá de que los individuos participen o no, o que contribuyan o no favorablemente en la investigación. Dicha demanda puede realizarse de diversas formas; puede hacerla el entrevistador en el momento de presentar la encuesta, puede acompañar el cuestionario por escrito, puede solicitarse por teléfono, por carta previa, etc.

La solicitud de cooperación debe contener:

- Lo valioso de la información que se solicita.
- Que no existe motivo encubierto o no confesado en la finalidad perseguida
- Uso confidencial de la información que se brinda en la encuesta.
- Lo fácil y rápido que puede contestarse el cuestionario.

Las preguntas deben ser claras.

- Cada término debe ser comprendido.
- No deben de plantearse dos preguntas en una.
- La pregunta debe formularse de manera positiva.
- La construcción de la respuesta no debe inducir expresiones ambiguas.

Las preguntas no deben ser tendenciosas, es decir, no deben estar confeccionadas de manera tal que lleven al individuo a responder de una manera determinada o que lo predispongan en contradicción con su sentir ante la pregunta a responder.

Las preguntas no deben exigir mucho esfuerzo de la memoria.

Al abordar aspectos controvertidos o embarazosos las preguntas deben ser construidas de forma tal que no constituyan un conflicto para el sujeto.

El orden de las preguntas debe de disponerse con arreglo a las características psicológicas de las mismas. En primer lugar se deben preguntar datos socio-demográficos como sexo, edad, ocupación; a continuación preguntas generales simples que lo van llevando hasta preguntas más complejas, de lo impersonal a lo personal.

Se debe contrarrestar el efecto de monotonía en la variante de respuesta. Esto ocurre fundamentalmente en los cuestionarios cerrados y cuando el interrogado no se siente totalmente motivado a responder.

Debe de inducirse una pregunta final que recoja la impresión del interrogado respecto al cuestionario.

En conclusión podemos decir que en la ejecución de una investigación se hacen uso de múltiples métodos y procedimientos tratando de ser cada vez más profundos y esenciales en la caracterización del objeto.

El fichaje es una técnica auxiliar de todas las demás técnicas empleada en investigación científica; consiste en registrar los datos que se van obteniendo en los instrumentos llamados fichas, las cuales, debidamente elaboradas y ordenadas contienen la mayor parte de la información que se recopila en una investigación por lo cual constituye un valioso auxiliar en esa tarea, al ahorra mucho tiempo, espacio y dinero.

El Test es una técnica derivada de la entrevista y la encuesta tiene como objeto lograr información sobre rasgos definidos de la personalidad, la conducta o determinados comportamientos y características individuales o colectivas de la persona (inteligencia, interés, actitudes, aptitudes, rendimiento, memoria, manipulación, etc.). A través de preguntas, actividades, manipulaciones, etc., que son observadas y evaluadas por el investigador.

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.

Para el presente estudio utilizamos la técnica de Observación y Encuesta, por medio de la cual se pretenderá conocer la eficacia o beneficio de los resultados en los sujetos objeto de estudio con la intención de determinar si el personal que labora en los departamentos de Crédito y Cobranza es el idóneo al igual que determinaremos si las directrices del departamentos en estudio son correctas. También evaluaremos a los clientes para conocer su nivel de satisfacción y si tienen una base económica sostenible para obtener crédito.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Una vez aplicada la encuesta, se procedió al análisis de la misma, según estos resultados se pudo determinar lo siguiente

1.- ¿Con que frecuencia se hacen revisiones de control interno en el departamento de Crédito y Cobranzas?

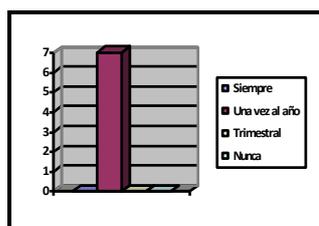
Cuadro # 5 Control Interno

Alternativas	frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	
Una vez al año	7	100%
Trimestral	0	
Nunca	0	
Total	7	100%

Fuente: Encuesta.

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín.

Gráfico # 1 Control Interno



Fuente: Encuesta.

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín.

Interpretación de datos

Según lo observado en el cuadro y gráfico, el 100 % del personal encuestado respondieron que en el departamento de Crédito y Cobranzas se realizan revisiones de Control Interno una vez al año, lo cual nos indica que en el departamento de cobranzas no se lleva un correcto control interno.

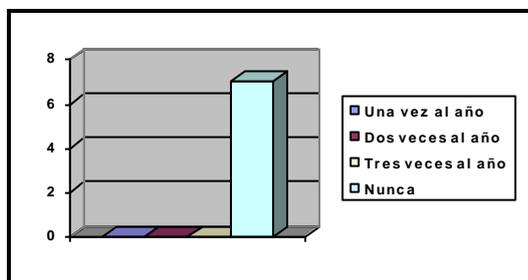
2.- ¿Con qué frecuencia son revisadas las políticas en el departamento de Crédito y Cobranzas

Cuadro # 6. Políticas departamentales crédito y cobranzas.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Una vez al año	0	
Dos veces al año	0	
Tres veces al año	0	
Nunca	7	100%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta
Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Gráfico # 2. Políticas Departamentales



Fuente: Encuesta
Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Interpretación de datos

Se ha establecido que el 100% de los encuestados respondieron que la empresa nunca ha revisado las políticas del departamento de crédito y cobranzas, esto es preocupante porque esta puede ser la razón del mal desempeño departamental.

3.- ¿Con qué frecuencia considera usted que se debe hacer el debido seguimiento a la cuenta de clientes?

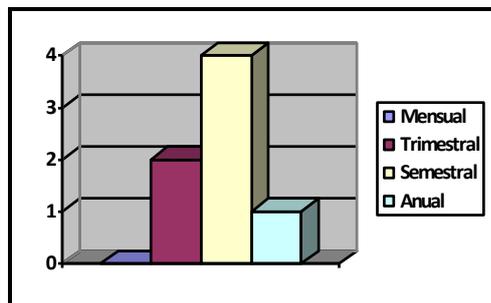
Cuadro # 7. Revisión de Políticas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	0	0%
Trimestral	2	28,57%
Semestral	4	57,14%
Anual	1	14,29%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Gráfico # 3. Revisión de Políticas



Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Interpretación de datos

El 57,14% de los encuestados estiman que la información de la cartera es ingresada regularmente, el 28,57% indica que trimestralmente y el 14,29% cada año. Por medio de estos resultados podemos indicar que la información que manejan de los clientes está algo desactualizada lo cual va a repercutir en el control que el departamento de cobranzas quiere ejercer.

4.- ¿Cree usted que la información de la cartera es ingresada oportunamente y sus datos son reales?

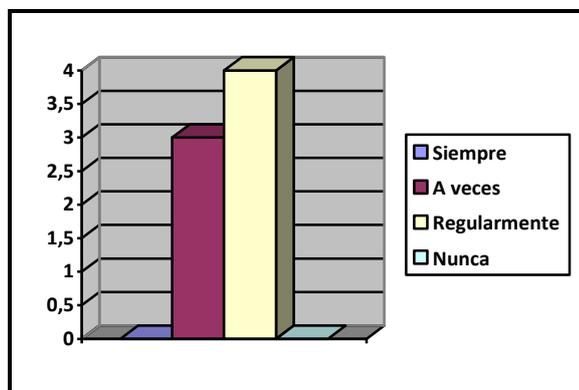
Cuadro # 8. Información de Cartera

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
A veces	3	42,86%
Regularmente	4	57,14%
Nunca	0	0%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Gráfico # 4. Información de Cartera



Fuente: Encuesta

Elaborado: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Interpretación de datos

De acuerdo a los resultados de la encuesta el 57,14 % piensa que la información de cartera es ingresada a tiempo, el 42,86% que a veces.

Este dato nos indica que gran parte de la información no es ingresada a tiempo, evidenciando la falta de control interno en este departamento.

5.- ¿Con qué frecuencia usted cree que se debe actualizar la documentación presentada por los clientes para acceder a un crédito?

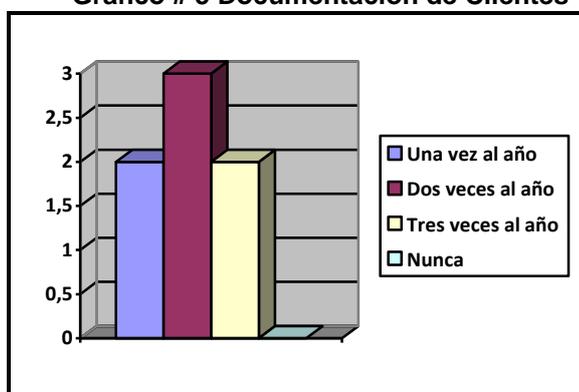
Cuadro # 9. Documentación de Clientes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Una vez al año	2	28,57%
Dos veces al año	3	42,86%
Tres veces al año	2	28,57%
Nunca	0	0%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Gráfico # 5 Documentación de Clientes



Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Interpretación de datos

Podemos decir que el 42,86% de los encuestados opinan que se debe revisar la documentación de los clientes dos veces al año, el 28,57% tres veces al año. Para obtener información más real se debería revisar la documentación de los clientes por lo menos tres veces al año, lamentablemente solo el 28,57% estaría de acuerdo.

6.- ¿Cuáles son los lapsos de tiempo que usted cree que deban tener los clientes para cancelar las deudas contraídas con la empresa?

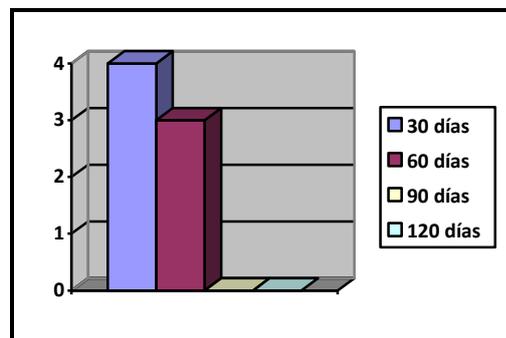
Cuadro # 10. Plazos de pago

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
30 días	4	57,14%
60 días	3	42,86%
90 días	0	0%
120 días	0	0%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mirella Mora Espín y Margarita Mora Espín

Gráfico # 6. Plazos de Pago



Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mirella Mora Espín y Margarita Mora Espín

Interpretación de datos

De acuerdo a las respuestas de la encuesta el 57,14 % estima que se debe de dar 30 días para que los clientes cancelen su deuda y el 42,86% piensa que se debe dar 60 días.

El dar mayores días de plazo para el pago de las deudas podría hacer que las deudas con los proveedores no se cubran a tiempo.

7.- ¿Qué procedimientos existen en el departamento de crédito y cobranzas para la recuperación de las cuentas por cobrar?

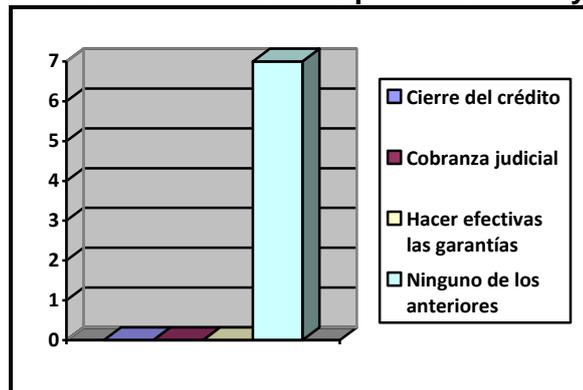
Cuadro # 11. Procedimientos del Dpto. de Crédito y Cobranzas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Cierre del crédito	0	0%
Cobranza judicial	0	0%
Hacer efectivas las garantías	0	0%
Ninguno de los anteriores	7	100%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Gráfico # 7. Procedimientos del Dpto. de Crédito y Cobranzas



Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Interpretación de Datos

El 100% de los encuestados expresaron que no existe un procedimiento para la recuperación de las cuentas por cobrar.

De acuerdo a los resultados, esta es la razón del problema en este departamento.

8.- ¿Con qué frecuencia el personal es capacitado en las áreas que labora?

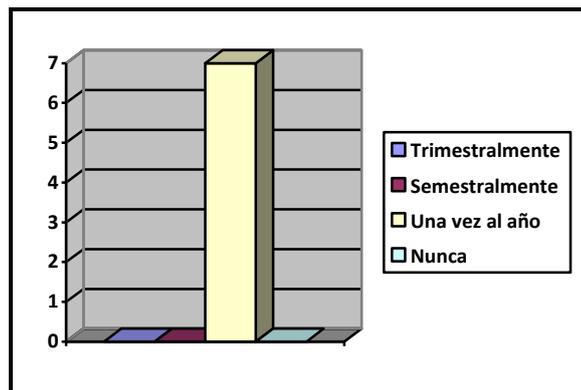
Cuadro # 12. Capacitación del personal

Alternativas	Frecuencia	porcentaje
Trimestralmente	0	0%
Semestralmente	0	0%
Una vez al año	7	100%
Nunca	0	0%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Gráfico # 8. Capacitación del personal



Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Interpretación de datos

El 100% de los encuestados afirmaron que reciben capacitación una vez al año en la empresa.

Al no existir capacitación, los empleados estarán desactualizados y no podrán cumplir con eficiencia sus roles en la empresa.

9.-. ¿Cuántas veces al año se revisan los estados financieros y las razones financieras?

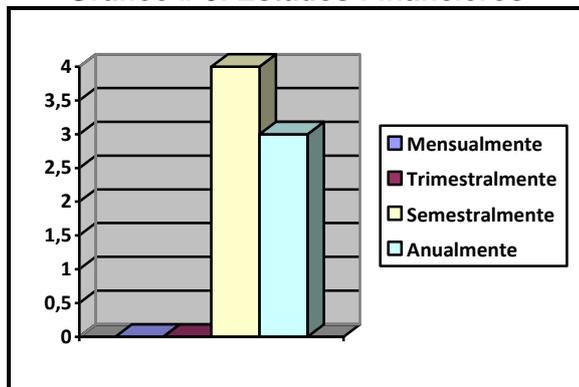
Cuadro # 13. Estados Financieros

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mensualmente	0	0%
Trimestralmente	0	0%
Semestralmente	4	57,14%
Anualmente	3	42,86%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Gráfico # 9. Estados Financieros



Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Interpretación de datos

Podemos decir que el 57,14 % indica que los estados financieros se revisan en la empresa semestralmente y el 42,86 % anualmente. Este resultado no permite identificar la razón por la cual se necesitan políticas y procedimientos en la empresa, con un 57,14% de revisión semestral, la información no es actualizada a tiempo y la toma de decisiones puede verse afectada en la empresa.

10.- ¿Cree usted que se está cumpliendo con las políticas de crédito en la empresa?

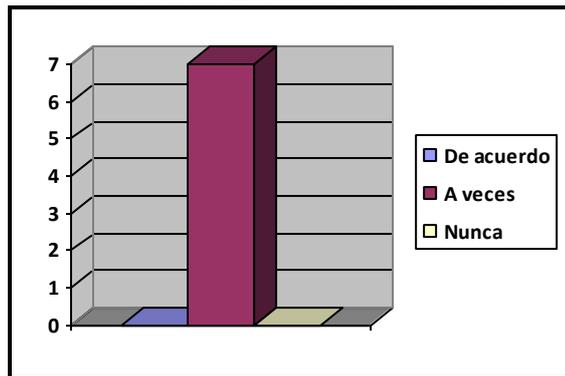
Cuadro # 14. Políticas de Crédito

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	0	0%
A veces	7	100%
Nunca	0	0%
Total	7	100%

Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Gráfico # 10. Estados Financieros



Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Interpretación de datos

El 100 % de los encuestados afirman que solo a veces se revisan las políticas de Crédito en la empresa, porque no existe un Manual de funciones establecido.

CLIENTES

1.- ¿Cómo calificaría el servicio que le brinda la empresa GIMO S.A.?

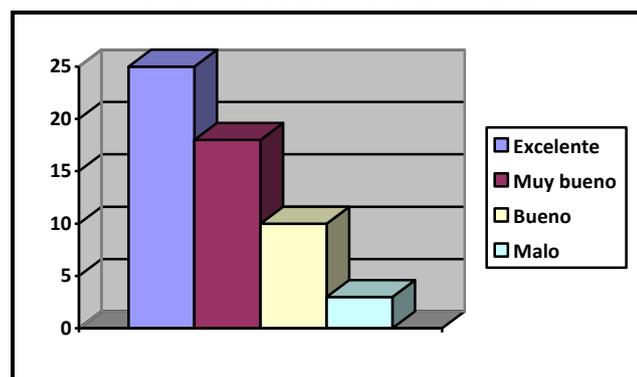
Cuadro # 15. Servicio al Cliente

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	25	44,64%
Muy bueno	18	32,14%
Bueno	10	17,86%
Malo	3	5,36%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Gráfico # 11. Atención a Clientes



Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Interpretación de datos

Según los datos de la encuesta realizada a los clientes, el 44,64% considera que el servicio que le brinda la empresa GIMO S.A. es excelente, el 32,14% piensa que es muy bueno, el 17,86% que es bueno y el 5,36% que es malo. Podemos decir que es bueno que un 44,64% de clientes piensen que nuestro servicio es excelente, aunque también tenemos que considerar a los clientes que opinan que no es bueno, porque podríamos estar dejando de cubrir sus necesidades y expectativas, la empresa deberá manejar estrategias de diferenciación ya que éstas son herramientas muy útiles al momento de comercializar nuestros productos.

2.- ¿El servicio de Cobros es?

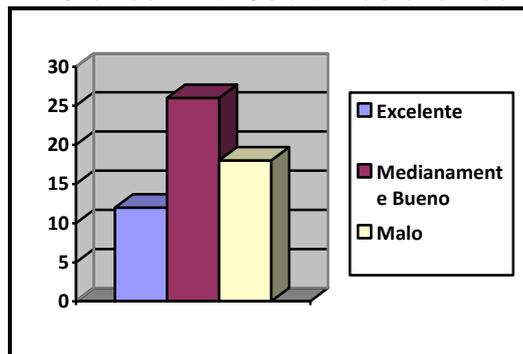
Cuadro # 16. Cobranzas a Clientes

Alternativas	Frecuencia	porcentaje
Excelente	12	21,43%
Medianamente Bueno	26	46,43%
Malo	18	32,14%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Gráfico # 12. Cobranzas clientes



Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Interpretación de datos

El 46,4% piensa que la gestión de cobros es medianamente buena, el 32,14 % piensa que la gestión de Cobro es mala y el 21,43% que es excelente.

Estos porcentajes nos permiten determinar la inconformidad de nuestros clientes, teniendo como resultado que solo un 21,43% de ellos está conforme, esto será considerado para nuestro análisis.

3.- ¿Qué propiedades posee, que puedan ser garantía para un acceder aun crédito?

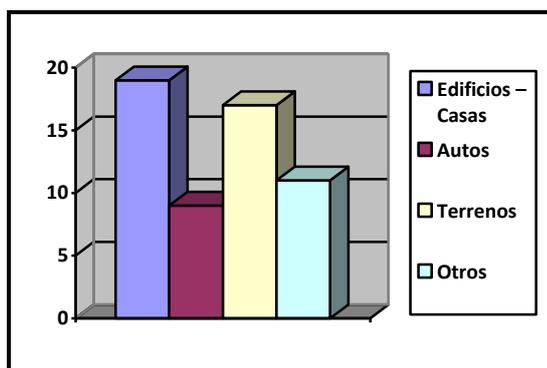
Cuadro # 17. Garantía Clientes

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
Edificios – Casas	19	33,93%
Autos	9	16,07%
Terrenos	17	30,36%
Otros	11	19,64%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Gráfico # 13. Garantía Clientes



Fuente: Encuesta

Elaborado: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Interpretación de datos

Podemos ver que el 33,93% de los clientes tienen edificios y casas que podrían dejar como garantía de Crédito, 30,36% posee terrenos, el 19,64% posee otros bienes y el 16,07 % tiene autos.

Si el crédito al que acceden nuestros clientes es mayor a 30.000,00 dólares, podemos establecer que un 33.93% podrá entregar una garantía que cubra el mismo.

4.- ¿Posee cuenta corriente? ¿Cuántas cifras maneja?

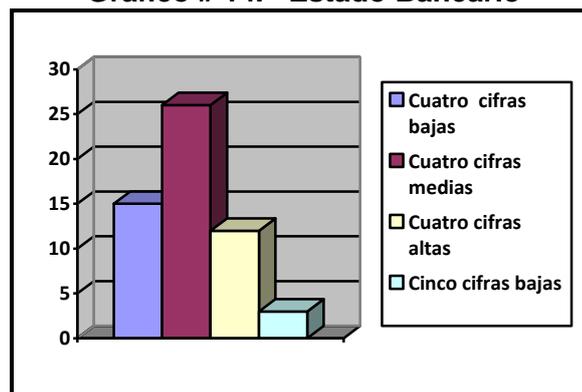
Cuadro # 18. Estado Bancario

Alternativas	Frecuencia	porcentaje
Cuatro cifras bajas	15	26,79%
Cuatro cifras medias	26	46,43
Cuatro cifras altas	12	21,43
Cinco cifras bajas	3	3,57%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Gráfico # 14. Estado Bancario



Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Interpretación de los Datos

El 46,43% posee cuentas corrientes con saldo promedio mensual de cuatro cifras medias, el 26,79% posee saldo mensual de cuatro cifras bajas, el 21,43% cuatro cifras altas y el 3,57 cinco cifras bajas. Podemos establecer que nuestros clientes poseen un estado bancario que nos beneficia porque sabemos que de esta manera manejaremos un circulante de efectivo que agilizará la adquisición de productos.

5.- ¿Cuántos días de crédito cree usted que debería tener?

