



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

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

TITULO DEL PROYECTO:

**“IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA CONTABLE INTEGRADO Y DE
CONTROL PARA LA FARMACIA VIVIANA”**

AUTORES:

Egresada: GEOVANNA LOURDES FLORES PONCE

Egresada: MARÍA ANGÉLICA FLORES PONCE

TUTOR:

ING. JINSOP GAMBOA POVEDA, Mba

MILAGRO_ ECUADOR

2011

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Tutor de proyecto de investigación nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comercial de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de tesis de grado con el título “Implementación de un Sistema Contable Integrado y de Control para la Farmacia Viviana”. Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al Título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría-C.P.A.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por las egresadas:

Geovanna Lourdes Flores Ponce

C.I. 0920021821

María Angélica Flores Ponce

C.I. 0921610895

TUTOR:

Ing. JINSOP GAMBOA POVEDA, Mba

Milagro_ Ecuador

2011

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotras: Egr. Geovanna Lourdes Flores Ponce Y Egr. María Angélica Flores Ponce, por medio de este documento, entregamos el proyecto; “Implementación de un Sistema Contable Integrado y de Control para la Farmacia Viviana”, del cual nos responsabilizamos por ser las autoras del mismo y tener la asesoría personal del Mba, Jinsop Gamboa Poveda.

Milagro- Ecuador 2011.

Geovanna Lourdes Flores Ponce
C.I. 0920021821

María Angélica Flores Ponce
C.I. 0921610895

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría-CPA otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIAS

A Dios por ser quien guía mi camino y quien ilumina mis pensamientos, a mis padres Galo Rafael Flores Gavilanes Y Lourdes De Jesús Ponce Acosta, porque con su amor dedicación, abnegación y apoyo me impulsaron a seguir adelante gracias por haberme convertido en una mujer luchadora, una mujer de bien y porque siempre quisieron verme convertida en toda una profesional. A mis hermanos Lcda. Inés, Policía Nacional Galo Rafael, Lcda. María Fernanda, Ing. Cpa. María Angélica que al igual que a mis padres han luchado conmigo para alcanzar este triunfo, a mis sobrinos Gabriel, Milena, Ariel, Raphaela y Alison gracias por estar conmigo.

Este trabajo va dedicado de manera especial a mis hijos **DANNYTA Y MOISÉS** porque son la inspiración de mi vida, mi razón de vivir y mis ganas de salir adelante, son lo mejor que Dios pudo regalarme en esta vida y a mi esposo EDWIN MATA que desde el cielo está conmigo y con sus hijos.

GEOVANNA LOURDES FLORES PONCE

DEDICATORIA

Quiero expresar mi agradecimiento eterno a Dios porque guía mi camino e ilumina mis pensamientos, a mis queridos padres Sr. Galo Rafael Flores Gavilanes Y Lourdes De Jesús Ponce Acosta de Flores una mujer abnegada y ejemplar, ellos me dieron el ser y me enseñaron en todo instante la senda de la superación; a mi segunda madre María Auxiliadora Flores de Parra persona que llevo en lo más profundo de mi corazón.

También agradezco a mis hermanos; Lcda. Inés Flores, C.P.A. Geovanna Flores, Pol. Nac. Galo Flores, Lcda. María Fernanda Flores Ponce, a mis sobrinos Gabriel, Moisés, Milena, Danna, Rafaela, Ariel y Alison. Ellos fueron sin duda alguna mi soporte, el motivo y la razón para creer que en esta vida todo es posible.

MARÍA ANGÉLICA FLORES PONCE

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a Dios porque ilumina mi entendimiento y fortalece mi voluntad, quien me ha dado vida, salud y capacidad para llevar a cabo la realización de este proyecto con éxito y poder cumplir esta meta de ser profesional.

A mis padres, mis hermanos, mi esposo y mis hijos por apoyarme sin condición alguna; a la Universidad Estatal de Milagro por haberme dado la oportunidad de ser parte de ella, a mis maestros por todos los conocimientos que me brindaron, mis agradecimientos infinitos al Mba. Jinsop Gamboa Poveda por impartirme sus conocimientos, experiencia y por apoyar al desarrollo de este proyecto.

GEOVANNA LOURDES FLORES PONCE

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento de manera especial a Dios, a mi Tutor Máster Jinsop Gamboa quien con su experiencia y conocimiento en su especialidad hizo posible la realización de este Proyecto, con el cual doy por terminada mi carrera universitaria, no así a mis estudios ya que al igual que ellos aspiro seguir un Masterado que me lleve a la excelencia, es lo que la sociedad requiere, jóvenes entusiastas bien preparados para afrontar nuevos retos y superar todos los obstáculos que se presenten en nuestra carrera profesional, decir gracias, mil gracias no es redundar en lo mismo, es la forma de decirles que cristalizaron mis sueños y por eso con ustedes queda mi agradecimiento eterno.

MARIA ANGELICA FLORES PONCE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Doctor.

Rómulo Minchala.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención del Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue "Implementación de un Sistema Contable Integrado para la Farmacia Viviana" y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de Administrativas y Comerciales.

Milagro,.... de.....del 2011

Nombre

Firma de los Egresado (a)

C.I. 0920021821

Geovanna Flores Ponce

C.I. 0921610895

María A. Flores Ponce

ÍNDICE GENERAL

Página de carátula o portada-----	i
Página de la constancia de aprobación por el tutor-----	ii
Página de declaración de autoría de la investigación-----	iii
Certificación de autoría-----	iv
Página de dedicatoria-----	v
Página de agradecimiento-----	vii
Página de cesión de Derecho de Autor-----	ix
Índice general-----	x
Índice de cuadros y gráficos-----	xiii
Resumen-----	vxiii
Abstract.-----	xx

CAPITULO I

EL PROBLEMA

	Pág.
1.1 Planteamiento del problema-----	1
1.1.1. Problematización del Problema-----	1
1.1.2 Delimitación del Problema-----	2
1.1.3 Formulación del Proyecto-----	2
1.1.4 Sistematización del problema-----	3
1.1.5 Determinación del problema-----	4
1.2 Objetivos-----	4
1.2.1 General-----	4

1.2.2 Específicos-----	4
1.3 Justificación-----	5

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

	Pág.
2.1 Marco teórico-----	7
2.1.1 Antecedentes históricos-----	7
2.1.2 Antecedentes referenciales-----	8
2.1.3 Fundamentación-----	16
2.2 Fundamentación legal -----	67
2.3 Marco conceptual-----	76
2.4 Hipótesis y variables-----	77
2.4.1 Hipótesis General-----	77
2.4.2 Hipótesis Particulares -----	78
2.4.3 Variable Independientes y Dependiente -----	78
2.4.4 Operacionalización de las variables -----	79

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

	Pág.
3.1 El tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general-----	80
3.2 Población y muestra-----	81
3.2.1 Definición de los sujetos que van hacer medidos-----	81
3.2.2 Delimitar la población -----	81
3.2.3 Tipo de la muestra-----	82

3.2.4 Tamaño de la muestra-----	82
3.3 Métodos y técnicas-----	83
3.4 Propuesta de procedimiento estadístico de la información-----	85

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

	Pág.
4.1 Análisis de la situación actual-----	86
4.2 Análisis comparativo, evolución tendencias y perspectiva-----	93
4.3 Resultados-----	94
4.4 Verificación de la hipótesis-----	95

CAPITULO V

PROPUESTA

	Pág.
5.1 Tema-----	96
5.2 Justificación -----	96
5.3 Fundamentación -----	97
5.4 Objetivos -----	98
5.4.1 Objetivo general de la propuesta-----	98
5.4.2 Objetivos específicos-----	98
5.5 Ubicación del Proyecto-----	98
5.6 Factibilidad-----	99
5.7 Descripción de la propuesta-----	99
5.7.1 Actividades-----	150
5.7.3 Recursos análisis financiero-----	151
5.7.4 Impacto-----	153

5.7.5 Cronograma-----	153
5.7.6 Lineamiento para evaluar la propuesta-----	154

**ÍNDICE
CUADROS Y GRÁFICOS**

CUADROS

	Pág.
Cuadro # 1.	
Operaciones típicas de un desarrollo esquemático-----	13
Cuadro # 2	
Preguntas y conceptos claves para la toma de decisiones-----	48
Cuadro # 3	
Operacionalización de las variables-----	79
Cuadro # 4	
Pregunta 1 encuesta-----	86
Cuadro # 5	
Pregunta 2 encuesta-----	87
Cuadro # 6	
Pregunta 3 encuesta-----	88
Cuadro # 7	
Pregunta 4 encuesta-----	89
Cuadro # 8	
Pregunta 5 encuesta-----	90
Cuadro # 9	
Pregunta 6 encuesta-----	91
Cuadro # 11	
Pregunta 7 encuesta-----	92
Cuadro # 12	
Verificación de la hipótesis-----	95
Cuadro # 13	

Barreras de entrada-----	116
Cuadro # 14	
Servicios sustitutos-----	116
Cuadro # 15	
Determinantes de la rivalidad-----	117
Cuadro # 16	
Poder de los compradores-----	117
Cuadro # 17	
Negociación con los proveedores-----	118
Cuadro # 18	
Análisis del sector comercial-----	118
Cuadro # 19	
Matriz FODA-----	120
Cuadro # 20	
Precios-----	124
Cuadro # 21	
Inversión inicial-----	140
Cuadro # 22	
Depreciación de los activos-----	140
Cuadro # 23	
Gastos de funcionamiento-----	141
Cuadro # 24	
Gasto de ventas-----	142
Cuadro # 25	
Costo de ventas-----	142
Cuadro # 26	
Presupuestos de ingresos-----	142
Cuadro # 27	
Inversión del proyecto-----	143
Cuadro # 28	
Financiación del proyecto-----	143
Cuadro # 29	

Tabla de amortización-----	143
Cuadro # 30	
Estado de resultado-----	144
Cuadro # 31	
Flujo de caja proyectado-----	145
Cuadro # 32	
Balance general-----	146
Cuadro # 33	
Índices financieros-----	147
Cuadro # 34	
Tasa de rendimiento VAN-TIR-----	147
Cuadro # 35	
Ratios financieros-----	147
Cuadro # 36	
Capital de trabajo-----	148
Cuadro # 37	
Rendimientos financieros-----	148
Cuadro # 38	
Razones-----	148
Cuadro # 39	
Razones liquidez-----	149
Cuadro # 40	
Rotación de activos fijos-----	149
Cuadro # 41	
Razón de endeudamiento-----	149
Cuadro # 42	
Razones de rentabilidad-----	150
Cuadro # 43	
Recursos-----	151
Cuadro # 44	
Presupuesto-----	152
 Cuadro # 45	

Cronograma-----	153
-----------------	-----

GRÁFICOS

Pág.

Gráfico # 1

Esquema de la ruta a seguir por la documentación en un Sistema Contable

Integrado-----	10
----------------	----

Gráfico # 2

Las cinco fuerzas de Porter-----	67
----------------------------------	----

Gráfico # 3

Pregunta 1 encuesta-----	86
--------------------------	----

Gráfico # 4

Pregunta 2 encuesta-----	87
--------------------------	----

Gráfico # 5

Pregunta 3 encuesta-----	88
--------------------------	----

Gráfico # 6

Pregunta 4 encuesta-----	89
--------------------------	----

Gráfico # 7

Pregunta 5 encuesta-----	90
--------------------------	----

Gráfico # 8

Pregunta 6 encuesta-----	91
--------------------------	----

Gráfico # 10

Pregunta 7 encuesta-----	92
--------------------------	----

Gráfico # 11

Organigrama estructural-----	104
------------------------------	-----

Gráfico # 12

Análisis de las cinco fuerzas de Porter aplicado al proyecto-----	115
---	-----

Gráfico # 13

Flujograma gerente general-----	127
---------------------------------	-----

Gráfico # 14

Flujo grama contador-----	131
---------------------------	-----

Gráfico # 15

Flujograma supervisor de compra y venta-----136

Gráfico # 16

Flujograma vendedoras-----139

Anexos

Bibliografía-----156

Lincografía-----157

Preguntas de la Encuesta-----158



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

AUTORES:

Egr. Geovanna Lourdes Flores Ponce
Egr. María Angélica Flores Ponce

TUTOR:

Mba, Jinsop Gamboa Poveda

RESUMEN

La realización de este proyecto se la hizo en base a los conocimientos de una de las responsables del proyecto puesto que trabaja en la Farmacia Viviana, la problemática fue planteada puesto que la empresa ha bajado sus rendimientos económicos, esto se ha dado por la falta de control de las existencias de mercadería y del efectivo del negocio, por ello nació la idea de realizar un estudio profundo sobre la zonas críticas de la entidad llegando a la conclusión que la Farmacia carece de un Sistema Contable Integrado que permita satisfactoriamente el control total del funcionamiento contable financiero del negocio. Para realizar un buen trabajo se empezó por plantear problema definiendo causas y consecuencias que destinan a un pronóstico de la situación en la que vive la farmacia, así mismo se detallo el control del pronóstico a través de la implementación de un sistema que mejore la administración del establecimiento, seguidamente se estableció los

respectivos objetivos y su justificación que lleven a un buen desarrollo del trabajo, además se fundamentará la investigación a través de investigaciones referentes a la problemática planteada, así como la empleación de términos importantes que faciliten la comprensión del trabajo. Continuando con esta investigación se procedió a definir el tipo y diseño de la investigación las cuales están establecidas en el capítulo tres, dentro de esta parte del trabajo se estableció la población y muestra de la cual se hizo el escogitamiento de clase no probabilística, cabe mencionar que para obtener información relevante que proyecte la factibilidad del proyecto se utilizó una herramienta investigativa conocida como la encuesta, una vez establecida esta herramienta se procedió a realizar la encuesta la cual estaba dirigida a la ciudadanía Milagreña, después del proceso de encuestación se procedió al análisis de la información obtenida para puntualizar las necesidades, exigencias y expectativas que tienen los Milagreños sobre esta Farmacia; cabe mencionar que este negocio tiene una participación pasiva en el sector empresarial. Una vez obtenida esta información se procedió a detallar la propuesta la cual se la encontrará en el capítulo cinco del proyecto, dentro de esta parte se desarrollará paso a paso como se efectuará la implementación del Sistema Contable Integrado y los beneficios que les traerá a los administradores de la Farmacia Viviana quedando satisfecho tanto la ciudadanía como los propietarios, además se realizó una proyección financiera en la cual se refleja las entradas y salidas de mercadería; es decir lo que se gasta vs. Lo que ingresa, esto comprobado a través de la VAN – TIR las cuales demuestran la factibilidad del negocio.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE LAS CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

AUTORES:

Egr. Geovanna Lourdes Flores Ponce

Egr. María Angélica Flores Ponce

TUTOR:

Mba, Jinsop Gamboa Poveda

ABSTRACT

The realization of this project was made based on knowledge of one of the managers of the project since it works in the Pharmacy Viviana, the issue was raised since the company has lowered its economic performance, this has been the lack of inventory control of merchandise and cash in the business, so the idea of making a detailed study on the critical areas of the body came to the conclusion that the Pharmacy lacks an integrated accounting system that allows total control satisfactory performance business financial accounting. To do a good job started by posing problem by defining causes and consequences intended to forecast the situation in which lives the pharmacy, and it details the control forecast through the implementation of a system to improve management establishment, then established the respective objectives and their justification to keep a good development work, research can substantiate through research concerning the issues raised and the empleación of important terms that facilitate understanding of the work. Following this research we proceeded to define the type and design of research which are set out in chapter three, in this part of the study population and sample set which was made of class escogitamiento probabilistic include that

relevant information to project the feasibility of the project used a research tool known as the survey tool once established they proceeded to conduct the survey which was aimed at Milagreña citizenship, after surveying process proceeded to analysis of the information obtained to point out the needs, requirements and expectations of the Milagreños on the Pharmacy, it is noteworthy that this business has a silent partnership in the business sector. Once this information we proceeded to detail the proposal which was found in the chapter five of the project under this part be developed step by step how to make the implementation of the Integrated Accounting System and the benefits it will bring administrators Viviana Pharmacy being satisfied with both the public and owners, in addition we made a financial forecast which reflects inflows and outflows of goods, that is what is spent vs. What goes, this proven through the VAN- TIR which demonstrate the feasibility of the business.

INTRODUCCION

El desarrollo de la problemática planteada se lo realizó en la Farmacia Viviana, la misma que está situada en el Cantón Milagro Provincia del Guayas República del Ecuador en la Avenida Mariscal Sucre. Cabe mencionar que este negocio a más de buscar sus propios intereses está enfocado en el servicio a la comunidad más necesitada.

Farmacia Viviana fue creada hace once años en la ciudad de Milagro, está ubicada en la ciudadela la Pradera tercer grupo, entre las calles décimas y décima primera; su propietario es el Dr. Robert Fernando Idrovo Vera, él galeno presta sus servicios de médico en las instalaciones del primer piso de la edificación donde se encuentra la farmacia, ofrece medicamentos a bajos costos, con el interés de que la ciudadanía pueda acceder a ellos y sanar sus dolencias.

Este establecimiento a pesar de tener muchos años en este mercado sirviendo a la comunidad Milagreña a través de su profesionalismo, ofreciendo medicina de primera calidad a precios accesibles y una consultoría acorde a las necesidades de los clientes, es sujeta a problemas de carácter contable que afecta directamente a la rentabilidad del negocio.

En vista de esta problemática que presenta este establecimiento nació la idea de proponer la implementación de un Sistema Contable Integrado que optimice las operaciones contables de la farmacia, agilizando así el proceso de venta, la recolección de información idónea para la preparación de los estados financieros, donde se refleje los movimientos de efectivos que ha realizado la empresa. Teniendo así un mayor control de la mercadería, insumos y los ingresos por consultoría así como de las obligaciones por pagar.

La información del tema planteado esta distribuido en cinco capítulos para una mejor comprensión del estudio, además se realizó una proyección financiera donde se refleja los movimientos económicos que tiene la Farmacia Viviana.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema.

1.1.1 Problematización del Problema.

El estudio sobre la problemática planteada se origina en la Farmacia Viviana está situada en la provincia del Guayas específicamente en el Cantón Milagro, establecimiento que provee una gran variedad de medicamentos para el consumo de la ciudadanía Milagreña y de sectores cercanos a este perímetro, ofreciéndoles precios accesibles acorde a las necesidades económicas de los habitantes, esta entidad está dirigida por el Dr. Robert Idrovo quien es el propietario del negocio con el claro objetivo de servicio a la comunidad.

Farmacia Viviana durante los primeros nueve años se mantuvo como un negocio económicamente rentable, después de transcurrido ese tiempo la empresa ha enfrentado serios problemas de rendimientos financieros agudizándose hasta la actualidad, situación que día a día está poniendo en riesgo la permanencia de la farmacia dentro de esta plaza comercial.

Esta situación se ha presentado por diferentes causas tales como: falta de preocupación por parte del propietario por mejorar la parte operativa de la farmacia, deficiencia publicitaria, inasistencia de un sistema contable que agilite el proceso de venta y la rentabilidad del negocio, estas causas generan consecuencias como bajo índice de ingresos e inconformidad del recurso humano.

Por ello, para poder contrarrestar las consecuencias, es necesario que la empresa adquiera un Sistema Contable Integrado y de control que optimice el proceso de las ventas, es decir que mantenga un estricto control de la medicina y por supuesto de las entradas y salidas de dinero, de no realizar estos cambios la farmacia seguirá endeudándose hasta llegar al punto de bajar totalmente sus rendimientos, viéndose en la decisión de prescindir de una parte del personal o a su vez de cerrar el negocio.

Para evitar que la farmacia caiga en este escenario, se presentará la propuesta al propietario de la Farmacia Viviana a través de una clara explicación sobre los beneficios que tendrán una vez implantado este sistema contable, augurando una rentabilidad sostenida a través del control de sus existencias. En lo referente a la parte publicitaria se deberá utilizar los medios publicitarios de mayor aceptación por parte de las personas y llegar a sectores donde no tienen conocimiento de la existencia de nuestra empresa, además lograr significativamente un posicionamiento respetable en este sector empresarial de la ciudad de Milagro.

1.1.2 Delimitación del problema.

Campo: Administrativo - Contable.

Áreas: Contabilidad

Aspecto: Contable

Tema: “Implementación de un Sistema Contable Integrado y de Control para la Farmacia Viviana”.

Ubicación: En Cantón Milagro, Avenida Mariscal Sucre y calle Décima

1.1.3 Formulación del Problema.

¿Qué incidencia tendrá la implementación de un Sistema Contable Integrado y de Control en el despacho de medicamentos y movimientos económicos, sobre los rendimientos financieros de la Farmacia Viviana?

A continuación se presentaran seis aspectos que permitirán evaluar el problema.

Delimitado.- El desarrollo del proyecto se lo realizara en la ciudad de Milagro, para mejorar la operatividad de la farmacia y a su vez cubrir las necesidades y expectativas de la ciudadanía Milagreña.

Claro.- La información utilizada para la investigación del problema planteado se la ha distribuido en cinco capítulos para una mejor comprensión de lo que se está proponiendo (implementación de un sistema contable).

Relevante.- La implementación de este sistema contable está orientado a optimizar la operatividad de la farmacia Viviana incrementar sus ingresos y mantener una rentabilidad sostenida que garantice su permanencia en este sector empresarial.

Concreto.- El trabajo estará redactado de una forma precisa, concreta con la información idónea para cambiar significativamente el problema que aqueja la operatividad de la Farmacia Viviana.

Factible.- La propuesta cuenta con una amplia perspectiva de viabilidad ya que es la vía más factible para contrarrestar los problemas que aquejan al negocio.

Variables.- las variables se deslindan de la pregunta realizada para la formulación del problema.

Variable dependiente: Implementación de un Sistema Contable Integrado y de Control.

Variable independiente: Rendimiento financiero

1.1.4 Sistematización del Problema.

¿Qué incidencia tiene la ausencia de inventarios en el control de existencias de los medicamentos?

¿Qué influencia tiene, el no llevar un control de las cuentas por cobrar, en los rendimientos financieros?

¿Cuál es la importancia de realizar publicidad como elemento fundamental para posicionar el negocio y obtener un mejor volumen de ventas?

¿Qué efecto tendrá realizar un sistema contable integrado y de control en los rendimientos financieros de la farmacia?

1.1.5 Determinación del Tema

“Implementación de un Sistema Contable Integrado y de Control para la “Farmacia Viviana”.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Determinar cómo afectará la implementación de un Sistema Contable Integrado y de Control en el despacho de la medicina y movimientos económicos, en los Rendimientos Financieros de la Farmacia Viviana.

1.2.2 Objetivos Específicos

- ✓ Evaluar el clima organizacional.
- ✓ Investigar el comportamiento financiero de la institución en los últimos 5 años.
- ✓ Desarrollar información oportuna para el control de los manejos financieros.
- ✓ Establecer el efecto de llevar inventarios en la administración del negocio.
- ✓ Establecer la importancia de la publicidad como herramienta para generar ventas.
- ✓ Determinar cómo influye la tecnología en el recurso humano para el control de los ingresos y egresos del negocio.
- ✓ Analizar los resultados obtenidos al implementar un Sistema Contable Integrado y de Control.

1.3 Justificación.

1.3.1. Justificación de la investigación

En vista de que conocemos el manejo administrativo y contable de la Farmacia Viviana nos sentimos seguras de incursionar en la mejora de este negocio.

La ausencia de: inventarios, control de la cartera por créditos concedidos y, publicidad están incidiendo notablemente para que la farmacia “Viviana” no pueda tener un posicionamiento respetable en este mercado y llevarla a un nivel competitivo óptimo, pese a la labor comunitaria que viene desarrollando su propietario, quien con mucho amor y dedicación a su trabajo y a la promesa ante ellos y ante la sociedad misma de servir y salvar vida en todo lo que este a su alcance, por ello ante todo y contando con la aceptación del dueño del negocio, estamos seguras que es necesario implementar un sistema contable integrado y de control, así se evitará pérdidas de las existencias de la mercadería, quedando en muchas ocasiones con un bajo stock que no abastece a la clientela, viéndose el propietario en la necesidad de realizar préstamos para surtir el negocio ya que para el dueño de la farmacia no es de su agrado que sus clientes se quejen del servicio que se les brinda.

La implementación de un Sistema Contable integrado y de Control de las existencias de medicamentos que tiene la farmacia “Viviana”, es necesario, reviste de mucha importancia no solamente para su propietario y empleados, si no para la sociedad misma, a través de sus clientes, pues con este sistema estaremos optimizando recursos: materiales, financieros y humanos, ya que les permitirá llevar un control óptimo de sus medicamentos, permitiéndoles conocer con exactitud su existencia física, cantidad y desechando aquellos fármacos caducos; así mismo, controlará su portafolio de créditos concedidos que admitirá en cualquier momento conocer con veracidad la nómina de sus clientes, valores por recuperar, así como el tiempo de rotación de los créditos y recuperación de la cartera, todo esto favorece y contribuye a obtener disponibilidades y corrientes financieras favorables exclusivamente para el propietario de la farmacia “Viviana” y por ende a sus colaboradoras, por que se verán beneficiados en sus remuneraciones, y a su vez

en las actividades diarias, las mismas que se desarrollan con mayor pulcritud, eficacia, eficiencia y control; teniendo los clientes un servicio de calidad.

Nuestro trabajo si es permisible de realizarlo, pues contamos con el apoyo y respaldo del propietario, porque conocemos de la realidad por la que ha venido atravesando y atraviesa en la actualidad, ya que una de las integrantes de este grupo de trabajo presta sus servicios profesionales como administradora en la farmacia; y, porque nunca ha existido ni existe este tipo de control, pues estamos seguras de realizarlo y ejecutarlo, mejorando la parte administrativa y se logrará llegar a un nivel competitivo posicionándose como una farmacia de calidad y prestigio, ya no solamente en el habituar de su barrio La Pradera III, si no en el cantón mismo y porque no introducirse en otras zonas aledañas.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco Teórico.

2.1.1 Antecedentes Históricos.

El sector comercial del Cantón Milagro en lo concerniente al mercado farmacéutico desde hace mas de cinco años ha mantenido un crecimiento constante, desplegándose una amplia cadena de farmacias destacando entre las más reconocidas la Sana Sana, Cruz Azul, Génesis y Fami situadas en la zona urbana de este sector, convirtiéndose estas farmacias en una alta competencia en este casco comercial.

Farmacia Viviana fue creada hace once años en la ciudad de Milagro, en la ciudadela La Pradera tercer grupo, entre las calles décimas y décima primera; el propietario Dr. Robert Idrovo, creó la farmacia con el afán de ayudar a las personas de escasos recursos ofreciendo medicamentos a bajos costos, con el interés de que la ciudadanía pueda acceder a estos medicamentos y curar así sus dolencias.

La empresa enfrenta una disminución de sus rendimientos financieros como resultado del descontrol en las salidas de la medicina, caducidad de los fármacos y el crédito de la mercadería que se da, esto se origina por la inexistencia de un sistema sofisticado que indique con tiempo de anticipación la compra y caducidad de la mercadería, además de tener un control de las cuentas por cobrar, por ello, es necesario implementar un Sistema Contable Integrado y de control para llevar

una vigilancia estricta de los inventarios que de mayores rendimientos económicos y contrarrestar las falencias a las que está sujeta hoy en día la farmacia.

2.1.2 Antecedentes referenciales.

De acuerdo con **H.A. Finney** (1982, p.13-24) expresa en su libro "Curso de Contabilidad" que los procedimientos contables son:

- Cuentas
- Débitos y créditos
- Cargos y créditos a las cuentas
- Cuentas de activos
- Cuentas de pasivo y capital
- Resumen del funcionamiento de los débitos y créditos
- Registros de las operaciones
- Cuentas por cobrar y por pagar
- El diario y el mayor
- Pases al mayor
- Determinación de los saldos de las cuentas
- La balanza de comprobación

Proceso de Registro Contable

La práctica de la contabilidad constituye un todo que enlaza los documentos, con los balances, los hechos con las cuentas; por ello hay que estudiar la ligazón necesaria entre el hecho administrativo que queda reflejado en unos documentos del tráfico, con las anotaciones que dan lugar a las cuentas que se integran en el balance, suma y compendio del trabajo contable, que luego ha de completarse con el análisis de los datos y resultados. Esto es el proceso de registro contable, constituido por las sucesivas labores administrativas que requiere la contabilidad.

Aspecto Analítico y Sintético de la Contabilidad

La contabilidad facilita los datos para guiar la correcta gestión empresarial. Para ello no es suficiente la labor de la síntesis que confluye en el balance, sino que debe completarse con una labor de análisis, desglosando y clasificando con arreglo a criterios adecuados las partidas de las cuentas, a efectos de poder estudiar con

el detalle preciso las operaciones. La labor de síntesis está confiada a las cuentas y al balance. La de análisis, a los libros auxiliares y a las estadísticas, que se completan con informes críticos y estudios comparativos.

Finalidad de la Contabilidad auxiliar

Hay varios criterios acerca de la finalidad de la Contabilidad auxiliar. El antiguo suponía que el objeto de la contabilidad era solo presentar el balance a fin de cada ejercicio y conocer los deudores y acreedores, así como la situación patrimonial. Siguiendo este criterio los libros auxiliares son una preparación del Diario, recopilando los datos de las operaciones que luego pasan a constituir asientos en aquel libro principal. El criterio moderno reconoce, además, que todos los libros constituyen el conjunto unitario de la contabilidad; y así los libros y estados numéricos auxiliares cumplen varios objetos, como son:

- Reunir los datos de operaciones homogéneas, para permitir luego por síntesis formular los asientos en los libros principales.
- Constituir por si mismo instrumentos contables de análisis de los hechos registrados

Los Comprobantes

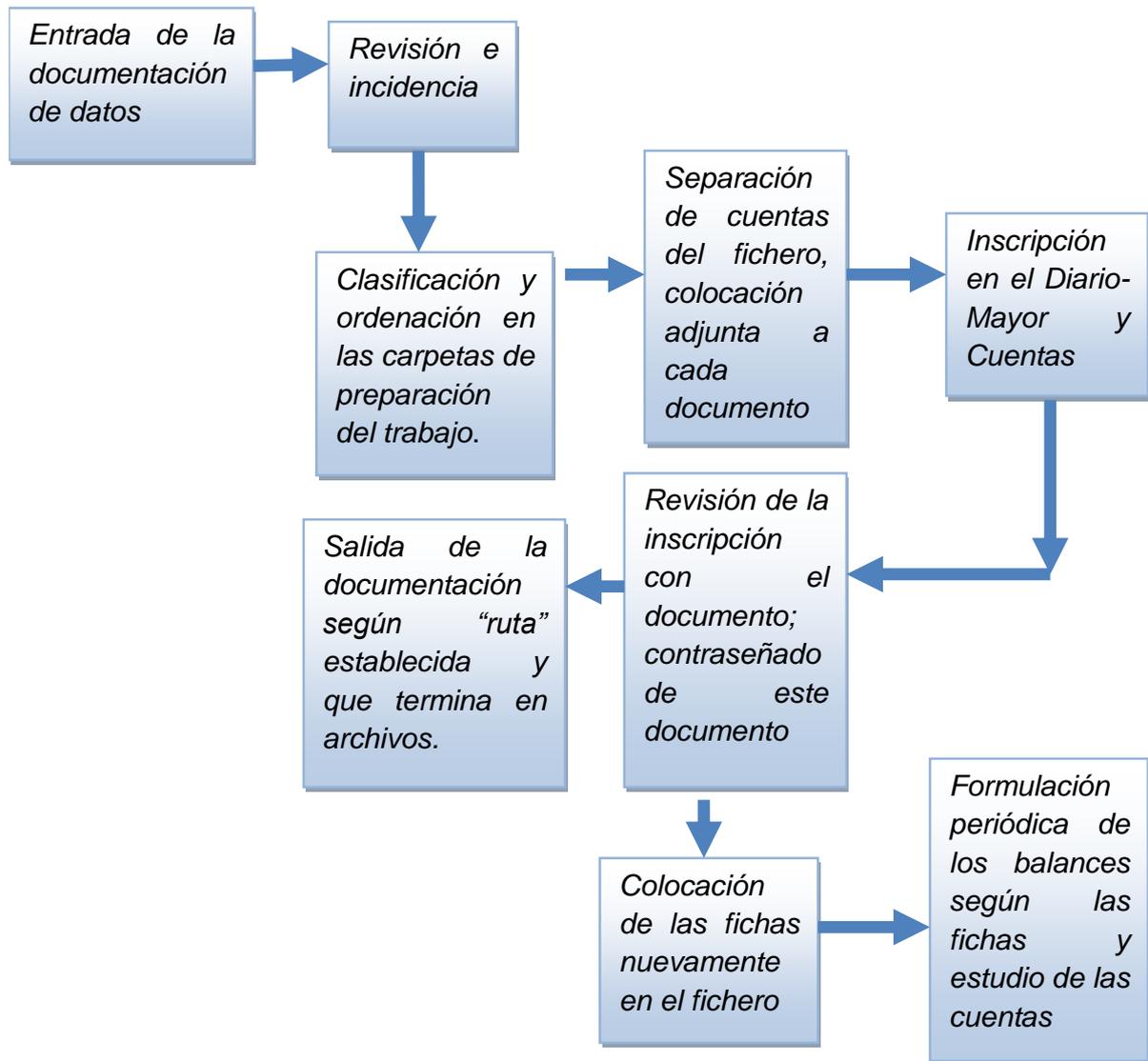
Los comprobantes son la base de toda anotación contable, dando origen a los asientos; su correcta ordenación es fundamental. En cada comprobante, normalmente, se inscribe un sello que permite al jefe de contabilidad ordenar su correcta contabilización.

Cuando se trata de comprobantes análogos, que se repiten continuamente no es necesario el sello; se sustituye por la instrucción contenidas en el plan general de Contabilidad que prepara el técnico Contable para cada empresa en particular, desarrollando y aplicando los principios generales del procedimiento contable.

Los comprobantes han de guardarse cuidadosamente archivados, para poder encontrarlos siempre que se desee o se necesite justificar una anotación contable.

Esquema de la ruta a seguir por la documentación en un Sistema Contable Integrado.

Gráfico # 1



Fases de la labor contable

1. Conocimiento de los hechos a contabilizar, que se obtiene a través de:
 - ✓ Correspondencia del negocio;
 - ✓ Documentación recibida, amparando operaciones;
 - ✓ Copia de los documentos expendidos para igual caso;
 - ✓ Contratos, escrituras y demás documentos concernientes a actos y convenios de la empresa;

- ✓ Información ocular de los empleados;
- ✓ Notas de órdenes internos y de órdenes verbales.

El principio general que debe de aplicarse es que todo acto y hecho administrativo ha de quedar amparado y justificado por uno o más documentos; que en su defecto, la información personal y verbal ha de estar confrontada por más de un empleado y vertida en una nota de régimen interno. La documentación producida, deberá ser recogida por la sección de contabilidad, o por las distintas secciones en que se divide la labor contable, para producir la fase siguiente.

2. Registro y anotación ordenada de los hechos en los libros borradores, auxiliares y registros de la empresa, previa clasificación de los documentos.

Algunos documentos pueden dar lugar a una o más anotaciones; por ello es conveniente que estos documentos vayan sellados por un cajetín donde se señale, por persona competente, los registros o libros donde ha de ser anotado. Los documentos han de seguir un curso normal administrativo, desde su ingreso en la empresa hasta su archivo, curso que se conoce con el nombre de "ruta", que ha de estar prevista en el plan de ordenación administrativa.

3. Proceder a refundir las anotaciones procedentes de los apuntes auxiliares para dar lugar a los asientos del DIARIO. Este proceso es una labor preparatoria del Diario.

La Práctica del trabajo contable

Todos los procedimientos de organización contable se basan en análogos principios prácticos. Un proceso usual es el siguiente: deben analizarse las operaciones que la empresa efectúa, separando las típicas de las extraordinarias o atípicas, que es el nombre que les da la legislación fiscal.

Cada operación se refleja en unos documentos; unos proceden del exterior y otros se originan en la propia empresa. Para una misma operación pueden aparecer distintos documentos, que han de ser cotejados entre sí, determinando su validez para las anotaciones contables. Estos documentos han de ser clasificados,

produciendo su registro en adecuados libros o relaciones, que pueden ser hojas sueltas o móviles, cuidando luego se su archivo. Estas anotaciones en registros y libros auxiliares se totalizan para luego derivar las anotaciones en los libros principales: Diario y Mayor.

Todos los cobros que se efectúan de clientes y los pagos a proveedores, como los efectuados a otras personas con cuenta abierta, han de ser pasados también a las respectivas cuentas. las notas anteriores son básicas, debiendo el contable adaptarse a las necesidades de cada empresa en particular.

En una empresa comercial, por ejemplo, podemos encontrar las operaciones típicas con su desarrollo esquemático que muestra el cuadro de la página siguiente.

Cuadro # 1

OPERACION		DOCUMENTOS Y TRÁMITE
COMPRAS	AL CONTADO	La factura de los géneros ha de ser conformada por el encargado de recibir los artículos. Se anota en el registro de compras y en el libro de Caja.
	A CRÉDITO	Se conforma como en el caso anterior. Se anota en el registro de compras y en la c/c. del proveedor. Ambos supuestos producen anotación en las fichas de existencias.
DEVOLUCIONES		Trámite análogo pero en sentido inverso
VENTAS	AL CONTADO EN LAS TIENDAS	Las volantes de los dependientes se han de totalizar diariamente. Inscripciones en el libro de caja por contados. Baja en los ficheros de existencias. Registro globalizado de ventas al contado.
	AL CONTADO CON FACTURA	Es análogo, pero el registro de ventas al contado puede individualizarse anotando cada factura según sus copias o por las matrices de talonarios. Deben cotejarse las facturas con los recibos extendidos para su cobro, cuando no se incluya el recibí en la propia factura.
	A CRÉDITO	Las facturas producidas, además de registrarse han de producir anotación en la C/C del cliente. Deben darse de baja los artículos salidos de las fichas de existencias. Los albaranes de salida conformados han de ser origen de las facturas.
	Devoluciones y bonificaciones en ventas Cobro	Análogo, pero inverso al núm.3
	PAGOS	Mediante columnado múltiple se tendrá un desglose de cobros, origen del asiento de diario. Todos los pagos han de venir justificados por un comprobante adecuado, que habrá de ser antes visado por el jefe de contabilidad, gerente o persona delegada por ellos.
	BANCOS	Las notas de cargo y abono que nos envían, junto con las matrices de talones extendidos, son origen de las anotaciones en las c/c de bancos, que pueden presentar un desarrollo análogo al libro de caja.

Las variables de este trabajo son sistema de control y rendimientos financieros

Sistema de Control.- A través de la implementación del Sistema Contable Integrado se lograra un control de las existencias de las mercaderías y de los ingresos por consulta además del egreso de la medicina en horas de atención a los pacientes por parte del propietario de la Farmacia Viviana. Con esto se lograra la optimización de las entradas y salidas de efectivo y de un mayor control de los inventarios, direccionando a la empresa al cumplimiento de sus objetivos.

Rendimientos Financieros.- Obviamente puesto en marcha el Sistema Contable Integrado los rendimientos financieros mejoraran satisfactoriamente, pues la empresa podrá cubrir sus obligaciones y realizar nuevas inversiones o a su vez hacer una incrementación en los sueldos de sus empleados motivándolos con el fin de lograr un excelente ambiente laboral que contribuya a un sostenible posicionamiento en este mercado.

La Contabilidad constituye el eje central para llevar a cabo los diversos procedimientos que conducirán a la obtención del máximo rendimiento económico que implica el constituir una empresa determinada, se la define como un sistema adaptado para clasificar los hechos económicos que ocurren en un negocio..

Su Origen se remonta desde tiempos muy antiguos, cuando el hombre se ve obligado a llevar registros y controles de sus propiedades porque su memoria no bastaba para guardar la información requerida. Se ha demostrado a través de diversos historiadores que en épocas como la egipcia o romana, se empleaban técnicas contables que se derivaban del intercambio comercial.

El inicio de la literatura contable queda circunscrito a la obra del franciscano **Fray Luca Paccioli de 1494** titulado "La Summa de Arithmética, Geometría Proportioni et Proportionalitá", en donde se considera el concepto de partida doble por primera vez.

Actualmente, dentro de lo que son los sistemas de información empresarial, la contabilidad se erige como uno de los sistemas más notables y eficaces para dar a conocer los diversos ámbitos de la información de las unidades de producción o empresas. El concepto ha evolucionado sobremanera, de forma que cada vez es mayor el grado de "especialización" de ésta disciplina dentro del entorno empresarial.

Como técnica se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones mercantiles de un negocio con el fin de interpretar sus resultados. Por consiguiente, los gerentes o directores a través de la contabilidad podrán orientarse sobre el curso que siguen sus negocios mediante datos contables y estadísticos. Estos datos permiten conocer la estabilidad y solvencia de la compañía, la corriente de cobros y pagos, las tendencias de las ventas, costos y gastos generales, entre otros. De manera que se pueda conocer la capacidad financiera de la empresa.

Objetivos de la contabilidad

Proporcionar información a: Dueños, accionistas, bancos y gerentes, con relación a la naturaleza del valor de las cosas que el negocio deba a terceros, la cosas poseídas por el negocio. Sin embargo, su primordial objetivo es suministrar información razonada, con base en registros técnicos, de las operaciones realizadas por un ente privado o público. Para ello deberá realizarse:

- ❖ Registros con bases en sistemas y procedimientos técnicos adaptados a la diversidad de operaciones que pueda realizar un determinado ente.
- ❖ Clasificar operaciones registradas como medio para obtener objetivos propuestos.
- ❖ Interpretar los resultados con el fin de dar información detallada y razonada.

Importancia de la contabilidad

Es de gran importancia porque todas las empresas tienen la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras. Así se obtendrá mayor productividad y aprovechamiento de su patrimonio. Por otra parte, los servicios aportados por la contabilidad son imprescindibles para obtener información de carácter legal.

Principios y procedimientos contables

Principios Contables:

Los principios contables se refieren a conceptos básicos o conjuntos de proposiciones directrices a las que debe subordinarse todo desarrollo posterior, su misión es la de establecer delimitaciones en los entes económicos, las bases de la cuantificación de las operaciones y la presentación de la información financiera.

Los principios de la contabilidad se establecieron para ser aplicados a la denominada contabilidad financiera y, por extensión, se suelen aplicar también en la contabilidad administrativa, donde se planeará de acuerdo a las necesidades o preferencia de cada empresa, la cual podrá imponer sus propias regulaciones, en la contabilidad financiera deberá planearse para proporcionar información cuantitativa, comparativa y confiable a sus usuarios tanto internos como externos.

Procedimientos Contables:

El manejo de los registros constituye una fase o procedimiento de la contabilidad, el mantenimiento de los mismos conforman un proceso en extremo importante, toda vez que el desarrollo eficiente de las otras actividades contable depende en alto grado, de la exactitud e integridad de los registros de la contabilidad.

2.1.3 Fundamentación

Sistema de Contabilidad

Contabilidad Integral

Este sistema tiene como objetivo registrar todas las operaciones de Contabilidad que se generan dentro de una empresa, apoyando la gestión interna y manteniendo todos los libros legales requeridos por las instituciones Tributarias.

Este sistema consta de 7 módulos y son los siguientes:

Contabilidad Auxiliares Información Compras Ventas Opciones Herramientas

Esta pantalla de Inicio muestra todos los módulos del sistema de Contabilidad



Menú de Inicio.

Contabilidad (Menú)

- Plan de cuentas
- Comprobantes Contables
- Libros: Mayor, Diario/ Comprobantes, Inventario y Balances.
- Balances: General, de Comprobación y Saldos, Estado de Resultados, Clasificado.
- Saldos: Saldo Cuentas Mayor, Movimientos por Centros de Costos.
- Análisis: Cuenta – Auxiliar, Auxiliar – Cuenta.
- Centros de Costo
- Ítem de Gasto

Auxiliares (Menú)

- Personal
- Otros
- Proveedores
- Clientes
- Honorarios

Información (Menú)

- Plan de Cuentas
- Centros de Costos
- Clientes
- Proveedores
- Honorarios
- Personal
- Otros Auxiliares

Compras (Menú)

- Facturas de Compras
- Libro de Compras
- Centralización Facturas de Compras
- Boletas de Honorarios
- Libro de Honorarios

Ventas (Menú)

- Facturas de Ventas
- Ventas Diarias
- Centralización Facturas de Ventas
- Libro de Ventas
- Libro de Ventas Diarias

Opciones (Menú)

- Cambio de Mes
- Cierre Anual
- Datos de la Empresa
- Selecciona otra empresa
- Define dimensiones en Impresora
- Parámetros

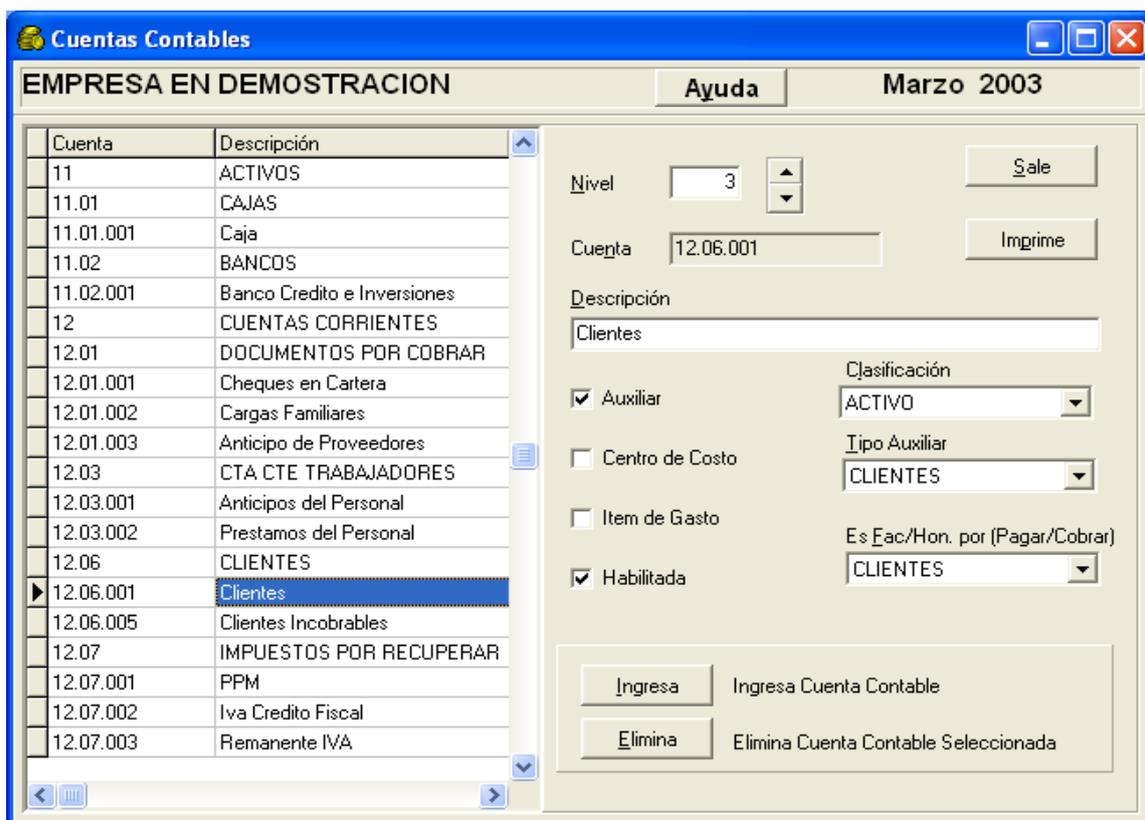
Herramientas (Menú)

- Bitácora

- Imprime Hojas Foliadas
- Control Folio de Documentos
- Respalda Información
- Importa información desde otra empresa
- Verifica la información
- Reconstruye Tablas Dañadas

Contabilidad: Plan de Cuentas

La opción Plan de Cuentas permite la creación, modificación y/o eliminación de cuentas contables. El plan de cuentas es la base de la contabilidad.



En la pantalla de ejemplo se muestra un plan de cuenta de tres niveles. Las cuentas imputables son las de último nivel.

Nótese que para el ejemplo en pantalla, la cuenta de ACTIVOS tiene dos dígitos y no uno como es usual. Ver parámetros como se definen los dígitos de las cuentas.

Estas cuentas imputables tienen atributos. Pueden asociarse a Auxiliar, Centro de Costo y/o Ítem de Gastos. Eso significa que cada vez que se ingrese una cuenta que tenga cualquiera de estos atributos, pedirá el código correspondiente.

Si está definido con AUXILIAR, se debe indicar el tipo Auxiliar. Que puede ser CLIENTES, PROVEEDORES, PERSONAL u OTROS.

Para la centralización de facturas y boletas de honorarios, las cuentas CLIENTE (Facturas por cobrar), PROVEEDOR (Facturas por pagar) u HONORARIOS (Honorarios por pagar), se indican cómo “Es Fac/Hon por (Pagar/Cobrar)” con el valor correspondiente: CLIENTE, PROVEEDOR u HONORARIOS respectivamente. De esta manera el sistema aprende dónde debe acumular los totales.

Contabilidad: Comprobantes Contables

Esta pantalla permite ver el registro de los comprobantes del período contable.

Folio	Tipo	Fecha	Glosa
360	E	22/12/2003	F/508261 Intcomex
361	E	23/12/2003	B/Ana María Montecinos
362	E	23/12/2003	F/5527 H Matamala (Sky)
363	E	24/12/2003	Rem M Guerrero
364	E	26/12/2003	F/Easy S.A.
365	E	29/12/2003	B/28 R Aguilar
366	E	29/12/2003	Rem D Matamala
367	E	30/12/2003	F/510149 Intcomex
368	T	31/12/2003	Centralización Ventas 31-12-2003
369	T	31/12/2003	Centralización Compras 31-12-2003
370	T	31/12/2003	Centralización Honorarios 31-12-2003
371	E	31/12/2003	Movimientos Banco
372	E	31/12/2003	Pago de Impuestos
373	E	31/12/2003	GASTOS VARIOS
374	T	31/12/2003	Centralizacion de Remuneraciones
375	T	31/12/2003	Abono Clientes
376	T	31/12/2003	CENTRALIZACION COSTO DE VENTA
377	T	31/12/2003	REG CTAS DE IVA
378	T	31/12/2003	CORRECCION MONETARIA/DEPRECIACION

Se muestran todos los comprobantes del período contable, pero sólo se pueden ingresar y modificar comprobantes del mes de proceso.

Para el ingreso el número del comprobante se asigna automáticamente. Toma el número siguiente según el tipo. Los comprobantes de centralización se generan automáticamente desde los módulos adicionales. Estos comprobantes **no** se pueden modificar.

El Comprobante contable se divide en dos partes: Encabezado y Detalle. En caso de ingresar una cuenta asociada a auxiliar, pasa a una segunda pantalla para pedir el análisis correspondiente.

Ingreso de Comprobantes Contables

Encabezado

La primera pantalla permite el ingreso del encabezado donde corresponde indicar la numeración, la fecha de ingreso, el tipo de comprobante y la glosa general.

Cuenta	Descripción	Documento	CentroCosto	Item de Gasto	Debe	Haber
40.01.001	Gastos Bancarios	12556	1	4001		12.656
11.02.001	Gastos Bancarios				136	
11.02.001	Gastos Bancarios				12.520	
12.07.001	PPM	16304				16.304
11.02.001	PPM				16.304	

Si el mes de proceso corresponde a la fecha del computador, despliega la fecha del día.

Si el mes de proceso no corresponde a la fecha del computador, aparece por defecto el último día del mes de proceso. El día puede cambiarse dentro del mes de proceso.

Detalle

Se ingresa o se rescata la cuenta contable desde una lista.

Repite la glosa inicial o de la línea anterior.

El campo "Documento" puede usar números o letras.

Pide centro de costo si la cuenta contable está asociada a Centros de Costos.

Pide ítem de gastos si la cuenta contable está asociada a Ítem de Gastos.

Si la cuenta contable está asociada a Auxiliar pide la información de Análisis. Ver pantalla siguiente.

Si en una línea se cambia a una cuenta contable definida sin análisis, borra el análisis ya ingresado.

Análisis del Documento

The screenshot shows a software window titled "Pide Análisis" with a menu bar containing "Ayuda" and "Marzo 2003". Below the menu bar, it displays "EMPRESA EN DEMOSTRACIÓN" and "12.06.001 Clientes". There are checkboxes for "Muestra Documentos Pagados" and "Solo 13/04/2004", along with buttons for "Selecciona" and "TrasLada".

M	Documento	Fecha	Fecha Vencimiento	Debe	Haber	Saldo
	FACTURA 115	30/11/2003	30/11/2003	10.500		10.500
	FACTURA 122	31/12/2003	31/12/2003	10.500		10.500
	FACTURA 10500	26/12/2003	26/12/2003		10.500	-10.500

On the right side, there is a form for "CLIENTES" with the following fields:

- Auxiliar: 77666550-9
- AKROS CHILE
- Tipo Documento: [dropdown menu]
- Número Documento: [input field]
- Fecha Documento: 01/03/2003
- Fecha Vencimiento: 01/03/2003

Se pasa a esta pantalla sólo si la cuenta contable mencionada en la línea del comprobante tiene asociado algún tipo de auxiliar. Al ingresar el Ruc del auxiliar se mostrará, a la izquierda de la pantalla, una lista con toda la documentación que le

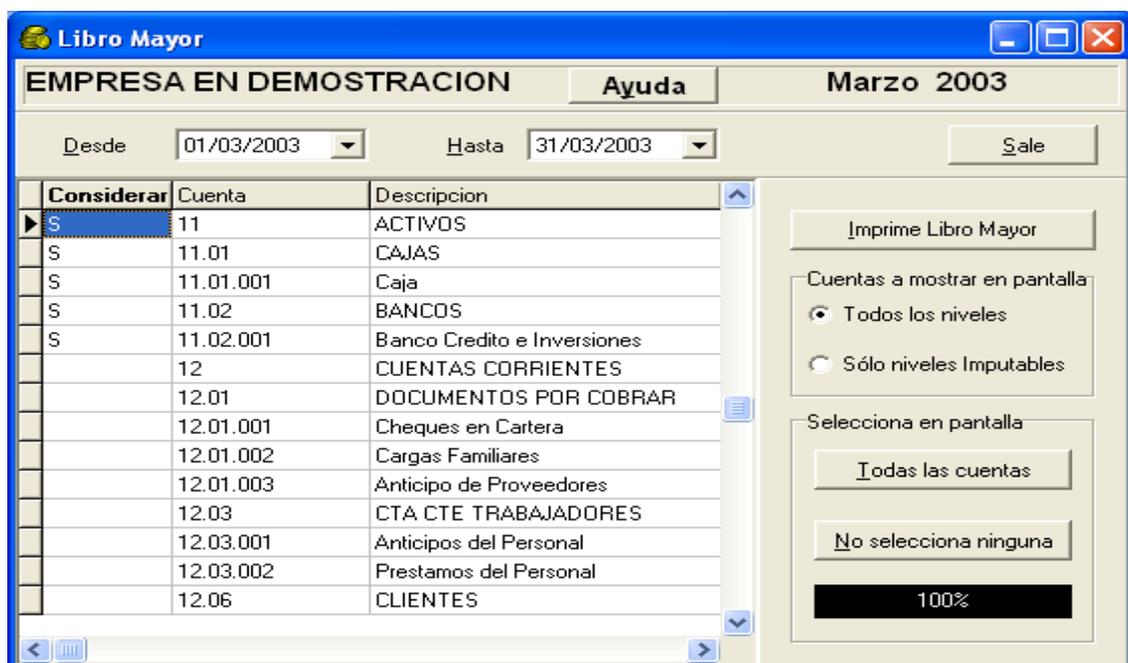
pertenece y que aun no ha sido pagada (Saldo distinto de cero). Si el documento que se va a ingresar (o pagar) se encuentra en la lista, presione el botón Selecciona cuyo efecto será marcar con una X la línea. (La X aparece al comienzo de la línea). Se puede marcar más de una línea con X. Es decir, puede pagar más de un documento en el mismo comprobante.

Si hay una línea marcada con X, presione el botón Traslada y dichos documentos aparecerán en el comprobante contable con su análisis ya ingresado. Con este esquema evitará pagar una factura dos veces o recordará siempre la deuda vigente para el auxiliar seleccionado. También está la opción de mostrar todos los documentos, no sólo los ya pagados, y los documentos con fecha del día.

Contabilidad: Libros Contables

Permite listar Libro Mayor, Libro diario y Libro Inventarios y Balances.

El libro mayor permite seleccionar una, algunas o todas las cuentas, lo que lo hace una herramienta útil cuando se quieren imprimir las imputaciones de cuentas específicas en un período dado (Rango de fecha).



En la pantalla se marcó (S) la cuenta de ACTIVOS involucrando todas sus cuentas “hijas”. Luego el libro mayor lista las cuentas “Caja” y “Banco Crédito e

Inversiones”. El libro diario permite mostrar y/o imprimir los movimientos en un rango y ordenado por fecha. El Libro de Inventarios y Balances es de suma utilidad al permitir realizar un recuento pormenorizado de todos los movimientos contables ocurridos dentro de un período, mostrando la conformación detallada de los activos y pasivos.

Contabilidad: Balances

El sistema ofrece los siguientes informes para Rangos de fechas mensuales y fechas específicas.

Balance General

Balance Comprobación y Saldos

Estado de Resultados

Balance Clasificado

Se indica el nivel que se desea imprimir el balance.

Podrá ver el balance por pantalla, imprimir en papel o exportar a Excel.

Print Preview

Nombre : EMPRESA EN DEMOSTRACION
R.U.T. : . . . 1-9
Giro :
Dirección :
Comuna :
R. Legal :
Rut :
Página : 1
Fecha : 13/04/2004
Hora : 0:04:23

BALANCE GENERAL
Al mes de : Marzo de 2003

ANIVEL 3

Cuenta	SUMAS		SALDOS		INVENTARIO		RESULTAD	
	Débitos	Créditos	Deudor	Acreedor	Activo	Pasivo	Pérdida	Ganancia
Caja	133.880	94.895	38.985		38.985			
Banco Crédito e Inversión	3.547.733	3.498.825	48.908		48.908			
Cargas Familiares	10.831	10.831						
Anticipo de Proveedores	860.053	860.053						
Clientes	5.982.333	3.525.035	2.457.298		2.457.298			
PPM	653.041			653.041		653.041		
Iva Crédito Fiscal	421.597		421.597			421.597		
Remanente IVA	75.145	75.145						
Productos en Existencia	3.153.560	1.325.439	1.827.121		1.827.121			
Valores por Rendir		499.388		499.388		499.388		

Contabilidad: Saldos Cuentas Contables

Permite consultar el saldo y detalle de una cuenta contable.

Totales

EMPRESA EN DEMOSTRACION Ayuda Marzo 2003

12.06.001 Clientes Sale

	Debe	Haber	Saldo Período	Saldo Acumulado
Enero	4.513.808	1.790.084	2.723.724	2.723.724
Febrero	1.100.702	982.058	118.644	2.842.368
Marzo	367.823	752.893	-385.070	2.457.298
Abril	1.391.639	974.796	416.843	2.874.141
Mayo	3.604.686	2.244.921	1.359.765	4.233.906
Junio	4.075.627	2.957.931	1.117.696	5.351.602
Julio	3.337.692	2.823.246	514.446	5.866.048
Agosto	7.903.559	6.134.520	1.769.039	7.635.087
Septiembre	3.750.969	4.143.624	-392.655	7.242.432
Octubre	4.624.018	10.276.032	-5.652.014	1.590.418
Noviembre	4.135.381	1.569.949	2.565.432	4.155.850
Diciembre	1.499.918	2.642.279	-1.142.361	3.013.489

Movimientos

Imprime

Ubíquese sobre la línea y haga doble Click si desea ver los movimientos del mes

Ubicándose sobre la línea, es decir, sobre un mes, se puede consultar el detalle de la cuenta, mostrando en primera pantalla el movimiento asociado, que debe corresponder al total, y, siguiendo la exploración, en segunda pantalla, consultar el comprobante para cada línea de detalle.

Movimientos Febrero

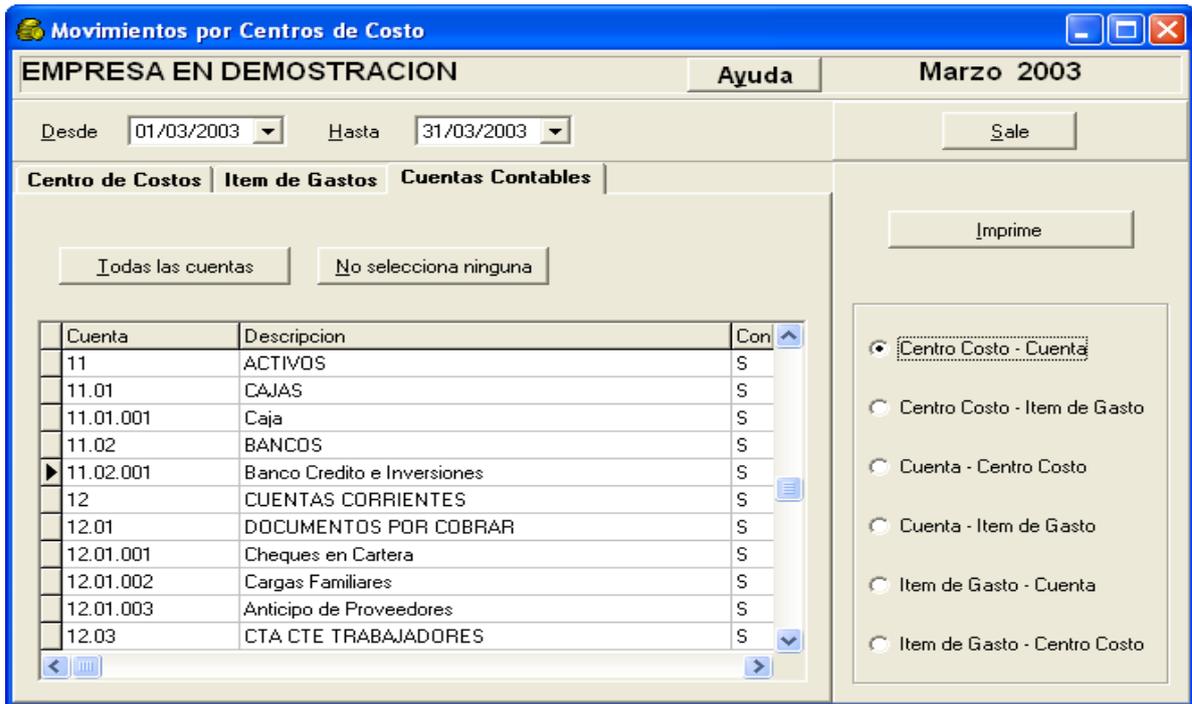
EMPRESA EN DEMOSTRACION Ayuda Febrero 2003

Cuenta : Clientes Ver Comprobante Sale

	Tipo	Folio	Fecha	Cuenta	Descripcion	Cer	Debe	Haber
▶	I	32	05/02/2003	12.06.001	F/Petronovic			31.294
	I	32	05/02/2003	12.06.001	F/Ariquem			220.000
	I	32	05/02/2003	12.06.001	F/J Sepulveda			69.000
	I	33	12/02/2003	12.06.001	F/Unilever			127.110
	I	33	12/02/2003	12.06.001	F/Simel Ltda			120.690
	I	33	12/02/2003	12.06.001	F/Simel Ltda			143.964
	I	34	24/02/2003	12.06.001	F/Caval Ltda			20.000
	I	35	26/02/2003	12.06.001	F/S. Urrutia			250.000
	T	37	28/02/2003	12.06.001	Centralización Ventas 28-02-2003		1.100.702	

Ubíquese sobre la línea y haga doble Click si desea ver detalle del comprobante

Contabilidad: Movimientos por Centros de Costos



Cuando la empresa desea llevar un control a nivel de presupuesto real puede generar una serie de informes donde se detallan detalles por cada centro de costo o ítem de Gastos.

Además puede incluir las partidas del plan de cuentas en los informes, permitiendo un mayor nivel de detalle.

Puede seleccionar una o todas las cuentas contables, al igual que puede limitar su análisis a ciertos centros de costos e ítems de gastos.

Para ello marque la cuenta, el centro de costo y/o el ítem de gastos con una S, para que el programa las considere.

Opciones

Centro de Costo – Cuenta

Centro de Costo – Ítem de Gasto

Cuenta – Centro de Costo

Cuenta – Ítem de Gasto

Ítem de Gasto – Cuenta

Ítem de Gasto – Centro de Costo

Contabilidad: Análisis

El módulo Cuentas Corrientes permite que todas las cuentas que se hayan definido con Auxiliares puedan tener su detalle como “Cuenta Corriente”.

El sistema está diseñado para mostrar las partidas con saldos pendientes de pago, o si se quiere, permitir mostrar un detalle incluyendo los ya pagados. (Histórico). Se filtra por rango de fecha y/o por fecha de vencimiento.

Ubicándose en cualquiera de los auxiliares, se puede consultar, por rango de fecha, sus movimientos saldados y sin saldar.

EMPRESA EN DEMOSTRACION		Ayuda		Marzo 2003		
Cuenta N° : 12.06.001 Clientes				Sale		
Auxiliar N°: 96.964.370-7 Agriquem America S.A.						
Tipo	Documento - Vencimiento	Comprobante	Descripción	Debe	Haber	Saldo
FACTURA	453 03/03/2003 03/03/2003	E 52 03/03/2003	F/AGRIQUEM		220.000	-220.000
			TOTAL			-220.000

Luego, en otra pantalla puede consultar el comprobante contable asociado al movimiento.

Documentos EMPRESA 2 Ayuda Enero 2000

Cuenta: 1.1.3.01 Facturas Por Cobrar

Desde: 01-01-2000 Hasta: 31-01-2000 Sale

APERTURA	1-9
CIBA CONOSUR S.A.	96.876.710-0
CIBA ESPECIALIDADES QUIMICAS LTDA.	78.929.450-K
CLARIANT COLORQUIMICA (CHILE) LTDA.	80.953.400-2
EMP. AGRIC DE CHILE S.A.	96.685.410-3
LUIS GARCIA ALVAREZ	5.476.708-0
PETROQUIM S.A.	78.021.560-7

Documentos específicos

Sólo Vencimientos

Despliega: Incluye Pagados Análisis

Imprime: Todos los Auxiliares Detalles Saldos

Ubíquese sobre la línea y haga doble Click si desea ver detalle del comprobante

Análisis de Auxiliares

Según la indicación especificada en la pantalla anterior, se puede listar la documentación detalla de los documentos o sólo los documentos pendientes.

Es importante indicar el rango de fecha.

Los documentos saldados no desaparecen al pasar de un año a otro.

Print Preview

Nombre : EMPRESA 2 Página : 1
R.U.T. : 1-9 Fecha : 06-01-2003
Giro : Hora : 01:46:27 PM
Dirección :
Comuna :
R. Legal :
Rut :

ANALISIS DE AUXILIARES
Cuenta N° : 1.1.3.01 Facturas Por Cobrar
Desde 01-01-2000 al 31-01-2000

Documento	Fecha	Comprobante	Debe	Haber	Saldo
Tipo N°	Fecha Ven.	Descripción			
AUXILIAR: 96.685.410-3 EMP. AGRIC DE CHILE S.A.					
FACTURA	21-01-2000	I 51 31-01-2000		1.259.387	-1.259.387
304	21-01-2000	EMP. AGRICOLAF/304 Dic.99			
FACTURA	21-01-2000	T 41 31-01-2000		1.100.387	-1.100.387
313	21-01-2000	96.685.410-3 EMP. AGRIC DE CHILE S.A.			
FACTURA	21-01-2000	T 41 31-01-2000	1.298.457		198.070
313	21-01-2000	Centralización Ventas 31-01-2000			
FACTURA	21-01-2000	T 53 31-01-2000	1.100.387		1.298.457
313	21-01-2000	REGULARIZA COMPROBANTE 41-01-2000			
Total Auxiliar			2.398.844	2.359.774	39.070

0% Page 1 of 1

Auxiliares

Módulo de Auxiliares

El sistema contempla los siguientes tipos de auxiliares: Personal, proveedores, clientes, honorarios y otros.

Tipo	Rut	Nombre	Considerar
PERSONAL	12.270.641-9	Alejandra Catalan Pastenes	
PERSONAL	8.347.969-8	Alejandro A Carrasco L	
PERSONAL	8.530.459-3	Ana Maria Montecinos Pino	
PERSONAL	12.878.616-3	Dario Matamala	
PERSONAL	4.553.079-5	JAIME GUERRERO P	
PERSONAL	9.747.995-K	JOSE SALAMANCA H	
PERSONAL	12.165.893-3	Jaime Castillo	
PERSONAL	13.664.870-5	Jose Zenteno	
PERSONAL	12.175.258-1	Juan Santibañez C.	
PERSONAL	12.854.707-K	Luis A donoso C	
PERSONAL	12.493.011-1	Manuel Catalan P	
PERSONAL	7.984.548-5	Marcelo Guerrero P	

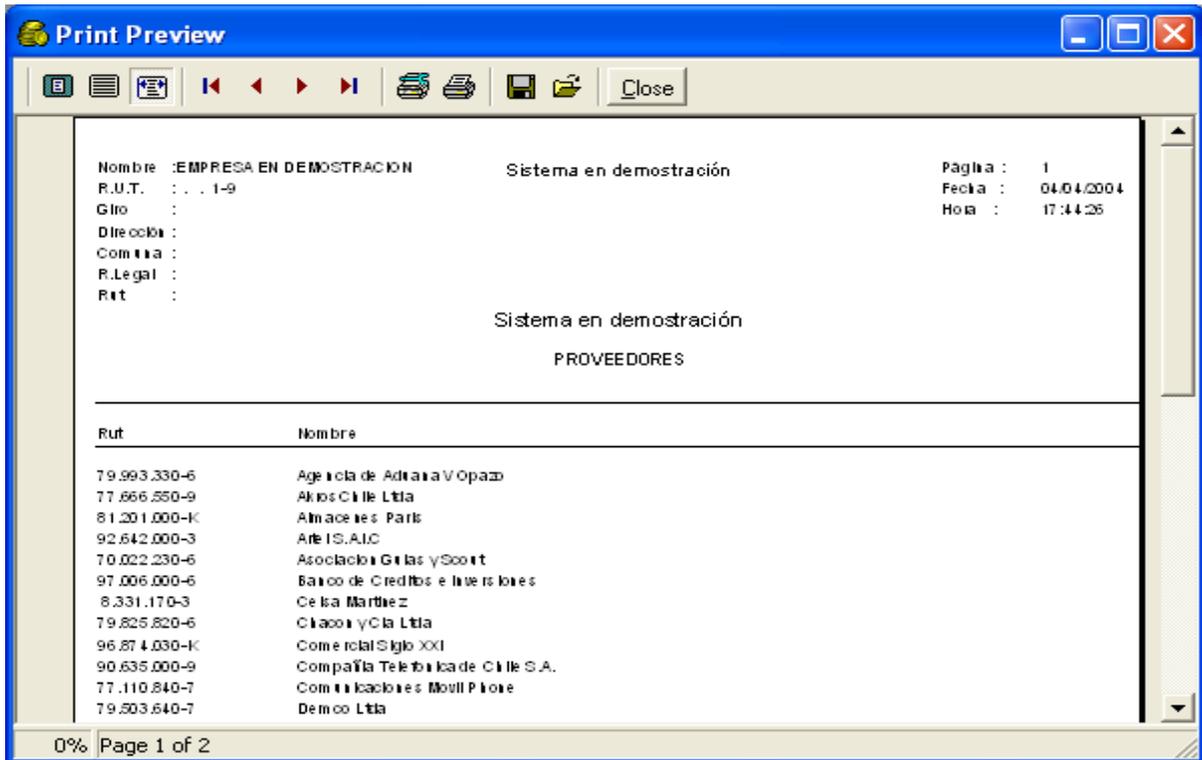
La pantalla ejemplo muestra cómo se puede ingresar los registros del Personal para llevar un control de fondos a rendir, préstamos del personal y todo lo que requiera para llevar una cuenta corriente.