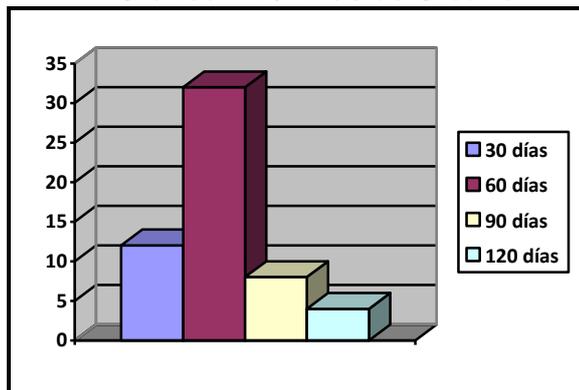
Cuadro # 19. Días de Crédito

Alternativas	Frecuencia	Porcentajes
30 días	12	21,43%
60 días	32	57,14%
90 días	8	14,26%
120 días	4	7,14%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Gráfico # 15. Días de Crédito



Fuente: Encuesta

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Interpretación de los datos

El 57,14% de los clientes encuestados estima que deberían tener 60 días de crédito, el 21,43% piensa que 30 días, 14,26% 90 días de crédito y el 7,14 % 120 días de crédito. Este resultado no es muy favorable para la empresa puesto que la mayoría de los clientes podrían optar ahora por ampliar sus días de crédito, de ser así tendríamos que buscar proveedores que nos den por lo menos 65 días de crédito, para que no se vea comprometido el pago a los mismos.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN TENDENCIA Y PERSPECTIVA

De acuerdo a las encuestas realizadas, podemos decir que es de suma importancia para la empresa contar con Políticas y Procedimientos en el departamento de Crédito y Cobranzas, las mismas que deberán ser revisadas por Gerencia, para poder mantener un Control Interno genuino y así no se vea afectada la liquidez de la empresa.

Como podemos apreciar en la encuesta la mayoría de los encuestados está de acuerdo en que no se lleva un correcto control interno.

Podemos observar que un 100% de los encuestados afirma que en la empresa no se cumple con las políticas de crédito, deberá haber mayor control en esta área debido a que esta carencia en la administración puede generar futuros problemas en las cobranzas.

Los encuestados también indican que la empresa no les da capacitación constante, esto podría afectar al departamento, pues los empleados no estarían actualizados en ciertas áreas y esto ocasionaría deficiencia en el desempeño de sus labores.

Si tomamos encuesta la encuesta hecha a los clientes, estos no están muy satisfechos con la forma en que se realizan las cobranzas en la empresa.

Por lo tanto, ratificamos el problema planteado en la presente investigación, que es necesario buscar y tomar las herramientas necesarias para encontrar una solución que favorezca tanto a la empresa como a sus clientes.

4.3 RESULTADOS

De acuerdo a la encuesta y a la investigación realizada hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- La falta de Políticas y Procedimientos conlleva a que muchas veces no haya un correcto desempeño en el área financiera.
- La falta de un Manual de Control Interno en el departamento de Crédito y Cobranzas para un correcto monitoreo del mismo.

- Capacitación del personal encargado en otorgar crédito a los clientes, para que este sea aplicado correctamente.
- Falta de un correcto análisis crediticio el mismo genera malestar en los clientes.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro # 20 Verificación de Hipótesis

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
La aplicación de procedimientos de control en los departamentos de crédito y cobranza ayudará a cumplir las metas establecidas por el departamento	Queda demostrado con las preguntas 1 y 2 de la encuesta
El registro a tiempo del pago de los clientes repercutirá en el nivel crediticio de los mismos.	Queda demostrado en la pregunta 6 de la encuesta al personal que labora en la empresa y la pregunta 5 de la encuesta a clientes.
El establecimiento de controles adecuados al momento de otorgar un crédito ayudara a un correcto análisis del mismo.	Queda demostrado en las pregunta 5 y 10 de la encuesta al personal de la empresa y en las preguntas 3 y 4 de la encuesta a clientes.
El contar con un reglamento interno y políticas de procedimiento permitirán el buen desempeño del departamento de crédito y cobranzas.	Queda demostrado en las preguntas 3, 4 y 7 de la encuesta al personal de la empresa.
La utilización de personal preparado en el área administrativa financiera permitirá establecer el análisis estadístico necesario de las cuentas incobrables y análisis comparativos financieros entre períodos contables.	Queda demostrado en las preguntas 8 y 9 de la encuesta realizada al personal de la empresa.

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

CAPÍTULO V

PROPUESTA

Antecedentes

GIMO S.A. es una empresa privada con más de 14 años de presencia en el mercado ecuatoriano dedicada a proveer servicios, equipos y un Software Administrativo – Contable, el mismo que se comercializó con éxito, cumpliendo con el objetivo de constituirse en tecnología eficaz y productiva para todos sus clientes, logrando así su crecimiento y satisfacción.

Se inició con dos personas, las cuales se encargaban de vender computadoras a pequeños negocios y a personas naturales, tenían en esa época solo 2 proveedores.

Los proveedores se incrementaron a 6, dándonos mayores días de crédito y mejores precios.

Hoy en día la empresa cuenta con 20 personas que laboran para brindar a sus clientes todos los Servicios.

Al momento las empresas se están viendo obligadas a vender otorgando crédito, debido a las presiones de la competencia, GIMO S.A. no es la excepción, por lo que podemos decir que se debería contar con una adecuada política de crédito para obtener ciertas ganancias, tomando en cuenta su efectividad en la administración de las cuentas por cobrar, así como la rentabilidad y riesgo de la organización.

Se han detectado en el año 2011 algunas anomalías especialmente en el Departamento de Crédito, Cobranza tales como faltantes no registrados en las cuentas por cobrar a clientes que cancelan en efectivo provocando la falta de credibilidad por parte de estos clientes, desequilibrio financiero y escasez de liquidez que impiden cumplir a tiempo con ciertas obligaciones.

Esto debido a un incorrecto análisis de crédito, otorgando facilidades de pago a clientes cuya recuperación de saldos se torna lenta y débil hasta llegar a la pérdida de los mismos, transformándose en incobrables.

Por no contar un con un reglamento interno ni políticas, no hay un orden en las funciones de cada empleado, pudiendo duplicarse o no realizarse determinadas actividades que alteran el buen funcionamiento de la Empresa.

El departamento financiero presenta problemas al momento de realizar análisis estadístico de las cuentas incobrables debido a que el personal no está capacitado.

Se han detectado deficiencias en la gestión de los Departamentos de Crédito y cobranzas, razón por la cual la empresa puede estar expuesta a riesgos no controlados, e irregularidades, que al no ser corregidas oportunamente afectarán el ámbito financiero. En consecuencia con lo anteriormente expuesto, la empresa debe lograr un trabajo eficaz para dar cumplimiento al logro de sus objetivos.

5.1 TEMA

Aplicación de Reingeniería Integral en la Empresa GIMO S.A. en el año 2012.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Control Interno: Plan de organización entre la contabilidad, funciones de empleados y procedimientos coordinados que adopta una empresa pública, privada o mixta, para obtener información confiable, salvaguardar sus bienes, promover la eficiencia de sus operaciones y adhesión a su política administrativa.

Cronograma: Es aquella lista que recopila todos los elementos terminales de un proyecto, con las respectivas fechas previstas de comienzo y final.

Eficiencia: Aplicación óptima de los recursos, logrando niveles adecuados de productividad y aprovechamiento. Es relación entre los resultados obtenidos

(ganancias, objetivos cumplidos, productos, etc.) y los recursos utilizados (horas-hombre, capital invertido, materias primas, etc.)

Objetivos: Propósito o fin que se pretende alcanzar, ya sea con la realización de una sola operación, de una actividad concreta, de un procedimiento, de una función completa o de todo el funcionamiento de una organización.

Organigrama.- Esquema que expresa gráficamente la organización de una entidad determinada.

Política: Es una norma de proceder, una orientación clara para dirigir todas las actividades de un mismo tipo.

Proceso: Es una serie de actividades relacionadas entre sí que convierten insumos en productos (cambiando el estado de las entidades de negocios pertinentes).

Reglamento Interno: Conjunto de disposiciones ordenadas y obligatorias que regulan la vida interna de una empresa en lo que a ejecución o prestación de servicio se refiere, tomando en cuenta fundamentalmente las características y modalidades de la misma.

Reingeniería: Es el rediseño rápido y radical de los procesos estratégicos de valor agregado (y de los sistemas, políticas, y las estructuras organizacionales que las sustentan) para optimizar los flujos del trabajo y la productividad de una organización.

5.3 JUSTIFICACIÓN

Debido a que la empresa GIMO S.A. ha presentado problemas en el departamento de Crédito y Cobranzas, se realizó una investigación en la cual se identificaron muchas falencias de la misma, este proyecto es importante porque nos va a permitir mejorar este departamento por medio de la implementación de Políticas y procedimientos los cuales van ayudar a que el personal trabaje con profesionalismo,

al igual que un correcto control interno y capacitación de los empleados, para que exista un mejor desempeño departamental.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la Propuesta

Realizar una reingeniería integral para la empresa GIMO S.A. de la ciudad de Guayaquil, por medio de la implementación de políticas, procedimientos de control interno, para un correcto desempeño departamental.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta.

- Desarrollar Manual de funciones para los diferentes departamentos de la empresa.
- Crear políticas y procedimientos que ayuden al desempeño de las diferentes áreas.
- Establecer un cronograma de capacitación al personal.
- Proponer el uso de de herramientas tecnológicas para un mejor desempeño de sus funciones.

5.5 UBICACIÓN

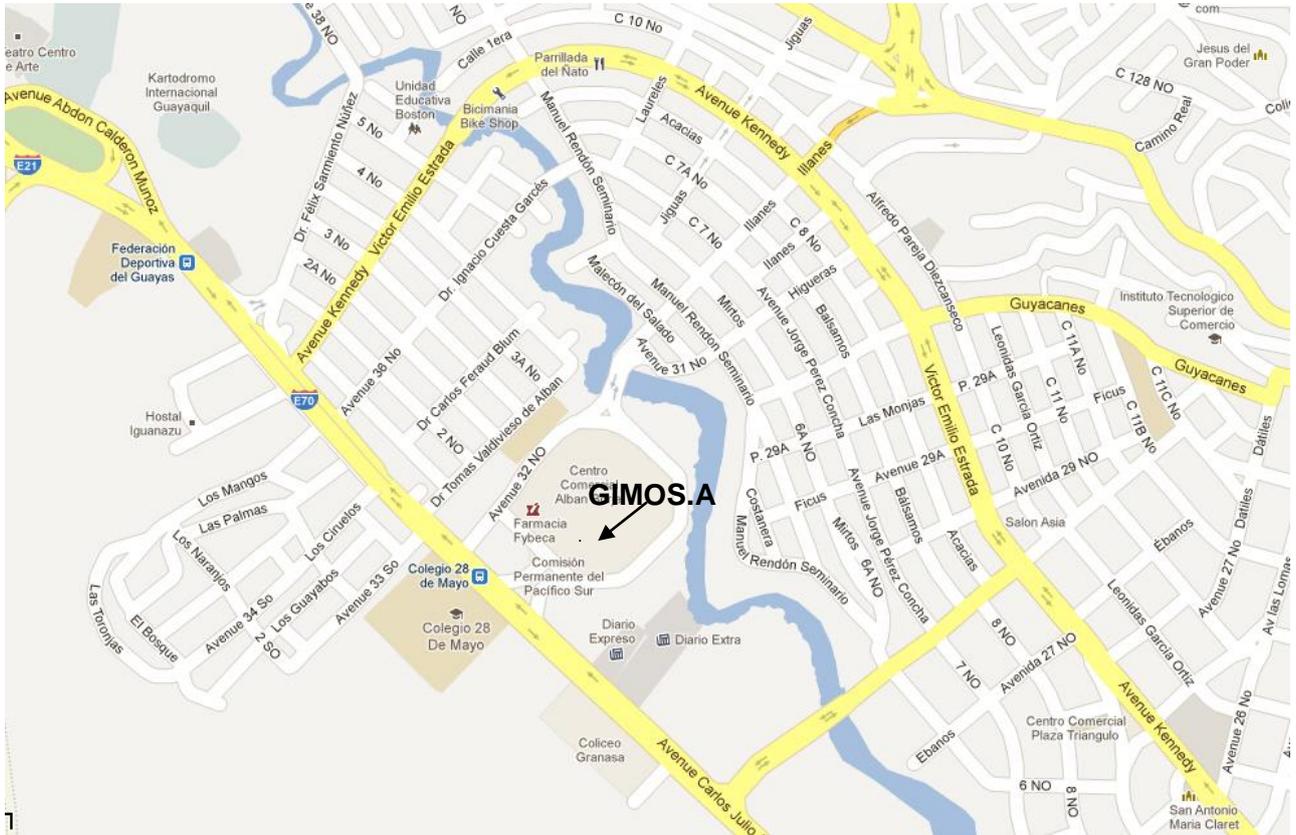
La empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil, en el C.C. ALBANBORJA, puerta 2, primer piso oficina 116.

La oficina está compuesta de dos plantas:

En la planta baja están las oficinas de Administración, Ventas, Sistema y Gerencia.

En la planta alta funciona la Bodega, Servicio Técnico y Coordinación.

Gráfico # 16 Ubicación de la empresa en la ciudad.



Responsables: Gina Mirella Mora Espín y Margarita Mora Espín

5.6 FACTIBILIDAD

VISIÓN

Llegar a ser reconocidos para el 2015 como una compañía líder en la asesoría e implementación y servicio de tecnología informática integral a nivel nacional y latinoamericano, logrando la satisfacción total de sus clientes en relación a la inversión realizada por ellos en tecnologías de información y telecomunicación.

MISIÓN

Ser una empresa dedicada a proveer servicios, equipos y programas, en el campo de las Tecnologías de Información y Comunicación en la ciudad de Guayaquil y el Ecuador, logrando así el crecimiento y satisfacción de sus clientes y de esta manera mantener relaciones comerciales a largo plazo.

VALORES CORPORATIVOS

GIMO S.A. es una empresa ecuatoriana, con 14 años de existencia; y se enorgullece que su equipo de trabajo esté comprometido y promueva los valores que nos permiten mantener nuestra Misión.

- Integridad y honestidad

A nuestros clientes, les ofrecemos productos y servicios con absoluta integridad y honestidad, actuando siempre en consonancia con nuestros valores morales personales e institucionales.

- Compromiso y disciplina

Realizamos nuestro trabajo con el máximo esfuerzo posible, prestando atención a todos los detalles y siguiendo metodologías pre-establecidas que aseguren el cumplimiento de nuestra labor de manera exitosa y que logren la satisfacción de nuestros clientes.

- Mejoramiento y Aprendizaje

Creemos firmemente en el mejoramiento continuo de nuestras políticas, normas y procedimientos, así como la capacitación constante de nuestro personal, con lo cual logramos entes motivados y dispuestos a enfrentar los retos de las nuevas tecnologías.

- Trabajo en equipo

Estamos orientados a laborar en un ambiente de equipo lo que asegura una estructura organizacional más sólida.

- Servicio Personalizado

Realizamos un servicio y trato personalizado con nuestros clientes lo que consolida una relación a largo plazo dentro de un ambiente de mutuo beneficio.

Objetivos generales de la empresa

- Desarrollar estrategias de integración de la tecnología con los procesos de negocios e implementar las operaciones de las plataformas tecnológicas y por sobre todo la oportunidad con que se implementan las soluciones.

Objetivos específicos de la empresa.

- Integrar a los procesos de negocios nuevos canales de interacción con los clientes y proveedores.
- Lograr mayor eficiencia y reducción de costos operacionales para obtener mejores resultados de ventas y lealtad de los clientes.
- Focalizar los recursos de la empresa en el desarrollo del negocio y de nueva tecnología.

Marco Legal

La empresa fue constituida en la superintendencia de compañías como una sociedad anónima, la misma que apertura la cuenta de integración de capital en un banco de la ciudad de Guayaquil, siendo la constitución en numerario. Se elevó una escritura pública en la constitución de la empresa en una notaría de la ciudad de Guayaquil, las mismas que fueron presentadas a la superintendencia de compañías.

Luego de haber sido aprobado el trámite de constitución se inscribió en el Registro Mercantil los nombramientos del Representante Legal y Administrador de la empresa.

La empresa GIMO S.A. cumpliendo con todo lo solicitado, fue constituida como Sociedad Anónima según lo indica la Superintendencia de Compañías en su registro oficial que esta a continuación.

CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA

I.- DEFINICIÓN:

La sociedad anónima es una sociedad de capitales, con responsabilidad limitada, en la que el capital social se encuentra representado por acciones, y en la que la propiedad de las acciones está separada de la gestión de la sociedad.

Nace para una finalidad determinada. Los accionistas no tienen derecho sobre los bienes adquiridos, pero sí sobre el capital y utilidades de la misma. Siendo sus principales rasgos:

- a) **Sociedad de Capitales.**- Se forma gracias a los aportes de los socios, sin los cuales no podría existir la sociedad.
- b) **División de capital en títulos negociables denominados acciones.**- Las acciones representan una parte alícuota del capital y son negociables. La titularidad de las acciones de la sociedad confiere una serie de derechos indesligables,

relacionados con la toma de decisiones en la sociedad y la participación en los rendimientos económicos de la misma.

c) **Responsabilidad Limitada.**- Los socios no responden personalmente por las deudas sociales.

d) **Mecanismo Jurídico Particular.**- La propiedad y la gestión de la empresa se encuentran desligados. Se basa en la existencia de tres órganos de administración que deciden las labores de dirección y gestión de la empresa: la junta general de accionistas, el directorio, y la gerencia.

La sociedad se disuelve por el vencimiento de su plazo de duración, conclusión de su objeto social, acuerdo adoptado con arreglo al estatuto, y otras formas previstas en la Ley.

Constitución por suscripción pública en forma sucesiva mediante oferta a terceros contenida en el programa de fundación otorgado por los socios fundadores. Esta segunda modalidad está reservada sólo para la Sociedad Anónima. Aquí existe un proceso previo, regulado por la Ley, que tiene por objeto reunir a los socios que suscriban y paguen las acciones de la nueva sociedad; sólo después de culminado el proceso se puede otorgar la minuta y la escritura pública de constitución.

II.- REGULACIÓN NORMATIVA

Ley N° 26887 del 09.12.97. Ley General de Sociedades

- Libro I y libro II

Resolución N° 200-2001-SUNARP-SN, del 24.07.2001. Reglamento del Registro de Sociedades.

- Título Preliminar I, II y III

III.- REQUISITOS

1. Formato de solicitud de inscripción debidamente llenado y suscrito.

2. Pago de los derechos registrales.
3. Copia simple del documento de Identidad del presentante, con la constancia de haber sufragado en las últimas elecciones o haber solicitado la dispensa respectiva.
4. Escritura Pública que contenga el pacto social y el estatuto.

IV.- ASPECTOS CALIFICABLES

- La escritura pública de constitución deberá presentarse en la Oficina Registral Correspondiente al domicilio de la sociedad.

CONTENIDO DEL PACTO SOCIAL:

- Datos de identificación de los fundadores. Si es persona natural: nombre, domicilio, estado civil y el nombre del cónyuge en caso de ser casado; si es persona jurídica: denominación o razón social, el lugar de su constitución, su domicilio, el nombre de quien la representa y el documento que acredita la representación.
- La manifestación expresa de la voluntad de los accionistas de constituir una sociedad anónima.
- El monto de capital y las acciones en que se divide.
- La forma como se paga el capital suscrito. Para su constitución, debe suscribirse la totalidad del capital, y cada acción suscrita ser pagada cuando menos en una cuarta parte. No se exige monto de capital mínimo, salvo los casos expresamente previstos por ley (por ejemplo: Sociedades Intermediarias de Valores, Sociedades Administradoras de Fondos Mutuos de Inversión en Valores etc.)

El Capital Social está vinculado a las **aportaciones**, que son las contribuciones que realiza un socio a favor de la sociedad, para la consecución del fin social.

La aportación puede consistir en dinero o en bienes según el caso. En la sociedad anónima sólo pueden ser objeto de aporte los bienes o derechos susceptibles de valoración económica.

Se presenta Informe de Valorización cuando la sociedad se constituye con aportes no dinerarios o aumenta su capital con esta clase de aportes. El Informe de Valorización debe contener la **descripción del bien o derecho**, explicando su naturaleza, características, cualidades. La finalidad es distinguir el aporte, para lo cual podrá adjuntarse fichas registrales de los inmuebles o muebles aportados; para el caso de aportes de Derecho de Crédito es suficiente el título valor del que se deriva, debidamente completado (Art. 10.1 Ley de Títulos Valores), y si fuera un valor desmaterializado la constancia de inscripción y titularidad que expida la institución de Compensación y Liquidación de valores (artículo. 18.3 Ley de Títulos Valores, artículo 216° Ley del Mercado de Valores); en el caso de intangibles como marcas, patentes, derechos patrimoniales de autor, lemas o nombres comerciales, puede presentarse una copia de la partida registral de inscripción expedida por el Indecopi. Debe indicarse en la escritura de Constitución si el aporte transfiere en propiedad el bien o sólo un derecho sobre éste, en cuyo caso la sociedad adquiere únicamente el derecho transferido a su favor. El Informe de Valoración debe insertarse en la escritura pública de constitución.

Según el Servicio de Renta Internas

Requisitos de inscripción de Sociedades.

- Formulario RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías
- **Identificación del representante legal y gerente general:**
 - * **Ecuatorianos:** copia de la cédula de identidad y presentar el certificado de votación del último proceso electoral.

* **Extranjeros residentes:** copia de la cédula de identidad, si no tuvieran cédula presentan copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 10 vigente.

* **Extranjeros no residentes:** copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 12 vigente.

- **Por inscripción o actualización tardía,** copia del formulario 106 en el que conste el pago de la multa

De acuerdo a toda la reglamentación expuesta la empresa GIMO S.A fue creada en el año de 1998, la misma que tiene las siguientes obligaciones tributarias:

- Declaración mensual del IVA, formulario 104
- Declaración mensual de RENTA formulario 103
- Declaración anual de IMPUESTO A LA RENTA 101
- Presentación de Anexos Transaccionales
- Presentación de Anexos de Relación de Dependencia.

Las Sociedades son personas jurídicas que realizan actividades económicas lícitas amparadas en una figura legal propia. Estas se dividen en privadas y públicas, de acuerdo al documento de creación.