EL mismo concepto se puede emplear para auxiliares como CLIENTES, PROVEEDORES, HONORARIOS y OTROS.

Información

Esta opción permite la impresión de todos los AUXILIARES definidos en el sistema: Clientes, Proveedores, Honorarios, Personal y Otros Auxiliares.

También se obtiene el listado de Centros de Costo y del Plan de Cuentas.



Compras: Facturas de Compras

Permite ingresar las Facturas de Compras, Boletas de honorarios, emitir Libro de Compras y Centralizar la información a contabilidad.

Ingreso de Facturas de Compras

Documentos de Compras

EMPRESA EN DEMOSTRACION Ayuda Marzo 2003

Proveedor: 90.635.000-9 Tipo Documento: FACTURA Número: 37639028 Fecha Documento: 24/03/2003
 Empresa: Compañía Telefonica de Chile S.A. Fecha Vencimiento: 24/03/2003
 Correlativo: 9 Cuenta: 21.02.001

Proveedores

NETO	\$	15.330
EXENTO	\$	
IMPUESTOS	\$	
18 % I.V.A.	\$	2.759
TOTAL	\$	18.089

Cuenta	Nombre Cuenta	Descripción/Auxiliar	CentroCd	ItemGas	Can	PrecioUnitario	Total
31.02.006	Telefono/Fax/Internet	90.635.000-9 Telefonica CTC C 1			1	15330	15.330

Documento de Compra YA Centralizado

Elimina Acepta Cancela

La Factura en pantalla ejemplo ya está centralizada y no se puede modificar. Si desea modificar debe primero eliminar el comprobante de centralización correspondiente, modificar la factura y volver a centralizar.

Cada línea de detalle se asocia a una cuenta contable, centro de costo e ítem de gasto. Se pide centro de costo y/o ítem de gasto si la cuenta contable lo tiene como atributo.

EL total neto de la factura es la suma de los totales de los detalles afectos a impuestos. IVA 12 %.

El total exento de la factura es la suma de los totales de los detalles no afectos a impuestos El total impuestos adicionales es la suma de los totales de los detalles afectos a impuestos adicionales.

El IVA 12% no se ingresa en la línea de detalle.

Compras: Boletas de Honorarios

Para los documentos de Compras, Ventas, Boletas de Ventas y Honorarios, la documentación que se va a ingresar se refiere al mes de proceso.

Para emitir los informes de gestión, balances, libros o cuenta corriente, solo será posible si ya ha centralizado la documentación.

Cuenta	DesCuentas	Descripción	CentroCosto	ítem	Monto
▶ 31.01.002	Honorarios	13.665.139-0 Roberto Aguilar Medina	2		37.000

En la opción de menú “Compras” se trata de los honorarios que la empresa recibe de los prestadores de servicios y les retiene el 10%.

Ventas: Facturas de Ventas

Ingreso Facturas de Ventas

Documentos de Ventas
EMPRESA EN DEMOSTRACION Ayuda Marzo 2003

Cliente: 77.622.710-2 Tipo Documento: FACTURA Número: 1232 Fecha Documento: 01/03/2003
 Simel Ltda Fecha Vencimiento: 01/03/2003
 Cuenta: 12.06.001 Detalles: Guía N°: 1212
 Condiciones de Venta: CONTADO O. Compra: 112

NETO	\$	123.000
EXENTO	\$	
18 % I.V.A.	\$	22.140
TOTAL	\$	145.140

Cuenta	Nombre Cuenta	Descripción/Auxiliar	CentroCos	ItemGasto	Cantid	PrecioUnitario	Total
▶ 51.01.001	Ventas	Impresora Epson 3223			1	123000	123.000

Imprime Elimina Acepta Cancela

Esta es la pantalla de registro de las Ventas que la empresa efectúa.

Cada de línea de detalle con su cuenta contable, centro de costo e ítem de gasto.

EL total neto de la factura es la suma de los totales de los detalles. Agregar las condiciones de venta, la guía y la orden de compra para registrar información adicional.

Opciones: Cambio de mes

Totales
EMPRESA EN DEMOSTRACION Ayuda Marzo 2003

2003 Cierre Mes Cambia de Mes Sale

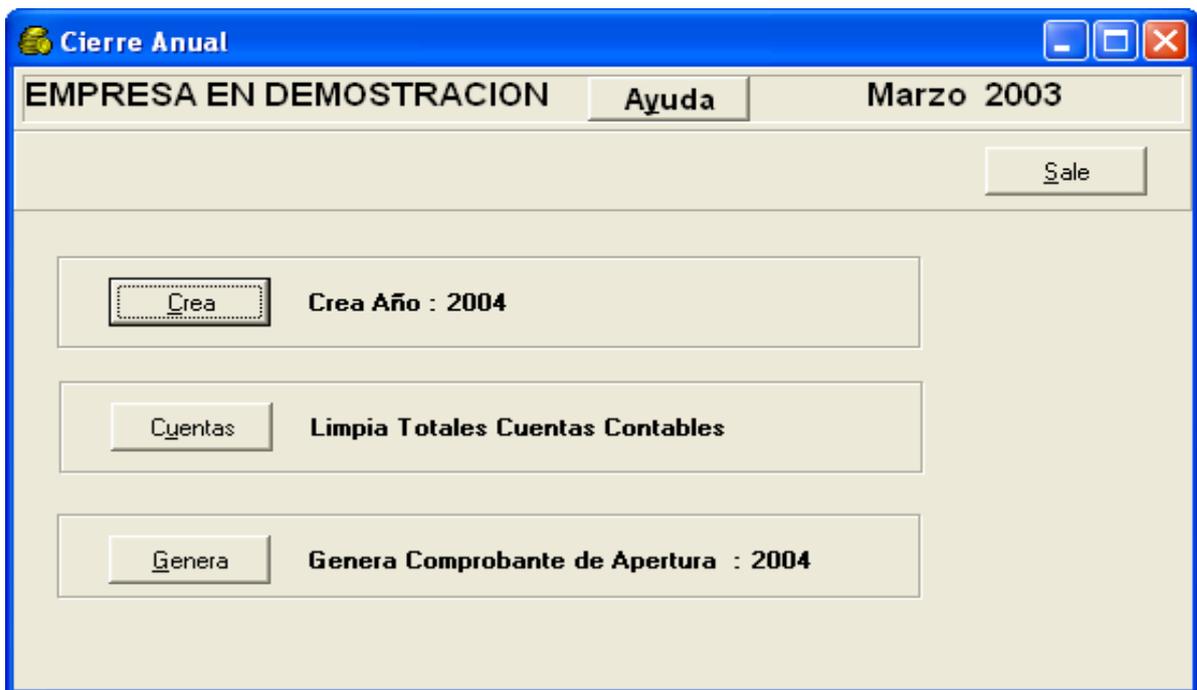
Mes	Fecha Cierre	Cuenta	Descripcion	MarzoDebe	MarzoHaber
<input type="radio"/> Enero	cierreenero	▶ 11	ACTIVOS	872.893	1.005.487
<input type="radio"/> Febrero	cierrefebrero	11.01	CAJAS	130.000	33.925
<input checked="" type="radio"/> Marzo	cierremarzo	11.01.001	Caja	130.000	33.925
<input type="radio"/> Abril	cierreabril	11.02	BANCOS	742.893	971.562
<input type="radio"/> Mayo	cierremayo	11.02.001	Banco Credito e Inversiones	742.893	971.562
<input type="radio"/> Junio	cierrejunio	12	CUENTAS CORRIENTES	814.628	982.140
<input type="radio"/> Julio	cierrejulio	12.01	DOCUMENTOS POR COBRAR		
<input type="radio"/> Agosto	cierreagosto	12.01.001	Cheques en Cartera		
<input type="radio"/> Septiembre	cierreseptiembre	12.01.002	Cargas Familiares		
<input type="radio"/> Octubre	cierreoctubre	12.01.003	Anticipo de Proveedores		
<input type="radio"/> Noviembre	cierrenoviembre	12.03	CTA CTE TRABAJADORES		
<input type="radio"/> Diciembre	cierrediciembre	12.03.001	Anticipos del Personal		
		12.03.002	Prestamos del Personal		
		12.06	CLIENTES	367.823	752.893
		12.06.001	Cientes	367.823	752.893
		12.06.005	Cientes Incobrables		
		12.07	IMPUESTOS POR RECUPERAR	97.069	

Actualización Anual

No existe cierre de mes y año. Se puede corregir información de cualquier mes y año con sólo volver al mes en cuestión. Si cambia información del año anterior, debe nuevamente generar comprobante de apertura.

Opciones: Cierre Anual

No existe un cierre anual. Se puede generar el comprobante de apertura las veces que sea necesario.



El orden de operación es de acuerdo a la ubicación de los botones.

Se debe crear el año cuando llegue enero. Internamente se copia el plan de cuenta. Esa operación se hace una sola vez. El botón, cuando el año ya existe, se desactiva.

Utilice el botón Genera para generar comprobante de apertura.

Este comprobante de apertura se puede generar las veces que sea necesario.

Opciones: Datos de la empresa

Es importante la información de la empresa para la impresión de los libros legales.

The image shows a software window titled "Datos Empresa" with a blue border. At the top, it says "EMPRESA EN DEMOSTRACION" and "Marzo 2003". There are buttons for "Ingresar", "Eliminar", "Aceptar", and "Cancelar". The main form has several fields: "Rut" (with a hint ". . 1-9"), "Empresa" (filled with "EMPRESA EN DEMOSTRACION"), "Razón Social" (filled with "EMPRESA EN DEMOSTRACION"), "Dirección", "Teléfonos", "email", "Comuna", "Ciudad", "Región", "Giro", "Rut Rep. Legal", "Representante Legal", "Rut Contador", "Contador", and a file path field "Directorio donde se encuentra la información" (filled with "c:\coinc\EMP1"). A "Salir" button is also visible.

Cada vez que se crea una nueva empresa, se debe ingresar su información: Ruc, Empresa y Razón Social son obligatorio. Luego debe aceptar y salir.

Es importante el "Directorio donde se encuentra la información". Es ahí donde se encuentra los datos de la empresa. El nombre de la carpeta lo da el sistema automáticamente.

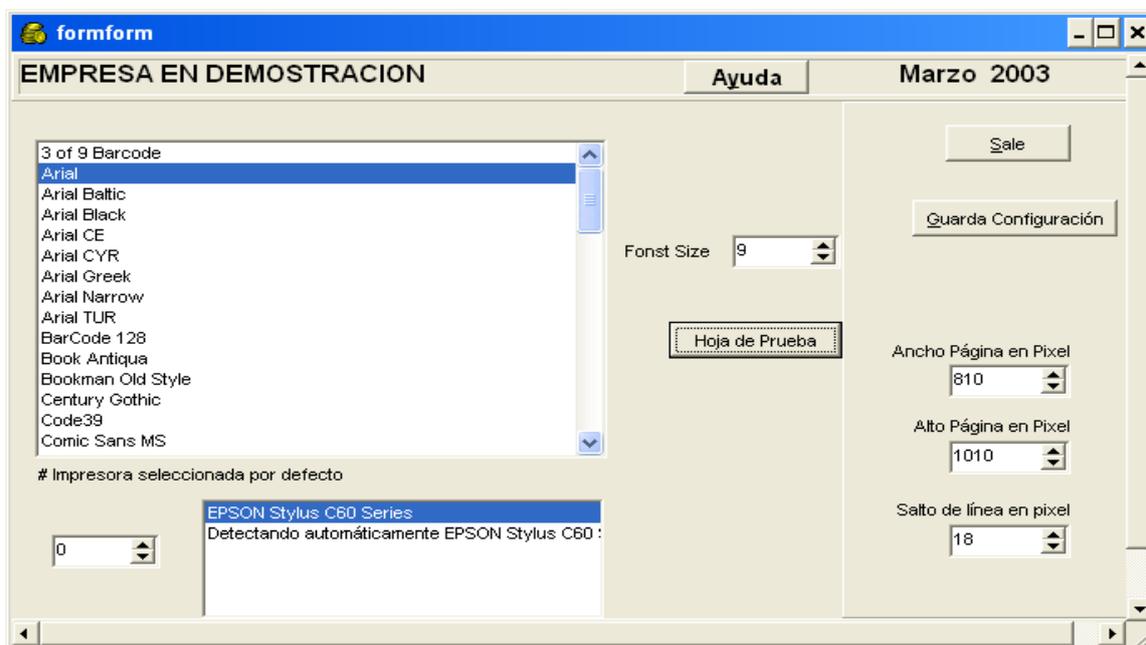
Al crear una nueva empresa, el sistema busca en orden la carpeta emp1, emp2, y así consecutivamente. Si emp3 no existe, utiliza dicho nombre. (Aun si existe emp4).

Cada empresa tiene un único directorio.

El Ruc es único para cada empresa. Es decir, no puede ingresar la misma empresa dos veces.

Opciones: Define dimensiones en impresora

Define las dimensiones y la impresora por defecto.



Para eliminar posible incompatibilidad con algún modelo de impresora, sobre todo con impresoras matriz de punto, el sistema de contabilidad define su propia configuración para el tamaño de papel, Font de la letra y la impresora por defecto.

Para verificar el tamaño de la hoja con la impresión, se imprime una hoja de prueba y se verifica el número del borde derecho (el ancho), luego el número de más abajo (el alto) y el salto de línea. Lo mismo con el Font, ya que algunas impresoras matriz de punto funcionan más rápida con un tipo de letra específico. Si va a trabajar siempre con hoja oficio debe configurar alto para papel oficio. Si vuelve a carta debe volver a configurar.

Haga pruebas hasta estar conforme con lo impreso.

El computador del usuario casi siempre tiene una impresora y en la lista el valor es 0 (Cero). Pero si el computador donde se ejecuta el sistema tiene más de una impresora definida, se puede cambiar la impresora por defecto ingresando el número requerido. "No necesita cambiar la impresora por defecto del computador". Al revés, si el computador no imprime, puede que este número este cambiado y apuntando a una impresora apagada.

No olvide guardar la configuración.

Opciones: Parámetros

Contabilidad

Parámetros

EMPRESA EN DEMOSTRACION Ayuda Marzo 2003

Actualiza Nombre Propietario Sale

Contabilidad Parámetros

Tipos de Documentos

FACTURA
NDEBITO
NCREDITO
FAR
LETRA DE CAMBIO

Actualizar

Cuentas Contables

IVA Debito
21.06.001

IVA Crédito
12.07.002

Utilidad/Perdida
24.03.002

Retención Boletas Ventas

Retención 2ª Categoría
21.07.006

Boletas a Clientes
12.01.001

Ventas Sin Boletas
12.01.001

Actualizar

Titulos Estado de resultados

TOTAL 3
TOTAL 4
TOTAL 5
TOTAL 6

Actualizar

Tipos de Documentos

Son los tipos de documentos que se usaran en el ingreso de análisis. (Ejemplos: Cheques, Letras, etc.). Los documentos FACTURA, NDEBITO, NCREDITO, FEXENTA ya están definidos en los módulos de compras y ventas. No los cambie porque si no nunca conciliarán.

Cuentas Contables

Aquí se especifica cuáles son las cuentas contables que el sistema debe recordar en la centralización contable. Por ejemplo: cuentas de IVA débito, IVA Crédito para el caso de la centralización contable de facturas; retención de segunda categoría, para el caso de las boletas de honorarios; Utilidad / Pérdida, para el caso de la generación del comprobante de apertura. Etc.

Internet

Módulo no incorporado.

Parámetros

The screenshot shows a software window titled "Parámetros" for a company named "EMPRESA EN DEMOSTRACION". The window includes a menu bar with "Ayuda" and a date display showing "Marzo 2003". Below the menu bar, there are buttons for "Actualiza Nombre Propietario" and "Sale". The main content area is divided into two sections: "Formato Cuenta Contable" and "Valor del I.V.A.". The "Formato Cuenta Contable" section contains a dropdown menu for "Niveles" set to 3, and three input fields for "Dígitos Nivel 1" (2), "Dígitos Nivel 2" (2), and "Dígitos Nivel 3" (3). The "Valor del I.V.A." section has an input field for "I.V.A." set to 18 and an "Actualiza" button. A general "Actualiza" button is also present at the bottom of the "Formato Cuenta Contable" section.

Formato de la Cuenta Contable

Para usar el Plan de Cuentas primero deberá definir Niveles de Cuentas.

Este Formato sólo podrá ser modificado si está seguro que no existen movimientos Contables.

Niveles: Se ingresa primero el Número de niveles de la Cuenta Contable.

Dígitos: Se piden tantos como niveles fueron definidos. Son los dígitos que se pedirán en cada nivel.

Ejemplo

Niveles 4

Dígitos nivel 1 1

Dígitos nivel 2 1

Dígitos nivel 3 2

Dígitos nivel 4 3

La cuenta será de la forma 1.1.01.001

Niveles 4

Dígitos nivel 1 1

Dígitos nivel 2 2

Dígitos nivel 3 3

Dígitos nivel 4 4

La cuenta será de la forma 1.01.001.0001

Valor del IVA

Ingresa el valor del porcentaje correspondiente a este impuesto.

Herramientas: Bitácora

Registro con todo el movimiento efectuado en el sistema.



The screenshot shows a window titled "Bitácora" with a menu bar containing "EMPRESA EN DEMOSTRACION", "Ayuda", and "Marzo 2003". Below the menu bar is a "Sale" button. The main area contains a table with the following columns: Sistema, Usuario, Fecha, Hora, and Glosa. The table lists 14 log entries for the user "SUPERVISOR" on "04/04/2004". The actions include "Sale del sistema", "Entrada al Sistema", "Ingresa", and "Modifica Cuenta". At the bottom right, there is an "Elimina" button.

Sistema	Usuario	Fecha	Hora	Glosa
ADMINISTRA	SUPERVISOR	04/04/2004	17:51:17	Sale del sistema
ADMINISTRA	SUPERVISOR	04/04/2004	17:51:49	Entrada al Sistema Marzo 2003
ADMINISTRA	SUPERVISOR	04/04/2004	17:55:02	Ingresa 96.697.410-9 FACTURA 23123
ADMINISTRA	SUPERVISOR	04/04/2004	18:24:17	Modifica Cuenta 51.01.001
ADMINISTRA	SUPERVISOR	04/04/2004	18:25:52	Ingresa 77.622.710-2 FACTURA 1232
ADMINISTRA	SUPERVISOR	04/04/2004	19:42:53	Sale del sistema
ADMINISTRA	SUPERVISOR	04/04/2004	19:43:23	Entrada al Sistema Marzo 2003
ADMINISTRA	SUPERVISOR	04/04/2004	19:48:53	Sale del sistema
ADMINISTRA	SUPERVISOR	04/04/2004	19:55:47	Entrada al Sistema Marzo 2003
ADMINISTRA	SUPERVISOR	04/04/2004	20:26:53	Sale del sistema
ADMINISTRA	SUPERVISOR	04/04/2004	20:33:43	Entrada al Sistema Marzo 2003
ADMINISTRA	SUPERVISOR	04/04/2004	20:55:53	Sale del sistema
ADMINISTRA	SUPERVISOR	04/04/2004	20:56:15	Entrada al Sistema Marzo 2003

Esta opción permite identificar los movimientos efectuados por el personal que utiliza el sistema.

Se registra el nombre del sistema, el nombre del usuario, la fecha, la hora y una glosa con el detalle del movimiento o la función ejecutada.

Herramientas: Imprime hojas foliadas

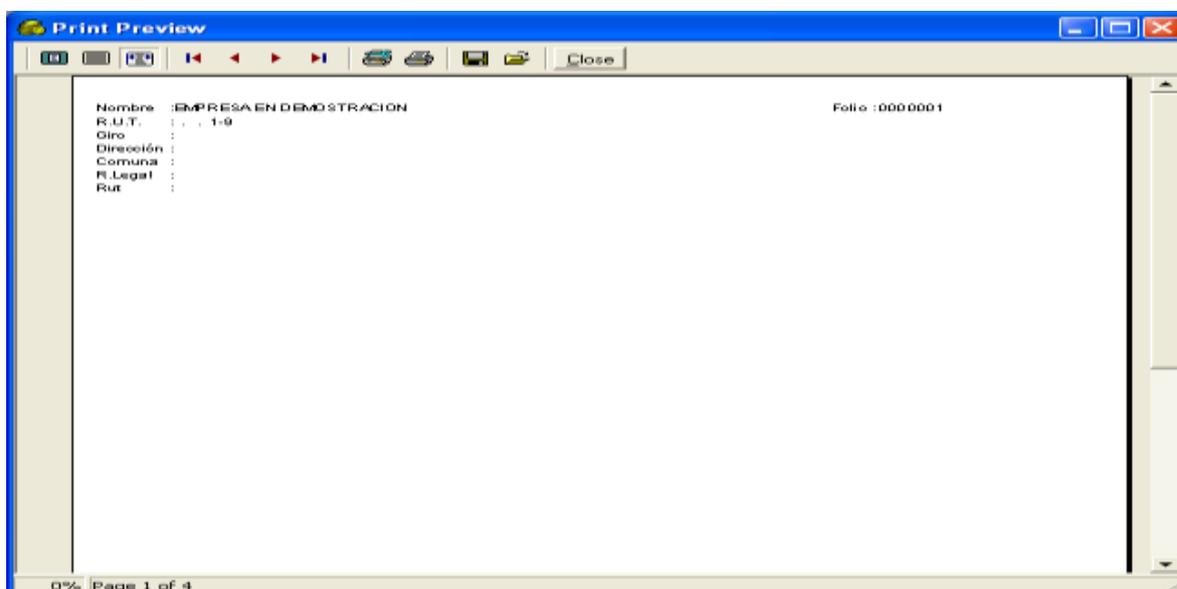


The dialog box titled "Imprime Hojas Foliadas" contains the following fields and controls:

- Folio desde:** A dropdown menu with the value "0".
- Folio hasta:** A dropdown menu with the value "0".
- Número de dígitos:** A dropdown menu with the value "7".
- Example:** "Ejemplo : 7 es 0000234".
- Instruction:** "(ambos inclusive)".
- Buttons:** "Acepta" and "Sale".

Cumpliendo la normativa de impuesto internos, el sistema permite imprimir hojas foliadas con los números que se ingresan.

Las hojas son cómo siguen

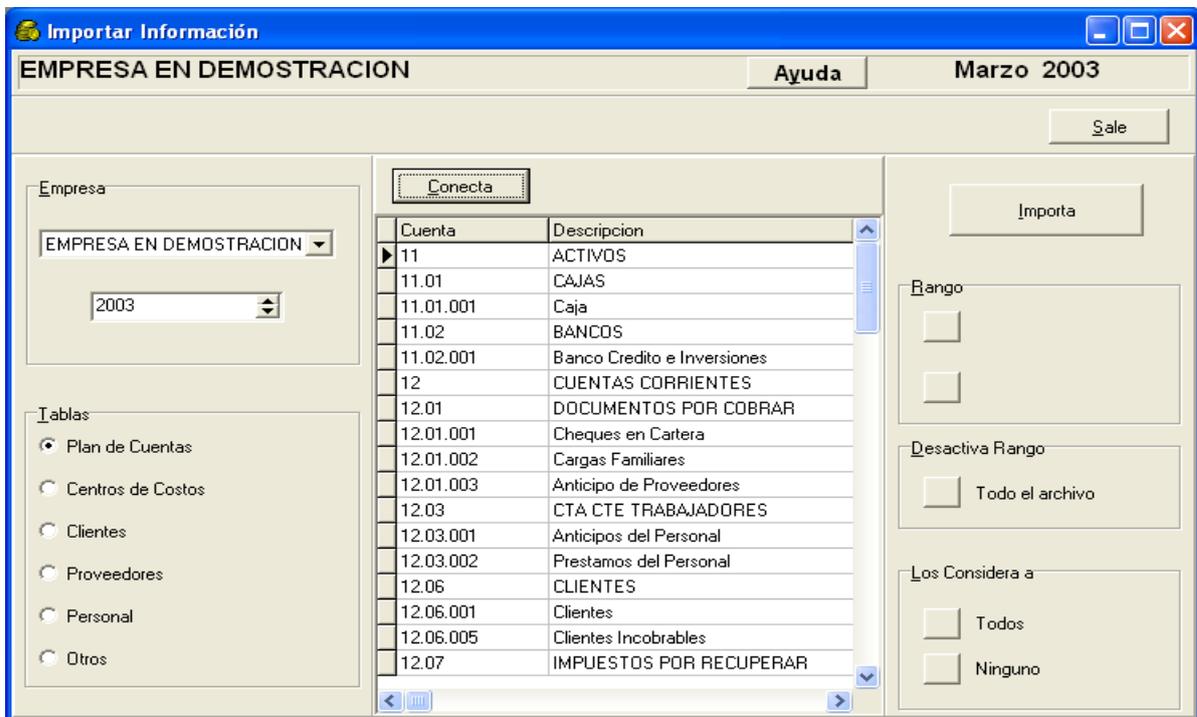


The "Print Preview" window displays a document header with the following information:

- Nombre:** EMPRESA EN DEMOSTRACION
- R.U.T.:** 1-9
- Giro:**
- Dirección:**
- Comuna:**
- R. Legal:**
- Rut:**
- Folio:** 0000001

The status bar at the bottom indicates "0% Page 1 of 4".

Herramientas: Importa Información desde Otra Empresa



Esta opción da la facilidad de poder aprovechar registros ya creados y utilizados en otra empresa.

Caso general de esta situación es la del plan de cuentas y Centros de Costos.

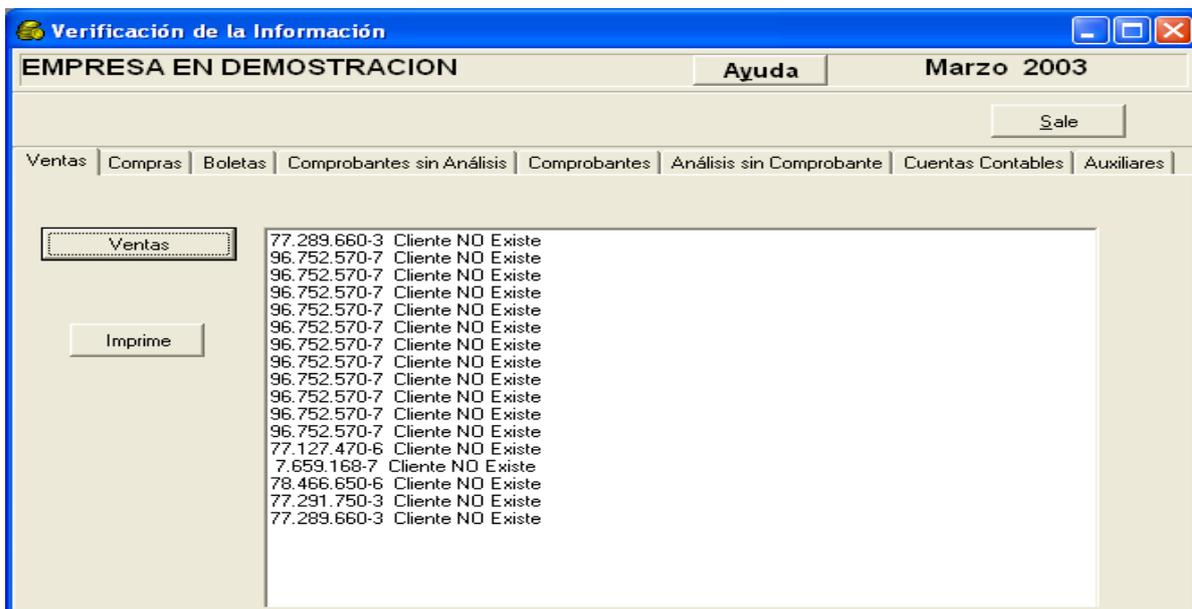
Esta instancia permite copiar a las nuevas empresas estos datos sin necesidad de tener que digitar todo nuevamente.

Primero se elige la empresa, el año y el archivo, luego activar el botón Conecta y aparecerá en pantalla el contenido del archivo.

Debe elegir el rango de registros - o bien considerar todos - y luego presionar el botón Importar.

También puede importar datos como el RUC Y Nombres de Clientes, Proveedores, Personal y Otros.

Herramientas: Verifica la Información

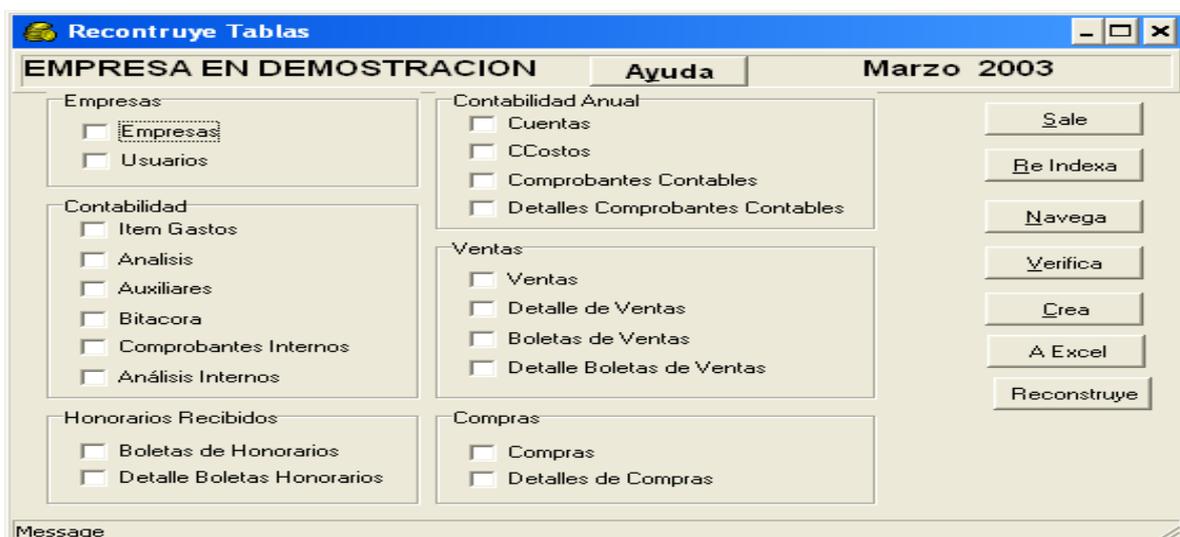


Esta es la pantalla de revisión de los principales archivos que maneja el sistema de gestión.

Cada uno de los botones que aparecen permite analizar en forma separada cada archivo y emite un informe por pantalla (luego imprimir) de las discrepancias detectadas.

Herramientas: Reconstruye Tablas Dañadas

Esta opción permite el acceso a verificar los archivos en uso y revisar su consistencia.



Esta opción es de sumo cuidado en su manejo, ya que puede eliminar el contenido de una tabla si usa el botón crear.

Antes de ejecutar cualquiera de los botones se recomienda respaldar la información usando el módulo herramientas, opción respalda información.

Otra posibilidad que permite esta pantalla es llevar la información a formato Excel y poder tener acceso a crear sus propias estadísticas e informes de gestión utilizando la información que genera el sistema contable.

Para operar esta opción debe marcar el archivo primero y luego presionar el botón A Excel, luego debe grabar con un nombre acorde, para luego leer con el programa Excel, esta información queda guardada en la carpeta Plantilla, que utiliza el sistema contable como primera opción.

Los Sistemas de Información Contable.

Un sistema de información contable comprende los métodos, procedimientos y recursos utilizados por una entidad para llevar un control de las actividades financieras y resumirlas en forma útil para la toma de decisiones.

La información contable se puede clasificar en dos grandes categorías: la contabilidad financiera o la contabilidad externa y la contabilidad de costos o contabilidad interna. La contabilidad financiera muestra la información que se facilita al público en general, y que no participa en la administración de la empresa, como son los accionistas, los acreedores, los clientes, los proveedores, los analistas financieros, entre otros, aunque esta información también es de mucho interés para los administradores y directivos de la empresa.

Esta contabilidad permite obtener información sobre la posición financiera de la empresa, su grado de liquidez y sobre la rentabilidad de la empresa. La contabilidad de costos estudia las relaciones costos – beneficios – volumen de producción, el grado de eficiencia y productividad, y permite la planificación y el control de la producción, la toma de decisiones sobre precios, los presupuestos y la política del capital.

Esta información no suele difundirse al público. Mientras que la contabilidad financiera tiene como objetivo genérico facilitar al público información sobre la situación económica financiera de la empresa; y la contabilidad de costos tiene como objetivo esencial facilitar información a los distintos departamentos, a los directivos y a los planificadores para que puedan desempeñar sus funciones.

Propósito y Naturaleza de la Información Contable.

El propósito de la contabilidad es proporcionar información financiera sobre una entidad económica. Quienes toman las decisiones administrativas necesitan de esa información financiera de la empresa para realizar una buena planeación y control de las actividades de la organización.

El papel del sistema contable de la organización es desarrollar y comunicar esta información. Para lograr estos objetivos se puede hacer uso de computadores.

Utilización de la Información Contable.

La contabilidad va más allá del proceso de creación de registros e informes. El objetivo final de la contabilidad es la utilización de esta información, su análisis e interpretación los contadores se preocupan de comprender el significado de las cantidades que obtienen.

Buscan la relación que existe entre los eventos comerciales y los resultados financieros; estudian el efecto de diferentes alternativas, por ejemplo la compra o el arriendo de un nuevo edificio; y buscan las tendencias significativas que sugieren lo que puede ocurrir en el futuro.

Si los gerentes, inversionistas, acreedores o empleados gubernamentales van a darle un uso eficaz a la información contable, también deben tener un conocimiento acerca de cómo obtuvieron esas cifras y lo que ellas significan.

Una parte importante de esta comprensión es el reconocimiento claro de las limitaciones de los informes contables. Un gerente comercial u otra persona que esté en posición de tomar decisiones y que carezca de conocimientos de contabilidad, probablemente no apreciara hasta que punto la información contable se basa en estimativos más que en mediciones precisas y exactas.

Características de un Sistema de Información Contable Efectivo.

Un sistema de información bien diseñado ofrece control, compatibilidad, flexibilidad y una relación aceptable de costo / beneficio.

Control: Un buen sistema de contabilidad le da a la administración control sobre las operaciones de la empresa. Los controles internos son los métodos y procedimientos que usa un negocio para autorizar las operaciones, proteger sus activos y asegurar la exactitud de sus registros contables.

Compatibilidad: Un sistema de información cumple con la pauta de compatibilidad cuando opera sin problemas con la estructura, el personal, y las características especiales de un negocio en particular.

Fuente: <http://www.buenastareas.com/page>

Objetivos de la Información Contable.

La información contable debe servir fundamentalmente para:

Conocer y demostrar los recursos controlados por un ente económico, las obligaciones que tenga de transferir recursos a otros entes, los cambios que hubieren experimentado tales recursos y el resultado obtenido en el periodo.

- Predecir flujos de efectivo.
- Apoyar a los administradores en la planeación, organización y dirección de los negocios.
- Tomar decisiones en materia de inversiones y crédito.
- Evaluar la gestión de los administradores del ente económico.
- Ejercer control sobre las operaciones del ente económico.
- Fundamentar la determinación de cargas tributarias, precios y tarifas.
- Ayudar a la conformación de la información estadística nacional.

- Contribuir a la evaluación del beneficio o impacto social que la actividad económica representa para la comunidad.

Cualidades de la Información Contable

Para poder satisfacer adecuadamente sus objetivos, la información contable debe ser comprensible, útil y en ciertos casos se requiere que además la información sea comparable.

- ✓ La información es comprensible cuando es clara y fácil de comprender.
- ✓ La información es útil cuando es pertinente y confiable.
- ✓ La información es pertinente cuando posee el valor de realimentación, valor de predicción y es oportuna.
- ✓ La información es confiable cuando es neutral, verificable y en la medida en la cual represente fielmente los hechos económicos.

Fuente: <http://www.buenastareas.com>

Importancia de la contabilidad en función de los usuarios de la información.

La contabilidad es de gran importancia porque todas las empresas tienen la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras. Así obtendrá mayor productividad y aprovechamiento de su patrimonio. Por otra parte, los servicios aportados por la contabilidad son imprescindibles para obtener información de carácter legal.

La gente que participa en el mundo de los negocios: propietarios, gerentes, banqueros, corredores de bolsa, inversionistas utilizan los términos y los conceptos contables para describir los recursos y las actividades de todo negocio, sea grande o pequeño.

Aunque la contabilidad ha logrado su progreso más notable en el campo de los negocios, la función contable es vital en todas las unidades de nuestra sociedad.

Una persona debe explicar sus ingresos y presentar una declaración de renta. A menudo, una persona debe proporcionar información contable personal para poder

comprar un automóvil o una casa, recibir una beca, obtener una tarjeta de crédito o conseguir un préstamo bancario. Las grandes compañías por acciones son responsables ante sus accionistas, ante las agencias gubernamentales y ante el público.

El gobierno, los estados, las ciudades y los centros educativos, deben utilizar la contabilidad como base para controlar sus recursos y medir sus logros. La contabilidad es igualmente esencial para la operación exitosa de un negocio, una universidad, una comunidad, un programa social o una ciudad. Todos los ciudadanos necesitan cierto conocimiento de contabilidad si desean actuar en forma inteligente y aceptar retos que les impone la sociedad.

Las personas que reciben los informes contables se denominan usuarios de la información contable.

Un gerente comercial u otra persona que esté en posición de tomar decisiones y que carezca de conocimientos de contabilidad, probablemente no apreciara hasta qué punto la información contable se basa en estimativos más que en mediciones precisas y exactas.

Características de un sistema de información contable efectivo.

Un sistema de información bien diseñado ofrece control, compatibilidad, flexibilidad y una relación aceptable de costo / beneficio.

Control: un buen sistema de contabilidad le da a la administración control sobre las operaciones de la empresa. Los controles internos son los métodos y procedimientos que usa un negocio para autorizar las operaciones, proteger sus activos y asegurar la exactitud de sus registros contables.

Compatibilidad: un sistema de información cumple con la pauta de compatibilidad cuando opera sin problemas con la estructura, el personal, y las características especiales de un negocio en particular.

Marco Técnico.

La eficiencia y eficacia en la implementación de un sistema de contabilidad depende de su implementación dentro de la empresa. Este debe estar hecho con

base en los objetivos organizacionales y debe estar ligado con los programas y procedimientos que integran el esquema funcional de la empresa.

Pasos para implementar un sistema contable eficaz y eficiente El conocimiento de los objetivos organizacionales es indispensable. Preparar y analizar la información referente a la razón social, ubicación física, actividad, cantidad de empleados, equipos, capital etc.

Elaborar un informe preliminar de la situación de la empresa. Verificar la aplicación de las normas legales Instaurar (Si no existe) un catalogo de cuentas y los manuales de procedimientos respectivos Implementar metodologías de recolección de información Buscar que la información se aproxime lo mayor posible a la realidad económica de la empresa.

Preparar los informes pertinentes registrar las operaciones en los libros correspondientes

Elaborar los informes financieros la implementación de un sistema de contabilidad que sea confiable para la gerencia es uno de los puntos claves en la conformación de la empresa como tal, este le permite en cualquier momento evaluar su desenvolvimiento, su gestión, su control y determinar su posición financiera.

Procedimientos de instalación del sistema contable:

- El estudio preliminar de la empresa.
- Revisar los formularios y comprobantes originales.
- Identificar y registrar todas las transacciones validas.
- Medir el valor de las transacciones de modo que pueda anotarse su valor monetario en estados financieros.

Fuente: <http://www.buenastareas.com/>

La Contabilidad Financiera y la Contabilidad de Gestión.

La contabilidad financiera se ocupa de la preparación y uso de tres estados financieros generales que las autoridades reguladoras exigen a las empresas, como son el balance, la cuenta de resultados y el estado de flujo de caja.

La contabilidad de gestión, en cambio, se centra en el costo de los productos y servicios, en el uso que los directivos pueden hacer de estos costos para preparar presupuestos, analizar costos para la planificación de beneficios, controlar la gestión de recursos y la estructura de costos de la empresa, así como elaborar informes de resultados relacionados con la responsabilidad de directivos y empleados.

En el siguiente cuadro se presentan las preguntas y conceptos claves para la toma de decisiones en una contabilidad financiera

Cuadro # 2

	<p>LAS GRANDES PREGUNTAS Los números presentados en los estados financieros son exactos y veraces?.</p> <p>¿La empresa practica una contabilidad creativa?</p> <p>¿Los datos se basan en números reales o estimaciones?</p> <p>¿Las ganancias son de alta o de baja calidad?</p> <p>Cuestiones Contables</p> <p>Veracidad</p> <p>Exactitud</p> <p>Números reales versus estimación</p> <p>Contabilidad creativa</p> <p>Calidad de las ganancias</p> <p>Notas a los estados financieros</p> <p>Los Conceptos claves</p>	<p>¿Cómo se cuenta la historia financiera de una empresa leyendo sus estados financieros</p> <p>Análisis de los Estados Financieros</p> <p>Análisis de ratios</p> <p>Análisis de tendencias.</p> <p>Análisis de la rentabilidad.</p> <p>Análisis de liquidez.</p> <p>Gestión de activos.</p> <p>Sostenibilidad.</p> <p>Opinión sobre principios de empresa en funcionamiento.</p>
--	--	--

Fuente: Extracto de la Escritura del curso MBA edición Petter Navarro.

El primer grupo de grandes preguntas se ocupa de la construcción del balance, la cuenta de resultados y el estado de flujo de caja e indica por qué estos estados son mucho más útiles para los usuarios externos de datos contables (inversionistas, prestamistas) que para los internos (jefes o directivos) .

El segundo grupo de grandes preguntas se centra en la verdad y la exactitud de los datos contables proporcionados y se ocupa de cuestiones como el uso de las prácticas contables creativas y el afecto sobre la llamada calidad de las ganancias. Estas cuestiones estaban en el núcleo de los grandes escándalos protagonizados por algunas empresas.

El tercer grupo de grandes preguntas engloba la parte del análisis de los estados financieros, sus tendencias, su rentabilidad, liquidez y apalancamiento, además de las habilidades más valiosas enseñadas en las escuelas de negocio, cómo conocer la historia financiera de una empresa leyendo sus cuentas anuales.

Los Fundamentos Contables:

Dentro de los fundamentos contables el autor denota que las materias contables no son de aplicación exclusiva a las entidades que persiguen fines de lucro, conocidas como las empresas; también alcanzan en muchos aspectos a las entidades sin fines de lucro, sin embargo, en el desarrollo de las materias, el énfasis, salvo que se diga lo contrario, estará puesto en las primeras.

La Contabilidad en su proceso de reconocimiento de los efectos que producen los hechos económicos en la estructura patrimonial de la empresa, actúa captando datos acerca de los flujos económicos y financieros y sus sucesivas transformaciones, realizadas tanto al interior de la empresa o como del intercambio con el medio. Dichos flujos y transformaciones forman parte del proceso básico vital, conocido como proceso primario o ciclo operacional.

Desde comienzos de la década del 80 algunos profesores de la Escuela de Comercio de la Universidad Católica de Valparaíso, han utilizado una metodología que se basa en la enseñanza de la Contabilidad a partir del Proceso Primario de la empresa, conocido en el lenguaje contable-financiero como el Ciclo Operacional de la empresa. La proposición de esta metodología y sus fundamentos fue presentada

en el documento “Una metodología docente para el área contable en la formación del Contador Público”, como ponencia en las XI Jornadas de Ciencias Económicas del ConoSur, en el año 1983, por los profesores de la Escuela de Comercio Carlos Álvarez P; María Teresa García C. y Francisco Nattero V.

Los flujos de recursos.

El Proceso Primario pone énfasis en las transformaciones que experimentan los flujos de recursos en el ciclo operacional de una empresa y cuya comprensión es necesaria para entender el objeto de medición de la Contabilidad, es decir, los flujos y acumulaciones de recursos; permite además enfatizar que la Contabilidad está inserta en el Sistema de Información del Sistema Empresa y de esta forma el estudiante comprende mejor la finalidad de ella y su utilización.

El Proceso Primario (Ciclo Operacional) ha sido definido como “el conjunto secuencial de transformaciones realizadas en y por la empresa, que tiene por objeto la regeneración de los fondos consumidos en el mantenimiento de su estructura y de los fondos utilizados en esas transformaciones”.

El Proceso Primario está constituido entonces por una cadena de transformaciones, las cuales tienen cada una sus parámetros de regulación y control. En ella se pueden distinguir subconjuntos de transformaciones que constituyen procesos parciales; siendo la transformación verdaderamente importante para la empresa la transformación de dinero en dinero, y no la transformación de insumos en productos.

El ciclo operacional comienza en un determinado nivel de recursos (efectivo) que tienen su origen en el aporte de los dueños de la empresa han sido proporcionados por terceros, a quienes se les adeudan (denominados en términos generales los acreedores). Estos recursos se van transformando durante el ciclo en bienes que constituyen los activos necesarios para desarrollar el giro del negocio, y que al ser vendidos generan nuevos recursos que sirven para recuperar aquellos consumidos en las transformaciones realizadas, en el mantenimiento de la estructura de la empresa; y también para auto-generar otros.

En el ciclo operacional se pueden distinguir básicamente las siguientes transformaciones:

Transformaciones financieras de asignación de recursos, que corresponden a la conversión de dinero ya sean en bienes, servicios, inversiones, valores y otros.

Se explica el Ciclo Operacional, referido a la empresa que desarrolla actividades de fabricación de un producto, sin embargo, los conceptos pueden ser aplicados a cualquiera, sea que se dedique a la prestación de servicios o a las actividades comerciales.

- ✓ Transformaciones productivas, corresponden a la función de Producción, es decir, a la transformación de bienes, servicios y trabajo en productos y/o nuevos servicios.
- ✓ Transformaciones comerciales, corresponden a la conversión de los productos y/o servicios en derechos a cobrar a los clientes. Esta transformación se realiza a través de la entrega de los productos y/o servicios a los consumidores. También se denomina como función de Ventas.
- ✓ Transformaciones financieras de recuperación, corresponden a la conversión de los derechos a cobrar en dinero disponible. Se relaciona a la función de Cobranzas.
- ✓ Transformaciones laborales, consisten en el consumo de fuerza laboral (física o intelectual) en el desarrollo de las otras transformaciones enunciadas anteriormente.

Se relaciona a la función de Personal. En el desarrollo de este ciclo fluyen y se transforman recursos, materiales e inmateriales, de manera iterativa. En este ciclo se consumen y utilizan recursos para mantener la estructura y el funcionamiento de la empresa, los que deben ser recuperados a través del desarrollo del mismo ciclo y mientras la empresa continúe en funcionamiento, el ciclo operacional termina donde empieza, y se reactiva inmediatamente con cada unidad monetaria que queda disponible para algún uso alternativo dentro del mismo, siendo la asignación de los recursos realizada por un tomador de decisiones (agente decisor).

Este ciclo se repite muchas veces durante un mismo período de tiempo, además, se podría afirmar que el sistema se retroalimenta a sí mismo, se auto-mantiene y mientras esto ocurra puede permanecer indefinidamente en funcionamiento.

Se puede adelantar, ya que el concepto será revisado en otro capítulo, que en el ciclo operacional está siempre presente el concepto de dualidad económica, es decir, los recursos que ingresan y se utilizan en el proceso de transformaciones se igualan o corresponden a las fuentes que los generan.

En una empresa pequeña, manejada por su propio dueño, prácticamente todos los datos están en su mente, tiene la información de inmediato, en tiempo real. Cuando la empresa aumenta de tamaño, aumentan sus operaciones e interacciones internas y con el entorno, generando un aumento de la recolección de datos, procesamiento y distribución de la información, por lo tanto, surge la necesidad de disponer de más información, globalizada y desagregada, y de un sistema que permita administrarla y proporcionarla a los administradores.

El sistema de información de la empresa provee información a la administración, para apoyarla en las funciones de toma de decisiones y de control, posibilitando el desarrollo de las operaciones y manejo de los recursos de la manera más eficiente.

Se entiende por información al conjunto de datos que tienen significado o utilidad para el usuario. Existen elementos básicos en la empresa: personal, dinero, existencias, maquinarias, equipos e instalaciones en general, otros bienes e intangibles tales como marcas, patentes, derechos.

Además de estos elementos tan importantes, también constituye un elemento fundamental la Información, que al igual que los otros recursos debe ser administrado adecuadamente. La empresa tiene objetivos, siendo uno de los principales el maximizar sus beneficios o resultados positivos y la administración le otorga las herramientas para lograrlo.

Administrar una empresa es combinar todos los elementos que la integran (personal, financieros, materiales e inmateriales) de tal modo que se logre satisfacer de la mejor manera posible los objetivos definidos para la organización y

los de quienes en ella participan o interactúan con ella, sean clientes, proveedores, propietarios, trabajadores, organismos fiscales, organismos contralores, otros.

El proceso decisional, significa seleccionar una alternativa entre varias, requiere para llevarse a cabo una adecuada información. Tal información incluye datos obtenidos en la empresa y otros recogidos del entorno (por ejemplo, modificaciones en los tipos de cambio, tasas de interés, demanda por el producto).

La información constituye un elemento imprescindible para la planificación y el proceso de control. Para la planificación se requiere, entre otra, información sobre variables controlables (nivel de producción, por ejemplo), no controlables (cotizaciones moneda extranjera, precios de materias primas en período de inflación), sobre recursos financieros, humanos, materiales.

En el proceso de control se obtiene información sobre las desviaciones respecto de lo programado que a su vez es empleada para tomar nuevas decisiones. Este proceso se realiza durante el desarrollo de las operaciones y no solamente al final, de esta manera se puede corregir oportunamente las desviaciones que se detecten.

✓ PROCESO DE TOMA DE DECISIONES:

1. Detectar la oportunidad o necesidad de tomar una decisión, es decir, captar la existencia de alguna situación que deba ser resuelta;
2. Detectar las posibles alternativas de acción y evaluar los pro y contra de ellas;
3. Elegir la alternativa más eficaz o eficiente.

En general un sistema de información está basado en sistemas computacionales, por lo tanto utiliza hardware y software; manuales de procedimientos; modelos para el análisis, la planeación, el control y la toma de decisiones; además, utiliza una base de datos.

El sistema de información se subdivide en subsistemas, dado que las funciones organizacionales y operacionales son variadas y tienen diferentes requerimientos de información.

Es así como podemos distinguir entre otros los subsistemas de: mercadotecnia, producción, personal, finanzas. Todos los subsistemas de información que se definen para satisfacer los requerimientos de los usuarios de los distintos niveles, hacen uso de los mismos datos que son compartidos a partir de una base de datos. La base de datos es el principal recurso para la integración de los múltiples subsistemas.

En las organizaciones se pueden distinguir generalmente tres niveles de decisores:

- Estratégico,
- Táctico o de gestión,
- Operativo.

De manera simple se podría indicar que:

- ✓ Nivel estratégico, es aquel en el cual se decide el futuro de la empresa en el largo plazo, aquí se define la estrategia de la empresa,
- ✓ Nivel táctico, es aquel en el cual se definen las políticas, procedimientos, los planes de desarrollo de la estrategia, es decir, se establecen las acciones que se han de realizar en el corto plazo para alcanzar los objetivos de largo plazo;
- ✓ Nivel operativo, es aquel en el cual se toman decisiones para realizar las acciones, que luego se concretan produciendo los intercambios de flujos de recursos entre la empresa y el medio con el cual interactúa.

Cada uno de estos niveles tiene distintos requerimientos de información, además si se observa la figura 2, el lector notará que al referirse a ellos se les presenta en una estructura piramidal, la razón es porque a mayor nivel de responsabilidad en las decisiones se requiere información más global, en cambio al bajar hacia los nivel operativos la necesidad de desagregar o descomponer la información aumenta.

El primer nivel, la base de la pirámide, es el nivel operativo que comprende la información relacionada con el procesamiento de las transacciones y es capaz de proveer la información requerida para las operaciones de control diario.

El siguiente nivel comprende los recursos de información capaz de satisfacer los requerimientos para ayudar al nivel táctico de la organización. En este nivel queda comprendido la adquisición y la organización de los recursos, la estructuración del trabajo, el reclutamiento y entrenamiento de personal, es decir, se ocupa de los medios cómo lograr los objetivos de la organización.

El nivel más alto comprende los recursos de información capaces de satisfacer requerimientos de información al nivel estratégico, el nivel más alto de la administración. En este nivel se definen los objetivos estratégicos, se define el rumbo de la organización.

Cada nivel de procesamiento de información, cuando es necesario, utiliza los datos proporcionados por alguno de los otros niveles, también se incorporan nuevos datos sobre actividades o factores externos a la empresa y que la afecten o la puedan afectar.

Las decisiones que tomen los administradores en la empresa, entendiendo como tales a aquellos que planifican, administran y controlan los procesos, necesariamente producirá acciones, sean correctivas, de asignación de recursos o de nuevos procesos.

Fuente: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Implementacion-De-Un-Sistema-Contable/47282.html>

Los Sistemas Contables y su Relación con la Economía.

Factores que influyen de forma directa o indirecta sobre los sistemas contables, La aparición y posterior predominio de empresas donde existe una separación entre la propiedad y la gestión, en sus diferentes figuras legales que conllevan la limitación de la responsabilidad de los accionistas a su inversión en la empresa, ha provocado que los acreedores exijan una mayor cantidad y transparencia de la información contable.

La aparición de un importante colectivo de profesionales dedicados a la gestión y cuyos intereses no coinciden necesariamente con los de los accionistas. La expansión de los mercados de valores, provocada por el mayor número y tamaño

de empresas que se financian mediante acciones y que constituyen uno de los pilares de la economía de mercado, debido al deseo de los accionistas de negociar sus acciones sin necesidad de liquidar la empresa como consecuencia de ello, aparecen nuevos usuarios de la información contable, como inversores potenciales y análisis de inversiones que buscan obtener la información que consideren necesaria para el cumplimiento de sus objetivos.

El decisor político, en el caso de algunos países, ha impulsado el desarrollo y utilización de los sistemas contables con el fin de obtener información para la planificación y control económicos. En algunos, como los de Francia y España, se ha ido desarrollando a través de los años un sistema de contabilidad nacional que constituye la base de la planificación macroeconómica y de la imposición tributaria sobre sociedades.

En este sentido son varios los países, como Francia, Italia, España, Alemania y Japón, cuya recaudación de impuestos esta directamente ligada a la información contable que publican las empresas, por lo que las leyes tributarias han tenido una influencia importante en los métodos contables utilizados.

Esto no ocurre en países como Estados Unidos y el Reino Unido, donde el papel fundamental esta desempeñado por la profesión contable y la información esta dirigida, en primer lugar, a los accionistas.

La contabilidad es la base sobre la cual se fundamentan las decisiones gerenciales y por tanto, las decisiones financieras. No existe actividad económica ajena al registro y afectación de las técnicas de la ciencia contable. Desde la actividad económica más pequeña hasta las transacciones económicas de grandes corporaciones, la ciencia contable aporta a un gran cúmulo de conocimientos, los cuales requieren que sean aplicados por profesionales de la contaduría pública altamente capacitados.

La contabilidad es un sistema adaptado para clasificar los hechos económicos que ocurren en un negocio. De tal manera que, se convierte en el eje central para llevar a cabo diversos procedimientos que conducirán a la obtención del máximo rendimiento económico que implica el constituir una empresa determinada.

De modo que, el presente trabajo contiene una visión introductoria en torno a la reseña histórica de la contabilidad, su definición, objetivos, importancia, procedimientos contables, entre otros aspectos relacionados con el tópico tratado.

La Contabilidad.

La contabilidad, es una herramienta empresarial que permite el registro y control sistemático de todas las operaciones que se realizan en la empresa, por ende no existe” La contabilidad tiene diversas funciones, pero su principal objetivo es suministrar, cuando sea requerida o en fechas determinadas, información razonada, en base a registros técnicos, de las operaciones realizadas por un ente público o privado”

La contabilidad es una técnica que se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones mercantiles de un negocio con el fin de

interpretar sus resultados, para que los gerentes a través de ella puedan orientarse sobre el curso que siguen sus negocios mediante datos contables; permitiendo así conocer la estabilidad, la solvencia de la compañía y la capacidad financiera de la empresa.

Fuente: <http://www.buenastareas.com>

El Marketing Público y las 7 P's

La mezcla de marketing para la toma de decisiones en una empresa, ya vimos que hace referencia a cuatro variables controlables: producto, plaza, precio y promoción. Esta mezcla es la más utilizada en el marketing privado o de bienes, sin embargo, existen tres razones por las cuales se requiere una adaptación para los servicios, y por ende, para el marketing público:

La mezcla original del marketing se preparó para las industrias manufactureras, por lo tanto, los elementos de la mezcla no se presentan específicamente para organizaciones de servicios, ni se acomodan necesariamente a estas

organizaciones, donde la característica de intangibilidad del servicio, tecnología utilizada y tipo de cliente principal pueden ser fundamentales.

Se ha demostrado empíricamente que la mezcla del marketing puede no tener campo suficiente para las necesidades del sector servicios debido a las características propias de los mismos.

Existe una amplia evidencia de que las dimensiones de la mezcla del marketing no pueden ser lo suficientemente amplias para el marketing público ya que no considera una serie de elementos esenciales para la generación y entrega del servicio.

En base a las tres razones expuestas, surge la idea de una mezcla revisada o modificada que está especialmente adaptada para el marketing de los servicios, y combina siete elementos: producto/servicio, precio, plaza, promoción, personal, presencia física y proceso.

Las 7 P's, entonces, son las variables controlables del marketing público, cuya adecuada combinación permite satisfacer las necesidades de los usuarios de servicios.

P1: Producto o servicio

Producto es todo aquello que la empresa o la organización realiza o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores.

El concepto de producto no se refiere únicamente a un bien físico o tangible, sino que puede ser también un elemento intangible. Dentro de este grupo podemos situar las ideas, las organizaciones y los servicios. Además, es notorio que las empresas comerciales o mercantiles no son las únicas que crean productos. Otras organizaciones como los partidos políticos, los gobiernos, las escuelas y las iglesias son también generadoras de productos.

P2: Precio

Recordemos que en el marketing público a menudo no existe un precio por el servicio brindado sino el pago de ciertos impuestos establecidos por ley. Entonces, se reconocen tres situaciones dependiendo del grado de control que tiene la entidad en la determinación del precio:

El precio es incontrolable: cuando existe una ley o una entidad que determina cuánto cobrar por el servicio.

El precio es semi controlable: cuando la entidad requiere aprobación de otra entidad para establecer el precio de sus servicios.

El precio es controlable: cuando la entidad tiene completa libertad para fijar el precio de sus servicios.

P3: Plaza o puntos de atención al público

Se refiere al lugar físico de prestación de los servicios.

Existen tres alternativas de plaza o redes de prestación de servicios:

Directa: sin intermediarios.

Indirecta: a través de otra institución pública. Ej: cobro de servicios a través de un banco estatal. O a través de empresas privadas.

Mixta: a través tanto de instituciones privadas como públicas. Ej: educación.

La red de prestación puede tener, a su vez, tres tipos de intensidad:

Intensiva: numerosos puntos de prestación.

Selectiva: ubicación de puntos de prestación sólo en ciertos sectores.

Exclusiva: un solo punto de prestación.

P4: Promoción

Recordemos que la promoción es el elemento de la mezcla de marketing que sirve para informar, persuadir y recordar al mercado el producto o la organización que lo vende, con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor.

Existen los siguientes métodos promocionales:

Publicidad

Publicidad gratuita

Ventas personales

Relaciones públicas

Merchandising

Marketing directo

Promoción de ventas

P5: Personal

El personal del servicio está compuesto por aquellas personas que prestan los servicios de una organización a sus clientes.

El personal de servicios es importante en todas las organizaciones, pero especialmente en aquellas circunstancias que, no existiendo las evidencias de los productos tangibles, el cliente se forma la impresión de la institución en base al comportamiento y actitudes de su personal.

Si al personal no se le "vende" la calidad del servicio que presta la organización y la importancia de sus aportes para brindarlo, no existe forma alguna de que puedan "venderle" el servicio al cliente. Para que un programa básico de servicio tenga éxito en su organización, el primer paso fundamental será obtener el compromiso

de la gente que, por último, controla dicho éxito. El compromiso requiere del personal:

Que comprendan el objetivo y la necesidad de lograrlo.

Que crean en el programa y piensen que vale la pena.

Que crean que tiene posibilidades de tener éxito.

Que sientan que será personalmente útil para ellos.

La cultura del servicio es una forma de hacer las cosas que valora enormemente la calidad del servicio, puesto que ésta cumple una función básica en el éxito de la organización.

Una cultura es un contexto social que influye sobre los modos cómo se comportan y relacionan las personas. Una cultura del servicio es un contexto social basado en la calidad del servicio que funciona para influir sobre el comportamiento laboral y las relaciones de trabajo de las personas de modo tal que confluyen hacia el valor común de un servicio excelente.

Las expresiones anteriores remiten al concepto de servicio interno de Karl Albrecht que hace referencia a una organización de servicios exitosa donde los empleados comprometidos con el servicio toman sus pautas de tres elementos existentes en su entorno:

La cultura de la organización,

La dirección a la que están sujetos,

La estructura de la organización.

P6: Presencia física

Los clientes o usuarios se forman impresiones sobre una empresa de servicios en parte a través de la presencia o evidencia física que incluye edificios, accesorios,

disposición, color y bienes asociados con el servicio como maletas, etiquetas, folletos, rótulos, etc.

Existen dos clases de evidencia física:

Evidencia periférica: es aquella que se posee realmente como parte de la compra de un servicio. Ej: chequeras de los bancos, entrada para el cine, etc.

Evidencia esencial: es aquella que no puede poseer el cliente, por su intangibilidad. Ej: aspecto general de la empresa, sensación que da, etc.

P7: Procesos

Para intentar dar una respuesta al usuario puede plantearse un servicio en forma artesanal, de tal manera que previa identificación y comprensión de las necesidades de cada usuario la institución, caracterizado por una gran flexibilidad, adapta toda su actuación para desarrollar **LA RESPUESTA A MEDIDA**. Sin embargo, este enfoque ha sido descartado por todas las organizaciones privadas y públicas, por las dificultades de gestión y los altos costos que implica su desarrollo

Marketing Comunicacional

Dentro del Marketing Integrado le damos una relevancia superlativa al Marketing Comunicacional. La importancia radica en la mezcla de las herramientas y técnicas de comunicaciones a utilizar, conforme cada mercado, producto/servicio y clientes foco.

El Posicionamiento Estratégico, no se refiere sólo al producto, la marca o la empresa, sino a lo que se hace con la mente de los potenciales clientes a los que se quiere influir; o sea, cómo se ubica aquéllos en la mente de éstos.

Para ello se requerirá efectuar estudios que permitan seleccionar dentro de los enfoques del Maxi-Marketing los medios y técnicas de comunicación más adecuados, a cada organización, su actividad y finalidad.

Las Microempresas

Una definición que existe para este tipo de empresa, se basa en el número de personas que laboran en ella y es así como se puede precisar como microempresa aquella que cuenta con un número de empleados no superior a 10. Esta definición, sin embargo, adolece de un defecto importante, se olvida que existen empresas altamente tecnificadas que con un número inferior al mencionado puede tener ventas de volúmenes muy importantes.

Resulta entonces necesario desarrollar una definición basada en el tipo de tecnología que utiliza la empresa de manera de caracterizar su acción sobre la base de la forma de diseñar.

Una empresa puede caracterizarse por la especialización en diseños y arreglos personalizados. Puede producir bienes de altos niveles de calidad y al mismo tiempo puede caracterizarse por ser muy innovadora en sus procesos y en sus productos, por simples que ellos sean. Estas cualidades le permiten a la microempresa tener acceso a mercados de elite con alto poder adquisitivo y un marcado sentido de la discriminación por la calidad.

Los Mercados

Este es uno de los aspectos más relevantes en el análisis de las posibilidades de éxito, en la factibilidad de un proyecto de microempresa. El establecer la naturaleza de los mercados, la accesibilidad de los mercados existentes, el nivel de competitividad que la empresa tiene frente a proveedores ya posicionados en el mercado, resultan factores muy importantes de considerar al momento de planificar esta actividad

Los mercados objetivos de una microempresa en el ámbito de la panela, por ejemplo, pueden ser de naturaleza muy variada. Desde la producción para el autoconsumo, no necesariamente considerada un mercado propiamente tal, hasta la exportación hacia países de alta exigencia, poder adquisitivo alto, niveles importantes de discriminación.

Estas posibilidades crean una variabilidad importante en el enfoque que los microempresarios pueden y deben dar a su actividad, será diferente cuando el

producto de la empresa sea para autoconsumo que cuando éste sea para el consumo comunitario o si se destina a consumo regional, nacional o internacional. Las diferencias radican en los requerimientos que el producto debe cumplir en relación a las normativas particulares que en cada caso se deben aplicar. Existirán, de este modo, normas técnicas y sanitarias que se deben cumplir a nivel local, regional y nacional; así como procedimientos que se deben cumplir para satisfacer las exigencias de los mercados internacionales.

En algunas ocasiones, las regulaciones locales son diferentes y especiales con respecto a la normativa nacional, privilegiándose un sistema de producción y comercialización local, por sobre la comercialización nacional que incluye trabas adicionales en materias de subsidios para la instalación, exigencias en términos de leyes laborales y otras regulaciones especiales que pueden incentivar este tipo de actividad en una región o zona determinada del país.

Análisis Foda.

La sigla FODA significa fortaleza, debilidad, oportunidad y amenazas. El análisis Foda perfecciona la información obtenida del medio ambiente organizacional, aplicando un marco legal para un mejor entendimiento y manejo del ambiente en que se encuentra la organización.

El FODA pretende evaluar las potencialidades y debilidades internas de una organización, así como las oportunidades y amenazas presentes en su ambiente externo. El análisis Foda pretende aislar los principales problemas de una organización debe afrontar mediante un análisis con profundidad de cada uno de esos cuatro elementos. Para adoptar cierta estrategia que le permitan realizar cambios estructurales, mejoras o reafirmar sus procesos para lograr un posicionamiento ideal dentro del ámbito empresarial al que pertenezca.

Del análisis FODA resultan cuatro estrategias:

Estrategia FO

Mediante las estrategias FO las organizaciones pueden utilizar las fortalezas de sus factores internos para aprovechar las oportunidades que se le presentan en el mercado o entorno.

Estrategia FA

La estrategia FA, utilizan las fortalezas de las organizaciones para protegerlas de las amenazas que se presentan en el entorno.

Estrategia DO.

Las estrategias DO, proponen primero corregir las debilidades de las organizaciones para después alcanzar las oportunidades que se presentan en el mercado.

Estrategia DA.

Las organizaciones, al aplicar las estrategia DA, deben corregir primero sus debilidades para protegerse de las amenazas que se presentan en el entorno.

Cuando una empresa tiene que aplicar estas estrategias se encuentra en una situación muy difícil de superar, debido a que tanto interna como externamente tienen falencias que no le permitan competir en el mercado.

Fortalezas y Debilidades

Consideremos áreas como las siguientes:

- Análisis de recursos

Capital, recursos humanos, sistemas de información, activos fijos, activos no tangibles

- Análisis de actividades

Recursos gerenciales, recursos estratégicos, creatividad.

- Análisis de riesgos

Con relación a los recursos y a las actividades de la empresa.

- Análisis de portafolio

La contribución consolidada de las diferentes actividades de la organización.

Oportunidades y Amenazas

Las oportunidades organizacionales se encuentran en aquellas áreas que podrían generar muy altos desempeños. Las amenazas organizacionales están en aquellas áreas donde la empresa encuentra dificultad para alcanzar alto nivel de desempeño.

Considere:

- Análisis del entorno

Estructura de su industria (Proveedores, canales de distribución, clientes, mercados, competidores).

- Grupos de interés

Gobiernos instituciones públicas, sindicatos, gremios, accionistas, comunidad.

- El entorno visto en forma más amplia.

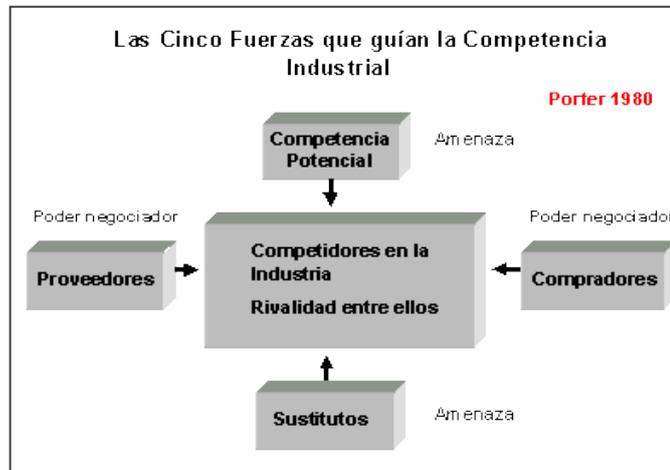
Aspecto demográfico, políticos, legislativos, etc.

5 Fuerzas de Michael Porter.

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores
2. Rivalidad entre los competidores
3. Poder de negociación de los proveedores
4. Poder de negociación de los compradores
5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Las Cinco Fuerzas que guían la Competencia Industrial.

Gráfico # 2



2.2 Marco Legal

La farmacia “Viviana”, está constituida como un negocio individual, desde hace once años, cuenta con el siguiente Reglamento Interno, al que debe acogerse todo empleado que labora para este negocio. A saber:

- La empresa no se deberá usar para beneficio ilegal.
- Una vez firmado el contrato; el trabajador se acoge a las disposiciones generales estipuladas por la empresa en ese documento.
- Las personas que se encuentran en su lugar de trabajo deberá de cumplir con todas sus obligaciones.
- Cada persona será responsable de sus acciones y la empresa no tomará parte de los actos ilegales que el empleado haya cometido.
- Los materiales de trabajo que utilicen los trabajadores o empleados deberán de quedar en su debido lugar una vez terminada su jornada laboral
- Además los instrumentos de trabajo deberán de cuidarlos y utilizarlos para el fin que fueron creados.
- El uniforme proporcionado por el empleador deberá de ser el adecuado para cada uno de sus colaboradores.
- El personal de la empresa deberá de cumplir las tareas para las que fue contratado.