Las Sociedades están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica. Los plazos para presentar estas declaraciones se establecen conforme el noveno dígito del RUC:

Cuadro # 21. Plazos para declarar al SRI

PLAZOS PARA DECLARAR Y PAGAR IMPUESTOS					
NOVENO DIGITO DEL RUC	IMPUESTO A LA RENTA	ANTICIPO IMPUESTO A LA RENTA		ICE Y RETENCIONES EN LA FUENTE	IVA MENSUAL
		PRIMERA CUOTA	SEGUNDA CUOTA		
	FORMULARIO 101	FORMULARIO 106		FORMULARIO 105 y 103	FORMULARIO 104
1	10 de abril	10 de julio	10 de septiembre	10 del mes siguiente	10 del mes siguiente
2	12 de abril	12 de julio	12 de septiembre	12 del mes siguiente	12 del mes siguiente
3	14 de abril	14 de julio	14 de septiembre	14 del mes siguiente	14 del mes siguiente
4	16 de abril	16 de julio	16 de septiembre	16 del mes siguiente	16 del mes siguiente
5	18 de abril	18 de julio	18 de septiembre	18 del mes siguiente	18 del mes siguiente
6	20 de abril	20 de julio	20 de septiembre	20 del mes siguiente	20 del mes siguiente
7	22 de abril	22 de julio	22 de septiembre	22 del mes siguiente	22 del mes siguiente
8	24 de abril	24 de julio	24 de septiembre	24 del mes siguiente	24 del mes siguiente
9	26 de abril	26 de julio	26 de septiembre	26 del mes siguiente	26 del mes siguiente
0	28 de abril	28 de julio	28 de septiembre	28 del mes siguiente	28 del mes siguiente

Fuente: SRI

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín.

Las Sociedades deberán llevar la contabilidad bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

Según Normativa Municipal.

GIMO S.A. consta con Permisos Anuales de Funcionamiento

Tasas de Habilitación y Control

Art. 21.- OBJETO DE LA TASA.- En virtud de lo dispuesto en la Ley de Régimen Municipal vigente, y con el objeto de habilitar y controlar que los establecimientos comerciales e industriales cumplan con los requisitos legales establecidos en las ordenanzas municipales, de proporcionar los datos requeridos por el Censo Permanente Municipal, se crea la Tasa de Habilitación y Control.

Art. 22.- DE LA EXIGIBILIDAD DE LA TASA.- La Tasa de Habilitación y Control es anual y deberá ser cancelada hasta el 31 de agosto cada año.

La empresa GIMO S.A, cumple con todas las ordenanzas municipales, es decir con el pago de los Permisos municipales tales como el permiso de Uso de Suelo, Taza de Habilitación de establecimiento.

A estos permisos le sumamos el que entrega el Benemérito Cuerpo de Bomberos. El cual esta amparado por la siguiente resolución.

RENTAS PARA EL CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL

Decreto Supremo 25 R.O. 412 del 10/02/1937

Art. 1.- El Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, efectuará la recaudación de este impuesto por medio de su Tesorero o por medio de algún Banco de la República. Concédese la acción coactiva para el cobro de este impuesto.

Art. 2.- Los Notarios Públicos no extenderán ninguna escritura de transferencia de dominio, de gravámenes, ni enajenaciones sobre propiedades urbanas de Guayaquil, si los dueños de los predios de que se trate, en cada caso, no le presentare los recibos de estar al día la propiedad en el pago de este impuesto.

Art. 3.- El Registrador de la Propiedad del cantón Guayaquil, tampoco podrá inscribir ninguna diligencia o contrato o escritura pública que afecte a las propiedades gravadas con este impuesto, sin que se le compruebe que la propiedad, materia de la inscripción, éste al día en el pago del impuesto.

Art. 4.- La Municipalidad de Guayaquil, no despachará ninguna solicitud ni concederá ningún permiso sobre las propiedades urbanas de Guayaquil afectadas con el impuesto creado por el Decreto citado en el primer considerando del presente, que el inmueble sobre el que versa la solicitud o permiso, se encuentra al día en el pago de este impuesto del uno por mil para el Benemérito Cuerpo de Bomberos.

Según el Código del Trabajo

Obligaciones del empleador: (art.42)

- Celebrar un contrato de trabajo
- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Afiliar a tu trabajador a la Seguridad Social (IESS), a partir del primer día de trabajo, inclusive si es a prueba.
- Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra.
- Sueldo básico que se debe pagar es de 292.00 usd (SBU 2012).
- Asumir el porcentaje(11,15%) que corresponde al empleador por la seguridad social
- Pagar horas extras y suplementarias.
- Pagar los décimos tercero y cuarto.
- A partir del segundo año de trabajo pagar los Fondos de Reserva.
- A pagar una compensación por el salario digno.
- A pagar utilidades si la empresa tiene beneficios.

Obligaciones del trabajador.(art.45)

- Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos;
- Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción;
- Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador. En estos casos tendrá derecho al aumento de remuneración de acuerdo con la ley;
- Observar buena conducta durante el trabajo;
- Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal;
- Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo;

- Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores o trabajadores;
- Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta;
- Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades; y,
- Las demás establecidas en el CT.

Prohibiciones al empleador: (art.43)

- Imponer multas que no se hallaren en el reglamento interno y que superen el 10% de la remuneración;
- Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados;
- Exigir o aceptar del trabajador dinero o especies como gratificación para que se le admita en un trabajo, o por cualquier otro motivo;
- Cobrar al trabajador interés, sea cual fuere, por las cantidades que le anticipe por cuenta de remuneración;
- Obligar al trabajador, por cualquier medio, a retirarse de la asociación a que pertenezca o a votar por determinado candidato;
- Imponer colectas o suscripciones entre trabajadores;
- Hacer propaganda política o religiosa entre trabajadores;
- Sancionar al trabajador con la suspensión del trabajo;
- Inferir o conculcar el derecho al libre desenvolvimiento de las actividades estrictamente sindicales de la respectiva organización de trabajadores.
- Obstaculizar por cualquier medio la visita o inspecciones de las autoridades del trabajo y la revisión de la documentación referente a los trabajadores; y,
- Recibir en trabajos o empleos a ciudadanos remisos que no hayan arreglado su situación militar.

Prohibiciones al trabajador: (art.46)

- Poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros o de otras personas, así como la de los establecimientos, talleres y lugares de trabajo;
- Tomar de la fábrica, taller o empresa, sin permiso del empleador, útiles de trabajo, materia prima o artículos elaborados;
- Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la acción de estupefacientes.
- Portar armas durante las horas de trabajo, a no ser con permiso de la autoridad respectiva;
- Hacer colectas en el lugar de trabajo durante las horas de labor, salvo con permiso del empleador;
- Usar los útiles y herramientas suministrados por el empleador en objetos distintos del trabajo a que están destinados;
- Hacer competencia al empleador en la elaboración o fabricación de los artículos de la empresa;
- Suspender el trabajo, salvo el caso de huelga;
- Abandonar el trabajo sin causa legal.

Según la Ley de Seguridad Social

DEBERES:

- Procurar el cuidado integral de su salud.
- Suministrar información clara, veraz y completa sobre su estado de salud.
- Cumplir las normas de seguridad e higiene propias de cada empresa.
- Participar en la prevención de los riesgos profesionales mediante las actividades que determinen de manera conjunta la empresa y la ARP.

DERECHOS:

El primero es el derecho a un proceso de inducción y de entrenamiento en seguridad pues antes de iniciar cualquier ocupación es obligación del empleador informar sobre las políticas y las medidas de seguridad de la empresa, sobre los factores de

riesgo propios de la actividad económica y los específicos al oficio, al igual que la forma de prevenirlos y controlarlos.

- Otro derecho que tenemos como trabajadores es la garantía de la salud y la seguridad desde el principio. Identificando los factores de riesgo de cada trabajo y controlando la fuente de esos riesgos.
- Si una maquinaria presenta fallas mecánicas, es necesario antes de ponerla a trabajar, garantizar su buen mantenimiento y colocar sus guardas de protección.
- Si en las condiciones de trabajo dentro de la empresa, existe un factor de riesgo como el ruido, es necesario usar elementos de protección auditivos.
- La inducción y el entrenamiento de una persona que ingresa a una empresa o que es cambiada de puesto de trabajo debe ser integral, es decir, debe abarcar aspectos como la seguridad, la calidad y la productividad.
- Conocer las normas de seguridad es una condición necesaria para el desarrollo de la ocupación del trabajador y en consecuencia, el logro de buenos resultados para la empresa.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

PERSONAL

1.- Área Administrativa

Se encarga de gestionar todo el funcionamiento de la empresa, de la selección del personal, manejo de inventarios, contabilidad, realizar las compras de insumos y de la coordinación de las áreas operativas.

2.- Área operativa

Se encarga de toda las operaciones del negocio en la asistencia técnica y la venta de Hardware, software y de ofrecer una excelente atención al cliente, también se encarga de la innovación y desarrollo de nuevos proyectos.

Área Administrativa

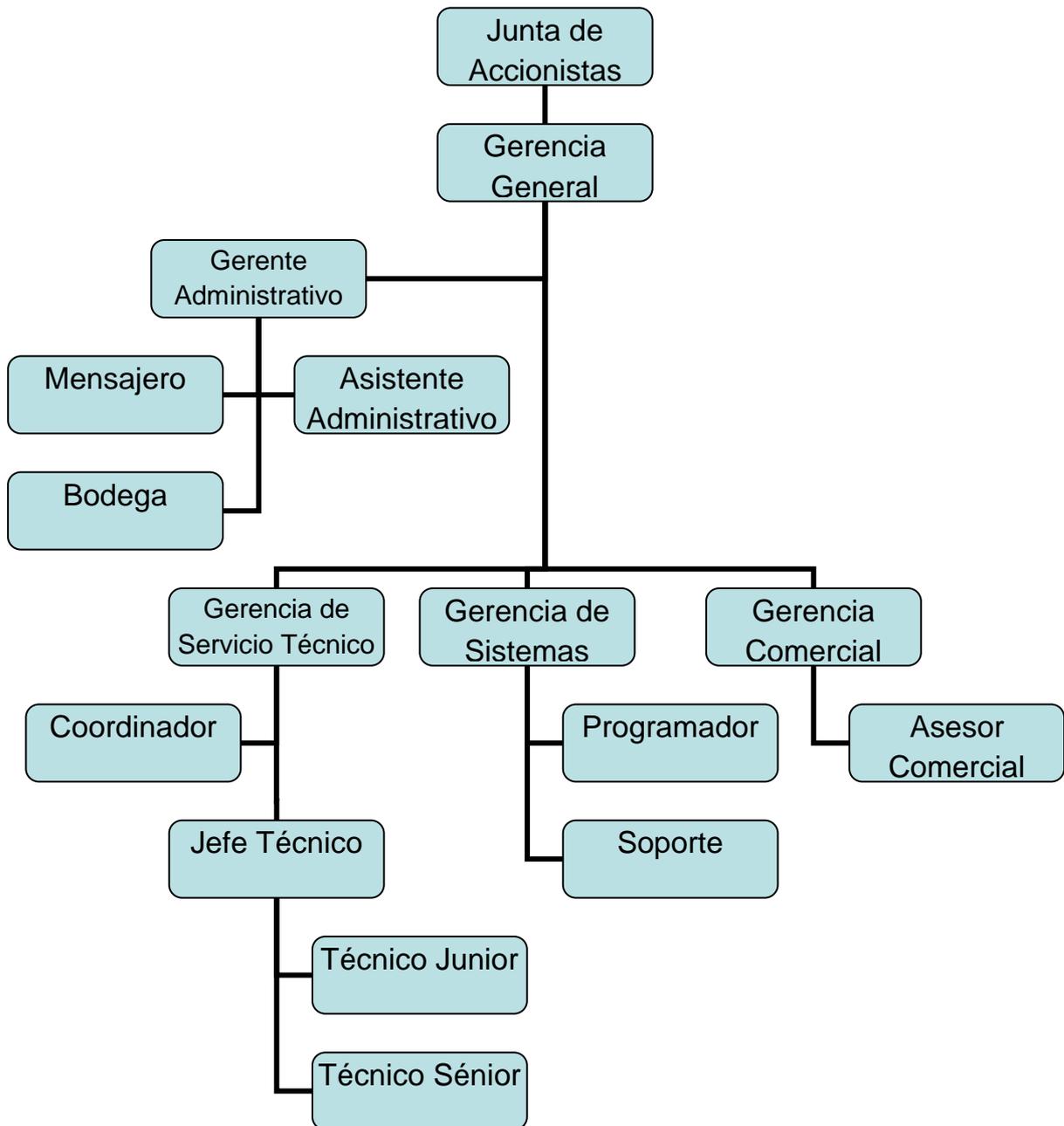
- Gerente General.
- Gerente Administrativo-Financiero.
- Contador.
- Asistente Administrativo.
- Mensajero.
- Bodeguero.

Área Operativa

- Gerente de Servicio Técnico.
- Coordinador.
- Jefe de Técnicos.
- Técnicos
- Gerente de Sistemas.
- Programadores
- Soportes en Línea
- Gerencia Comercial.
- Asesores Comerciales.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

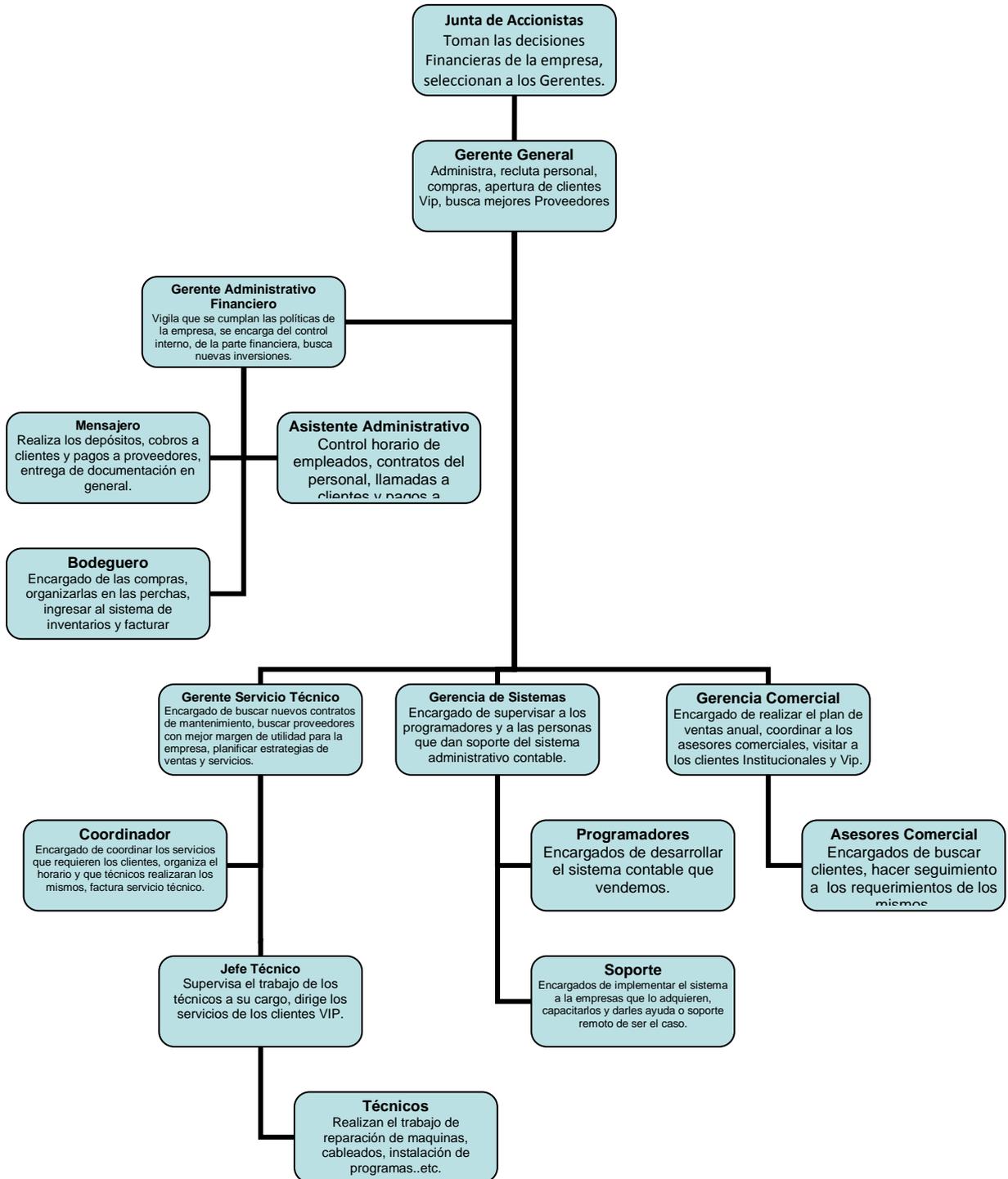
Gráfico # 17 Organigrama Estructural



Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Gráfico # 18. Organigrama Funcional



Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

MANUAL DE FUNCIONES

CARGO	GERENTE GENERAL	
DEPARTAMENTO	ADMINISTRATIVO	
REPORTA	ACCIONISTAS	
SUPERVISA	JEFE ADMINISTRATIVO-CONTADOR	
REEMPLAZA	GERENTE O JEFE DE AREA QUE EL DESIGNE	
OBJETIVO		
Actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados, por los accionistas. Actúa como soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada area funcional.		
FUNCIONES BASICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1.- Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa. 2.- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas 3.- A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto mediano y largo plazo. 4.- Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles. 5.- Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción. 		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<ol style="list-style-type: none"> 1.- Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gerente. 2.- Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades. 3.- Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión). 4.- Mantiene contacto continuo con proveedores, en busca de nuevas tecnologías o materias primas, insumos y productos mas adecuados. 5.- Decide cuando un nuevo producto ha de ingresar al mercado. 6.- Se encarga de la contratación y despido de personal. 7.- Está autorizado a firmar los cheques de la compañía, sin límite de monto 8.- Cualquier transacción financiera mayor como obtención de préstamos, cartas de crédito, asignación de créditos a clientes, etc. deben contar con su aprobación. 		
REQUISITOS MINIMOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA		
Formacion Academica	Experiencia	
ING, ECONOMISTA, MASTER EN FINANZAS Estadística, Informática,	Cuatro (4) años de experiencia laboral, relacionada con el cargo. Experiencia en herramientas informáticas,	
COMPETENCIAS PARA EL CARGO		
Competencias Comunes	Competencias Comportamentales	
Orientación a resultados. Orientación al Cliente Externo e Interno. Transparencia. Compromiso con la empresa.	Hombre o Mujer de entre 35-45 años Manejo de la información. Dotes de Mando Espíritu de Observacion Relaciones interpersonales. Capacidad de Escucha Capacidad de Analisis y Sintesis Espíritu de Lucha Perseverancia y Constancia	
ELABORADO:	EMPLEADO:	FECHA:

CARGO	JEFE ADMINISTRATIVO	
DEPARTAMENTO	ADMINISTRACION	
REPORTA	GERENTE GENERAL	
SUPERVISA	Asistente administrativa, bodeguero, mensajeros, conserjes.	
REEMPLAZA	GERENTE GENERAL Y PERSONAL DESIGNADO PARA TAREAS ESPECIFICAS	
OBJETIVO		
se ocupa de la optimización del proceso administrativo, el manejo de las bodegas y el inventario, y todo el proceso de administración financiera de la organización.		
FUNCIONES BASICAS		
1.- Estar puntual en su lugar de trabajo. 2.- Mantener el control de la Asistencia - Reloj biometrico 3.- Mantener en perfecto orden su lugar de trabajo, maquinas, equipos y demás que le hayan sido asignadas 4.- Atender a las llamadas telefónicas de los clientes externos e internos 5.- Llevar el control de la Caja Chica. 6.- Realizar el inventario mensual de los materiales de oficina y limpieza de la oficina. 7.- Colaborar con la entrega de cheques a Proveedores y emitir su respectiva retencion. 8.- Coordinar con Mensajería la entrega de Facturas a los clientes, retiro de retenciones y Cobro de las mismas. 9.- Conocer y cumplir con el reglamento Interno de la Empresa. 10.- Apoyar los trámites administrativos que requiera la dependencia para el cumplimiento de su finalidad. 11.- Desempeñar las demás funciones inherentes al cargo y que le sean asignadas por su jefe inmediato		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
1.- Negociación con clientes, en temas relacionados con crédito y pago de proyectos 2.- Manejo del inventario. Optimizar los niveles de inventario, tratando de mantener los días de inventario lo más bajo posibles. 3.- Control completo de las bodegas, monitoreo y arqueo que aseguren que no existan faltantes. Monitoreo y autorización de las compras necesarias por bodegas. 5.- Encargado de todos los temas administrativos relacionados con recursos humanos, nómina, préstamos, descuentos, vacaciones, etc. 6.- Manejo del archivo administrativo 7.- Aprobación de la facturación que se realiza por ventas de bodega. 8.- Supervisión de la facturación de proyectos hecha por bodega bajo lo establecido en los contratos firmados con el cliente 9.- Administrar y autorizar préstamos para empleados. 10.- El Jefe Administrativo deberá llevar a cabo cualquier otra actividad determinada por el Gerente General		
REQUISITOS MINIMOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA		
Formacion Academica	Experiencia	
Ing, en Administracion, Economia o Finanzas	Tres (3) años de experiencia laboral, relacionada con el cargo.	
COMPETENCIAS PARA EL CARGO		
Competencias Comunes	Competencias Comportamentales	
Orientación a resultados. Orientación al Cliente Externo e Interno. Transparencia. Compromiso con la empresa.	Hombre o Mujer de entre 30-40 años Manejo de la información. Adaptación al cambio. Disciplina. Relaciones interpersonales. Colaboración.	
ELABORADO:	EMPLEADO:	FECHA:

CARGO	ASISTENTE ADMINISTRATIVO	
DEPARTAMENTO	ADMINISTRATIVO	
REPORTA	JEFE ADMINISTRATIVO-CONTADOR GENERAL	
UBICACIÓN	GUAYAQUIL	
OBJETIVO		
Responsable de las tareas administrativas del departamento, y labores asistenciales requeridas, a fin de garantizar por parte de la Administración una debida prestación de servicio.		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
1.- Estar puntual en su lugar de trabajo. 2.- Mantener el control de la Asistencia - Reloj biometrico 3.- Mantener en perfecto orden su lugar de trabajo, maquinas, equipos y demás que le hayan sido asignadas 4.- Atender a las llamadas telefónicas de los clientes externos e internos 5.- Llevar el control de la Caja Chica. 6.- Realizar el inventario mensual de los materiales de oficina y limpieza de la oficina. 7.- Colaborar con la entrega de cheques a Proveedores y emitir su respectiva retencion. 8.- Coordinar con Mensajería la entrega de Facturas a los clientes, retiro de retenciones y Cobro de las mismas. 9.- Conocer y cumplir con el reglamento Interno de la Empresa. 10.- Apoyar los trámites administrativos que requiera la dependencia para el cumplimiento de su finalidad. 11.- Desempeñar las demás funciones inherentes al cargo y que le sean asignadas por su jefe inmediato		
REQUISITOS MINIMOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA		
Formacion Academica	Experiencia	
Bachiller en cualquier modalidad Sistemas Office y Windows	Dos (2) años de experiencia laboral, relacionada con el cargo. Experiencia en herramientas informáticas Microsoft Office (Word, Excel, Internet, etc.)	
COMPETENCIAS PARA EL CARGO		
Competencias Comunes	Competencias Comportamentales	
Orientación a resultados. Orientación al Cliente Externo e Interno. Transparencia. Compromiso con la empresa.	Manejo de la información. Adaptación al cambio. Disciplina. Relaciones interpersonales. Colaboración.	
ELABORADO:	EMPLEADO:	FECHA:

CARGO	CONTADOR	
DEPARTAMENTO	ADMINISTRATIVO	
REPORTA	GERENTE GENERAL	
SUPERVISA	ASISTENTE CONTABLE	
REEMPLAZA	JEFE ADMINISTRATIVO/FINANCIERO	
OBJETIVO		
Responsable de las tareas administrativas del departamento, y labores asistenciales requeridas, a fin de garantizar por parte de la Administración una debida prestación de servicio.		
FUNCIONES BASICAS		
1.- Las funciones del Contador están determinadas por las normas y código de ética establecidos para el ejercicio de la profesión 2.- Análisis de la cantidad de inversión necesaria para alcanzar las ventas esperadas, decisiones que afectan al lado izquierdo del balance general 3.- La forma de obtener los fondos y de proporcionar el financiamiento de los activos que requiere la empresa para elaborar los productos cuyas ventas generarán ingresos. Esta área representa las decisiones de financiamiento o las decisiones de estructura del capital de la empresa.		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
1.- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido 2.- Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa, que exijan los entes de control y mensualmente entregar al Gerente un balance de comprobación. 3.- Preparar y presentar las declaraciones tributarias 5.- Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes 6.- Asesorar a la Gerencia y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno. 7.- llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas. 9.- Asesorar a los asociados en materia crediticia, cuando sea requerido 10.- Desempeñar las demás funciones inherentes al cargo y que le sean asignadas por su jefe inmediato		
REQUISITOS MINIMOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA		
Formacion Academica	Experiencia	
Ing en Comercial, CPA, Economista Manejo de Sistema Contable	Cuatro a Cinco (4-5) años de experiencia laboral, relacionada con el cargo. Supervicion de personal a su cargo	
COMPETENCIAS PARA EL CARGO		
Competencias Comunes	Competencias Comportamentales	
Orientación a resultados. Orientación al Cliente Externo e Interno. Transparencia. Compromiso con la empresa.	Hombre-Mujer de entre 30-40 años La persona que aspire a desempeñar el cargo deberá ostentar altas calidades morales y profesionales. Adaptación al cambio. Disciplina. Relaciones interpersonales. Colaboración.	
ELABORADO:	EMPLEADO:	FECHA:

CARGO	JEFE DE VENTAS	
DEPARTAMENTO	VENTAS	
REPORTA	GERENTE GENERAL	
SUPERVISA	VENDEDORES, TECNICOS, BODEGUERO	
REEMPLAZA	VENDEDOR A QUIEN EL CONSIDERE	
OBJETIVO		
Responsable de pedir toda la información pertinente para poder formular su política y para poder poner en práctica las operaciones de ventas. Debe preocuparse profundamente de los clientes de la empresa, usuarios finales de los productos o servicios y de los intermediarios tales como los distribuidores.		
FUNCIONES BASICAS		
1.- Estar puntual en su lugar de trabajo. 2.- Mantener el control de la Asistencia - Reloj biometrico de los vendedores 3.- Mantener en perfecto orden su lugar de trabajo, maquinas, equipos y demás que le hayan sido asignadas 4.- Atender a las llamadas telefónicas de los clientes externos e internos 5.- Análisis de métodos o examen de los modos en que se realizan las funciones para aumentar el rendimiento. 6.- Evaluación del trabajo o tiempos de los diversos elementos de una función a fin de repartir cargas de trabajo bien compensadas. 7.- Investigación de las actitudes de los empleados 8.- Desempeñar las demás funciones inherentes al cargo y que le sean asignadas por su jefe inmediato		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
1.- Planificar los territorios de ventas asignándoles la misma carga de trabajo. De una manera ideal, el potencial comercial de los territorios debería ser el mismo, pero a menudo esto no es posible. 3.- Planificar la situación óptima de las oficinas de ventas 4.- Idear los ciclos de viaje por los territorios de venta. 5.- Redactar especificaciones de venta realistas para los vendedores 6.- Elaborar Plantilla y Calcular las comisiones de los Vendedores. 7.- Realizar visitas con los vendedores para cierre de Negociaciones Grandes 8.- Identificar, definir y describir los mercados a los que la empresa sirve. 9.- Identificar cantidades de productos o servicios que hay que vender. 10.- Clacificación de Clientes, Mercados y zonas		
REQUISITOS MINIMOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA		
Formacion Academica	Experiencia	
Ing. En Venta, Marketing o Afines Sistemas Office y Windows	Tres a Cuatro (3-4) años de experiencia laboral, relacionada con el cargo. Experiencia en herramientas informáticas Microsoft Office Tabla dinamica	
COMPETENCIAS PARA EL CARGO		
Competencias Comunes	Competencias Comportamentales	
Orientación a resultados. Orientación al Cliente Externo e Interno. Transparencia. Compromiso con la empresa.	Hombre de entre 40-45 años Manejo de la información. Don de Mando Disciplina. Relaciones interpersonales. Colaboración.	
ELABORADO:	EMPLEADO:	FECHA:

CARGO	BODEGUERO	
DEPARTAMENTO	ADMINISTRATIVO/VENTAS	
REPORTA	JEFE ADMINISTRATIVO /CONTADOR	
SUPERVISA	CONSERJE/AYUDANTE DE BODEGA	
REEMPLAZA	AYUDANTE DE BODEGA	
OBJETIVO		
Responsable de la atención al cliente que acude a bodega, ya sea este cliente externo o interno		
FUNCIONES BASICAS		
1.- Estar puntual en su lugar de trabajo. 2.- Brindar atención al cliente cuando se comunica para pedir los precios de los materiales y su disponibilidad 3.- Mantener en perfecto orden su lugar de trabajo, maquinas, equipos y demás que le hayan sido asignadas 4.- Atender los requerimientos del clientes externos e internos 5.- Manejo operativo de la bodega 6.- Realizar el inventario mensuales, aleatorios 7.- Compra de materiales 9.- Conocer y cumplir con el reglamento Interno de la Empresa. 10.- Apoyar los trámites administrativos que requiera la dependencia para el cumplimiento de su finalidad. 11.- Desempeñar las demás funciones inherentes al cargo y que le sean asignadas por su jefe inmediato		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
1.- Al recibir el material verificar que se encuentre de acuerdo a las condiciones de la factura y posteriormente ingresar la factura al sistema. 2.- Entregar las facturas a contabilidad 3.- Realizar la venta de materiales a clientes que se acercan a bodega o que solicitan un pedido vía telefónica. 4.- Debe hacer aprobar las facturas emitidas por una de las gerencias funcionales. 5.- Realizar las compras cuando existe faltante o no se puede cumplir con algún pedido, previa aprobación de una de las gerencias funcionales. 6.- En el caso de requerir material eléctrico solicitar cotizaciones a diferentes proveedores. Entregar estas cotizaciones a contabilidad quien decide a quién comprar 7.- Entrega/recepción de los materiales y las herramientas a los técnicos. 8.- Llevar un control de las herramientas entregadas. 9.- Realizar el ingreso de materiales a la bodega cuando los técnicos no lo ocuparon.		
REQUISITOS MINIMOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA		
Formacion Academica	Experiencia	
Bachiller en cualquier modalidad Sistemas Office y Windows	Dos (2) años de experiencia laboral, relacionada con el cargo. Experiencia en herramientas informáticas Microsoft Office, conocimiento de Inventarios	
COMPETENCIAS PARA EL CARGO		
Competencias Comunes	Competencias Comportamentales	
Orientación a resultados. Orientación al Cliente Externo e Interno. Transparencia. Compromiso con la empresa.	Hombre de entre 25-35 años Manejo de la información. Honestidad Disciplina. Relaciones interpersonales. Colaboración.	
ELABORADO:	EMPLEADO:	FECHA:

CARGO	TECNICO	
DEPARTAMENTO	VENTAS	
REPORTA	JEFE DE VENTA	
UBICACIÓN	GUAYAQUIL	
OBJETIVO		
Responsable de las tareas en el area tecnica en la mezcla e insercion de aditivos para los productos que vende la empresa		
FUNCIONES BASICAS		
1.- Estar puntual en su lugar de trabajo. 2.- Mantener en perfecto orden su lugar de trabajo, maquinas, equipos y demás que le hayan sido asignadas 3.- Atender a las llamadas telefónicas de los clientes externos e internos 4.- Realizar el inventario mensual de los materiales que tiene a su cargo 5.- Coordinar con Mensajería la entrega de productos elaborados a los clientes 6.- Conocer y cumplir con el reglamento Interno de la Empresa. 7.- Desempeñar las demás funciones inherentes al cargo y que le sean asignadas por su jefe inmediato		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
1.- Encargado de Realizar las Operaciones de cableado 2.- Encargado de asesorar a los clientes en la utilizacion de detriminado sistema 3.- Encargado de distribuir los materiales para las redes electricas 4.- Encargado de hacer los pedidos, para la compra de insumos 5.- Encargado de identificar las nuevas tendencias en el mercado		
REQUISITOS MINIMOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA		
Formacion Academica	Experiencia	
Programador o analista de sistemas Sistemas Office y Windows	Dos (2) años de experiencia laboral, relacionada con el cargo. Experiencia en herramientas informáticas Microsoft Office Experiencia en Hardware, mantenimiento de partes de computadores.	
COMPETENCIAS PARA EL CARGO		
Competencias Comunes	Competencias Comportamentales	
Orientación a resultados. Orientación al Cliente Externo e Interno. Transparencia. Compromiso con la empresa.	Hombre de entre 20-35 años Manejo de herramientas Tecnicas y Computarizadas Adaptación al cambio. Disciplina. Relaciones interpersonales. Colaboración.	
ELABORADO:	EMPLEADO:	FECHA:

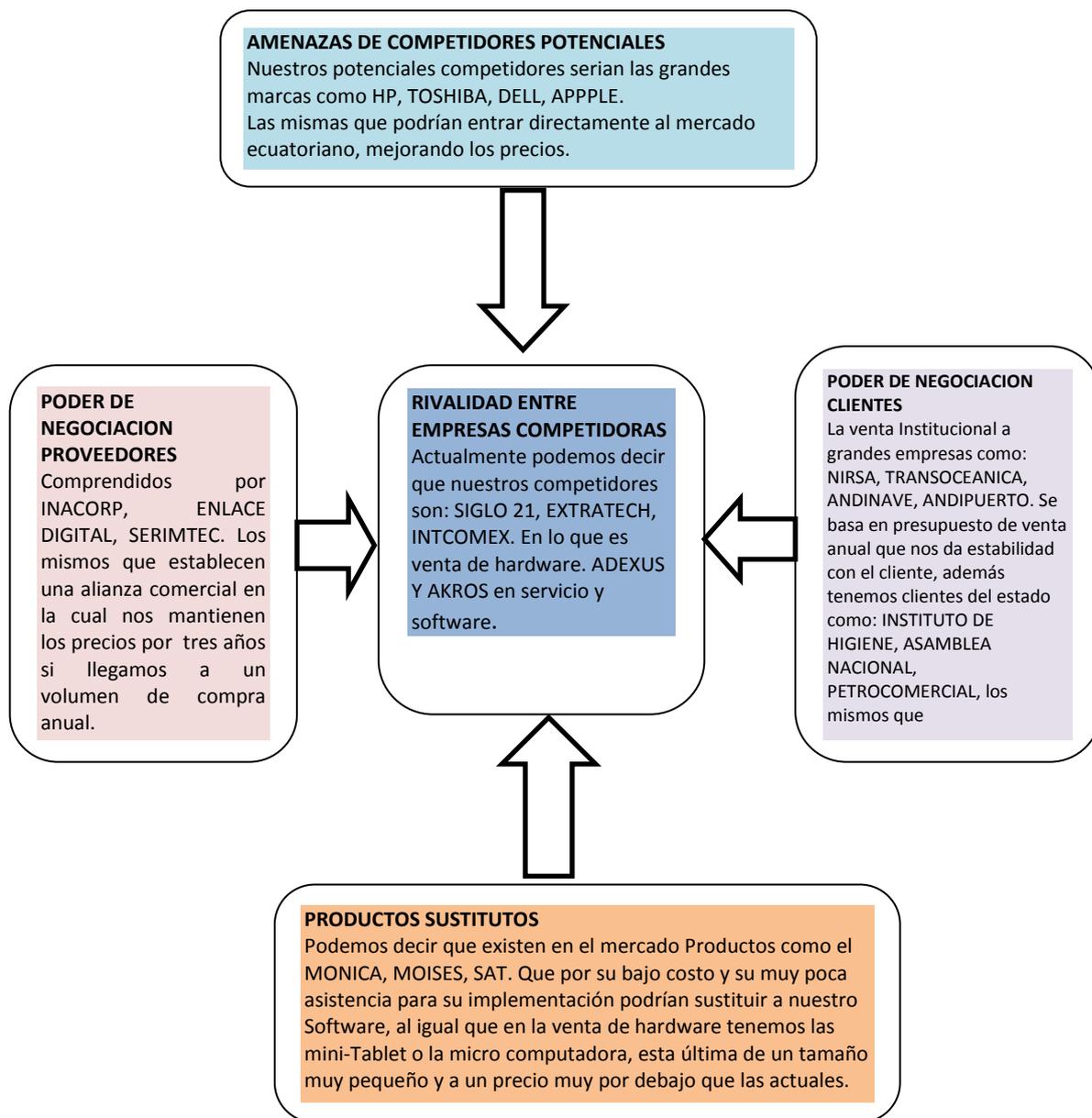
CARGO	ASESOR COMERCIAL	
DEPARTAMENTO	VENTAS	
REPORTA	JEVE DE VENTAS	
UBICACIÓN	GUAYAQUIL	
OBJETIVO		
Responsable de las Ventas y la Asesoría de los productos a los clientes que legan al Almacen y a los que visitan fuera del mismo Dar a conocer la empresa y los productos que la misma ofrece.		
FUNCIONES BASICAS		
1.- Estar puntual en su lugar de trabajo. 2.- Mantener en perfecto orden su lugar de trabajo, maquinas, equipos y demás que le hayan sido asignadas 3.- Atender a las llamadas telefónicas de los clientes 4.- Conocer y cumplir con el reglamento Interno de la Empresa. 5.- Apoyar los trámites administrativos que requiera la dependencia para el cumplimiento de su finalidad. 6.- Desempeñar las demás funciones inherentes al cargo y que le sean asignadas por su jefe inmediato		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
1.- Buscar y encontrar clientes 2.- Generar y cultivar relaciones con los clientes 3.- Determinar las necesidades y deseos de los clientes 4.- Realizar presentaciones de venta eficaces y cerrar las ventas 5.- brindar servicios posventa a todos los clientes 6.- Realizar analisis de Mercado y retroalimentar a la empresa de lo que sucede en el mismo. 7.- Realizar cotizaciones para clientes		
REQUISITOS MINIMOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA		
Formacion Academica	Experiencia	
Ing en Ventas, Comercial o afines Sistemas Office y Windows	Dos a Tres (2-3) años de experiencia laboral, relacionada con el cargo. Experiencia en herramientas informáticas Microsoft Office Reportes de Ventas	
COMPETENCIAS PARA EL CARGO		
Competencias Comunes	Competencias Comportamentales	
Orientación a resultados. Orientación al Cliente Externo e Interno. Transparencia. Compromiso con la empresa.	Hombre o Mujer de entre 25-30 años Habilidades personales y para ventas Disciplina. Relaciones interpersonales. Colaboración.	
ELABORADO:	EMPLEADO:	FECHA:

CARGO	MENSAJERO	
DEPARTAMENTO	ADMINISTRATIVO/VENTAS	
REPORTA	JEFE DE VENTA	
SUPERVISA	NINGUNO	
REEMPLAZA	CONSERJE	
OBJETIVO		
Responsable de las tareas administrativas y de Mensajería		
FUNCIONES BASICAS		
1.- Estar puntual en su lugar de trabajo. 7.- Colaborar con la entrega de cheques a Proveedores 8.- Realizar la entrega de Facturas a los clientes, retiro de retenciones y Cobro de las mismas. 9.- Conocer y cumplir con el reglamento Interno de la Empresa. 10.- Apoyar los trámites administrativos que requiera la dependencia para el cumplimiento de su finalidad. 11.- Desempeñar las demás funciones inherentes al cargo y que le sean asignadas por su jefe inmediato		
FUNCIONES ESPECIFICAS		
1.- Realizar depósitos en los diferentes bancos. 2.- Llevar documentación 3.- Retirar cobros en la locación del cliente. 4.- Retiro de materiales en la locación del proveedor. 5.- Colaborar con la entrega de cheques a Proveedores 6.- Realizar la entrega de Facturas a los clientes, retiro de retenciones y Cobro de las mismas. 7.- Conocer y cumplir con el reglamento Interno de la Empresa. 8.- Apoyar los trámites administrativos que requiera la dependencia para el cumplimiento de su finalidad. 9.- Desempeñar las demás funciones inherentes al cargo y que le sean asignadas por su jefe inmediato		
REQUISITOS MINIMOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA		
Formación Académica	Experiencia	
Bachiller en cualquier modalidad	Dos (2) años de experiencia laboral, relacionada con el cargo.	
COMPETENCIAS PARA EL CARGO		
Competencias Comunes	Competencias Comportamentales	
Orientación a resultados. Orientación al Cliente Externo e Interno. Transparencia. Compromiso con la empresa.	Manejo de la información. Adaptación al cambio. Disciplina. Relaciones interpersonales. Colaboración.	
ELABORADO:	EMPLEADO:	FECHA:

ANÁLISIS DE MERCADO

LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER

Gráfico # 19. Las 5 fuerzas competitivas de Porter



Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

LAS 5 FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER

Esta herramienta considera la existencia de cinco fuerzas dentro de una industria:

- Rivalidad entre competidores.
- Amenaza de la entrada de nuevos competidores.
- Amenaza del ingreso de productos sustitutos.
- Poder de negociación de los proveedores.
- Poder de negociación de los consumidores.

El clasificar estas fuerzas de esta forma permite lograr un mejor análisis del entorno de la empresa o de la industria a la que pertenece, y de ese modo en base a dicho análisis, poder diseñar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y lo que se debe hacer frente a las amenazas.

Rivalidad entre empresas competidoras: Actualmente podemos decir que hay empresa como SIGLO 21, EXTRATECH, INTCOMEX las cuales compiten con nosotros en el mercado de la venta de Hardware, también están ADEXUS Y AKROS empresas que brindan servicio técnico o algún tipo de software productos de calidad superior a los existentes o precios más bajos.

Amenaza de competidores potenciales: El análisis de esto nos lleva a pensar que nuestros posibles competidores podrían ser sin lugar a dudas las grandes marcas como HP, TOSHIBA, DELL, APPPLE, estas podrían entrar al mercado ecuatoriano con mejores precios, diseños y servicios.

Amenaza del ingreso de productos sustitutos: En el mercado existen software como MONICA, MOISES, SAT, etc. Que podrían sustituir a nuestro producto, por ser de menor costo y requerir de muy poco tiempo para su implementación, así también en lo que es venta de hardware podríamos decir que existen productos como las mini-Tablet o la micro computadora, esta última de un tamaño muy pequeño y un precio muy por debajo que las actuales.

Poder de negociación de los proveedores: Comprendidos por INACORP, ENLACE DIGITAL, SERIMTEC. Los mismos que establecen una alianza comercial en la cual nos mantienen los precios por tres años si llegamos a un volumen de compra anual.

Poder de negociación de los clientes: La venta Institucional a grandes empresas como: NIRSA, TRANSOCEANICA, ANDINAVE, ANDIPUERTO. Se basa en presupuesto de venta anual que nos da estabilidad con el cliente, además tenemos clientes del estado como: INSTITUTO DE HIGIENE, ASAMBLEA NACIONAL, PETROCOMERCIAL, instituciones del estado, cuya contratación es a través del portal del INCOP.

FODA

Realizar diagnósticos en las organizaciones laborales es una condición para intervenir profesionalmente en la formulación e implantación de estrategias y su seguimiento para efectos de evaluación y control.

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada.

Las fortalezas son actividades internas de una organización que se lleva a cabo especialmente bien. Las funciones de gerencia, mercadeo, finanzas, investigación y desarrollo de un negocio deben auditarse o examinarse con el objeto de identificar y evaluar fortalezas internas en especial importancia. Las debilidades se refieren a las actividades internas de gerencia, mercadeo, finanzas, investigación y desarrollo que limitan o inhiben el éxito general de una organización. Una empresa debe tratar de seguir estrategias que efectivamente mejoren las áreas con debilidades internas.

Las oportunidades son tendencias económicas, sociales, políticas, tecnológicas y competitivas de hechos que podrían de forma significativa beneficiar a una organización en el futuro. Las amenazas consisten en tendencias económicas, sociales, políticas, tecnológicas y competitivas, así como hechos que son potencialmente dañinos para la posición competitiva presente o futura de una organización.

Para GYMO S.A. es importante el análisis FODA ya que nos ayudará a conocer los factores internos y externos que influyen en las actividades de la organización ya sea de modo positivo o negativo, de esta manera podremos continuar y desarrollar los aspectos favorables y contrarrestar las situaciones adversas, este estudio nos hace posible tomar decisiones a fin de aprovechar las oportunidades, potencializar las fortalezas, corregir las debilidades y disminuir o eliminar el impacto de las amenazas.