Sin embargo para sustentar legal este trabajo nos hemos amparado en los Principios Generales de Contabilidad (PGC), Políticas de Contabilidad (PC), Normas Ecuatorianas de contabilidad (NEC), Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), Normas Internaciones de Información Financiera (NIIF), a saber:

NEC 1: El objetivo de esta norma es ayudar para la presentación de estados financieros con sus debidas regulaciones, normas y procedimientos que guiaran al personal a prepararlos, al auditor a formarse una opinión y a los clientes a una mejor interpretación.

Art. 30.- Principios Generales de contabilidad, que dice: “ La contabilidad se llevara por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos de América, con sujeción a las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC) y a las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC) “.

Para fines tributarios, las normas de Contabilidad deberán considerar las disposiciones del **Código Tributario**, la **Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno** (LORTI) y su **Reglamento**, así como las de otras normas legales o reglamentarias de carácter tributario. El organismo técnico de la Federación Nacional de Contadores con la participación de delegados de la Superintendencia de Bancos y Seguros, Superintendencia de Compañías y del servicio de Rentas internas, elaborara las normas Ecuatorianas de Contabilidad o sus reformas, que serán periódicamente notificadas a las máximas autoridades de las mencionadas instituciones de las mencionadas instituciones públicas, quienes dispondrán su publicación en el registro oficial.

Previa autorización de la de la Superintendencia de Bancos y Seguros o de la Superintendencia de compañías, en su caso, la contabilidad podrá ser bimonetaria, es decir, se expresará en dólares de los estados Unidos de América y en otra moneda extranjera.

Art. 28.- Contribuyentes obligados a llevar Contabilidad, expresa que todas las personas y establecimientos permanentes de compañías extranjeras y de las sociedades según definición del artículo 94 de la ley de régimen tributario Interno, están obligados a llevar contabilidad. Igualmente, están obligados a llevar contabilidad, las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al primero de enero de cada ejercicio impositivo, hayan superado los \$60.000 y cuyos ingresos anuales brutos del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superior a \$100.000 Se entiende como capital propio la totalidad de los activos menos pasivos que posea el contribuyente, relacionados con la generación de la Renta gravada.

Las personas naturales que, de acuerdo con el inciso anterior hayan llevado contabilidad en un ejercicio impositivo y que luego no alcancen los niveles de capital propio o ingresos brutos anuales antes mencionados, no podrán dejar de llevar contabilidad sin autorización previa del director regional del Servicio de rentas Internas.

Código Tributario, Artículo 94, numeral 2: La contabilidad deberá de ser llevada bajo la responsabilidad y con la firma de un contador legalmente autorizado. Los documentos sustentatorios de la contabilidad deberán de conservarse durante el plazo establecido, sin perjuicio de los plazos establecidos en otras disposiciones legales.

Codificación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, en su **Art. 1: Objeto del Impuesto**, establécese el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley.

Ley de Facturación

De los comprobantes de venta.

Art. 1.- Comprobantes de venta.- Para los fines de este Reglamento, se entiende por comprobante de venta todo documento que acredite la transferencia de bienes

o la prestación de servicios. En consecuencia, quedan comprendidos bajo este concepto los siguientes documentos:

a) Facturas;

b) Notas o boletas de venta. Liquidaciones de compra de bienes o prestación de servicios,

d) Tiquetes o vales emitidos por máquinas registradoras

e) Los autorizados referidos en el artículo 10 de este Reglamento,

f) Notas de crédito y notas de débito; y,

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

El Servicio de Rentas Internas autorizará la impresión de los comprobantes de venta a través de los establecimientos gráficos autorizados, en los términos y bajo las condiciones del presente Reglamento.

De igual forma, el Servicio de Rentas Internas podrá limitar o restringir la impresión de los comprobantes de venta, en función del grado de cumplimiento de las obligaciones del contribuyente que haya solicitado su impresión.

Art. 2.- Obligación de emisión de comprobantes de venta.- Están obligados a emitir comprobantes de venta todos los sujetos pasivos de los impuestos a la renta, al valor agregado, o a los consumos especiales, sean sociedades o personas naturales, incluyendo las sucesiones indivisas. Obligados o no a llevar contabilidad, en los términos establecidos por la Ley de Régimen Tributario Interno. Dicha obligación nace con ocasión de la transferencia de bienes o de la prestación de servicios de cualquier naturaleza, aún cuando las transferencias o prestaciones se realicen a título gratuito o no se encuentren gravadas con impuestos. Se exceptúa de esta obligación a las transacciones que se realicen por montos inferiores a diez mil sucres. Tampoco se emitirán comprobantes, de venta por remuneraciones percibidas por los trabajadores, en relación de dependencia.

De los tipos de comprobantes y de las oportunidades de emisión.

Art. 3.- Sustento del crédito tributario.- Para ejercer el derecho al crédito tributario en el caso del impuesto al valor agregado, sólo se considerarán válidos las facturas, las liquidaciones de compras de bienes o adquisición de servicios, los pasajes expedidos por las empresas de aviación por el servicio de transporte aéreo de personas y los comprobantes emitidos por las empresas de seguros y por las empresas de telecomunicaciones.

También sustentarán el crédito tributario aquellos comprobantes de venta que fueren autorizados expresamente mediante Resolución, por el Servicio de Rentas Internas.

Art. 4.- Sustento de costos o gastos.- Para sustentar costos o gastos a efectos de la determinación y liquidación del impuesto a la renta, sólo se considerarán como comprobantes válidos los determinados en los artículos 1 y 3, siempre que cumplan con todos los requisitos establecidos en este Reglamento.

Art. 5.- Oportunidad para la utilización y emisión de comprobantes de venta.- Los comprobantes de venta enumerados en el artículo 1, se utilizarán o emitirán conforme las reglas que constan en los artículos 6 al 12.

Art. 6.- Facturas.- Se emitirán facturas en, los siguientes casos:
a) Cuando las operaciones se realicen para transferir bienes o prestar servicios a sociedades o personas naturales que tengan derecho al uso de crédito tributario; y,
b) En operaciones de exportación.

Art. 7.- Notas o boletas venta.- se emitirán notas o boletas de venta únicamente en operaciones con consumidores o usuarios finales.

Art. 8.- Liquidaciones de compras de bienes o prestación de servicios.- Las liquidaciones de compras de bienes o prestación de servicios las emitirá el adquirente en los siguientes casos:

- a) Cuando se trate de adquisiciones de bienes o de servicios a personas naturales no obligadas a emitir comprobantes de venta.
- b) La liquidación de compras considerará, de ser el caso, el impuesto al valor agregado que será retenido y pagado por el comprobante; y,
- c) En todas aquellas circunstancias en que el Servicio de Rentas Internas considere necesario autorizar a los adquirentes.

Art. 9.- Tiquetes o vales emitidos por máquinas registradoras.- Se emitirán tiquetes o vales emitidos por máquinas registradoras en operaciones con consumidores o usuarios finales.

Art. 10.- Documentos autorizados.- Son documentos autorizados, siempre que identifique al adquirente o usuario mediante su número de cédula o de Registro Único de Contribuyentes, nombres o razón social, y se discrimine el impuesto al valor agregado, los siguientes:

- a) Los boletos que expidan las compañías de aviación por el servicio de transporte aéreo de personas, y,
- b) Los documentos emitidos por compañías de seguros que se encuentran bajo control de la Superintendencia de Bancos y por las empresas de telecomunicaciones.

Se considera documentos autorizados únicamente , para sustentar costos o gastos, a efectos del impuesto a la renta, siempre que se identifique al adquirente o usuario mediante su número de Registro Único de Contribuyentes, apellidos y nombre o razón social, los siguientes:

- a) Los boletos de viaje emitidos, por las empresas de transporte público de pasajeros,
- b) Los documentos emitidos por bancos, instituciones financieras crediticias que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Bancos;

c) Las liquidaciones emitidas por las bolsas de valores o por agentes bursátiles, por las operaciones que realizan,

d) Los permisos y matrículas de vehículos,

e) Los recibos emitidos por los prestadores de los servicios públicos de suministro de energía eléctrica, agua potable, alcantarillado y recolección de basura;

f) Las cartas de porte aéreo y los conocimientos de embarque por el servicio de transporte internacional de carga aérea, fluvial y marítima; y,

g) Los tiquetes, vales o recibos por peajes en puentes y carreteras. No permitirán sus costos o gastos para efecto del impuesto a la renta, ni ejercer el derecho a crédito tributario los billetes de lotería, rifas y apuestas y, los boletos numerados o las entradas que se reciban por atracciones o espectáculos públicos en general..

Art. 11.- Notas de crédito.- Las Notas de Crédito se emitirán por modificación en las condiciones de venta originalmente pactadas, es decir, para anular operaciones efectuar devoluciones, conceder descuentos y bonificaciones. subsanar errores o casos similares. Deberán contener los mismos requisitos y características de los comprobantes de venta a los cuales se refieran.

Las notas de crédito sólo podrán ser emitidas al adquirente o usuario para modificar comprobantes de ventas que dan derecho a crédito tributario. otorgados con anterioridad.

Quien reciba la nota de crédito, deberá consignar en ella su nombre o razón social número de .registro Único de Contribuyentes o cédula de ciudadanía, fecha de recepción y de ser el caso, el sello de la empresa.

El contribuyente que hubiere emitido notas de crédito, por cualquier concepto, separadas de las respectivas facturas deberá remitir al Servicio de Rentas Internas, durante el mes siguiente a la emisión, una lista de las mismas, identificando a los beneficiarios con el nombre o razón social y el número del Registro Único de Contribuyentes o cédula de identificación

Art. 12.- Notas de débito.- Las Notas de débito, se emitirán para recuperar costos o gastos, tales con los intereses de mora u otros, incurridos por el vendedor con posterioridad a la emisión de comprobantes de venta. Deberán contener los mismos requisitos y características de los comprobantes de venta a los cuales se refieran y solo podrán ser emitidas al mismo adquirente o usuario, para modificar comprobantes de venta otorgados con anterioridad.

Art. 13.- Requisitos para las notas de crédito y de débito.- Las notas de crédito y las notas de débito deben consignar la serie y número de los comprobantes de venta que modifican.

Art. 14.- Oportunidad de entrega de los comprobantes de venta.- Los comprobantes de venta enumerados por el artículo 1 de este Reglamento, deberán ser entregadas en siguientes oportunidades:

a) En la transferencia de bienes muebles en el momento en que se realiza el acto o se suscribe el contrato que tenga por objeto transferir el dominio de los mismos En caso de que la transferencia sea concertada por medios electrónicos, teléfono, telefax u otros medios similares dentro del país en el que el pago se efectúe mediante tarjeta de crédito o de débito o abono en cuenta cola anterioridad a la entrega del bien. el comprobante de venta deberá emitirse en la fecha en que se perciba el ingreso y entregarse conjuntamente con el bien;

b) Cuando el giro del negocio sea la transferencia de bienes inmuebles, en la fecha en que se perciba el, ingreso o en la fecha en que se celebre el contrato lo que ocurra primero, y,

c) En la prestación de servicios, el arrendamiento mercantil, en el momento en que se realiza el acto o se suscribe el contrato que tenga por objeto la prestación de servicios o el arrendamiento. En el caso de la prestación de servicios personales y profesionales, que deban prestarse por períodos mayores a un mes y que según los términos contractuales deban pagarse por cuotas periódicas o según avance de trabajos, el impuesto al valor agregado se facturará y cobrará por cada cuota,

De los requisitos y características de los comprobantes de venta.

Art. 15.- Información pre impresa común para las facturas, notas o boletas de venta' liquidaciones de compras de bienes o prestación de servicios.- Las facturas, notas o boletas de venta liquidaciones de compra de bienes o prestación de servicios, deberán contener un número de serie un numero secuencias. el numero de autorización de impresión otorgado por el Servicio de Rentas internas y la denominación de documentos (" factura", "nota o boleta de venta" o " liquidación de compras o de servicios", según corresponda . La autorización podrá ser retirada si los contribuyentes incumplen con cualquiera de sus obligaciones tributarias. Se incluirán los siguientes datos de identificación del emisor:

a) Número del Registro Único de Contribuyentes de la casa matriz, inclusive en los comprobantes emitidos por sucursales, agencias o puestos de venta: Apellidos y nombres denominación o razón social, según consta en el Registro Único de contribuyentes, Adicionalmente se deberá incluir el nombre comercial, si lo hubiere y Dirección de la casa matriz y de la sucursal , agencia, puesto de venta, entre otros, si hubiere.

b) Deberán constar, además, los siguientes datos de la imprenta o del establecimiento gráfico que efectuó la impresión

Número de autorización de la imprenta o establecimiento gráfico, otorgado por el Servicio de Rentas internas; Número de Registro Único de Contribuyentes;

c) Nombres y apellidos o denominación o razón social. Adicionalmente podrá incluirse el nombre comercial, Y,

d) Fecha de impresión.

El original del documento se entregará al adquirente o usuario y la copia al emisor o vendedor, debiendo constar la indicación correspondiente tanto en el original como resto de las copias que se impriman por necesidad del emisor deberá consignarse, además, la leyenda " copia sin derecho a crédito tributario"

Art. 16.- Información no impresa para el caso de facturas.- Las facturas contendrán la siguiente información no impresa sobre la transacción:

- a) Apellidos y nombres, o denominación o razón social del adquirente o usuario.
- b) Número de Registro Único de Contribuyentes o cédula del adquirente o usuario, excepto en las operaciones de exportación,
- c) Descripción del bien transferido o del servicio prestado indicando la cantidad, unidad de medida y los códigos o numeración en los casos pertinentes como en el caso de automotores, maquinaria Y equipos,
- d) Precios unitarios de los bienes o servicios;
- e) Valor total de la transacción sin incluir los impuestos que afectan la operación ni otros cargos, si los hubiere;
- f) Descuentos o bonificaciones.
- g) Impuesto al valor agregado y otros cargos adicionales. Se deberá consignar por, separado indicando el nombre del impuesto o cargo y la tasa correspondiente;
- h) Importe total de la Venta de bienes o de los servicios prestados, incluyendo los descuentos realizados.
- i) Lugar y fecha de emisión; y,
- j) Número de las guías de remisión o de cualquier otro documento relacionado con la operación que se factura en los casos que corresponda.

Cada factura debe ser totalizada y cerrada individualmente,

2.3 Marco Conceptual.

Sistema: Conjunto de reglas o principios sobre una materia racionalmente enlazados entre sí, Conjunto de cosas que relacionadas entre sí ordenadamente contribuyen a determinado objeto.

Contable: Pertenece o relativo a la contabilidad. Com. Tenedor de libros. V.

Calidad: Excelencia de cada cosa, conjunto de rasgos característicos de un producto o servicio, que lo hacen más o menos adecuado para satisfacer las necesidades del usuario.

Imagen: es considerar a una empresa un sistema global que cubre todas las necesidades, expectativas de las personas que la ven desde una perspectiva diferente.

Personalizado: Del carácter de personal que encierra un sin número de tareas bien definidas, datos y atención excepcional por parte de un individuo hacia el cliente.

Las 5 Fuerzas: Son aquellas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o segmento de este.

B.S.C.: Herramienta empresarial para la dirección a corto o largo plazo, combinando indicadores financieros que permiten adelantar tendencias o una estrategia.

Mal Servicio.- No satisfacer las expectativas que espera el cliente al momento de recibir el servicio que espera

Los Mercados.- El establecer la naturaleza de los mercados, la accesibilidad de los mercados existentes, el nivel de competitividad que la empresa tiene frente a proveedores ya posicionados en el mercado, resultan factores muy importantes de considerar al momento de planificar esta actividad.

2.4 Hipótesis y Variables.

2.4.1 Hipótesis General.

El establecer un sistema contable integrado y de control en las existencias de medicamentos para la “Farmacia Viviana” mejorará sus Rendimientos Económicos.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- La ausencia de inventarios sobre las existencias de medicina afecta los rendimientos económicos.

- Con la existencia de un sistema de control sobre las cuentas por cobrar sucederá una optimización de los rendimientos financieros de la farmacia Viviana.

- Con la empleación de medios publicitarios de preferencia por parte de la ciudadanía se lograra un posicionamiento respetable en esta plaza comercial.

- Con la implementación de un sistema Contable Integrado existirá un mayor control de las entradas y salidas de la medicina y del efectivo de la farmacia Viviana.

2.4.3 Declaración de variables.

- ☞ **Variable dependiente:** Sistema contable integrado y de control en las existencias de medicamentos
- ☞ **Variable independiente:** Rendimientos Económicos.

- ☞ **Variable dependiente:** La ausencia de inventarios sobre las existencias de medicina.
- ☞ **Variable independiente:** Rendimientos Económicos.

- ☞ **Variable dependiente:** La existencia de un sistema de control de las cuentas por cobrar.
- ☞ **Variable independiente:** Optimización de los rendimientos financieros.

- ☞ **Variable dependiente:** Empleación de medios publicitarios.
- ☞ **Variable independiente:** Posicionamiento respetable en esta plaza comercial.

- ☛ **Variable dependiente:** Implementación de un sistema Contable Integrado.
- ☛ **Variable independiente:** Control de las entradas y salidas de la medicina y del efectivo.

2.4.4 Operacionalización de las variables.

Cuadro # 3

VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACIÓN
Sistema de Control Integrado	EL control contable, es un proceso efectuado por el consejo de Administración, la dirección y todo el personal de una entidad, diseñado con el objeto de proporcionar el mayor grado de seguridad en cuanto a, la consecución de los objetivos dentro de las siguientes categorías: Eficacia y eficiencia de las operaciones. Confiabilidad de la información. Cumplimiento de las leyes y normas aplicables
VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADOR
Rendimientos Económicos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Volumen de ventas ✓ Cantidad de clientes ✓ Número de veces que compra ✓ Rotación de la medicina ✓ Utilidades

Autor: Geovanna y María Flores Ponce
Fuente: Operacionalización de las variables

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 El tipo y diseño de investigación y su perspectiva general.

La metodología se constituye en la vía más adecuada para comprender el estudio del problema, ya que permite resolverlo, conocer con claridad la realidad y adecuar soluciones que conlleven a la modificación del problema. El trabajo se realizará a través del método analítico – descriptivo, este permitirá el análisis de las causas y consecuencias de las variables que intervienen en el proyecto, para lograr el alcance de los objetivos establecidos; es descriptivo ya que en este negocio intervienen procesos relevantes como control de existencias de medicamentos, en los procesos de venta, cobro y optimización del servicio, esto nos ha permitido enriquecer el marco teórico, posteriormente determinar los componentes que forman parte de este trabajo.

El proyecto es factible porque se ha logrado establecer información que nos permite concluir que realmente existe una necesidad o insatisfacción en este tipo de negocio (Farmacia Viviana), viéndolo como un punto a favor para la Implementación del Sistema Contable Integrado en la Farmacia Viviana situada en la Ciudad de Milagro.

Tipo de investigación

El tipo de la Investigación se lo establecerá a través de algunas características tomando en cuenta los siguientes elementos.

Según **su lugar**, esta investigación será de **campo** y **bibliográfica** ya que se tendrá que recoger datos y observar el problema dentro de los perímetros.

Por **su objetivo** será **aplicada** ya que resolverá el problema existente producido por la ausencia de control en los inventarios.

Y según **su naturaleza** será de **acción** ya que la aplicación de este proyecto podrá llevarse a cabo de manera inmediata.

Perspectiva general de la investigación

El trabajo investigativo comienza con un estudio de mercado, para constatar la realidad acerca de la problemática planteada, haciendo un exhaustivo análisis sobre su manejo operativo, marketing, y administrativo sobre esta actividad comercial sus necesidades y falencias, para en lo posterior direccionar este negocio según los objetivos planteados.

El diseño del trabajo es de modalidad cuantitativa.

3.2. Población y Muestra

3.2.1 Características de la población.

Nuestra población será tomada estrictamente en las tres diferentes áreas de la ciudad de milagro: zona sub-Urbana, zona Central y zona Rural.

Con un número de habitantes de 152.969 personas, según datos obtenido del INEN, relacionado al censo población; pero como nuestro servicio está destinado a la clase media-alta (en nuestro medio lo representa el 33% de la población); y nuestros clientes estarán en un rango establecido de entre 8 a 70 años de edad obtendremos 91.781 personas; además de un margen de error máximo admisible para poder encuestar, el cual será del 5%

3.2.2 Delimitación de la población.

La población está conformada por 152.969 personas, del cual se escogerá un relacionado al censo población; pero como nuestro servicio está destinado a la clase media-alta (en nuestro medio lo representa el 60% de la población); es decir $152.969 * 33\% = 50479.77$ es nuestra población. Nuestros clientes estarán en un rango establecido de entre 8 a 70 años de edad

3.2.3 Tipo de la muestra

La muestra es de tipo no probabilística, esta fue determinada a través de la elección del grupo objetivo, a este conjunto de la población se la realiza una encuesta sobre la problemática planteada para obtener información relevante que ayudara al mejoramiento en la parte contable financiera de la Farmacia.

3.2.4 Tamaño de la muestra.

La muestra, constituye una parte o subconjunto de la población que representa el número de personas de quienes vamos a obtener información relevante para la implementación Sistema Contable Integrado en la farmacia Viviana. Siendo su cálculo de la siguiente manera, para lo cual hemos estimado una imagen de error del 5%.

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población.

E= Error admisible que lo determina el investigador en cada estudio.

Datos.

N= 10000 personas.

E= 0.05

Muestra:

Para obtener la muestra hemos aplicado la siguiente fórmula estadística, con un error admisible del 5%:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

E= Error admisible que lo determina el investigador en cada estudio.

Reemplazando tenemos:

Aplicando la fórmula, tenemos:

$$n = \frac{50479,77}{(0,05)^2 (50479,77-1) + 1}$$

$$n = \frac{50479,77}{(0,0025) (50478,77) + 1}$$

$$n = \frac{50479,77}{126,196925 + 1}$$

$$n = \frac{50479,77}{127,196925}$$

$$n = 397$$

Con este procedimiento obtenemos la muestra, la cual está constituida por 397 clientes a quienes encuestaremos.

3.2.5 Proceso de selección.

De acuerdo con el tipo de la muestra, aplicaremos nuestro instrumento el escogitamiento de clase no probabilística.

3.4. Los métodos y las técnicas.

En la realización del presente proyecto, se aplicarán los siguientes métodos:

Métodos teóricos o procedimientos lógicos

Método Científico:

Por que partimos de una observación y formulación del problema, tomando en consideración las hipótesis y la investigación, para comprobar los datos que nos permita dar con los resultados necesarios y efectivos.

Inductivo: Este se empleará para conocer las opiniones de los clientes, se empezará con informaciones específicas para luego emitir opiniones razonables.

Método Deductivo: Aquí vamos analizar las causas por las cuales existen falencias en esta actividad comercial y la insatisfacción de las personas sobre el producto y servicio que reciben.

Método Lógico: Establecer la población entre la demanda y la rentabilidad-

Método Estadístico: Por medio de este método vamos a recopilar la información, la tabularemos y procederemos posteriormente a un análisis.

Métodos empíricos complementarios o técnicas de investigación

El procedimiento de nuestra investigación lo vamos a realizar por medio de una **encuesta** destinada a los ciudadanos del Cantón Milagro siendo estos clientes y pacientes de la farmacia, así determinaremos sus puntos de vista, sus sugerencias, sus expectativas y necesidades.

La **Entrevista:** Esta técnica relaciona directamente al investigador con el objeto de estudio, ya que nos permite obtener información verbal relevante. La entrevista es

una conversación seria que tiene como propósito extraer información sobre un determinado tema. En este caso esta se la realizara al propietario y al administrador de la Farmacia Viviana, se consideraron como instrumentos de investigación los **cuestionarios** con preguntas estructuradas, previamente preparado con preguntas redactadas en forma ordenada, que nos han permitido recoger la información deseada.

3.4 Propuesta de procesamiento estadístico de la información.

El procesamiento estadístico de la información se la realizara a través de la recolección de datos obtenidos de la encuesta, los mismos que serán tabulados para en lo posterior graficar porcentualmente las respuestas que dieran los encuestados, en el proceso de en cuestación, de las cuales se tomaran en cuenta información relevante para mejorar satisfactoriamente el ambiente organizacional tanto en la parte operativa como administrativa.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 Análisis de la situación actual.

Para realizar el análisis actual a continuación se presentara los respectivos cuadros y gráficos del proceso de en cuestionación.

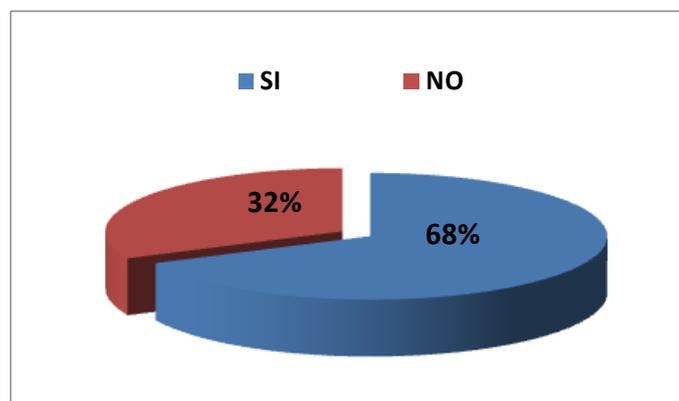
4.1 Análisis de los Resultados

1.- ¿Considera Ud. Que su pedido lo recibe completo?

Cuadro # 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	270	68%
NO	127	32%
TOTAL	397	100%

Gráfico # 3



Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Proceso de en cuestación

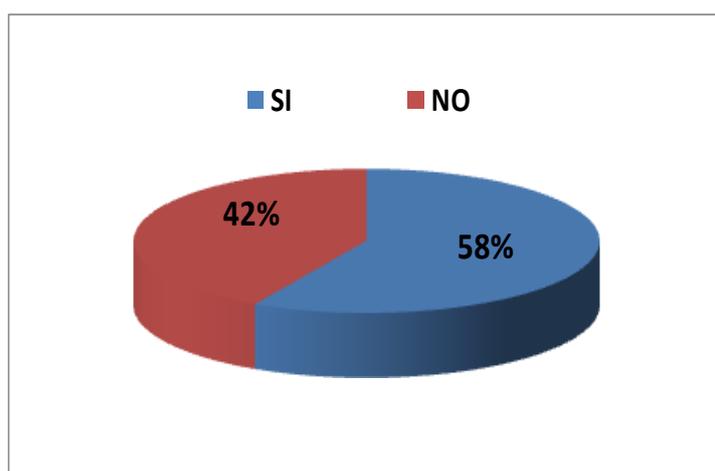
Interpretación: El 68% de los encuestados manifestaron que sus pedidos si los reciben completos; y el 32% dijeron que no, situación que se debe optimizar para lograr la máxima satisfacción por parte de los pacientes y clientes.

2.- ¿Considera UD. Que los pedidos los recibe a tiempo?

Cuadro # 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	230	58%
NO	167	42%
TOTAL	397	100%

Gráfico # 4



Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Proceso de en cuestación

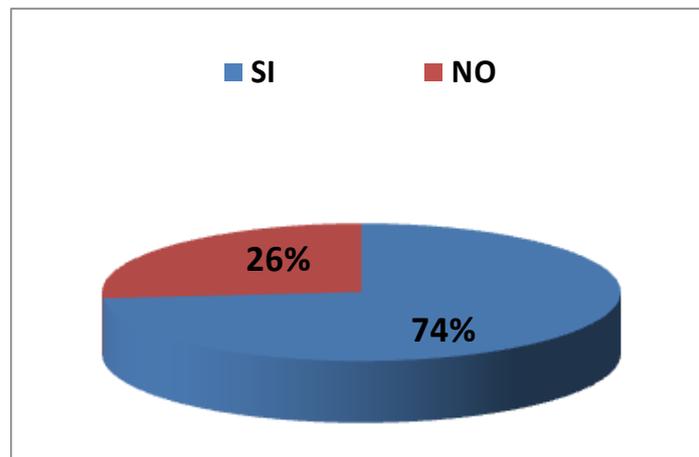
Interpretación: El 58% de las personas considera que la entrega de los medicamentos es a tiempo; y un 42% piensa lo contrario, como se puede observar no existe mucha diferencia en las opiniones de los encuestados, hay que buscar la forma de optimizar la atención a los pacientes para así satisfacer sus necesidades y expectativas.

3.- ¿El personal le brinda un trato amable?

Cuadro # 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	292	74%
NO	105	26%
TOTAL	397	100%

Gráfico # 5



Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Proceso de encuesta

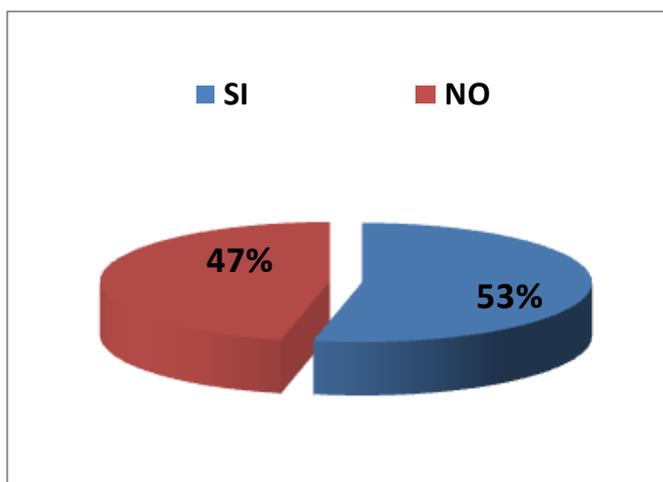
Interpretación: El 74% de los encuestados aseguraron que el personal de la farmacia si les brinda un trato amable, mientras que el 26% restante contestó que no es así. Esta situación debe mejorar pues pueden haber muchos factores que inciden en el comportamiento del personal; esto pueden ser que no cuentan con las herramientas adecuadas o tienen recarga de trabajo, indudablemente los propietarios deben buscar los mejores medios para optimizar la parte operativa y administrativa de la farmacia Viviana.

4.- ¿Sus devoluciones y/o reclamos, son atendidos a tiempo?

Cuadro # 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	212	53%
NO	185	47%
TOTAL	397	100%

Gráfico # 6



Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Proceso de encuesta

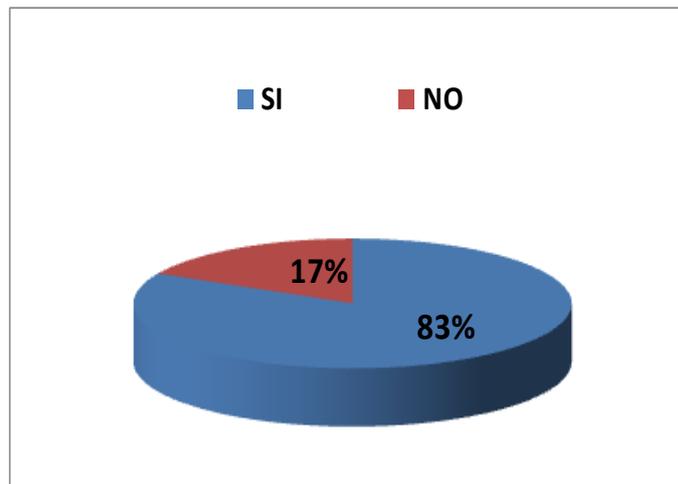
Interpretación: El 53% de los encuestados se sienten satisfechos ya que al realizar sus devoluciones y reclamos estos son atendidos a tiempo; mientras que un 46% no se sienten a gusto, este último porcentaje representa insatisfacción por parte de los pacientes, es necesario trabajar en esta parte para lograr la máxima satisfacción y a su vez su lealtad.

5.- ¿Considera Ud. que los productos que vende Farmacia Viviana tienen demanda?

Cuadro # 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	328	83%
NO	69	17%
TOTAL	397	100%

Gráfico 7



Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Proceso de encuesta

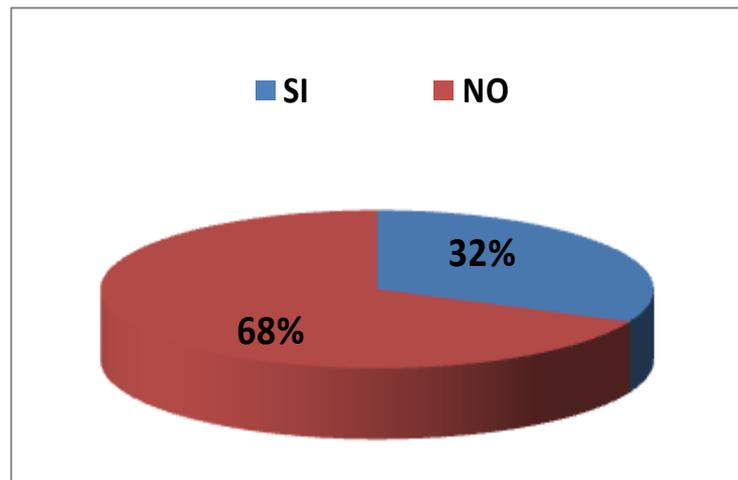
Interpretación: El 83% de los encuestados considera que los productos que vende la Farmacia “Viviana” si tiene demanda; mientras que un 17% que considera que no lo tienen. Está claro que las medicinas tienen un alto nivel de demanda lo que da a entender que cuentan con una gran variedad y calidad pues los clientes lo adquieren masivamente, esto también es porque los productos son a precios accesibles.

6.- ¿Considera Ud. que los descuentos y/o bonificaciones de Farmacia Viviana van de acuerdo al mercado y a la par con la competencia?

Cuadro # 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	126	32%
NO	271	68%
TOTAL	397	100%

Gráfico # 8



Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Proceso de encuesta

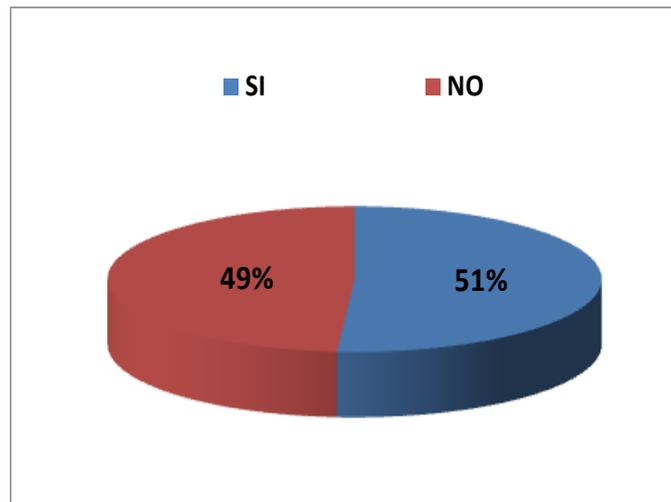
Interpretación: Un 68% de los encuestados está en desacuerdo con que la farmacia no se maneje con los respectivos descuentos que ofrece la competencia; y el 32% opinan que si están de acuerdo con que no se manejen dichos descuentos. Es importante que la administración emplee un plan de marketing ofreciendo los mejores descuentos que favorezcan a los pacientes y que financieramente no perjudique al negocio.

7.- ¿Cuándo no hay el producto que UD necesita por falta de stock, lleva el medicamento que le dan como segunda opción?

Cuadro # 11

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	203	51%
NO	194	49%
TOTAL	397	100%

Gráfico # 10



Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Proceso de encuesta

Interpretación: El 51% de los encuestados llevan el sustituto de los medicamentos, mientras que el 49% no les agrada hacer eso, es importante que la farmacia tenga una gran variedad de la medicina para que las personas desistan de comprar y que además ya no acudan a solicitar medicina, esto perjudicaría a los intereses del negocio.