FODA de la empresa GIMO S.A.
Cuadro # 22 FODA de la empresa GIMO S.A.

<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Brindar un servicio garantizado. 2.- Dar asesoramiento a nuestros clientes. 3.- Prestar servicio de mantenimiento y servicio técnico. 4.- Otorgar nuestros productos y servicios con estándares en tiempo de atención. 5.- Alianza estratégica con grandes proveedores. 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Calificar como proveedor del estado mediante contratación pública 2.- Lograr negociaciones directas con las empresas. 3.- Dar cobertura a los sectores a donde no llega la competencia 4.- Introducir en el mercado nuevos productos como la Implementación de un sistema de digitalización de documentos 5.- Identificar a los clientes potenciales y promocionar nuestros servicios y productos.
<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Deficiente comunicación con el cliente Interno. 2.- Incumplimiento de metas en cuanto se refiere al monto de ventas. 3.- Competencia de mercado. 4.- Cobertura insuficiente. 5.- No contar con una base de datos de clientes potenciales. 	<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Presencia de grandes empresas que abarcan un buen porcentaje de mercado dentro del área institucional. 2.- Poca capacidad adquisitiva de las Personas. 3.- Empresas que negocian por medio de la reventa 4.- La competencia nos siga quitando clientes por falta de cobertura. 5.- Competencia desleal.

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

MATRIZ FODA

Cuadro # 23 Matriz FODA de la empresa GIMO S.A.

	FORTALEZA	DEBILIDADES
Factores Internos	1.- Brindar un servicio garantizado. 2.- Dar asesoramiento a nuestros clientes. 3.- Prestar servicio de mantenimiento y servicio técnico. 4.- Otorgar nuestros productos y servicios con estándares en tiempo de atención. 5.- Alianza estratégica con grandes proveedores.	1.- Deficiente comunicación con el cliente Interno. 2.- Incumplimiento de metas en cuanto se refiere al monto de ventas. 3.- Competencia de mercado. 4.- Cobertura insuficiente. 5.- No contar con una base de datos de clientes potenciales.
Factores Externos		
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA(FO)	ESTRATEGIA (DO)
1.- Calificar como proveedor del estado mediante contratación pública 2.- Lograr negociaciones directas con las empresas. 3.- Dar cobertura a los sectores a donde no llega la competencia 4.- Introducir en el mercado nuevos productos como la Implementación de un sistema de digitalización de documentos 5.- Identificar a los clientes potenciales y promocionar nuestros servicios y productos.	1.- Capacitar al talento humano para incrementar su productividad y eficiencia. 2.- Con el servicio personalizado a nuestros clientes esperamos establecer una relación comercial a largo plazo y directa con ellos. 3.- Lograr que nuestros servicios sean utilizados en lugares donde la competencia aun no ha llegado, dentro y fuera del país. 4.- Con la creación de nuevos productos podremos competir con las otras empresas, haciendo que nuestro tiempo de respuesta sea rápido. 5.- Realizar una campaña publicitaria que permita dar a conocer productos importados directamente de las grandes casas Comerciales.	1.- Implementar manuales de procedimientos para que los empleados puedan cumplir con sus funciones y de esta manera competir en contrataciones públicas. 2.- Establecer una tabla de incentivos por cumplimiento de ventas para nuestros colaboradores 3.- Realizar campañas y recorridos a clientes no alcanzados como, colegios, pequeños negocios y a provincias. 4.- Contratación de personal en el área de ventas para que promocioe el nuevo producto de digitalización de documentos. 5.- Realizar un estudio de mercado enfocado a nuestros clientes potenciales.
AMENAZAS	ESTRATEGIA (FA)	ESTRATEGIA (DA)
1.- Presencia de grandes empresas que abarcan un buen porcentaje de mercado dentro del área institucional. 2.- Poca capacidad adquisitiva de las Personas. 3.- Empresas que negocian por medio de la reventa 4.- La competencia nos siga quitando clientes por falta de cobertura. 5.- Competencia desleal.	1.- Difundir los servicios adicionales que brindamos como es el mantenimiento equipos e instalación de redes todo en el menor tiempo posible. 2.- Blindemos al cliente es decir que encuentre soluciones integrales de servicios con calidad. 3.- Cuidar que el servicio dado sea eficiente y eficaz, cuidando así, el prestigio de la empresa. 4.- Otorgar créditos razonables a nuestros clientes, para que puedan adquirir nuestros productos y servicios. 5.- Obtener buenos precios por parte de nuestros proveedores, para poder competir en el mercado.	1.- Capacitar al personal para que se pueda conceder crédito a los clientes que adquieren nuestros productos. 2.- Realizar ofertas y promociones. 3.- Comprar directamente a grandes Distribuidores o Importadores. 4.- Planeación estratégica con el personal de ventas para tomar nuevos mercados. 5.- Pedir la base de datos de las Cámaras a las cuales estamos afiliados, para así invertir en una campaña agresiva de Ventas.

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín.

La matriz amenazas-oportunidades-debilidades -fuerzas (AODF) es un instrumento de ajuste importante que ayuda a desarrollar cuatro tipos de estrategias:

Las estrategias FO usan las fuerzas internas de la empresa para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas. Cuando una empresa tiene debilidades importantes, luchará por superarlas y convertirlas en fuerzas. Cuando una organización enfrenta amenazas importantes, tratará de evitarlas para concentrarse en las oportunidades.

Las estrategias DO pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas. En ocasiones existen oportunidades externas clave, pero una empresa tiene debilidades internas que le impiden explotar dichos oportunidades.

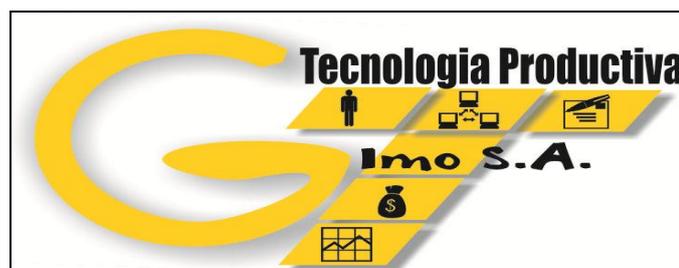
Las estrategias FA aprovechan las fuerzas de la empresa para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas. Esto no quiere decir que una organización fuerte siempre deba enfrentar las amenazas del entorno externo, las empresas rivales que imitan ideas, innovaciones y productos patentados son una amenaza grave en muchas industrias.

Las estrategias DA son tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno. Una organización que enfrenta muchas amenazas externas y debilidades internas de hecho podría estar en una situación muy precaria. En realidad, esta empresa quizá tendría que luchar por supervivencia, fusionarse, atrincherarse, declarar la quiebra u optar por la liquidación.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

LOGO DE LA EMPRESA

Gráfico # 20. Logo de la Empresa GIMO S.A.

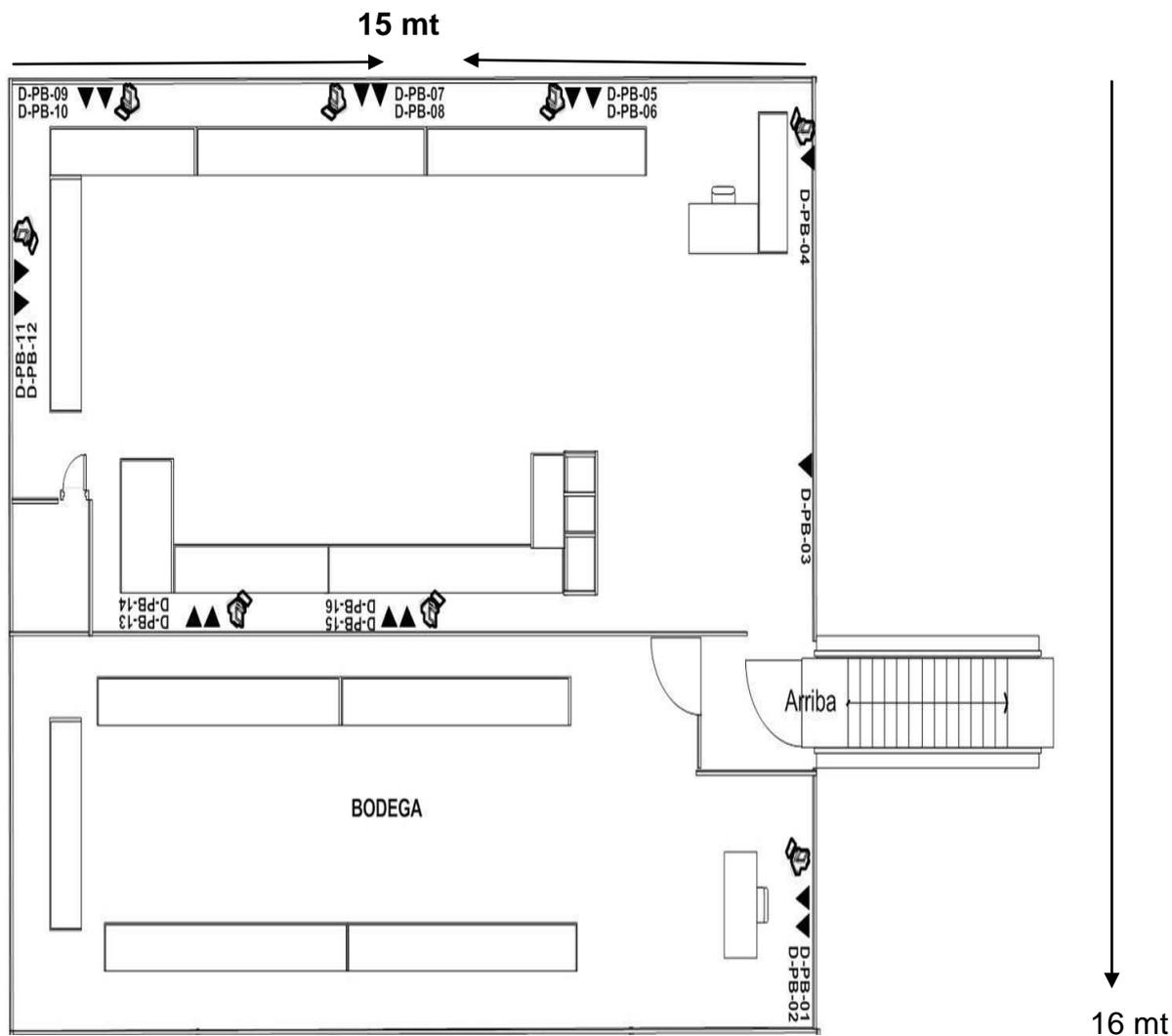


Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA

PLANTA ALTA: Se encuentra Bodega, servicio técnico y coordinación.

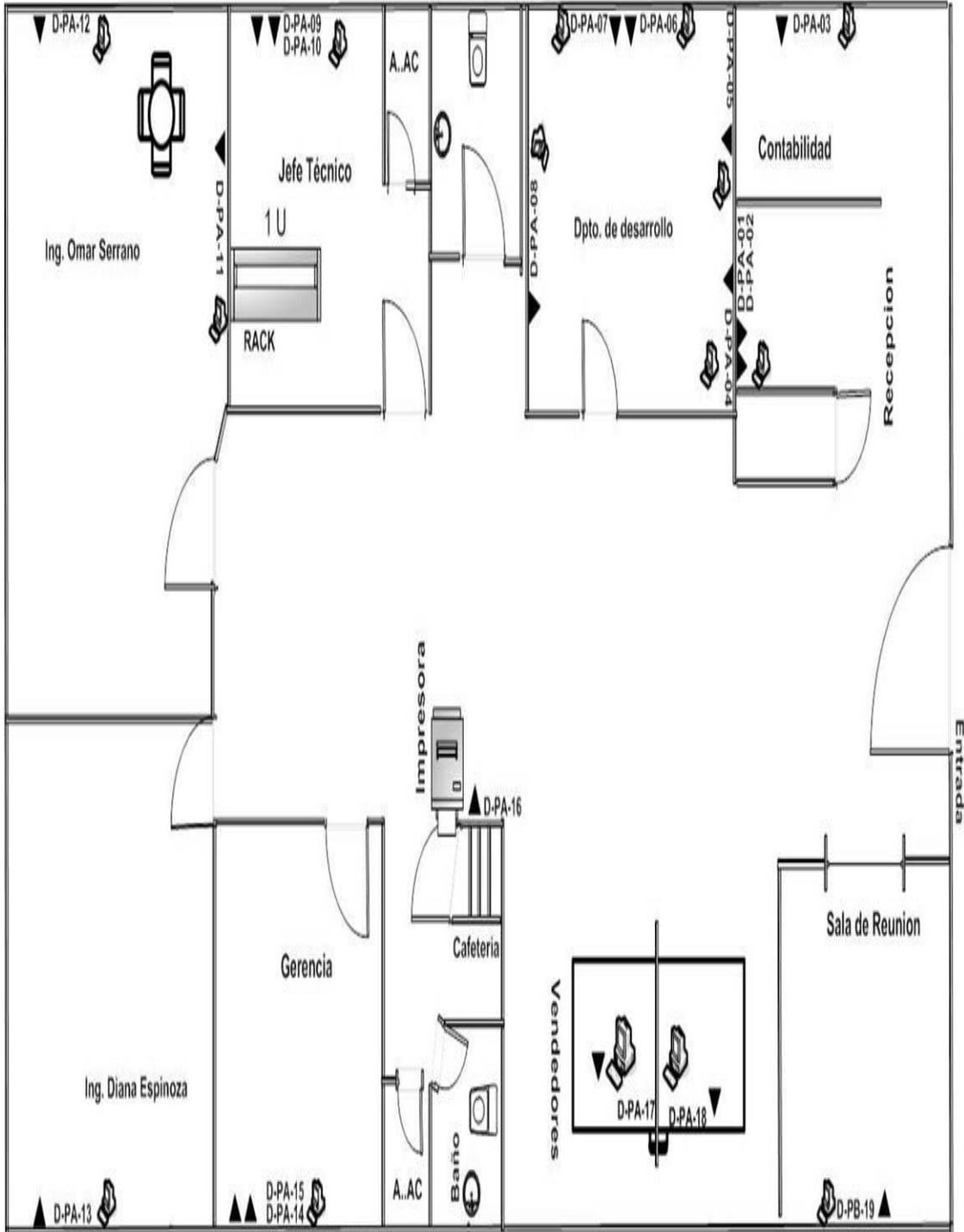
Gráfico # 21. Distribución de la Empresa – Planta Alta



Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

PLANTA BAJA: Están las oficinas de administración, ventas, sistema y gerencia.

Gráfico # 22. Distribución de la Empresa – Planta Baja



Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

5.7.1 ACTIVIDADES

MANUAL DE POLITICAS Y PROCEDIMIENTOS

Queremos imprimir una nueva filosofía de administración, estableciendo políticas enfocadas a los procesos de la compañía y orientadas al mercado, para ello es necesario que nuestros mayores esfuerzos estén centrados en el cliente, razón de nuestra permanencia como empresa y en reforzar nuestros valores éticos y morales para que inspiren nuestros actos.

POLITICAS DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

- Los planes, programas y presupuestos de la compañía se realizarán en base al Plan Estratégico de la Compañía.
- El desarrollo de planes, programas y proyectos de la compañía, incluido el desarrollo de nuevos productos y servicios deberá obedecer a un proceso de planeación integral que garantice su continuidad y culminación.
- El desempeño de las gerencias y unidades se medirá en función de reportes gerenciales e indicadores de gestión partiendo de su situación actual y las metas establecidas trimestralmente durante el período económico. De no cumplirse las metas establecidas la gerencia entrará en un proceso de observación y auditoría.

POLÍTICAS DE REGULACIÓN INTERNA

PROPÓSITO: Ordenar y difundir el marco normativo interno de la compañía.

- Es política de GIMO S.A. mantener informados a sus colaboradores sobre las Políticas, Reglamentos, Normas, Procesos, Estructura y Procedimientos, de manera que todo el personal tenga plenamente identificado cuál es su rol dentro de la organización, su relación con todas las áreas, y como ejecutar sus funciones de acuerdo a los procesos y procedimientos en vigencia.

- Los Gerentes, son los responsables de que en su área operativa, se documenten sus principales actividades y procesos, ya que tienen la autoridad para organizar, controlar, ejecutar y asegurar el cumplimiento de las aplicaciones.
- Es obligación del responsable de cada proceso, el asegurar que éste y la documentación asociada, se revise y se mantenga actualizada para garantizar la correcta ejecución del proceso que le ha sido asignado.
- La elaboración de los Manuales de Procedimientos será responsabilidad de las Gerencias, las que utilizarán el formato aprobado por la Presidencia.
- Una vez aprobadas las políticas y/o reglamentos por el Directorio de la compañía o los manuales por el Presidente, deberán ser publicados respectivamente a los departamentos.

POLITICAS DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

PROPÓSITO: Establecer las normas aplicables a las actividades de selección y contratación del recurso humano que permitan escoger personas idóneas, que se ajusten a los requerimientos de la Compañía y a los perfiles establecidos para alcanzar sus objetivos estratégicos y asegurar su futuro desarrollo.

- Todo proceso de selección de personal se iniciará con la elaboración del correspondiente “Requerimiento de Personal”, el mismo que deberá estar firmada por el Gerente del área. Esto se aplicará para todos los casos de vacantes, reemplazos y creación de nuevos puestos. El Presidente aprobará los requerimientos de personal, en base a documentación sustentatoria que justifique la decisión. En el caso de creaciones, deberá además contarse con la autorización del Directorio (Gerente General, Presidente y Accionistas).

- En caso que se genere una vacante, se dará preferencia al personal estable de la Compañía, que se ajuste al perfil del cargo, en caso que no exista personal que cumpla con el perfil requerido, se buscarán fuentes de reclutamiento externo.
- No se podrá realizar ninguna contratación de personal que no haya cumplido con el proceso de selección.
- En todo contrato de trabajo se establecerá la obligatoriedad de que vencido el plazo convenido, el empleado se comprometa a dejar su puesto en orden, entregando un reporte.

POLÍTICAS DE VACACIONES

PROPÓSITO: Establecer la directriz bajo la cual la administración deberá planificar las vacaciones de sus trabajadores, con la finalidad de propiciar su necesario descanso anual, asegurando que la ausencia temporal de aquello no cause inconvenientes al normal desarrollo de actividades.

- El goce de vacaciones se realizará en base a la programación anual que cada Gerente presentará como parte de su plan operativo anual.
- Cuando por necesidades imperiosas de la Compañía, el trabajador se vea imposibilitado de hacer uso de las vacaciones, el jefe inmediato del área y el trabajador deberán acordar una nueva fecha de goce de las mismas y comunicarlo a Recursos Humanos. En casos de requerimiento extremo, plenamente justificado por el jefe del área y aprobado por el Presidente, se podrá compensar en dinero las vacaciones no gozadas, hasta por dos periodos consecutivos.

POLÍTICAS DE CAPACITACIÓN

PROPÓSITO: Establecer directrices para desarrollar competencias laborales en sus trabajadores, que contribuyan a conseguir los objetivos organizacionales y la satisfacción de nuestros clientes

- El Plan Anual de Capacitación deberá ser sustentado y presentado por las diferentes Gerencias a la Administración para aprobación del mismo en base al Plan Estratégico de la Compañía y a la detección de necesidades y realidades de la compañía. Este Plan formará parte del Plan Operativo Anual de la Compañía.
- Todo personal contratado o ascendido por la compañía deberá participar del proceso de Inducción Empresarial del cargo a desempeñar.
- La administración procurará capacitar a la mayor cantidad posible de trabajadores, en un proceso continuo, priorizando los objetivos estratégicos de la Compañía. El adiestramiento deberá ser otorgado en consideración a las actividades que realice el trabajador y las necesidades de actualización del área, para que pueda mejorar su desempeño.
- Para la capacitación de todo tipo Programa Superior, la empresa cubrirá un porcentaje del mismo en función de las necesidades de la compañía, el costo y los ingresos del empleado. Para estos casos, se firmará con el empleado un convenio de devengación de beca.
- El trabajador que participe de la capacitación debe comprometerse a cumplir con el Plan de Estudios y aprobarlo, caso contrario deberá reintegrar, si lo hubiere, el valor cubierto por la compañía, a excepción de caso fortuito o fuerza mayor.

POLÍTICAS OPERACIONALES

PROPÓSITO: Normar las actividades del área de operaciones, dentro de los lineamientos establecidos en el Plan Estratégico, para cumplir la misión y buscar alcanzar la visión.

- La facturación estará a cargo de cada departamento (Técnico, software y administración).
- Para la correcta emisión de informes se podrá facturar hasta 24 horas antes de la entrega del mismo, luego se podrá facturar con la fecha siguiente.
- Los controles de la información contable estarán dados por el CONTADOR de la empresa.
- Al finalizar el mes este será bloqueado, con la finalidad de que no exista ingreso de información que altere los informes.

POLÍTICAS DE COMPRAS

PROPÓSITO: Establecer la logística adecuada para que la compañía pueda disponer oportunamente de los bienes tecnológicos, repuestos, equipos, mobiliario, materiales e insumos necesarios, para la operación y mantenimiento de sus instalaciones y venta de productos, a precios justos y con los mayores niveles de calidad.

- Los procesos de compras de materiales e insumos para el área administrativas se los efectuará con la autorización del jefe de esta área, salvo casos en que el requerimiento sea emergente.
- Las compras que se realicen para la venta a nuestros clientes, serán realizadas previo a una O/C, la misma que será entregada a Contabilidad en dos horarios:

- Recepción de órdenes de 8:30 hasta las 11:00, pasado ese tiempo se entregan las órdenes de compra a CONTABILIDAD para que proceda con la emisión de cheques hasta 12:00pm. Esto con la finalidad que las compras sean realizadas en la tarde del mismo día.
- Recepción de órdenes de 15:00 hasta las 16:00, pasado ese tiempo se entregan las órdenes de compra a CONTABILIDAD para que proceda con la emisión de cheques hasta 17:00pm. Estas compras se realizarán al día siguiente.
- Las compras serán diligenciadas por la ASISTENTE ADMINISTRATIVA, quien se encargará de organizar la ruta del MENSAJERO, en caso de que el MENSAJERO no pudiera realizar dichas compras, el BODEGUERO podría ayudarnos con las mismas.