4.2 Análisis Comparativo, Evolución, Tendencia y Perspectivas.

Análisis comparativo.

- El sistema de trabajo en la parte financiera que lleva la Farmacia Viviana está afectando considerablemente a los intereses del propietario del negocio pues no se tiene control de las entradas y salidas de mercadería y por ende del efectivo, esta situación está poniendo en riesgo la participación del negocio en el mercado, Sin embargo esto podría mejorar satisfactoriamente si se implementara un sistema contable integrado, pudiéndose realizar un análisis comparativo sobre la forma de trabajo que llevaban sin este sistema y como resultaría si se lo pone en marcha, identificando así las falencias que tenían en la parte contable y los beneficios que resultaría una vez implementado el Sistema Contable Integrado. Escogiendo la mejor opción para obtener mejores rendimientos económicos que aseguren el posicionamiento en esta plaza comercial.

Evolución

- A medida que los mercados crecen dueños de empresas o negocios deben ponerse empresarialmente a la par con entidades representativas dedicadas a la actividad por la cual participan en esta plaza comercial; es decir dejar atrás procesos rústicos que hacen que el trabajo no obtenga los resultados esperados, por ello es importante evolucionar, y uno de los pasos a seguir es el utilizar lo mejor en la tecnología ya que esta representa un aporte significativo para optimizar los procesos, sean estos administrativos, financieros, operativos etc.

por tal razón es recomendable que el negocio opte por la implementación del sistema contable integrado ya que este es el complemento idóneo para que el negocio obtenga resultados satisfactorios a través de un control de existencias y efectivo que maneja la empresa.

Tendencias y perspectivas

- Una de las formas más efectivas para tener un negocio rentable es el estar al tanto de las nuevas tendencias del mercado, en lo concerniente a esta actividad, por ello es importante que propietarios o administradores opten por actualizar sus procesos tecnológicos a través de sistemas sofisticados que ayudaran a agilizar totalmente la forma de trabajar, teniendo así un mayor control de los inventarios y efectivo del negocio.

Claro está que una vez optado la adquisición de este sistema contable integrado, formándose varias perspectivas sobre la productividad que se espera una vez implantado este modelo tecnológico en la farmacia Viviana.

4.3 Resultados (en relación a los objetivos e hipótesis).

Tomando en cuenta los objetivos y la hipótesis asentada sobre la problemática planteada de la Farmacia Viviana donde se mejorara la operatividad contable a través de la implementación de un Sistema Contable Integrado que optimice los ingresos económicos y contrarresten las falencias financieras que ponen en riesgo la permanencia del negocio en este mercado. Con esta implementación y puesto en marcha el plan de marketing la Farmacia será más reconocida y por ende potencializara su posicionamiento dentro de este sector microempresarial del Cantón Milagro.

4.4 Verificación de la Hipótesis.

Cuadro # 12

HIPOTESIS GENERAL	VERIFICACION
El establecer un sistema contable integrado y de control en las existencias de medicamentos para la "Farmacia Viviana" mejorará sus Rendimientos Económicos.	Con la implementación de un Sistema Contable Integrado en la Farmacia Viviana si mejorará el control de las existencias de medicamentos y por ende sus rendimientos económicos.
Hipótesis particular N.- 1 La ausencia de inventarios sobre las existencias de medicina afecta los rendimientos económicos.	La ausencia de inventarios sobre las existencias de la medicina si afecta directamente a los rendimientos económicos de la farmacia Viviana.
Hipótesis particular N.- 2 Con la existencia de un sistema de control sobre las cuentas por cobrar sucederá una optimización de los rendimientos financieros de la farmacia Viviana	Efectivamente la existencia de un sistema de control si se mantendrá un control de las cuentas por cobrar, con el objetivo de incrementar los rendimientos económicos de la farmacia.
Hipótesis particular N.- 3 Con la empleación de medios publicitarios de preferencia por parte de la ciudadanía se lograra un posicionamiento respetable en esta plaza comercial.	Si se logrará un posicionamiento respetable en esta plaza comercial utilizando medios publicitarios de mayor aceptación por parte de la ciudadanía Milagreña.
Hipótesis particular N.- 4 Con la implementación de un sistema Contable Integrado existirá un mayor control de las entradas y salidas de la medicina y del efectivo de la farmacia Viviana.	Indudablemente con la implementación de este sistema contable si se logrará el control de las entradas y salidas de la medicina así como del efectivo de la farmacia Vviana.

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Proceso de en cuestación

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 Tema.

“Implementación de un Sistema Contable Integrado y de Control para la Farmacia Viviana”.

5.2 Justificación.

La Farmacia Viviana es un establecimiento dedicado a ofrecer a la ciudadanía Milagreña medicina a precios accesibles, además de brindar una atención personalizada por parte del propietario. Después de haber realizado un estudio de mercado donde utilizamos como herramienta investigativa, la encuesta, este instrumento nos ha ayudado a recopilar información relevante sobre la problemática planteada, durante el proceso de tabulación pudimos visualizar que los medicamentos que ofrece la farmacia tienen amplia demanda debido a su bajo costo, sin embargo, existe demora en la entrega de los productos además no se sienten a gusto con las bonificaciones o descuentos por el monto de sus compras. Este tipo de información es un gran aporte para optimizar la atención a los clientes a través de un buen plan de marketing así mismo es factible que el negocio cuente con un sistema contable integrado para que agilite el proceso de venta y a su vez tener un mayor control de las existencias de mercadería de la farmacia, optimizando así los recursos económicos para asegurar un posicionamiento respetable en esta plaza comercial, visionando la apertura de sucursales a nivel local y nacional.

5.3 Fundamentación.

Dentro de la fundamentación detallaremos términos claves utilizados en el proyecto de investigación en forma sintética.

Contabilidad Integral.- Este sistema tiene como objetivo registrar todas las operaciones de Contabilidad que se generan dentro de una empresa, apoyando la gestión interna y manteniendo todos los libros legales requeridos por las instituciones Tributarias.

Los Fundamentos Contables.- Dentro de los fundamentos contables el autor denota que las materias contables no son de aplicación exclusiva a las entidades que persiguen fines de lucro, conocidas como las empresas; también alcanzan en muchos aspectos a las entidades sin fines de lucro, sin embargo, en el desarrollo de las materias, el énfasis, salvo que se diga lo contrario, estará puesto en las primeras.

El Marketing Público y las 7 P's.- La mezcla de marketing para la toma de decisiones en una empresa, ya vimos que hace referencia a cuatro variables controlables: producto, plaza, precio y promoción. Esta mezcla es la más utilizada en el marketing privado o de bienes, sin embargo, existen tres razones por las cuales se requiere una adaptación para los servicios, y por ende, para el marketing público:

Marketing Comunicacional.- Dentro del Marketing Integrado le damos una relevancia superlativa al Marketing Comunicacional. La importancia radica en la mezcla de las herramientas y técnicas de comunicaciones a utilizar, conforme cada mercado, producto/servicio y clientes foco.

Análisis Foda.- La sigla FODA significa fortaleza, debilidad, oportunidad y amenazas. El análisis Foda perfecciona la información obtenida del medio ambiente organizacional, aplicando un marco legal para un mejor entendimiento y manejo del ambiente en que se encuentra la organización.

Para poder movilizarse a Milagro lo puede hacer desde el Terminal Terrestre de la ciudad de Guayaquil en la cual se puede tomar las siguientes cooperativas: Ejecutivo Milagro, Expreso Milagro, Rutas Milagreras, cooperativa Mariscal Sucre y Citim.

5.6 Factibilidad

Después de haber realizado los estudios pertinentes sobre la problemática planteada pudimos constatar que la propuesta tiene amplia perspectiva de viabilidad, cabe mencionar que para poder obtener información veraz se utilizó una importante herramienta investigativa que es la encuesta, este instrumento nos sirvió de gran aporte para el desarrollo y ejecución de la implementación de un sistema contable integrado en la farmacia Viviana, puesto que representa una excelente inversión para el negocio, donde el propietario podrá tomar el control total de las existencias de mercadería así como del efectivo cubriendo así las obligaciones que tiene la empresa, además de realizar un estudio de marketing para dar a conocer a toda la ciudadanía Milagreña y sectores aledaños sobre lo que ofrece el negocio satisfaciendo así sus necesidades y exigencias, con todo esto lograremos ganarnos la lealtad de los clientes y por supuesto posicionarnos respetablemente en este sector empresarial de la ciudad de Milagro.

5.7 Descripción de la propuesta.

La propuesta consiste en implementar un sistema contable integrado en la farmacia Viviana puesto que la empresa ha venido llevando sus actividades financieras de una forma desorganizada, llegando al punto los propietarios de verse en la necesidad de endeudarse para poder cubrir sus obligaciones, he ahí la importancia de este sistema para mejorar la operatividad del negocio y llegar al punto de ser reconocidos a nivel local como otras empresas del medio, por ello a continuación se desarrollara toda la propuesta.

La empresa

Misión

Ofrecer el más completo portafolio de productos, Farmacéuticos a nuestros clientes, brindando confianza, calidad y servicio.

Somos gente entusiasta que hacemos de tu necesidad nuestra razón de ser.

Visión

Ser la empresa No 1 en Servicio y Distribución de productos Farmacéuticos en Milagro. Además de ser reconocida como la farmacia de mayor confianza y mejor calidad de servicio.

Objetivos de la Empresa

Objetivo General

Registrar las entradas y salidas de los medicamentos que se expenden en la Farmacia Viviana a través de un estricto control de la mercadería así como la de las fechas de caducidad de los mismos para evitar pérdida de la mercadería y conflictos legales al propietario del negocio, controlando también los estupefacientes restringidos y controlados por el CONSEP.

Objetivos específicos.

- ✓ Incrementar la demanda.
- ✓ .Expandirse a otras plazas de mercados aledañas a este sector.
- ✓ Mantener un posicionamiento respetable en esta plaza comercial.
- ✓ Ser líderes en el mercado.

Metas.

- **Cercanía con nuestros clientes:** servir a nuestros clientes y aprender de ellos para optimizar las relaciones humanas.
- **Estrategias de posicionamiento y liderazgo:** realizar un excelente trabajo, que satisfaga las exigencias de los clientes, esto nos llevara hacia la innovación y el constante desarrollo.
- **Dirección efectiva:** Impulsar la responsabilidad de cada empleado y los encaminaremos hacia nuestras metas.

- **Calidad total: ofrecer** calidad en nuestro servicio, y mantenerlo será nuestra meta principal.
- **Empleados comprometidos con la empresa:** Queremos empleados motivados y comprometidos con su trabajo. Cada empleado será responsable del capital humano y de la conservación de nuestra empresa.
- **Comunicación organizacional:** Nos comunicaremos unos con otros libremente y con respeto.
- **Creatividad e innovación:** Trabajaremos en un entorno en donde las ideas y el desarrollo fluyan, e impulsar la creatividad de nuestros empleados.
- **Ganancias:** Aprovecharemos muy bien las ganancias y veremos en ella la fuerza de la empresa.
- **Competencia:** Competimos justamente.
- **Cultura organizacional:** Respetaremos la cultura de otros países, así como a las personas y sus valores.

Valores Corporativos

Respeto

Declaramos ser respetuosos de la dignidad humana, sin excepción de persona así como de sus valores, creencias ideologías y sentimientos.

El trato a las personas será con las consideraciones debidas. Respeto por los derechos, claridad en el cumplimiento y exigencias de las responsabilidades mutuas. Respetamos y exigimos el respeto entre nosotros mismos. Nuestras relaciones con empleados, clientes y público en general manifestaran urbanidad, cordialidad, habilidad, pulcritud personal, orden, aseo y buen gusto en los lugares de trabajo dando un adecuado uso al tiempo de los demás.

Honestidad

Declaramos que desarrollamos las actividades del negocio en forma honesta, de manera que generamos una percepción de confianza, transparencia, equidad y justicia entre clientes, empleados, propietarios y a la comunidad.

Responsabilidad

Somos responsables en las actividades diarias que desarrollamos, para de esta manera realizar todo con excelencia y poder brindar un eficiente y eficaz servicio a nuestros clientes y a la comunidad.

Puntualidad

La puntualidad es uno de los valores más importantes que debe tener los seres humanos. Este valor es indispensable para que las relaciones humanas se desenvuelvan en un ambiente de confianza y armonía, garantizando el cumplimiento, seguridad y credibilidad de la empresa hacia los clientes.

Excelencia en el servicio a los clientes

Se exige a los colaboradores de la empresa un excelente trato hacia los clientes de una manera eficiente y respetuosa, para que de esta manera se pueda lograr altas utilidades que garanticen la permanencia y el crecimiento de la empresa en el mercado, ya que el trato a los clientes es lo más importante dentro de la empresa.

Personal.

Requerimientos del personal

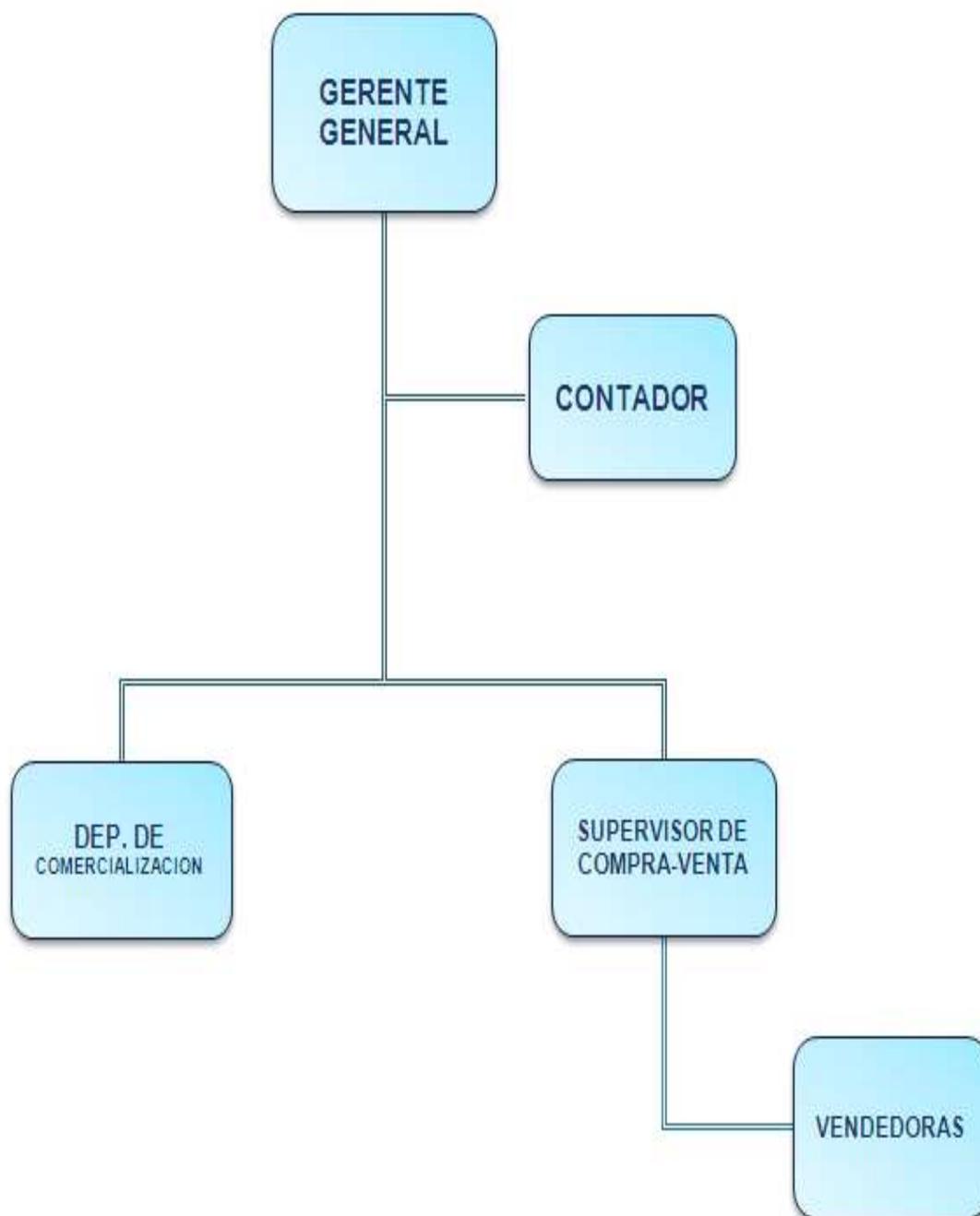
En el área administrativa se encuentra la Ingeniera Fanny Chiriboga y la CPA Geovanna Flores Ponce, ellas son las responsables de la administración de los Recursos Humanos, Materiales y Financieros de la empresa para alcanzar las metas u objetivos:

- ▶ Determinar los objetivos que desea la empresa.
- ▶ Coordinar las funciones y los recursos de la empresa.
- ▶ Toma de decisiones.
- ▶ Elaborar un adecuado proceso Administrativo.
- ▶ Comparar los resultados que se ha obtenido para ver si ha llegado a lo planeado.
- ▶ Elaborar presupuesto
- ▶ Llevar la contabilidad general.
- ▶ Establece relaciones financieras para obtener créditos.

En el Área de Ventas se encuentran el supervisor y las vendedoras, este personal tiene como objetivo realizar todas las actividades relacionadas con la promoción y distribución de los medicamentos que ofrece la farmacia y a la vez a que satisfagan sus necesidades

Organigrama estructural

Gráfico # 11



Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Proceso de en cuestión

Manual de Funciones.

Función del Cargo: Gerente General.

Función Básica:

El gerente general lleva a cabo el trabajo de la dirección de la compañía y de la toma de decisiones ante las personas y entidades sean estas naturales o jurídicas y de tal manera con la junta de accionistas de la compañía.

El gerente por encontrarse en este puesto, es notificado por todos los departamentos de la compañía, de las gestiones y tomas de decisiones estratégicas, orienta el asunto de la organización y vela por los intereses y estatutos de la empresa.

Funciones Específicas:

- El gerente elabora los informes generales en forma detallada de cada uno de los departamentos, para así dar a conocer en reuniones de directivas todos los avances alcanzados por los departamentos de mayor jerarquía de la organización.
- Programa y lleva a cabo las reuniones con la junta directiva para determinar asunto y responsabilidades que le concierne a la misma.
- Supervisa la administración de cada uno de los departamentos de la organización.
- Presenta un programa de organización para todos los empleados de la empresa.
- Distribuye la política y procedimientos nuevos de la empresa de todos los empleados y directores a través de boletines, junta o memorando.
- Además elabora un plan estratégico interno y externo de la empresa y debe ser con objetivos claros.

Perfil del Cargo:

Edad: 30 años en adelante
Sexo: Indistinto
Estado civil: Indistinto

Características de Personalidad:

Trabajo a presión, don de mando, estabilidad emocional, analítica, criterio formado, honesto, capacidad para planear y delegar ordenes, capacidad para trabajar bajo presión.

Requisitos Mínimos:

- Debe haber obtenido títulos en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, Ingeniería Industria, alta Gerencia de Empresa.
- Debe poseer un alto grado de responsabilidad para alcanzar metas a corto o mediano plazo.
- Tener conocimiento del idioma Inglés y de computación(actualizado).

Nivel de conocimiento:

Educación: Título Universitario

Experiencia: 3 años en puestos similares

Capacitación Mínima Requerida:

Cursos Generales

- Word
- Excel
- Power Point

Especificaciones:

Autoridad para tomar decisiones

Autorizar gastos Administrativos y de Personal en sujeción al Presupuesto asignado a cada departamento.

Tipo de Supervisión recibida

No aplica. (Gerente Propietario).

Relaciones Interpersonales Internas:

Con todos los departamentos para la resolución de problemas y requerimientos de necesidades.

Relaciones Interpersonales Externas:

Proveedores para establecer o mantener relaciones de negocios.

SRI (Servicios de Rentas Internas)

Instituciones Financieras

Clientes.

Situación típica

Optimizar gastos de las empresas.

Resolver los problemas que se presenten en la Empresa

Mantener un buen Ambiente en la Organización.

Procesos en los que Interviene:

- Reclutamiento, Selección y Contratación del Personal.
- Pago de Proveedores.
- Control de Asistencia.
- Compra de Productos cárnicos y reses.
- Recepción de mercaderías
- Revisión de los Estados Financieros.
- Revisa informe de Pago de Sueldo

Función del Cargo: “Contador”

Función Básica

Administrar un sistema contable óptimo para la empresa y en conformidad.

Organizar la contabilidad de la empresa con las normas establecidas que se ajusten a las políticas, principios y normas generalmente aceptadas.

Funciones Específicas

- Desarrollar la contabilidad de la empresa según el sistema contable.
- Aprobar asientos contables.
- Archivar asientos contables, formularios, informes y reportes.
- Dar el visto bueno a los asientos contable y retenciones.
- Elaborar anexos de las cuentas, balance de comprobación, Estado de Resultado y Balance General, asientos contables, reporte de todos los activos a depreciar.
- Firmar asientos contables, diarios de ajustes, conciliación bancaria.
- Imprimir ajuste de inventario, estados financieros, asientos contables, informe de cartera de crédito, listado de cuentas por clientes, reporte de inventarios, talón de resumen validos por el SRI.
- Ingresar al sistema y a la página del SRI.
- Llenar el formulario 101 con los Estados Financieros y el formulario de baja de comprobantes de venta una vez terminado el plazo de vigencia de las facturas, notas de ventas, liquidaciones de compra y comprobantes de retención.
- Llevar documentación a las oficinas del SRI.
- Presentar reportes al gerente.
- Realizar en Excel ajuste de inventarios, las provisiones respectivas del mes, informe de la cartera de los clientes con cuentas vencidas y por vencer.
- Revisar diario de ajuste, asientos contables, estados de cuentas con la conciliación, formulario, fecha de vencimiento de cada cliente.

Perfil del Cargo:

Edad: 30 años en adelante

Sexo: Indistinto

Estado civil: Indistinto

Características de Personalidad:

Trabajo a presión, don de mando, estabilidad emocional, analítica, criterio formado, honesto, capacidad para planear y delegar ordenes, capacidad para trabajar bajo presión.

Habilidades/aptitudes específicas:

Aptitud en ventas, capacidad para resolver problemas y tomar decisiones, capacidad para planear y delegar, capacidad para trabajar a presión.

Nivel de conocimiento:

Educación: Título Universitario CPA

Experiencia: 3 años en puestos similares

Capacitación Mínimo Requerida:

Cursos Generales

- Word
- Excel
- Power Point
- Project
- Cursos de actualización en leyes tributarias y laborales.

Cursos de Especialización:

Tributación y leyes laborales.

Auditoria Empresarial.

Ética y comportamiento humano.

Especificaciones:

Autoridad Para Tomar Decisiones

Dentro de su área con apego a principios de contabilidad y Leyes.

Tipo De Supervisión Recibida

Directa con el Gerente para la presentación de informes.

Relaciones Interpersonales Externas:

Con la superintendencia de Compañías, Instituto Ecuatoriano de seguridad Social y con el Servicio de Rentas Internas.

Procesos en los que interviene:

- Declaraciones mensuales de IVA y retenciones.
- Elaboración de documentos Financieros.

Función del Cargo: “Supervisor de compra – venta”

Función Básica:

Se encargará directamente de contactar a los proveedores y controlar las ventas de la empresa.

Funciones Específicas:

- Análisis de mercado
- Cotización con los proveedores.
- Elaborar un informe de ventas mensuales.
- Elaborar informe de compras mensuales.
- Control de los inventarios.
- Ingresar al sistema todas las operaciones efectuadas durante el día.
- Realizar órdenes de compras.
- Supervisar las ventas de la empresa.
- Elaborar el informe de Arqueo de Caja General.
- Supervisar a las vendedoras.
- Elaborar informe de los proveedores.
- Archivar y custodiar documentos e informes realizados en su función.

Perfil del Cargo:

Edad: 24 años en adelante

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

Características de Personalidad:

Trabajo a presión, don de mando, criterio formado.

Habilidades/aptitudes Específicas:

Capacidad para resolver problemas.

Nivel de conocimiento:

Educación: Superior (Mínimo Estudiante Universitario)

Experiencia: 3 años en puestos similares

Capacitación Mínima Requerida:**Cursos Generales**

- Word
- Excel
- Power Point

Especificaciones:**Autoridad Para Tomar Decisiones**

Dentro de su área.

Tipo De Supervisión Recibida

Directa por parte del contador o administrador general.

Relaciones Interpersonales Internas:

Pacientes y equipo de trabajo

Relaciones Interpersonales Externas:

Pacientes.

Procesos en los que Interviene:

- Cotización de precios y calidad de los materiales.
- Realizar órdenes de Compras.

Función del Cargo: “Vendedoras”

Función del Cargo:

Interactuar con los clientes, controlar bodega y recaudar el dinero obtenido por las ventas.

Funciones Específicas:

- Realizar solicitud, oficios memorandos y demás comunicaciones que se requieran en el área contable.
- Realizar arqueos de caja.
- Receptar la mercadería en bodega.
- Controlar la calidad de los materiales.
- Controlar la fecha de caducidad de los medicamentos.
- Atender a los clientes.
- Ubicar los productos en perchas.
- Detallar los productos vendidos.
- Elaborar una lista de los diferentes productos y/o materiales en bodega.
- Realizar listado de los medicamentos que se están agotando o no estén en stock.
- Controlar minuciosamente las ventas de los psicotrópicos.
- Retirar los medicamentos de las perchas con tres meses de anticipación.
- Participar en los inventarios anuales de la farmacia.

Perfil del Cargo:

Edad: 18 años en adelante

Sexo: indistinto

Estado Civil: soltero

Características de Personalidad:

Trabajo a presión, estabilidad emocional, amable, cortés.

Habilidades/aptitudes Específicas:

Capacidad para resolver problemas.

Nivel de Conocimiento:

Educación: Mínimo que sea bachiller.

Experiencia: 1 año en puestos similares

Especificaciones:**Tipo De Supervisión Recibida**

Directa por parte del supervisor.

Relaciones Interpersonales Internas:

Supervisor de ventas.

Relaciones Interpersonales Externas:

Clientes.

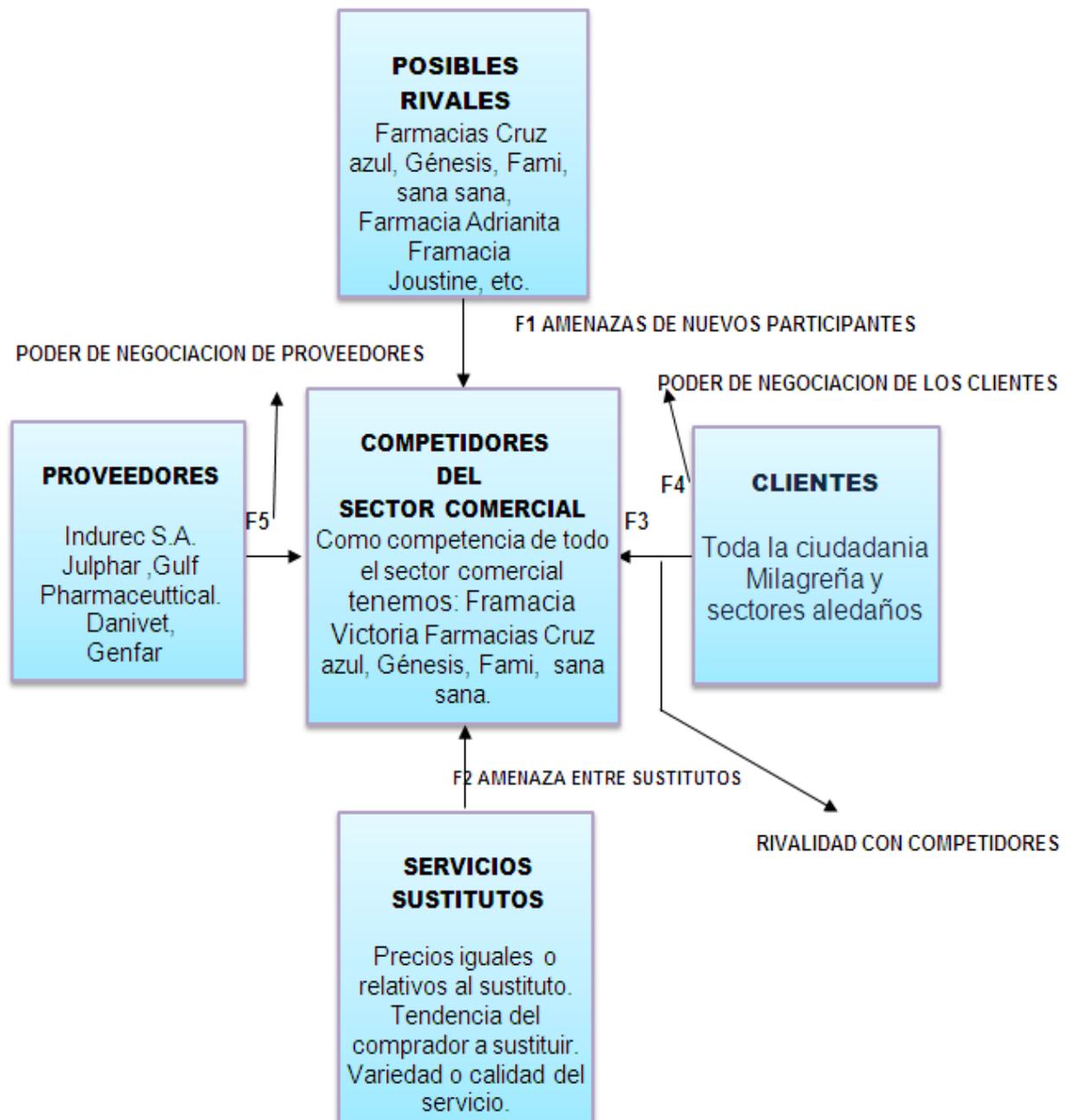
Procesos en los que Interviene:

- Atención a los clientes.
- Recepción de materiales a bodega.

Análisis del mercado

Modelo de las 5 fuerzas competitivas de Porter

Gráfico # 12



Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Proceso de en cuestión

Cuadro # 13

F1 BARRERAS DE ENTRADA	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- POLITICAS DE GOBIERNO		X	
2.- TECNOLOGÍA APLICADA A LA ADMINISTRACION Y FINANZAS	X		
3.- CREDIBILIDAD	X		
4.- BAJO COSTO DEL SERVICIO	x	0	
	3	1	0
AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES	75%	25%	0%

Después de haber determinado las barreras de entradas se obtuvo un nivel bajo (75%), de existencia, las mismas que facilitan el ingreso de nuevos participantes en este sector comercial, por ello el negocio debe buscar los mejores medios (implementación sistema contable integrado) para ponerse a la par con la alta competencia, sean estos tecnológicos, administrativos y contables.

Cuadro # 14

F2 SERVICIOS SUSTITUTOS	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- PRECIOS ACCESIBLES		X	
2. -PROPENCION A CAMBIAR	X		
3.-RECURSO HUMANO PAGADO POR EL GOBIERNO		X	
4.- ASOCIACIONES ESPECIALIZADAS		X	
	1	3	0
AMENAZA DE SUSTITUCION	25%	75%	25%

La amenaza de sustitución del servicio (75%) es de nivel medio por la aparición de inversionistas o de personas que se dedican a brindar esta clase de servicios, sin embargo, no representa mayor preocupación pues conocemos el mercado y sus falencias.

Cuadro # 15

F3 DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD	BAJO	MEDIO	ALTO
1. COMPETIDORES DE UN TAMAÑO EQUIVALENTE	X		
2. ESTRATEGIAS COMERCIALES	X		
3. CRECIMIENTO DEL MERCADO			X
4. CALIDAD/PRECIO	X		
	3	0	1
ANALISIS DE RIVALIDAD	75%	0%	25%

En lo concerniente al servicio que brinda la farmacia Viviana el cuadro presenta un nivel bajo (75%) por la presencia de la rivalidad, sin embargo, no debemos descuidar a nuestra competencia y así permitirnos visualizar como enfrentar a la competencia.

Cuadro # 16

F4 PODER DE LOS COMPRADORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- SERVICIOS IGUALES			X
2.- IMAGEN CORPORATIVA	X		
3.- EFICASIA EN EL SERVICIO			X
4.- MERCADO AMPLIO			X
	1	0	3
PODER DEL CONSUMIDOR	25%	0%	75%

En el momento de adquirir el servicio el poder de compra lo tienen los clientes, debido a la poca existencia de este tipo de negocio que a mas de vender medicamentos ofrece consultoría médica, sin embargo, el propietario de esta clase de negocio deberá seguir trabajando e investigando para añadirle un valor agregado al servicio, teniendo una respetable participación del mercado.

Cuadro # 17

F5 NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1.- PRESENCIA DE NUEVOS SERVICIOS.		X	
2.- IMPORTANCIA DEL VOLUMEN PARA EL PROVEEDOR		X	
3. IMPACTO ECONOMICO	X		
4. COMPROMISOS CON GRANDES EMPRESAS			X
	1	2	1
PODER DE LOS PROVEEDORES	25%	50%	25%

Para poder mantener un variado stock de medicamentos el propietario del negocio deben establecer alianzas con dos o tres proveedores fijos que ofrezcan precios accesibles y productos de calidad, así se logrará tener cierto grado de ventaja ante la competencia, y a su vez mantener una buena relación con ellos para poder acceder a la mercadería.

Cuadro # 18

RESUMEN DEL ANALISIS DEL SECTOR COMERCIAL, NIVEL DE ATRACTIVIDAD						
	ACTUAL			FUTURO		
MAGNITUD DE LA EMPRESA	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO
BARRERAS DE ENTRADA	3	1	0	0	2	2
PRODUCTOS SUSTITUTOS	1	3	0	1	2	2
DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD	3	0	1	2	1	1
PODER DE LOS COMPRADORES	1	0	3	1	2	1
NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES	1	2	1	1	3	0
EVALUACION GENERAL	9	9	2	5	10	6
PORCENTAJES	45%	45%	10%	24%	48%	29%

Hoy en día la existencia de esta clase de negocio tiene un alto índice de crecimiento, por ello la empresa debe optimizar su servicio y marcar la diferencia ante la competencia y así lograr un posicionamiento respetable en este mercado.

ANÁLISIS FODA

Fortalezas

- ✓ Calidad y garantía en nuestros servicios sin afectar los costos.
- ✓ Personal calificado.
- ✓ Experiencia.
- ✓ Descuentos de acuerdo a las bonificaciones.

Debilidades

- ✓ Endeudamiento.
- ✓ Ausencia de infraestructura propia.
- ✓ No contar con suficiente personal para la demanda
- ✓ Falta de modernización tecnológica.

Oportunidades

- ✓ Posibilidad de expansión hacia nuevos mercados.
- ✓ Incremento de la demanda por nuestros servicios.
- ✓ Alianzas con grandes laboratorios farmacéuticos.
- ✓ Aportación económica del estado a esta clase de negocios.

Amenazas

- ✓ Incremento de la competencia.
- ✓ Políticas fiscales económicas.
- ✓ Precios desleales.
- ✓ Desastres naturales

Matriz Foda.

Cuadro # 19

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Calidad y garantía en nuestros servicios sin afectar los costos.	Endeudamiento.
	Personal calificado.	Ausencia de infraestructura propia
	Experiencia	No contar con suficiente personal para la demanda
FACTORES EXTERNOS	Descuentos y bonificaciones de acuerdo al monto de la compra.	Falta de modernización tecnológica.
OPORTUNIDADES	FO	DO
Posibilidad de expansión hacia nuevos mercados.	El ofrecer calidad y garantía en nuestros servicios podremos establecernos como un negocio económicamente sólido en busca de la expansión de sucursales en sectores aledaños para satisfacer la demanda sus necesidades y exigencias.	
Incremento de la demanda por nuestros servicios.	.- El realizar consultas personalizadas dentro o fuera del local se satisficará la demanda y por ende se incrementará la demanda obteniendo el negocio buenos rendimientos económicos	Para evitar el endeudamiento por falta de ingresos los propietarios o administradores deben optimizar su servicio para así incrementar la demanda y por supuesto su rentabilidad para cubrir con todas sus obligaciones dentro y fuera del negocio.
Precios bajos en los medicamentos.		
Aportación económica del estado a esta clase de negocios	Para lograr captar la atención de los clientes se realizaran descuentos y bonificaciones de acuerdo al monto de la compra, esta estrategia de marketing resultaría factible puesto que con la aportaciones del estado se podrá crear alianzas con los proveedores para que nos entreguen los medicamentos a precios accesibles, y así poder ofrecer estos descuentos.	La falta de modernización tecnológica afecta significativamente al desarrollo del negocio por ello es importante contar con aportaciones económicas que ofrezca el estado para así agilizar los procesos empleados dentro de la farmacia.
AMENAZAS	FA	DA
Incremento de la Competencia.		Es necesario que la farmacia emplee sistemas informáticos de alta tecnología para agilizar los procesos de venta y evitar el aglomeramiento de los clientes que terminaría con la emigración de gran parte de la clientela a la competencia
Políticas fiscales económicas.		
Precios desleales.	Como estrategia comercial tenemos las consultas gratuitas a más de brindar medicamentos a precios accesibles, por ello no nos afectaría significativamente los precios desleales por ciertos competidores situados en esta plaza comercial.	
Desastres naturales		

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Información obtenida del FODA

Segmentación Y Composición del Mercado

Analizando el estudio que se realizó en esta ciudad, podemos declarar que para la segmentación y composición del mercado se han determinado cuatro factores importantes; que influyen en el comportamiento del mercado, para los cuales se anotan los siguientes puntos:

Aspectos Geográficos.- Tendrá lugar en el Ecuador, en la provincia del Guayas; en el cantón Milagro; en la ciudad de Milagro en donde los clientes o usuarios de este servicio serán las personas que se encuentren cerca del perímetro urbano con miras hacia otras partes del cantón.

Aspecto Social.- En la ciudad de Milagro, nuestros clientes son de condición social baja-media y alta.

Aspecto Demográfico.- Finalmente los clientes y/o usuarios que utilizan nuestros servicios; ya sean hombres o mujeres; niños o adultos, deberán de estar dentro de un rango determinado el cual comprende entre los **4 a 70 años de edad**, ya que ellos son los que adquieren los servicios que presta la Farmacia .

Aspecto Económico.- Personas de toda clase Baja, Media y Alta con ingresos promedios de Diez Dólares en Adelante.

Marketing MIX

Productos y/o servicios: El producto-servicio que se expende en la farmacia constara con las siguientes características:

- Variedad de los medicamentos
- Eficiencia y eficacia de los empleados
- Capacitación constante
- Precio justo
- Fechas de caducidad con buena fecha de durabilidad
- Medicamentos genéricos y de marca
- Un buen stock

- Medicamentos en buen estado.
- Variedad de mercaderías
- Variedad de laboratorios

Todos estos puntos nos harán distinguir de la competencia y que mejor publicidad que aquella que va de boca en boca por los propios clientes a quienes se les brinda un excelente servicio y una gran variedad de productos

Plaza: El mercado en donde se encuentra la Farmacia es en la ciudad de Milagro y está ubicada en la Avenida Mariscal Sucre, Calle Décima. El mismo que en un futuro se expandirá en los sectores aledaños a este sector.

Prospección: Se ha realizado una estrategia de segmentación del mercado para definir a un grupo objetivo con la finalidad de identificar a los potenciales clientes sus necesidades y exigencias en lo referente al producto que se brinda en este negocio. Los clientes por lo general asisten a la Farmacia Viviana por una necesidad de salud, que van entre una edad de 4 a 70 años de edad.

Promoción: Con una buena información del servicio que se da en el establecimiento, se haría la diferencia; puesto que a menos precio y buena calidad del servicio, mayor el número de los cliente. Se ofertará:

- Descuentos en los medicamentos
- Campañas de prevención de enfermedades gratuitas
- Campañas gratuitas de Osteoporosis
- Campañas gratuitas de Exámenes de glicemia

Estas ofertas se las realizaran con anuncios en las afueras del local, prensa escrita, hojas volantes etc.

Anuncios

FARMACIA "VIVIANA"

PARA TODOS SUS CLIENTES



POR LA COMPRA DE \$ 5,00
 EN MEDICAMENTOS RECIBIRAS GRATIS UN
 BLOC DE VITAMINA C
 POR LA COMPRA DE \$ 10,00
 SE LE HARA UN DESCUENTO DEL 1%
 POR LA COMPRA DE \$ 20,00 ACCEDERA
 GRATUITAMENTE UNA CONSULTORIA PERSONALIZADA
 ADEMÁS PODRÁ ASISTIR A LAS CAMPAÑAS
 DE PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES GRATUITAS
 CAMPAÑAS GRATUITAS DE OSTEOPOROSIS
 CAMPAÑAS GRATUITAS DE EXÁMENES DE GLICEMIA

Prensa escrita

FARMACIA - FARMACIUM "VIVIANA"

MEDICINA GENERAL: Dr. ROBERT IBERVO



**OFRECE MEDICAMENTOS A BAJOS COSTOS
 DESCUENTOS Y BONIFICACIONES POR UN MÍNIMO MÍNIMO
 DE COMPRA**

NIÑOS Y ADULTOS

**Diabetes - Enf. Gastrointestinales - Hipertensión arterial - Artritis -
 Osteoporosis - Enf. Hepáticas renales - colesterol - Triglicéridos etc.**

**Mi agro, Farmacia Viviana está ubicada en la Avenida Mariscal Sucre y calle
 décima. ATENCIÓN (Farmacia) DE LUNES A DOMINGO de 8:00 - 6:00**

Hojas volantes

FARMACIA - FARMACIUM "VIVIANA"

MEDICINA GENERAL: Dr. ROBERT IBERVO



**VENTA DE MEDICAMENTOS
DESCUENTOS
BONIFICACIONES**



CONSULTAS ACORDE A LA ECONOMIA DE LAS PERSONAS

ATENCIÓN PERSONALIZADA

**Diabetes - Enf. Gastrointestinales - Hipertensión arterial - Artritis -
 Osteoporosis - Enf. Hepáticas renales - colesterol - Triglicéridos etc.**

**Mi agro, Farmacia Viviana está ubicada en la Avenida Mariscal Sucre y calle
 décima. ATENCIÓN (Farmacia) DE LUNES A DOMINGO de 8:00 - 6:00**

Promotores: Para lograr un alto índice de ingresos económicos se deberá promover la calidad de los productos-servicio que se va a brindar, que herramientas van a utilizarse y sobre todo que cuentan con un personal altamente capacitado.

Personalización: Para lograr la lealtad de los clientes potenciales se dará una óptima atención, empleando eficacia en los diferentes procesos, además de brindar

una asesoría sobre lo que desean los clientes, logrando así una ventaja competitiva ante la competencia.

Precio: Los precios fijados para el servicio se los establecerán en base a los resultados obtenidos en el trabajo de campo (encuesta), y en relación a las tendencias del mercado y así lograr neutralizar a nuestra competencia tanto directa como indirecta.

Cuadro # 20

INGRESOS POR VENTA	VALOR	CANT	MENSUAL	AÑO 1
VTA EN LA FARMACIA	10,00	1200	12.000,00	144.000,00
VARIOS	1,00	300	300,00	3.600,00
TOTAL DE INGRESOS			12.300,00	147.600,00

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Información obtenida del proceso financiero.

Procedimiento: “Gerente General”

Manual de Procedimiento

Objetivo

Velar por el buen funcionamiento de la empresa, dotando al personal de herramientas de trabajo adecuadas para así cumplir con los objetivos planteados, llevando así al éxito del negocio y augurando un respetable posicionamiento en esta plaza comercial.

Políticas.

- Coordinar con los jefes departamentales el abastecimiento de los medicamentos para así satisfacer las necesidades de los clientes.

- Todo requerimiento solicitado por los jefes departamentales debe estar debidamente instrumentado mediante la emisión de una orden de gerencia general.
- Las órdenes deberán consignar la firma del Gerente general.
- Los requerimientos deben ser solicitados cinco días antes de la fecha de entrega.
- Los requerimientos serán atendidos en un plazo no mayor a 4 días contados a partir de la fecha y hora de recepción.

Descripción del proceso.

Gerente

Narrativa del Proceso

- 1.-Planifica los presupuestos de compra y venta para el nuevo período
- 2.- Realiza cronograma de actividades dentro de la farmacia.
- 2.- Entrega presupuestos al contador para que los revise.

Contador.

- 1.- Recibe los presupuestos para su respectiva revisión
- 2.- Archiva los presupuestos.

Gerente

- 3.- Recibe las órdenes de pedidos enviada por los Jefes departamentales.
- 4.-Aprueba, o rechaza las ordenes de pedidos.
- 5.-Entrega Órdenes de pedido al contador

Contador

- 3.- Recibe las órdenes de pedido.
- 4.- Revisa las órdenes de pedido.
- 5.- Aprueba el presupuesto para su adquisición.

Gerente

- 6.- Recibe órdenes aprobadas por el contador.
- 7.- Sumilla las ordenes.

Contador

- 6.- Recibe las ordenes sumilladas
- 7.- Despacha las órdenes.
- 8.- Archiva la documentación correspondiente.

Gerente

- 8.-Coordina con el contador para realizar las diligencias pertinentes (compra de medicamentos e insumos).
- 9.- Ordena su respectiva distribución con los documentos pertinentes.
- 10.- Realiza sus respectivas diligencias dentro del negocio.
- 11.- Recopila información para la creación de los E.E.F.F.
- 12.- Entrega información al contador.

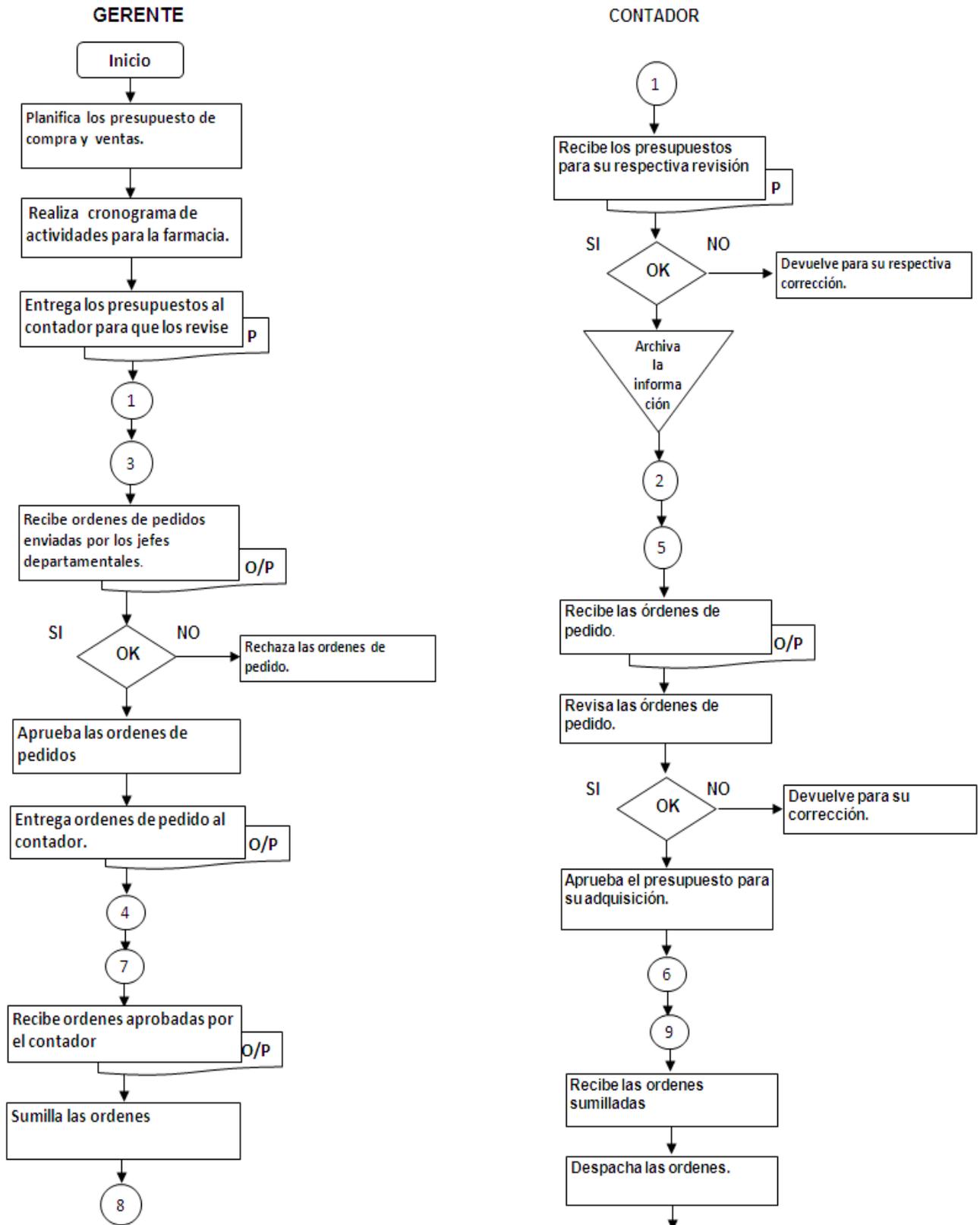
Contador.

- 10 Recibe información para elaborar los E.E.F.F.
- 11.- Entrega estados financieros elaborados.

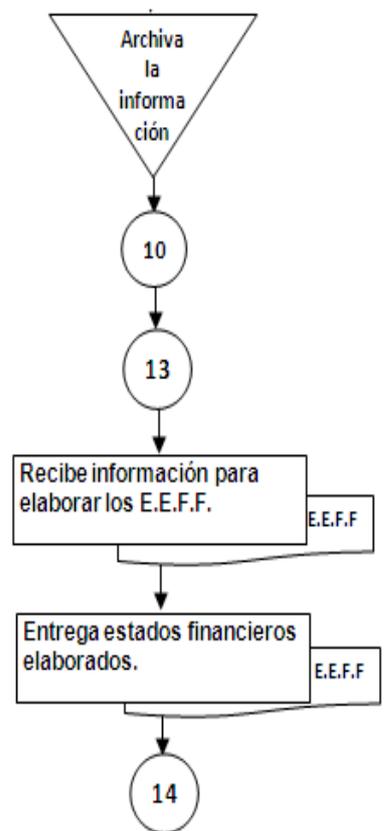
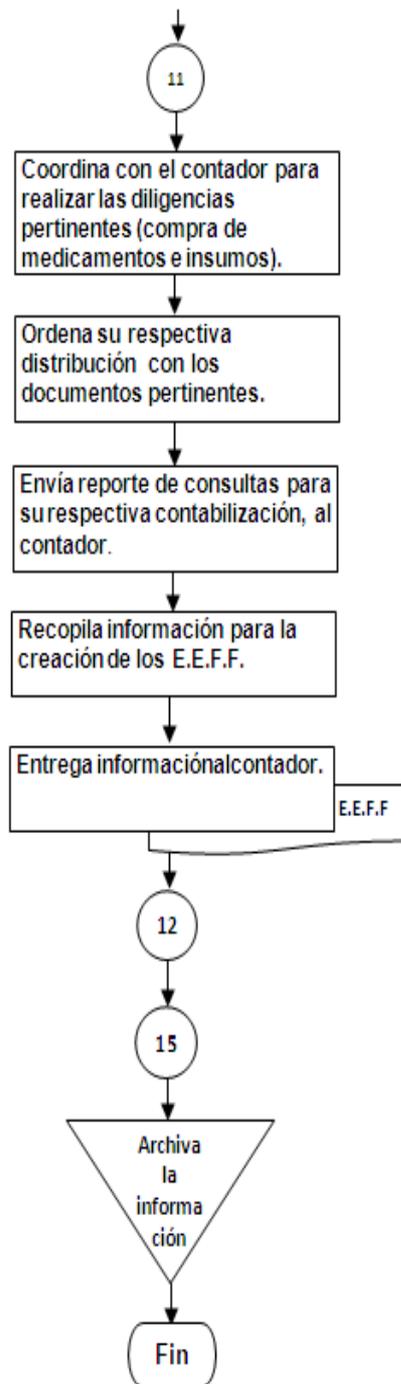
Gerente

- 13.- Recibe estados financieros.
- 14.- Archiva información.

Gráfico # 13



Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Flujograma.



Contador

Objetivo

Velar por la situación financiera de la empresa llevando un estricto control de los que posee el negocio para que los objetivos propuestos se cumplan en su totalidad.

POLÍTICAS

- Coordinar cualquier actividad de relevancia para la empresa con el gerente general.
- Toda orden de pedido debe estar instrumentado por el gerente general.
- Mantener la confidencialidad de los estados financieros a terceras personas.
- No asistir al establecimiento de trabajo en estado etílico.

Descripción del proceso

Contador

Narrativa del proceso

1. Receta planillas de luz, agua y teléfono
2. Verifica fechas y valores de las planillas (luz, agua y teléfono)
3. Solicita a gerencia sumilla para la autorización del tramite
4. Realiza Orden de pago para cancelar de planillas dos copias
5. Envía orden de pago al gerente.

Gerente

1. Recibe Orden de Pago con sus respectivas copias y planillas
Verifica planillas (luz, agua y teléfono)
2. Firma Orden de Pago para su cancelación
3. Entrega la documentación al contador con sus respectivas aprobaciones y copias.

Contador

Recibe la documentación del gerente con sus respectivas aprobaciones y copias

6. Realiza los pagos.
7. Recibe las planillas con su respectivo comprobante de pago
8. Archiva las planillas y sus comprobantes de pago.
9. Coordina con el gerente la compra de los medicamentos e insumos.
10. Recibe los presupuestos enviados por el gerente para su respectiva revisión
11. Archiva los presupuestos.
- 12.- Recibe las órdenes de pedido.
- 13.- Revisa las órdenes de pedido.
- 14.- Aprueba el presupuesto para su adquisición.

Gerente

4. Envía aprobación de presupuesto al gerente.

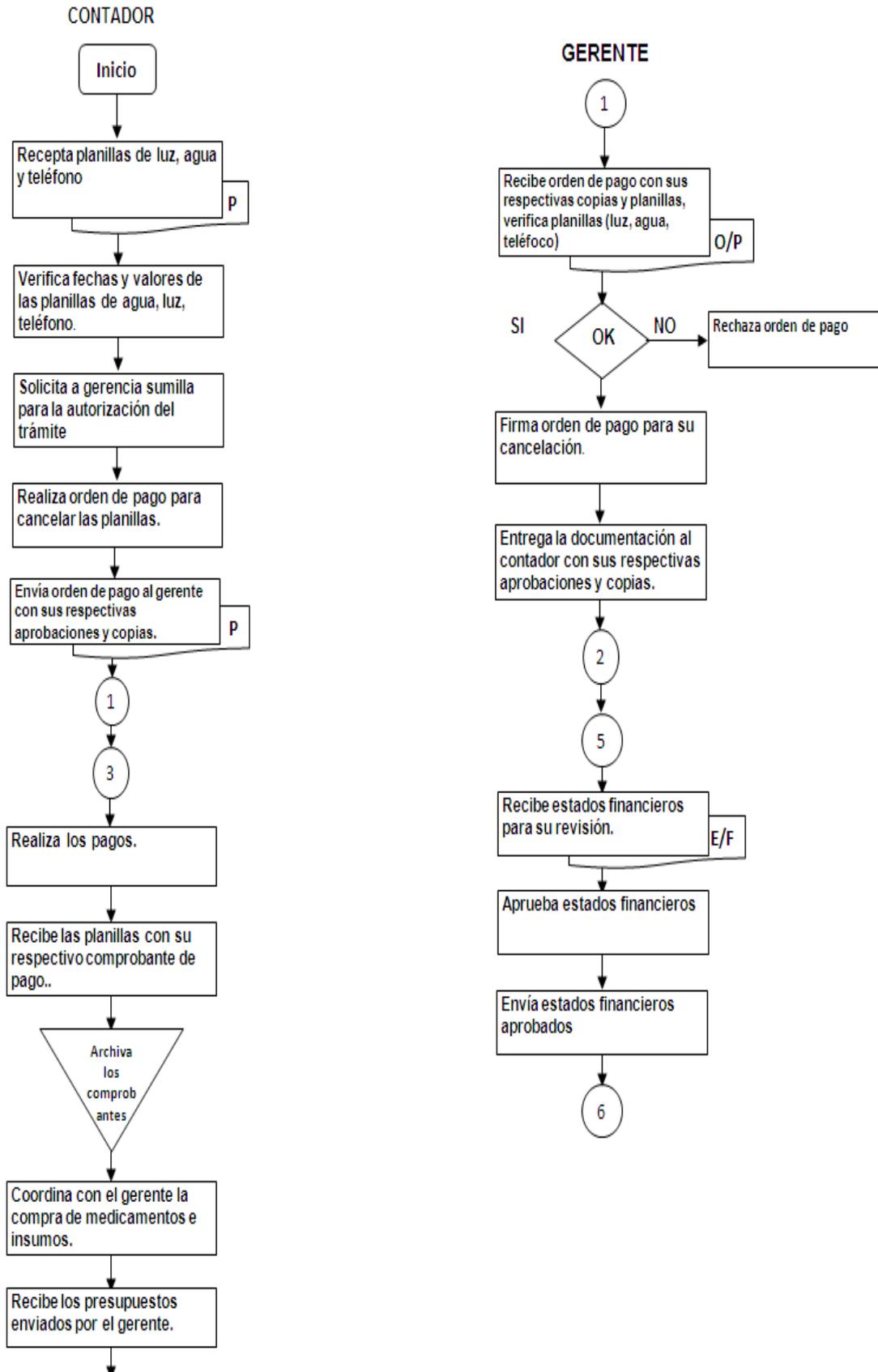
Contador

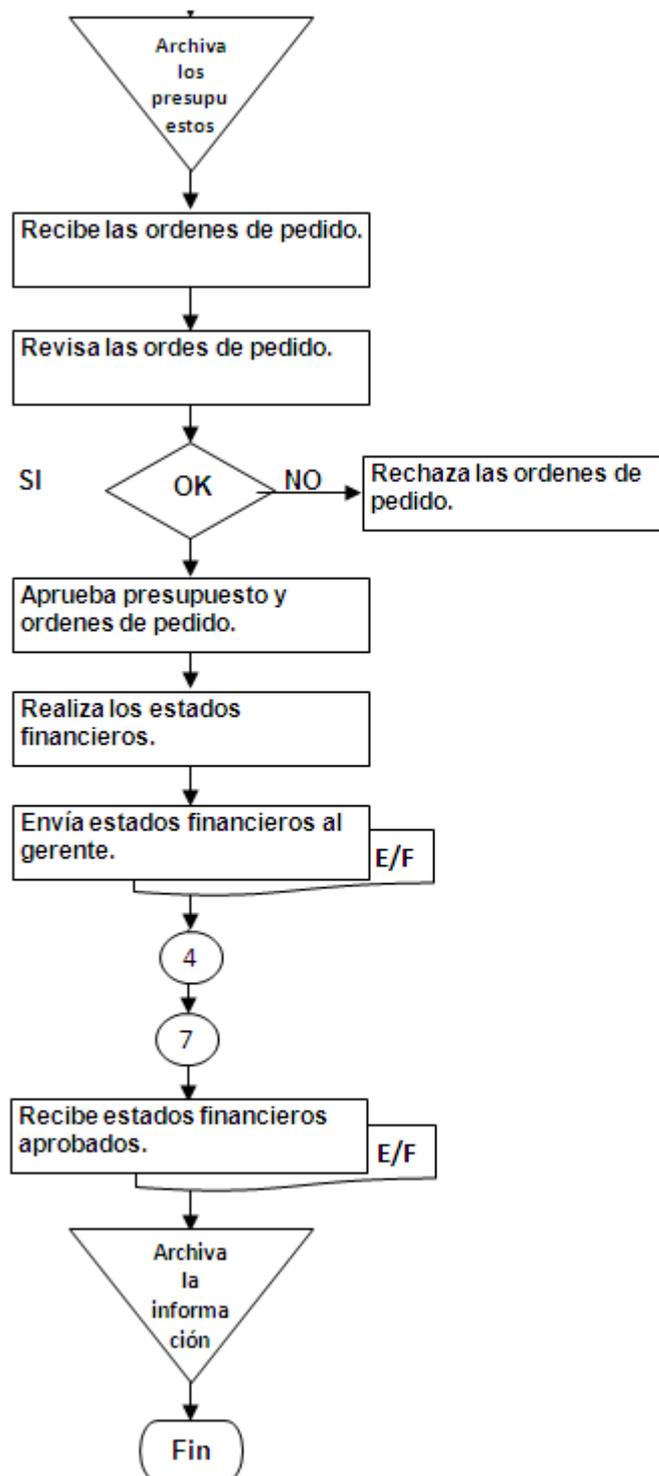
- 15.- Recibe las órdenes y presupuestos sumilladas
- 16.- Despacha las órdenes.
- 17.- Archiva la documentación correspondiente.
18. Realiza los estados financieros.
- 19 Entrega estados financieros al gerente.

Gerente

- 5 Recibe estados financieros.
6. Aprueba los E.E.F.F
7. Envía los estados financieros aprobados.

Gráfico # 14





Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Flujograma

Procedimiento: “Supervisor de compra – venta”

Manual de procedimiento

Objetivo

Mantener buenas relaciones con los proveedores pues son quienes abastecen de mercadería al negocio así como el controlar los debidos procesos de venta.

Políticas.

- Coordinar el monto de la compra con sus superiores.
- Realizar las órdenes de compra sumilladas por el gerente general y el contador.
- Realizar las órdenes de pedidos en un periodo no mayor a cuatro días según el stock.
- No asistir al establecimiento de trabajo en estado etílico.
- Establecer de dos a tres proveedores fijos para la empresa.

Descripción del proceso

Supervisor

Narrativa del proceso

1. Revisa los reportes de compra y venta.
2. Realiza órdenes de pedido.
3. Envía órdenes de pedido al gerente con copia al contador

Gerente

1. Recibe órdenes de pedido
2. Revisa órdenes de pedido.
3. Aprueba o rechaza órdenes de pedido. Al contador

Contador

1. Recibe órdenes de pedido

2. Revisa órdenes de pedido

3 Aprueba órdenes de pedido

Supervisor

4. Recibe órdenes aprobadas.

5. Procede a contactarse con los proveedores.

6. Realiza la compra de la mercadería.

7. Entrega la mercadería a las vendedoras para que sean perchadas y embodegadas.

Vendedoras

1. Recibe la mercadería y proceden a percharla e ingresar al sistema.

2. Envía reporte del trabajo realizado.

Supervisor.

8. Realiza el control de las ventas diarias.

9.- Envía reporte de venta al contador.

Contador.

4. Recibe reportes de venta

5. Archiva la información.

Supervisor

10. Realiza reunión con las vendedoras.

11. Verifica que estén bien uniformadas las vendedoras.

12 Envía reporte mensual de las ventas al contador.

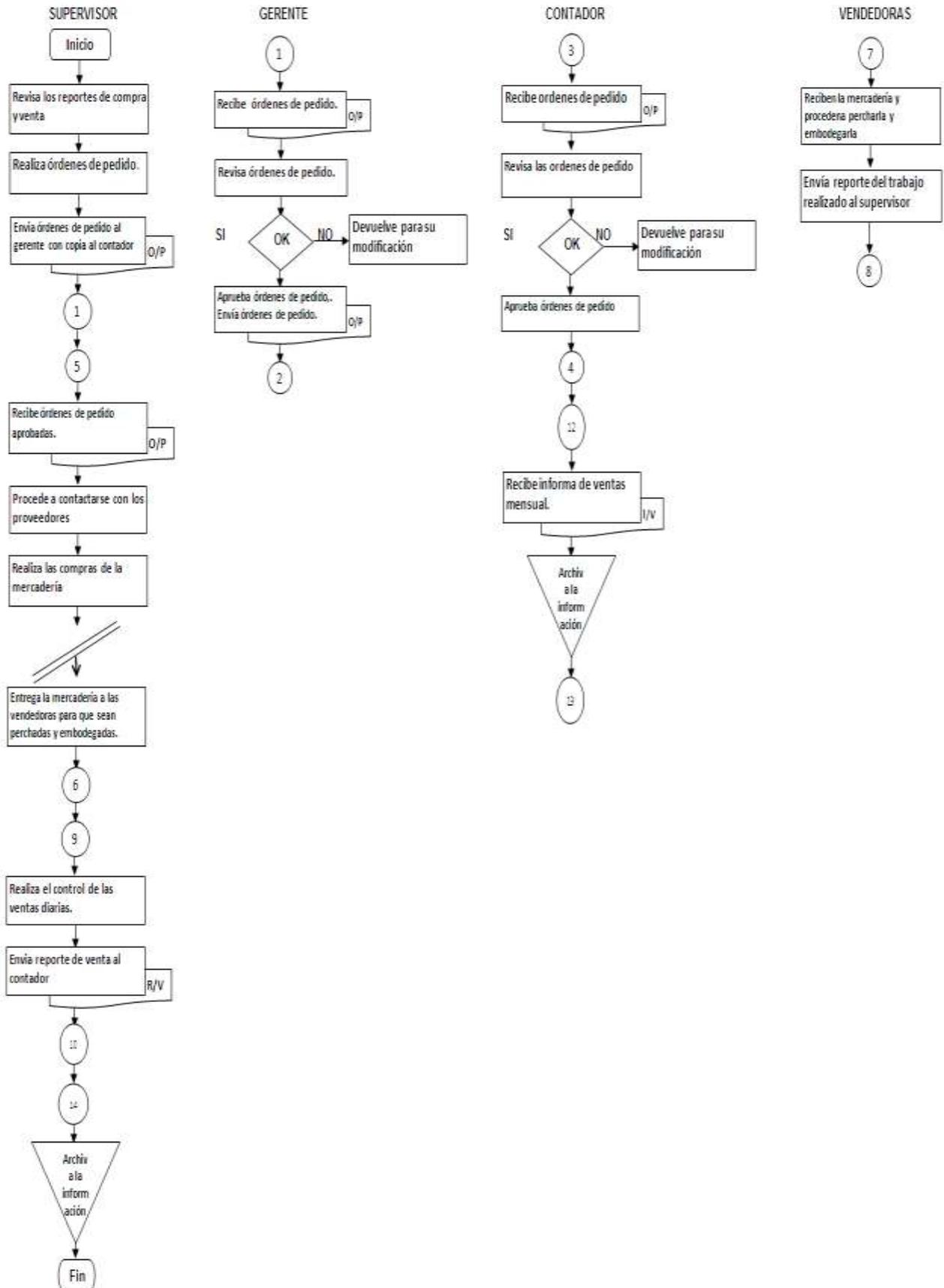
13. Archiva la información

Contador

6. Recibe reporte de ventas mensuales.

7. Archiva la información.

Gráfico # 15



Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Flujograma

Procedimiento: “Vendedoras”

Manual de procedimiento

Objetivo

Brindar un servicio rápido, eficiente, ágil y de calidad para lograr la máxima satisfacción de los clientes.

Políticas

- El personal deberá estar debidamente uniformado para evitar contaminación cruzada.
- El personal deberá tener clasificado los productos en las perchas
Realizar la cobranza de los productos de una manera rápida y oportuna.
- Todo billete falso será perforado.
- Entregar las respectivas facturas al cliente.

Descripción del proceso

Vendedores

Narrativa del proceso

- 1.- Saluda al cliente.
2. Pregunta que desea llevar.
3. Ingresa los datos al sistema para buscar rápidamente los pedidos.
4. Despacha los pedidos.
5. Entrega la factura.

Realiza informe de ventas del día

6. Entrega informe de venta al supervisor

Supervisor

1. Recibe informe de ventas
2. Revisa informe de ventas.
3. Archiva información.

Vendedoras.

7. Realiza informe de pedidos.
8. Envía informe de pedidos al supervisor.

Supervisor

4. Recibe informe de pedidos.
5. Revisa los informes.
6. Entrega ordenes de pedido al contador.

Contador

1. Recibe órdenes de pedido
2. Aprueba o rechaza órdenes de pedido.
3. Envía orden de despacho al supervisor.

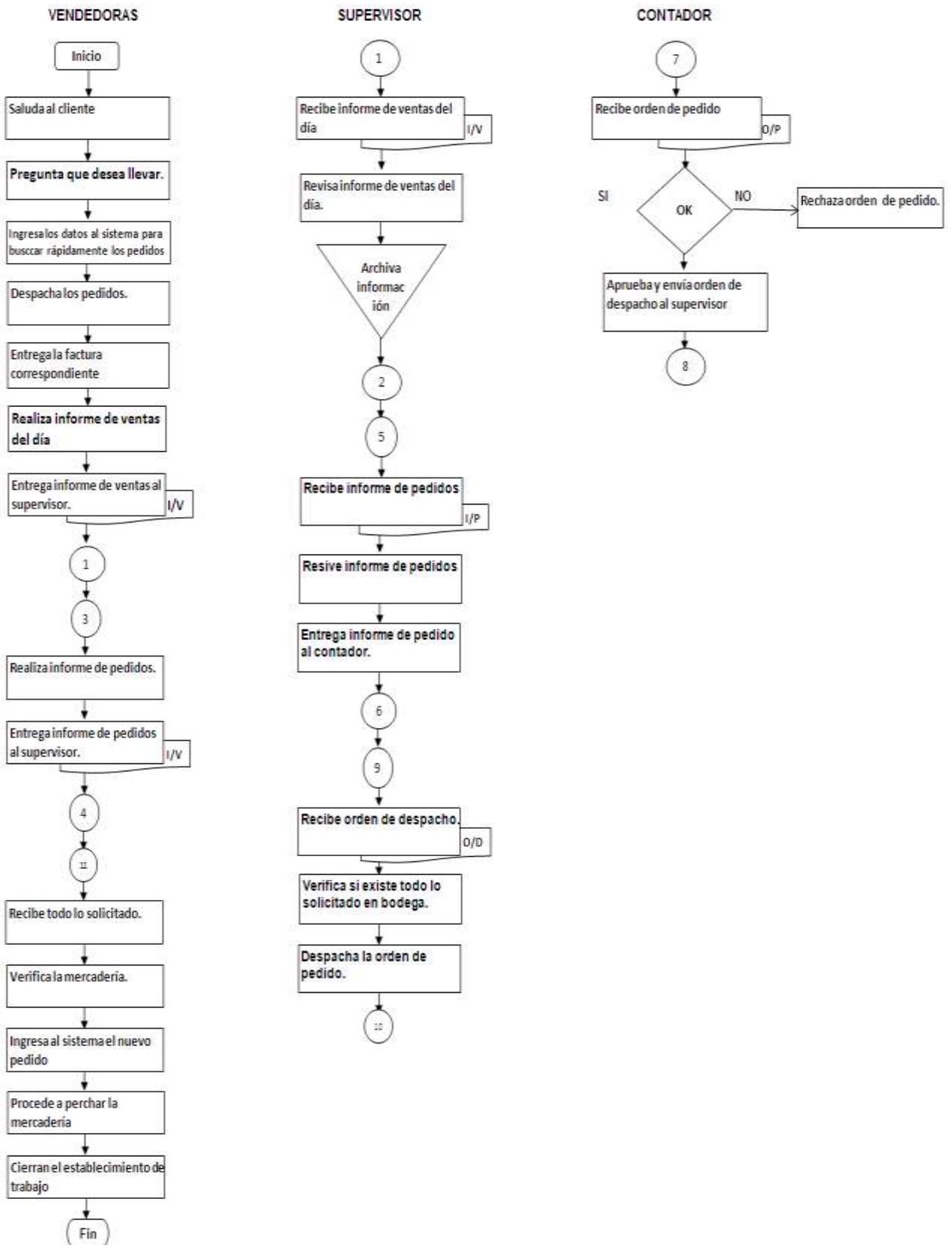
Supervisor

7. Recibe orden de despacho
8. Verifica si existe todo lo solicitado en bodega.
9. Despacha la orden de pedido.

Vendedoras

9. Recibe todo lo solicitado
10. Verifica la mercadería.
- 11, Ingresa al sistema el nuevo pedido.
12. Procede a perchar la mercadería.
13. Cierran el establecimiento de trabajo.