POLÍTICAS DE PAGOS

PROPÓSITO: Establecer los parámetros que aseguren el cumplimiento oportuno de las obligaciones económicas contraídas por la empresa a proveedores de bienes y servicios.

- Se entiende por proveedores a todas aquellas personas naturales o jurídicas, e instituciones que entreguen un bien o servicios que genere obligaciones de pago los mismos que se realizarán bajo la modalidad de pagos directos, créditos por transferencias.
- Todo pago deberá tener su correspondiente asignación presupuestaria, es decir ningún pago podrá realizarse sin estar previamente contemplado en el presupuesto de la compañía (FLUJO DE CAJA) salvo casos de excepción previamente autorizados por la ADMINISTRACION.

- La Gerencia General, Administración, Contabilidad y Accionistas deberán realizar la programación de pagos de la compañía mediante un Flujo Operativo de Caja, en el que estarán contemplados todos los vencimientos que correspondan al período programado, el mismo que será revisado por ellos periódicamente.
- En general se procurará cumplir adecuadamente los pagos a la fecha de su vencimiento de acuerdo al cronograma de pagos, el cual establecerá la cancelación de las facturas a 30 días y en casos especiales a 45 o 60 días, según se convenga con el proveedor.
- Los pagos a Proveedores serán realizados los días viernes de cada semana dependiendo de la programación de pagos de la compañía.

POLÍTICAS DE COBRANZAS

PROPÓSITO: Optimizar los procesos de recuperación de cartera corriente y vencida en busca de efectividad y eficiencia, con el objeto prevenir la acumulación de cartera e incrementar la liquidez de la compañía y fortalecer su estructura financiera.

- La Administración deberá implementar los mecanismos internos y externos para asegurar la recuperación de su cartera.
- El pago de los valores facturados por venta de servicios o de bienes, el cliente deberá realizarlo dentro de los 30 días siguientes, salvo el caso de negociaciones especiales en las que Gerencia autoriza el plazo.
- A todo cliente que haya acumulado dos facturas vencidas se le cortará el servicio Técnico o de Asistencia en Soporte (Palmera). Se restituirá el mismo únicamente después de que el cliente haya cancelado los valores adeudados.
- Aplicar incentivos al cliente por pronto pago de sus facturas.

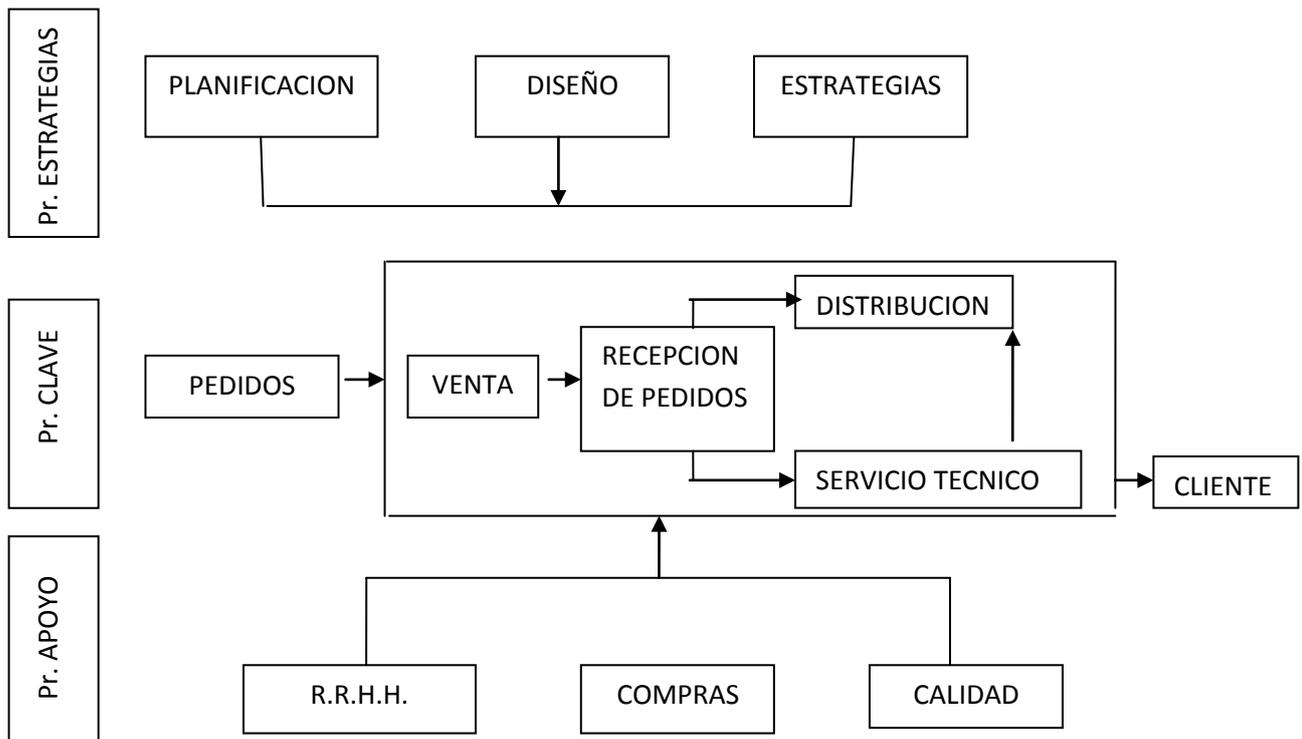
MAPA DE PROCESOS.

FLUJO DE PROCESO DE LA EMPRESA GIMO S.A.

GIMO S.A. Proporciona servicios de mantenimiento y la venta de hardware y software administrativo contable. Siguiendo los estándares más altos en servicio al cliente, y como valor agregado ofrece asesoría personalizada, donde nuestro personal le recomienda las opciones más completas en tecnología de acuerdo a su necesidad.

MAPA DE PROCESOS EMPRESA GIMO S.A.

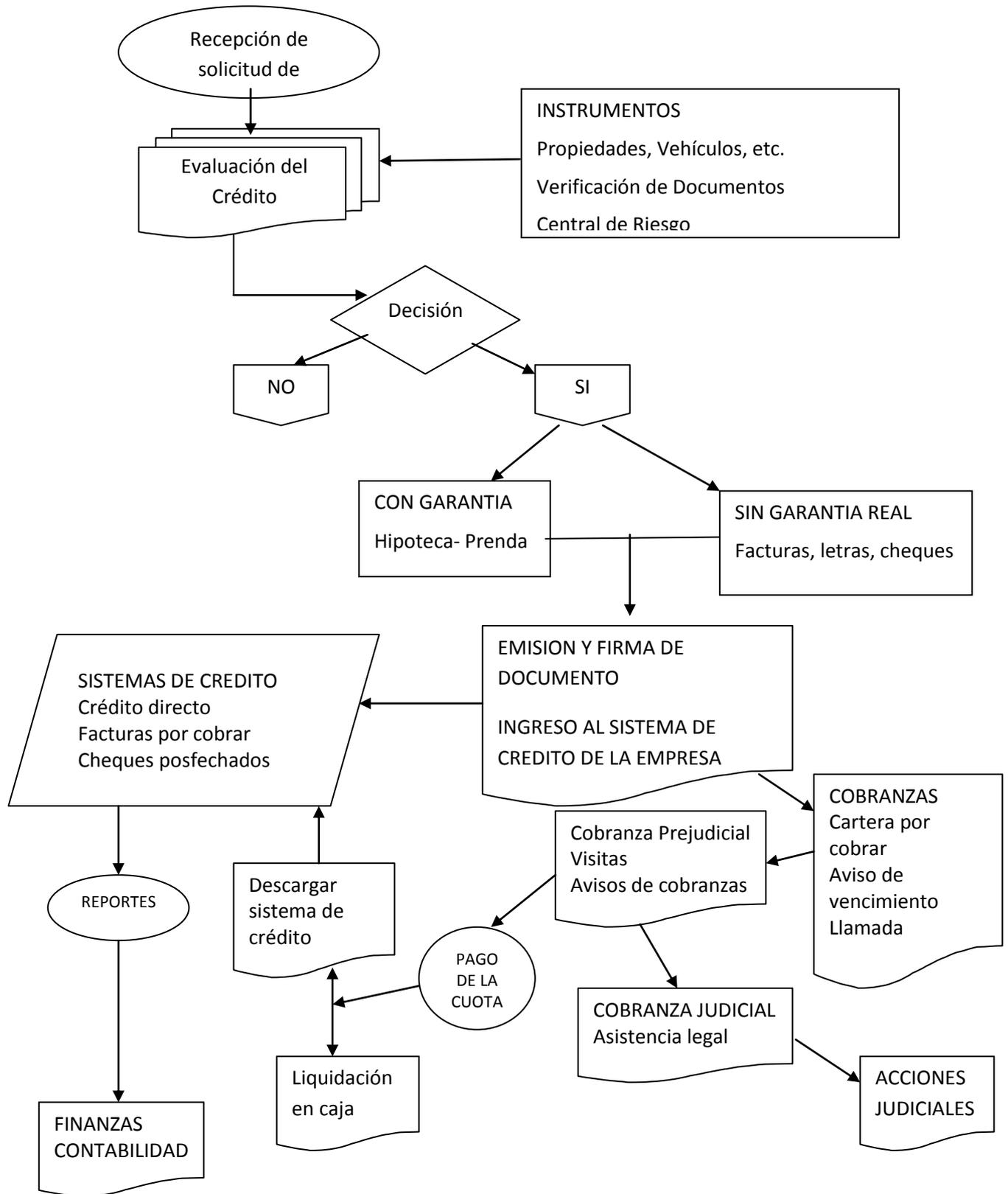
Gráfico # 23. Mapa de Procesos de la Empresa GIMO S.A.



Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO DEL DEPARTAMENTO DE CREDITO Y COBRANZAS

Gráfico # 24 Diagrama de Flujo de Proceso del Dpto. de Crédito y Cobranzas GIMO S.A.



Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

Descripción del Procedimiento del departamento de Crédito y Cobranzas

- Se inicia con la recepción de la solicitud de Crédito, la misma que es evaluada de acuerdo al monto que requiera el cliente y el tiempo,
- Se analizan las garantías entregadas por parte del cliente.
- Se toma la decisión si se acepta las garantías o no
- Si es SI se firman los documentos.
- Si es NO hasta ahí llega la negociación.
- Firmado los documentos.
- Ingresos al sistema de crédito de la empresa.
- Facturación.
- Ingreso a los reportes de cobranzas.
- De ser el caso, reportar a cobranza Pre-legal o Judicial
- Liquidación de deuda.

ANÁLISIS COSTO BENEFICIO DE LA IMPLEMENTACIÓN.

Podemos decir que el costo de la reingeniería en el departamento de Crédito y Cobranzas de la empresa GIMO S.A. se verá altamente compensado con la productividad del departamento, al realizar controles internos en el mismo tendremos resultados más confiables, el uso de tecnología de punta tendrá su efecto en el bienestar de los clientes, al verse atendidos de una manera eficiente y eficaz.

La implementación de manuales de procedimientos y procesos, logrará que los empleados realicen sus tareas de forma más ágil y asertiva, dando como resultado una mejora en los tiempos de respuesta para el cliente Externo e Interno.

5.7.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

BALANCE GENERAL – GIMO S.A.		
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		
CAJA Y BANCOS		
EFECTIVO EN CAJA		
Caja	150,00	3.320,72
TOTAL EFECTIVO EN CAJA	150,00	3.320,72
BANCOS LOCALES		
Bco.del Pacifico Cta	-23.193,18	33.399,42
Banco de Guayaquil C	1.495,96	17.848,06
TOTAL BANCOS LOCALES	-21.697,22	51.247,48
CUENTAS POR COBRAR		
Clientes	340.206,00	79.345,01
TOTAL CUENTAS POR COBRAR	340.206,00	79.345,01
DOCUMENTOS POR COBRAR		
Otros Documentos por Cobrar	708,57	0,00
TOTAL DOCUMENTOS POR COBRAR	708,57	0,00
HARDWARE		
EQUIPOS DE COMPUTACION	15.890,73	0,00
INV. FINAL EQ. DE COMPUTACION		200.203,83
TOTAL HARDWARE	15.890,73	200.203,83
ANTICIPOS A EMPLEADOS		
Préstamos Empleados	143,65	0,00
TOTAL ANTICIPOS A EMPLEADOS	143,65	0,00
CRÉDITO TRIBUTARIO		
Crédito Tributario	19.671,85	0,00
Iva Pagado		0,00
TOTAL CREDITO TRIBUTARIO	19.671,85	0,00
OTRAS CUENTAS POR COBRAR		
Otras Cuentas por Cobrar	671,49	0,00
TOTAL OTRAS CUENTAS POR COBRAR		671,49
OTROS		
Cuentas por Liquidar	1.594,45	0,00
TOTAL OTROS	1.594,45	0,00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	357.339,52	334.117,05
ACTIVO FIJO		
COSTO DE ADQUISICION		
Muebles, Enseres y E	12.307,60	12.307,60

Equipos de Computación	8.410,00	8.410,00
Edificios	82.500,00	82.500,00
TOTAL COSTO DE ADQUISICIÓN	103.217,60	103.217,60

DEPRECIACIÓN ACUMULADA

Deprec.Acum.Edificio	-658,43	-658,43
Deprec.Acum.Muebles,	-4.991,02	-4.991,02
Deprec.Acum.Eq.Computacion	-1.031,25	-1.031,25
TOTAL DEPRECIACION ACUMULADA	-6.680,70	-6.680,70

TOTAL ACTIVO FIJO

96.536,90 96.536,90

ACTIVO NO CORRIENTE

PROPIEDAD INTELECTUAL, PATENTE

Software Palmera	15.000,00	15.000,00
Nombre y Marca GIMO	15.000,00	15.000,00

TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE

30.000,00 30.000,00

ACTIVOS A LARGO PLAZO

ACCIONISTAS

Oscar Sierra	6.165,03	16.198,50
Dana Espín	0,00	0,00

TOTAL ACTIVO A LARGO PLAZO

6.165,03 16.198,50

TOTAL ACTIVOS

490.041,45 476.852,45

PASIVO

PASIVO CORRIENTE

PRESTAMOS BANCARIOS

Banco del Pacífico C	0,00	0,00
TOTAL PRESTAMOS BANCARIOS	0,00	0,00

PROVEEDORES LOCALES

Proveedores Locales	308.007,95	189.445,36
TOTAL PROVEEDORES LOCALES	308.007,95	189.445,36

SUELDOS POR PAGAR

Sueldos por Pagar	217,72	0,00
TOTAL SUELDOS POR PAGAR	217,72	0,00

PROVISIONES SOCIALES POR

PROVISIONES SOCIALES POR PAGAR	23.118,94	9.880,94
PROVISIONES 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	0,00	18.964,79
TOTAL PROVISIONES SOCIALES POR PAGAR	23.118,94	28.845,73

IMPUESTOS POR PAGAR**IMPUESTOS POR PAGAR**

Impuestos por Pagar	20.719,75	25.792,11
Retenciones en la Fuente		692,75
Iva Cobrado		7.890,99
TOTAL IMPUESTOS POR PAGAR	20.719,75	34.375,85

CUENTAS POR PAGAR A ACIONISTAS**CUENTAS POR PAGAR A ACCIONISTAS**

Oscar Sierra	26.280,32	35.030,62
Dana Espín	5.500,00	15.664,30
TOTAL CUENTAS POR PAGAR A ACCIONISTAS	31.780,32	50.694,92

OTRAS CUENTAS POR PAGAR**OTRAS CUENTAS POR PAGAR**

Caja Chica	150,19	0
Otras Cuentas por Pagar	0	0
TOTAL OTRAS CUENTAS POR PAGAR	150,19	0,00

PRESTAMOS BANCARIOS

Banco del Pacifico	14.231,00	0,00
TOTAL PRESTAMOS BANCARIOS	14.231,00	0,00

TOTAL PASIVO CORRIENTE**398.225,87 303.361,86****PASIVO DIFERIDO****ANTICIPO CLIENTE**

Anticipo Cliente	0,00	0,00
TOTAL PASIVO DIFERIDO	0,00	0,00

TOTAL PASIVO**398.225,87 303.361,86****PATRIMONIO****CAPITAL**

Capital Suscrito y P	800,00	800,00
TOTAL CAPITAL SOCIAL	800,00	800,00

RESERVAS

Reserva Legal	6.165,86	14.333,36
Reserva Facultativa	18.467,68	18.467,68
Reserva Capital	7.272,34	7.272,34
TOTAL RESERVAS	31.905,88	40.073,38

RESULTADOS

Superavit Ejercicio Anterior	15.296,41	15.296,41
Superavit del Ejercicio 2011	43.813,29	43.813,29
Superavit del Ejercicio 2012	0,00	73.507,51
TOTAL RESULTADOS	59.109,70	132.617,21
TOTAL CAPITAL SOCIAL	91.815,58	173.490,59
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	490.041,45	476.852,45

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Cuadro # 19.

GIMO S.A.

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2
VENTAS	956.012,89	1.052.811,94
VENTAS A CRÉDITO	582.536,0	623.313,52
VENTAS AL CONTADO	373.476,89	429.498,42
COSTOS DE VENTA	503.279,22	617.285,43
UTILIDAD BRUTA	452.733,67	435.526,51
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN y VENTAS	328.289,76	303.241,25
UTILIDAD OPERACIONAL	124.443,91	132.285,26
GASTOS FINANCIEROS	4.338,18	5.853,36
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	120.105,73	126.431,90
Provisión 15% Participación Trabajadores	18.015,86	18.964,79
Provisión Impuesto a la Renta	25.522,47	25.792,11
Provisión Reserva Legal	4.503,96	8.167,50
UTILIDAD NETA	72.063,44	73.507,51

GIMO S.A.
FLUJO DE CAJA
2012

Saldo Inicial	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
\$ 0	\$ 1.555	\$ 6.031	\$ 14.202	\$ 8.171	-\$ 5.561	\$ 156	\$ 7.770	\$ 17.474	\$ 29.475	\$ 44.002	\$ 61.310	\$ 61.310	TOTAL
VENTA DE HARDWARE	\$ 18.653	\$ 19.456	\$ 21.385	\$ 22.456	\$ 24.883	\$ 25.844	\$ 28.428	\$ 31.271	\$ 34.398	\$ 37.836	\$ 41.622	\$ 45.794	\$ 352.017,55
COSTO VENTA DE HARDWARE	\$ 10.833	\$ 11.080	\$ 10.943	\$ 9.932	\$ 9.886	\$ 13.943	\$ 15.337	\$ 16.871	\$ 18.558	\$ 20.414	\$ 22.456	\$ 24.701	\$ 184.923,59
OTROS COSTO VENTA DE HARDWARE	\$ 4.534	\$ 5.673	\$ 5.765	\$ 6.123	\$ 6.891	\$ 7.883	\$ 8.672	\$ 9.539	\$ 10.493	\$ 11.542	\$ 12.696	\$ 13.966	\$ 103.776,22
	\$ 3.286	\$ 2.703	\$ 4.677	\$ 6.401	\$ 8.136	\$ 4.018	\$ 4.419	\$ 4.981	\$ 5.347	\$ 5.882	\$ 6.470	\$ 7.117	\$ 63.317,75
VENTA DE SOFTWARE	\$ 15.627	\$ 17.534	\$ 19.876	\$ 21.876	\$ 23.456	\$ 23.789	\$ 26.168	\$ 28.785	\$ 31.663	\$ 34.829	\$ 38.312	\$ 42.144	\$ 324.059,31
OTROS COSTO VENTA DE SOFTWARE	\$ 6.782	\$ 7.621	\$ 8.672	\$ 9.876	\$ 10.562	\$ 11.765	\$ 12.942	\$ 14.236	\$ 15.659	\$ 17.225	\$ 18.948	\$ 20.842	\$ 155.129,57
	\$ 8.845	\$ 9.913	\$ 11.204	\$ 12.000	\$ 12.894	\$ 12.024	\$ 13.226	\$ 14.549	\$ 16.004	\$ 17.604	\$ 19.365	\$ 21.301	\$ 168.929,74
VENTA DE SERVICIO TECNICO	\$ 18.909	\$ 23.187	\$ 24.542	\$ 25.635	\$ 25.987	\$ 27.245	\$ 29.969	\$ 32.966	\$ 36.263	\$ 39.889	\$ 43.878	\$ 48.266	\$ 376.735,13
COSTO VENTA DE SERVICIO TECNICO	\$ 2.635	\$ 3.137	\$ 3.246	\$ 1.852	\$ 3.721	\$ 4.718	\$ 5.190	\$ 5.709	\$ 6.280	\$ 6.908	\$ 7.598	\$ 8.358	\$ 59.351,46
OTROS COSTO VENTA DE SERVICIO TECNICO	\$ 6.572	\$ 7.212	\$ 7.256	\$ 6.653	\$ 7.706	\$ 8.296	\$ 9.125	\$ 10.038	\$ 11.042	\$ 12.146	\$ 13.361	\$ 14.697	\$ 114.104,20
	\$ 9.702	\$ 12.838	\$ 14.040	\$ 17.130	\$ 14.560	\$ 14.231	\$ 15.654	\$ 17.219	\$ 18.941	\$ 20.835	\$ 22.919	\$ 25.211	\$ 203.279,46
OTROS INGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0,00
SUMAN INGRESOS	\$ 21.833	\$ 25.454	\$ 29.921	\$ 35.531	\$ 35.590	\$ 30.272	\$ 33.300	\$ 36.629	\$ 40.292	\$ 44.322	\$ 48.754	\$ 53.629	\$ 435.526,96
TOTAL	\$ 21.833	\$ 27.009	\$ 35.952	\$ 49.733	\$ 43.761	\$ 24.712	\$ 33.455	\$ 44.400	\$ 57.766	\$ 73.796	\$ 92.756	\$ 114.939	
NOMINA	\$ 10.042	\$ 10.042	\$ 10.042	\$ 10.042	\$ 10.042	\$ 10.042	\$ 10.042	\$ 10.042	\$ 10.042	\$ 10.042	\$ 10.042	\$ 10.042	\$ 120.504,00
BENEFICIOS SOCIALES (APORTE IESS)	\$ 1.119,68	\$ 1.119,68	\$ 1.119,68	\$ 1.119,68	\$ 1.119,68	\$ 1.119,68	\$ 1.119,68	\$ 1.119,68	\$ 1.119,68	\$ 1.119,68	\$ 1.119,68	\$ 1.119,68	\$ 13.436,16
DEGIMOS Y VACACIONES	\$ 1.620	\$ 1.620	\$ 1.620	\$ 1.620	\$ 1.620	\$ 1.620	\$ 1.620	\$ 1.620	\$ 1.620	\$ 1.620	\$ 1.620	\$ 1.620	\$ 19.443,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 7.008	\$ 7.709	\$ 8.480	\$ 9.327	\$ 10.280	\$ 11.256	\$ 12.415	\$ 13.656	\$ 15.022	\$ 16.524	\$ 18.177	\$ 19.994	\$ 149.858,49
GASTOS FINANCIEROS	\$ 487,78	\$ 487,78	\$ 487,78	\$ 487,78	\$ 487,78	\$ 487,78	\$ 487,78	\$ 487,78	\$ 487,78	\$ 487,78	\$ 487,78	\$ 487,78	\$ 5.853,36
PROVISION 15% TRABAJADORES					\$ 18.965								\$ 18.964,79
25% IMPUESTO A LA RENTA					\$ 25.792,11								\$ 25.792,11
RESERVA LEGAL											\$ 8.167,50		\$ 8.167,50
													\$ 0,00
SUMAN EGRESOS	\$ 20.278	\$ 20.978	\$ 21.749	\$ 41.562	\$ 49.322	\$ 24.556	\$ 25.685	\$ 26.926	\$ 28.292	\$ 29.794	\$ 31.446	\$ 41.432	\$ 362.019,41
SALDO NETO ACUMULADO	\$ 1.555	\$ 6.031	\$ 14.202	\$ 8.171	-\$ 5.561	\$ 156	\$ 7.770	\$ 17.474	\$ 29.475	\$ 44.002	\$ 61.310	\$ 73.508	\$ 73.507,55

BALANCE GENERAL

ANÁLISIS VERTICAL Y HORIZONTAL

GIMO S.A.

CUENTAS	AÑO 1	%	AÑO 2	%	Variación Absoluta	Variación Relativa
1-0-00-00-0000 ACTIVOS						
1-1-00-00-0000 ACTIVOS CORRIENTES						
1-1-01-00-0000 CAJA Y BANCOS						
1-1-01-01-0000 EFECTIVO EN CAJA						
1-1-01-01-0002 Caja	150,00	0,031	3.320,72	0,696	3.170,72	21,14
TOTAL EFECTIVO EN CAJA	150,00	0,031	3.320,72	0,696	3.170,72	21,14
1-1-01-02-0000 BANCOS LOCALES						
1-1-01-02-0001 Bco.del Pacifico Cta	-23.193,18	(4,733)	33.399,42	7,004	56.592,60	-2,44
1-1-01-02-0003 Banco de Guayaquil C	1.495,96	0,305	17.848,06	3,743	16.352,10	10,93
TOTAL BANCOS LOCALES	-21.697,22	(4,428)	51.247,48	10,747	72.944,70	-3,36
1-1-03-01-0000 CUENTAS POR COBRAR						
1-1-03-01-0001 Clientes	340.206,00	69,424	79.345,01	16,639	260.860,99	-0,77
TOTAL CUENTAS POR COBRAR	340.206,00	69,424	79.345,01	16,639	260.860,99	-0,77
1-1-03-02-0000 DOCUMENTOS POR COBRAR						
1-1-03-02-0003 Otros Documentos por Cobrar	708,57	0,145	0,00	-	-708,57	-1,00
TOTAL DOCUMENTOS POR COBRAR	708,57	0,145	0,00	-	-708,57	-1,00
1-1-04-00-0000 INVENTARIOS						
1-1-04-01-0000 HARDWARE	15.890,73	3,243	0,00	-	-15.890,73	-1,00
1-1-04-01-0001 EQUIPOS DE COMPUTACION	0,00	-	200.203,83	41,984	200.203,83	0,00
1-1-04-01-0002 INV. FINAL EQ. DE COMPUTACION	0,00	-	0,00	-	0,00	0,00
TOTAL HARDWARE	15.890,73	3,243	200.203,83	41,984	184.313,10	11,60
1-1-05-00-0000 ANTICIPOS A EMPLEADOS						
1-1-05-01-0002 Préstamos Empleados	143,65	0,029	0,00	-	-143,65	-1,00
TOTAL ANTICIPOS A EMPLEADOS	143,65	0,029	0,00	-	-143,65	-1,00
1-1-06-00-0000 CREDITO TRIBUTARIO						
1-1-06-00-0001 Credito Tributario	19.671,85	4,014	0,00	-	-19.671,85	-1,00
1-1-06-00-0001 Iva Pagado	0,00	-	0,00	-	0,00	0,00
TOTAL CREDITO TRIBUTARIO	19.671,85	4,014	0,00	-	-19.671,85	-1,00
1-1-10-01-0000 OTRAS CUENTAS POR COBRAR						
1-1-10-01-0001 Otras Cuentas por Cobrar	671,49	0,137	0,00	-	-671,49	-1,00
TOTAL OTRAS CUENTAS POR COBRAR	671,49	0,137	0,00	-	-671,49	-1,00
1-1-11-00-0000 OTROS ACTIVOS CORRIENTES						
1-1-11-01-0000 DEPOSITOS EN GARANTIA						
1-1-11-01-0002 Arriendo	0,00	-	0,00	-	0,00	0,00
TOTAL DEPOSITOS EN GARANTIA	0,00	-	0,00	-	0,00	0,00
1-1-11-02-0000 OTROS						
1-1-11-02-0001 Cuentas por Liquidar	1.594,45	0,325	0,00	-	-1.594,45	-1,00
TOTAL OTROS	1.594,45	0,325	0,00	-	-1.594,45	-1,00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	357.339,52	72,920	334.117,05	70,067	-23.222,47	-0,06
1-2-01-00-0000 ACTIVO FIJO						
1-2-01-01-0000 COSTO DE ADQUISICION						
1-2-01-01-0001 Muebles, Enseres y E	12.307,60	2,512	12.307,60	2,581	0,00	0,00
1-2-01-01-0002 Equipos de Computacion	8.410,00	1,716	8.410,00	1,764	0,00	0,00
1-2-01-01-0004 Edificios	82.500,00	16,835	82.500,00	17,301	0,00	0,00
TOTAL COSTO DE ADQUISICION	103.217,60	21,063	103.217,60	21,646	0,00	0,00
1-2-01-02-0000 DEPRECIACION ACUMULADA						
1-2-01-02-0004 Deprec.Acum.Edificio	-658,43	(0,134)	-658,43	(0,138)	0,00	0,00
1-2-01-02-0001 Deprec.Acum.Muebles,	-4.991,02	(1,018)	-4.991,02	(1,047)	0,00	0,00
1-2-01-02-0002 Deprec.Acum.Eq.Computacion	-1.031,25	(0,210)	-1.031,25	(0,216)	0,00	0,00
TOTAL DEPRECIACION ACUMULADA	-6.680,70	(1,363)	-6.680,70	(1,401)	0,00	0,00

TOTAL ACTIVO FIJO	96.536,90	19,700	96.536,90	20,245	0,00	0,00
1-3-00-00-0000 ACTIVO NO CORRIENTE						
1-3-03-00-0000 PROPIEDAD INTELECTUAL, PATENTE						
1-3-03-01-0001 Software Palmera	15.000,00	3,061	15.000,00	3,146	0,00	0,00
1-3-03-01-0002 Nombre y Marca GIMO	15.000,00	3,061	15.000,00	3,146	0,00	0,00
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	30.000,00	6,122	30.000,00	6,291	0,00	0,00
1-4-00-00-0000 ACTIVOS A LARGO PLAZO						
1-4-01-01-0000 ACCIONISTAS						
1-4-01-01-0001 Oscar Sierra	6.165,03	1,258	16.198,50	3,397	10.033,47	1,63
1-4-01-01-0002 Dana Espin	0,00	-	0,00	-	0,00	0,00
TOTAL ACTIVO A LARGO PLAZO	6.165,03	1,258	16.198,50	3,397	10.033,47	1,63
TOTAL ACTIVOS	490.041,45	100,000	476.852,45	100,000	-13.189,00	-0,03
2-0-00-00-0000 PASIVO						
2-1-00-00-0000 PASIVO CORRIENTE						
2-1-01-02-0000 PRESTAMOS BANCARIOS						
2-1-01-02-0001 Banco del Pacifico C	0,00	-	0,00	-	0,00	0,00
TOTAL PRESTAMOS BANCARIOS	0,00	-	0,00	-	0,00	0,00
2-1-02-00-0000 PROVEEDORES LOCALES						
2-1-02-01-0001 Proveedores Locales	308.007,95	77,35	189.445,36	62,45	118.562,59	-0,38
TOTAL PROVEEDORES LOCALES	308.007,95	77,35	189.445,36	62,45	118.562,59	-0,38
2-1-03-01-0000 SUELDOS POR PAGAR						
2-1-03-01-0001 Sueldos por Pagar	217,72	0,05	0,00	-	-217,72	-1,00
TOTAL SUELDOS POR PAGAR	217,72	0,05	0,00	-	-217,72	-1,00
2-1-03-02-0000 PROVISIONES SOCIALES POR						
TOTAL PROVISIONES SOCIALES POR PAGAR	23.118,94	5,81	28.845,73	9,51	5.726,79	0,25
2-1-04-00-0000 IMPUESTOS POR PAGAR						
2-1-04-01-0001 Impuestos por Pagar	20.719,75	5,20	25.792,11	8,50	5.072,36	0,24
2-1-04-01-0002 Retenciones en la Fuente	0,00	-	692,75	0,23	692,75	0,00
2-1-04-01-0003 Iva Cobrado	0,00	-	7.890,99	2,60	7.890,99	0,00
TOTAL IMPUESTOS POR PAGAR	20.719,75	5,20	34.375,85	11,33	13.656,10	0,66
2-1-06-00-0000 CUENTAS POR PAGAR A ACCIONISTAS						
2-1-06-01-0000 CUENTAS POR PAGAR A ACCIONISTAS						
2-1-06-01-0001 Oscar Sierra	26.280,32	6,60	35.030,62	11,55	8.750,30	0,33
2-1-06-01-0002 Dana Espin	5.500,00	1,38	15.664,30	5,16	10.164,30	1,85
TOTAL CUENTAS POR PAGAR A ACCIONISTAS	31.780,32	7,98	50.694,92	16,71	18.914,60	0,60
2-1-07-00-0000 OTRAS CUENTAS POR PAGAR						
2-1-07-01-0000 OTRAS CUENTAS POR PAGAR						
2-1-07-01-0001 Caja Chica	150,19	0,04	0	-	-150,19	-1,00
2-1-07-01-0003 Otras Cuentas por Pagar	0,00	-	0	-	0,00	0,00
TOTAL OTRAS CUENTAS POR PAGAR	150,19	0,04	0,00	-	-150,19	-1,00
2-2-01-01-0000 PRESTAMOS BANCARIOS						
2-2-01-01-0001 Banco del Pacifico	14.231,00	3,57	0,00	-	-14.231,00	-1,00
TOTAL PRESTAMOS BANCARIOS	14.231,00	3,57	0,00	-	-14.231,00	-1,00
TOTAL PASIVO CORRIENTE	398.225,87	100,00	303.361,86	100,00	-94.864,01	-0,24
2-3-01-00-0000 PASIVO DIFERIDO						
2-3-01-01-0000 ANTICIPO CLIENTE						
2-3-01-01-0001 Anticipo Cliente	0,00	-	0,00	-	0,00	0,00
TOTAL PASIVO DIFERIDO	0,00	-	0,00	-	0,00	0,00
TOTAL PASIVO	398.225,87	100,00	303.361,86	100,00	-94.864,01	-0,24
3-0-00-00-0000 PATRIMONIO						
3-1-00-00-0000 CAPITAL						
3-1-01-01-0001 Capital Suscrito y P	800,00	0,87	800,00	0,46	0,00	0,00
TOTAL CAPITAL SOCIAL	800,00	0,87	800,00	0,46	0,00	0,00

3-1-01-02-0000 RESERVAS						
3-1-01-02-0001 Reserva Legal	6.165,86	6,72	14.333,36	8,26	8.167,50	1,32
3-1-01-02-0002 Reserva Facultativa	18.467,68	20,11	18.467,68	10,64	0,00	0,00
3-1-01-02-0003 Reserva Capital	7.272,34	7,92	7.272,34	4,19	0,00	0,00
TOTAL RESERVAS	31.905,88	34,75	40.073,38	23,10	8.167,50	0,26
3-1-01-04-0000 RESULTADOS						
3-1-01-04-0001 Superavit Ejercicio Anterior	15.296,41	16,66	15.296,41	8,82	0,00	0,00
3-1-01-04-0002 Superavit del Ejercicio 2011	43.813,29	47,72	43.813,29	25,25	0,00	0,00
3-1-01-04-0003 Superavit del Ejercicio 2012			73.507,51	42,37	73.507,51	0,00
TOTAL RESULTADOS	59.109,70	64,38	132.617,21	76,44	73.507,51	1,24
TOTAL PATRIMONIO	91.815,58	100,00	173.490,59	100,00	81.675,01	0,89
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	490.041,45	100%	476.852,45	100%	-13.189,00	-0,03

El activo corriente en el año 2 sufre un crecimiento debido a que ciertas cuentas experimentan cambios radicales como por ejemplo: Cta. Banco en el año 1 era negativo, en cambio en el año 2 el saldo es positivo, además la cuenta Caja ha tenido un aumento debido a los cobros en efectivo que se han realizado en el año 2, bajo correctas políticas y procedimientos que se implementarán en la empresa, mientras que la cuenta por cobrar clientes baja significativamente, inventarios aumenta al igual que el activo a largo plazo.

El pasivo corriente también ha decrecido porque la cuenta de proveedores es la que experimenta la baja significativa, esto debido a las nuevas políticas de Compras, además se han hecho muy buenos acuerdos con los proveedores.

El patrimonio sufre un cambio positivo porque las utilidades de años anteriores no han sido entregadas a los accionistas, ellos quisieron inyectar ese dinero a la empresa.

ESTADO DE RESULTADOS		ANÁLISIS VERTICAL Y HORIZONTAL					
GIMO S.A.							
CUENTAS	AÑO 1	%	AÑO 2	%	Variación Absoluta	Variación Relativa	
VENTAS	956.012,89	100,00%	1.052.811,94	100,00%	96.799,05	0,10	
VENTAS A CREDITO	582.536,00	60,93%	623.313,52	65,20%	40.777,52	0,07	
VENTAS AL CONTADO	373.476,89	39,07%	429.498,42	44,93%	56.021,53	0,15	
COSTOS DE VENTA	503.279,22	52,64%	617.285,43	64,57%	114.006,21	0,23	
UTILIDAD BRUTA	452.733,67	47,36%	435.526,51	45,56%	-17.207,16	-0,04	
GASTOS DE ADMINISTRACION y VENTAS	328.289,76	34,34%	303.241,25	31,72%	-25.048,51	-0,08	
UTILIDAD OPERACIONAL	124.443,91	13,02%	132.285,26	13,84%	7.841,35	0,06	
GASTOS FINANCIEROS	4.338,18	0,45%	5.853,36	0,61%	1.515,18	0,35	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	120.105,73	12,56%	126.431,90	13,22%	6.326,17	0,05	
15% Participación Trabajadores	18.015,86	1,88%	18.964,79	1,98%	948,93	0,05	
Impuesto a la Renta	25.522,47	2,67%	25.792,11	2,70%	269,64	0,01	
Provisión Reserva legal	4.503,96	0,47%	8.167,50	0,85%	3.663,54	0,81	
UTILIDAD NETA	76.567,40	8,01%	81.675,01	8,54%	5.107,61	0,07	

Es importante señalar que el ejercicio final en el año 2 es mayor del que se obtuvo en el año anterior, debido especialmente a que los ingresos subieron y los gastos administrativos y de ventas decrecieron porque actuaron eficientemente.

Ratio de liquidez general o razón corriente				
	AÑO 1		AÑO 2	
ATC. Corriente	357.339,52	0,90	334.117,05	1,10
Pasivo corriente	398.225,87		303.361,86	

Por cada dólar que debe, tiene 0,90 para pagar

Por cada dólar que debe, tiene 1,10 para pagar

Prueba ácida				
	AÑO 1		AÑO 2	
Act. Corri - Inv.	341.448,79	0,86	133.913,22	0,44
Pasivo corriente	398.225,87		303.361,86	

por cada dólar a pago inmediato tiene \$ 0,86 dólares para pagar

Por cada dólar a pago inmediato tiene \$ 0,34 dólares para pagar

Prueba defensiva				
	AÑO 1		AÑO 2	
Caja Banco	(21.547,22)	-0,05	54.568,20	0,18
Pasivo Corriente	398.225,87		303.361,86	

por cada dólar que debe, para pagar hoy cuenta con \$ -0,05 dólares para pagar

por cada dólar que debe, para pagar hoy cuenta con \$ 0.18 dólares para pagar

Ratio capital de trabajo				
	AÑO 1		AÑO 2	
Act corrie - Pas corriente	(40.886,35)		30.755,18	

Con este resultado la empresa no cuenta con capacidad económica para responder obligaciones

La empresa cuenta con capacidad económica para responder obligaciones

liquidez de las cuentas por cobrar				
	AÑO 1		AÑO 2	
cuentas x cobrar x d año	122.474.160,00	327,93 días	28.564.204,46	66,51 días
ventas anuales c	373.476,89		429.498,42	5,41

Las ctas. Por cobrar están circulando 328 días, tiempo que tarda en convertirse en efectivo.

Las ctas. Por cobrar están circulando 37 días, tiempo que tarda en convertirse en

ROTACION DE LAS CUENTAS POR COBRAR				
	AÑO 1		AÑO 2	
<u>Ventas anuales a crédito</u>	<u>582.536,00</u>	1,71 veces	<u>623.313,52</u>	7,86 veces
Cuentas por cobrar	340.206,00		79.345,01	

las cuentas por cobrar rotan 1.71 veces por año

las cuentas por cobrar rotan 7,86 veces por año

Ratio rotación de cartera (cuentas por cobrar)				
			AÑO 2	
<u>Cuentas por cobrar promedio *360</u>	=días		<u>14.622.308,23</u>	13,89 días
Ventas			1.052.811,94	
			<u>360,00</u>	25,9 VECES
<u>360</u>	= veces que rota al año		13,89	
días				

Podemos ver que la empresa recupera su cartera en 13,89 días y rota 25,9 veces al año.

Rotación de los Inventarios				
			AÑO 2	
<u>Inventario Promedio *360</u>			<u>36.052.580,13</u>	58,41 DIAS
Costo de Venta			617.285,43	
			<u>360,00</u>	6,2 VECES
			58,41	

Podemos decir que los Inventarios van al mercado cada 58 días y rotan con una frecuencia de 6,2 veces al año

<u>Costo de Venta</u>			<u>617.285,43</u>	5,32 veces
Inventario Promedio			115.992,65	

La rapidez con que cambia el inventario en cuentas por cobrar por medio de las ventas es de 5,32 veces

Período promedio de pago a proveedores				
		AÑO 1	AÑO 2	

PERIODO PAGO A PROVEEDORES	$\frac{\text{CTAS. x PAGAR (PROMEDIO) *360}}{\text{COMPRAS A PROVEEDORES}}$		$\frac{34.408.172,75}{189.445,36}$	181,63 días
			Rotación Anual $\frac{360,00}{181,63}$	1,98 VECES

Podemos decir que la empresa se tarda 181,63 días en pagar a sus proveedores. Teniendo una rotación de 1,98 veces en el año

ROTACION DE CAJA Y BANCOS				
AÑOS	AÑO 1		AÑO 2	

CAJA Y BANCOS x 360	$\frac{(7.810.849,20)}{956.012,89}$	-8 DIAS	$\frac{18.452.413,52}{1.052.811,94}$	18 DIAS
---------------------	-------------------------------------	---------	--------------------------------------	---------

Podemos decir que no contamos con liquidez para cubrir días de ventas

Podemos decir que contamos liquidez para cubrir 18 días de ventas

Rotación de Activos Totales				
AÑOS	AÑO 1		AÑO 2	

VENTAS	$\frac{956.012,89}{490.041,45}$	1,95 Veces	$\frac{1.052.811,94}{476.852,45}$	2,21 veces
ACTIVOS TOTALES				

La empresa esta colocando entre sus clientes 1,95 veces el valor de la inversión efectuada

La empresa esta colocando entre sus clientes 2,21 veces el valor de la inversión efectuada

Rotación del Activo Fijo				
AÑOS	AÑO 1		AÑO 2	
VENTAS	956.012,89	9 Veces	1.052.811,94	10 veces
ACTIVO FIJO	103.217,60		103.217,60	

Es decir, estamos colocando en el mercado 9 veces el valor de lo invertido en activo fijo.

Es decir, estamos colocando en el mercado 10 veces el valor de lo invertido en activo fijo

RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO				
AÑOS	AÑO 1		AÑO 2	
UTILIDAD NETA	72.063,44	78%	73.507,51	42%
T. CAPITAL O PATRIMONIO	91.815,58		173.490,59	

Significa que por cada dólar de inversión se obtiene el 78% de rendimiento líquido fuera de gastos.