Gráfico # 16



Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Flujoograma

Análisis Financiero

Cuadro # 21

FARMACIA VIVIANA			
INVERSIÓN INICIAL			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO. UNITARIO	COSTO TOTAL
	Equipo de Cómputo		
2	Equipos de computación mas impresora	700,00	1.400,00
1	Sistema Contable Integrado	600,00	600,00
	TOTAL EQUIPO DE CÓMPUTO		2.000,00
	Muebles y Enseres		
	Oficinas		
1	Archivador	150,00	150,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		150,00
	EQUIPO DE OFICINA		
1	Televisor de 21' Panasonic	355,00	355,00
1	Soporte para televisor	16,00	16,00
	TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA		371,00
	TOTAL DE INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS		2.521,00

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Inversión Inicial

Cuadro # 22

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	% DE DEP.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	150,00	10%	1,25	15,00
EQ. DE COMPUTACION	2.000,00	33%	55,00	660,00
EQUIPOS DE OFICINA	371,00	10%	3,09	37,10
TOTAL	2.521,00		59,34	712,10

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Depreciación de los activos

Cuadro # 23

FARMACIA VIVIANA
DETALLE DE GASTOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENERO	FEB.	MAZ	ABR	MAY.	JUN.	JUL.	AGST.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GERENTE GENERAL	644,25	644,25	644,25	644,25	644,25	644,25	644,25	644,25	644,25	644,25	644,25	644,25	7.731,00	8.470,52	8.717,44	8.971,76	9.233,72
1	CONTADOR	456,98	456,98	456,98	456,98	456,98	456,98	456,98	456,98	456,98	456,98	456,98	456,98	5.483,70	6.001,37	6.174,21	6.352,23	6.535,60
1	SUPERVISOR	419,52	419,52	419,52	419,52	419,52	419,52	419,52	419,52	419,52	419,52	419,52	419,52	5.034,24	5.507,54	5.665,56	5.828,33	5.995,98
2	VENDEDORAS	769,10	769,10	769,10	769,10	769,10	769,10	769,10	769,10	769,10	769,10	769,10	769,10	9.229,20	10.116,63	10.412,93	10.718,12	11.032,46
	TOTAL GASTOS ADM.	2.289,85	27.478,14	30.096,05	30.970,14	31.870,44	32.797,75											

GASTOS GENERALES		ENERO	FEB.	MAZ	ABR	MAY.	JUN.	JUL.	AGST.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	ARRIENDO	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00	3.090,00	3.182,70	3.278,18	3.376,53
1	AGUA	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00	309,00	318,27	327,82	337,65
1	ENERGIA ELECTRICA	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	618,00	636,54	655,64	675,31
1	TELEFONO	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00	309,00	318,27	327,82	337,65
1	SERVICIOS DE INTERNET	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00	370,80	381,92	393,38	405,18
1	UTILES DE OFICINA	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00	741,60	763,85	786,76	810,37
	DEP.MUEBLES Y ENSERES	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
	DEP. DE EQ. DE COMP.	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	660,00	660,00	660,00	-	-
	DEP. DE EQ. DE OFICINA	3,09	3,09	3,09	3,09	3,09	3,09	3,09	3,09	3,09	3,09	3,09	3,09	37,10	37,10	37,10	37,10	37,10
	TOTAL GASTOS GENERALES	499,34	5.992,10	6.150,50	6.313,65	5.821,70	5.994,79											

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Depreciación de los activos

Cuadro # 24

GASTO DE VENTAS		ENERO	FEB.	MAZ	ABR	MAY.	JUN.	JUL.	AGST.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	ANUNCIOS	10,00					10,00						10,00	30,00	30,90	31,83	32,78	33,77
	PRENSA ESCRITA	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	840,00	865,20	891,16	917,89	945,43
100	HOJAS VOLANTES	20,00			20,00			20,00				20,00		80,00	82,40	84,87	87,42	90,04
	TOTAL GASTOS DE VENTAS	100,00	70,00	70,00	90,00	70,00	80,00	90,00	70,00	70,00	90,00	70,00	80,00	950,00	978,50	1.007,86	1.038,09	1.069,23
	TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	2889,19	2859,19	2859,19	2879,19	2859,19	2869,19	2879,19	2859,19	2859,19	2879,19	2859,19	2869,19	34420,24	37225,05	38291,64	38730,23	39861,77

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Gastos de ventas y total de costos indirectos.

Cuadro # 25

COSTO DE VENTAS																			
DETALLE	CANT.	PRECIO	ENR	FEB	MAZ	ABR	MAY	JUN	JUL	AGST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MEDICAMENTOS	1	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	108000,00	111.240,00	114.577,20	118.014,52	121.554,95
INSUMOS	1	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3600,00	3.708,00	3.819,24	3.933,82	4.051,83
MANTENIMIENTO DE COMPUTADORAS Y SISTEMA	1	50,00			50,00			50,00			50,00			50,00	200,00	206,00	212,18	218,55	225,10
		9350,00	9300,00	9300,00	9350,00	111800,00	115154,00	118608,62	122166,88	125831,88									

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Costo de venta.

Cuadro # 26

FARMACIA VIVIANA DETALLE DE INGRESOS																			
INGRESOS POR VENTA	VALOR	CANT	ENR	FEB	MAZ	ABR	MAY	JUN	JUL	AGST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VTA EN LA FARMACIA	10,00	1200	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	144.000,00	151.200,00	158.760,00	166.698,00	175.032,90
VIARIOS	1,00	300	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
TOTAL DE INGRESOS			12.300,00	147.600,00	154.980,00	162.729,00	170.865,45	179.408,72											

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Ingresos

Cuadro # 27

INVERSIÓN DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	150,00
EQUIPO DE COMPUTACION	2.000,00
EQUIPOS DE OFICINA	371,00
TOTAL DE LA INVERSION	2.521,00

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Inversión

Cuadro # 28

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		2.521,00
FINANCIADO	70%	1.764,70
APORTE PROPIO	30%	756,30
		2.521,00

TASA DE INTERÉS ANUAL DEL PRÉSTAMO		
TASA DE INTERÉS	19,00%	0,19
		0,19

INTERÉS		
PRÉSTAMO BANCARIO	1.764,70	335,29

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Financiamiento

Cuadro # 29

FINANCIAMIENTO ANUAL				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERÍODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				1.764,70
1	352,94	335,29	688,23	1.411,76
2	352,94	268,23	621,17	1.058,82
3	352,94	201,18	554,12	705,88
4	352,94	134,12	487,06	352,94
5	352,94	67,06	420,00	-
	1.764,70	1.005,88	2.770,58	

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Tabla de amortización del préstamo.

Cuadro # 30

FARMACIA VIVIANA							
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO							

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	147.600,00	154.980,00	162.729,00	170.865,45	179.408,72	815.583,17
(-) COSTO DE VENTAS	111.800,00	115.154,00	118.608,62	122.166,88	125.831,88	593.561,38
UTILIDAD BRUTA	35.800,00	39.826,00	44.120,38	48.698,57	53.576,84	222.021,79
COSTOS INDIRECTOS	34.420,24	37.225,05	38.291,64	38.730,23	39.861,77	188.528,94
UTILIDAD OPERACIONAL	1.379,76	2.600,95	5.828,74	9.968,34	13.715,06	33.492,85
(-) GASTOS FINANCIEROS	335,29	268,23	201,18	134,12	67,06	1.005,88
UTILIDAD ANTES PART. E IMPTO.	1.044,47	2.332,71	5.627,56	9.834,22	13.648,01	32.486,97
(-) PARTICIPACIÓN EMPLEADOS	156,67	349,91	844,13	1.475,13	2.047,20	4.873,05
UTILIDAD ANTES DE IMPTO.	887,80	1.982,80	4.783,43	8.359,09	11.600,80	27.613,92
(-) IMPUESTO A LA RENTA	221,95	495,70	1.195,86	2.089,77	2.900,20	11.776,53
UTILIDAD NETA	665,85	1.487,10	3.587,57	6.269,32	8.700,60	20.710,44

Autor: Angélica y Giovanna
Fuente: Estado de resultado

Cuadro # 31

FARMACIA VIVIANA FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	147.600,00	154.980,00	162.729,00	170.865,45	179.408,72	815.583,17
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		147.600,00	154.980,00	162.729,00	170.865,45	179.408,72	815.583,17
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	2.521,00	-	-	-	-	-	-
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-	27.478,14	30.096,05	30.970,14	31.870,44	32.797,75	153.212,53
GASTO DE VENTAS	-	950,00	978,50	1.007,86	1.038,09	1.069,23	5.043,68
GASTOS GENERALES	-	5.280,00	5.438,40	5.601,55	5.769,60	5.942,69	28.032,24
MEDICAMENTOS	-	108.000,00	111.240,00	114.577,20	118.014,52	121.554,95	573.386,67
INSUMOS	-	3.600,00	3.708,00	3.819,24	3.933,82	4.051,83	19.112,89
GASTO DE MANTENIMIENTO	-	200,00	206,00	212,18	218,55	225,10	1.061,83
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	156,67	349,91	844,13	1.475,13	2.047,20
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	221,95	495,70	1.195,86	2.089,77	2.900,20
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	2.521,00	145.508,14	152.045,57	157.033,77	162.885,00	169.206,47	784.797,23
FLUJO OPERATIVO	-2.521,00	2.091,86	2.934,43	5.695,23	7.980,45	10.202,26	28.904,22
INGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-
PRÉSTAMO BANCARIO	1.764,70	-	-	-	-	-	-
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	1.764,70	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	352,94	352,94	352,94	352,94	352,94	1.764,70
PAGO DE INTERESES	-	335,29	268,23	201,18	134,12	67,06	1.005,88
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	688,23	621,17	554,12	487,06	420,00	2.770,58
FLUJO NETO NO OPERATIVO	1.764,70	-688,23	-621,17	-554,12	-487,06	-420,00	-2.770,58
FLUJO NETO	-756,30	1.403,63	2.313,25	5.141,11	7.493,39	9.782,26	26.133,64
FLUJO ACUMULADO	-	1.403,63	3.716,88	8.857,99	16.351,38	26.133,64	56.463,53

Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Flujo de caja

Cuadro # 32

FARMACIA VIVIANA					
BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
CIRCULANTE					
CAJA -BANCOS	1.403,63	3.716,88	8.857,99	16.351,38	26.133,64
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	1.403,63	3.716,88	8.857,99	16.351,38	26.133,64
ACTIVOS FIJOS					
ACTIVOS	2.521,00	2.521,00	2.521,00	2.521,00	2.521,00
DEP. ACUMULADA	712,10	1.424,20	2.136,30	2.188,40	2.240,50
TOTAL DE ACTIVO FIJO	1.808,90	1.096,80	384,70	332,60	280,50
TOTAL DE ACTIVOS	3.212,53	4.813,68	9.242,69	16.683,98	26.414,14
PASIVOS					
CIRCULANTE					
PRÉSTAMO	1.411,76	1.058,82	705,88	352,94	-
PARTICIPACIÓN EMPL. POR PAGAR	156,67	349,91	844,13	1.475,13	2.047,20
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	221,95	495,70	1.195,86	2.089,77	2.900,20
TOTAL PASIVO	1.790,38	1.904,43	2.745,87	3.917,85	4.947,40
PATRIMONIO					
APORTE CAPITAL	756,30	756,30	756,30	756,30	756,30
UTILIDAD DEL EJERCICIO	665,85	1.487,10	3.587,57	6.269,32	8.700,60
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	665,85	2.152,95	5.740,52	12.009,84
TOTAL PATRIMONIO	1.422,15	2.909,25	6.496,82	12.766,14	21.466,74
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	3.212,53	4.813,68	9.242,69	16.683,98	26.414,14

Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Balance general.

Cuadro # 33

ÍNDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCIÓN	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-2.521,00	2.091,86	2.934,43	5.695,23	7.980,45	10.202,26

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	23%

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Flujos netos y tasa de mercado..

Cuadro # 34

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	15.228,54
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	2.521,00
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	120,81%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		13.811,32
VAN	POSITIVO	11.290,32
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,22
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12%	22,33
TASA INTERNA DE RETORNO		124%

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Tasas.

Cuadro # 35

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	147.600,00
COSTO DIRECTO	111.800,00
COSTO INDIRECTO	34.420,24
FLUJO NETO	1.403,63
PAGO DE DIVIDENDOS	352,94
GASTOS FINANCIEROS	335,29
GASTOS PERSONAL	27.478,14
ACTIVOS FIJOS NETOS	1.808,90

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Ratios

Cuadro # 36

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	5.141,11
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	4,98
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	19%
INDICE DE EMPLEO		15,19

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Índices.

Cuadro # 37

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,5631	56,31%
RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,2073	20,73%

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Rendimientos

Cuadro # 38

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	28.904,22
GASTOS FINANCIEROS	1.005,88
INVERSION INICIAL	2.521,00
UTILIDAD NETA	20.710,44
VALOR DEL CRÉDITO	1.764,70
VENTAS	815.583,17
COSTO DE VENTA	782.090,33
TOTAL DEL ACTIVO	280,50

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Razones.

Cuadro # 39

RAZONES DE LIQUIDEZ	
RAZÓN CIRCULANTE	
RAZÓN CIRCULANTE	= $\frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}}$
RAZÓN CIRCULANTE	= $\frac{56.463,53}{15.305,93}$
RAZÓN CIRCULANTE	= 3,69

Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Razones de liquidez

Cuadro # 40

ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	
ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	= $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Fijos}}$
ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	= $\frac{815.583,17}{2.521,00}$
ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	= 323,52

Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Rotación de activos

Cuadro # 41

RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	
RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	= $\frac{\text{Deuda Total}}{\text{Activos Totales}}$
RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	= $\frac{1.764,70}{60.367,03}$
RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	= 3%

Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Razón de endeudamiento.

Cuadro # 42

RAZONES DE RENTABILIDAD	
MARGEN DE UTILIDAD NETA SOBRE LAS VENTAS	= $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$
MARGEN DE UTILIDAD NETA SOBRE LAS VENTAS	= $\frac{20.710,44}{815.583,17}$
MARGEN DE UTILIDAD NETA SOBRE LAS VENTAS	= 3%

Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Razón de Rentabilidad.

5.7.1 Actividades.

Para poder posibilitar la implementación de un Sistema Contable Integrado se ha realizado algunas actividades que detallara a continuación.

- 1.- Recolección de información sobre el tema planteado a través de la encuesta.
- 2.- Visita al establecimiento (Farmacia Viviana) para constatar en qué ambiente están laborando el personal.
- 3.- Identificación de las situaciones críticas de la Farmacia Viviana.
- 4.- Informe Verbal a los propietarios de la Farmacia Viviana sobre estas situaciones críticas y falencias.
- 5.- Proposición de la implementación de un Sistema Contable Integrado.
- 6.- Realización de cuestionario de preguntas para una encuesta dirigida a la ciudadanía Milagreña, para saber que opinan del servicio que brinda el Establecimiento.
- 7.- Recopilación de la información.

8.- Tabulación de la información.

9.- Análisis los resultados.

10.- Implementación del Sistema Contable Integrado.

5.7.3 Recursos análisis financiero.

La propuesta va hacer realizada en el la Farmacia “Viviana”, por lo cual se necesitara del siguiente recurso humano y materiales para ejecutar el Plan Institucional.

Recursos

Cuadro # 43

DESCRPCION	CANTIDAD
RECURSOS HUMANOS	
Encuestadores	2
Digitadores	1
RECURSOS OPERACIONALES	
Rema de Hojas A4.	2
Esferográficos.	5
Lápiz.	3
Transporte (viaticos)	1
Refrigerios	1
Borradores.	2
Liquipaper.	2
Carnet de identificación.	2
Resaltadores.	3
Grapadora.	1
Carpetas	3
Impresión de encuestas	6
Copias	798
Copias de Borradores	1
Empastado	3
Perforadora.	1
RECURSOS TECNOLOGICOS	
Internet	10

Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Recursos

Presupuesto

Cuadro # 44

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR INDIVIDUAL	VALOR TOTAL
RECURSOS HUMANOS			
Encuestadores	2	120,00	240,00
Digitadores	1	80,00	80,00
RECURSOS OPERACIONALES			
Rema de Hojas A4.	2	3,50	7,00
Esfegráficos.	5	0,25	1,25
Lápiz.	3	0,20	0,60
Transporte (viaticos)	1	90,00	90,00
Refrigerios	1	54,10	54,10
Borradores.	2	0,25	0,50
Liquipaper.	2	1,00	2,00
Carnet de identificación.	2	1,50	3,00
Resaltadores.	3	0,50	1,50
Grapadora.	1	3,50	3,50
Carpetas	3	0,25	0,75
Impresión de encuestas	6	0,30	1,80
Copias	798	0,03	23,94
Copias de Borradores	1	10,00	10,00
Empastado	3	9,00	27,00
Perforadora.	1	3,50	3,50
RECURSOS TECNOLOGICOS			
Internet	10	0,75	7,50

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Recursos

5.7.4 Impacto

La Farmacia Viviana se verá beneficiada financieramente una vez implantado el Sistema Contable Integrado, ya que se tendrá un control constante de las entradas y salidas de mercadería así como del efectivo, logrando optimizar el servicio y a su vez el clima organizacional. Además de emplear herramientas publicitarias que aporten significativamente a la imagen institucional dando a conocer la Farmacia a todos los rincones del cantón y sectores aledaños, sin dejar de visionarse al futuro con la apertura de nuevas sucursales que potencien este mercado como el crecimiento empresarial y social del establecimiento.

5.7.5 Cronograma

Cuadro # 45

TIEMPO ACTIVIDADES	MESES 2010																			
	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.- Recolección de información sobre el tema planteado a través de la encuesta.																				
2.- Visita al establecimiento (Farmacia Viviana) para constatar en qué ambiente están laborando el personal.																				
3.- Identificación de las situaciones críticas de la Farmacia Viviana.																				
4.- Informe Verbal a los propietarios de la Farmacia-policlínico Viviana sobre estas situaciones críticas y falencias.																				
5.- Proposición de la implementación de un Sistema Contable Integrado.																				
6.- Realización de cuestionario de preguntas para una encuesta dirigida a la ciudadanía Milagreña, para saber que opinan del servicio que brinda el Establecimiento.																				
7.- Recopilación de la información.																				
8.- Tabulación de la información.																				
9.- Análisis los resultados.																				
10.- Implementación del Sistema Contable Integrado.																				

Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Cronograma de actividades

5.7.6 Lineamiento para evaluar la propuesta.

Para poder encontrar las falencias de la Farmacia Viviana como primer paso se realizo una encuesta dirigida a la ciudadanía Milagreña, para saber de una forma directa que criterio tenían sobre este negocio, que tan reconocida era en este mercado, como calificaban el servicio brindado y por ultimo si llenaban las expectativas de los clientes. Una vez obtenida esta información se procedió a trabajar en los puntos críticos para optimizar el servicio y lograr la lealtad y reconocimiento por parte de los clientes, posicionándose como un grupo respetable y marcando la diferencia ante la competencia.

BIBLIOGRAFÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

BENJAMÍN Franklin Enrique. ORGANIZACIÓN DE EMPRESA ANÁLISIS, DISEÑO y ESTRUCTURA, Segunda Edición.

BUSKANK Richard H. Libro: PRINCIPIOS Y PRÁCTICA DEL MARKETING. Editorial

HOLGUÍN CABEZAS Rubén. ELEMENTOS DE ECONOMÍA CUARTA EDICIÓN, Editorial Ediciones Holguín S.A.

HOLGUÍN CABEZAS Rubén. ELEMENTOS DE ECONOMÍA QUINTA EDICIÓN, Editorial Ediciones Holguín S.A.

KALINOWSKI Hilda. COMUNICACIÓN GENERAL, Editorial Edibosco.

KOONTZ HAROLD. ELEMENTOS DE ADMINISTRACIÓN, Editorial: Mc Graw Hill.

LEÓN Félix. ENCICLOPEDIA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL, Editorial Copyright

LEXUS Editores. ENCICLOPÉDICO COLOR, Editorial Lexus.

LONGENECKER G. Justin. ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS,
Editorial Edición 11.

MONREAL José Luís. DICCIONARIO OCÉANO UNO COLOR, Editorial Océano Grupo Editorial S.A.

NAVARRETE Luís. ALMANAQUE UNIVERSAL. Editorial: Navarrete

PALACIOS LÓPEZ Livia. CONTABILIDAD INTERMEDIA, Editorial Ministerio de Educación y Cultura.

PAULI GUNTER. MANUAL COMUNICACIONAL, Editorial Limerin S.A

PAULI GUNTER. LENGUAJE Y COMUNICACION, Editorial Limerin S.A.

SAMUELSON Carlos. INICIOS DE LA ORGANIZACION, Editorial Edibosco.

SANTÓN William J. FUNDAMENTOS DEL MARKETING, Editorial Mc Graw Hill.

STRAUS George y Leonard R. Sayles. PERSONAL, Editorial Hebreos Hnos. Sucesores S.A

VARGAS CUEVAS Luís. PRINCIPIO DE ADMINISTRACIÓN, Editorial: Facultad de Ciencias Económicas.

VILLALBA Carlos. GUÍA DE ELABORACIÓN DE ANTEPROYECTO Y PROYECTOS, Editorial Sur Editores.

ZAMORA Miguel Ángel. TEMÁTICA ESTUDIANTIL. Editorial: Copyright.

LINCOGRAFÍA

www.jmarcano.com

www.seg.guanajuato.gob.mx

www.google.com

www.monografias.com

<http://www.sica.gov.ec>

www.gestiopolis.com

www.coninpyme.org

www.culturageneral.com

www.universidadabierta.edu.mx

ANEXOS



Objetivo de la Encuesta.- El objetivo de la encuesta es saber el grado de satisfacción que tienen los clientes de la Farmacia Viviana con respecto al servicio que brindan a la ciudadanía Milagreña.

ENCUESTA

1.- ¿Considera Ud. Que su pedido lo recibe completo?

SI

NO

2.- ¿Considera UD. Que los pedidos los recibe a tiempo?

SI

NO

3.- ¿El personal le brinda un trato amable?

SI

NO

4.- ¿Sus devoluciones y/o reclamos, son atendidos a tiempo?

SI

NO

5.- ¿Considera Ud. que los productos que vende Farmacia Viviana tienen demanda?

SI

NO

6.- ¿Considera Ud. que los descuentos y/o bonificaciones de Farmacia Viviana van de acuerdo al mercado y a la par con la competencia?

SI

NO

7.- ¿Cuándo no hay el producto que UD necesita por falta de stock, lleva el medicamento que le dan como segunda opción?

SI

NO

Cuadro # 23

FARMACIA VIVIANA																	
DETALLE DE GASTOS																	

GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENERO	FEB.	MAZ	ABR	MAY.	JUN.	JUL.	AGST.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GERENTE GENERAL	644,25	644,25	644,25	644,25	644,25	644,25	644,25	644,25	644,25	644,25	644,25	644,25	7.731,00	8.470,52	8.717,44	8.971,76	9.233,72
1	CONTADOR	456,98	456,98	456,98	456,98	456,98	456,98	456,98	456,98	456,98	456,98	456,98	456,98	5.483,70	6.001,37	6.174,21	6.352,23	6.535,60
1	SUPERVISOR	419,52	419,52	419,52	419,52	419,52	419,52	419,52	419,52	419,52	419,52	419,52	419,52	5.034,24	5.507,54	5.665,56	5.828,33	5.995,98
2	VENDEDORAS	769,10	769,10	769,10	769,10	769,10	769,10	769,10	769,10	769,10	769,10	769,10	769,10	9.229,20	10.116,63	10.412,93	10.718,12	11.032,46
	TOTAL GASTOS ADM.	2.289,85	27.478,14	30.096,05	30.970,14	31.870,44	32.797,75											

GASTOS GENERALES		ENERO	FEB.	MAZ	ABR	MAY.	JUN.	JUL.	AGST.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	ARRIENDO	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00	3.090,00	3.182,70	3.278,18	3.376,53
1	AGUA	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00	309,00	318,27	327,82	337,65
1	ENERGIA ELECTRICA	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	618,00	636,54	655,64	675,31
1	TELEFONO	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00	309,00	318,27	327,82	337,65
1	SERVICIOS DE INTERNET	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00	370,80	381,92	393,38	405,18
1	UTILES DE OFICINA	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00	741,60	763,85	786,76	810,37
	DEP.MUEBLES Y ENSERES	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
	DEP. DE EQ. DE COMP.	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	660,00	660,00	660,00	-	-
	DEP. DE EQ. DE OFICINA	3,09	3,09	3,09	3,09	3,09	3,09	3,09	3,09	3,09	3,09	3,09	3,09	37,10	37,10	37,10	37,10	37,10
	TOTAL GASTOS GENERALES	499,34	5.992,10	6.150,50	6.313,65	5.821,70	5.994,79											

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Depreciación de los activos

Cuadro # 24

GASTO DE VENTAS		ENERO	FEB.	MAZ	ABR	MAY.	JUN.	JUL.	AGST.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	ANUNCIOS	10,00					10,00						10,00	30,00	30,90	31,83	32,78	33,77
	PRENSA ESCRITA	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	840,00	865,20	891,16	917,89	945,43
100	HOJAS VOLANTES	20,00			20,00			20,00						80,00	82,40	84,87	87,42	90,04
	TOTAL GASTOS DE VENTAS	100,00	70,00	70,00	90,00	70,00	80,00	90,00	70,00	70,00	90,00	70,00	80,00	950,00	978,50	1.007,86	1.038,09	1.069,23
	TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	2889,19	2859,19	2859,19	2879,19	2859,19	2869,19	2879,19	2859,19	2859,19	2879,19	2859,19	2869,19	34420,24	37225,05	38291,64	38730,23	39861,77

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Gastos de ventas y total de costos indirectos.

Cuadro # 25

COSTO DE VENTAS																			
DETALLE	CANT.	PRECIO	ENR	FEB	MAZ	ABR	MAY	JUN	JUL	AGST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MEDICAMENTOS	1	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	9000,00	108000,00	111.240,00	114.577,20	118.014,52	121.554,95
INSUMOS	1	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3600,00	3.708,00	3.819,24	3.933,82	4.051,83
MANTENIMIENTO DE COMPUTADORAS Y SISTEMA	1	50,00			50,00			50,00			50,00			50,00	200,00	206,00	212,18	218,55	225,10
		9350,00	9300,00	9300,00	9350,00	111800,00	115154,00	118608,62	122166,88	125831,88									

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Costo de venta.

Cuadro # 26

FARMACIA VIVIANA DETALLE DE INGRESOS																			
INGRESOS POR VENTA	VALOR	CANT	ENR	FEB	MAZ	ABR	MAY	JUN	JUL	AGST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VTA EN LA FARMACIA	10,00	1200	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	144.000,00	151.200,00	158.760,00	166.698,00	175.032,90
VARIOS	1,00	300	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
TOTAL DE INGRESOS			12.300,00	147.600,00	154.980,00	162.729,00	170.865,45	179.408,72											

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Ingresos

Cuadro # 27

INVERSIÓN DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	150,00
EQUIPO DE COMPUTACION	2.000,00
EQUIPOS DE OFICINA	371,00
TOTAL DE LA INVERSION	2.521,00

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Inversión

Cuadro # 28

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		2.521,00
FINANCIADO	70%	1.764,70
APORTE PROPIO	30%	756,30
		2.521,00

TASA DE INTERÉS ANUAL DEL PRÉSTAMO		
TASA DE INTERÉS	19,00%	0,19
		0,19

INTERÉS		
PRÉSTAMO BANCARIO	1.764,70	335,29

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Financiamiento

Cuadro # 29

FINANCIAMIENTO ANUAL				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERÍODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				1.764,70
1	352,94	335,29	688,23	1.411,76
2	352,94	268,23	621,17	1.058,82
3	352,94	201,18	554,12	705,88
4	352,94	134,12	487,06	352,94
5	352,94	67,06	420,00	-
	1.764,70	1.005,88	2.770,58	

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Tabla de amortización del préstamo.

Cuadro # 30

FARMACIA VIVIANA							
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO							

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	147.600,00	154.980,00	162.729,00	170.865,45	179.408,72	815.583,17
(-) COSTO DE VENTAS	111.800,00	115.154,00	118.608,62	122.166,88	125.831,88	593.561,38
UTILIDAD BRUTA	35.800,00	39.826,00	44.120,38	48.698,57	53.576,84	222.021,79
COSTOS INDIRECTOS	34.420,24	37.225,05	38.291,64	38.730,23	39.861,77	188.528,94
UTILIDAD OPERACIONAL	1.379,76	2.600,95	5.828,74	9.968,34	13.715,06	33.492,85
(-) GASTOS FINANCIEROS	335,29	268,23	201,18	134,12	67,06	1.005,88
UTILIDAD ANTES PART. E IMPTO.	1.044,47	2.332,71	5.627,56	9.834,22	13.648,01	32.486,97
(-) PARTICIPACIÓN EMPLEADOS	156,67	349,91	844,13	1.475,13	2.047,20	4.873,05
UTILIDAD ANTES DE IMPTO.	887,80	1.982,80	4.783,43	8.359,09	11.600,80	27.613,92
(-) IMPUESTO A LA RENTA	221,95	495,70	1.195,86	2.089,77	2.900,20	11.776,53
UTILIDAD NETA	665,85	1.487,10	3.587,57	6.269,32	8.700,60	20.710,44

Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Estado de resultado

Cuadro # 31

FARMACIA VIVIANA FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	147.600,00	154.980,00	162.729,00	170.865,45	179.408,72	815.583,17
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		147.600,00	154.980,00	162.729,00	170.865,45	179.408,72	815.583,17
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	2.521,00	-	-	-	-	-	-
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-	27.478,14	30.096,05	30.970,14	31.870,44	32.797,75	153.212,53
GASTO DE VENTAS	-	950,00	978,50	1.007,86	1.038,09	1.069,23	5.043,68
GASTOS GENERALES	-	5.280,00	5.438,40	5.601,55	5.769,60	5.942,69	28.032,24
MEDICAMENTOS	-	108.000,00	111.240,00	114.577,20	118.014,52	121.554,95	573.386,67
INSUMOS	-	3.600,00	3.708,00	3.819,24	3.933,82	4.051,83	19.112,89
GASTO DE MANTENIMIENTO	-	200,00	206,00	212,18	218,55	225,10	1.061,83
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	156,67	349,91	844,13	1.475,13	2.047,20
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	221,95	495,70	1.195,86	2.089,77	2.900,20
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	2.521,00	145.508,14	152.045,57	157.033,77	162.885,00	169.206,47	784.797,23
FLUJO OPERATIVO	-2.521,00	2.091,86	2.934,43	5.695,23	7.980,45	10.202,26	28.904,22
INGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-
PRÉSTAMO BANCARIO	1.764,70	-	-	-	-	-	-
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	1.764,70	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	352,94	352,94	352,94	352,94	352,94	1.764,70
PAGO DE INTERESES	-	335,29	268,23	201,18	134,12	67,06	1.005,88
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	688,23	621,17	554,12	487,06	420,00	2.770,58
FLUJO NETO NO OPERATIVO	1.764,70	-688,23	-621,17	-554,12	-487,06	-420,00	-2.770,58
FLUJO NETO	-756,30	1.403,63	2.313,25	5.141,11	7.493,39	9.782,26	26.133,64
FLUJO ACUMULADO	-	1.403,63	3.716,88	8.857,99	16.351,38	26.133,64	56.463,53

Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Flujo de caja

Cuadro # 32

FARMACIA VIVIANA					
BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
CIRCULANTE					
CAJA -BANCOS	1.403,63	3.716,88	8.857,99	16.351,38	26.133,64
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	1.403,63	3.716,88	8.857,99	16.351,38	26.133,64
ACTIVOS FIJOS					
ACTIVOS	2.521,00	2.521,00	2.521,00	2.521,00	2.521,00
DEP. ACUMULADA	712,10	1.424,20	2.136,30	2.188,40	2.240,50
TOTAL DE ACTIVO FIJO	1.808,90	1.096,80	384,70	332,60	280,50
TOTAL DE ACTIVOS	3.212,53	4.813,68	9.242,69	16.683,98	26.414,14
PASIVOS					
CIRCULANTE					
PRÉSTAMO	1.411,76	1.058,82	705,88	352,94	-
PARTICIPACIÓN EMPL. POR PAGAR	156,67	349,91	844,13	1.475,13	2.047,20
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	221,95	495,70	1.195,86	2.089,77	2.900,20
TOTAL PASIVO	1.790,38	1.904,43	2.745,87	3.917,85	4.947,40
PATRIMONIO					
APORTE CAPITAL	756,30	756,30	756,30	756,30	756,30
UTILIDAD DEL EJERCICIO	665,85	1.487,10	3.587,57	6.269,32	8.700,60
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	665,85	2.152,95	5.740,52	12.009,84
TOTAL PATRIMONIO	1.422,15	2.909,25	6.496,82	12.766,14	21.466,74
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	3.212,53	4.813,68	9.242,69	16.683,98	26.414,14

Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Balance general.

Cuadro # 33

ÍNDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCIÓN	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-2.521,00	2.091,86	2.934,43	5.695,23	7.980,45	10.202,26

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	23%

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Flujos netos y tasa de mercado..

Cuadro # 34

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	15.228,54
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	2.521,00
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	120,81%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		13.811,32
VAN	POSITIVO	11.290,32
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,22
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12%	22,33
TASA INTERNA DE RETORNO		124%

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Tasas.

Cuadro # 35

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	147.600,00
COSTO DIRECTO	111.800,00
COSTO INDIRECTO	34.420,24
FLUJO NETO	1.403,63
PAGO DE DIVIDENDOS	352,94
GASTOS FINANCIEROS	335,29
GASTOS PERSONAL	27.478,14
ACTIVOS FIJOS NETOS	1.808,90

Autor: Angélica y Geovanna

Fuente: Ratios

Cuadro # 36

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	5.141,11
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	4,98
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	19%
INDICE DE EMPLEO		15,19

Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Índices.

Cuadro # 37

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,5631	56,31%
RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,2073	20,73%

Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Rendimientos

Cuadro # 38

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	28.904,22
GASTOS FINANCIEROS	1.005,88
INVERSION INICIAL	2.521,00
UTILIDAD NETA	20.710,44
VALOR DEL CRÉDITO	1.764,70
VENTAS	815.583,17
COSTO DE VENTA	782.090,33
TOTAL DEL ACTIVO	280,50

Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Razones.

Cuadro # 39

RAZONES DE LIQUIDEZ	
RAZÓN CIRCULANTE	
RAZÓN CIRCULANTE	= $\frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}}$
RAZÓN CIRCULANTE	= $\frac{56.463,53}{15.305,93}$
RAZÓN CIRCULANTE	= 3,69

Autor: Angélica y Geovanna
Fuente: Razones de liquidez