Significa que por cada dólar de inversión se obtiene el 42% de rendimiento líquido fuera de gastos

Rendimiento sobre la inversión				
AÑOS	AÑO 1		AÑO 2	
UTILIDAD NETA	72.063,44	14,71%	73.507,51	15,42%
ACTIVO TOTAL	490.041,45		476.852,45	

Por cada dólar de inversión en los activos se obtiene el 14,71% sobre la inversión

Por cada dólar de inversión en los activos se obtiene el 15,42% sobre la inversión

Utilidad activo				
AÑOS	AÑO 1		AÑO 2	
UT. ANTES DE INTERSES E IMPUESTOS	124.443,91	25,39%	132.285,26	27,74%
ACTIVO	490.041,45		476.852,45	

Por cada dólar de inversión en los activos, La Empresa obtiene una utilidad del 25,39%

Por cada dólar de inversión en los activos, La Empresa obtiene una utilidad del 27,74%

AÑOS	Utilidad ventas	
	AÑO 1	AÑO 2
UT. ANTES DE INTERSES E IMPUESTOS	124.443,91	132.285,26
ventas	956.012,89	1.052.811,94
	13,02%	12,56%

Por cada dólar de ventas se ha obtenido una utilidad de 13,02%

Por cada dólar de ventas se a obtenido una utilidad de 12,56%

AÑOS	Margen bruto y neto de utilidad	
	AÑO 1	AÑO 2
margen bruto		
VENTAS - COSTOS DE VENTAS	452.733,67	435.526,51
ventas	956.012,89	1.052.811,94
	47,36%	41,37%
Utilidad neta	72.063,44	73.507,51
ventas	956.012,89	1.052.811,94
	7,54%	6,98%

Hemos obtenido una utilidad sobre los bienes o servicios vendidos del 47,36%

Hemos obtenido una utilidad sobre los bienes o servicios vendidos del 41.37%

Por cada dólar vendido se obtuvo una utilidad neta del 7,54%

Por cada dólar vendido se obtuvo una utilidad neta del 6,98%

5.7.3 IMPACTO

Podemos decir que esta investigación tendrá los siguientes impactos:

Socio-Económico

En lo concerniente al elemento socioeconómico de este proyecto, podemos decir que genera un impacto positivo, considerando que la inversión a realizarse no será muy alta en comparación con los beneficios que traerá, tanto a los clientes como al personal que labora en la empresa, al entregar un excelente servicio.

En el ámbito Social la empresa recicla los equipos, los repara para luego donarlos a escuelas de bajos recursos económicos, como parte de su labor social.

Científico

Podemos decir que esta investigación traerá consigo un aporte importante en el avance tecnológico, al aportar una mejora en sus controles Internos los mismos que se verán reflejados en el avance tecnológico del software que comercializa la empresa, además de las herramientas de última generación que se utilizarán para la mejor atención de los clientes.

Ambiental

Durante el desarrollo de los servicios que se entregan, se pueden presentar diferentes tipos de riesgo, pero uno de los que puede causar mayores consecuencias en los consumidores es el de tipo biológico.

Los riesgos biológicos son ocasionados al desechar partes del Hardware que se repara, es por este motivo que se requiere especial cuidado en su manipulación y conservación a fin de evitar daño al medioambiente si se desecha irresponsablemente.

Por todo lo antes descrito, es importante manifestar que todo nuestro personal es responsable de recolectar, almacenar todo desecho tecnológico, para que este sea reciclado por una empresa encargada de este tipo de desecho.

5.7.4 CRONOGRAMA

Cuadro # 24. Cronograma de la Propuesta

NOMBRE DE TAREA	DURACION											
	1er. MES				2do. MES				3er. MES			
	1era Sem.	2da Sem.	3era Sem.	4ta. Sem.	5ta. Sem.	6ta. Sem.	7ma Sem.	8va. Sem.	9na Sem.	10ma Sem.	11va Sem.	12va. Sem.
Reconocimiento de la Empresa	■											
Requerimiento de Documentación		■										
observación de documentación		■	■									
análisis de información				■								
Toma de información departamental				■	■							
Realización de Encuesta						■						
Tabulación de la encuesta						■						
Diagnostico de la situación departamental						■	■					
Creación de Políticas							■					
Creación de Manual de Procedimientos							■	■				
Reconstrucción de Organigrama									■			
Implementación de Políticas y Procedimientos								■	■	■	■	
Análisis de estados financieros y ratios de la empresa										■	■	■
conclusiones y entrega de informe a la Junta de Accionistas											■	■

Responsables: Gina Mora Espín y Margarita Mora Espín

5.7.5 LINEAMIENTO PARA EVALUAR LA PROPUESTA.

Con la ejecución de nuestra propuesta los ingresos de la empresa van a mejorar en un 10%. Mejorando las cobranzas tendremos una mayor liquidez, bajando los gastos mejoraremos la utilidad, logrando eficiencia y eficacia en los diferentes departamentos de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILERA, Purificación. (2007). *Aplicaciones Informáticas: Ofimática*, Madrid: Editex.

BARCELÓ, Miguel. (2008). *Una Historia de la Informática*, Barcelona: Editorial UOC.

BERNAL, César. (2006). *Metodología de la Investigación*, México: Pearson Educación.

BRACHFIELD, Pere J. (2012). *Instrumentos para Gestionar y Cobrar Impagados*, Barcelona: Editorial Profit.

CARREÑO, Alberto. (1964). *Breve Historia del Comercio*, México: Editorial Porrúa.

ESTUPIÑÁN, Rodrigo. (2006). *Control Interno y Fraudes*, Bogotá: Colección Textos Universitarios.

FUENTEELSAZ, Carmen. (2006). *Elaboración y Presentación de un Proyecto de Investigación y Tesina*, Barcelona: Edicions Universitat.

HELGUERA Y GARCIA, A de la. (2006). *Manual Práctico de la Historia del Comercio*, Barcelona: Edición Electrónica.

LERRY, Luis. *Planeación Financiera en la Empresa Moderna*, México: Ediciones Fiscales ISEF.

LLORENTE, José. (2010). *Análisis de Estados Económico-Financieros*, Centro de Estudios Financieros.

LONGENECKER, Justin. (2007). *Administración de pequeñas empresas: Enfoque emprendedores*, México: Cengage Learning.

MADROÑO, Manuel. (2010). *Administración Financiera del Circulante*, México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.

MANTILLA, Samuel. (2005). *Auditoría del Control Interno*, Bogotá: ECOE Ediciones.

MOLINA, Víctor. (2005). *Estrategias de Cobranzas en Épocas de Crisis*, México: Ediciones Fiscales.

PROFIT EDITORIAL. (2009). *Gestión del Circulante*, Barcelona: Profit Editorial.

SCOTT, Besley. (2008). *Fundamentos de Administración Financiera*, Florida: Cengage Learning.

VELÁSQUEZ, Guillermo. (2005). *Manual de Transferencia y Adquisición de Tecnologías Sostenibles*, Costa Rica: CEGESTI.

WIHALSEY, Subramanyam. (2007). *Análisis de Estados Financieros*, México: MC Graw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.

ZAPATA, Pedro. (2011). *Contabilidad General*, México: MC Graw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.

LINCOGRAFÍA

<http://www.ibm.com>.

<http://www.adexus.com>.

<http://www.akros.com>.

<http://www.mercadotendencias.com/informe-coso>.

ANEXOS

NOMINA DE EMPLEADOS GIMO S.A.												
#	Cargo	Sueldo	Horas Extras	Aporte patronal	13ero	14to	Fondo de Reserva	Vacaciones	IECE secap	RET. IMP	TOTAL	
1	Gerente General	\$ 1.000,00	\$ -	\$ 111,50	\$ 83,33	\$ 24,33	\$ 83,33	\$ 41,67	\$ 10,00		\$ 1.334,17	
2	Gerente Administrativo Financiero	\$ 1.000,00		\$ 111,50	\$ 83,33	\$ 24,33	\$ 83,33	\$ 41,67	\$ 10,00		\$ 1.334,17	
3	Asistente Administrativo	\$ 350,00		\$ 39,03	\$ 29,17	\$ 24,33	\$ 29,17	\$ 14,58	\$ 3,50		\$ 482,78	
4	Contador	\$ 800,00		\$ 89,20	\$ 66,67	\$ 24,33	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 8,00		\$ 1.072,20	
5	Mensajero	\$ 292,00		\$ 32,56	\$ 24,33	\$ 24,33	\$ 24,33	\$ 12,17	\$ 2,92		\$ 406,80	
6	Bodeguero	\$ 300,00		\$ 33,45	\$ 25,00	\$ 24,33	\$ 25,00	\$ 12,50	\$ 3,00		\$ 417,28	
7	Gerente de Servicio Tecnico	\$ 1.000,00		\$ 111,50	\$ 83,33	\$ 24,33	\$ 83,33	\$ 41,67	\$ 10,00		\$ 1.334,17	
8	Coordinador	\$ 400,00		\$ 44,60	\$ 33,33	\$ 24,33	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 4,00		\$ 548,27	
9	Jefe de Tecnicos	\$ 700,00		\$ 78,05	\$ 58,33	\$ 24,33	\$ 58,33	\$ 29,17	\$ 7,00		\$ 941,22	
10	Tecnicos	\$ 500,00		\$ 55,75	\$ 41,67	\$ 24,33	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 5,00		\$ 679,25	
11	Gerente de Sistemas	\$ 1.000,00		\$ 111,50	\$ 83,33	\$ 24,33	\$ 83,33	\$ 41,67	\$ 10,00		\$ 1.334,17	
12	Programador	\$ 700,00		\$ 78,05	\$ 58,33	\$ 24,33	\$ 58,33	\$ 29,17	\$ 7,00		\$ 941,22	
13	Sopote	\$ 450,00		\$ 50,18	\$ 37,50	\$ 24,33	\$ 37,50	\$ 18,75	\$ 4,50		\$ 613,76	
14	Gerente Comercial	\$ 1.000,00		\$ 111,50	\$ 83,33	\$ 24,33	\$ 83,33	\$ 41,67	\$ 10,00		\$ 1.334,17	
15	Asesor Comercial	\$ 550,00		\$ 61,33	\$ 45,83	\$ 24,33	\$ 45,83	\$ 22,92	\$ 5,50		\$ 744,74	
		\$ 10.042,00	\$ -	\$ 1.119,68	\$ 836,83	\$ 365,00	\$ 836,83	\$ 418,42	\$ 100,42		\$13.518,35	
	beneficios sociales			13436,196	10042	4380	10042	5021	1205,04		44126,236	

ANEXO No. 1

NÓMINA DE EMPLEADOS

ANEXO No. 2

FORMATO DE ENCUESTA A PERSONAL DE LA EMPRESA

Esta encuesta tiene la finalidad de obtener información, acerca del funcionamiento del departamento de crédito y cobranzas.

Se solicita que la información sea veras, no marcar más de una respuesta, no hacer manchones.

Duración de la encuesta: 5 minutos.

Masculino:

Femenino:

Nivel Académico:

Área de trabajo:

1.- ¿Con que frecuencia se hacen revisiones de control interno en el departamento de Crédito y Cobranzas?

Siempre Una vez al año Trimestral Nunca

2.- ¿Con que frecuencia son revisadas las políticas en el departamento de crédito y cobranzas?

Una vez al año Dos veces al año Tres veces al año
Nunca

3.- ¿Con que frecuencia considera usted que se debe hacer el debido seguimiento a la cuenta de clientes?

Mensual Trimestral Semestral Anual

4.- ¿Cree usted que la información de la cartera es ingresada oportunamente y sus datos son reales?

Siempre A veces Regularmente Nunca

5.- ¿con que frecuencia usted cree se debe actualizar la documentación presentada por los clientes para acceder a un crédito?

Una vez al año Dos veces al año Tres veces al año Nunca

6.- ¿Cuáles son los lapsos de tiempo que usted cree que deban tener los clientes para cancelar las deudas contraídas con la empresa?

30 días

60 días

90 días

120 días

7.- ¿Qué procedimientos existen en el departamento de crédito y cobranzas para la recuperación de las cuentas por cobrar?

Cierre del Crédito

Cobranza judicial

Hacer efectivas las garantías

Ninguna de las Anteriores

8.- ¿Con qué frecuencia el personal es capacitado en las áreas que labora?

Trimestralmente Semestralmente Una vez al año Nunca

9.- ¿Cuántas veces al año se revisan los estados financieros y las razones financieras?

Mensualmente Trimestralmente Semestralmente Anualmente

10.- ¿Cree usted que se esta cumpliendo con las políticas de crédito en la empresa?

De acuerdo

A veces

Nunca

ANEXO No.3

FORMATO DE ENCUESTA A CLIENTES.

Esta encuesta tiene la finalidad de obtener información, acerca del funcionamiento del departamento de crédito y cobranzas y la situación económica actual de nuestros clientes.

Se solicita que la información sea veras, no marcar más de una respuesta, no hacer manchones.

Duración de la encuesta: 5 minutos.

Masculino:

Femenino:

Nombre de la empresa:

Nombre del Contacto:

1.- ¿Como calificaría el servicio que le brinda la empresa GIMO S.A.?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Malo

2.- ¿El servicio de Cobros es?

Excelente

Medianamente bueno

Malo

3.- ¿Qué propiedades posee, que puedan ser garantía para un acceder aun crédito?

Edificios-casas

Autos

Terrenos

Otros

4.- ¿Posee cuenta corriente? ¿Cuántas cifras maneja?

Cuatro cifras bajas

Cuatro cifras medias

Cuatro cifras altas

Cinco cifras bajas

5.- ¿Cuántos días de crédito cree usted que debería tener?

30 días

60 días

90 días

120 días

ANEXO No. 4

CRONOGRAMA DE CAPACITACION DEL PERSONAL EMPRESA GIMO S.A.

FECHA	ENTIDAD	DESCRIPCION	TIPO	HORARIOS
2012	CENTRO DE DESARROLLO	NIIF PARA PYMES	CURSO	08:30 – 20:30 LUNES Y JUEVES
2012	CAMARA DE COMERCIO	ESTRELLAS EN SERVICIO AL CLIENTE	SEMINARIO	08:00-20:00
2012	MAINT CIA. LTDA.	CERTIFICACION MICROSOFT 070-640	CURSO	3 MESES
2012	MEGA TELCON S.A.	CERTIFICACION LINUX	CURSO	2 MESES
2012	CASA DEL CABLE S.A.	CABLEADO	CURSO	2 MESES
2012	ESPOL TECH EP	ESPECIALISTA EN REDES INHALAMBRICAS	CURSO	3 MESES
2012	CAMARA DE COMERCIO	AUTOESTIMA Y EXCELENCIA	CURSO	7 DIAS
2012	MAINT CIA. LTDA.	CONFIGURATION AND TROUBLESHOOTING	CURSO	2 MESES
2012	CAMARA DE COMERCIO	E-COMMERCE	SEMINARIO	09:00-16:00
2012	CAPIG	VENTAS EFECTIVAS	CURSO	09:00-16:30 SABADO Y DOMINGO
2012	IDEG	MARKETING EN EPOCAS DE CRISIS	SEMINARIO	09:00-18:30
2012	HANSEN-HOLM	FLUJO DE EFECTIVO	SEMINARIO	08:00-20:00
2012	JCI. S.A.	ELESTRICIDAD	CURSO	1 SEMANA
2012	ESPOL TECH EP	ESCUELA DE COBRANZAS	CURSO	1 MES

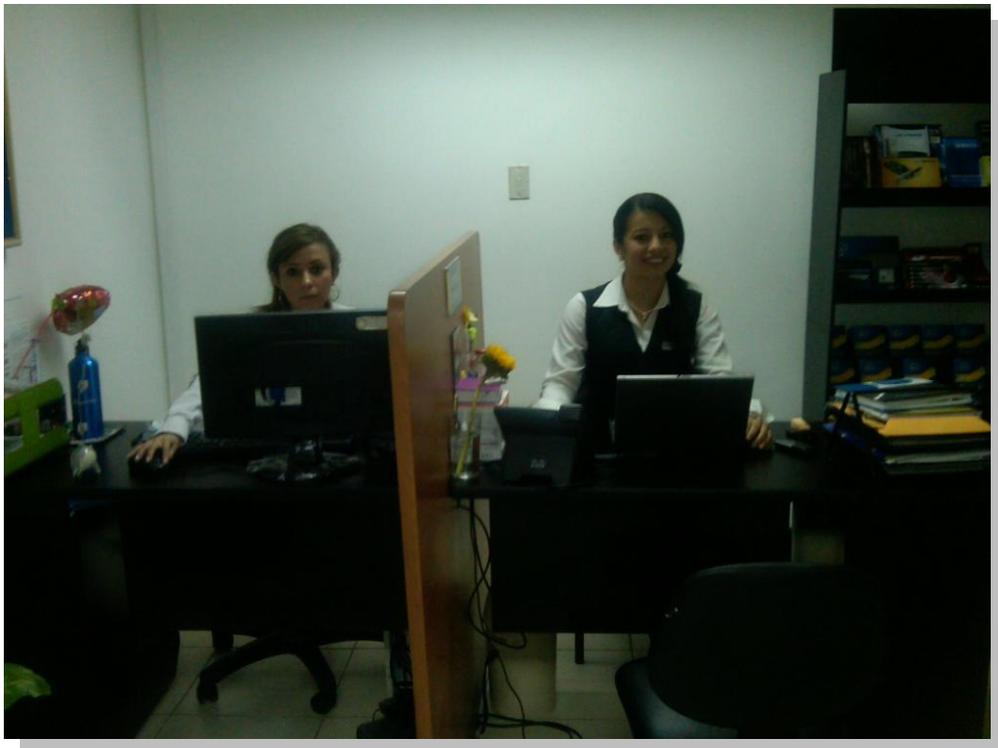
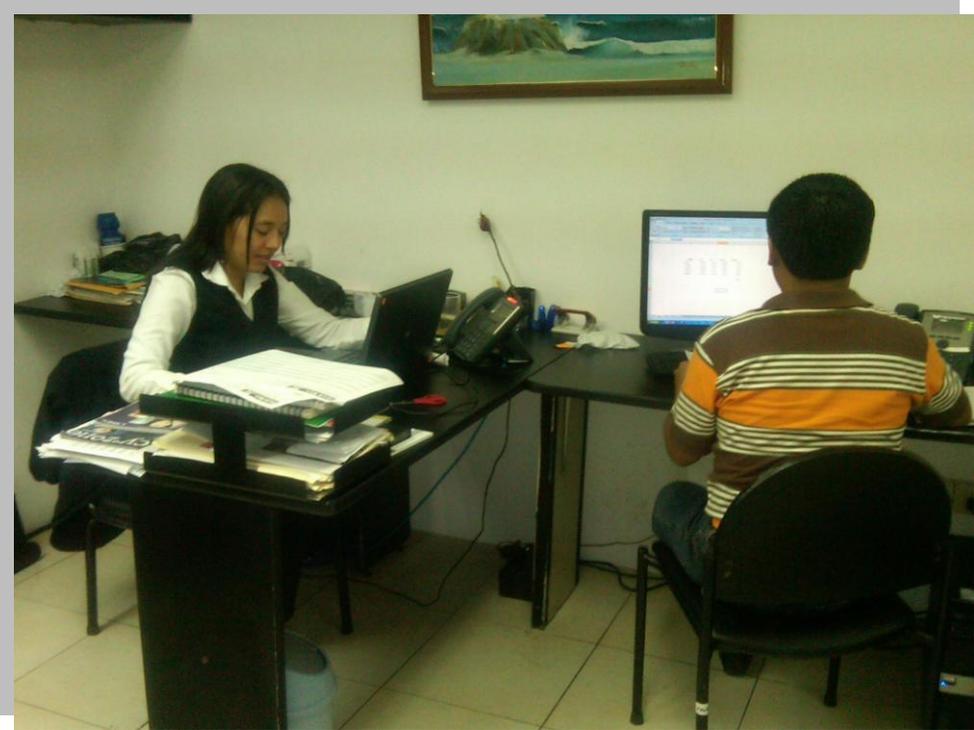
ANEXO No. 5

NECESIDAD TECNOLOGICA GIMO S.A.

La empresa para poder atender con mayor eficiencia y eficacia a sus clientes ha tomado la decisión de herramientas tecnológicas, las mismas que se detallan a continuación:

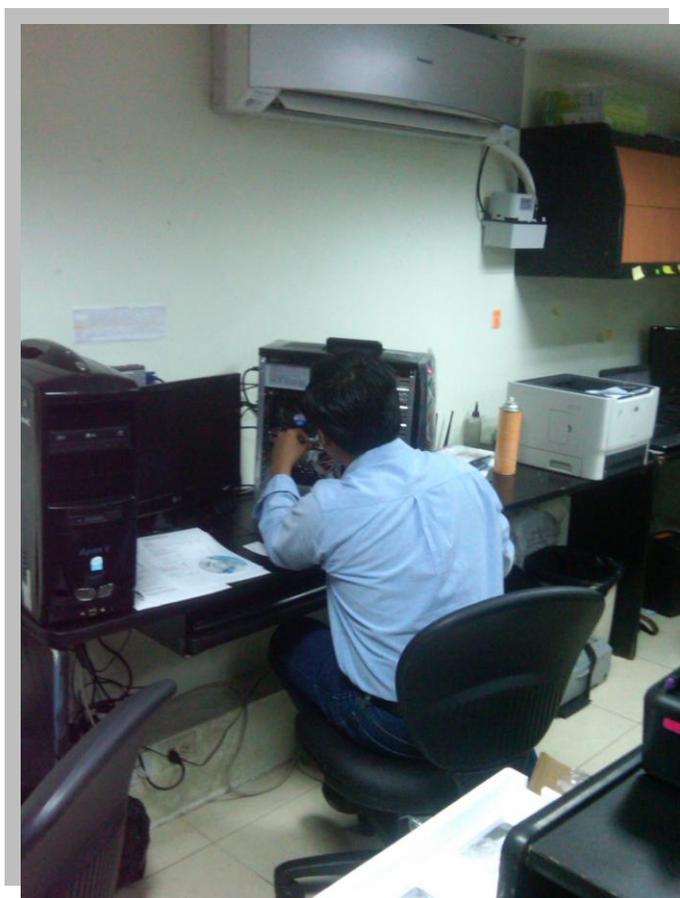
DETALLE	PRESUPUESTO
TABLETS	\$3000.00
SERVIDOR	\$2500.00
CELULARES	\$800.00
RELOJ BIOMETRICO	\$1500.00
LAPTOPS	\$4800.00













CERTIFICADO DE GRAMATOLOGÍA

Yo, Lupita Magdalena Amaya Jacho, Máster en Educación y Desarrollo, portadora de la cédula de ciudadanía N° 1704159407

CERTIFICO:

Haber revisado el proyecto de tesis, cuyo tema es “Aplicación de Reingeniería Integral en la Empresa GIMO S.A. en el año 2012.”, elaborado por las egresadas de la Universidad Estatal de Milagro, Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales, Sede Guayaquil: Gina Mirella Mora Espín y Rosa Margarita Mora Espín, sin haber encontrado errores de sintaxis ni de ortografía.

Guayaquil, septiembre del 2.012

Msc. Lupita Magdalena Amaya Jacho.

Telf. No 097826001